

<<朱新礼的卖猪时代>>

图书基本信息

书名：<<朱新礼的卖猪时代>>

13位ISBN编号：9787539931036

10位ISBN编号：7539931035

出版时间：2009-3

出版时间：江苏文艺出版社

作者：曾子谦

页数：283

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>

<<朱新礼的卖猪时代>>

内容概要

谁能规定，创业家就不能像艺术家一样，创造一个好的作品，就卖出去，让自己和他人同样分享创造的价值呢？

——如同有退出的进入，有终点的创业，未尝不是一种更完整、更天然的事业历程，虽然它在极大地挑战国人的旧有观念。

但从朱新礼开始，“卖猪”时代终于高调来临。

<<朱新礼的卖猪时代>>

书籍目录

一、商业游戏下的蛋 1.汇源老板的谋略 2.两种声音：支持VS反对 3.游戏规则的必然结果二、一个人的汇源 1.芝麻官下海 2.汇源的成长 3.朱新礼其人 4.管理心得 5.开启“卖猪时代” 三、四次融资的魔术戏法 1.离异德隆 2.融合统一 3.暧昧达能 4.再恋可乐 5.资本的力量四、管理之痛 1.接班人的尴尬 2.营销的困惑 3.公司斗争五、为何出售：扑朔迷离的真相 1.家族企业之痛 2.创业家未必是企业家 3.利用资本 4.远见的朱新礼六、给汇源加点可乐 1.可乐布局 2.可乐需要汇源 3.汇源的突围 4.加了可乐的汇源七、收购背后的启示 1.指责未必是最好的态度 2.产业规模化的结果 3.民族品牌之殇 4.创业者自由的选择 5.有资本才能成事 6.假如朱新礼在硅谷

<<朱新礼的卖猪时代>>

章节摘录

一、商业游戏下的蛋 2008年8月31日夜半时分，北京顺义汇源工业园的员工们酣然入梦之时，一位衣着朴素的中年人从办公室走出，他悄无声息地穿行在北京的夜色中，并未打破周围的沉寂。然而，睡梦中的员工们并不知道，汇源的命运已经在此前一刻发生了改变，而掌控命运的主人就是刚刚与可口可乐公司签完收购协议的朱新礼。

9月2日下午5:30，朱新礼召集汇源集团管理人员，举行了一次具有历史意义的电话会议，他宣布可口可乐收购上市公司的消息之后，进行了以下六点说明：一是员工会得到更好的保障；二是中层会得到更大的实惠，提前获得股权、期权；三是汇源上游业务进入可口可乐全球采购系统；四是收购汇源让美国公司了解了中国公司，了解中国的民营企业；五是汇源的品牌将继续保持使用；六是管理团队不变。

紧随其后的第二天，汇源果汁在香港发布公告，可口可乐全资附属公司Atlantic Industries以179.2亿港元（约合24亿美元）全面收购汇源果汁已发行股本、可换股债券及未行使的购股权，这是可口可乐历史上在本土市场外发生的最大的一次收购。

朱新礼是汇源果汁的创始人、董事长兼总裁，也是上市公司的第一大股东汇源控股的间接控股股东，100%间接控制汇源控股，并为汇源董事会主席。

在收购完成前，汇源控股持有汇源6.1亿股，拥有41.53%股权。

按照收购价格计算，朱新礼将获得74.42亿港元的股份出让款。

消息一出，整个中国为之哗然，公众的表现有惊讶，有茫然，有高兴，有惋惜，而其中最多的则是不解。

人们看着乐凯、乐百氏、娃哈哈、小护士、中华牙膏、大宝等一个个优秀的民族品牌就这样被外资企业收购，现在又轮到了汇源，对于此次收购大家想到最多的便是，何以优秀的民族品牌再次被外资吞并？

