

实习记者 伍良琴 张璐

冯军一直致力于创建民族品牌，火拼国际品牌。他创办的华旗资讯营业额连续十年每年保持 60% 的稳定增长，产品远销北美、欧洲、东南亚等地区。旗下爱国者移动存储产品市场销量连续四年遥遥领先，带动中国移动存储行业迅猛发展，成为中国第一个大规模领先于国际市场的 IT 产品；爱国者 MP3 随身听入市仅一年即实现国内市场占有率第一，并已连续两年销量遥遥领先，将垄断此领域长达四、五年之久的众多韩国品牌远远甩在后头，成为 IT 消费电子产品领域首个领先于众多国际对手的民族品牌；爱国者显示设备及其它外设产品一直稳居国内市场第一集团，其中电脑机箱连年市场占有率第一。华旗资讯已发展成为中国 IT 业的核心企业。

高调的爱国者

“感谢生我养我的母亲和祖国，我冯军自愿在我活着的时候，就将我个人的全部财产逐步捐献给社会，用于公益和慈善事业，当我离开这个世界的时候，身上铺着最爱的中国的五星红旗，我就心满意足了。”冯军是一位爱国者，他的名字与“爱国者”形影不离，爱国者成了他的标签，媒体采访总是用“爱国者冯军”来称呼他，他自己在演讲或接受采访时必提“爱国者”、民族品牌，就连他的微博认证名字也都是“爱国者冯军”。因为他时时刻刻将“爱国”挂在嘴边，有人说冯军是 IT 界的演员，太会表演了，就像陈光标被说成是慈善界的演员一样。

然而，从冯军经营爱国者品牌的细节来看，冯军确实表达着爱国的情怀，做着产业报国的实践。如他将品牌命名为“爱国者”，每一款产品都凝结着爱国的情结，如高质优价的民族数码相机精品——爱国者 V815、V815、V60、V80，其中 V 代表胜利，815 系列表达我们对胜利的渴望，60 系列是表示对抗战胜利 60 周年的纪念，而 80 系列则是第一款中国人自己研发、中国人自己制造、中国人自己品牌的、达到国际品质的 800 万像素数码相机。

或许，冯军的爱国情怀有些高调，就像陈光标高调地做慈善一样。但是，他们之所以将爱国和慈善挂在嘴边，可能的原因是他们属于外向的善于表达情感和思想的人，因为没有人规定爱国和慈善只能低调的、默默无闻的进行。在市场经济条件下，他们的行为其实是一种资源整合的创新，在不损害他人利益的前提下，将爱国和慈善与品牌推广加以整合，尽可能多的创造附加值。或许有人说他们是故意炒作、哗众取宠，其实，应该客观地看待这个问题，在做出评价之前，多了解他们的经历、他们的思想以及他们的实际行动，不能只看形式上的高调，而应该抓住他们行动背后的本质内容，那是纯粹的爱国热情和助人为乐的品质。

改革开放的总设计师邓小平用“不管

白猫黑猫，抓住老鼠就是好猫”这句话诠释了改革开放的要求。正是因为改革开放，当今中国才取得了如此巨大的成就，人民的生活水平才有如此大的改善。用这句话来衡量高调的爱国和慈善不为过，当然，超越底线，脱离本质内容的高调形式已经变异，不在谈论的范围。

机遇装扮成困难放在你面前

不经历风雨，怎能见彩虹。创业之路从来毫不吝惜地为创业者提供尽情挥洒汗水的机会，一路走来的各种酸甜苦辣可能只有创业者自己能深深体会。

1992 年，冯军从清华大学毕业后，放弃了一家国企提供的外派出国工作的机会，砸了自己的铁饭碗，开始了他在中关村的创业梦。1993 年，华旗初创，这时的创业没什么积累，只能一点一滴的做起，只能眼睁睁看着别人倒腾当时中关村市场中最为赚钱的品牌机，而只能去做人家都不愿意碰的兼容机配件。他在中关村租下了一个柜台，每天蹬着三轮车跑客户，推销自己代理的产品小太阳键盘。那时，冯军说得最多的话是，“这个机箱只赚你五块钱。”“冯五块”的称号由此得来。

“冯五块又来了。”中关村顾宾楼装机器的小赵对他的老板说。冯军一手拎键盘、一手抱机箱，满堆堆笑正往柜台这边凑。“看一眼今天的最新款。”说话间冯军已经将机箱放到了老板的眼前。

