

未来三年,中国会出一批民族品牌

马洪涛:在企业界,大家都关心一个方向性的大问题:现在的中国,还是创业的好时机吗?可以说,随着中国经济向成熟目标前进,上个世纪八十年代那种在中关村推个三轮车就赚大钱的机会已经没有了,在越来越透明的市场环境里,创业已经变得越来越不容易。

首先,请推过三轮车的爱国者总裁冯军谈谈他的创业感受。

冯军:的确,我刚跑单帮的时候,只要身在中关村,就能赚钱,并且能赚大钱,但这个时代已经过去。好汉不提当年勇,但我个人认为,从2009年到2013年,这四年可以说是中国品牌从中国制造走向中国创造的“前无古人,后无来者”的绝妙时代。今天我们在这里谈论创新与创造,一定不要忘记这个大背景。

马洪涛:看来今天冯军又有“狂言”了。怎么解释你说的“绝妙时代”?

冯军:让我们打开右脑。2008年,中国举办了一场无与伦比的奥运会,很成功。2008年奥运会的成功举办,不但是中国成功崛起的标志,而且也使中国人的自信心达到了新的高度。至少来讲,咱们从2008年开始和海外的朋友平起平坐了,不再仰头看西方了。

再看看我们的邻国,在1964年东京奥运会结束之后,整个日本开始抱团,真正的经济腾飞是从四年之后的1968年

开始的。1988年汉城奥运会非常成功,真正的韩国崛起是从1992年开始的,此后韩国街头到处都是现代和起亚。打开右脑,我们会看到,奥运会主办国的国民会经历一个抱团发展的阶段,也因此创造了一批民族品牌。

今天,我们在这里庆祝山东福德十周年,我昨天还跟山东福德董事长房富民说,你创业在一个好时代,摸索经验的十年已经过去,恰逢中国品牌从中国制造走向中国创造的“前无古人,后无来者”的绝妙时代,未来属于你们!

房富民:冯军是我创业的导师,感谢冯总十年来对我一如既往的教诲。山东福德从最早为因特尔、爱国者做山东总代,到转身干太阳能,十年来,一步步成长起来,其追求的目标就是打造一个新能源行业的民族品牌。

冯总讲到未来四年,将是中国民族品牌抱团走向世界的“绝妙时代”,我深有同感。2008年奥运会之前,中国的民族品牌很自卑,这种自卑来自世界的舆论:中国制造意味着低档、意味

着污染。六年前,转身太阳能行业,当时就为了一口气,要为中国制造出口气,中国制造应该像德国制造一样,代表着制造业的顶尖水平。作为一名环保志愿者,在考察行业转身时,突然发现“世界太阳能看中国”,中国太阳能热利用产业在世界上遥遥领先,具有完全知识产权,在中国这么多种产业里,几乎没有一个产业能与太阳能热利用相比,于是便一头扎进了这个朝阳产业里。

一直干到今天,我还觉得这个产业是一个令人骄傲的产业,而且市场潜力非常大。我们国家的产业规划到2012年,全国要做到三亿平方米,现在的保有量只有一亿多平方米,未来四年将增加两亿,再加上产品使用期限,能到三亿平方米,市场太广阔了。而在太阳能行业里,中国的一批品牌会成为世界行业品牌领军者,福德太阳能前面有皇明、力诺瑞特、太阳雨这样的一线品牌,后面还有一批茁壮成长的二线品牌。我感觉,未来四年,仅太阳能行业,就会涌现一批在世界上闻名的民族品牌。

“六赢”理念,福德找到制造业蓝海

的成长速度。

冯军:爱国者跟山东福德一样,都是学生创业,白手起家。很幸运赶上了一个好的时代,爱国者聚焦在IT行业,现在受房富民的影响,也开始进军新能源行业。爱国者的“六赢”伙伴中,山东福德成为重要一部分。从这点上说,爱国者与山东福德从来没有“离婚”,而是越走越近。

刚才房富民提到“六赢”,我想补充几句。“六赢”不是强调个人赢,而是强调一个价值链的共赢,一个滚雪球式的共赢,一个今天大家为“六赢”做贡献,明天大家就是“六赢”的受益者。萨马兰奇就是在“六赢”理念下,找到了奥运会的真谛。

马洪涛:这可是你首次解读奥运会的“六赢”理念呀!