截止到2008年9月7日，在新浪网上参与投票的21万网友中，有80%反对朱新礼卖掉汇源，这些人普遍认为“这项收购涉嫌外资消灭民族支柱企业”。

一些资深的财经界人士对汇源的出售表示“可惜”、“遗憾”，甚至是“丢人”，有极端的网民写道：“朱新礼拿可乐的钱买棺材去吧！”。

1. 汇源老板的谋略 正如未深入了解历史的人就无权对历史发表看法一样，对朱新礼、对汇源未真正了解的人进行的评价也是过于片面和肤浅的。

纵观汇源的整个发展历程，定能得出这样的结论——卖是最佳选择。

而且经过深入了解之后，人们一定会为朱新礼的谋略所折服。

“是高价让我做的这个决定” 朱新礼为何选择在此时将汇源卖掉，个中缘由不得而知，但外界纷纷猜测是因其一直业绩不良，并且在经营上存在困难。

朱新礼矢口否认，“不要认为我这次是因为遇到困难干不下去了。

再大的困难也没有16年前困难，创业初期困难，上市以前困难。

现在有什么困难，顶多说是市场竞争激烈了，难道你会因为市场竞争激烈了，就卖掉企业吗，这都是瞎想的。

” 朱新礼承认的最大的原因是价格合适。

当时汇源总资产不过49亿港元，不到收购价格的三分之一，所以朱新礼曾说：“汇源这次选择最好的时机、价值最好的时候嫁出去，是高价让我作的这个决定。

” 而且朱新礼认为当时的时机最好，早一点不好，晚一点也不合适。

事实证明确实如此，没过多久，便发生了全球的金融危机。

朱新礼把汇源比作待嫁的姑娘，“太早出嫁还不够成熟，太晚了年龄又大了，只有选择合适的时机去合作，对于汇源来说才是最合适的。

” 他没有见过李嘉诚，但信奉李嘉诚早就说过的一句话——“投资某个企业的时候，提前就要考虑以后怎么卖出”。

<<朱新礼的卖猪时代>>

“我们看看李嘉诚，他自己说在投资这个企业之前，先会看看它能不能卖掉，先要为自己找退路，所以说做企业一定要想到进退自如，我们很多人不知道退，总是一个劲往前闯，不知道拐弯。

有时候你退就是为了进，舍是为了得，我们为什么就不能以退为进呢？”

朱新礼说，我当年是为了给浓缩果汁找出路，才进入了下游。

果汁饮料领域一花引来百花开，既然所有的人都开始做下游了，现在我就可以做上游给大家供应最好的原料了。

国际化道路不畅、宏观环境趋黯，朱新礼或许正好也可以借此金蝉脱壳。

他不想把“民族品牌”当成需要时穿上，不要时脱下的演出服，他的农民式的解释——“企业应该当儿养当猪卖”，并且说“汇源这次选择最好的时机、价值最好的时候嫁出去，是高价让我作的这个决定。”

进退于上游与下游之间 其实，朱新礼会卖掉汇源，在很久之前就已经埋下了伏笔，在与达能合作之后，汇源就在开曼群岛注册了汇源控股公司，但是注册的时候并没有把汇源上游的原料基地业务也计算在内，这正是朱新礼的谋略所在：汇源控股的部分业务可以通过资本运作的方式不断扩展壮大，由于保有上游的原料基地，即使把汇源控股卖掉了，退一步还可以继续做上游，而上游是朱新礼发家的基础所在，卖掉汇源果汁后，朱新礼将转攻果汁上游产业。

朱新礼强调，汇源集团有很长的产业链，可口可乐收购的上市公司汇源果汁主要是做下游的果汁灌装，而上游的果园、果树、苗子、种子、水果加工等还有很大一块空间，汇源集团还有6000多名员工、近20个工厂，负责原料基地、浓缩汁、果浆等业务。

朱新礼本身是做果浆、浓缩汁起家，由于上游业务投入大、回报期长，从果树种植到产出至少3至5年，而当时国内果浆、浓缩汁又主要是出口，量不是很大。

朱新礼很早就看到了一个机会，就是通过拓展终端产品来扩大上游业务，当时国内没有下游果汁产品，这就给了汇源一个发展的大好机会，现在汇源在最佳时机以最高的价格卖掉，转头再来重新做上游，现在的上游和最初阶段已经有了天壤之别：果汁上游产业利润很高，如去年国际橙汁浓缩汁的进口价格一度高达2.3万元/吨，而汇源重庆万州原料工厂的每吨浓缩汁成本在1.7万元以下。

