

<<天天遇见牛根生>>

图书基本信息

书名：<<天天遇见牛根生>>

13位ISBN编号：9787030288370

10位ISBN编号：7030288378

出版时间：2010-9

出版时间：科学出版社

作者：杨雨山

页数：251

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>

## &lt;&lt;天天遇见牛根生&gt;&gt;

## 前言

牛根生不平凡的经历，注定会为他的成功增添一分传奇色彩。

蒙牛从零起步，只用了10年时间就跻身于全球乳业20强。

在这10年间，蒙牛的每次飞跃都闪耀着牛根生创业理念的光芒。

换个角度看，牛根生造就蒙牛的同时，蒙牛也造就了牛根生。

“蒙牛速度”被提出后，他开始频频出现在各大财经媒体报道的头条，开始作为嘉宾出席各大电视媒体的活动。

其间，他展示了关于人生与创业、财富和责任方面多年积累的经验心得。

很多内蒙古的企业家在企业拓展之时总会“叫嚣”着杀向市场，攻城略地之间带着一股生猛，结果“杀敌一千，自伤八百”，存活下来的不多，做大做强更是少之又少。

牛根生自创业以来，就果断抛弃了这种激进式的发展模式。

就做市场来说，他先做品牌后出产品在行业生存空间的争夺上，他坚持认为企业间的竞争并不是“零和游戏”，可以做到共存共荣；他从创业的第一天起就开始了资本运作，在企业发展到一定程度后；他比同行更果断地引进外资，加速企业的扩张。

他认为，一个企业成功的关键靠的是制度设计；企业最初的布局已经决定了发展的结局；企业发展小胜凭智，大胜靠德，经营企业就是经营人心。

如果把蒙牛的10年发展作为一个完整的案例，会发现蒙牛有很多成功的经验值得广大创业者借鉴；如果把目光锁定在牛根生本人身上，会发现他提出的很多观点值得每个人学习，尤其是他成功后“捐股”的行为更值得我们每个人尊重。

他的关于企业运营、员工激励的一些方法被国内广大企业直接复制，他的形象也被广大消费者所认可，蒙牛产品的销量一再攀升。

至少在2008年由“三聚氰胺”事件所引发的乳业危机出现前，很多人认为，蒙牛就是企业快速扩张的成功典范。

牛根生几乎就是一个成功企业家的完美象征。

解读牛根生，不得不提中国的乳品行业，不得不提2008年中国乳品行业的“三聚氰胺”事件。

那次席卷中国乳业、几乎引起中国乳品行业集体崩溃的危机的过程已无须赘述。

现在最应该做的，是从一个独立的角度，冷静、客观地看待这一危机的根源和结果，以及全面看待蒙牛和牛根生在这场危机中的表现。

“三聚氰胺”事件发生后，广大消费者和媒体反应激烈，一时间所有中国乳品企业都被打上了“不可信任”的标签。

蒙牛和其他同行企业一样，无论是在销量上还是在品牌上都受到了重大的打击。

牛根生这位“明星企业家”也陷入了前所未有的道德困境。

然而，在此次危机中，从深夜召开董事会，到公开坦承“在管理上出现了重大疏漏”，到收回相关全部产品，并配合政府进行整顿，牛根生和蒙牛的表现依然是行业的典范。

2009年牛根生辞去蒙牛董事长职位后，创立了“现代牧业”，目标直指这次危机的核心——奶源。

在笔者看来，牛根生确实走出了一条独特的企业家成长之路，他在自觉地承载起国人在新时代对一个优秀企业家的期望。

他和柳传志、马云等企业家一样，总是能够让人们感到骄傲和惊奇。

正是因为这些，人们愿意把牛根生当成一个新时代企业家的卓越范本，进行一次客观、全面、深入的剖析。

希望这本书能够囊括牛根生的精彩观点和深邃思想，为大家展示一个老实肯干、善于学习的年轻人，一个会经常“散财”的好主管，一个41岁还有雄心的创业者，一个精于资本运营和企业管理的企业家，一个知错就改的成功者，一个肯捐出全部财富的慈善家……

