



## 吴会森的“中国制造”哲学

吴会森不在乎他人的闲言碎语，也从不会理会别人对他的误解、甚至是无端指责。过去的近30年里，在吴会森眼中，别人说了什么并不重要，重要的是他一直坚守着打造民族品牌的信念，重要的是在我国的广电行业中，他和自己的团队通过共同努力，让国人首次拥有了中国自主知识产权的摄、录、编、播、存全线广播电视设备——HDAVS DataCam，而他也将继续坚定地走下去……

1999年，吴会森在日本大阪注册成立了国际精华株式会社，仅为公司的这个名号，他就花费巨资买断了“国际精华”名称的使用权。与其有着异曲同工之处的是，2005年，北京华傲精创科技有限公司（以下简称“华傲精创”），又由他一手参与建立，在北京海淀区上地科技园区落户生根。细心的人会发现，吴会森在给两家公司取名时，都取了一个“精”字，而这个“精”字，是他事业成功的关键词，更是他“中国制造”哲学中的精要所在。

本刊记者 介白

### 进入日本企业高层的第一个中国人

初见吴会森是在国际精华株式会社北京办事处——恒基中心。

吴会森快步走来，与我握手。在几下有力的握手中，我想这不止是一个礼貌性的问候，更多的是让我意识到了这是一位踏实的实干者。

虽然已过花甲之年，但吴会森的面孔仿佛比真实年龄要年轻10岁，在盲谈举止中，更是无法将他与“老年人”这个代名词相提并论。相反，我这个陌生的到访者的情绪，却被吴会森骨子里的执着与创业激情一点点调动起来。

上世纪70年代，吴会森大学毕业后，进入云南电视台，做了广电行业

中一名普通的技术工作者。时隔不久，他进入北京电视台，成了台里的技术负责人。

所谓“男怕人错行，女怕嫁错郎。”最初，在广电领域工作的几年中，年轻的吴会森和一些人的想法一样，认为广电领域的发展空间较小，不知是否选错了行业，是继续留在广电行业，还是进入自己当时就已看好的领域闯荡？这道选择题让他着实烦恼了一阵子。不过，

选择题总是有答案的。一方面，考虑到隔行如隔山；另一方面，吴会森还是难以割舍自己的广电情结。经过权衡，他还是选择留在了广电行业，继续做着自己的老本行。

然而，令吴会森没有想到的是，当时的决定会让他在世界广电行业中的三大巨头——索尼、池上、松下电器一干就是二十年，更令他没有想到的是，这为他日后的成功写了关键的一笔。

这个说法并不为过，机遇来了。

上世纪80年代初，正值改革开放初期，在一次中日友好交流的活动中，吴会森作为一名技术干部到日本进行出国考察。考察期间，他深深地感受到了在广电领域，中日两国之间的差距。当时，日本企业产品在国内独霸一方，国内的广电设备全部依赖进口。中华民族，一个泱泱大国，50年、100年之后莫非还要依靠人家吗？什么时候能有属于自己的广电设备和品牌呢？

思考了良久之后，吴会森做出了一个惊人的决定：停薪留职，去日本。

这在家人、朋友、身边的领导、同事中炸开了锅。有人苦劝，有人阻止，还有人对他指指点点，说他崇洋媚外。不过，这对心意已决的吴会森来说，都已失去了功效。一向不喜多言的他，在此时无意解释，只是想如何去学习日本的先进技术和管理经验，如何“为我所用”。

吴会森只身来到日本，从摄录设备产品的技术生产线，到营销推广，再到企业管理，吴会森一步步走来，在SONY时推进3/4 u-mite录像机和BetaCam、sp摄录一体机，在池上推进广播级摄像机时，成功配合北京电视台利用北京亚运会之契机，引进36亿日元的无偿援助设备，为中国广电领域赢得首批无偿援助项目……吴会森渐渐在圈里小有名气。但这仅仅是个开始，不久，他最后转入松下电器就职，开始了他十年松下的学习与奋斗。

走进松下电器集团之初，吴会森发现松下正在为进入中国市场摩拳擦掌，而中国的广电行业也正在为北京亚运会积极筹备中，细心的他了解到松下的摄录产品与索尼公司的产品质量相比其实不分伯仲，只是缺少通畅的渠道。于是，他带着年轻的住谷先生，即现在松下电器（中国）有限公司广播电视系统营销公司总经理，辗转于日本与国内，深入了解国内电视台等大量用户的需求，多方介绍松下的产品性能。凭借着多年来对广电行业的了解，踏实可靠的人品，高效的执行力，在吴会森的努力下，松下研发的M II借北京亚运会正式登录中国市场，松下电器的广电产品也在中国市场实现了零的突破，打破了索尼多年来一直在中国广电行业独揽天下的神话。由于竞争机制的导入，索尼广电产品的价格在当年就迅速下调了50%。无疑，最终的受益者就是中国国内的广电用户。而吴会森也为此破格进入了企业的高层。

