

《爱国者在崛起》

图书基本信息

书名：《爱国者在崛起》

13位ISBN编号：9787111253211

10位ISBN编号：7111253213

出版时间：2009-1

出版社：机械工业出版社

页数：191

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《爱国者在崛起》

前言

走在北京中关村大街上，你可以随处见到“aigo”的标志，作为最初在中关村起步的爱国者，自然对这片创业的热土满怀感激之情。在这片土地上，有辛酸，也有甜蜜；有成功，也有失败；有彷徨，也有梦想。看到中关村琳琅满目的爱国者产品，不自觉地就联想到爱国者背后的故事，相信这些故事一定会很精彩，但转念一想，这些精彩的故事可能不为大家所熟知，于是有了将爱国者成长历程中所经历的风风雨雨集结成书的想法，这能让中国许许多多的爱国志士看到一个民族品牌的崛起，也能让中国干百万正走在路上的创业者们获得一本精神食粮，激励自己。每个企业都是有文化的，企业的文化会带着创办者的印记。初次见到冯总，留下的印象是四方大脸，结实的身材，憨厚的笑容。在与冯总接触的日子里，总能从他的言谈举止中感受到他的真实和对这个世界的感恩，他永远都保持着灿烂的笑容。其实，当我们面对这个世界时，就像面对着一面镜子：你笑，你看到的就是笑；你哭，你看到的就就是哭??爱国者不断发展的这些年，一直倡导“六赢”理念，在面对社会上多重关系的时候，就是这种首先露出笑容的态度，让企业自身也收获到来自六方的赞许和微笑，从而有效地实现了“1+1=11”，各方手牵手共同迈向成功！冯军当时将品牌起名为爱国者，其实是想通过一个朗朗上口的品牌名称，实现品牌对人的塑造，而人们在潜意识中接触到爱国者这样的理念，实现了人与企业的不断发展。

《爱国者在崛起》

内容概要

《爱国者在崛起:200元到20亿元的成长神话》讲述1993年，改革开放的第15年，爱国者初长成；转眼已到2008年，距冯军创办华旗也已过去15年。在15年的光景里，爱国者高速成长，并以一个成功者的姿态屹立于中国企业界。冯军，一个20世纪90年代初的大学毕业生，在梦想的道路上矢志不渝地奔跑。那颗带着爱国情结的心在这15年里跳动得砰砰有力。现在，爱国者的几千名员工也在一起奔跑，他们要让中华旗帜迎风飞扬！《爱国者在崛起》将告诉你一个爱国者的神话。

《爱国者在崛起》

作者简介

姜伟，青年学者，资深传媒人，北京时代华文文化传播有限公司总经理。中央电视台《中国财经报道》栏目组“打开经济问号系列丛书”主创人。其中《次贷飓风的未解之谜》、《下一个疯狂是谁》、《粮食战争》、《直面通胀》、《华尔街海啸》等广受读者好评。

《爱国者在崛起》

书籍目录

前言第1章 15年的奔跑 先来认识爱国者 记住2008 借“申奥成功”风造势 抛出3张王牌
奥林匹亚制高点的橄榄树 传递圣火，传递激情，传递梦想 中华当崛起，企业需奋进 爱国者
的心到底有多大 越快越好，与时间赛跑 认真的华旗人 赤子之心，爱国者之心第2章 创业
，让“小太阳”率先升起 要做一个优秀的男人 清华生涯磨炼坚强性格 怀揣220元离开，却满
怀梦想 “进村”挣钱 2平方米的起步 做生意做成了“冯五块” 欲见彩虹，先历风雨
“小太阳”3年占领中关村 冯氏推销术的成功 商标翻身，一举突破 要做“中华旗帜”
做长线 生存法则一：跳跃式发展 生存法则二：金字塔发展模式第3章 沉沉浮浮，华旗终飘扬
江湖很残酷 遭遇外国品牌、假冒双重挑战 有所失才会有所得 向对手学习 创直销模式
，代理争夺以弱胜强 开始学习两条腿走路 进军南京 1998年的抉择 是“险山恶水”还是
“金山银山” 信誉闯市场 转变角色：成为规则制定者 二次创业定格局 生存法则三：断
货不断宣传 移动存储的辉煌 天上掉下来的馅饼 持续领先的产品战略 贵宾王开天辟地
小U盘，大智慧 生存法则四：做事业=滚雪球 生存法则五：定位与葫芦 强者之间的竞争 华
旗和朗科 法院传票突如其来 4年过去，求和还是求战 相逢一笑泯恩仇 生存法则六：杠
杆原理 妙笔新市场 妙笔：数字影像技术的又一经典力作 巧用妙笔学英语 帮视障孩子学
英语 故宫数字导游随身行 开创听书出版新时代第4章 爱国者开战 战三星 我们也做MP3
“月光宝盒”的魅力 永不停息的脚步 拆分MP3业务 战索尼 国产数码相机的落败
爱国者激流勇进 因为爱国，亏7000万元也是胜利 3000万元阻击60亿元 水印技术横空出
世 战斗还在继续 还要选择进攻 数码相机的未来 说说MP5的故事 携手英特尔第5章
迈向多模式营销 借F1成长 华旗也需要速度 携手迈凯轮 数码狂欢 携手迪士尼 搞个
双品牌战略 爱国者的时尚第6章 爱国者什么时候上市 股份制谜团 不同的声音 冯军成竹
在胸 不要外资的华旗 扬中华之旗 等待好时机 谋划上市 奥运先行 子公司先行一步
第7章 爱国者的管理智慧 东西交融：爱国者象棋 “四无”企业的战斗力 独有的象棋文化
商战如棋盘 爱国者象棋的思考 “六赢”胜道 “六赢”理念 自己与自己赛跑
“1+1=11” 一个问题，四种答案第8章 爱国者的成功之道 技术领先 强大的技术支撑 移
动存储数据安全技术的革命 完善的供应链 采购的原则 严格的生产控制 销售的快速突破
和独辟蹊径 华旗特色的价格体系 一流的客服 人才秘笈 华旗“童子军” “激情人类
” 华旗管理培训生 华旗事业经理人第9章 竞争中渴望更大的辉煌 挥师海外 下南洋
登陆诺曼底 美利坚的梦 国际化的步伐 与布莱尔一起共进早餐 结盟Sisvel后记 继续关注
爱国者

