

<<猛牛牛根生>>

图书基本信息

书名：<<猛牛牛根生>>

13位ISBN编号：9787802441378

10位ISBN编号：7802441374

出版时间：2009-1

出版时间：现代出版社

作者：万资姿

页数：312

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>

<<猛牛牛根生>>

前言

牛根生是一位传奇式的人物。

他是50元被卖的苦孩子，却演绎了一个中国企业快速发展的传奇。

他创建的蒙牛，在诞生之初的1000余天里平均一天超越一个乳品企业！

“蒙牛速度”，也成为中国企业的一面旗帜。

CCTV2003“中国经济年度人物”对牛根生的颁奖辞甚至还写道：“他是一头牛，却跑出了火箭的速度！”

”他的蒙牛也因此创下了多项全国纪录，例如：荣获中国成长企业“百强之冠”，位列“中国乳品行业竞争力第一名”，拥有中国规模最大的“国际示范牧场”，并首次引入挤奶机器人，是中国乳界收奶量最大的农业产业化“第一龙头”；蒙牛枕单品销量居全球第一，液态奶销量居全国第一，“消费者综合满意度”列同类产品第一名，同时也是2003年香港超市唯一获奖的内地品牌；蒙牛还是中国首家在香港上市的乳制品企业，并一举摘得“2004年最佳IPO”桂冠。

如今，只要一提到牛根生的名字，就会有无数双耳朵竖起来。

原因无它，只因为其领导的蒙牛事实上与亿万消费者、千万股民、百万奶农及数十万产销大军结成了命运共同体，被人们称为西部大开发以来“中国最大的造饭碗企业”，由此也诞生了一段流传甚广的民谣：“一家一户一头牛，老婆孩子热炕头；一家一户两头牛，生活吃穿不用愁；一家一户三头牛，三年五年盖洋楼；一家一户一群牛，比蒙牛的老牛还要牛。”

<<猛牛牛根生>>

内容概要

他是50元被卖的苦孩子却演绎了一个中国企业快速发展的传奇，他创造了中国民营企业超速成长的最高速度——“蒙牛速度”，他的企业成为“西部大开发以来中国最大的造饭碗企业”，蒙牛的产品是唯一的中国航天员和国家队运动员“双特选产品”。

他名列富豪之榜，却捐出了全部个人股份，成为“中国捐股第一人”、“全球华人捐股第一人”，他还是全世界第一个“牧场联合国”的首创者！

他便是牛根生——一个从副总裁到流放者 再由流放者到行业领袖的“中国经济最有价值的封面人物”！

<<猛牛牛根生>>

作者简介

万资姿：青年学者，人物传记畅销书作者，哲学博士。

著有《庄子的财富：心灵的良策》、《老子的财富：经营的高境》、《孔子的财富：出世的经典》等人物类书籍，并在全国各大期刊报纸上发表文章数十篇。

<<猛牛牛根生>>

书籍目录

作者序 蒙牛背后的“老牛” 第一章 别样牛根生：乳业财富哲学的重写者 一、养牛娃，中国最具影响力的企业家 二、他是财富火箭速度的创造者 三、年轻的蒙牛最豪华的富翁团队 四、拿国际股民的钱办中国农民的事 五、“大陆第一抠”到“全球华人捐股第一人” 六、危巢之下的160亿：有史以来眼泪最贵的一个人 第二章 坎坷牛奶生：逼上梁山 创建蒙牛 一、七位爹娘 不解牛缘 二、从洗瓶工到副总裁 三、功高盖主 流放北大 四、“黄袍加身” 创建蒙牛 五、三“无”之境 艰难启航 第三章 忍者牛根生：闯荡“乳业江湖” 一、与“狮子” 竞跑 魔鬼也是战友 二、向伊利学习 甘为乳业第二 三、收奶“三不干” 共为内蒙喝彩 四、伊利“成功垄断” 老牛“以柔克刚” 五、首轮增资：走别人想都不敢想的路 第四章 战者牛根生：化危机为战机 一、空中诽谤打击 被逼产“巨婴” 二、投毒恐吓事件 写下遗嘱上战场 三、一纸求助总理 “老牛” 狂奔中国 四、“标王” 争霸 化品牌危机 五、风云变幻 “君子和而不同” 六、第二次增资 成熟上市 第五章 未来牛根生：狂奔在世界草原的“猛牛” 一、顺利接班 保障企业未来发展 二、大胆放手 战略创新 三、国际化追求 四、“我和蒙牛还有一个梦想” 第六章 销王牛根生：“老牛” 创新营销战略 一、长袖起舞 铸就雪糕第一品牌 二、三板斧突围困境 三、南海乳桥 “老牛” 侃论营销“大规律” 四、“非典” 时期 “非常” 策略 五、地上运动员 天上航天员 六、“超女” 营销 整合新范式 七、营销就是创造需求 第七章 德者牛根生：“人品至上” 的人才战略 一、哪种人不能和，哪种人能用？ 二、使用即培养 三、蒙牛商学院 四、最佳雇主牛根生 五、牛人牛策 第八章 儒者牛根生：人和的财富传奇 一、“小胜靠智 大胜靠德” 二、给企业安装一颗感恩的心 三、慈善是一种责任 四、用股民的钱办农民的事 五、真诚有品 诚信聚财 六、“口号文化” 聚合众心 第九章 大无牛根生：人有到无最快乐 一、不在所有，重在所用 二、“财散人聚，财聚人散” 三、甘为社会“孺子牛” 四、孝子贤父 大孝大慈 第十章 “牛氏经营法”：一种创新型经营哲学 一、要想知道，打个颠倒 二、一切竞争从设计开始 三、走好“品牌的最后一公里” 四、密集进攻，全力打击一点 五、参观也是生产力 六、“与自己较真” 附录 牛要生经典语录