谈及到为什么吴会森能够如此成功之时，他淡然一笑：“做人要堂堂正正，做事要认真认真，人要靠实力说话。阿谀奉承、拍马屁的事我不做。另外，勤奋是成功的基础，独特的见解必不可少，不能人云亦云。当然企业的最终目的就是成效。这就需要每个人具备很强的执行力。记住，实力可

以证明一切。”

“证明”，一个对吴会森而言再熟悉不过的词语。在国外企业工作的20年中，他证明了自己的实力，从一个普通的工作人员，凭着工作的热诚，办事的认真，同样可以进入排外性极强的日企管理层，管理日本人；坚持坚韧不拔、不屈不挠的精神，抱着炎黄子孙华夏儿女的红心，吴会森再次证明了：中国人同外国人一样，完全可以拥有属于我们自己的品牌。

## 还愿

正当吴会森在日本的事业处于巅峰之时，他又一次做了个惊人的决定：辞去松下的高管职位，放弃令无数人羡慕的高薪福利，选择了一条更为艰辛的还愿于广电的创业之路——组建“国际精华”公司。

1999年初，吴会森毅然辞职，在一些广电老专家、技术精英、高层经营者的支持下自立门户。同年4月，在日本大阪成立了国际精华株式会社（以下简称“国际精华”），出任总裁兼CEO，而从他辞职到公司成立，从零开始创业，谈何容易？但让更多人大跌眼镜的或许还有松下、池上，索尼，这三家世界一



流的广电设备生产企业的部分股东对他也伸出了鼎力相助之手。由此，吴会森的实力和人品在业内可见一斑。

为了探求我国为什么没有属于自己的广电设备品牌？为了弄明白我们与日本之间的差距到底在哪里？吴会森辞职去了日本。当时，只是想着如何去学习日本的先进技术与管理经验，如何“为我所用”，如何为祖国效力，还愿革命老前辈的心愿。

一切准备就绪。1999年适逢中华人民共和国成立五十周年大喜的日子，如何将五十周年的庆典，阅兵式转播传递到祖国各地，吴会森首先亲自带领国际精华，组织、指挥、实施、完成了国家网络中心首都站5个频道播出系统集成，中国中央电视台新闻中心节目制播系统数字化改造工程，包括信号调度中心和4个互相联动的演播室（新闻联播、东方时空、焦点访谈、社会调查等栏目），首创了用PDP做监视与画面分割器结合等新技术。

同时他又率领老中青技术人员，完成实施了在国家广电领域具有标志性、代表性的系列工程项目：中国第一个高清晰度演播室和后期制作、中央电视台播出中心12个频道播出系统数字化改造、总控的设计与创意、国家广电总局安全播出指挥调度中心、国家广播电视音像资料馆AV系统集成等一系列大型工程项目，为中央电视台和地方电视台的数字化改造做出了努力，也受到了中央和地方广电同仁的一致认可和高度评价。

吴会森经常说：“身在异国他乡，但不能忘记生我、育我的老祖宗。有机会一定要还愿。”上世纪80年代初，正是中国处在广播电视急速发展的初期，迫切需要资金的支持，在北京电视台刚组建，又逢北京亚运会，资金无疑缺乏，所

以在参与利用日本国际协力基金（ODA）无偿赠款取得成功，吴会森又根据中央台、河南、新疆等电视台的实际情况，再次参与引入了日本国际协力基金（ODA）资金，使多家电视先后获得总金额达七八十亿日元的无偿援助的款项与设备。他以实际行动，抱着炎黄子孙的拳拳之心，为中国广电发展初期发挥了力所能及的作用和贡献！

在国际精华成立之初，他又继续推进日本曾经停止了几年的ODA基金，结合辽宁电视台引进ODA政府低息贷款项目获得成功的案例。2000年，吴会森召集全国各省市电视台，广电局在北京国际饭店专门组织召开了特别说明会，促进并介绍低息的日本政府贷款流程、程序、申请方式、方法，经过数年的努力，终于使我国青海、云南、宁夏、安徽、济南六省市电视台成功获得低息特别贷款达200多亿日元，通过这一批资金的高效利用，将加快国内上述数省、市广电事业发展的进程。当时的济南广电局局长曾动情地对他说“…吃水不忘挖井人…”

虽然在很多人眼中，吴会森已经在广电界实现了创业的成功，也打拼出了自己的一片天地，但只有他知道，自己做得远远不够。为了了却多年以来深藏在内心中的一个愿望，他经常陷入沉思：他想替一位已经逝去的革命老前辈、建国元勋老人家还愿。每每想起此事，他眼前也总会浮现他曾经看到的老人家1956年的那张珍贵照片。

