

将将帅才，书写壮乡农产品销售神话

记广西惠鲜日达电子商务有限公司董事长张登峰

□ 本报记者 何宗威

他是广东梅州客家人，却深爱着广西的风土人情，为此扎根壮乡南宁二十几年。

在一次文化沙龙活动上，一首壮乡阿信的《教你学壮语》即兴演唱吸引了众多与会者，歌者是广西某文化传播公司的老总，他应邀参加了此次文化沙龙活动，而活动举办方的主人就是张登峰，广西惠鲜日达电子商务有限公司董事长。

张登峰与开国元勋叶剑英元帅是同乡，2002年起他带着一支能征善战的销售团队，把一个年营业额不到几百万元的小型乳业公司，发展成为至今年销售过五亿元的大型集团公司。

北上广西，锁定牛奶行业

张登峰的人生轨迹比较简单。

1994年，张登峰，广东嘉应大学工商管理专业毕业即到广西发展，与绝大多数学子一样走上了就业之路。

1996年，他开始创业，因轻信同学被骗30多万元，结果出师未捷创业受挫，企业因此而停摆。

1998年，他进入食品领域工作，不仅收获丰富的销售实战经验，更重要的是确定了自己人生发展方向。

2002年，张登峰进入广西乳制品市场寻找商机。

本世纪初，广西乳业如雨后春笋般发展，其中“童乐”“农大”“甲天下”等三大品牌三分天下，呈三足鼎立之势，彼时的某牌牛奶根本名不见经传。张登峰对南宁和广西各地做了一番市场调查后，他看到了其中某牌牛奶危机中的商机，于是登门拜访该牛奶企业。果然老板格局很大，两人一谈就拢，一个愿意交出舞台，一个确保演出好戏，最后拍板定夺，双方达成合作。

从将兵到将将，创广西乳业销售奇迹

在张登峰的办公室里，书架上摆着很多与销售有关的书籍，其中很醒目的位置上就是全套《毛泽东选集》精装本。

张登峰非常崇拜毛泽东思想，他认为毛泽东思想不仅是军事上的战略武器，也商业上的战略武器。他认为，“打土豪、分田地”是毛主席迅速建立革命队伍的秘密武器，“农村包围城市”是毛主席夺取全国革命胜利的法宝。

张登峰深信那句老话：“没有卖不出的产品，只有卖不出产品的人。”

他发现某品牌牛奶产品质量不错、价格不高，可是市场占有率非常低。深入了解后知道，问题出在客户定位不准和缺乏销售激励机制。

张登峰说，城市消费者品牌意识比较强，某品牌牛奶名不见经传是城市市场难以推开的根本原因。相比之下，农村人品牌意识相对薄弱，只要产品实惠、服务周到，消费者就容易接受。

在对某品牌牛奶进行全面剖析之后，张登峰重新作出市场定位，走毛泽东“农村包围城市”之路。

接下来，着手制定“分钱游戏”。他说：“做销售的人都是为了赚钱，所以老板除了懂得如何赚钱之外，还要懂得如何分钱。”

不久，一支能征善战、团结一致的销售团队迅速建立起来。

张登峰做过食品销售员，既能单打独斗，又能将兵、将将。很快，张登峰使某品牌牛奶的销售网点遍布广西各地乡镇，该牛奶从当年总销售额几百万元发展到现在的五亿多元，成为广西乳业行业的佼佼者。

涉足食品行业，占广西市场半壁江山

曾经有一家乳业老板想高薪把张登峰“挖”走，并向张登峰提出什么条件。

“我的条件你不会同意的。”张登峰毫不犹豫地说。

“年薪？股份？”老板疑问道。

“不不不，”张登峰说，“要用我就是必须把你们的副总全部撤了！”

该乳业产品当时已占领一定的市场份额，当然人家不可能接受这个条件。

后来有人在背后就此事议论一番：“你张登峰果真厉害，不妨自创一个企业看看？”此话传到张登峰耳朵后，着实让他深深思考了一段时间。



▲张登峰在办公室接受本报记者采访。

2005年中秋节前夕，张登峰的母亲从老家梅州给他寄来了一盒自家手工制作的月饼，当他打开酥软美味的月饼时，一个念头闪过他的脑海——他要生产月饼！

在一次堵车的路上，张登峰看着眼前一辆辆出租车穿梭往来，突然间一个念头闪进了他的脑海里：在出租车上打广告！

张登峰认为，出租车是一座城市的窗口、文明的标志。

那时的南宁，多数商家认为在出租车上做商业广告档次低，所以出租车广告寥寥无几。张登峰利用这个信息认知的空档，签下了南宁所有出租车的广告位。

2010年下半年，南宁所有出租车齐刷刷地上了张登峰的月饼广告，随着一辆辆出租车出入高级会所、走进高档社区、出没大街小巷，他的产品广告一战成名。

有了张登峰这第一个吃螃蟹的人，不久其他品牌纷纷跟上。张登峰开创了广西月饼广告上出租车的先例，也救活了不景气的出租车广告行业。

经过几年的发展，张登峰的糕点产品系列已经覆盖全区，各市县的各大商场超市卖场均有销售，北京华联、人人乐、利客隆等都是张登峰的经销商，他的产品系列在团购的销量中居同类产品前列。

