

<<数码新领袖冯军>>

图书基本信息

书名：<<数码新领袖冯军>>

13位ISBN编号：9787802445468

10位ISBN编号：7802445469

出版时间：2009-8

出版时间：现代出版社

作者：王虎学

页数：266

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>

## <<数码新领袖冯军>>

### 内容概要

凡是令国人骄傲的事情，我们就做！

书不在多，关键是把书化为己用。

我下的是“爱国者”象棋。

谁想成功，就要看看自己是不是比别人更傻。

有一个好的理念，同时良性经营，为客户着想，时刻遵守“六赢”法则，像盖大楼那样打好地基，垒金字塔，企业不可能不向前发展。

只有大家都牢记“相互不要别马腿”的规则，靠大家共同努力，而不是某个人或者某个管理团队单独执行，这样我们的企业才能不断良性发展和壮大。

如果用户能够留下这样一种印象：华旗的东西很酷，华旗总能提供既实用又新鲜、技术也领先的东西，并且由此喜爱我们的品牌，那我们就知足了。

所有华旗人每天只考虑一件事情——把“爱国者”打造成令国人骄傲的国际品牌。

我从来就没挖过金子，我们一直是在挖沙子，只不过沙子里是含有金子的。

企业的发展离不开创新，科技创新是一个企业进步的灵魂，是企业兴旺发达的动力。

我认为华旗所拥有的创新能力、艰苦奋斗的能力以及懂得以小取大是成功的精要所在。

千万别把我当作什么特别的人，冯军就是你的同学，隔壁的邻居、好朋友。

<<数码新领袖冯军>>

作者简介

王虎学：青年学者，人物传记畅销书作者，哲学博士，曾参与完成多项国家级重大课题，并在全国各大期刊报纸上发表论文、译文数十篇。

## &lt;&lt;数码新领袖冯军&gt;&gt;

## 书籍目录

作者序 “双面”冯军：中国数码品牌新领袖第一章 从“冯五块”到“数码王”：元利缔造爱国者神话 一、“拦不住”的爱国者：从推销员到奥运“服务商” 二、“爱国者”之父：自主创新领跑世界移动存储 三、“中国高科技火炬手第一人” 四、数码时代的新领袖第二章 无悔抉择：从清华高材生到中关村“练摊人” 一、逐梦清华园：偶像的力量 二、激情：在“水木”中磨砺 三、“退一步”是成功的第一步第三章 华旗飘扬：赢在“村里”，志在“村外” 一、一兵之勇，对弈中关村 二、“大象”过河，决胜千里 三、大旗一挥，华旗“走出中关村”第四章 执著“爱国者”——一个中国数码品牌的新崛起 一、执著成就“爱国者” 二、关键：定位中高端 三、自主创新产业报国：从新的起点腾飞 四、面对诱惑，要品牌不要“订单”第五章 不一样的国际化：开创全球数码的“爱国者”时代 一、激情移步：民族企业国际化的先行者 二、三大战役，坚守民族品牌国际化 三、策略：加“炮”挑战国际高端 四、新的方向：建立国外孵化器第六章 “危”与“机”的博弈：用创新之火融化“寒冬” 一、双重挑战，放弃后的重生 二、从翻脸到握手：一场没有失败者的竞争 三、直面问题：“土狼”国际化突围 四、管理危机：“要从根本方法上解决问题” 五、金融风暴中最乐观的爱国者第七章 “非典型性”营销：以中国元素打造世界品牌 一、练摊推销：“先摔后买” 二、顺势而为：造势借势两不误 三、激情飞扬“大逆转”：在“共赢点”处敲开世界品牌之门 四、奥运营销大赢家：打民族牌，先给英雄当助手第八章 “傻子”的创新之道：商道即“赢”道 一、“冯六赢”——和谐共创IT界 二、“比傻理论”：新奇之处在于扎扎实实 三、创新——领导未来 四、创业：成功者找方法，失败者找借口第九章 管理如棋：要规则也要团结 一、王者之风，文化先行 二、“讲规则”成就“不死鸟” 三、团队：互联下的无边界组织 四、感恩的心：爱国绝不是口号第十章 冯氏其人：一个心中有爱的男人 一、爱国的自信与理性 二、爱家的执著与纯情 三、其他附录一：冯氏语录附录二：冯氏之成长履历

