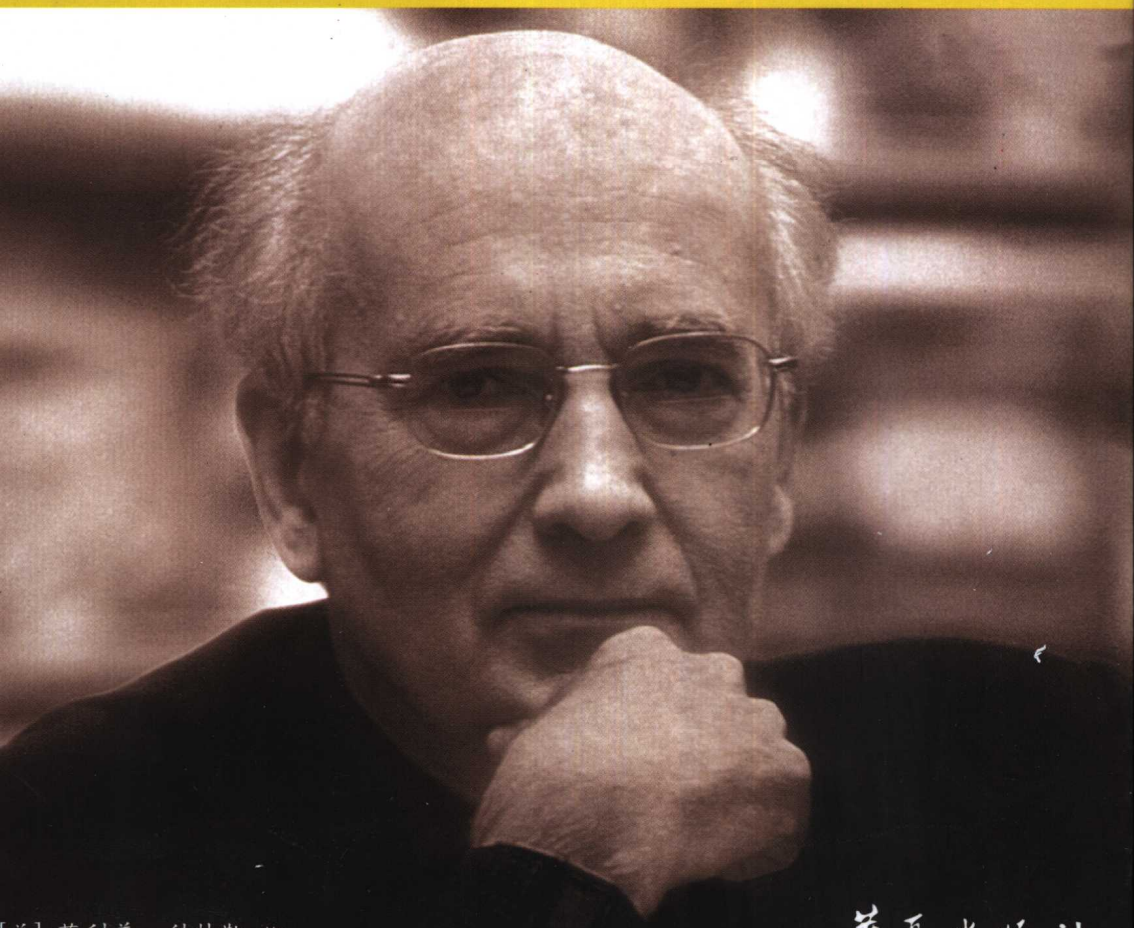


现代营销学之父 菲利普·科特勒 经典译丛
Philip Kotler

国家营销

THE MARKETING OF NATIONS



[美] 菲利普·科特勒 著
俞利军 译

华夏出版社
HUAXIA PUBLISHING HOUSE

THE MARKETING

国家营销

OF

[美] 菲利普·科特勒 著
俞利军 译

NATIONS

华夏出版社

图书在版编目(CIP)数据

国家营销/(美)科特勒著;俞利军译.-北京:华夏出版社,2003.1
(现代营销菲利普·科特勒经典译丛)

ISBN 7-5080-2889-9

I. 国… II. ①科… ②俞… III. 市场营销学 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 099593 号

Copyright © 1997 by Philip Kotler, Somkid Jatusripitak, and Suvit Maesincee
Chinese language edition published by Huaxia Publishing House.

