

《宗庆后：万有引力原理》

图书基本信息

书名：《宗庆后：万有引力原理》

13位ISBN编号：9787505135694

出版时间：2015-10

作者：迟宇宙

页数：432

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《宗庆后：万有引力原理》

内容概要

宗庆后可能是全中国购买地图最多的人，他的书架上密密麻麻摆放着各种地图，从省、市、自治区、直辖市到高速公路、城乡公路网，地图上通常都做满了标记，标记的是宗庆后实地考察过的市场，足迹遍布中国城乡各个角落。

28年来，每天工作16个小时，一年中，200多天奔走在市场一线，宗庆后用脚板来了解市场、接人气，接地气，直至一手打造出价值上千亿的娃哈哈商业帝国，几度问鼎中国首富。当我们坐在办公室谈论中国首富时，首富本人或许正行走在广阔大地上，例行地和乡间小卖部的老板聊天。

著名作家迟宇宙，在采访宗庆后及家人、朋友等120人基础上，全面还原出宗庆后70年来的人生经历、商业思想。如何通过“开明的专制”经营企业，如何用“家文化”凝聚上万员工，如何靠神奇的“联销体”网络，让偏远的西藏那曲，地上除了牛粪就是娃哈哈的瓶子。此外，本书还首次曝光数万字达娃之争的真实内幕。

翻开本书，看一个传奇实业家70年来的人生哲学与经营思想。

《宗庆后：万有引力原理》

作者简介

迟宇宙，著名财经作家，北大才子，《南方周末》著名记者，《经济观察报》首席记者，《新京报》前副总编，现为《中国故事》总编，中国最优秀的财经作家、专栏作家之一。著有《联想局》《海信史》等。

书籍目录

磨难，是青春的修行/009
01 “超级婴儿”的降生/011
庆祝胜利的降生/011
“开蒙”在南京/015
02 在人间，有品才有格/019
在诱惑前“转身”/019
修身的“孩子王”/022
稀缺的财商教育/028
为了生存的“告别”/031
经商初体验之“爆炒米”/033
03 劳动是最尊贵的修行/037
星光照耀下的竞赛/038
转战茶场的“学习超人”/039
险些成为“反革命”/043
励志的超级供销员/047
01 上苍的第一份礼物/049
纸箱厂里的供销员/050
幸福的小屋/052
02 不听话的供销员/057
办起“厂中厂”/057
艰难的收款/060
03 扑向机遇/063
伯乐的眼光/063
一个人的对决/065
它的名字叫娃哈哈/071
01 “异类”是这样养成的/073
踩三轮车的“校簿经理”/074
“贴牌生产”的突破口/077
02 自己的口服液/082
受掣肘的感觉/082
洗衣机里的实验/084
蛋清凝聚法/088
03 它的名字叫娃哈哈/091
“有奖征名”广告/092
“超音速”改建/095
非常生长/115
01 跨越/117
历史性的“大胆假设”/119
选择代价最大的方案/122
02 征服/125
瞬间“秒杀”/128
03 “百日”奇迹/133
两条流水线上的竞争/133
随时可擦去的“黑板干部”/136
04 补“血”/141
“领饭碗”的象征意义/141
中国特色的强势企业家/144

逆向的痛/ 147
01 “免费品尝”惹的祸/ 149
失控的免费品尝/150
60万元，为承诺买单/ 152
02 痛感之后/ 155
突然变成“不合格产品” / 156
绝地反击/ 161
03 “北青报”事件/164
被传播的假消息/ 164
同一战壕里的对手/167
帝国的诞生/171
01 西进/ 173
有待突破的瓶颈/174
22票对1票/ 176
“销地产”发端/ 180
02 联销体的阵痛/ 186
“联销体”反败为胜/194
03 非常可乐/202
中国人自己的可乐/203
非常开场/ 206
“娃哈哈主义”在路上/210
被套“美食城” /212
上市失败/ 214
从未间断的股份分红/217
04 上市的曲与折/212
那美好的仗/221
01 长征/ 223
追击与狙击/ 223
英雄惜英雄/ 227
“水”战/ 229
对手的淡出/ 233
02 他们/ 235
开启明星代言先河/ 235
“乖宝宝”王力宏/238
低调的央视“标王” / 242
看上去很美/ 245
01 看上去很美/ 247
拉锯式谈判/248
“新婚” /253
02 醉翁之意/ 256
改制/256
被拖延和被拖累的/259
03 异梦/264
达能控股/ 264
诚意的匮乏/ 266
04 惊变/269
引入“小三” / 269
被动的竞争/ 271
尴尬的“婚姻” /274

