

11月8日，胡润研究院发布

《2022胡润百富榜》，农夫山泉68岁的浙商钟睺睺财富比去年增长650亿元，以4550亿元第二次成为中国首富。钟睺睺创造了二十多年来中国首富财富的最高纪录。字节跳动39岁的张一鸣财富比去年下降950亿元，以2450亿元位列第二。宁德时代54岁的曾毓群财富比去年下降900亿元，以2300亿元位列第三。

胡润

表示，从排行榜情况来看，“幕后英雄”即B2B企业的比例这两年明显增长，今年榜单上58%是“幕后英雄”

，比如服务于新能源汽车

行业的宁德时代、服务于医疗行业的迈瑞

、服务于基础建设行业的太平洋建设等，42%直接面向消费者，比如农夫山泉、微信。

在疫情反复、消费领域普遍收缩的情况下，农夫山泉是靠什么逆势增长？农夫山泉为什么那么牛？



农夫山泉是靠什么逆势增长？

农夫山泉为什么那么牛？最重要的是，钟睺睺做对了两件事：一、正确的战略和强大的品牌竞争力！二、持续的学习力！

首先，关于正确战略，钟睺睺总结自己的经商经验：“一个小企业要发展壮大，所经营的种类必须具有唯一性。”

农夫山泉在纯净水市场巨头大战的夹缝中，开创了天然水品类，并且牢牢占住了这一市场。并在天然水的消费升级大潮中，通过升级产品、升级包装、升级品牌诉求与形象锁定整个市场。

用不同品类的产品来活化品牌，农夫山泉更是佼佼者。农夫山泉的产品主要有五类。具体为，包装饮用水产品、茶饮料产品、功能饮料产品、果汁饮料产品

以及其他产品。其他产品涵盖苏打水饮料、含气风味饮料、咖啡饮料等其他饮料产品及鲜果等农产品。

其次，任何时候，钟睺睺从未放低对“知识”的重视，他认为传统企业的出路在于自身的学习能力，要不断的持续的学习。

钟睺睺说：“我们要生产的不仅仅是有形的产品，更是无形的知识。知识的产生速度、人才的集聚速度与产品的创新程度一定是正相关关系。现在，整个人类知识在爆炸，整个知识领域在细分。单个个人和企业所拥有的知识，在人类知识库的总量中所占的比例越来越小，传统企业准备新的知识系统，是一件非常必要的事情。”

农夫山泉对水的研究，
是长期持续投入、源源不断投入
，创始人钟睺睺在一次采访中表示：“

农夫山泉的竞争者从来就是国际品牌，我们要竞争的是水的研究
，不是货架上多了一个牌子就是竞争，这样的竞争对农夫来说不称为竞争。”
从钟睺睺的话中，可以看出，农夫山泉在对水的研究上，是多么的重视。农夫山泉不断有持续的活力输出，持续的有新概念、持续的在研发新品，持续的有市场声音，从这些方面，都可以看出钟睺睺对持续学习力的重视。



一个企业最终可以发展成什么样子，只需要看两要点：

企业团队的执行力程度、企业创始人的战略眼光和商业布局能力。

而在这两点上，钟睺睺都可以称得上是行业内的佼佼者。

在团队执行力上，农夫山泉奉行淘汰制，在市场方面，如果员工业绩三年没增长，就会直接

被裁员！

钟睺睺一直告诫员工，“今天最好的表现，就是明天的最差底线”，他用自己的高度敏锐来感知市场的风吹草动，用超强的危机意识来督促自己和团队不断开拓进取、实现全新的发展。