## <<天天遇见牛根生>>

### 内容概要

牛根生是中国商界非常优秀的企业家，其商业思想和个人魅力影响了广大读者。

本书按照一年12个月、365天，每天一讲的形式进行编排，一天讲述一个牛根生的精彩观点，用精炼的语言和创新的形式，对牛根生的商业思想进行系统梳理。

本书囊括了牛根生的精彩观点和深邃思想，能让广大读者从牛根生的商业思想和人生智慧中得到启迪，以指导自己的商业实践和自我实现。

## <<天天遇见牛根生>>

### 作者简介

杨雨山

资深管理专家，著名财经作家。

自幼腿部残疾，靠着一双拐杖，从一个网站编辑做到了公司高层；曾在多家企业从事营销与管理工作，对市场营销、销售管理和团队建设有着独到的研究和探索；擅长企业营销战略的制订与实施、营销规划、销售队伍的建立以及个人成长激励。

著有《蒙牛教主——牛根生》、《21世纪的生存之道》、《德鲁克的管理精髓》等畅销好书。

## &lt;&lt;天天遇见牛根生&gt;&gt;

## 书籍目录

1月·创业感触 1月1日 没有做大的速度就没有做强的机会 1月2日 卖冰棍的也能做品牌 1月3日 首先要有远见 1月4日 每个企业都要有其大局 1月5日 创业者应该具备的最基本要素 1月6日 和平年代商人更可爱 1月7日 创业首先要明白做什么 1月8日 选择合适的创业伙伴 1月9日 创业三要素 1月10日 创业者这样留人 1月11日 高速成长需要大背景 1月12日 企业要关心社会的事 1月13日 做什么产业都要放到全球看 1月14日 管理哲学就是让员工51%为自己干 1月15日 中国管理模式的一个特点就是企业领袖的地位特别突出 1月16日 管理模式的重要特色是经营人心 1月17日 团队学习对于企业管理非常重要 1月18日 青年创业行动=旗帜+灯塔 1月19日 创业就是艰辛地努力 1月20日 观念和思想最重要 1月21日 总裁管方向, 下属管方法 1月22日 做人98%是做“人性” 1月23日 要学会听, 也要学会想 1月24日 领导人的性格对企业性格有很大影响 1月25日 放权属于对人性的把握问题 1月26日 总裁要“裁”好 1月27日 创业, 先把人做好 1月28日 企业家首先要理解人性 1月29日 做总裁得有眼光 1月30日 做总裁需要胆量 1月31日 做总裁要重视两个“共振” 2月·资源整合 2月1日 智力可以整合财力和体力 2月2日 借兵的力量和借势的力量 2月3日 有思路就有出路 2月4日 用外资来发展我们的行业 2月5日 整合最优人才 2月6日 只有脑袋才能使我们发财 2月7日 成功建立奶站 2月8日 运用全球采购的力量 2月9日 参观也是生产力 2月10日 做“思考型终端” 2月11日 整合团队力量 2月12日 战略性整合要理念一致 2月13日 组织能力是必须的 2月14日 整合方法正确就能实现“钱生钱” 2月15日 建设奶源基地, 加速产业链整合 2月16日 不仅仅要整合国际财力 2月17日 无形资产是靠媒体来打造的 2月18日 策划就是一种资源整合 2月19日 有什么样的思路就有什么样的销路 2月20日 归根到底要靠“软件革命” 2月21日 最起码的指标是实现利益均衡 2月22日 管理首先是要理解人 2月23日 领导不如引导 2月24日 企业的无形资产比有形资产更重要 2月25日 统统“拿来” 2月26日 以国际眼光整合全球资源 