

许录：“天堂草原黄金肉”的缔造者

□ 光明 艳庆

许录，内蒙古蒙都羊业有限公司董事长。他从行政官员到企业负责人,实现华丽转身。从其创业的过程中我们看到的是一种坚韧的精神，令人奋发图强；一种睿智，超前的意识，令人鼓舞。正是这种坚韧的精神，超前的意识，成就了他的事业,创造了内蒙古蒙都羊业的辉煌。

蒙都羊业公司是以研发、生产、加工、销售有机羔羊肉及深加工系列产品 and 有机羊餐饮连锁事业为主营业务的股份制民营企业，产品涵盖了特产系列、休闲系列、调味佐餐系列、冷冻冷鲜等四大系列 100 多个品种,被赋予“天堂草原黄金肉”之美称,深受消费者的喜爱。目前,该公司是内蒙古自治区农牧业产业化重点龙头企业、内蒙古自治区高新技术企业。国家少数民族特需商品定点生产企业。“蒙都”商标被评为内蒙古自治区著名商标。

荣誉只能代表过去，未来还需努力奋斗。许录站在战略的高度上，采取“公司+基地+农户”的产业化运作模式。该公司与 4000 多农牧民结成了互利互惠、相互依存的利益共同体。通过品种改良、疫病防治、饲料配送和科学养殖等服务，带动 4000 多农牧民增加收入，户年均增 5000 元,年总增农牧民收入 2000 多万元。一条多层次、长链条的农牧民的产业化巨龙正在崛起。

创新是企业的源动力，多元化发展是企业经营的基本方针。面对激烈的市场竞争，许录及时调整企业的发展思路,丰富产品品种,做相关链条产业，成功开发出有机羊火锅餐饮系列产品，进军餐饮行业。2010 年 6 月份,首家蒙都 N43° 9 有机羊火锅餐厅在赤峰市正式开业，并把扩张的步伐延伸到了北京、沈阳、承德、呼和浩特等地。2010 年 10 月，在北京最具影响力的礼品商城——新发地尚购综合礼品商城，成立了“北京蒙都商贸有限公司”，组建了内蒙古赤峰有机、绿色食品北京批发基地。该项目是“十二五”期间北京对口帮扶内蒙古赤峰市的重点项目,本着“企业化运作,政府支持”的运行机制,保障首都市场，为公司拓宽了生存空间，为今后的发展奠定下了坚实的基础。2011 年 3 月 6 日,在内蒙古（赤峰）第九届农博会上，该公司与北京天下粮仓国际产业集团正式签约,双方商定,共同开发蒙都品牌的有机食品为核心的内蒙古优质农畜产品，并且实现了内蒙古优质农畜产品在北京的终端销售，打造从农场到餐桌的优质放心食品，为公司的腾飞打下了一剂强心针。

回过头来想想,郝鸿峰的创业时光历历在目。“我人生最为自豪的事情,第一是卖杂志,第二是卖酒……”究其原因,郝鸿峰应该是自豪于自己的渠道选择能力。

善选渠道

文 / 韩拓 摄影 / 贾睿

从卖过期杂志开始的创业

1997 年前后,当时还在郑州读大学的郝鸿峰就开始寻找创业的门路。起初,他的一个同学从做传销的哥哥那里拿到了一笔 200 万元的资金,用于创业。两个人一开始选择的行业是书报杂志发行。但是,好景不长,由于缺乏发行经验,郝鸿峰和他的同学很快就赔光了 200 万元创业资金,换回来的只是堆积如山的各类杂志。

面对着废旧杂志，郝鸿峰的同学提议,将旧杂志当作废纸变卖掉,多少能换回些零碎的钱。但是,郝鸿峰却坚决反对。于是,郝鸿峰开始为这些过期杂志寻找好的出路,“我当时就想,我们为什么不能把杂志卖给机场、酒店呢?因为经常往来于北京和郑州之间,我就发现酒店和机场很需要这些时尚杂志。”于是郝鸿峰拿着这些过期杂志来到机场和酒店推销。结果收到了意想不到的效果,“原价 20 元的杂志,卖