- 为尊严而战/ 279
- 01 悬崖边的诱惑/ 281
- 分立账户/281
- 被凯觐的“体外公司” / 285
- 02 引爆/290
- 谁的噩梦/291
- 媒体上的“口水大战” / 293
- 03 战神时代/295
- “窃听风云” /296
- 不是一个人在战斗/ 300
- 预见奇迹的人是孤独的/303
- “半吊子” 共识/ 307
- 04 斯德哥尔摩法庭上的气场/ 310
- “宗大律师” 的诞生/ 311
- 坚持对的/ 313
- 05 永远的胜利/ 318
- 尊严之战/ 318
- 胜利的“礼物” / 320
- 一个企业就像一个国家/ 325
- 01 美丽的暴走/327
- 发掘市场的“隐秘” /328
- 一直“在路上” / 331
- 02 开明的专制/ 334
- 开明的独裁/ 334
- 神以及“被神化” / 337
- 03 娃哈哈是个家/ 341
- 为“大家”可以“六亲不认” / 341
- 把员工“服侍”好/ 344
- 04 走读世界/ 350
- 做一个“世界人” / 350
- 由世界参照中国/ 354
- 首富与天命/361
- 01 首富时代/ 363
- 财富的临界点/ 364
- 企业家是弱势群体/368
- 02企业家精神/ 371
- 中国没有真正的企业家/ 371
- 创新是企业家精神的核心/ 373
- 03 天命/376
- 天命很大/ 377
- 实业，可持续的财富观/378
- 04 我代表...../ 385
- 呈现最真实的声音/386
- 建言温总理/388
- 飞得更高/ 391
- 01 宗馥莉/ 393
- 与娃哈哈一起成长/393
- 父亲与女儿的“碰撞” / 395
- 02 接班人/ 399