2月27日 跟社会形成共振 2月28日 能够运筹千里、谋定而动才是高级智慧 3月·专注专业 3月1日 坚持“优生优育”的产品策略 3月2日 劣质产品“一本万害” 3月3日 我们的奶制品行业只处在初级阶段 3月4日 专业的乳业团队 3月5日 我追求完美 3月6日 品质是品牌的基础 3月7日 不修改目标只修改手段 3月8日 聚精会神搞牛奶 3月9日 3年, 一个普通员工可成班组长 3月10日 胜出的自信在于品质一贯 3月11日 不是自己说好不好 3月12日 梦想的成功靠持之以恒 3月13日 成功的企业80%“一业为主” 3月14日 用同一把尺子比较 3月15日 一次又一次, 每天坚持10小时 3月16日 参与竞争从设计时开始 3月17日 为消费者提供百年健康的食品企业 3月18日 特殊的人 3月19日 靠优质取胜 3月20日 做自己喜欢的事情 3月21日 做自己的强项 3月22日 不放弃就有办法 3月23日 坚持与自己较劲 3月24日 速度和健康一样重要 3月25日 为自己喊一声“加油” 3月26日 不达目标就坐卧不宁 3月27日 不屈不挠的耐挫精神 3月28日 必须具备全球视野 3月29日 我只干一件事 3月30日 聚焦, 聚焦, 再聚焦 3月31日 强身健体最重要 4月·市场营销 4月1日 强则必大 4月2日 没有质量, 一切都是负数 4月3日 高速来自目标倒推 4月4日 “人”的作用至关重要 4月5日 用一切能想到的办法打市场 4月6日 抓住市场机遇 4月7日 建立最好的牧场 4月8日 因地制宜搞营销 4月9日 品质、品位和品行同时好 4月10日 首先在高端市场树立品牌 4月11日 一线插旗, 二线飘红 4月12日 速度最重要 4月13日 先把航天员的牛奶拿下来 4月14日 高深莫测的东西都藏在细处 4月15日 市场没有边界 4月16日 做点不做面, 做快不做慢 4月17日 要学会“做局” 4月18日 需求“移植” 4月19日 国家免检相当于开通“高速公路” 4月20日 诚信第一 4月21日 有心人擅长“三大做” 4月22日 现代媒体的作用非常重要 4月23日 策划正在改变我们这个时代 4月24日 一次就做成功 4月25日 把守市场“领地” 4月26日 市场、战略、品牌的力量 4月27日 首先从中国市场开始 4月28日 由“点强”走向“面强” 4月29日 从“营销”到“营心” 4月30日 由窄幅竞争向宽幅竞争转型 5月·梦想指路 5月1日 目标决定行动 5月2日 最初的梦想只是“做最好” 5月3日 逼出来的道路非同一般 5月4日 敢于定目标 5月5日 梦想的实现需要学习、机遇和汗水 5月6日 将平凡化为不平凡 5月7日 我们需要倡导和谐 5月8日 思路决定出路 5月9日 5年之内达到5000万吨 5月10日 保持在第一团队的位置 5月11日 “蒙牛速度”模式 5月12日 “敢想”与“会想” 5月13日 打有准备的仗 5月14日 把内蒙古建成世界乳业中心 5月15日 别人睡觉的时候, 我们得走着 5月16日 有了目标, 不怕路远 5月17日 干企业的念头源于无奈 5月18日 与时俱进 5月19日 跻身世界乳业20强 5月20日 主动参与竞争 5月21日 目标放高一些 5月22日 企业文化推进梦想实现 5月23日 最大的愿望 5月24日 10年之内的目标 5月25日 由“中国制造”迈向“中国创造” 5月26