1956年，正是创建筹备北京电视台（现中央电视台的前身）之时，一位心系我国广电事业发展的老人家出现在电视台的设备选型展上，他的到场无疑给现场的广电技术工作者们带来了高昂的士气和无穷的信心！这位老人就是革命家毛泽东主席。

讲起这一段往事，吴会森的眼角有些湿润，他动情地说：“当我和那张照片上，



华傲精创 DataCam 设备正式交付中央电视台使用

看到1956年,老人家注视着日本公司当年生产的摄像机的那股高兴劲儿,我就在想,要是他老人家能看到我们中国自己生产的摄像机诞生,那肯定就更高兴了。”停顿了一下,他接着说:“咱们以前做不了自己的摄像机,难道这半个世纪过去了,中国人还不能做出自己的广播级摄录设备吗?我是江西穷人家的孩子,是共产党和毛主席让我活了下来,过上了好日子,并完成了大学学业,我打心眼里感激。我想给他老人家还了这个心愿,让他在天之灵也有个安慰……”

吴会森再次陷入了回忆中……

## DataCam 的诞生

“爱国、振兴中华、自主创新”不是嘴上说说就行了,需要真实的付出并用实际行动来证明。”这是吴会森在采访中反复提到的一句话,并举了一个例子来说给我们听。

1988年汉城奥运会上,韩国因为没有自己国家品牌的摄像机,不得不花高价OEM购买了日本的88台摄像机,但韩国人在奥运会上使用时贴的是韩国三星公司的标识。

“韩国,一个友邻文化相似的小国家,尚有如此强烈地在意拥有自己民族品牌的意识和行动,那么我们这个十几亿人口的大国,全球拥有几十亿华裔观众,是不是也该在自主创新民族品牌这方面下下工夫呢?!”吴会森向记者补充问到……

2005年,在吴总的积极参与和帮助下,华傲精创正式成立。取名“华傲”,就意在中华之骄傲。那一年,吴会森受聘公司董事会,任总经理。

其实,早在华傲精创成立之前,吴会森在拓展国际精华的各项业务时,就借助与业界专家、用户等各方人士的接



触,认真进行了调查研究。通过对各电视台电视节目制播工艺流程上存在的种种瓶颈、问题的了解,在与具有多年丰富经验的广电专家进行了深入分析研究之后,结合IT技术的最新发展,基本上掌握了广电某些领域的发展趋势,逐渐形成并提出了一个全新理念,即DataCam全程数据化的概念。在以后的工作中,他组织的团队,创造性地采用抗冲击、耐震动的先进可移动的新存储媒体介质硬盘,iVDR国际标准的易盘卡作为全新的记录媒体介质,科学地将“硬盘”、“半导体卡”有机地结合在一起,设计、生产了从拍摄、编辑、录制、播出到存储的HDAVS DataCam E2系列产品,从而实现了电视节目制作全程数据化的崭新工艺流程。

吴会森上任后,继续积极推广这一理念,在广泛听取了专家们富有建设性的宝贵意见和建议的基础上,经公司技术人员的严密论证和消化吸收,组合国际力量、资源,使DataCam的全程数据化理念和产品设计得到了无与伦比的改进和完善。

对抓什么产品打造民族品牌他也早已胸有成竹。在广电设备系统中,信号源是一切电视节目的开始,而摄像机又是最重要的信号采集设备。虽然民族广电企业生机勃勃,但是作为核心设备的广播级摄像机、编辑录像机仍仍然要靠全部进口。这就是广电节目制作的核心和龙头,也是打造民族品牌的突破口。围绕这一产品,他不仅组织了专门的研发队伍,而且还不断组织调研攻关。在艰难的攻关过程中,还不断派人与中央电视台和地方电视台,甚至出国到国内外TV、厂家学习、交流、请教,并组织调动一些著名厂家的技术力量,以“为我所用”的原则共同攻关。

终于在2006年12月26日,在毛主席视察广播电视摄像机的五十周年,毛主席诞辰的那天供测试样机投入试用、运行。

2007年11月16日晚,中国钓鱼台国宾馆灯火辉煌,气氛热烈,中国中央电视台正式采用华傲精创DataCam摄录编设备交付仪式在此举行,本次DataCam

E2设备的交付，正式填补了中国广电领域迄今没有自主知识产权核心技术和广播级摄录编产品的空白，并宣告了HDAVS DataCam这一民族品牌的诞生，结束了中国广电摄录设备50年来完全依靠外国进口，令中国广电人难堪的历史。

但吴会森从来没有停止探索与钻研，他又规划了后续产品和配套产品的各种方案，到2008年，公司已形成了标清、高清摄录一体机，“线性”和“非线性”编辑机等系列产品。

## 精——“中国制造”之道

从吴会森为我国广电事业的发展效力开始，无论是他率领的国际精华团队，为广电领域打造的个个精品工程，还是响应自主创新，积极开发中国广电设备的民族品牌，一切都围绕着一个“精”字做文章。

