

29 岁小伙创业 欲打造农业版阿里巴巴

他，精明且敢为，意外发现促使他开发了B2B 农产品信息平台；他，重公益也重商业，强调经营管理必须用商业手法，但做事却要有公益心态。和中国互联网一起长大，今年 29 岁的刘延天从高中开始就有一个梦想——创办一家“伟大的互联网企业”。

2006 年偶然参加的一个公益活动，山区小女孩一句让他感动的话，激发了他的创业激情，于是有了成都新文化商务有限公司。立志贴着地气为 8 亿中国农民同胞提供“信息平等”服务，经过艰苦筹备，2008 年 6 月，汇农网正式上线，被称为“农民版微博”。目前，他正在利用汇农网旗下的手机移动版“汇农通”发展手机平台，他希望不久的将来，有 1 亿以上的“新型劳工”通过这个平台找到工作。中国 IT 界，刘延天最欣赏的人是马云，他希望自己的汇农网有朝一日能成为中国最大的网上农产品交易市场，从而成为中国三农产业的“阿里巴巴”。

创业启蒙：创业就想让农村富裕一点

“创业的想法高中时就有了，但因为种种原因，一直没有动手实践。”成都新文化商务有限公司董事长刘延天一边悠闲地沏茶，一边对记者回忆道。

2006 年，刘延天以志愿者身份参加了政府部门组织的一个公益活动——到南充某个山村放电影。“中午吃饭，看到很多小孩在啃甘蔗，不吃饭。”刘延天说，后来问了才知道，这些孩子交不起每月 15 元的伙食费。“当时很震撼，15 元对城里人太微不足道了。”

随后刘延天等人将随身携带的蛋黄派、沙琪玛等食品分给小朋友们吃，但其中一个女孩就是不吃，问她为什么，她很紧张地回答，“我想带回家给妈妈吃，她没有吃过。”

“当时在场所有人双眼都包起了眼泪花，那种感觉无法形容，当时就想，能不能做点事情，让他们富裕一点。”刘延天后来想到，可以通过一定渠道把当地产的农产品帮忙卖到城里。

胡敲乱打选准汇农网

2006 年，参加公益活动后不久，刘延天和其他两个伙伴凑了 3 万元，注册成立了成都新文化商务有限公司。“当时也没有清晰的定位，和很多互联网企业一样，试着做一些代理、软件外包等业务。”刘延天说，创业往往是最没有固定思路的。

后来试着做农家乐项目，结果农家乐没有搞成，却意外发现为农民做信息服务很有市场。2008 年 6 月，汇农网正式启动，并于当年年底正式上线，目标就是为广大涉农企业、农业合作社、种养大户和农资生产经销商提供 B2B 平台会员服务。

“中国有 8 亿农民，但真正为他们提供平等信息服务的平台却很少，如果我们把这个网站做成一个类似百度、谷歌的平台，让农民可以自由获取种养、销售等方面的信息。如果这个信息对他有用，他就去用，并且可以传播，我们提供免费的传播平台，就像微博转发一样。”刘延天把他的网站比喻为“农民版的微博”——免费转发、免费共享。

业务拓展“用工荒”启发手机求职平台

在汇农网的基础上，刘延天又开发了其手机移动版——“汇农通”软件，“田地里干活的农民只需掏出手机，对着农产品一键拍照，一键上传，就能发送最新的农产品信息。”

今年年初，“用工荒”遍布中国东南沿海各大企业，甚至蔓延到西部地区。受此现象启发，今年年初开始，刘延天又开发出了手机求职平台。

今年 18 岁的小敏是四川雅安人，刚到成都找工作，经一位老乡介绍后，她用自己的手机在刘延天的汇农通上注册了一个账号，并注明自己



想找“餐饮服务员”的工作，没想到两天后城南一家火锅店老板给他打电话，问她愿不愿意到他们店里工作，了解了工资待遇后，小敏决定去这家火锅店工作。

像小敏这样在汇农通手机求职平台上找到工作的，占了汇农通注册用户 20%，“招聘信息的到达率大约为 40%-50%。”刘延天说，目前已有 200 多家企业通过上传企业营业执照而在汇农通手机求职平台上发布了自己的招聘信息，“这些企业的信息都是经过我们审核的，如果有作假成分，将立即被拉进黑名单，以确保信息真实性。”

未来目标：产值不重要用户是关键

成立两年多，虽然已获得了“优秀创业企业”等多个称号，但汇农网的产值并不是很高，2010 年产值 210 万元左右，主要是通过向企业收取会费来实现的。对刘延天来说，产值不是最重要的，用户才是。未来几年，他希望能有 5000 家以上的涉农企业、10000 个种养大户服务。希望能有 10 万手机用户来使用汇农通移动版。关于手机求职平台，希望未来 5 年能有 1 亿技工通过他的平台找到工作。

