

<<蒙牛财富哲学>>

图书基本信息

书名：<<蒙牛财富哲学>>

13位ISBN编号：9787802446984

10位ISBN编号：7802446988

出版时间：2010-7

出版时间：现代

作者：万资姿

页数：311

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>

## <<蒙牛财富哲学>>

### 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。”

## <<蒙牛财富哲学>>

### 内容概要

《猛牛牛根生》是介绍牛根生的创业人生。  
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f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”！

## 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。

## &lt;&lt;蒙牛财富哲学&gt;&gt;

## 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他生下来，连父母都还没看清，就被卖了，做了与自己原本毫不相干的两个人的儿子！他的出生原本和牛一点关系都没有，可是满月后就再也没有离开过牛！他是一个养牛娃，却成就了两个著名品牌：伊利和蒙牛他遭遇“从副总裁到流放者”的人生坠落，却最终成为“中国民营工业行业领袖”！他或许并不精通股市，但他带领蒙牛却成为了中国第一家在香港上市的乳制品企业，在香港股市创造了最高的认购率！

他是既无政治背景，又无家族遗产的草根人物，却成为了中国最具影响力的企业家！他“粗人”一个，却是“中国十大创业风云人物”，甚至成为了“中国经济最有价值封面人物”！他不是人大、政协、党代表，却甘愿成为“种草养牛的工人农民的儿子”，以及“全体消费者的仆人”。

他多年前还是一个“穷光蛋”，却打造了中国最豪华的富翁团队！他创立的蒙牛是年轻的，但他却立志为父老乡亲建立一个“百年老店”，为国家民族打造一个世界品牌他几经波折，终于名列富豪之榜，如今却又让自己重回“穷人”怀抱！

他是“大陆第一抠”！他也是“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！他更是财富火箭速度的创造者！

他是谁？他就是中国乳业财富哲学的重写者——牛根生。

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 坎坷牛根生：逼上梁山创建蒙牛很多人说，蒙牛的发展是一个奇迹！然而，蒙牛的故事不是从奇迹开始的，而是从坎坷的牛根生开始的，是一个草原人的故事！牛根生的奇迹是他自己创造的，或许少年时期那段艰难时光里的磨难给了他不断坚持和奋斗的力量。

一、七位爹娘不解牛缘二、从洗瓶要到副总裁三、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”经过一系列虚拟经营的运作之后，牛根生带领蒙牛渐渐进入了正轨。

经过前期的能力蓄积，蒙牛1999年完成了销售额4400万元。

但这样一个成绩，在牛根生那里根本“不值得一提”；加之，蒙牛和伊利的关系在蒙牛诞生时就很紧张，尤其是虚拟经营之后，双方争夺更是激烈。

于是，此时的牛根生在自己的名片上写上了这样一段对“牛”的评价：吃苦、勤劳、坚韧不拔。

在我们企业文化里面，成功是优点的发挥，失败是缺点的积累。

巨大的成功不是力量而是韧性，成功的秘诀是将平凡的事情做得不平凡。

有业内人士认为：牛根生之所以“牛”，很重要的一条，是因为牛根生带领的蒙牛一开始并没有把自己当作“牛”，而是把自己当作一只弱小的羔羊，需要时时刻刻左顾右盼，提防着被凶猛的对手掠夺，弱小的蒙牛像羊吃草一般，一个市场一个市场地去吃，一个区域一个区域地去吃，终于吃出了一个广阔的市场，吃出了一份可观的市场份额，吃成了一头壮实的“猛牛”。

牛根生很聪明，在1999-2002年群雄逐鹿的内蒙古乳业战场，没有精良的武器装备，没有先进的战略战术，自己可怜的资本还不够泛起一个涟漪。

因此，重新入战场的第一天起，牛根生一直在忍耐。

他知道，必须“忍”，只有“忍”受住了东家的围堵、甘心忍受屈居第二，并在一系列“忍”耐之举中实实在在地打造出一个中国乳业的奇迹。

一、与“狮子”竞跑魔鬼也是战友二、向伊利学心甘为乳业第二三、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：化危机为战机在牛根生的传奇人生中，非商业的干扰总在如影随形。