## &lt;&lt;天天遇见牛根生&gt;&gt;

日把内蒙古建成世界乳业中心的根据 5月27日 国际化正在成为“生存底线” 5月28日 拿出更多时间做行业的事 5月29日 建立民族品牌的路还很长 5月30日 不要辜负这个时代 5月31日 打造一个“梦的团队” 6月·创新企业 6月1日 企业每天都得“吃东西” 6月2日 一日三省吾身 6月3日 超我者成大业 6月4日 只有自主创新,才能形成竞争壁垒 6月5日 创造无边界 6月6日 为国家、民族创建一个坚强的自主品牌 6月7日 宁做鸡头不做凤尾 6月8日 蒙牛的制度创新 6月9日 蒙牛的文化创新 6月10日 制度创新保证企业健康发展 6月11日 “老牛基金会”的产权制度创新 6月12日 学习是为了创新 6月13日 所有的部门都在想创新 6月14日 要在“创市”上下工夫 6月15日 创市要经营好“三局” 6月16日 开发领先产品是制胜法宝 6月17日 速度来自设计,设计来自智慧 6月18日 要进行新陈代谢 6月19日 凡事预则立,不预则废 6月20日 无数个创新点拉动整体的创新 6月21日 自主创新对企业发展影响深远 6月22日 “特仑苏”是“草原金牌”的意思 6月23日 为之自豪的创新大奖 6月24日 把“培养接班人”考虑进去 6月25日 市场变幻需要不断创新 6月26日 创造单点优势 6月27日 一个伟大的企业,必定是一个“集大成者” 6月28日 企业发展第一靠学习第二靠创新 6月29日 研发是个“种子问题” 6月30日 占领常规市场与创造新兴市场 7月·蒙牛心得 7月1日 置之死地而后生 7月2日 早期的两个冠军 7月3日 蒙牛企业的使命是“强乳兴农” 7月4日 钱都分给大家了 7月5日 一定要处理好和消费者的关系 7月6日 高管要由“豪杰”变成“绅士” 7月7日 谁更具有全球视野谁就能得到大发展 7月8日 从无到有打市场 7月9日 妙用社会资源 7月10日 超越国界,全球配置 7月11日 天时地利 7月12日 树立品位和品行 7月13日 奶业的产业链最长 7月14日 “市场的手”与“市长的手”要“两手齐抓” 7月15日 推进农业产业化的同时要善于经营“企业生态圈” 7月16日 逐步分权面向全球 7月17日 捐股是为了控制权 7月18日 食品的安全是大事 7月19日 用高科技武装传统行业 7月20日 我们处在经济高速增长时期 7月21日 企业要跟国家、人民、社会的利益相一致 7月22日 小地方出大企业 7月23日 风险和机遇并存 7月24日 体制要清晰 7月25日 竞争只会促进发展 7月26日 成功是逼出来的 7月27日 虚心进取,先难后易 7月28日 实现建立“世界乳业中心”的梦想 7月29日 集群的才是沸腾的 7月30日 分离又配合 7月31日 企业制度要跟上 8月·独特文化 8月1日 企业文化建设是一项“基因工程” 8月2日 品牌的98%是文化 8月3日 要以企业文化为准绳 8月4日 我们要在两个方面舍得花钱 8月5日 一定要学习 8月6日 每一个创业人员都会对企业产生影响 8月7日 从建厂的时候就植入文化基因 8月8日 文化使我们走向世界 8月9日 让员工体会到我们的团队是一个集体 8月10日 把企业文化落地到高管家里 8月11日 我看书少,但是要看就看透 8月12日 用精神食粮武装团队 8月13日 留人制度 8月14日 先做人,后做事 8月15日 打造自己的优势地位 8月16日 企业文化是团队实现跨越的根基 8月17日 赶超强势竞争对手 8月18日 举贤一定要避亲 8月19日 学习的目的是为了掌控和判断明天 8月20日 最要命的事情是认识一致 8月21日 打造有特色的文化 8月22日 储备干部等于“处、备、干、布” 8月23日 什么样的人用,什么样的人不用 8月24日 要想知道,打个颠倒 8月25日 让员工为自己干 8月26日 整合是蒙牛文化的关键 8月27日 建品牌先要打造文化 8月28日 公司奉行“前管理” 8月29日 用企业文化解决矛盾 8月30日 文化是企业的第二生产力 8月31日 将文化建设抓到底 9月·财富应用 9月1日 捐股后体验到一种超越的快乐 9月2日 留给家人的无形资产更珍贵 9月3日 财富不在所有,而在所用 9月4日 有了财富就应该多做贡献 9月5日 把钱花到员工身上 9月6日 捐股对个人、对家人都好 9月7日 财富权往往决定话语权 9月8日 一穷二白也有好处 9月9日 散财,越散越多 9月10日 产权一定要明晰 9月11日 要合得投入 9月12日 重在支配,不在拥有 9月13日 吸引人才靠生钱的制度 9月14日 投资是要求回报的 9月15日 懂得分钱,赢的可能性就大 9月16日 顺应时代潮流的才是有利的 9月17日 财富要靠自己争取 9月18日 对赌是一种“激励” 9月19日 要赢得漂亮,要对得起投资 9月20日 财富有“合”才能“得” 9月21日 让财富具备一种精神 9月22日 有福同享应该是企业家最原始的境界 9月23日 运用财富的第二个境界是忧国忧民 9月24日 留下财产不如留下挣钱本领 9月25日 人不能留下永久的财富,但可以留下永久的精神 9月26日 企业家就是对自己狠的人 9月27日 对社会有益就能获得更大的发展 9月28日 老大要有老大的样子 9月29日 赚取财富的同时要负责任 9月30日 笑看财富 10月·大胜靠德 10月1日 “德”渗透在方方面面 10月2日 把原本的“异心圆”变成“同心圆” 10月3日 “均衡收益”才是真正意义的“可持续收益” 10月4日 没有诚信是不行的 10月5日 分享的感觉最好 10月6日 要做一些使更多人生计有保障的事 10月7日 老牛专项基金,捐助更多人 10月8日 共同的好处 10月9日 带领农民致富是长久之事 10月10日 造福奶农,实现大发展 10月11日 个人品德很重要 10月12日 散财聚人,把企业做成功 10月13日 永远不要忽视别人的利益 10月14日 员工要互帮互助 10月15