“只要用户拓展得好，产值也就不是问题了，上市也是水到渠成的事。”目前，汇农网的产值主要通过向企业收取会费来实现，但将来，刘延天希望通过收取交易佣金，以及引入广告营销后，通过广告收费来实现产值。

（摘自《华西都市报》牛莉 / 文）

打“怀旧”牌 80 后创业办“公社”

革命标语写上红砖墙，革命歌曲时时播放，处处体现“公社”特点。日前，市城区滨江路一家打着“东方红公社”招牌的餐馆吸引了不少市民的目光。80 后创业者孔志表示，开这样一家特色餐馆是为了再现激情岁月，帮助父辈追忆青春岁月。

走进“公社”，犹如回到了上世纪六七十年代。大厅挂满了六七十年代的剪报，墙上贴着“自力更生、艰苦奋斗”“鼓足干劲，力争上游”等具有鲜明时代特色的标语，吃饭时播放的则是《东方红》《三大纪律八项注意》等革命歌曲。

孔志介绍，作为服务员工作服的仿制“绿军装”也即将到位，“就是想从每一个细节入手，在餐馆中再现人民公社时期的红色文化。”谈及开办这样一家以“人民公社时期的红色文化”为主题的餐馆，孔志说，一方面是经常看到父辈总想回曾经当知青的地方去看看，另一方面是认为遂宁特色主题文化餐饮店少，于是借鉴其他地区的创意开了这样一家主题文化餐饮店。但在搜集资料和实物的过程中，出生于 80 年的孔志触动很大：“以前听父辈讲起一些往事还不大相信，认为是夸大的故事。现在开始理解父辈了。”

餐馆开业后的确吸引了不少怀旧忆苦的中老年顾客，也让一些追求新奇的年轻人前来光顾。而让孔志与他的创业伙伴感到兴奋的是，一位到遂宁洽谈投资的台商连续两天晚上到店里吃饭：“他认为在这里能感受到了一种特别的文化氛围。”

面对是否以红色文化为宣传噱头的质疑，孔志摇头否认，他认为这是餐厅的特色，并不以文化做噱头。但他也不否认，希望以这种独特的就餐文化和形式来招揽顾客，“希望来就餐的顾客，从中体会到现在富裕生活的来之不易。”

而孔志内心还有一个想法：“创业是不易的，但是父辈走过了那样的艰苦岁月，走出了自己人生的精彩，我们也希望以这样的精神激励自己，艰苦创业。”孔志为此还专门引用了一条革命标语的内容：坚持劳动，继续革命。

（摘自《四川在线》）

斯日吉噶瓦:在马身上找到生财之道

“天苍苍、野茫茫，风吹草低现牛羊”这是内蒙古大草原留给人们的美好回忆，可是如今，由于保护草场的需要和一些新型交通工具的使用，号称草原上最便捷的交通工具——马的产业逐渐萎缩。在内蒙古赤峰市阿鲁科尔沁旗，有一个人却在一次次的意外惊喜后，重新在马的身上找到了生财之道。



养马走上致富路

这是内蒙古赤峰市阿鲁科尔沁旗的一处牧场，牧场的主人叫斯日吉噶瓦，2007 年 5 月 18 日一早噶瓦带着牧场里的工人们训起马来。每年的这个时间，牧场里都会经历这样一段人仰马翻的艰难时刻，但是这一刻对噶瓦来说也是最重要的。因为 5 月份是噶瓦牧场销售旺季。他都要在客商来草原买马之前把蒙古马训老实，方便顾客挑选。

蒙古马有个特性就是始终处于半野性状态，加之经过一个冬季的放养，野性更足了，一般人很难接近。斯日吉噶瓦告诉记者：“好马可以卖到一至两万。我快 60 岁了，这个年龄是不行了，年轻人还可以。原来这马我不用人，我自己不用套马杆，进去抓住马鬃我就能把马制服。”

斯日吉噶瓦说的可不是大话，身为马背民族的子孙，噶瓦从小就爱马，但是他万万没有想到自己养马的规模能发展到 300 匹以上，成为牧区中为数不多的百万富翁。

专门养马前噶瓦一直从事运输生意，1995 年时他已经有近 20 万元的积蓄。养马对于他来说只是个人爱好。在牧区，牧民家里有 5、6 匹马是很平常的事情。可是打从 20 世纪 90 年代开始，机械化的普及让蒙古马在人们生活中的用途越来越少。牧民们开始纷纷卖马，蒙古马的数量每年以 1000 匹递减。