守业策略 | Shouye Celue

6 月 8 日上午 9:25,上海钢联电子商务股份有限公司(下称“上海钢联”,旗下核心子公司为钢铁行业 B2B 网站我的钢铁网)经证监会发审委审核“过关”,正式在深交所登陆创业板,开盘价为 29.58 元,总市值达到 11.25 亿。我的钢铁网也成为中国首家成功上市的钢铁行业 B2B 网站,也是继浙江网盛(核心子公司包括中国化工网)后第二家成功上市的行业网站。

在我的钢铁网上市之前,亿邦动力网曾经与朱军红有过一次深入对话。朱军红强调,绝大多数行业网站的年销售额之所以徘徊在 1000 万之下,根本原因是其根本没有深入行业为企业提供有价值的服务。

“每次我都只是强调两个字,服务,服务,还是服务。”朱军红表示。2000 年前后,钢铁贸易交易量日益增大,钢铁企业的利润空间与钢铁行情和价格关系密切,但是却没有专门机构提供市场价格信息和行情报告。朱军红看准了钢铁企业的需求空白点,建立我的钢铁网,“干的事情

“鸭司令”引领众姐妹踏上致富路

□ 特约记者 田伯韬 襄妇宣

近来,在湖北省襄阳市襄州区东津镇一带,颂传着一位靠养鸭发家的女共产党员,带领乡邻姐妹共同奔致富路的动人故事。

她就是李耀凤,东津镇沈营村妇联主任,从事蛋鸭养殖。人们都戏称她为“鸭司令”。

今年 46 岁的李耀凤,1982 年高中毕业后到王河集镇从事服装加工,凭借过硬的裁剪技术,她掘到属于自己的“第一桶金”。接着就承包了一家服装厂。进城经商后,她始终没有忘记自己是农民,看到村里出现了大量的“撂荒地”,她意识到现在地不值钱,以后的升值空间必定很大,因为人们吃的鸡鸭鱼肉和瓜果、蔬菜,毕竟不是工厂设备能生产的,需要土地这个平台。于是,李耀凤毅然决定回家租地。经过两年打拼,初见成效。尤其是经济作物的收入比较明显和可观,与此同时,李耀凤还热心向左邻右舍传授种植技术,她的行为得到党组织和群众的认可。1992 年,她被群众推举任东津镇沈营村支部委员、妇

女主任。

自从有了村两委职务后,李耀凤感到操心的事多了,肩上的担子重了。1995 年,沈营村党支部决定调整农业结构,利用紧临兴隆坝水源的优势发展养鸭业。当时,有很多人提出反对意见,认为养鸭风险太大,还是种地比较可靠。李耀凤二话不说,主动请缨,领回 500 只鸭苗进行试养。当时由于浙江师傅不熟悉本地的气候变化,这批鸭苗陆续因风寒致病死亡。家人劝阻她,说损失点钱算了,还是安心种地,农民能吃饱饭就行了。是就此放弃还是继续摸索,李耀凤选择了后者。1996 年春,她再次购回 1000 只鸭苗。在她的精心饲养下,这一次鸭子的成活率、产蛋率均在 95% 以上,当年养鸭纯利突破 8000 元,养鸭初战告捷。1998 年,她又承包了村里的 60 多亩荒地种植油桃和蔬菜,并用鸡鸭粪、猪粪作为当家肥料,形成了合理的生态链。

