

<<汇源模式>>

图书基本信息

书名：<<汇源模式>>

13位ISBN编号：9787501788385

10位ISBN编号：7501788383

出版时间：2009-1

出版时间：中国经济出版社

作者：易波

页数：236

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;汇源模式&gt;&gt;

## 前言

在这个寒风刺骨、抱团取暖的冬天，汇源与可口可乐的并购案却是被传得沸沸扬扬。一向低调内敛的朱新礼也被推向舆论的风口浪尖，在这个寒冷的季节始料未及地狠狠“火”了一把。2008年9月3日，可口可乐公司宣布以179.2亿港币收购中国果汁第一品牌——汇源(1886.HK)。如果此举顺利，这将是可口可乐历史上第二大并购案，并且是其迄今为止最大的海外并购。对中国食品饮料行业来说，这也是有史以来最大的并购。

一石激起千层浪，迅速引发行业内外震动。

震惊之余，支持者力挺朱新礼，赞其激流勇退，以退为进。

面对“汇源被别人拿走了”的质疑，朱新礼的回答掷地有声：品牌没有国界，没必要打上民族的烙印。

中国改革开放30年，就应该有一个大国的风度，大国的自信，大国的胸怀！

上个世纪末，日本大财团纷纷扬言要“收购美国”，美国人拍着手说“欢迎欢迎”！

不料日本的泡沫经济随后开始破灭，原先疯狂买下的美国资产又纷纷低价抛回给美国人。

山姆大叔拍着手笑到了最后。

当今世界经济剧烈动荡，生意场上的一切更让人感叹世事难料啊！

无论并购案成功与否，有一个事实毋庸置疑：汇源成功了！

朱新礼建立了果汁王国，开创了令世人惊叹不已的“汇源模式”！

有了这种成功模式作钥匙，就算这次可口可乐并购汇源成功，相信汇源的神话完全能够在老朱或者别人手中快速复制。

那么，究竟什么是“汇源模式”呢？

古语云：“上兵伐谋，其次伐交，其次伐兵，其下攻城。”

“谋定而后动，是朱新礼这个非凡的创业者成功的关键。

创业之初，他满怀报国的热忱，倾情“三农”，舍弃铁饭碗，毅然下海，敏锐地发现了市场的空白，开创了中国浓缩果汁加工的先河；他孤身闯德国，拿回百万定单；进口德国设备，迁总部至北京，遍设原材料绿色基地，使一个负债累累濒临倒闭的小小罐头厂，茁壮成长为中国首屈一指的果汁企业。

为了进一步做大做强，他更是深谋远虑，一步步完善自己的企业版图。

用人方面，他坚持“内举不避亲，外举不避仇”，聚集了一批优秀的人才，坚持让合适的人做正确的事，坚持用“事业、环境、待遇、感情”来吸引人、培养人、留住人；质量方面，他坚持严把源头关，构筑现代化生产线，完善质控体系，严格查处质量问题，确保了质量，继而确保了汇源在果汁业的霸主地位；至于开拓市场，更是朱新礼的重中之重，他借助央视平台，打响了汇源的名头，同时借助各界的力量，请代言人，开发布会，开展体育营销，旅游营销，体验营销，网络营销，消费者已经把汇源当成了果汁的代名词，其效益可谓有目共睹！

划好地盘之后，朱新礼又马不停蹄开始了扩张，坚持一步先，步步先，他在牢牢坐稳百分百果汁市场老大的同时，加速产品线扩张，不断推陈出新，先后推出蔓越莓，佳必爽，汇源真系列，百利哇儿童饮料，奇异王果，同时果敢试水乳品市场，果醋市场，攻城略地，干净利落，令竞争对手难望其项背；接下来，为了实现“大汇源”的梦想，朱新礼又将目光投向了资本市场，经过一系列近距离肉搏战，他从一个资本门外汉，成长为长袖善舞的融资专家，他对赌德隆，妙计赎身，牵手统一，实现升值，借助达能，成功上市。