邻居有零星卖马的，噶瓦看着有好马就买回来，久而久之，从 7 匹、10 匹、20 匹，他成了村里有马最多的人。因为有这样的基础，有些外地的爱马之人打听到噶瓦这有马，于是就过来看马。1996 年一个天津老板的出现彻底颠覆了噶瓦对蒙古马的认识。

斯日吉噶瓦说：“天津人看中我家的枣红马。”天津人要买噶瓦家的那匹枣红马，可家人却舍不得卖，因为那匹枣红马是家里最听话、干活最卖力的良种马，尤其是打从出生就一直跟着噶瓦的家里人。最终在家人的反对下，天津人空手走了。噶瓦越想越不是滋味，不但朋友没交下，生意也没做成，隔天晚上他背着家人把那匹枣红马赶上了车，叫上朋友连夜把马送到天津。

结果天津人被斯日吉噶瓦感动了，不仅当场给了他一辆 2040 的吉普车，还拿了 2 万 4000 元钱。

一次意外的收获，一下刺激了噶瓦，他开始私下打听养殖蒙古马的政策，结果惊喜地发现，蒙古马作为濒临灭绝的保护性品种，解除了禁牧期。而且蒙古马始终处于半野性状态，适应能力强，即使处在枯草期也能存活，加之一年生产一次的繁殖能力，噶瓦果断地决定把家里的 300 只羊卖掉，用赚来的 10 万元钱专门养马。可是这样背道而驰的举动引起了朋友和家人的质疑。

养马养出了问题

斯日吉噶瓦的朋友觉得他的举动不可思议，因为朋友们觉得斯日吉噶瓦去收一些没用的马毫无意义；女儿说爸爸这种行为是典型的大男子主义。面对四周的怀疑和不支持，斯日吉噶瓦索性一不做二不休，1999 年，斯日吉噶瓦甚至一意孤行地贷款 20 万元从锡林格乐草原引进 15 匹种公马。家里马匹的数量开始成倍增长，已经达到了 100 多匹。

随着马匹的增多，斯日吉噶瓦和邻居的矛盾越来越大，2001 年 9 月的一天，矛盾彻底爆发了。

原来斯日吉噶瓦的马跑到村民

家的地里吃草，被村民困了起来。村民告诉斯日吉噶瓦，若不赔钱给他们的话，马就不还给他了。后来，事情越闹越大，村民把斯日吉噶瓦告到了村委会。当天傍晚，由村委会牵头，七八十户村民一起涌到了噶瓦家，把噶瓦家的近 80 匹马圈了起来。

突如其来事态让斯日吉噶瓦始料未及，他忽然意识到自己养马影响到了村民的生活。

其实马跑到村民的地里只是一个导火线，真正的矛盾是斯日吉噶瓦的马匹太多，用草量大，尤其没有禁牧期，而村民的牛和羊，却每年至少禁牧 3 个月。村民们觉得，生活在同一片草场，规矩却不同，这样的政策让村民们很不理解。他们把怨气撒在了噶瓦身上。最终经过法院的调解，噶瓦的马被放回来了。

一次改变命运的机会

眼看着经济、精神上的无限投入，家里人劝斯日吉噶瓦放弃吧。斯日吉噶瓦开始私下里张罗着处理马匹。可是也许是上天的安排，正当噶瓦大批处理马匹的时候，他遇到的第一个客户——一个吉林老板再次改变了斯日吉噶瓦的命运。

那个吉林老板来买斯日吉噶瓦的马，这次一共买了 10 匹马，给了斯日吉噶瓦 11 万元钱，还另外给了他一辆越野车。

事隔 8 年，斯日吉噶瓦又用马换来了一辆车。斯日吉噶瓦的心再次动摇了，是退还还是进？最终 2004 年蒙古马市场复苏的行情迫使斯日吉噶瓦做出了选择——就在这一年，随着城市人对马的需求，来草原买马的人开始络绎不绝，而且马的价格开始成倍地涨。

斯日吉噶瓦终于等来了机会！

从 2004 年到 2006 年，每年近 200 多匹蒙古马销往贵州、广西、吉林等多山地区和旅游观光地。这样的销量让斯日吉噶瓦暂时忘却了所有的烦恼，把注意力全部转移到马的经营上。

2007 年 4 月 18 日，斯日吉噶瓦把家里的 300 多匹蒙古马突然牵出了草场，一直赶到了距原草场 20 公里的一块新操场，那是斯日吉噶瓦新买操草场。在牧场像这样水草充足的地方可是块肥肉，他是怎么抢到手了呢？

