

中国带动着世界:中国营销与营销中国的战略思考

■ 汕头大学商学院教授 田广

打开潘多拉盒子的一本书

2010年的11月份,英国牛津大学当代中国历史学家,著名教授卡尔·格斯博士发表了一本新书:《中国带动着世界:中国消费者是如何改变一切的》。在这部著作中格斯博士从历史的角度,向读者展示了一幅关于当代中国消费主义的丰富多采的画卷。其主要观点可以大致概括为这样简单的一句话:中国的消费增长是挽救摇摇欲坠的全球经济的最有效的手段并可为西方世界带来更多的机会。

格斯博士关于中国带动着世界的基本理论是这样表述的:中国消费者对美国及其他西方国家高科技产品,金融服务,以及其他产品的需求,将会创造出很大的就业机会并引导世界经济的增长,同时也会促使中国更加朝向现代化发展。随着中国政府强力推行以市场为导向的经济政策,这种消费主义的极端发展也会带来许多问题,从而打开潘多拉魔盒并引发出一系列不可预测的后果。

格斯博士的新书一经发表,便在西方学术界和工商界引起一波又一波的评论,大家普遍认为格斯博士的著作具有划时代的意义。《与中国对话》的主编依萨拜尔·希尔特评论说:格斯博士的这部著作阐述了由于中国转向消费社会而使人类重新认识生活的道理,其观点不仅独特而且令人耳目一新。国际著名的营销学大师菲利普·考特勒博士指出,关于中国社会、经济和政治制度的著述很多,但却很少有人对中国数以千万计的普通消费者进行报道,格斯博士的新作为我们提供了富有价值和深刻涵义的信息资料,以便我们认识和理解有关消费者在中国的行为选择方式及其中国国内企业和西方世界企业在中国境内的运作机制。

哈佛大学商学院教授威廉·可毕博士在评论格斯博士的新作时指出,在过去的数十年间,世界经济的发展似乎受到这样两个简单原则的支持:勤俭的中国人在制造着所有的产品,而奢侈的美国人则购买所有的产品。然而,当中国消费者开始引导并界定全球消费偏好时,世界又会是怎样的呢?虽然我们现在还没有达到这个时代,但格斯博士的新书,通过对中国消费者革命的描述,给我们展示了未来的情景:受美国消费模式的影响,未来的中国将会出现一个强劲消费的情景,人们将在这个巨大的市场上交易汽车、土地、劳动力,等等。充满幽默感的格斯博士以其丰富的知识和深刻的洞察能力,描述了当今中国的市场,随着时间的推移,中国的市场将会改变整个世界。

格斯博士的新书之所以受到从学术界到工商界的广泛关注和好评,其流畅的文笔,幽默的语言和深刻的分析固然是重要的原因,但更为重要的则是因为这样一个事实:今天的世界经济深受中国经济的影响,而未来中国的经济将会持续在世界经济中起到重要的作用。在过去的30年里,中国的经济已经从中央计划经济体制转变为一个以市场为导向的经济体制。在计划经济体制下中国的经济与世界经济的联系是有限的,在市场经济体制下,中国的非国有经济成分迅速增长,并成为全球经济的主要组成部分。

2030年中国或成世界第一大经济实体

自从1978年以来,中国经济由于效益的提高而使得GDP增长了10倍之多。与此同时,前来中国的外国投资也在迅速增长,近年来FDI(国外直接投资)平均每年高达1000多亿美元。与此同时,中国政府加大了对有关国



“中国消费者对美国及其他西方国家高科技产品,金融服务,以及其他产品的需求,将会创造出很大的就业机会并引导世界经济的增长,同时也会促使中国更加朝向现代化发展。随着中国政府强力推行以市场为导向的经济政策,这种消费主义的极端发展也会带来许多问题,从而打开潘多拉魔盒并引发出一系列不可预测的后果。”

计民生和国家经济安全的大型国有企业的支持力度,培育并提高这些龙头老大有企业的全球竞争优势。这一战略性措施无疑是必要的,而且也是卓有成效的。现在,中国的经济总量已经超越日本,成为世界第二大经济实体。按照目前的发展趋势,我们预测中国在2030年时将成为世界第一大经济实体,届时中国的经济总量将为美国经济总量的二倍,占世界经济总份额的百分比将由目前的9%增加到24%。