本书英文版于 1997 年出版,版权为 The Free Press 所有。

本书中文版专有出版权由 The Free Press 通过大苹果版权代理公司授予华夏出版社,版权为华夏出版社所有。未经出版者书面允许,不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

北京市版权局著作权合同登记号:01-2000-1613

国家营销

[美]菲利普·科特勒 著
俞利军 译

策 划:刘 力 陆 瑜

责任编辑:陆 瑜

出 版 者:华夏出版社

(北京市东直门外香河园北里 4 号 邮编:100028 电话:64663331 转)

印 刷 者:北京房山区先锋印刷厂

经 销 者:新华书店

开 本:16 开

印 张:23.5

字 数:385 千字

版 次:2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷

定 价:35.00 元

本版图书凡印刷、装订错误,可及时向我社发行部调换

Philip Kotler

作者简介

菲利普·科特勒 国际知名社会营销学专家，现为美国西北大学 S. C. 庄臣父子公司资助的杰出国际营销学教授。科特勒博士荣膺过多项营销学大奖，是多家大公司的营销顾问。他所撰写的 13 本著作先后以 15 种文字出版。

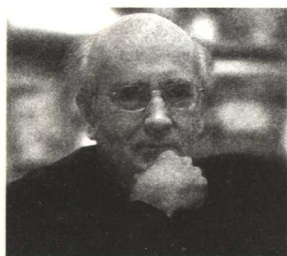
译者简介

俞利军 浙江海盐人，国际营销专家。长期从事外经贸教学、科研和咨询工作。曾担任伦敦工商会考试局协调人、北京新东方学校副校长、北京大道商贸有限公司董事兼副总裁、《网际商务》专栏作家等职。现为对外经济贸易大学教授，中国世界贸易组织研究院特约研究员。目前在校内外用英文为本科生和研究生开设国际营销原理、国际营销战略等课程，并为多家跨国公司提供咨询。在国内外核心刊物上发表论文三十余篇，出版专著、译著、工具书近 20 部，主要有《牛津英汉双解商务英语词典》、《基业长青》、《从优秀到卓越》、《市场营销导论》、《营销大未来》、《品牌的精神》、《国家营销》等。即将出版的有《专业服务营销》、《公司萨满》和随笔集《上帝的木偶》。

现代营销学之父菲利普·科特勒经典译丛

社会营销	29.00元
国家营销	35.00元
市场营销	30.00元

- 责任编辑 / 陆瑜
- 封面设计 / 晓霞工作室



现代营销学之父 菲利普·科特勒 经典译丛

Philip Kotler

序 言

打开本书的读者很可能会问,为什么又要写一本关于经济发展的专著呢?这本书和这方面的其他著作究竟有何不同?它具体又打算写给谁看呢?这些问题将在下面的内容中得到初步的解答。

为何又要写一本关于经济发展的书?毫不夸张地说,关于经济发展和增加国家财富的方法的书籍和文章已是汗牛充栋。有关经济发展的形形色色的教科书都提供了广阔的视角,去观察所有可能影响一个国家经济状况的进步或缺乏进步的各种因素。许多论文和专著提出了非常合乎逻辑的论据,赞成或反对某种经济发展的处方。

当代有关如何解决经济发展问题的建议,都源自于某个或若干个关于经济社会及经济繁荣性质的经典理论。这些理论中最著名的有以下几个:

托马斯·芒(1571~1641),是最早论述创造国家财富的经济著述家之一。他明确提出了重商主义观点,力主英国向其他国家出售的物品必须多于从国外购买的。他建议英国政府提高进口商品的价格并实行关税保护以减少人们对外国货物的消费,发展国内工业以提供大多数生活必需品,并鼓励公司尽可能地向国外销售英国商品。这些处方被认为是建立国家黄金储备的最佳途径。重商主义者把黄金而非商品,看作衡量一国财富的尺度。