## &lt;&lt;数码新领袖冯军&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 从“冯五块”到“数码王”：元利缔造爱国者神话 一、“拦不住”的爱国者：从推销员到奥运“服务商” 2008年，注定是不平凡的一年。在这一年里，伟大的中国，勤劳的中国人民饱受磨难：雪灾肆虐，西藏骚乱，地震来袭……但是，2008年奥运年，却也是爱国情怀空前膨胀的年份，冯军深耕细作“爱国者”，以直挂云帆济沧海的无穷魄力“占据”了奥运“服务商”的宝座。

冯军，这位原本不起眼的“村”里的推销员，如今却实现了梦想，成为一面中华旗帜的“数码王”。

记得法国总统希拉克曾经说过，他是法国的推销员，他的职责是不断为法兰西进行推销。

无独有偶，美国总统克林顿访问中国时，也曾带了一支200多人的企业家队伍，一边访问，一边为美国企业推销不止。

美国前总统布什一上台，马上去日本访问，中心议题之一是为美国的大企业推销。

华人首富李嘉诚从16岁开始当推销员，世界首富比尔·盖茨从21岁开始当推销员，日本的“经营之神”松下幸之助当初也是从推销员做起的，台湾首富王永庆、蔡万霖都是从推销员干起的，现在香港特别行政区特首曾荫权也是从推销员做起的，等等。

如此说来，企业家是为企业而推销，总统是为国家而推销。

那么，从中关村的推销员，到奥运“服务商”，“中国数码品牌第一人”冯军又在为何而推销？他推销的又是什么呢？

“松下是日本的左脸，索尼是日本的右脸。

我希望华旗将会成为中华民族的一面旗帜，是中国的左脸，而爱国者呢，则是中国的右脸。

” 豪迈之情，溢于言表。

冯军是这么说的，也是这么做的：1992年，冯军从清华大学土木工程系毕业，随即放弃当时分配的工作，带着220元走进中关村，开始了他的推销创业之路。

1993年10月18日，华旗资讯正式成立。

1994年，冯军率先将键盘的名称从背面印到正面。

从此以后，华旗资讯对于品牌的关注大大增强。

1995年，冯军率华旗在产品线上引入显示器，并且树立起显示器、机箱、键盘的统一品牌——SR小太阳，并承诺在售后服务上一年保换。

1996年，爱国者品牌诞生，并创建了爱国者的标志。

1997年，爱国者品牌在市场上崭露头角，市场占有率和知名度迅速提高，华旗的人体工程学键盘成为高档键盘市场的引导者和领导者。

年底时，将爱国者17英寸彩显作为公司切入市场的砝码，逐渐树立高性价比的名惠。

1998年，南京华旗成立；赈灾义卖，支援当年受洪灾影响的灾区；计算机由AT结构向ATX机构转型，为了能够给客户稳定的电源，冯军率爱国者与长城电源强强联合；当年推出首款低于2000元的17英寸显示器。

1999年，启动“爱国者龙行世纪”计划，爱国者显示器全面捆绑民族软件——WPS 2000和“决战朝鲜”，民族情绪空前高涨。

2000年，冯军在人民大会堂举办“爱国者——龙抬头”新闻发布会，宣布爱国者显示器全面通过TC095低辐射认证，之后在中关村海龙大厦路演，并举办“健康总动员”全国巡展。