产品质量是企业的命根子，这句话永远不会过时，而精益求精的产品质量也是吴会森所倡导的企业命根子。细节决定成败，必须对每一款设备产品进行精耕细作！

曾在日本著名广电厂家工作了20年的吴会森深知，摄录像机在制作工艺方面非常严苛，一个细节没有注意到就很有可能影响全局，所以最初的摄录像机的硬件委托生产加工都是由他在日本选定流水线，进行加工制造。

这一做法再次引起了很多争议，争议的话题集中在华傲精创这么做，产品是否还是咱们中国的民族品牌？而记者也在心中打了一个问号？中国现在已经成为“制造大国”，难道一定要在日本生产摄录像机的硬件吗？

吴会森颇有些无奈地笑了笑，“目前，我国在广电设备的硬件生产技术基

础确实有些不足，软件与硬件是需要相互配合支持的。”“中国制造”能改成“中国智造”。日本松下的高分子、美国苹果的IPOD、耐克运动鞋等等，这些外国产品可以来中国“制造”，为什么中国产品就不能去国外“制造”了呢？

中国和印度的软件开发能力全球公认。华傲精创的工程技术人员设计出方案并绘制出图纸，我国生产技术硬件有不足之地，那么就借人之长补己之短……

要想让品牌、产品、企业经久不衰，就必须注重产品质量。没有质量第一的思想无法在商战中取得最后的胜利。吴会森这种坚定不移的信念，决定了华傲精创产品的生产方式。也正如他所说：“一个企业的产品质量出了问题，钱就会打水漂，今后的发展，就会受到挫折。没有精益求精的质量，产品只讲民族品牌是没有用的！产品是实打实的，否则，徒有民族的牌子是帮不了忙的！”也许，这就是华傲精创——中国制造的哲学，选择产品制造方式、决定的方针，HDAVS DataCam E2高清、标清软、硬件设备得以在专业人士难以置信的短时间内完成、完善的所在。

虽然设备的硬件委托日本厂商生产，然而设备的核心技术则全部由华傲精创的研发团队操刀。为了组织起一支富有创新精神的精英研发队伍，吴会森把注重人才资源放在了事关企业生存与发展的战略地位。

对于人才是企业生存之本，发展之基，创新之源，吴会森有着深刻的理解。他一直十分重视聚集各方面的人才资源，从国内电视台的老专家，到国外知名厂家的资深专业人士，从已有从业工作经验的年轻精英，到正在我国广电高等学府努力求学的在校学生，他都装在心中。所以华傲在开展新产品的过程中，他组织起了一支富于创新精神的精英研发团队，并一直能够得到国内广电界老前辈、老专家的指导。在研发过程中，遇到问题，他又及时组织队伍到用户第一线电视台等单位与一线专家和技术人员座谈，商讨解决办法。

同时，他还大胆聘用了国外著名资深的技术专家配合工作，最大限度地挖掘和利用了这方面的人力资源。在日本，行业竞争非常激烈，所以即使是索尼、松下等这样的知名大企业都要求员工55岁退休，实行“一刀切”。但对于很多55岁的技术人才来说，这正是他们经验最丰富、做事最稳妥的时候，吴会森十分敏锐地发现了这一宝贵资源，聘请他们做自己最擅长的事情，并充分发挥他们的积极性来为我国广电事业的发展服务。

对于为何吴会森面对竞争激烈的HDAVS DataCam E2产品，总是乐观并充满信心？他笑着回答说：“知己知彼，百战不殆。因为掌握了创新的技术、优秀的精英人才、前瞻性的一流产品。”

更让人敬佩的是，十年前，他就在我国培养广电人才的高等学府——中国传媒大学设立了奖学金，专门用来支助和培养广电的一代新人。从他创办国际精华，到多年后，他挑起华傲的大梁出任总经理，这项工作一直都在进行中，但他从未做过宣传。

吴会森表示，将聘请一些国外专家参与生产环节中的质控和管理工作，以帮助国内培养一批一流的企业管理人才。同时也希望HDAVS DataCam这个民族品牌一步一个脚印，走得更稳、更踏实。一向未雨绸缪的他，已有计划会逐步将生产线最终完全转移到国内，扩大产品的产量，并将从中国走向世界。■

# 吴会森的“中国制造”哲学

刊名: [中国传媒科技](#)  
英文刊名: [SCIENCE & TECHNOLOGY FOR CHINA'S MASS MEDIA](#)  
年, 卷(期): 2009(1)

本文链接: [http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical\\_zgcmkhj200901023.aspx](http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_zgcmkhj200901023.aspx)