“饮水思源,富而思进”。作为一名带头养鸭的党员,从中经受过失败的苦恼,承受过劳动的艰辛,享受着成功的喜悦。如今养鸭致富了,

咋能忘记自己带头养鸭时的承诺。作为妇女姐妹的娘家人,作为生长在农村的一名普通妇女,李耀凤深知农村家庭妇女没有独立经济能力,依靠男人生活所受的苦楚,个人在劳动和挣钱方面没“两把刷子”,在家中就没地位。为了帮助妇女姐妹掌握养鸭技术,她牵头创办了“沈营村妇女养殖示范基地”,免费传授养鸭技术。在她的带动下,村里有 50 多名妇女先后成了养鸭的行家里手,有的成为推销蛋、鸭的“生意精”。如今,她的家成了姐妹们经常聚会的场所,虽然有时感到很累,但她从没有推卸过责任。李耀凤总是在想,自己养鸭赚大钱,离不开大家的帮助,现在有能力伸手拉一把,明天就会多一个姐妹过上好日子。她们村的肖清芝和汤祖芳,也想养鸭,但都只有几千元本钱,有钱购鸭苗就没钱盖鸭棚,得知她俩的难处后,李耀凤当众表态:只要你们决心干,我帮你们垫钱。就这样帮她们建起了鸭棚,帮她们分别购进了 1000 只鸭苗,当年每户净赚了一万多元。对于家庭困难的姐妹,

李耀凤更是特别关心。2003 年 4 月,王菊生的丈夫得了肺癌,两个孩子都在上大学,家庭负担很重。为了帮助王菊生走出困境,她主动与王菊生结成帮扶对子,免费提供鸭棚,帮忙购买 2000 只鸭苗,就连销售鸭蛋,购买饲料都不遗余力地鼎力相助,当年收入一万多元,王菊生的脸上终于露出开心的微笑。

俗话说:家存万贯,带毛不算。养鸭的风险性很大,若疾病控制不到位,很容易血本无归。特别是 2004 年突发的禽流感,让养鸭户损失很大。养鸭户担心再赔本,都不敢进鸭苗,鸭苗价格直线滑落至几毛钱一只。李耀凤冷静思考后认为这是一个机遇,市场有它的规律,有落就有涨。养殖方面有句老俗话说就是“快了莫撵,慢了莫丢”,大家都不敢养鸭,上市量就少了,我们养,就有机会翻本。于是,她鼓励几个小姐妹冒险转养饲养周期短的肉鸭,趁鸭苗便宜,每家都一次性进了 3000 只以上的仔鸭。正如她所料,当这批肉鸭出栏时正赶上中秋、国庆节,肉鸭供应短缺,价格快速上

涨,仅这一批鸭每户就净赚 1.5 万元左右。

为了使沈营村的养鸭业形成规模,李耀凤还建立沈营村养鸭网站,与省内外 10 多个畜禽批发大市场的 50 多个老板建立网络供销关系,时常能在一两天内,通过 200 多家养鸭的姐妹们把需要的货物筹集到位,保证客户来到沈营就能验货装车。前年,李耀凤又带头引进鸭蛋深加工项目,进一步扩展了销售渠道和效益。省、市、区领导多次到沈营村考察,称赞沈营村为全市养殖规模最大,技术含量最高,经济效益最好,示范带动能力最强的“养鸭小区”。当地政府还协调相关部门,帮助修建了近 2 公里通往“妇女养鸭示范基地”的水泥路。

养鸭的成功,让李耀凤实现了回家乡创业致富的梦想,在掌声和赞誉声中,她没有忘记各级党委、政府的关怀和众乡亲的帮助,带着 80 多个姐妹一起养鸭致富。面对新起点,李耀凤表示一定继续尽职尽责搞好本职工作,尽心尽力搞好养鸭服务,绝不辜负组织和姐妹们的厚望。

“其实,不仅仅是钢铁领域,在水泥、纺织等对价格敏感的大宗商品领域,一样可以按照我的钢铁网的模式做成生意。”我的钢铁网朱军红表示,行业网站的模式没有问题,关键在于服务用户和市场。

朱军红：行业网站该如何长大

沉下心把服务做深、做透 必须的



我的钢铁网 CEO 朱军红

很简单”,就是提供钢铁价格信息。

坚持 10 年之后,上海钢联 2010 年末拥有 682 名信息采集人员,占员工总数的 85%。信息采集人员通过呼叫中心每日向 3000 多家单位采集和更新全国 60 多个城市的钢铁等相关产品的市场交易信息。平均每天采集的信息覆盖 51 个大类 273 个小类产品的行情信息;2010 年 12 月公司每个工作日平均发布和更新的行情数量为 4086 条。朱军红告诉亿邦动力