噶瓦这次之所以这么大的决心买草场，除了看中草场的地理优势之外，他的心里还有一个更大的秘密——彻底解决和村民的矛盾。

2007 年 5 月 18 日一早，斯日吉噶瓦家人头攒动，一辆军车醒目地停在了噶瓦家的门前。来者是内蒙古赤峰市阿鲁科尔沁旗武装部部长。在内蒙古阿鲁科尔沁旗牧区，方圆一里只有两三名警察，在当地基层民兵是很重要的武装力量，因此每到农闲的时候，武装部都会组织基层民兵的骑兵分队到牧区训练，今天他们找到了斯日吉噶瓦的牧场。

内蒙古赤峰市阿鲁科尔沁旗武装部部长苏捍卫告诉记者：“我们打算借助斯日吉噶瓦的资源组织基层民兵训练。在这里他的马最好、最多而且免费提供给我们。”

原来斯日吉噶瓦此举就是为了堵村民之口，这样一来，他不仅解决了一年四季的马匹养殖问题，而且解决了村民们所谓的“独霸草场资源”的问题，正可谓“一举两得”。

随着斯日吉噶瓦马匹的声誉日渐响亮，如今，越来越多的南北客商专程到内蒙古买斯日吉噶瓦的马，斯日吉噶瓦一家的日子是越过越乐呵。

“汤王”周公强 月收入 10 万的创业故事

不是社会名流，也没有读过几年书，更没有什么祖传秘方，然而，他凭借着处处为顾客着想的真诚，赢得了“汤王”的美誉，并取得了月收入 10 万的业绩。

“馋嘴”熬汤引出创业路

“我要收摊了，这堆肉骨头 5 元钱便宜卖喽！”听到这句吆喝，周公强兴奋不已，因为自从下岗后就很少吃荤了。但毕竟手头紧，所以他上前仍有意压价，便说：“怎么上面没沾多少肉呀？”掌柜的说：“老兄，你就不懂了。骨头上剔剩下的肉都是瘦肉，骨头敲碎了，里面的骨髓特别有营养。”周公强买下这堆肉骨头后，回到家煨起骨头汤来。没多久，厨房里就飘满了香味，夫妻俩吃得特别开心。

喝完骨头汤，周公强感慨：“现在夫妻双双下岗，如果天天喝得上骨头汤就好了。”妻子提醒他：“现在什么生意都有人做，就是没人熬骨头汤，咱们能不能卖骨头汤呢？”周公强愣住了，反问道：“骨头汤也能卖钱吗？”妻子接着说：“我们家在鼓楼医院附近，医院里的病人，尤其是老人、妇女、儿童，都喜欢喝骨头汤。”周公强一听，觉得很有道理。第二天早晨，他便去菜市场买回了一篮子骨头。熬成鲜汤舀进保温桶里，到鼓楼医院门口叫卖。一个钟头不到，一大桶骨头汤就卖光了，回家一算账，净赚 50 元。



此后，周公强每天中午和晚上都去鼓楼医院卖骨头汤，由刚开始的一次一桶增加到后来的一次两三桶，最多时达到五六桶。但没多久，医院就开始驱逐他了。周公强一想也是，“游击队员”再这样下去肯定不行。于是，他借了几万元在南京鼓楼医院附近租了一间门面，开起了“周氏骨头汤馆”。他在店前拉横幅承诺：“我的骨头汤不好喝不要钱！”

对于鼓楼医院这块成熟的市场，他采取了电话预订的措施，保证 10 分钟内送到，并向病人及其家属发放联系卡，招揽生意。那些日子里，他每天净赚至少 100 元，两小口的日子越过越舒坦了。

实实在在小店赚大钱

随着生意的好转，骨头汤馆的人手不够了，周公强便聘请了一位姓钱厨师替自己熬汤，自己则从事管理和经营。他对汤的味道看得非常重，每熬出一锅骨头汤都要亲口尝尝，感觉不错，才让服务员端上桌。

一天，周公强出门时间长了一些，回到店里时，有一位回头客对他说：“周老板，今天的骨头汤好像没有前几天的地道。”周公强尝了尝，便去找厨师了解情况。原来，面对众多的顾客，性急的钱厨师为了抢时间，一开始就往锅里倒开水，致使附在骨头上的肉的表面突然受到高温，肉的外层蛋白质马上凝固，使肉里层的蛋白质不能充分地溶解到汤里，造成味道差异。

周公强弄清事情的原委后，立即来到店堂里，向客人说明情况，并诚恳地道歉，说：“今天的汤我买单！”事后，为了提醒钱厨师注意，周公强在操作间的墙上醒目的位置贴上了熬汤的流程，叮嘱厨师不能有半点疏忽。

就这样，经过“千锤百炼”的骨头汤一天比一天好喝了，周公强不仅赢得了“汤王”的称号，更给自己带来了丰盛的财富大餐。

（摘自《融资通》）