弗朗索瓦·魁奈(1694~1774),提出了重农主义观点。他认为财富不在于国家积累的黄金数量,而在于国家拥有的原材料数量,特别是农产品和矿产品超过其生产成本的盈余。魁奈认为制造业和贸易是相对无效的活动,充其量也只是创造人造财富。

亚当·斯密(1725~1790),在其著名论著《国富论》中提出,国家应该利用劳动分工的原则,使每个工人都在某一项工作上成为专家从而提高生产力,这样国家就能更好地创造价值和财富。在这种情况下,没

有哪个人能创造出他所需的每一件东西，他将利用通过工作赚取的交换价值来获得商品。亚当·斯密把交换、私人财产和自由市场看作创造国家财富的基础。

卡尔·马克思(1818~1883)，在《资本论》中反对亚当·斯密的观点，并论证说自由市场会导致周期性的经济危机及大众的持续贫穷。他认为如果剥夺私人财产并由国家为着无产阶级的利益进行管理，国家的经济将会发展得更好。在无产阶级专政之下，工人将会得到他们的真实劳动价值，而经济将会有计划、有管理地为他们的利益服务。

约翰·梅纳德·凯恩斯(1883~1946)，看到自由市场和计划经济二者都有缺陷。他主张政府应当主动地发挥作用，通过灵活的货币供给管理和财政政策减轻经济危机的严重性。

与此相反，弗雷德里希·冯·哈耶克(1899~1992)则认为，如果政府在拥有或管理经济中发挥积极作用就会无助于经济增长，最终导致国内灾难，并为极权主义铺路，将国家引向“通往农奴制之路”。他的理论被米尔顿·弗里德曼(1912~)进一步加以扩充。后者是当今对政府所有制和/或政府管理经济的旗帜最鲜明的反对者，他把这些看作是对整个社会的巨大扭曲和消耗的根源。

这些伟大的经济学家有关创造国家财富的适当途径的论题在无数的文章、讲演、论坛中得到添加、改进和讨论。对理解经济发展过程做出重要贡献的经济学家有：J·熊彼特、R·F·哈罗德、E·D·多玛、S·库兹涅茨、C·克拉克、W·罗斯托、J·K·加尔布雷斯等。经济发展机构，如世界银行和国际货币基金组织，在对哪些国家和经济发展项目提供经费进行决策时，都有各自的指导理论。

本书有何独特之处？本书没有就各国如何创造财富和国民福利提出单独的处方。事实上，根本不存在所有国家都应该遵循的单一处方。我们亲眼目睹了在一些各不相同的国家和地区，如新加坡、香港、日本和韩国，经济取得了巨大的增长，正如在上个世纪，经济增长的道路在英国、德国和美国都有不同的形式一样。

因此，我们需要一套系统的方法可供某个特定的国家估计其起始条件、主要机遇、优势和劣势以及实现经济增长和经济恢复的最可靠的途径。若这里的核心是企业而不是国家，我们就把这套方法叫做战略市场管理。我们希望一个国家可以像一家企业那样来经营，这样，这个国家就可以从采用战略市场管理的方法中受益。这并不是要忽略管理国

家时更为复杂的文化和政治因素，也并不等于说一个国家应该像苏维埃集团的国家那样实行计划经济管理。战略市场管理是一个持续的自我纠正过程，它一直在思考：国家将向何处去，想要去向何方，如何更好地达到目标。