户直接登录占绝大多数。朱军红直言自己“很抠门儿,一分钱推广费都不花,百度也找了我很多次,我也不给,就让用户自己来搜我。”

“B2B 企业分为两个梯队,第一梯队的以阿里巴巴、敦煌网、网盛科技、中国制造网等为主,要撼动这个梯队的 B2B 网站的地位很难;第二梯队以中国工控网、我的钢铁网等 B2B 网站为主,这些 B2B 网站选择小行业做深,别人也很难超越。”银泰网

网,央视和一些地方电视台引用钢铁行业的数据和分析,基本是来源于我的钢铁网。

在我的钢铁网的用户访问中,用老板可以尝试着亲自去做产品,并不断在这种慢慢成长的过程中学会让自己“脱身”的方法。

2、对于公司的业务,老板不一定都很精通,但一定要在某一个领域是非常懂行的。

3、当企业拿到第一笔资金的时候,老板自己就不要再掏钱了,再掏钱的话,这个公司想做大可能就会有难度。

4、当公司做大了以后,其实我们

【链接】

朱军红十大经典语录

1、在企业规模相对较小的时候,老板可以尝试着亲自去做产品,并不断在这种慢慢成长的过程中学会让自己“脱身”的方法。

2、对于公司的业务,老板不一定都很精通,但一定要在某一个领域是非常懂行的。

3、当企业拿到第一笔资金的时候,老板自己就不要再掏钱了,再掏钱的话,这个公司想做大可能就会有难度。

4、当公司做大了以后,其实我们

部经理”打工的人。“部门经理给手下的人服务,层层服务下去”,这就是我的理念,也是我的钢铁网的一个指导思想。

5、在我的钢铁网不怕做错事,我总跟他们说“不怕做错,就怕不做”。以“不断试错”的心态去做,就会成长得更快。

6、关键是要留住客户。这是最关键的。有了客户,我觉得未来想做什么都可以。

7、快一步是先进,快两步别成了先烈。

8、要看自己拥有的资源,包括资金和人才的储备,这一切都会决定公司给自己定一个什么样的发展速度是合理的。

9、每个公司的发展速度只有老板自己清楚,千万不要听别人说。

10、我是个书记的角色,做思想工作的,制定每年计划指标。可以很自豪地说,我下的指标与实际执行完成的部分误差非常小,大概也就是相差 5% 左右。

(荣得)



内知名企业的老板。在聊天的过程中,大家都认为,当财富积累到一定程度的时候,为自己的人生树立更为远大的目标就迫在眉睫了。那时的郝鸿峰在山西经营的百世酒业集团已经达到了四五亿的年销售额。对于郝鸿峰来讲,新的目标也是他所寻找的东西。于是,郝鸿峰下定决心要做世界第一的酒类销售大王。

“我当时就上网查找资料。我发现当时世界最大的酒类销售企业是美国的一家公司,年销售额在 170 亿美元以上。”170 亿美元对于郝鸿峰这样一个山西地方酒类销售业主来说,量级还是过大。面对现实,郝鸿峰主动调低了自己的目标,“美元变成人民币,年销售额做到 170 亿,做中国第一总行吧?”

于是,郝鸿峰开始寻找中国第一的门路。他最初的想法是打造一个酒类连锁零售航母,像沃尔玛那样,四处扩张开店。为此,郝鸿峰多次南下考

察,但是每考察一次,他的希望就减少一分。几趟下来,郝鸿峰发现,高额的门面费和庞大的销售体系成为了难以逾越的鸿沟。“如果做酒类连锁,一个门店一个月也就 500 万的营业额,那要开多少家店啊?”

