

大家都知道蒙牛这是一家牛奶制品公司，但你可能不知道这家公司的成长史。牛根生的蒙牛是一个从头到脚都在运用杠杆的企业，这是一头牛，却跑出了火箭的速度，他是怎么做的？第1步刚开始时牛根生没有钱，只有100万的现金要进入主业，几乎不可能，怎么办？找老朋友投资5个月后获得了1000多万元，这是资金杠杆。

第2步有了点钱怎么办？没有钱的时候，大家的思路都是一样的，要么找人投钱，要么找人借钱，可是戒指有了钱的时候，牛根生开始显示出与大家不一样的思维了，这笔钱怎么用？

按照一般企业的思路，首先进厂房、进设备、生产产品，然后打广告，做促销产品，有了知名度才能有市场，而他提出逆向经营的思路，新建市场再建工厂。他说企业不惜成本地建起厂房，引进了设备，设备投放之日起，设备的折旧就开始了，而且大量的资金被消耗在固定资产投资中，企业再也没有资金去搞经营，刘根生的计划是把有限的资金用于市场的推广中，然后把全国的工厂化变为自己的加工车间，杠杆借力就是要将力气用到最关键的地方，生意的成败关键在于营销。

第三步，蒙牛乳业向伊利学习，创内蒙古乳业第二品牌，排，这是蒙牛在呼和浩特时打出的广告语，几乎一夜之间许多人都知道了蒙牛在当时伊利是大品牌，是中国乳业第一把交易，默默无闻的蒙牛借助伊利一下子成为第二品牌，这叫做品牌杠杆借力，这样蒙牛与伊利绑在一起即可利用伊利的知名度无形中提升了蒙牛的品牌，同时双方利益共享，伊利这个行业老大，任何报复性的市场手段都可能造成一荣俱荣，一损俱损。

第四部在狂潮蒙牛品牌的同时，牛根生与中国营养学会联合开发了系列新产品，然后与乳品厂合作，已投入品牌技术，配方采用托管、or租赁，委托生产等形式，将所有产品打上蒙牛商标，他找合作伙伴，要求只对其设备及人员进行使用和支配，但不做资产的转移。企业所有的设备等都归企业所有，牛根生只是利用这些资源，用自己的管理自己的品牌，使双方互利互惠。

拥有中国最大奶源基地的黑龙江省的某家美国独资企业就这样被牛为生托管了，他成为了蒙牛牛奶的诞生地，第1年2000万的牛奶销售额就是完全由企业完成的。刘根生不仅没有给这家企业投资，还每年从这个企业拿到47万元的薪金，这种空手套白狼的合作模式叫做虚拟联合。

牛根生无疑是杠杆运作的高手，他的每一步它的每个思维都是在借力使力做生意，如果方方面面都得靠自己，那么生意中的每个环节都会耗费你大量的时间和精力，长此以往将会拖垮你。不管你是什么行业，只要有借力合作的思维和能够运用杠杆借力的能力，将各方资源进行合理的配置和利用，就能使你的利益获得最大化，你认同吗！认同的关注点在。