这家冯军已来问过好几次了，装机老板无法再不理冯军，“哎，你这东西不错，什么时候，我用户需要的时候，再找你吧！”冯军不听这句中关村套话，他站着不走，他知道，他走了就没机会了。“如果有客户要，他看不见货，他怎么可能要？”装机老板笑了，他答应冯军可以将机箱放下代销。冯军没钱压货，他必须拿回现钱才可以周转，他站着不走。“你可以给我一张晚期支票，现金当然最好。我只赚你五块钱。一月之内，你卖不出去，我保证退款。你看我每天都来，不会跑掉……”

如有客户说机箱不好，他马上就走，第二天换一款再抱来。机箱有二三十种，冯军一天抱一款机箱给客户看，每天都是新的。刚开始，大家对推销员都有一种戒心，被人拒绝，往外赶是家常便饭，此时冯军总能辩证地自我排遣，“他这么赶我，肯定也赶别人，我的竞争对手也会被他都赶出去。有一天，他相信了我，他就不会再接纳别人，这种客户我一定要拿下，今后维护起来省心。”冯军有一次用三轮车载四箱键盘和机箱去 ic37，但他一次只能搬两箱，他将两箱搬到他能看到的地方，折回头再搬另外两箱。就这样，他将四箱货从一楼搬到三楼，再从三楼搬到二楼，如此往复，渐渐地他的



企业家小传

冯军，北京华旗资讯数码科技有限公司总裁，旗下有爱国者数码品牌。中关村最早一批“个体户”之一。1992 年，毕业于清华大学土木建筑系。1993 创立的华旗资讯数码科技公司。1997 年，创建品牌——爱国者。2006 年获“CCTV 中国经济年度人物创新奖”。2007 年成为全球最负盛誉的达沃斯经济论坛“世界青年领袖”。2012 年，获胡润百富“2012 中国产业贡献”奖。

机箱进入了更多人的视野。

当时，做机箱、键盘的行业是个让人看不起行业，PC 机的利润可达一万以上，一个小小的 CPU 也能达到几百，机箱、键盘这种利润很小的配件产品是被人不屑一顾的。冯军的执著让他在经营中赢得了大家的信任，打出了自己的品牌。

刚成立公司的时候就已经取好华旗这个名字，这也延续了冯军在清华受到的教育，在清华连锻炼身体时都说的是：“为祖国健康工作 50 年”希望能成为中国企业的一面旗帜，到处都插遍这面旗帜，英文商标我们翻译成 patriot。后来我们的产品需要品牌的时候，我们就起了“爱国者”。当两年前开始走国际化之路的时候，发现 patriot 无法在海外注册，就开始叫 aigo。华旗、patriot、爱国者、aigo，这四个看似独立的词汇，在思想、轴心和灵魂上从一开始就是统一的。

冯军说：“华旗的核心是六赢，就是‘大众、代理、员工、公司、供方、社会’参与合作的六方，共同获得合理利益的满足和发展的机会，缺一不可。”冯军也非常感谢六赢，六赢对他来说，不仅仅是一个企业的核心，现在都有些迷信了，就像是黄历一样，每做一件事就会对照一下，看是否符合六赢，符

合四赢、五赢的都不做。“我们也会受到一些诱惑的影响，但是只用“六赢”理念去看，就能马上识别出来究竟是机会还是陷阱，凡是符合六赢理念的绝对是机会。即使眼前一时是困难，早晚它也会变成机会。这时一定要坚持住，要执著。”“其实很多机遇是装扮成困难放在你面前，因为它要是不困难的话就不是机遇。只要我们执著地顶过这个困难，就能看到机遇的真面目。所以说，六赢和执著是互动的，有了六赢，才有执著的必要。”

要做到令国人骄傲的国际品牌，不是数一数二是无法与国际品牌去抗争的。所以，按照六赢和执著去做到数一数二，永远不要做第三。首先从区域做到数一数二，再做全国范围的数一数二，下一步是做亚洲的数一数二，最后做到全球的数一数二。当然，整个目标，可以分阶段去完成。所以说“六赢执著，数一数二”这八个字贯穿了我们整个华旗人的性格，是我们企业文化的核心。

痛批中国麻将

冯军在很多场合都痛批中国麻将，而对奥运麻将或桥牌赞美有加，并且表示自己经营企业正是运用奥运麻将的规则。他认为，中国麻将的游戏规则存在很多弊端，正是这种弊端影响着中国人的思维方式，进而影响企业的国际化之路。