## &lt;&lt;天天遇见牛根生&gt;&gt;

日 承担社会责任是个人的道德完善 10月16日 为公益也会增加收益 10月17日 企业要跟社会之事联在一起 10月18日 与自己较劲，没有输家 10月19日 “德”还要与有效的“人本管理”相结合 10月20日 和谐是硬道理 10月21日 先维护好奶农利益才能促进自身发展 10月22日 有德者赢得市场 10月23日 做好事重在落实 10月24日 积极支持民族大事 10月25日 使命第一 10月26日 己所欲，施于人 10月27日 我们共同的理想就是慈善 10月28日 灾难面前的善举 10月29日 信奉共同富裕 10月30日 先做好“世界公民”，才有可能成为“全球公司” 10月31日 有厚德是一世的11月·责任当前 11月1日 不要做责任上的“跛脚企业” 11月2日 企业要将自己的命运和社会进步融为一体 11月3日 做了好事就行 11月4日 西部大开发以来中国最大的“造饭碗企业” 11月5日 做“牧场联合国”是为了示范 11月6日 我们背后有100万奶农 11月7日 利人利己 11月8日 对于消费者的安全问题责无旁贷 11月9日 绿色环保是社会责任的主要方面 11月10日 我们的负责任是一贯的 11月11日 关注食品安全 11月12日 责任源于感恩 11月13日 我并不能很好地尽到各方面的责任 11月14日 中国企业慈善事业发展迅速 11月15日 达则兼济天下 11月16日 社会责任方方面面 11月17日 只有实现均衡收益才能保证可持续 11月18日 现在办企业是为了社会责任 11月19日 主要忙四件事 11月20日 共同走向世界乳业市场 11月21日 支持和关注弱势群体 11月22日 农村富了意味着我们国家整体的和谐 11月23日 做更多好事 11月24日 最核心的责任是“干好本职工作” 11月25日 责任是生死证 11月26日 责任和舞台永远成正比 11月27日 无责任则无品牌 11月28日 企业最大的社会责任是保护劳动者利益 11月29日 大责任就该由你来负 11月30日 蒙牛未来，责任当前12月·人生观点 12月1日 给社会做些事 12月2日 对孤儿有种感情在里面 12月3日 要做就做最好 12月4日 最穷的时候也不欠任何人一两粮票 12月5日 两句话指导着我 12月6日 做最棒的 12月7日 从自己做起 12月8日 最累最苦的活留给自己人 12月9日 财散人聚 12月10日 因为看好，所以相信 12月11日 要想知道后10年，请你看看前10年 12月12日 选择志同道合的伙伴 12月13日 不还手是打不起来的 12月14日 为对手留退路，给自己找出路 12月15日 好心态就有好状态 12月16日 命是命，运是运 12月17日 对别人有利的，才是对自己有利的 12月18日 企业家的命运 12月19日 财富权决定话语权 12月20日 目标决定行动 12月21日 敢想与会想 12月22日 做事情要合情、合法、合理 12月23日 得到认可很幸福 12月24日 居下者贵 12月25日 “博客时代”的来临，意味着媒体掌握在每个人手中 12月26日 心大天地大 12月27日 “实现自我”和“追求无我” 12月28日 一定要“比” 12月29日 精神财富比物质财富重要 12月30日 最大的快乐是从有到无 12月31日 我是英雄吗

## &lt;&lt;天天遇见牛根生&gt;&gt;

## 章节摘录

原始社会，体力可以统御财力和智力；资本社会，财力可以雇用体力和智力；信息社会，智力可以整合财力和体力。

蒙牛用自己的“智力”，整合了国内、国际各数十亿元资产。

——牛根生新浪博客《蒙牛模式的16个“支点”》 深度剖析：蒙牛乳业公司初成立时，一无工厂，二无奶源，三无市场，正如牛根生后来所说，别人从零起步，而他从负数起步。他们利用自己的技术优势以及人才优势同那些效益不佳但设备齐全的工厂合作，打响了自己的品牌之后他们又同奶站合作，解决了奶源问题。