情定“三农”，“惠鲜日达”脱颖而出

广西秀水清山，物华天宝，在这个广阔的沃土上诞生了许许多多物美价廉的农副产品。然而，因为各种各样的原因，广西好的产品往往卖不出好价钱，甚至卖不出去，挫伤了农户的积极性，制约了广西农业发展。为此，近几年广西很多线上平台涉足本土农产品交易。然而，由于缺乏实体销售网点支撑，这些线上平台最终纷纷夭折，能生存下来的凤毛麟角。

在采访张登峰的时候，他刚刚从广西的一个养鸡场考察回来。他对记者说：“广西山好，水好，优良的生态环境孕育山珍海味般的好食材。可惜的是，这些好食材没有及时销售出去，更没有被加工成美味佳肴。”

一直从事传统销售的张登峰，在参加一次电商活动上敏锐地发现了这个商机。他决定以自己数千个地面销售网、上万名经销商、数万名社区团购团长的资源为依托，建立广西农产品电商平台。

经过了两年多的筹划和发展，惠鲜日达终于隆重上线。

惠鲜日达电商平台，融会员制电商、视频电商和社区团购于一体，以数千个地面销售网点作为支撑，通过数万个实体经营者和社区团购团长进行推广，把产品销售到广西和全国各地。

张登峰至今为止只做三件事，牛奶销售、糕点产销和惠鲜日达。他说自己看中了的事，就必须

须做成功。有了牛奶销售和糕点产销的成功作铺垫，张登峰对惠鲜日达的定位是高起点、高格局。为此，他在南宁南国花园商城小区一口气租下了13栋联排别墅，全部进行高档装修，分别用作惠鲜日达的产品体验馆、产品直播楼、中央厨房、VIP餐厅、职工餐厅、行政办公楼、商学院培训楼等，他注入了他和企业的大量人力、物力和财力。

作为一城一味饮食文化发展委员会广西分会会长，张登峰要求惠鲜日达平台不仅仅销售广西农产品，还注重对农产品进行深加工。该平台的拳头产品烤鸡刚刚试水市场，即引来消费者的一片好评，以绝佳美味和高性价比锁住终端客户，目前该产品如果不在线上提前下单预定根本买不到。

张登峰说：“刘备找了三个人当了皇帝，刘邦找了三个人建立了大汉王朝，唐僧找了三个人取得真经。我身边有一支能征善战、不离不弃的团队，事业成功是迟早的事。”

在惠鲜日达办公楼，记者见到了张登峰手下的销售精英韦达，如今他已经拥有N套房和N辆车，当聊起张登峰时他感激之情溢于言表：“我们张总是没得说了，我跟着他18年到现在，他叫干啥我就干啥，因为跟着他做事能赚到钱，又开心快乐。”

像韦达这样的将才，在张登峰的手下比比皆是。

张登峰是一位帅才，能运筹帷幄、决胜千里，事业能够做得这么大，全得益于像韦达这样的将才。

“有他们统领千军万马，惠鲜日达日卖10万只烤鸡只是时间的问题。”张登峰信心满满地对记者说。

上善若水，厚德载物

“上善若水，厚德载物”是张登峰的座右铭，也是他的企业灵魂。张登峰认为，做企业就像做人，人做好了企业才能做好，企业做好了产品才能做好。当他取得财富之后，没有忘记对社会的回报。

多年来，张登峰做了许多慈善活动，先后给南宁10000名清洁工人每人赠送一盒月饼，给南宁五象新区5000名农民工每人送一盒月饼，给隆安县全县5000多名五保户捐赠5000多盒月饼。其间，2013年四川雅安地震，张登峰通过南宁红十字会向灾区捐赠价值93万元的食品。

为此，张登峰也因此获得2008—2010年度中国民主建国会广西壮族自治区委员会“思源工程贡献奖”，并获2010年度“中国民主建国会广西优秀会员”称号。他的企业也被政府职能部门先后授予“美食美德”“拥军模范”“社区扶贫求助爱心共建单位”“情系五象”“慈善为怀人道博爱”等称号。