所以说现在朱新礼是回到了自己的老本行，我们实在不得不佩服他的高瞻远瞩。

可口可乐的承诺 通过可口可乐收购协议中的条款，汇源借此打入了可口可乐全球的采购系统。

“巴西的橙汁供应商来找我，说朱总我跟你合作，做上游，加工橙汁，作种植。

为什么呢？”

他听说可口可乐跟汇源有合作。

可口可乐是他最大的采购商。

如果我们能把果浆、浓缩果汁打入可口可乐全球采购供应系统，对中国的果农有什么不好，对中国的农村农民有什么不好？”

就这样，朱新礼的棋子走的稳扎稳打，堪称商界的下棋高手。

在可口可乐收购汇源的协议中，有这样两条承诺： 第一，在两年内，朱新礼将促使其任何关联公司不会在中国经营或参与任何与汇源集团核心业务（乳业除外）构成竞争的业务； 第二，代表可口可乐收购汇源的大西洋工业公司承诺，从收购达成之日起至供应合约终止之日止（若此供应合同指目前的持续关联交易，这个期限是2010年底），大西洋工业公司及其联署公司“不会直接或间接于中国投资或收购任何与朱新礼先生所拥有生产、供应及分销与果汁生产有关的可回收容器、外部包装及原材料的业务构成竞争的业务或营运的权益”。

也就是说，朱新礼获得了可口可乐在中国不与其在果汁上游竞争的承诺，可口可乐要进入上游，必须与朱新礼携手；朱新礼要取得相对同行的竞争优势，那么也就必须与身处下游的可口可乐合作。这样的承诺协议对于习惯于控制上游、操纵下游的可口可乐，不能不说是一个巨大的让步。

朱新礼表示：“汇源和可口可乐合作后，可口可乐在全球用的苹果浓缩汁肯定要从中国采购，而不再是从智利、匈牙利等国家。

”此外，目前可口可乐所有橙浓缩汁都是从巴西进口，两家合作后就解决了从巴西采购的问题，因为

<<朱新礼的卖猪时代>>

汇源集团在广西等地都有橙浓缩汁加工厂。

“在同等条件下，可口可乐要优先采购我们的浓缩汁，协议中都已经规定，这一点很重要啊！”朱新礼很自豪地说。

由此可见，在与可口可乐的交手中，朱新礼一直都处于优势状态。

“拥有资源才有话语权”事实上，朱新礼对自己的“未来梦想”早有谋划。

“中国果汁行业的竞争已经升级，竞争的焦点正由下游生产环节向上游原料供应环节转移。

对于源头的控制能力，是企业在竞争中胜出的关键。

”2007年8月接受《华夏时报》专访之时，朱新礼就曾表示，早在8年前，汇源就制定了“纵贯南北、横跨东西”的果源战略布局，“目的就是把全国各地大部分的优质水果基地的源头，牢牢掌控在自己手中。

拥有资源才有话语权”。

据了解，中国的水果是世界上品种最丰富的国家，中国水果的产量也是世界上最大的，但是中国的果农收入，中国水果的价格，跟外国还相差很多。

一亩地的水果价格是美国的1/4，果农收入是美国的1/3。

与此同时，中国果汁行业的果浆却高度依赖进口，因为公开资料显示，中国虽然是“世界第一果园”，但深加工比例很低，总体不到10%，而世界上发达国家水果加工率达到80%以上。

<<朱新礼的卖猪时代>>

编辑推荐

《朱新礼的“卖猪时代”》 亮剑精神，你是为了战死还是战胜啊？
企业确实需要当儿子养，但是要当猪卖。

<<朱新礼的卖猪时代>>

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>