《爱国者在崛起》

章节摘录

成功者永远有一个计划；失败者永远有一个借口。成功者常说“让我来帮你”；失败者常说“那不是我的事”。成功者总是看到每个问题的答案；失败者总是看到每个答案的问题。成功者常说“可能很困难，但希望很大”失败者常说“可能有希望，但困难严重”。15年的奔跑爱国者，就是这样成为成功者的。1993年，改革开放的第15年，爱国者初长成！转眼已到2008年，距冯军创办华旗也已过去15年。在15年的光景里，爱国者高速成长，并以一个成功者的姿态屹立于中国企业界。冯军，一个20世纪90年代初的大学毕业生，在梦想的道路上矢志不渝地奔跑。那颗带着爱国情结的心在这15年里跳动得砰砰有力。现在，爱国者的几千名员工也在一起奔跑，他们要让中华旗帜迎风飞扬！我们用时间的进程去衡量一个企业的成长过程可能是最直接、最客观的，不需要过多的修饰语言，仅仅在企业的成就中加入一个时间概念，这样的描述可以让读者自己去品味爱国者如何迈向成功之路，可以让读者去思考一个伟大企业的诞生历程。就让我们穿越时间的窗口，去认识爱国者吧。冯军从清华大学土木工程系毕业，随即放弃当时分配的职业，带着220元走进中关村，开始他的创业之路。1993年10月18日，华旗资讯正式成立。1994年，华旗资讯率先将键盘的品牌名从背面印到正面。从此以后，华旗资讯对于品牌的关注大大增强。

《爱国者在崛起》

后记

中国成为世界加工厂已经是不争的共识，但如果只是制造，没有自己的品牌，我们就可能沦为跨国公司的加工车间。品牌无疑成为当今市场竞争的致胜利器。相比国际强势品牌，品牌竞争力是目前民族企业非常缺乏的，但恰恰也是我们在国际市场决战中十分关键的能力。中国前商务部部长薄熙来就不无忧虑地指出：中国只有卖出8亿件衬衫才能换回一架空客380。中国出口的衬衫平均一件只有30~40美分的利润，还老是遭到反倾销制裁的折磨。中国的真正崛起必须实现从中国制造到中国创造的跨越，必须要创造大量的中国品牌。不仅如此，品牌还是一个国家的脸面。日本前首相中曾根曾说过：“在国际交往中，索尼是我的左脸，松下是我的右脸。”民族品牌不仅代表着国家形象，它们承载着民族自尊心和自信心的历史责任。因此，在企业发展与品牌建设的过程中，企业应该始终围绕着品牌建设，来进行科技、管理、营销等多种形式的创新，我们只有以品牌为核心研发创新，并整合其他创新，才能带动民族品牌的崛起。国家的稳定与高速发展，北京奥运会的成功举办，为中国的企业营造了难得的发展环境。2008年，对于爱国者和中国来说，都是不寻常的一年。奥运会的举办，让爱国者品尝到奥运营销带来的收益。冯军一直相信这样一句话：“要想成为英雄，有一个捷径就是学会给英雄当助手，帮助英雄成功了，你就成功了。”爱国者秉承这样的理念，在奥运营销上大做文章，通过服务奥运，给奥运当助手，帮助奥运成功，成功实现了提升品牌的目的，爱国者成功实现了新的飞跃。