蒙牛得到了摩根的投资，并于2004年顺利在香港上市，实现了“用外国股民的钱办中国企业”。

对资源整合的巧妙运用成就了火箭般飞速发展的蒙牛。

牛式箴言： 穷人要靠真智慧。

2月2日借兵的力量和借势的力量 中国企业的成长，首先要靠借兵的力量——谁善于骑马，谁就能日行千里。

赶路坐车，过河靠船，谁都不能解决所有问题。

《三国演义》中，孙策向袁术借兵，开拓了江东基业。

穷人要向富人借钱，弱企要向强企借兵，发展中国家要向发达国家借力，这正是改革开放的意义之所在。

其次要靠借势的力量——谁顺应潮流，谁就能矗立潮头。

顺势而为，15%的努力85%的收获；逆势而为，85%的努力15%的收获。

——牛根生新浪博客《论中国企业成长的“十大力量”》 深度剖析：荀子说：“君子生非异也，善假于物也。

”意思是说：成大事者，并非异于常人，只是他们善于从其他事物那里借助力量。

“借助”体现了一种对资源的整合能力。

蒙牛非常善于借助外力：建厂以前，借助别人的设备生产出产品；成立不久，借助央视的力量宣传品牌；之后引进资金，建立全球样板工厂，打造独特优质的产品……蒙牛又善于顺时而动，几乎社会上每一次重大事件发生之时都能看到蒙牛的身影，这大大提高了它的知名度；蒙牛热衷公益事业，进一步提升了品牌的美誉度。

短短几年，蒙牛从成立初期的行业排名第1116位一跃成为第1位，这绝非偶然。

牛式箴言： 善借外力跑得快。

2月3日有思路就有出路 我们在原来那个办公室的时候，策划已经全部完成了，既有“本子”又有“图案”。

大家看，蒙牛绝对不是4年的企业，而是厚积薄发的企业。

我的体会之一是，拥有市场经济头脑就拥有一切，简单说是有思路就有出路。

蒙牛拉产品的车辆有近千台，没有一台车是自己买的，全部由社会来管理、运营。

一切竞争要从设计开始，思路怎么样，是一个企业发展有没有战略的问题。

我们发现自己不仅在劳力，而且在财力，最主要是在智力方面更优于我们的竞争对手。

智力在后面起着最重要的作用，三个力同时用，我们才有今天的可能。

而纵向比，财力则强于劳力。

——2003年接受《中华工商时报》采访



## <<天天遇见牛根生>>

### 编辑推荐

《天天遇见牛根生》适合快速阅读的日记体，牛根生是中国商界非常优秀的企业家，其商业思想和个人魅力影响了广大读者。

《天天遇见牛根生》以日志形式向读者呈现了牛根生的商业思想和人生智慧。

每篇日志独立成文，适合快速阅读。

帮助读者深入思考的点评，无论是创造财富，还是应对危机，都展现了牛根生的智慧与气度。

《天天遇见牛根生》将在每篇日志后的专家点评中深入剖析牛根生的重大决策和重要经历，以向读者诠释一位真实的企业家。

提炼主题的名家箴言，《天天遇见牛根生》由365篇日志构成，每篇日志后附有为读者提炼的一句名家箴言。

箴言取材于牛根生的精彩语录，其内涵和意义深远，能够帮助读者更好地理解《天天遇见牛根生》。

《天天遇见牛根生》按照365天、每日一篇的形式，向读者呈现名家成功日志。

每篇独立成文，无需从头读起，每篇日记短小精悍，收录名家商业智慧和感悟，并附有专家解读，可以帮助读者更好地总结和思考。

获得成功、实现梦想不仅要读万卷书、行万里路，更需要遇见许多导师，得到各种指引。

一部改变命运的成功日志财富与梦想就在字里行间。

如果我们把蒙牛十年发展作为一个完整的案例，会发现蒙牛有很多成功的经验值得广大创业者借鉴；如果我们把目光锁定在牛根生本人身上，会发现他提出的很多观点值得学习。

《天天遇见牛根生》旨在为大家展示一个老实肯干、善于学习的创业者，一个会经常“散财”的好主管，一个精于资本运营和企业管理的企业家，一个知错就改的成功者，一个肯捐出全部财富的慈善家……

<<天天遇见牛根生>>

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>