

# 《蒙牛系创业传奇》

## 书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2016年01月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：

国际标准书号ISBN：9787517116806

## 编辑推荐

揭秘牛根生和老蒙牛人奉为圭臬的企业文化和行为准则，探寻蒙牛高速发展的DNA。

蒙牛乳业集团原宣传部长数易其稿，耗时三年之作。

蒙牛乳业集团原副总裁孙先红、蒙牛COO白瑛、蒙牛乳业集团助理总裁胡苏东、中央电视台品牌顾问、著名品牌营销战略专家李光斗、蒙牛乳业集团助理总裁胡苏东联袂推荐。

## 内容简介

全书主要围绕当年蒙牛各事业部的大区经理、主管一方的“战区司令”等精英人物展开论述，讲述了他们经过金戈铁马的奋斗之后，带着老蒙牛人不服输的创业信念和与自己较劲的企业文化，再次扎堆创富的故事。

这批蒙牛系的创业者分布在乳业这支产业链条上或者相关产业，在祖国各地遍地开花，有的在创业伊始就如同当年的蒙牛速度甚至超越了当年的蒙牛战绩，结出累累硕果。相信读过此书的人，一定会从中汲取到丰富的营养和管理智慧！

## 作者简介

郭万富,毕业于内蒙古大学新闻系，高级品牌管理师，高级企业文化管理师，先后担任内蒙古晨报记者，采访中心负责人，内蒙古蒙牛乳业（集团）党委宣传部部长；2009年自主创业，内蒙古和君伟业管理咨询公司创始人。

汉明，资深媒体人，财经作家，先后毕业于内蒙古大学中文系和清华大学EMBA媒体班，著有《八百年不败的温州商魂》《扣对第一颗纽扣——维多利商业智慧》等书。

## 目录

### 引言

第一章看着地图做企业与领头驼文化

企业档案

以实业思维，做马铃薯文章

选择一个很高的坡，然后开始滚雪球

手松开的时候，恰恰钱赚得最多

找到事实的真相

领导人践行的文化才是企业文化

微演讲：诚信+坚持=成功

微倡议：全民创业之前应是全民劳动

“蒙牛系”命名的小故事

第二章跟踪世界潮流与清晨鸟文化

企业档案

改变卫星云图的事业



[显示全部信息](#)

## 前言

### 序（一）草原星辰落四方，“蒙牛系”创业传奇

有人写书是靠灵感而成，有人写书是靠亲身感悟和汗水积聚而成。毫无疑问《蒙牛系创业传奇》这部作品是靠后一种方式完成的。这样的作品，令人倍感敬意。

时代在催生新的事物，古树可以发出新芽。十多年前，蒙牛从大草原拔地而起，狂飙大江南北。今天，“大众创业，万众创新”正成为新的潮流。

如果说从《蒙牛内幕》里，我们看到了一个人与一个企业火箭般的发展速度及巨人般的成长历程；那么在《蒙牛系创业传奇》里，人们将看到八个人，都与那第一个人有关，共同构成了扩大版的“蒙牛人”。今天，“蒙牛人”分散在几个不叫蒙牛的事业里，他们好像不约而同地走在续写民营蒙牛的下一篇章。

我非常赞同一位创业者的话：成功总是一波一波的，而不是一个一个的！通过《蒙牛系创业传奇》，我们看到了在蒙牛本土默默奉献、修缮地球的和盛生态，看到了从草原南下山西从事另一种乳业的智天然集团，看到了横跨国民经济第一、二、三产业，从事草、乳、肉全产业链的田牧实业，看到了中国最大的马铃薯公司—民丰薯业等九家蒙牛系企业，这一切都与国家近年来对中小微企业的大力扶持息息相关。

## 草原星辰落四方，“蒙牛系”创业传奇

时代在催生新的事物，古树可以发出新芽。十多年前，蒙牛从大草原拔地而起，狂飙大江南北。今天，“大众创业，万众创新”正成为新的潮流。

我非常赞同一位创业者的话：成功总是一波一波的，而不是一个一个的！通过《蒙牛系创业传奇》，我们看到了在蒙牛本土默默奉献、修缮地球的和盛生态，看到了从草原南下山西从事另一种乳业的智天然集团，看到了横跨国民经济第一、二、三产业，从事草、乳、肉全产业链的田牧实业，看到了中国最大的马铃薯公司—民丰薯业等九家蒙牛系企业，这一切都与国家近年来对中小微企业的大力扶持息息相关。

换个角度讲，全国应该有更多个蒙牛系为国家站台。在大众创业、万众创新的时代，有社会分工的企业越多越好。

全书主要围绕当年蒙牛各事业部的大区经理、主管一方的“战区司令”等精英人物，讲述了老蒙牛人以曾经的金戈铁马精神和不服输的创业信念，以及与自己较劲的企业文化，带领大量的老蒙牛人再次创富的传奇故事。这批蒙牛系的创业者分布在乳业这支产业链条上的各个环节或者相关产业，在祖国各地遍地开花，并且在创业伊始，有的就以当年的蒙牛速度甚至超越蒙牛的速度迅猛发展，结出累累硕果。用这些创业者的话讲就是“朽聚一团火，散作满天星”，表达了他们对创业的信心。