快速的经济增长加之高达14亿的人口,使得中国成为目前世界上最为富有吸引力的市场而受到全球工商企业的关注。据报道,以美国为总部的绝大多数跨国企业集团,或已在中国建立了分部,或正在积极筹建其在中国的分部。与此同时,随着国民财富的增长,中国的广大消费者对各种产品和服务的需求也日益增加,对产品和服务的多样化选择,成为中国消费者的基本权利。到中国去营销对世界各国的企业家们来说,已具有不可抵抗的诱惑力,以至于目前没有哪个国际性大企业敢于忽视中国市场的存在。作为中国人都应当为此而感到自豪和骄傲,但我们也不能因此而盲目自大,我们应当继续努力提高我们的国际竞争优势,创造更加美好的未来。

世界著名的营销学大师考特勒教授,最近在写给本文作者的一封信中指出,当整个西方世界对中国在制造业方面的竞争优势不断增长的态势,及其对能源需求的增长而忧虑之时,他们却没有注意到一个更大更严峻的事实,这就是中国正在迅速成长的美国式消费文化,这种文化将会给十多亿中国人民的生活带来革命性的变化,并将具有改变世界的潜在能量。所以我们完全可以有把握地说,在中国营销将会创造出无限的挑战,同时也会给世界各国的营销家们带来无限的机会。

中国:引导世界经济的火车头

在当今日益国际化的世界市场上,没有人会否认在中国营销的重要性,更没有人会忽视不断加强的中国与世界的各种经济联系。对世界各国的政治及工商领袖们而言,当中国动起来时全世界都会跟着动起来,几乎已经成为一种常识。中国的经济正以每六年就翻一番的速度在发展,成为引导世界经济的火车头。显然,中国人民在中国共产党的正确领导下所取得的巨大成就,不仅从根本上改变了中国内部的市场结构,而且也在很大程度上改变了世界的经济结构。

当然,有一种现象我们必须注意,这就是随着中国的对外开放和国际贸易的增长,中国经济的对外依赖度也随之提高,这对中国的经济发展无疑增加了许多不可控制的因素。最近两年,西方世界由于遭受到经济危机的冲击而开始减少了对中国产品的需求。中国中央政府注意到了这个问题并开始将经济发展的重心转移到扩大内需方面,以减轻国外市场对中国经济发展的影响程度。以扩大内需为重点的经济政策,无疑是完全符合中国现实和国际现实的英明决策,这将创造一个极大的市场,其市场容量将与美国和欧洲的市场等量。面对这样一个全新的巨大市场,不仅国外的企业家们要加强研究和学习,国内的企业界同样也要加强研究和学习。而且,国内的企业家们更需要对中国营销与营销中国进行研究,以便他们更加有效地在国内市场和国际市场经营自己的产品和服务。

中国营销对世界各地的营销家而言还是一个相对比较新的领域。对中国和世界各地的营销家们而言,中国营销涉及到如何在中国市场上有效地营销其产品和服务的各个方面,比如产品设计与发展,价格战略,渠道与运筹管理,广告与促销,等等。随着中国市场结构的演变和发展,营销战略也必须要有一定的变化以适应新的环境。中国的经济转型必然从根本上影响到横跨各个工业与行业的营销战略,对此,我们应当毫不怀疑。

营销中国的概念

如果说中国营销的概念主要指国内外企业家在中国的市场上有效地营销其产品和服务的话,那么营销中国则专指中国的营销家们如何在国际市场上积极有效地营销中国企业的产品和服务,而这些产品和服务统统属于一个品牌,这就是中国。营销中国涉及到一系列的内容,比如说如何将我们中国的产品和服务升级以满足国际市场的需求,如何有效地在全球范围内寻找和开发有利于我们的产品与服务的目标市场,以及如何有效地跨国与跨文化地进行促销,等等。我们需要充分认识到这样一个事实,国际市场时时刻刻都在发生着变化,而这种变化又深受文化的影响。因此,我们必须从跨文化的角度对国际市场的瞬息万变进行深度的研究和理解,才能有效地在国际市场上营销我们的产品与服务。