<<猛牛牛根生>>

章节摘录

得道者多助！

得道者也会面临危机！

轰轰烈烈的奥运会刚刚结束，在我们还沉浸在民族自豪感中不能自拔时，2008年9月，中国人乃至世界人闻“三聚氰胺”而色变——国产品牌的婴幼儿奶粉出问题了，液态奶也出问题了，几千例的结石婴儿随之也来了——连锁的“多米诺骨牌效应”被引爆，包括蒙牛在内的数十家企业的部分产品也被检测出“三聚氰胺”，真是“辛辛苦苦数十年，一下回到改革前”。

一时间，一个显而易见的事实是，蒙牛和牛根生受到了最为特殊的“待遇”：最广的关注、最深的指责和最大的骂名。

作为一个香港上市公司董事长，作为一个受到足够尊重的行业领袖，对牛根生来说，此时的任何言论和举措似乎都是多余的，或者经不起推敲，甚至是负面的：他的“不仅我不知情，我们的团队也不知情。

”被认为是假装、隐瞒，甚至是欺骗。

他的“处理不好事件，我就辞去董事长。

”被解读为做秀，甚至是糊弄。

他的“含泪万言书”，被定性为不合时宜的公关手段，甚至被抓到“蒙牛是假民族品牌”的“破绽”和“辫子”。

此时明白人不禁会感叹：企业家难当，著名企业家更难当，当牛根生这样的标杆型企业家难上加难。沧海横流，方显英雄本色！

此时，无论是与非，无论长与短，牛根生和他的团队都还是坚决地、彻底地、完全地负起了全部的责任。

危机面前，责任当头！

事故发生的第二天，也就是2008年9月17日，牛根生携蒙牛发表声明，在对全国消费者表示道歉的同时，做出三点承诺：第一，将不合格的婴幼儿奶粉全部召回。

由此产生的所有费用由蒙牛公司承担。

相关产品的生产线停产整顿。

对因食用上述批次奶粉造成身体疾患的消费者，将按照国家标准加倍赔偿，5年内查出由此造成的疾患蒙牛负责到底。

第二，从即日起蒙牛集团将委托国家及地方相关检测机构，对蒙牛所有产品进行全面检测。

检测结果将于几天后予以公告。

第三，为了维护奶农的利益，凡经检验合格的原奶将继续收购。

牛根生也在内部会议上郑重宣布：大品牌要负大责任。

要坚持一贯的“始终将消费者的安全与健康放在第一位”的立场，宁可轰轰烈烈地死掉，也不能猥猥琐琐地活着。

经历过全力堵漏、紧急救奶之后，牛根生还陆续派出8000多名员工投入到这场确保“万无一失”的战斗中，为奶农与消费者同时保障了安全。

在奶站装满牛奶后，对每辆奶车的罐口都要进行严格铅封（一次性的），到了工厂后才可以启封开罐。

交完奶后，奶罐车在这里统一接受“三洗”，酸洗一遍，碱洗一遍，开水和蒸汽烫一遍。

这一做法由蒙牛于2000年在全国首创，保证后续奶源在这个环节不受微生物感染。

据有关资料显示，洗与不洗，细菌数相差60倍。

解决奶源安全问题，牛根生和蒙牛正在两条腿走路：一是大力推进牧场现代化建设，除了发展万头、千头、百头现代牧场以及养殖小区，还将着力推进奶联社等养殖模式。

二是加强奶站管理，除了上面所说的“三盯一封闭”，蒙牛还准备给奶站安装摄像头，24小时监控，让掺假没有机会，同时，条件成熟时，可让奶农以奶牛及奶站入股企业，形成奶农与企业“利益一体”的新型股份制模式。