即便这样，他仍谦虚地自称资本市场的“小学生”，可是这个“小学生”的成绩却让业内专家望尘莫及啊。

这就是“汇源模式”，他的成功无疑占尽了天时、地利和人和。

但是成功永远只眷顾有准备的人。

朱新礼的诚心和努力感动了无数合作伙伴，他的创新精神和不知疲倦地学习和工作的态度让他一次次走到了行业发展的最前头。

有人说，老朱是一手紧紧拉着企盼富裕的百千万果农，一手把握着瞬息万变的果汁饮料市场。

也有人说老朱之所以从当年一个穷山沟的农民能够走到今天，能够走这么远，这么成功，一是靠他的

## <<汇源模式>>

杰出才干，一是靠他朴实可敬的个人品质，甚至后者更为重要。

《易经》云：“天行健，君子以自强不息；地势坤，君子以厚德载物”。

作为农民的后代，土地的儿子，朱新礼对这句话的感悟无疑是最为直接和深沉的。

“汇源模式”给朱新礼带来了巨额的财富，更重要的是给成千上万的果农带上了小康之路。

可口可乐意图并购，无论结果如何，“汇源模式”都将面临升级。

我们热烈期盼，升级后的“汇源模式”将为中国民族企业开辟另一个更广阔的发展空间！

对此，我们怀抱百倍的信心！

## <<汇源模式>>

### 内容概要

在这个寒风刺骨、抱团取暖的冬天，汇源与可口可乐的并购案却是被传得沸沸扬扬。一向低调内敛的朱新礼也被推向舆论的风口浪尖，在这个寒冷的季节始料未及地狠狠“火”了一把。

朱新礼，山东人。

1992年辞职下海，创立汇源食品饮料有限公司；1993年初，奇迹般地在德国食品博览会上签下了500万美元的大单，掘得第一桶金；1994年力排众议，挥师北上，拉开全国扩张的序幕；2001年后，多次与资本携手，共谋发展，并于2007年在香港联交所成功上市。

他是中国饮料业的王者，他开创了独特的“汇源模式”——勇气+创新+专注+合作=成功！

他敢想敢做，锐意进取，用超常的胆识和钢铁的意志打造的汇源品牌驰名中外；他胸怀大志，关注“三农”，用企业家的魄力和农民儿子的情怀建立的绿色生态产业链造福一方；他悲天悯人，心系天下，身体力行地参与公益慈善活动。

他兼具质朴和精明，热情和冷静，果敢和从容，既能迎难而上，又能激流勇退。

他是上天的宠儿，拥有超乎常人的IQ和EQ。

他的创业、营销、融资都已被人引为经典。

当一切付诸笔端时，朱新礼的精彩人生第一时间链接了读者。

## <<汇源模式>>

### 书籍目录

第一章 非凡的创业者 一、善于创新的村长 二、不惑之年自讨苦吃 三、先人一步的迁都 四、节俭仅是美德？

五、把学习当成爱好 六、谁是最勤奋的人？

七、强烈的社会责任感 八、得道者多助 九、专注铸就成功第二章 独特的用人之道 一、道德是第一道门槛 二、员工的成长真传奇？

三、谁给朱新礼打工？

四、用文化凝聚向心力第三章 坚实的品牌基础 一、品牌源于质量 二、从源头抓质量 三、全面控制生产流程 四、完善的质量控制体系 五、将危机化为契机 六、用质量赢得市场第四章 倾力打造品牌

一、倚重央视影响力 二、“野蛮女友”的美女效应 三、“兵王”的另类营销 四、举起体育营销的大旗 五、借机奥运，向世界营销 六、开辟网络营销新领域 七、旅游也是一种营销第五章 稳健的扩张战略 一、称霸果汁市场 二、果汁还能加点啥？

三、立足国内，放眼世界 四、完善营销布局，实行机构改革 五、产业链扩展，实现绿色生态链第六章 长袖善舞的融资专家 一、战德隆，汇源妙计赎身 二、重渠道，汇源相中统一 三、牵手达能，上市梦圆第七章 从并购中突围 一、朱新礼急流勇退？