本书与其他关于经济发展的著作的不同之处在于：

1. 本书使用了战略市场管理的概念、理论和工具来指导各国创造经济财富。
2. 本书把国家发展的宏观政策与其微观单位，如消费者、制造商、供应商和分销商的实际行为结合成了一个整体。国家政策常常无法了解市场实际参与者的感觉、喜好和行为动态，这些市场参与者对国家政策的反应常常是难以预料的。
3. 本书涵盖的内容远远超过了决定经济发展的各种经济因素和力量，论述了各国的政治和文化发挥的重要作用，并主张国家的经济政策应与本国的文化和政治相一致。
4. 本书论述了高度工业化国家和发展中国家所面临的经济增长问题。那就是，经济发展是所有国家面临的共同挑战。
5. 本书并没有提出一种非常有效的发展方法，而是提出了每个国家在决定自身的最佳发展途径时都必须思考的若干问题。

本书面向哪些读者？作者向以下读者推荐本书：

1. 正在对一个国家的繁荣进行规划政府领导和政治领袖。
2. 政府部门中主管制定和执行经济发展政策的官员。
3. 在世界银行、国际货币基金组织、世界贸易组织、经济合作和发展组织、联合国开发计划署及其他对国家项目和发展进行咨询和提供经费的国际性或地区性经济组织中工作的经济学家或研究经济发展的学者。
4. 有兴趣研究战略市场管理理论怎样与经济发展理论融合的经济学家或经济发展学者。
5. 希望在最复杂的组织及国家这一层次上，进一步详细论述和应用其理论的战略市场管理学者和从业者。
6. 关心国家经济发展道路，想要更好地理解影响国民财富和福利因素的一般层次的读者。

每一本书都是一个开端,而不是终结。对于国家经济发展这样一门复杂的综合性学科,没有什么总结性的东西可写。如果本书在读者的心中提出了重要的问题,引导他们去寻求答案,那么本书就可以被看作是成功的。

谨向所有在本书中被引用的经济学家和经济发展专家表示我们深切的谢意。从他们的智慧和远见中我们获益良多。

另外,我们还要特别感谢密歇根州立大学的苏比亚·卡纳潘教授。这位经济发展领域的主导学者,慷慨地花费大量时间仔细地审阅了手稿,并且在此过程中提供了重要的观点和理论,许多改进都是出自于他的建议。同时,本书作者对本书的最后出版负全部责任。

菲利普·科特勒

桑基德·加图斯里皮塔克

苏维特·米辛西

创建国家财富的战略方法

那么,这是怎样的一个时代呢?这是一个经济至上的时代。二战结束以来,尤其是后冷战时期,军事实力已不再是国家竞争优势的当然指数。在和平与发展的今日世界,国家间的经济角逐成为了各国高层决策者的当务之急,国际银行的资本运作和跨国公司的纵横捭阖代替了以往的大兵团作战。据1999年《世界投资报告》,全世界目前有63000多家跨国公司,其国外分支机构已逾69万。帕拉哈拉德(C. K. Prahalad)和多茨(Yves L. Doz)认为:“全球竞争的结果不仅取决于各个选手拥有的军火库的规模,还取决于他们如何有效而有创造性地运用所拥有的武器。战略意图使公司不断构建层层竞争优势,以期实现长期目标。”这就是说,公司的战略意图使得它可以超越常规地考虑资本、技术、人才、管理等资源,从而最富有创造性地来配置这些资源,形成自身的竞争优势。这就是我们的孙子所说的“以奇用兵”。

相对来说,西方的传统经济学就显得大为逊色,因为它采取静态的分析方法和理想主义的数学模型。比方说,微观经济学的出发点是社会资源的稀缺和人的自私自利性,它所追求的目的是效率,而理性的配置就是两者的连接点。在国际贸易方面,著名的比较优势理论同样显得呆板,远不及追求竞争优势的做法来得生气勃勃。再比如,传统的宏观经济学虽然承认国内货币和国际汇率的调节作用,但强调的还是总供给和总需求的平衡。因此,经济学家们无论是推崇“自由放任”,还是坚持政府干预,或者干脆当和事佬,他们开出的治理经济问题的处方鲜有灵验的,问题出在过于关注抽象的经济理论,而忽视了人的冲动和经济人的反复无常。管理学于是从经济学中分离出来,开始重视经济行为中人的主观能动性。自科学管理学之父泰勒以降,熊彼特、罗默和德鲁克都强调管理就是创新、观念创新和制度创新。德鲁克认为,管理第一是讲效益,不是利润极大