相信读过此书的人，一定会在这些蒙牛系企业家的传奇中收获比我更多的体会，汲取到丰富的营养和管理智慧！

内蒙古自治区工商联（总商会）副会长

呼和浩特市工商联主席

2015年7月

九九归一忆蒙牛

放眼中国西部13亿亩草场的内蒙古自治区，我们看到了中国乳业双雄之一——曾一度领跑中国乳业5年之久的蒙牛乳业集团，它创造了中国乳业发展史上的神话，成为一家著名的、受人尊敬的中国企业。本人作为跟随蒙牛起步的咨询策划机构负责人，对蒙牛创业16年来的一点一滴都十分关注，倒不是因为蒙牛创造的经济效益，而是我亲眼看到了蒙牛把成千上万的员工都培养成了职业经理人的社会效益。

大草原的七月刚过，从祖国传来信息，曾经在一个战壕里战斗过无数岁月的老部下郭万富，让我为他的这本《蒙牛系创业传奇》写序。我在电话里听万富讲完这本书的创意和人物，顿时感觉意义不凡。书中写了八个人，如果加上万富自己，他们正好九个人，九九归一是蒙牛，真是有根有叶好大一棵树啊！这种情况下，让我对他们的创业评头论足实在不配，为书写序也让我顿觉诚惶诚恐。但万富再三要求，作为蒙牛的部门同事，我实在不好推辞，遂在美洲聊续几句感想，谨表对蒙牛系创业弟兄们的赞赏和支持。

一提起这批创业者，我立刻想起在蒙牛工作的日日夜夜，也能感受到他们今天在创业路上遇到的艰辛。更让我激动的是，蒙牛文化在他们身上依然熠熠生辉，他们的共同点竟然都是怀着蒙牛人的感恩文化、责任文化，为国家、为社会、为股东、为消费者、为社会各方提供着优质的公共产品和公共服务。作为从蒙牛第一代创业者中退下来的人，看到这批“牛二代”的创业与崛起，我立刻感觉那份精神财富的再次闪耀！

同时，我祝愿广大创业者和青年学子们，在“大众创业、万众创新”的时代背景下，一定要本着谋事要实、创业要实、做人要实的“三实”精神，在创业路上发挥聪明才智，让自己的人生更加精彩，也期盼伟大的祖国在“互联网+”这个浪潮下涌现出更多的世界级的新型企业家。

片语匆匆，算为序。

孙先红

[显示全部信息](#)

在线试读部分章节

冰淇淋？是的，鲜奶冰淇淋！

“真爱的情侣们都在吃纯粹健康的鲜奶制造冰淇淋！”2015年情人节前夕，一组漫画在微信朋友圈疯传，鲜奶制造冰淇淋直接叩击着诸多情侣的心房。

2015年元月，田牧冰淇淋成功投产。市场的不断细分使得冰淇淋产品也逐渐多样化，而琳琅满目的冰淇淋产品，倒逼消费者选择更加纯粹的鲜奶冰淇淋。

田牧冰淇淋旗下的主打产品——“金钻”与“银钻”，正是为了迎合当下消费者的心理诉求，采用草原牧场的纯鲜奶为原料，口感清淡却奶香浓郁、唇齿清爽。集饮食健康与

优质口感于一体的“金钻”与“银钻”，一经面世就受到了众多消费者热捧。甚至有的消费者将“金钻”与“银钻”的独特产品口感诉诸文字，主动与田牧实业交流其对产品的口感体验。

在田牧冰淇淋旗下的“雪蒂龙”（“金钻”“银钻”）、“悠致生活”“雪醇”三大系列21款高品质冰淇淋产品中，既有消费者记忆中熟悉的老味道，还有符合当下冷饮新风尚的独特滋味。

从2008年开始，哈根达斯、DQ、百吉乐、31等国际知名冰淇淋品牌陆续进入中国市场。数据显示，中国冰淇淋产业正以每年30%左右速度增长，预计2015年中国冰淇淋市场容量将达1100亿元。庞大的市场容量和广阔的市场前景，加快了国外知名冰淇淋品牌进入中国的速度。

国内，伊利、蒙牛等几乎所有的乳品企业都在操作冰淇淋产品，在消费市场潜力评估方面已十分成熟。田牧实业总裁刘瑞在蒙牛集团担任市场总监时，深谙国内冰淇淋市场。在他看来，随着中国新兴中产阶级的崛起，冰淇淋市场已经从功能消费阶段跨入休闲消费阶段，未来两到三年内，中国冰淇淋行业将迎来新一轮井喷！

目前，国内市场每年仍有1000多亿元的市场容量。正当伊利、蒙牛等乳业巨头降低对冰淇淋产业的关注度时，田牧实业无疑迎来了一个机会，即一步到位抢占高端市场的机会。老牌企业产品升级难度大，田牧实业可以借助自有成熟团队和健全营销网络，与国外冰淇淋巨头展开激烈竞争。

田牧实业继收购塞北雪乳业后，又借力天辅乳业，整合鲁牛乳业，现其年产量已达3.6万吨。

牛肉？是的，排酸牛肉！

田牧实业第三大产业就是肉业。中国肉业市场目前是一个蓝海市场。在发达国家，牛肉消费占比在肉类消费中居于垄断地位；在中国，猪肉消费量长期稳居第一，但随着国内经济的发展和人民生活水

平的提高，这种消费趋势在逐渐转变，牛羊肉占比逐年增加，猪肉占比逐年下降，且愈演愈烈。



[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)