

爱国者:用U盘做餐饮打折卡 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/245/2021_2022__E7_88_B1_E5_9B_BD_E8_80_85__c70_245672.htm 把八竿子打不着的U盘和餐饮打折卡拉到一起，华旗资讯推出的爱国者“贵宾王”向热衷于技术导向 价格战的IT同行们示范了一把如何跳出“圈子”，进行横向资源整合的经典尝试。而在人们对这一大胆创新议论纷纷之时，华旗资讯总裁冯军和他的爱国者有了更大的野心 周晓冲至今记得一年前他在餐厅里推销爱国者“贵宾王”U盘的情景。“拿着比卡片略大的金属质感的‘贵宾王’在餐厅里转悠，看到有人付账的时候就跑过去告诉他有‘贵宾王’就能打折。有客人表示出兴趣但觉得价格贵，再告诉他，这实际上是一个U盘。这一幕像极了周星驰在《国产零零漆》里扮演的装酷的‘007’，拿着一只高跟鞋说：‘你以为这是高跟鞋？实际上是吹风机。’”周晓冲实际上是华旗资讯移动存储事业部战略总监，他所推销的“贵宾王”是华旗资讯于2006年3月22日正式推出的一款卡片式U盘。与其他U盘不同，除了存储功能，“贵宾王”还可以在全国1000多家餐厅享受最低5折的就餐优惠。现在这些餐厅的数量已经超过5000家，并以每天30多家的速度增长。在“贵宾王”上市之初，华旗资讯总裁冯军“全民动员”，包括冯军在内，每个华旗员工必须亲自到餐厅推销出两个以上的“贵宾王”。经过几番挫折，周晓冲终于把第一个“贵宾王”卖给了酒足饭饱的客人。事实上，这一产品推出之时，由于两个行业“联姻”的跨度实在太大，以至于有人批评：“挺时尚的东西为啥非要沾上油星？”但近一年时间过去，曾让人目瞪口呆

呆的“贵宾王”卖出近100万片。2007年1月，华旗资讯连续荣获两个营销创新大奖，两个奖项的颁奖词不约而同都提到“贵宾王”的创新，评价其为“整合营销中资源协作的典范”。1月25日，爱国者“贵宾王”又开始了为期20天的“寒促”，在北京、上海等大型城市的写字楼展开直销。伴随寒促的是大幅度降价，其中512兆的“贵宾王”从199元直降到99元，1G的“贵宾王”由299元降为199元。这一价格几乎比市场上的同档次U盘还要低。“除了产品本身的价格，我们还有增值服务，2007年‘贵宾王’模式势必成为U盘的发展方向。”周晓冲说。被逼无奈的反攻1月5日，在第九届北大光华新年论坛上，华旗资讯创始人、总裁冯军解释了为什么要做“贵宾王”：“作为U盘我们已经是全球第一了，今后有两条选择，一是把U盘继续往下做，全世界大家打价格战，最后国外告我们倾销，把我们赶出来；还有一条路是我们用1=11的思路，给U盘一个新的生命，让它能够增值和增加服务。”冯军不忘随时推销“贵宾王”。“俏江南平常是8折，但是用我们这个U盘就是5折。前天我跟朋友吃饭花了1600元，我从口袋里掏出‘贵宾王’，小姐说是5折，我省了800元，而1G的‘贵宾王’才卖299元。”冯军告诉论坛上的嘉宾，“爱国者正在开创一种全新的业务模式和营销模式。”但周晓冲告诉记者，“贵宾王”实际上是一次被逼无奈后的主动出击。“贵宾王”推出时，爱国者已经在移动存储这一行业连续5年牢牢锁定第一位置，但移动存储市场在2004年井喷后，2005年增长开始放缓，市场上大量低价品牌涌现，同质化现象严重。华旗资讯在移动存储市场的份额在2003年达到顶峰(接近40%)之后开始出现衰退。100Test 下载频道开通，

各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com