《宗庆后：万有引力原理》

接班VS阿莉的幸福/400
娃哈哈第二勤奋的人/402
未来的娃哈哈女王/405
03 关于未来/ 409
后记/413

《宗庆后：万有引力原理》

精彩短评

- 1、宗庆后为什么能揭开娃哈哈的成功密码
- 2、青春的苦难是一项修炼，既是不知未来的路在何方，也不能停下追逐的脚步，为梦想努力，为未来储备能力，用一生的时间创造自己，让自己出类拔萃，与众不同。
- 3、有点拔高，有点民族主义。看故事还是可以的
- 4、很一般。
- 5、朴实的宗庆后，建立了娃哈哈这样一个商业帝国，值得钦佩。不过其背后的政府资源也是助其成功不可或缺的因素。历经的磨难的企业，能更好的挺立。
- 6、现在的企业家，能够踏踏实实干实业的少之又少，宗庆后能够耐得住寂寞实属不易。老一辈企业家，包括褚时健，都是一步步探索，一步步吃苦熬过来的，何况创业的年龄已到中年。娃哈哈的杀手锏，就是对渠道和员工的掌握，以至于在达娃之争中，包括市场竞争中都立于不败之地，也就是对基层的掌控，我们可以发现，很多倒闭的企业正是对市场，对公司的运行了解的太少，只关注指标，也可以看出，外国的一些管理模式太僵化，我们不能拿来就用。不过最后，对于娃哈哈的接班人，我觉得不应该采用世袭，用女儿去继承，而是找专业的懂市场的接班人，才能延续娃哈哈的辉煌，否则可能娃哈哈之后就落魄了。实体经济确实不容易。从这本书中学到很多为人处事的方法，干事还是得踏踏实实。
- 7、一个朴素首富的立业之路。
- 8、跪舔的文章
- 9、前面还没创办娃哈哈的事讲的还好，后面的就是拍马屁了，不过胜在资料翔实，笔法也可以，还是值得一读的。
- 10、老牌中国首富、娃哈哈创始人、70岁的宗庆后首次开口，讲述自己的创业历程
【<https://detail.tmall.com/item.htm?id=523741549930&spm=a310v.4.88.1>】
- 11、感觉是一个蛮接地气的民营企业企业家
- 12、更适合作为娃哈哈的内部员工洗脑材料 老爷子确实有两下子 但写的太个人崇拜了 越看越觉得缺少客观性 从受益角度老说娃哈哈的成功也不具备太多可借鉴之处 赶上了改革和改制的特殊时期 遇到困难基本都有政府领导出面摆平 而且这种非现代化管理方式是否可行还要看老爷子退下来后才能得到真正的验证
- 13、很企业，很励志，了解首富的很多！
- 14、确实，过分的站在宗庆后他们的角度来描述娃哈哈的成长，感觉比较片面，而没有客观地来写娃哈哈（更多的应该采访当时对立面的人），不过，宗庆后踏踏实实地干事业确实让人很佩服。
- 15、迟的文笔自是不必说的，一贯才情横溢，可挖掘深度却对不起迟在商业作家圈的江湖地位，作为他的粉丝颇为他遗憾，迟笔下的宗庆后有高大全的嫌疑，某些章节里似乎作者已经被深深的感染，失去了应有的观察距离。即便是对于宗庆后成功的分析也略显漂浮。对比《褚时健传》后者文风更为质朴，读后收获却更大。
- 16、狗屎。这么好的题材写成这个样子，贵圈混饭吃的人太多了。
- 17、有些地方有失中立立场，比如达娃之争，对宗太过美化，作为一本传记差强人意
- 18、在读，好。
- 19、想去杭州清泰街总部看看……总觉得书里捧得比较高，有些现实管理的问题没有写，写了发展历程中的大事件

《宗庆后：万有引力原理》

精彩书评

1、一、书：不客观，情绪化，民族主义，只褒不贬。作为传记，可读性强，资料够权威，毕竟传主的故事太精彩。二、笔记：1、产品技术：除了最早的儿童营养液用了浙医大的专利，之后大多是跟随战略。2、营销系统：独创的联销体，是利益共享的渠道建设；各种营销手段的综合运用。最关键的是农村市场的营销网络建设，这是娃哈哈的命脉。3、管理风格：开明专制，暴走市场，保持市场敏感性。极度扁平化，减少内耗，超强的执行力，缺失在干部培养乏力，用女儿接班。全员持股，员工的利益共同体。家文化。4、多元化：专注在一个领域内的多元化。5、政府关系：得益于浙江与杭州政府的开明与改革。