在世界上有效营销中国,要求中国的市场营销家们,必须具有国际视野方能制定并执行具有竞争优势的战略。学会如何通过识别自己的竞争优势而做出强有力的战略营销策划,并合理配置人力资源来执行战略策划,对中国的市场营销家们而言是至关重要的。我们必须清醒地认识到市场就是战场,在这个没有硝烟弥漫的战场上,没有人会自愿放弃自己的利益,要赢得胜利我们需要的是充满智慧的勇敢的职业营销家。这就要求我们必须努力学习和掌握现代营销科学知识,在激烈的市场竞争中取得胜利。同时我们还必须学会充分利用商业竞争情报学,熟识我们的竞争对手,正如中国古代军事家所说——知己知彼,方能百战不殆。

做买卖就得到大市场去

贸发会议数据:今天,中国已超美国而成为外商最大投资地。2012年1至6月份中国吸引外商投资达591亿美元;美国吸引外商投资为574亿美元。同时,越来越多的跨国公司把总(分)部设到(或迁到)中国来。

曾几何时,法国大企业家阿尔卡特说,做买卖就得到大市场去,美国是世界上最大的市场,我要到纽约去。而今天,中国的崛起引发了世界经济、世界市场格局的一系列重要的逆向变化。

一是对全球工商企业吸引力正在从以美国为中心向中国为中心转移;二是作为跨国公司神经中枢企业总部越来越多地由美国转向中国;三是作为应对市场之企业营销越来越多

的公司由营销(于)美国转向营销(于)中国。

当然,随着中国对外开放和国际贸易的增长,中国对外依赖度也随着提高。尽管我们现在从转方式调结构视角上扩内需,促消费,调结构,惠民生,不过,受节俭储蓄传统文化影响极深的中国人的消费,不会简单地走上美国式的消费主义之路;这就表明,我们必须谨慎从事,绝不可贸然地打开潘多拉魔盒。

毫无疑问,随着收入分配改革和整个经济稳增长,城市化演进,“中国式消费”模式将以日渐加快的速度生发开来。

同时,如作者所说,中国人已经并将继续有效地“走出去”,在继续搞好营销中国的同时,更要搞好中国营销(于)世界。

名家观点

吴敬琏:中国经济应摆脱出口、投资依赖

“如果不能够在我们的增长中提高全要素生产率对于增长的贡献,那么,长期依赖出口、投资驱动增长的困境是难以走出。”吴敬琏说,“特别是全球金融危机,使得在发达国家提高了储蓄率、降低了印钞的水平的时候,高速度增长就不能维持了。”

这是经济学家吴敬琏近日在国际金融论坛(IFF)2012年全球年会上,对中国下一阶段经济增长提出的警示。

吴敬琏指出,全球金融危机爆发以前,东亚国家和地区利用发达国家储蓄——投资缺口,执行出口导向型政策,促进自身经济发展,是包括中国在内的东亚经济体长期以来经济增长的重要动力。

然而,他认为,这种增长模式产生的问题在于国内投资率不断地提高,而消费率不断地降低,在消费率不断降低的

茅于軾:到底如何看待民间借贷?

近来整个金融业资金供应紧张,中小企业纷纷告于民间借贷解决急需资金的供应。这造成借贷利率高涨,企业负担加重,极不利于他们的生存和成长。讨论民间借贷的文章一篇接一篇,但是如何看待民间借贷,是赞成或反对,态度模糊,模棱两可。因为没有理出问题的头绪,是非没搞清楚。以我看来,民间借贷肯定是利大于弊,是非常值得推广的事。

对民间借贷非议的第一个理由是利率这么高导致许多企业破产。利率高是不好,至于因此而倒闭,则把事情全搞反了。企业借到了钱反而破产了,难道借不到钱倒能不破产吗?事实上民间借贷避免了许多中小企业的破产,而不是相反。

第二个理由是民间借贷充满风险,一旦爆发后果不堪设想。这种说法完全是想当然。事实上民间借贷是最没有风险的金融业务,因为他们都是一对一的借贷关系,如果发生毁约只涉及两个人,绝不可能波及他人。不像大的金融机构,涉及面广,一旦倒闭会发生连锁反应,造成大面积破产。而且经验证明,民间借贷的毁约率远没有大家所设想的那么高。如果谨慎从事,毁约率只有百分之二,大大低于国营银行过去的坏账率。