冯军:对!因为今天是我们“六赢”伙伴的生日,我才把这个秘密讲给大家。打开右脑,奥运创造了奇迹,首先是满足消费者,不管你是有钱人还是穷人,都可以免费收看;其次是社会,无论哪个国家运动员获得金牌,都会升起这个国家的国旗,唱响这个国家的国歌,奥运会把全世界的心都凝聚在一起;奥运会的员是运动员,无论什么身份的运动员,奥组委都会赞助他来参赛;奥运会的公司是国际奥委会,100多人的国际奥委会却创造了几百亿的销售收入;奥运会的代理就是申办国的奥组委,供方更多了,包括赞助商、电视台等等,整个奥运会下来,各方都

是赢家。萨马兰奇没想到中国的文化这么伟大,居然能把奥运的文化全部涵盖了,萨马兰奇也因此自愿当爱国者的荣誉顾问。

房富民:同样在“六赢”理念指引下,山东福德找到了中国太阳能行业“蓝海”。一个产业的发展需要“三驾马车”——核心技术、管理体系和营销模式。中国太阳能热利用世界领先,太阳能热水器制造技术没的说;抛开管理模式暂且不提,山东福德寻找到的“蓝海”恰恰是营销模式。因为做代理出身,山东福德从爱国者、英特尔身上学来了太多的营销手段,山东福德也是中国太阳能行业首家将电子产品营销模式嫁接进来的企业,2006年在山东108县做太阳能峰会,用崭新的营销模式诠释了“六赢”理念,让大众在学习太阳能知识中,接受太阳能,接受福德品牌,也因此创造了福德连年增长80%的骄人业绩。

窦大海:我刚才一直在听冯总的“六赢”的理念,一个对我很重要的启示,就是一定要让更多的人知道你的利益所在,这个时候“六赢”就变得非常现实。所以“六赢”在我的理解,更多的是一种商业的哲学,这种商业的哲学是一种思想,它不是一个具体的工具,而是一个思想。我认识房富民也非常早了,房富民在企业圈里是一个领头式的人物,假如说房富民是李云龙,有朝一日说“李云龙哲学了”,这是非常可怕的事情。

寻找支点,朝自己软肋开炮

炮”。

冯军:我下国际象棋肯定下不过谢军,但我加了一门中国象棋的“炮”,就能赢棋后了。因为中国象棋的“炮”,只要找到一个支点,指哪打哪,中国企业要找准自己的“炮”。

房富民:我们在总结走过的十年时发现,中国太阳能行业的营销模式有两种:一种是传统模式下的制造业营销方法,企业负责生产先进的太阳能热水器产品,然后交给代理商销售,服务也是由代理商做;第二种模式,就是现代服务业模式下的新能源营销方法,企业除了做产品,还做服务,这种服务是建立在与代理商共赢基础上的共同服务。在

过去的岁月里,福德其实扛起的就是第二种营销模式。

以现代服务业为代表的太阳能营销模式,为福德创造了年增长80%的高速度;未来十年,福德要实践的是,如何完善和发展现代服务业营销模式。

马洪涛:今天能在这里透露一下吗?

房富民:用“六赢”理念来看我们未来的规划:福德创业十年,在太阳能领域已经建起了淄博基地和北川基地。因为爱心、援建灾区,在北川建起中国西南最大的太阳能生产基地,拥有省级技术中心,太阳能科研和生产已经具有一定基础,国际象棋的棋盘已经有

说“六赢”谈“转调”

支好“炮”打软肋

福德引领
太阳能服务
华丽转身

本报记者 李克新

创业十年,两次华丽转身,寻找制造业里的蓝海;因为爱心援建灾区,在北川建起中国西南最大的太阳能生产基地;因为创新传统产业营销模式,被创新家冯军亲切地称呼为“六赢”的最好实践者。在2010年12月26日庆祝山东福德科技有限公司创立十周年举办的“创新与创造发展论坛”上,在央视“名嘴”马洪涛的主持下,山东企业家与国内创新家共抢话麦,探讨中国制造业的软肋与创新。



企业家畅谈“创新与发展”。

【主持人】

马洪涛 CCTV财经频道主播

【对话人】

冯 军 爱国者数码科技有限公司总裁

房富民 山东福德科技有限公司董事长

窦大海 CCTV《赢在中国》全国亚军、

山东财政学院人力资源博士

马洪涛:我觉得你们三个人凑在一起有非常多的话题。福德今天在这里庆祝十周岁生日,我想对福德人来说,这既是十年的总结,也意味着一个新的起点。福德未来十年有什么打算?

房富民:“六赢”是企业经营的理念,具体怎么用?我想有一个公式可以概括:“1+1=11”,更具体的来讲就是用“国际象棋+