<<猛牛牛根生>>

责任面前，责无旁贷！

责任面前，老牛也背负着巨大的压力——除了产品质量问题，牛根生深陷被外资收购的危机。这是关系到继汇源之后又一个民族品牌是否会沦落到外资手中的问题。

此时，牛根生又一次高举起了民族的大旗！

然而，不经意间，网民却被这位铁血硬汉的眼泪模糊了——在一次企业家聚会上，叱咤风云的牛根生面对柳传志、傅成玉、田溯宁、马云、郭广昌、俞敏洪等诸多中国企业家谈及蒙牛控制权可能旁落外资时不经意间落下了眼泪。

男儿有泪不轻弹。

牛根生确是遇到了难以逾越的门槛：股价暴跌，导致蒙牛股份在价值上大为缩水，老牛基金会抵押给摩根士丹利的股票也面临被出售的危险，境外一些资本大鳄蠢蠢欲动。

虽然瑞银在此前的研究报告中对蒙牛做出卖出评级，但瑞银一面唱空一面做多。

8月22日，瑞银持股比例为7.99%，在蒙牛停牌前后曾减持至7.71%，但在持续对蒙牛唱空之后，9月25日，瑞银却突然买入，持股比例达到12.23%。

由此可见，在蒙牛股权较为分散和股价较低的情况下，众多对蒙牛感兴趣的外资都有可能成为潜在的收购者，只要有人趁机在这个时候将蒙牛抵押在摩根士丹利手中的股权收购，就能轻而易举超过牛根生与其管理层26.48%的股权，进而取得蒙牛的实际控制权。

“即便是白送了弟兄们，也绝不愿被外国人买走！

”，老泪纵横的同时，牛根生也没忘记加上一句大义凛然的表白。

牛根生的这滴眼泪真是太有价值了！

立刻得到了众多国内重量级企业家的支持和援助：柳传志连夜召开联想控股董事会，将2亿元打到了老牛基金会的账户上。

俞敏洪二话没说，火速送来5000万元。

<<猛牛牛根生>>

媒体关注与评论

小胜凭智，大胜靠德。

财散人聚，财聚人散。

一个人智力有问题，是次品；一个人的灵魂有问题，就是危险品。

经营人心就是经营事业。

一个产品，抓眼球，揪耳朵，都不如暖人心。

直接去举一千斤的人，笨蛋；四两拨千斤的人，聪明。

财富不在口袋里，而在脑袋里。

脑袋决定口袋。

以蒙牛事业为己任，不以蒙牛利益为已有。

做正确的事，再把事情做正确。

用辅导代替领导，用服务代替营销，用期许代替要求。

成功是优点的发挥，失败是缺点的积累。

太阳光大，父母恩大，君子量大，小人气大。

不修改目标，只修改手段。

——牛根生

<<猛牛牛根生>>

编辑推荐

《猛牛牛根生》：：创新年代系列。

牛根生简介1954年，牛根生出生于内蒙古。

1978年，牛根生成为呼和浩特大黑河牛奶厂的一名养牛工人。

1992年，牛根生担任内蒙古伊利集团生产经营副总裁。

1998年底，牛根生被内蒙古伊利集团免去生产经营副总裁一职。

1999年，牛根生创办内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司并担任董事长兼总裁职务。

2002年，牛根生领导的蒙牛集团销售额突破21亿元，在全国乳制品企业中的排名由第1116位一举跃升至第4位。

同年，牛根生获得的荣誉有：“2002年中国十大创业风云人物（之一）”；“2002年中国经济最有价值封面人物”；“中国民营工业行业领袖”。

2003年，牛根生领导的蒙牛集团借助“神五升空”的出色营销，销售额再次翻番，达到近50亿元。

同年，牛根生获得“2003年中国企业新领袖”：2003CCTV“中国经济年度人物”。

2004年，牛根生携蒙牛成为国内第一家在香港上市的乳制品企业。

同年，荣获“中国策划最高奖”。

2005年，牛根生捐出个人股份，成立“老牛基金会”，成为“中华捐股第一人”，并荣膺“中国优秀品牌领袖”。

2006年，牛根生荣获“2006年中国改革年度人物”大奖。

2007年，被评选为“2007紫荆花杯杰出企业家”和“中国十大慈善家”。

2008年，“三鹿奶粉”事件发生后，牛根生成功攻关，带领蒙牛开始新的征程。

<<猛牛牛根生>>

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>