化,而是合理利润;第二是使工作具有实绩(productive),并使员工有成就感。现代营销学在管理学的基础上又前进了一步,它把管理的对象从经济学的物、管理学的内部的物和人扩大到了公司外的价值链、目标顾客和整个社会,讲的是“和气生财”。

喜新厌旧乃是人类的本性。汉语里“得陇望蜀”和“当了皇帝想修仙”这样的说法就表示人们的欲望是无止境的。西人唐利维(J. P. Donleavy)曾云:“当你一贫如洗时,食物成了问题。当你有钱时,性成了问题。食、色均不成问题时,健康成了问题。要是健康也不成问题,你就想长命百岁。”在短缺经济时代人类喜新厌旧的本性得到了压抑,只有到了过剩经济时期,喜新厌旧才具备了物质基础和文化氛围。比方说,3M公司每年要推出200多种新产品满足消费者喜新厌旧的需要,而公司那传奇般的注重革新的精神也使它成为美国最令人羡慕的公司之一。江泽民同志更是强调:“创新是一个民族的灵魂。”

诺贝尔经济奖获得者哈耶克认为,世界上有两种经济:一种是有人权即有钱,另一种是有钱即有权。而目前的第三种经济,有人称其为新经济,它的实质就是知识或曰信息即权力。准确地说,知识或信息的创造性开发利用,就会产生金钱和权力。新经济是一种全新的创造财富的体系,它是一种金融资本主义,赌场经济成为了它的加速器。世界银行资深副总裁兼首席经济学家斯蒂格里茨(Joseph E. Stiglitz)认为,新经济要求中国迅速建立起全国范围的金融资本市场,否则,接轨云云恐怕遥遥无期。

黄仁宇先生是一位著名的历史学家,也是研究资本主义问题的权威。阅读他的著作,就像踏进一个废旧仓库,在长时间的寻找后往往会发现一两件有用的家什。这正如面对一个言辞含混不清的老人,只有耐心的谛听才会发现他的智慧,又好比一块翡翠石有时比一块普通的石头还要粗砾,只有经过细心的打磨才会裸露它晶莹的本质。黄先生认为,资本主义精神有三个要素:想像力、冒险精神、组织能力。他还认为,资本主义之所以行得通,全靠信用,而信用只有靠有效的法律体系来支撑和维系。按照林语堂先生夸张的说法,中国的法律是一门艺术,而不是一门科学。诚然,历朝历代的某些中国人在弄虚作假方面表现得才华横溢。文革期间,我们的法律更是满纸荒唐言。十一届三中全会以来,我国在民主和法制建设方面有了

长足的发展,但是现实生活中无法可依,执法不严,违法不究的现象仍时有所闻,目前我们实行的社会主义市场经济更是给我们的法制建设提出了新的、严峻的要求,对我们的以实用理性为特征的传统文化也提出了挑战。子曰:“君子喻于义,小人喻于利”,老子讲“不争”、“无为”,佛家则从根本上否定现实人生,比儒、道两家更为消极。然而,目前的世界是一个全球竞争的时代,科技这种非人性(inhuman)的机械力量,已经改变了人类生存的方式。既然讲竞争,就是背道而驰,我们所能做的恐怕只能这样。

所谓鼠辈猖獗,用英文表达就是 mouse users are rampant。这是一件好事,网络最大的好处就是它的平民化,在于它的数字化生存方式,这使得由信息不对称造成的金字塔式的权力结构变成了椭圆形。与此同时,网络化了的市场经济要求透明、公开和可预见性,法治加上明晰的产权观念才会使人活得明明白白,这是中国式的“砂锅文化”所缺乏的。信息技术和数字化本身就是新经济的媒介。