2、首先，本书取材宗庆后先生的回忆描述，因此对事物的描述相对比较主观，正所谓“成王败寇”，宗先生成功了，所以阐述的想法能够支撑事情发展的最终成功结果；但是从读者角度，如果需要汲取营养获取知识的角度，其实更加需要相对中立和客观的评价和分析作为指导未来商业行为和企业进步的指导建议。另外，本书篇幅虽不算小，但是除了在与达能集团PK的章节描述细致之外，在其他娃哈哈从1~N的过程中如何发展如何壮大，似乎只是为作者展现了一个模糊的轮廓，即使在十几二十年前的中国，即使当地政府的父母官如书中来说可谓爱民如子、爱企如侄，但整体社会政治、官僚、商场之中一定不会像书中这般几乎“未提及”潜规则，而笔者恰恰认为在中国商业环境中，如果没有根正苗红的红色背景或其他类型的大树福荫，无论哪个行业何种性质的企业，如果安分守己偏安一隅，那么兴许可以长期存活；如果想要和娃哈哈一样飞速发展茁壮壮大，那么其中必须迈过的坎儿：各种潜规则，则必须是企业领军人或者核心团队要去克服和跨越的，这一点毋庸置疑。因此，我们读这本书，可以通过宗先生的描述了解娃哈哈迄今为止的发展历史，但是仅凭纸面上告知读者的这些内容，是无法让人真正获悉娃哈哈这个巨无霸究竟是跨越了如何复杂的艰难险阻、宗先生又是在创办和培育企业的这些岁月中经历了如何不堪回首的晦涩往事，但毋庸置疑的是：娃哈哈目前的确是中国的巨无霸，宗先生的确曾作为中国企业家的领头人。再谈谈实体经济和虚拟经济。宗先生的娃哈哈应该说是血统纯正的实业致富，书中各个章节多次描述“房地产和股票，有诱惑，但是娃哈哈是不碰的”，宗先生似乎想告诉读者，他带领的娃哈哈就靠血统纯正的实业发展而攀登上中国商业之巅，但笔者认为娃哈哈做实体经济做到今天，如同沃尔玛之于美国，都是在特定历史发展阶段、特定商品需求时代时衍生的产物，而虚拟经济如今的确已经渗入和颠覆了很多传统行业，但虚拟经济的确不应单纯地被看作洪水猛兽，否则或许就没有当初娃哈哈和达能的联姻。有的朋友可能认为娃哈哈和达能联姻是因为宗庆后先生看上了达能的技术和管理经验，希望能够皆为己用；但实际上，技术方面依据书中描述，并没有带给娃哈哈太多，而管理经验方面，达能除了派驻常驻财务人员之外，其他管理人员是没有进入娃哈哈的，也更谈不上对管理方面的改造提升，娃哈哈的管理在宗先生的年代一直是一言九鼎的帝王制管理（并非贬义）；而笔者认为娃哈哈与达能的联姻，实际上还看重了达能的资本，也就是资本的力量。从本书中所展示，达能在与娃哈哈合作的过程中，实际上并非以科技专家、管理顾问等角色出现，而从一而终都是目的鲜明的以资本运作为手段，以吞并娃哈哈为目标的过程。对娃哈哈来讲，自身发展发展到一定程度上遇到了瓶颈，而这个瓶颈包括：资金、经验、管理水平、市场多个方面，而资金是权重很高的一个部分，因此才有了宗庆后先生在再三犹豫之后还是决定和达能联姻的决定。这个决定虽然导致了后期与达能的恩怨相杀，但是作为那个历史关头企业掌舵人的宗庆后先生，如果再重来一次，他可能不会选择达能，但一定会继续在世界范围选择资本的橄榄枝。资本运作本身属于虚拟经济，对虚拟经济运用的好，就如同在氧化反应中添加了催化剂；运用的不好，就会让催化剂影响反应本身的结果，走火成魔。因此，无论是对于当年的民营企业、大国企，还是当今互联网、金融、房地产大肆横行的虚拟经济大肆繁荣的当代，对虚拟经济不要怕，也不要丑化，要用对，用到位，这才是摆在地方zf、商业集团和企业领军人、商业从业者们面前的一道必答题。最后，笔者还是感谢宗庆后先生作为出身草根、毫无背景的草根阶级涌现出的精英在广袤的神州大地塑造出纯粹民营的民族企业，代表民营企业立足于神州大地，坐拥娃哈哈这一传承品牌而屹立不倒，着实为中华民族民族资本书写了灿烂的篇章。正面：以下为宗先生在经营娃哈哈过程中的一些神来之笔，记录下来以学习：1、产品技术：除了最早的儿童营养液用了浙医大的专利，之后大多是跟随战略。但能够跟得紧，保持半步创新，体现了敏锐的市场洞察力。2、营销系统：独创的联销体，是利益共享的渠道建设，将生产厂商和渠道更加紧密地绑定；各种营销手段的综合运用。3、目标市场的选定：宗先生看清了最关键是农村市场的营销网络建设，这是娃哈哈的命脉，也是娃哈哈重大战役胜利的原因之一。4、