第三是对利率率的错误描述,不恰当地夸大高利贷的危害性。利率率高达180%(年息),这是极为个别的例子,不足为凭。据我所知,当今的利率率一般约为30%上下。这种借款都是短期的,几天,几周,顶多半年。所以业主能够承担

学术顾问:(按姓氏拼音排序)

巴曙松	蔡继明	陈东琪	陈栋生	陈佳贵
陈恩富	迟福林	戴园晨	范恒山	樊 纲
高尚全	顾海兵	谷书堂	[何伟]	贺茂之
洪银兴	胡代光	黄范章	贾 康	江春泽
金 碚	李成勋	李江帆	李京文	李维安
刘诗白	刘 伟	茅于軾	任玉岭	宋洪远
宋守信	宋养琰	谭崇台	王东京	卫兴华
魏 杰	吴 澄	[晓亮]	徐长友	晏智杰
杨家庆	杨启先	张曙光	张晓山	张卓元
赵人伟	郑新立	朱铁臻	周叔莲	周天勇
邹东涛				

情况下形成国内消费最终需求不足,因此这种格局是不能持续的;此外,外汇结余大量增加还引起了资产泡沫的形成和通货膨胀压力的增加,资产泡沫破灭以后,就出现了危机。

“在日本、韩国等相继出现资产泡沫与通胀压力后,我国逐渐认识到出口导向型经济增长模式的不可持续性,要从投资和出口驱动的增长模式,转变到技术进步和效率提高驱动的增长模式,可是进展缓慢。而近年来,随着金融危机的爆发,外部需求萎缩,转变经济增长模式变得越发迫在眉睫。”吴敬琏表示,加快经济结构转型,要坚持社会主义市场经济的改革方向,要加快完善社会主义市场经济体制,完善各项制度,以便在更大程度、更大范围发挥市场在资源配置中的基础性作用。把推动发展的立足点转到提高质量和效益上。

“只要能够认真地、坚决地克服各种障碍,执行下去,我们经济的面貌很快会改观。中国会从一个提供制成品的所谓世界工厂、出口大国变成一个世界上数一数二的消费市场,为世界经济的稳定和持续发展提供一个重要力量。”他说。

(第一财经日报)

较高的利率率。

民间借贷唯一的坏处是利率率太高,成了高利贷。造成此种现象的原因有三:首先是信息沟通不够。明明有低利息的资金可用,但是供需不能沟通,借了高利息的资金。这一现象现在利用互联网可以得到解决。第二个原因是出借方的供给太少,有限的资金供给不能满足借入方的需求,供不应求就会涨价。解决的办法是鼓励更多的人参与民间借贷。我国银行有20多万亿的居民储蓄,他们只能享受不到4%的存款利息。如果有合理的利率率,他们都会参与放款,利率率肯定会降下来。第三个原因是放款方不放心借贷的安全性,怕借了不还。这一点是很难解决的。本来金融业就是有风险,不可能万无一失。

认为民间借贷是剥削,这是妨碍民间借贷事业发展的一个很重要的障碍。认为它是剥削的理由是“不劳而获”。但是要知道,整个金融业就是不劳而获,金融业的人不从事生产劳动,但是他们赚了很多钱。如果金融业赚的钱是剥削,就应该把金融业关闭。以现代经济学的理论来看,金融业所赚的钱是财富的创造,因为它把钱调动到了最有效的地方去使用。一个有效的金融业能够避免把钱用错了地方,去支持亏损的项目,去搞政绩工程,搞重复建设或低效建设。民间借贷恰好能够满足这些条件,是大大值得提倡的事,它帮助企业促进生产,自己也增加了收入,是财富的创造,对全社会都有利无害。

至于民间借贷是否合法的问题,我认为个人之间的借贷往来政府无权干涉,只有保护的义务。现在规定的“超过法定利率率四倍算是高利贷,不受法律保护”,我不明白,这个四倍的规定是如何计算出来的?为什么四倍以内是好事,一旦超出就变坏了?总之,要扫除一切不利于发展民间借贷的各种障碍,从根本上提高我国金融业的整体效率。(网易)