中国麻将出什么问题了呢？虽然你可能不打麻将，但是会麻将规则的人太多了，整个中国包括老百姓，包括诸位企业家你可能没有时间打麻将，很恐怖的是你下面的员工，包括地方政府的官员他们都在打麻将。麻将的规则可能是中华民族无法抱团的最主要的根源之一，因为这个规则一代传一代，已经传了几百年了，使中国人每个人都变得独立而不合作，麻将规则叫紧盯上家，紧看下家，为了不让对方赢宁愿毁了自己也要去毁别人。这样的游戏规则很多人没有想过，这样的游戏规则潜移默化进入了我们的社会，进入了人和人的关系，这个规则让中国人无法抱团，只能是互相斗。

奥运麻将的玩法正好颠覆了中国麻将的玩法，180 度转弯，奥运麻将的四方是运动员、媒体、赞助商、奥运城市，你把它写下来，这四方的规则，萨马兰奇所设定的规则，跟中国麻将的规则正好相反。奥运模式就是鼓励点炮，鼓励露馅，奥运是一个透明的运营模式，鼓励互相点炮。

中国麻将出现了非常严重的问题，惩罚乐于助人点炮者，它的这个潜规则，谁点炮谁倒霉，谁帮助别人谁倒霉，谁当活雷锋谁倒霉，导致了所有问题的发生。还有一个非常严重的后果，中国麻将因为惩罚点炮的，导致每一个中国人都不敢露馅，不敢

讲真话，谁露馅谁倒霉，导致了中国每个人都变成了个体，不敢露馅，不敢讲真话，导致我们吃的主食都是包子、饺子、混沌，元宵、月饼、春卷、馅饼、粽子，共同特征是好东西都得藏起来，不能露出来。那怎么做品牌？我们说要做品牌，它藏在里头，没法做。

感谢 1979 年，小平爷爷把桥牌引入到中国，它就是相互帮助，相互沟通，相互点炮，两个人越打关系越好。西方打桥牌国家的主食都是匹萨、汉堡、三明治，出了多少国际品牌，不费吹灰之力，匹萨全世界都是品牌。所以，我也喜欢吃饺子、包子，但是说句实在话，做品牌太难了，做包子的品牌，你让别人莫名其妙怀疑里面是什么馅，因为看不见。但是卖匹萨的永远都是安全的，不管卖什么肉，消费者自己挑，中国麻将的问题确实是有一系列的问题。

在转型拐角试水零售模式

近几年，以苹果手机和平板电脑为代表的智能终端迅速成为主流，听音乐、存储、照相、摄像、录音等功能开始集成为一个移动终端。要想在 IT 领域有新的作为，难度已经非常大。诺基亚、摩托罗拉等曾经的世界级品牌现在已经衰落。“爱国者数码相机业务一直在亏损，已经连续亏损了 7 年。不仅爱国者，包括日本索尼等企业在内其数码相机业务也在亏损，主要是这个行业开始衰落所致。”冯军说，随着智能手机的风靡，传统的数码相机业务正在经历着前所未有的冲击。然而传统的数码相机未来将逐渐淡出市场，甚至消失，这是行业发展的必然趋势。而相对专业的长焦距相机未来的市场会很大，这也是满足人们对高端相机的需求。

为应对转型危机，冯军表示爱国者已经开始双腿走路，其中一个就是爱国者‘国货精品店’。冯军认为，中国企业必须要走出去，实现国际化，“我连续好几年都建议国家在海外建立一批孵化器，帮助中国品牌国际化，但很遗憾，没引起重视。所以我就准备自己来干。于是我就开始成立了爱国者国际化联盟，而‘国货精品店’正是爱国者联盟所生出来的孩子，我们要让这个孩子在中国长大，然后走向全世界，让世界各地的消费者都感受到什么才是真正的‘MadeInChina’。”

“未来，我们要把国货精品店开到世界各地！”冯军信心十足，“未来三年计划在全世界开五万个国货精品店。”

有专家表示，任何商业的创新都需要进行市场调研和试探，这种新的零售模式能否得到市场的认可，最终还是消费者说了算。只是希望，爱国者的转型不要操之过急，稳扎稳打，摸着石头过河，冯军才能走得更远。

但愿爱国者的零售店模式经得住市场的考验，希望涌现更多的像冯军这样的爱国者企业家，创建更多的经久不衰的得到国内、国际好评的民族品牌，创造巨大经济效益的同时扭转中国制造的国际印象，挽回更多的民族尊严。

《企业家日报》

中国企业的思想阵地 经济市场的冲锋号角

开创内容与形式的大型财经新报章

统一刊号:CN51—0098

邮发代号:61—85

北京:010—87721045

87527365

52896956

52896958

成都:028—87319500

68230696

新浪官方微博:@ 企业家日报社 @ 今日微报道

全国各邮政局(所)均可订阅 全年定价:450 元