从2003年到2004年，媒体质疑、诽谤蒙牛和牛根生的“暗流”在继续涌动。

一些地方“黑势力”借助“投毒”等手段威胁、恐吓蒙牛的事情也开始接二连三地发生。

调查结果令牛根生黯然神伤：一直被牛根生称为“竞争队友”的某企业，竟为此事变相签订了高达600万元的合同金额，诽谤新闻稿件涉及数十家媒体、近百篇稿件。

## &lt;&lt;蒙牛财富哲学&gt;&gt;

直到今天，最让牛根生忧心的依然是非商业性的风险。

在他看来，这远比内部的危机感来得更猛烈。

但牛根生同时感谢这样的“竞争”，他笑着调侃：“一个人怎么打比赛呢？非商业行为的打击帮我做了很多事情，只要稍微有一点走得不对，人家就帮忙‘砍’。

”这就是战者牛根生，他永远在化危机为战机的过程中实现其战斗目标一、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，化口碑危机五、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：狂拜在世界草原的“猛牛”正当蒙牛大迈步走向“世界牛”之际，2006年，牛根生宣布退出总裁职位！退出总裁职位，牛根生将何去何从？

是效法比尔·盖茨，参与公司经营，还是满足于董事长地位，从幕后控制蒙牛？对竞争对手的淡定之余，老牛对自己的未来也十分从容：“世界上少了任何人都没什么问题。

蒙牛少了任何人，也一样会向前发展——当然，这里有一个前提条件，制并度设计要跟上。

”说这句话的时候，牛根生已经摆脱了繁杂的日常事务，而是着眼于“遥控着他的蒙牛团队继续狂奔于世界草原”的战略规划……一、顺利接班保障企业未来发展二、大胆放手战略创新129三、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”创新营销战略纵观牛根生的经营历程，传播成就营销、营销成就品牌，一场场精彩的品牌传播、营销活动不仅成就了早期的伊利，也铺就了蒙牛塑造强势品牌的成功之道。

对此，牛根生是一个有胆识、有大魄力的人，堪称中国销王的他当孙先红等人提交“神五飞天”和“超级女声”等活动的策划书时，全然授权，大力支持，不可不谓全心信赖。

这样一个有魄力的非凡的人，就像一个发光体，自然能聚集更多的精英人才，推动蒙牛快速地向向前奔跑。

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2007年5月16日，牛根生参加了由中央电视台经济频道、中央电视台广告部和绍兴市委宣传部联办的“CCTV中国经济年度人物大讲堂”。

在讲坛中，牛根生围绕品牌、创新、人才、平台等“热门词”，结合自己的经验摆事实、讲道理。

在谈到用人时，他说企业人才战略的关键在“人品”，主张先做人、再做事，推崇德才兼备，鄙视小气和脾气。

在蒙牛，做人是第一位的，人品等于产品。

也等于企业的品格；而做人的方方面面，首先从干部做起，从严于律己做起，而管理干部中，高扛德字“帅旗”的，正是总裁牛根生。

……第八章 儒者牛根生：人和的财富传奇第九章 大无牛根生：从有到无最快乐第十章 “牛氏经营法”：一种创新型经营哲学

章节摘录

插图：2.超常思维战略创新只做舵手的牛根生，虽然已大胆放权了，不过，在属于其管的事务上却毫不含糊。

牛根生表示，他今后的精力将主要偏向乳业行业方面。

“为行业做事会更多一些。

我是中国乳品行会的副理事长，又是奶业协会中的一员，现在我不插手蒙牛具体业务，除了做基金之外，我可能会做协会的事情多一点，而且中国的协会和亚洲的协会要成为世界第一，可能也不远。

”而在主动请辞一事上，牛根生却认为，自己退出所有的职位后，在圈外可能要比在圈内发挥的作用更大。

“作为蒙牛的股东，作为蒙牛的创始人，我觉得作用可能比股东和董事长、总裁本身，对蒙牛、对这个行业的作用会更大。

”牛根生自信地说。

牛根生觉得，自己拿出更多的时间做做行业的事儿会更好一些。

“因为企业本身也有点狭窄。

现在我已经不是奶业协会和乳品工业协会的副理事长，到那个时候，我觉得拿出更多的精力去做乳品行业的事儿，做奶业协会的事儿，可能对我来说更好，把那么多的企业，那么多地区的乳业发展得更好，这个愿望可能是我内心深处想得更多的。

”为此，他将继续发挥其超常思维，努力致力于行业发展与企业战略创新。

在此，关于牛根生的超常思维，了解蒙牛企业文化的人都知道，牛根生常说：别人看似冒险的事情，我感觉是安全的。

什么叫安全？

超乎常人的冒险就是安全，常人没有想到的事，肯定是安全的，因为别人还没有想到那个区域，那个区域就是我的！

<<蒙牛财富哲学>>

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



<<蒙牛财富哲学>>

编辑推荐

《蒙牛财富哲学:猛牛牛根生》是由现代出版社出版的。

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>