6月，推出月光宝盒系列免拆装机箱，使得机箱结构的发展具有划时代的意义，被业界尊称为“机箱的革命”。

7月，爱国者移动存储王及迷你王系列诞生。

9月15日，爱国者宣布“自然窗”系列纯平显示器隆重上市，有力地推动了纯平显示器的普及。

2001年，华旗资讯与国际知名企业索尼合作成立数码梦工场。

3月，华旗资讯推出刻龙CD—Rw精品刻录机。

5月，启动“团结就是力量”全国促销活动。

## &lt;&lt;数码新领袖冯军&gt;&gt;

7月，针对北京举办大学生运动会，爱国者推出“爱国情怀，相约大运——祝北京申奥成功”大型全国促销活动。

10月18日，爱国者通过国际标准化组织的ISO 9001质量体系认证。

11月，迷你王全线正式上市，爱国者移动存储年会、巡展同期举行，显示器也通过了8万小时平均无故障运行，全国大型送礼促销活动开始。

2002年，爱国者推出首款MP3，全面进军数码消费领域。

并与微软联合发布MSN迷你王的新品；还赞助了“IT知识进社区、进校园、下农村”主题活动，并向清华校友总会捐赠了新机房。

2003年，北京爱国者国际象棋俱乐部成立。

同年组团参加2003年德国汉诺威“信息技术及通讯博览会”，迈出国际化的第一步。

展开移动存储宙斯计划，庆贺移动存储连续两年销量遥遥领先。

当年，成立爱国者抗击非典青年志愿者突击队，并向海淀医院捐赠100万元。

6月底，发布12款革命性的爱国者移动存储新品。

根据调查数据，爱国者在MP3市场中销售总量位居榜首，市场占有率达16.60%，领跑MP3随身听市场。

10月，启用爱国者英文标识“aigo”，并成立第一家海外分公司——新加坡华旗资讯。

2004年，华旗数码影像技术研究院成立，爱国者荣获北京市著名商标。

根据调查显示，爱国者移动存储连续3年市场销量遥遥领先。

数码相机也代表国产品牌跻身10强，月光宝盒MP3获得“北京名牌产品”的称号。

2005年，爱国者在美国发布全球首款支持FLASH播放的MP4；第三次亮相德国CeBIT大展1号馆；爱国者推出V80P1US数码相机，得到当时英国首相布莱尔盛赞；爱国者成为首家F1指定合作伙伴，并亮相中国进出口商品交易会（广交会），吸引众多客商。

2006年，aigo MUSIC与环球音乐强强联手，创造新一代360度全方位的音乐体验；当年调查显示，爱国者MP3百万销量连续3年排名全国第一，移动存储连续5年排名全国第一。

2007年，爱国者推出新款迪斯尼MP3，引领时尚风暴；橙色风暴席卷德国CeBIT，国际化的道路逐渐清晰，品牌逐渐得到国际认可。

2008年，借势奥运，冯军担任首日传递奥运圣火的火炬手；爱国者志愿团在古奥林匹克遗址废墟上种下了象征和平和友谊的橄榄树；华旗抛出“三张王牌”（邀请迈克尔·佩恩加入华旗担任体育营销战略顾问；成为“北京2008年奥运会语言培训服务供应商”；妙笔人住奥林匹克博物馆，成为首个进驻的中国高科技产品），以直挂云帆济沧海的魄力“占领”奥运。

2009年，新年伊始，在金融危机与九大日本数码相机品牌多年围攻的残酷环境下，国产数码相机爱国者凭借多年的坚持和投入，终于实现超越，市场销售首次超过日本品牌，打赢了一场漂亮的翻身仗。

2009年，中国最大的家电零售连锁企业——国美2009年1月份北京数码相机销量，国产数码相机爱国者T60的销售量跃居第一，创造了中国数码相机产业的历史奇迹。

在全国市场，爱国者T60 1月份的销量则较上个月增长了9倍。

……如今，冯军仍在继续他的品牌事业——“2009年还会发生什么呢？”

作为企业来讲，可能是中国品牌向全世界腾飞的日子，也是整个中华民族腾飞的日子。

这便是冯军，一个不断向外推销“爱国者”、推销中国的“数码王”！

他是如此的自信，也是如此的执着！

对于这样一个“拦不住”的数码新领袖，想必你我也毋须因担忧而去有所说辞，因为我们知道：——唯有相信他，才是最好的选择！

二、“爱国者”之父自主创新领跑世界移动存储 在移动存储产品领域MP3里，一家中国企业只用短短一年的时间就打破了韩国品牌的垄断，从此一发不可收拾，相关新产品的推出一直保持领先国际品牌6~12个月的优势。