二、卖果汁是“以退为进” 三、可口可乐为什么？

四、改朝换代是利好还是利空？

附文：这场并购讨论的价值结束语：冬天更应喝汇源

## &lt;&lt;汇源模式&gt;&gt;

## 章节摘录

1952年朱新礼出生在山东省沂蒙山区一个落后的山村——沂源县东里镇东里村。沂蒙山区历来是穷苦之地，沂源县更是山多地少，是山东省平均海拔最高的县。

自古十年九旱，靠天吃饭。

在那里，贫穷是个普遍的状态。

朱新礼从小就历尽穷困生活的艰涩，也感受到了农民对脱贫致富的极度渴望。

穷则思变。

贫穷能激发人的斗志，它能给人埋下自强的种子，与命运抗争。

贫穷的生活激发了幼年的朱新礼赚钱的能力。

小时候家里虽然很穷，但聪明的他却总是能够想出办法，并且不畏辛劳，跑到山上采草药勤工俭学。

据说他从小交的学费和书费就没向家里要过钱。

那时同学们都不富裕，交费总是拖延，老师就把每学期最早和最后交齐的10个人名单写到黑板上公布，“我每次都是前十名，而且都是自己攒的钱。

”至今说起这些，他还十分自豪。

他是该村第一个万元户，也是全村公认的大能人。

据后来他的身边人“爆料”：他最初是靠驾驶一辆解放牌卡车承包搞运输赚到了钱。

在当时的中国农村，汽车就算是先进生产力的代名词了。

村子里哪天要是来辆汽车，往往会招来一大帮大人孩子，齐拢在周围看热闹。

地方虽穷，但经济也慢慢开始搞活了，运输需求总还是少不了，回报也还丰厚。

劳动致富，发家有路。

朱新礼成了众人羡慕的对象。

80年代前期，为了帮助乡亲们脱贫致富，党中央号召先富起来的党员干部要起带头作用。

一人致富不算富，带领大家致富才算富。

具有非凡创业创新能力的朱新礼得到了村里人的一致认可，被推选为他们的致富带头人。

当时的东里村是一个有800多户、3000多人的村庄，村里人多地少。

也许是与水果有着与生俱来的缘分，1983年，三十刚出头就被选为村主任的朱新礼，为了让村里的乡亲们能过上好日子，他连续很多个晚上睡不着觉，他寻思绝不能再像过去那样还领着大伙种老玉米，种麦子。

他知道那条老路不是一条致富路，要致富必须进行创新。

顶着巨大压力的年轻村长号召大伙去种葡萄。

葡萄能当饭吃吗？

有人怀疑，有人埋怨，据说还有人层层告状。

朱新礼为了说服大家，曾在一个月内八次驾驶大客车载着乡亲们去胶东地区参观，学习种植葡萄的先进经验和技能。

他还借钱买回了葡萄苗并请了专业技术员，葡萄第二年就可以挂果，第三年每亩就可收获4000—6000斤，那时每斤卖到2元钱，再加上葡萄秧冬天埋到地下，第二年春天剪下来又可卖苗子，收入很高，这一下子就带富了一村人。

为了打消大家最初的顾虑，老朱同志当时还做出了一个非常有号召力的决定：对于种植葡萄的农户，按照种植面积发放粮食。

此举更加坚定了大家的信心。

接着朱新礼又在村里创立了27个企业，把大部分剩余劳力转移到村办企业上去，27个村办企业都办得红红火火。

在东里村，农民不种粮食，却有粮食吃，而且还有了余钱。

这是那里的村民们做梦也想不到事，更让他们想不到的是，种葡萄，让这个人均四分耕地的有名的穷村子，在80年代摆脱了几十年靠国家救济过日子的困境，出现了400多个万元户。