《爱国者在崛起》

媒体关注与评论

作为一个企业家，他要知道自己应该做什么事，不应该做什么事。冯军头脑清醒，思路清晰，有着坚定的目标，执著的信念，他的成功不是偶然，而是一种必然。——柳传志 联想集团董事，联想控股总裁
华旗那么多年来的发展一直是脚踏实地。在浮躁的IT业界，爱国者一直恪守着“六赢”理念，这是它成功的基石。华旗资讯是一个值得人们尊敬的爱国企业！——张朝阳 搜狐董事局主席兼CEO
靠民族意识崛起，连续十年营收增长超60%，产品始终领先对手六个月以上，华旗资讯是一个敢于向高手亮剑的伟大企业。——《商业周刊》中文版
从一个左手机箱，右手键盘，腰里别着BP机，奔走叫卖于中关村一个个公司的推销员，到运筹决策于帷幄之中的成功企业总裁角色，冯军走过的路并不平坦，他成功的秘诀其实只是——和人比傻。——《福布斯》

《爱国者在崛起》

编辑推荐

《爱国者在崛起:200元到20亿元的成长神话》将爱国者成长历程中所经历的风风雨雨和取得的辉煌集结成书，剖析挫折教训，总结成功之道，使我国许许多多的爱国志士看到一个民族品牌的崛起，也为我国千百万“在路上”的创业者们提供了精神食粮。冯军，这位中国民族高科技品牌“爱国者”的缔造者，谱写了200元到20亿元的成长神话：从“2平片米的起步”到“开创听书出版新时代”，在发展中既有竞争——战三星、战索尼，也有合作——借力F1、携手迪士尼，彰显了睿智者的管理智慧，书写了普通者的成功之道。

《爱国者在崛起》

精彩短评

- 1、老公很喜欢 谢谢当当网
- 2、还没看看！
- 3、作为一个曾经的华旗人，对爱国者的感情并没有因为离开华旗而减少，反倒是更加关心了，所以当看到第一本关于华旗成长的书就毫不犹豫的买下了。其实当年在公司的时候就有过类似的计划，只是工作繁多没有做。华旗从1993年在中关村成立至今，见证了中关村的历史，也成为中关村历史的一部分。冯军也完成了从个体户向私营企业主的角色转变。可以说，华旗的成长也一定意义上诠释了民营IT企业的艰辛路程。在国内众多名企中，如华旗般没有国资背景的还能做的如此出色的个人认为几乎没有。联想就不用说了，到今天为止还有60%的股份是中科院的，TCL的发家也离不开政府的支持，海尔也同样是国企的性质（或者说比国企更国企），据说华为是靠任总一手创建的，不过应该也是在我们国家援建非洲的国家时接了很多的顺风车。只有华旗是靠自己的努力在压力和挑战巨大的IT市场中壮大并发展的。所以说，关于华旗的书有很多故事可以说的，比如：就我刚才说的公司名字的问题，为什么公司叫：华旗资讯，品牌叫爱国者呢，这都是故事来着，可惜作者不但没有挖出来，就连公司这几年的创业历程都有很多的模糊。说个更简单的故事，现在华旗为什么有这么多事业部，而当年却只有两个产品部门，这是为什么呢？其实这类作品我读了很多，很多，包括三星的，联想的，微软的等等，唱赞歌是一定的，可作为读者听赞歌的同时能更加深入的去了解一个企业，从而更加喜欢这个企业，可惜好像这本书都没做到啊。
- 4、很多年前就在关注华旗，关注爱国者，关注冯军。也许神话般成长的企业在中国这片神奇的大地诞生的确实不少。但真正触动我的是像爱国者这样讲梦想不断做大，矢志不渝坚持树立民族品牌的心智。伟大的事业源于伟大的梦想，祝愿爱国者，祝福冯军先生！
- 5、爱国者确实是一家不错的企业，从它的创业到现在一直体现出中国民营企业家冯军的坚强与智慧；但是本书写得有的不尽人意，似乎尽是溢美之词，而没有从现实从客观角度去分析、去剖析它的一路坎坷经历，没有达到入木三分的效果；有点失望
- 6、给单位买的，还没看
- 7、该书很好地记录一个企业，一个品牌，一个企业家的成长，其间作者还不时地穿插了一些很有用和有趣的“生存法则”，很不错！让读者在酣畅淋漓的阅读中能深刻领会企业管理的精粹！
- 8、中国不少优秀企业家，创业者；冯军是一个地地道道的创业者，从清华大学一毕业就站柜台卖货，到现在成为奥运赞助商、中央电视台年度经济人物。实在令人感慨万千，这本书写得相当深入，冯军的坎坷、艰辛写得入木三分。文笔也很流畅，读起来津津有味！！
- 9、没想到还挺狠，不知现在如何了
- 10、好书需要与大家一起分享，书上的文字写的很流畅，读起来不感觉累，页数也不是很多，一气读下来感觉会很好。对于企业和人物的描写不够多，但是爱国者这个中国的品牌足可以震撼你的内心，如果悟性高，你会想的很多。

《爱国者在崛起》

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：www.tushu000.com