《宗庆后：万有引力原理》

管理风格：开明专制，暴走市场，保持市场敏感性。极度扁平化，减少内耗，超强的执行力，缺失在干部培养乏力，用女儿接班。全员持股，员工的利益共同体，家文化。（这一点褒贬不一，但在那个年代确实成功了）4、多元化：专注在一个领域内的多元化，避免产品过时，分散风险，未雨绸缪。5、政府关系：得益于浙江与杭州政府的开明与改革（真的碰上给力的父母官了！）6、伯乐：时任杭州市文教局傅美珍副局长可谓宗庆后人生中最大的伯乐，没有她对与宗庆后的认可，力排众议支持宗庆后承包校办工厂，也许就没有当今的娃哈哈。做人要感恩！反面：笔者对于本文的立意和论述有些不同看法：1、中国人自古以来讲究“盖棺定论”，目的是能够在事情或人物尘封历史一段时间之后再行评判和审思，避免因短期影响波动而错评、乱评。就本书而言，在娃哈哈企业从无到有，从小到大，成长史已经作为历史，我们可以开始评判；但自从生长为庞然大物开始，娃哈哈的经营策略、宗庆后先生的运筹帷幄在商海里何去何从，实际上是需要时间的检验的。网上数据可见：国内民营企业排行榜 全年销售收入（RMB）2010年 8th 549亿 2012年 16th 636亿2015年 31th 720亿由上面的数据可以看出，娃哈哈在突破500亿之后，实际上发展已经降速甚至趋于平稳（销售收入如果考虑到货币价值波动的因素后，几乎没有变化），一方面说明国内饮料市场相对饱和，人口红利已经挖掘充分。但是，拥有13亿国民的国内饮料市场是巨大的，可口可乐、百事、伊利、蒙牛等竞争对手仍旧占据巨大的市场份额；另一方面说明娃哈哈在企业管理和创新方面遇到了又一个需要跨越的鸿沟；因此，在娃哈哈刚刚发展成为国内民营企业巨头的时候，不妨再观察几年，在趋势确定的状况下书写评论确定优劣不失为一个更好的选择。2.娃哈哈的“农村包围城市”战略。娃哈哈集团有限公司成立于1987年，那个年代中国城镇人口与农村人口的比重可谓微乎其微，农村市场孕育着广阔的发展空间，宗先生在那个独特的历史时期做出“农村包围城市”的战略部署可谓眼光独到。但是进入21世纪，中国城镇化发展迅速，大量农村人口流入城镇，东部沿海发达地区造就了一个个巨型都市，国民经济贡献的比重进一步由农村倾向城市，同时城镇化进程推动着文化传播行业的飞速发展，而文化传播往往是以城镇为中心向四面扩散，所以进入2010年以后，实体经济中尤其是消费类产品和服务必须依托文化品牌传播来同步进行。娃哈哈在创立之初考虑到农村覆盖率，因此大力投入抢占央视黄金时间布局广告宣传，但时至今日，相信新闻联播的最大比重仍在农村，但实际数字应大大缩减，很多观众流向了地方自营电视台或网络商业媒体，因此央视的传播力度已经有所式微；笔者早上在所在的天津市市区某大型连锁超市买早餐，顺便留意了一下超市内的饮料乳制品展柜：铺天盖地映入眼帘的无非是可口可乐、百事、伊利、蒙牛、娃哈哈、同一，在认真搜寻了两圈后，在矿泉水阵列里发现了孤独而立的一瓶娃哈哈，在另一货架最下层发现了营养快线，唯一稍显规模的是位列八宝粥柜台视距高度位置的娃哈哈八宝粥勉强能够和身边的银鹭、统一八宝粥抗衡。另外，记忆中似乎早已不见书中花费大篇幅描绘的自主品牌“非常可乐”的踪迹，甚至都不记得它从什么时候开始消失~回忆书中对娃哈哈布局二三线城市以及农村市场的自鸣得意，笔者深切感到悲哀，希望宗先生的接班人们能够秉承宗先生之前“暴走”的优秀传统，走出去体察一线市场的真正需求和竞争格局，为娃哈哈这一民族品牌再次崛起做出正确而顺应时代发展的决策！3、世袭式接班人制度。娃哈哈的管理制度中（按照书中描绘），不设副总因为避免（怕？）树立派系争权夺势，继承人直接指定自家女儿。这些决定的成败与否至今还不得而知，我们暂且相信宗先生对女儿的信赖，相信宗馥莉女士的管理能力，相信娃哈哈麾下所有员工对企业从一而终的忠诚，但是这样的管理模式其实并不符合现代企业管理的先进理论，但笔者仍旧希望宗氏父女能够在中国商业史上写下坚定而成功的篇章。尾声：时下是2016年下半年，作为实体经济阵营中民营企业的出色代表，娃哈哈无论如何是为民族企业树立了成功的典范和标杆。纵观四野，虚拟经济如股票债券地产投资逐步占据了商场舞台，娃哈哈作为老牌民营企业如何看待身处的环境变化？如何调整自己的飞行姿态继续翱翔长空？如何健康茁壮地在21世纪继续营造自己的商业帝国？这是我辈年轻人需要仰望和观摩的。最后，祝福娃哈哈越走越远，继续鹰击长空！