这个贫困山村，成了远近闻名的万元户村、电话村。

## &lt;&lt;汇源模式&gt;&gt;

在80年代，作为一名农村致富带头人，朱新礼是当之无愧的先进典型。

在当时的环境下，这些典型人物的名气相当大，在地方上甚至也不亚于现在的娱乐明星。

那也是一个热火朝天的改革年代。

不过，随着岁月的流逝，这些名字大多数也只是留在老照片上，而朱新礼却是与时俱进，一直干得轰轰烈烈，风生水起，直到今天成为“中国果汁大王”。

朱新礼当时还被评为山东省劳动模范、山东省优秀共产党员。

有了这些成绩，再加上朱新礼永远也不满足于现状的性格，三十几岁的他，作为当地后备干部培养对象，被选送到山东省经济管理干部学院学习。

1991年7月回来时候，朱新礼被委任为沂源县外经委副主任。

在许多乡亲们看来，老朱同志这回可是鲤鱼跳龙门了，当上了国家干部，捧上了庄户人梦寐以求的“铁饭碗”。

皇粮在手，衣食无忧。

可他却觉得这绝不是他真正想要的生活。

用他自己的话说，中国目前不缺政府官员，缺的是企业家。

只有做企业家，才能回到改革开放的第一线，才能通过企业的工业化、市场化运作，用更宏大的手笔，为广大果农闯出一条致富之路，续写自己的富农理想。

老朱的创业模式就是在不断求新求变的思想下酝酿成熟。

而这在当时无异于自找苦吃。

## &lt;&lt;汇源模式&gt;&gt;

## 后记

结束语：冬天更应喝汇源2008年的冬天格外寒冷。

对企业家来说无疑是冰河时代的来临，世界经济整个儿掉进了一个前所未有的大冰窖。

许多刚刚红极一时的明星企业一时间黯然失色，他们的豪言热语虽言犹在耳，但说话的英雄此时的五脏六腑恐已结成百丈寒冰。

朱新礼，汇源果汁的创始人，这个冬天对他而言有着另一番的滋味。

冬天不是果汁销售的高峰期，但是他的汇源果汁(1886.HK)却被卖出了一个大价钱，国际饮料界的老大可口可乐要拿近200亿港元求购他的企业。

这个并购案正待商务部进行反垄断的政府审批。

网络上一时间议论纷纷，支持的大有人在，对老朱的指责也不绝于耳，甚至有人说他是“卖国”，是“投降”，甚至“该枪毙”。

慷慨激昂之余，少了些许理性。

龙永图调侃说，这些说话偏激的朋友，他们在网上发泄舒坦之后，没准正仰脖大灌他们心爱的可口可乐。

其实，生意就是生意，政府自然会有更高明的分析和判断。

爱国也没有错，但民族大义的背后如果少了理性和智慧，那也终将是一场空洞而悲壮的激情“秀”。

还是回过头来说说朱新礼吧，汇源虽然大名鼎鼎，但老朱的名字此前却未家喻户晓，这次并购事件无论最后怎么裁定，朱新礼却注定“走红”了，虽然这让老朱同志有些始料未及。

老朱不是口若悬河的演说家，他更喜欢默默地思考、迅速地行动。

但他的一番“卖猪”论却震天动地，惊世骇俗之余将国人对企业家的认识又上升到一个哲学的新高度。

他是一个大智大勇的汉子。

朱新礼是个低调而朴实的人，他的性情还是一个山东农民的性情。

但是他的魄力和创新却尽显了一位现代企业家的高明。

因此还有人评价他“太狡猾”。

山东出孔孟圣人，也出孙武、孙臆、鬼谷子这样运筹帷幄的兵家大师。

朱新礼在处世上谨遵孔孟先贤的仁义礼智信，但在商战谋略上则尽显其高明的战略和技法。

这次卖汇源的惊人之举，也被外界称为“以退为进、挺进上游蓝海”的战略大转移，老朱的深谋远虑在令人迷惑之余不禁颇生佩服。

正所谓“虚则实之，实则虚之”，要想“不畏浮云遮望眼”，还需“会当凌绝顶”啊。

这大概正是朱新礼一贯高明所在吧。

本人才拙，但仍努力通过本书对汇源的成功模式进行尽可能的深入分析，在编写过程中参阅了大量相关文章和资料，由于来源太广，部分资料和出处难以一一查证，请与我们联系，在此谨表示深深谢意！

最后，要感谢各界朋友的大力帮助和启发，其中包括白庆涛、余洪发、袁代银、徐建昆、岳广春、佟明立、张伟、梁开德、白庆鹤、张卫峰、闫广志、朱志海、闫金良、高凤春、樊怀、成世锋、孙江昆、孙合坠、宇文焕、闫荣花，一并表示感谢！



## <<汇源模式>>

### 媒体关注与评论

我觉得企业确实需要当儿子养，但是要当猪卖。

为什么呢？

这是市场行为，你算得上账要去做，算不上账你就不要去做。

品牌不应该有国界，不应该分人种。

品牌是为人类服务的。

让美国人、美国政府和美国企业对中国企业刮目相看！

——朱新礼民营企业过冬，我想作为一个企业家要学会几个方面，一个要学会看天气，天气是晴天还是雨天，雨天要打伞，晴天要戴草帽。

要学会听天气预报，但是预报要辨证地看，不能一味地听。

我是一个很会赚钱的人，但从做企业的那天起，我就从没把钱放在第一位。

一定要符合国家的利益、人民的利益、社会的利益，这个企业才能长久。

只有敢想有仓 新，敢干有行动，才能满载而归，才能创造更高价值。

专注是需要时间、耐力和眼光的。

——朱新礼语录

## <<汇源模式>>

### 编辑推荐

《汇源模式》适用于企业管理人员阅读。

<<汇源模式>>

#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>