郝鸿峰决定走酒类电子商务之路。随后,他在山西开始将酒挂到网上去卖,没多久就收到了效果。尽管当时实际行销方式还是以电话行销为主,但这也算是郝鸿峰第一次触网。最终,2010 年 6 月在经过了一系列努力之后,电话行销的方式才彻底被电子商务所取代。“我始终认为酒类电子商务是产品和渠道最完美的结合点。”

如今的酒仙网不仅得到融资,而且上线 5 个月后的总销售额就突破了亿元大关。这是很多谋求转型的山西老板的一个缩影。

今天,我敢说我也是惟一个想到把饺子直接卖给饭店的饺子厂 CEO。”

他的特长是发现新渠道

2001 年 5 月,饺子厂老板因为小三而辞掉了战功卓越、创收丰厚的郝鸿峰,但这段卖饺子的经历依旧成为了他今后经商道路上的宝贵财富。后来白酒成了郝鸿峰认为最适合自己的产品。最初,郝鸿峰为汾酒集团旗下的一个小品牌做起了代理,由于名气太小,很难和省内乃至全国的大品牌竞争,渠道再次成为了郝鸿峰的突破口。“我想,饭店需要饺子,一定也需要酒。”于是,郝鸿峰就把自己卖饺子时所积累的饭店资源进行了整合,并很快就取得了成效,“那时候,大部分酒商都把注意力集中在商超渠道,我们开辟了另一片战场。”通过这样的渠道,郝鸿峰把这个小小的酒类品牌逐步做强,实现了销售额的扭亏为盈。

2008 年春天,郝鸿峰去成都参加糖酒会。展会间歇他遇到了几个行业

废纸就几毛钱,但是卖给机场酒店可以卖到 10 元钱左右。”

等到积压的杂志卖完,郝鸿峰依旧没有放弃这条路。他随后开始从北京的一些杂志社、报刊亭低价收购一些过期杂志,然后将这些杂志带回郑州,卖给理发店和美容院。“这样慢慢地积累最后挣到了 6 万多块钱。但是因为门槛太低,没多久就不做了。”

1999 年,郝鸿峰只身来到了太原,身上只剩下了不到 1000 块钱。他得到了一个濒临倒闭的饺子厂老板的赏识,让他做营销总监,并且赠予他一栋“别墅”。说是别墅,其实就是一栋在贫民窟里待拆迁的违章建筑,冬冷夏热,外面下雨,屋顶就滴水,地上就成河。“当时不给工资我也去,因为至少解决了我吃和住的问题。”郝鸿峰说。

当时,郝鸿峰的手下也没有一兵一卒,无奈之下,郝鸿峰从太原火车站领回一群无家可归的小兄弟帮忙卖饺子。“我当时一无所有,有本事、有钱的谁愿意跟我干啊,只有这帮无依无靠的小兄弟肯为我卖力,原因很简单,即便没有钱赚,也饿不着,毕竟还有饺子

吃吧!”在这帮小兄弟中,有人日后在云南成了地产开发商。

经过一段时间的市场调查,郝鸿峰发现,当地饺子厂的竞争多集中在商超等传统渠道,而遍地开花的饺子馆和饭店却没有任何一家饺子厂开拓市场。于是,郝鸿峰拿着自己厂生产的饺子,游走于大小饭店、饺子馆之间。刚开始,郝鸿峰也经常吃闭门羹,但是凭借着坚定的毅力和先拿货后结账的方式,郝鸿峰说:“我们给小饭店说试一试,大不了就不给钱,拿饺子做一个测试也无所谓,实在走投无路了。谁知晚上七点的时候老板火急火燎地给我们打传呼,要求速送 20 斤水饺,那天我们一共卖了 30 斤饺子。一个沃尔玛超市,一天也不过卖 30 斤而已,而且沃尔玛超市还要进店费。”

郝鸿峰很快就让一个连年亏损的饺子厂占领了太原的饭店、饺子馆的餐桌。“5 个月以后太原市中小饭店吃的饺子全是我们生产的饺子,一天最多的时候我卖 10 吨饺子。那个时候我们的实际销量超过了三全,超过了思念,我们却没有打一分钱的广告。直到