对企业来说,波特认为竞争优势有三:成本领先,差异化,目标集聚。其实,政策和速度也是竞争优势的来源。在本书中,三位作者首次提出了战略市场管理的概念,对国家竞争优势的形成提供了可操作、可把握的指南。

国家营销是大营销概念,它说明经济发展与政治、文化密切相关。这部《国家营销》是一部开创性的著作,它将宏观经济的公共政策与产业、公司及消费者的微观经济行为连接了起来,并且首次填补了政府官员在国家层面上制定政策,与商业系统在地方层面上实际操作之间存在的典型的巨大差距。从经济发展面临的挑战、战略远景的形成,到政府政策的制定、基础实施及机构框架的建立,作者告诉我们如何才能取得国家和公司的繁荣。中国要跻身于世界强国之列,这本译著或许对官、产、学、研各界的仁人志士有所启迪。

我国是一个翻译大国,我的书架上有本北京大学和国林风图书公司编写的《影响中国二十世纪历史进程的重要文献》,我统计了一下有 106 部,其中 47 部就是译著,还有几部虽为著作,其实也可以看作译著。实际上,中华文明史跟历史上的几次翻译高潮是息息相关的。比方说,始于汉末,兴于魏晋,盛于隋唐而衰于宋的第一次翻译高潮,就使佛教在中国扎了根。再比如,始于明朝后期万历年间的第二次翻译高潮,对我国近代科学技术和思想的进步更是举足轻重。

4 译者序

而翻译活动呢，基本上是一项清心寡欲的工作，我国最早的几位翻译大师如鸠摩罗什、玄奘、利马窦等，不是和尚就是外国传教士，也就是洋和尚。

就我个人而言，1998年夏天，当惠园最后一批学生猴子般欢天喜地离校后，我开始了本书的翻译工作，到9月3号开学时我已将10章初稿译就。也就是说，整个暑假我没有离开过一天学校。其时，长江决堤，人民解放军官兵严防死守，我深受感动。远离洪水的我除了关注每天的洪讯外，就是奋笔翻译，陪伴我的只有断电、断水、啤酒、香烟和厨房里成群结队的蟑螂。

及至后来我驻南记者不幸罹难，我一边改稿一边催促版权事宜。一年多过去了，版权合同已经解决，本书行将付梓。最后，也是最重要的，感谢华夏出版社经济部主任陆瑜，陆小姐亲自担任责编，甚至去俄罗斯访问时还带着这部译稿。故此，在如今北京光秃秃的寒冷中，我感到了丝丝暖意。

俞利军

对外经济贸易大学

2000年12月18日

目 录

译者序.....	(1)
第1篇 深刻认识各国经济发展所面临的挑战	
第1章 积聚国家财富的种种难题.....	(3)
第2章 公共政策在经济发展中的主要困惑及相互平衡	(25)
第3章 区分不同的发展道路	(39)
第2篇 国家战略远见的形成	
第4章 国别战略群体与世界竞争结构	(61)
第5章 分析国家的优势与劣势	(85)
第6章 分析国家的机遇与威胁.....	(107)
第7章 发展国家的战略突进.....	(123)
第3篇 设计国家的战略态势	
第8章 制定国家的投资政策.....	(141)
第9章 建立国家的产业集成.....	(155)
第10章 建立国家产业多元化	(165)
第11章 确定国家的贸易政策	(183)
第12章 制定国家的宏观经济政策	(199)
第13章 发展国家基础设施	(215)
第14章 发展国家的体制构架	(233)

第4篇 支持公司的发展和繁荣

第15章 建立公司战略与国家财富战略的联系 (253)

第16章 促进公司的发展 (265)

第17章 通过合作实现战略发展 (283)

第18章 国家财富形成战略:从战略眼光到战略运用 (293)

注 释.....(303)

索 引.....(337)

第 1 篇

深刻认识各国经济发展所面临的挑战

- 第 1 章 积聚国家财富的种种难题
- 第 2 章 公共政策在经济发展中的
主要困惑及相互平衡
- 第 3 章 区分不同的发展道路