这家企业就是“爱国者”之父——冯军领导的华旗资讯。

带领着这家企业，在对奇迹习以为常的IT行业，冯军这位“数码新领袖”屡屡创造着奇迹。

## <<数码新领袖冯军>>

2000年，冯军率先提出移动存储概念，并推出多款移动硬盘产品，随后进入U盘市场，开创了一个极具发展前景的移动存储产业。

2002年8月，华旗推出第一款基于移动存储技术，自带USB接口、免驱动的MP3——月光宝盒V系列；同年，“爱国者”成为u盘市场的第一名，在这个领域树立起了绝对领先的优势。

2003年，在数码相机领域，爱国者成为中国目前惟一可与国际品牌竞争的民族品牌。冯军的凌厉攻势，令国际巨头不得不刮目相看。

2004年8月，华旗开创MP3彩屏时代，推出全球首款彩屏MP3。

同年，爱国者月光宝盒更是以21.3%的市场份额，荣登中国市场第一的宝座，联想以17.8%的市场份额获得第二名，万城以10.3%的市场份额位列第三。

韩系品牌全面退缩，三星、iRiver以9.1%和4.2%的市场份额排在第四位和第七位。

排在第四位和第七位。

以此为标志，国内MP3数码随身听进入一个新时期，市场格局发生根本性逆转。

2005年8月，爱国者推出第一台中国人自己的800万像素的数码相机，进军高端数码相机市场；同时，爱国者拥有自主知识产权的数字水印数码相机研究成功，申请了全球专利，并获得国家“863”计划的支持。

2005年11月，爱国者成为中国MP4播放器市场销量第一品牌，其中硬盘类产品中，爱国者MP4 P035为单品销售的第一名，爱国者拿下中国MP4播放器市场份额的24.6%，成为中国MP4播放器市场的销量和销售额第一品牌；12月，爱国者进入普及MP3彩屏的时代；同月，爱国者数码产品被选为国礼，随国家领导人一同出访各国，并受到广泛称赞。

2006年2月，华旗推出一款卡片式u盘——贵宾王，采用超稳定的A级FLASH芯片，并采用超薄无缝嵌入式设计，具有防震功能，可承受强烈冲击，使数据保存更加安全、稳定；4月，华旗召开声势浩大的“存储、网络、服务——2006爱国者移动存储战略发布会”。

来自政府、军队、航天航空、石油等行业代表以及渠道、媒体共计300余人，参加了这次涉及移动存储行业未来发展的盛会。

## <<数码新领袖冯军>>

### 编辑推荐

爱国者数码相机成为中国目前唯一与国际品牌竞争的民族品牌——从昔日的五元利到今天拥有二十几亿元年销售额的〔数码王〕，正是凭着自己执著、创新，他一种过关斩将最终缔造出如此辉煌的商业神话！

他是谁？

他便是冯军——〔数码新领袖〕！

〔中国的爱国者之父〕！

冯军：1969年，出生于陕西西安。

1992年，毕业于清华大学，开始了他的创业之路。

1993年，创办华旗资讯。

1996年，筹划自有品牌并创制“爱国者”的品牌和标志。

2000年，推出“爱国者月光宝盒”系列免工具拆装机箱，被IT行业称为“机箱的革命”。

2005年，荣获2005年度“十大杰出企业家”称号。

2006年，华旗资讯荣获“年度中国IT创新企业”的荣誉称号。

2006年，荣获“北京市十大杰出青年”称号。

2006年，爱国者彩音盒荣获“中国创新设计红星奖”。

2006年，U盘“贵宾王”荣获“营销创新奖”。

2007年，入选“达沃斯全球青年领袖”。

2007年，荣获有“中国经济奥斯卡奖”之称的“2006CCTV年度经济人物评选”的唯一年度创新奖。

2007年，“爱国者”成为首个进驻奥林匹克博物馆的中国高科技品牌，从此奥林匹克深深烙上了中国元素的印记。

2007年，相继荣获“亚洲品牌十大创新人物奖”、“年度创新人物奖”。

2008年，荣获“2008中国创意产业年度大奖”之“杰出贡献奖”。

2009年，荣获“2008中国知识产权年度最有影响力十大人物之一”。

<<数码新领袖冯军>>

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>