1、《宗庆后：万有引力原理》的笔记-第258页

脱胎于当年的杭州保灵儿童营养食品厂的娃哈哈集团，几经扩张和更名，如今已经是国内最大的食品饮料企业，而在当时草创之时，虽然当时的全部启动资金都来自宗庆后以及员工为保灵公司代销花粉的预付款和银行贷款，国家并没有一分钱的投入，完全是依靠企业自筹资金滚动发展起来的，但是由于当时的历史环境，也不得不带上了“国有企业”的帽子。

。。。

收获亲手种下的丰硕成果固然让人感到幸福，然而，在宗庆后和娃哈哈的员工们看来，这一结果只能算是一个“半拉子”工程，因为他们始终认为，从娃哈哈的前身杭州保灵儿童营养食品厂诞生的第一天起，所有的资金都是他们自己筹措、积累起来的，企业经营完全依靠他们自己，国家并没有投入一分钱。

但是，在本书P63，“扑向机遇”章节中：他41岁那年获得了一个机会：杭州市上城区文教局要对下属的校办企业经销部采用承包经营的方式，并选拔经销部的负责人。

。。。傅美珍副局长开出的条件近乎苛刻：这个校办企业经销部连经理在内一共只有3个人，开办费只有4万元其余14万元可用资金全部来自贷款。。。

本书P79：1987年7月4日，杭州市计划委员会下文同意建立“杭州保灵儿童营养食品厂”。。。。虽然计委同意了，但是并没有一分钱的投入，全部要靠宗庆后和员工们自己想办法，最后他们以自己销售花粉的预收货款和向银行借款的方式，勉强筹集了“杭州保灵儿童营养食品厂”的第一笔启动资金。

由此，个人认为虽然“杭州保灵儿童营养食品厂”从法律法规上的确没有国有的投入，但是前面校办工厂的原始资金积累是缘于承包小班企业经销部，而经销部的资金确实确实包含4万元的文教局的初始投资。

所以，从情理上杭州保灵应该是脱胎于校办经销部，而从法律上没有任何约束。这的确是横亘在娃哈哈创始人和员工心头的一道杠，也是横在当地政府心中的一个结。

《宗庆后：万有引力原理》

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：www.tushu111.com