

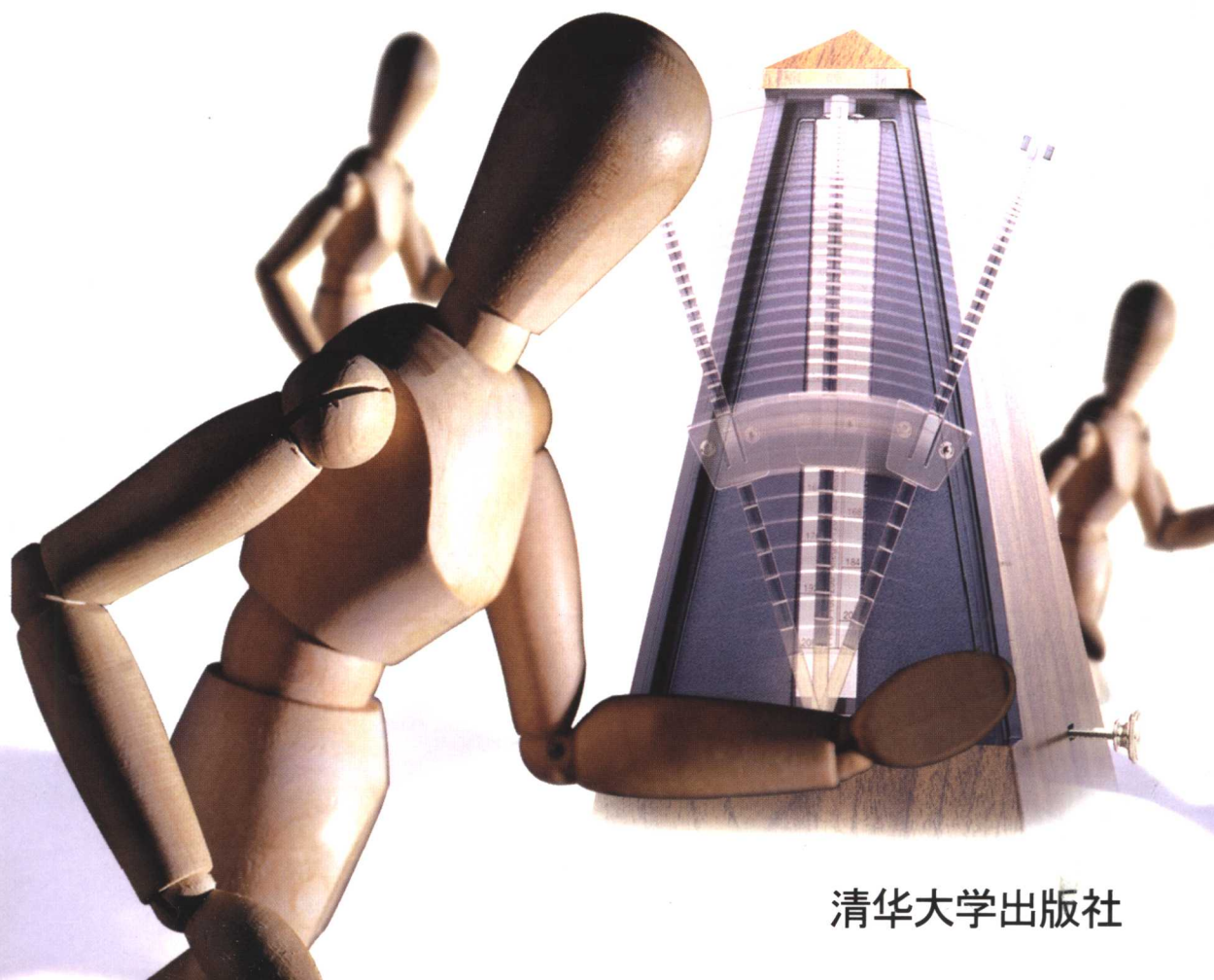
· 营 · 销 · 前 · 沿 · 系 · 列 ·

丛·书·主·编
万后芬应斌

社会营销

改变社会行为的新模式

周延风 等 编著



清华大学出版社

《零售业国际化营销》

汤定娜 万后芬 编著

《现代商业银行营销》

欧阳卓飞 等 编著

《医疗机构营销管理》

丁桂兰 编著

《旅游业营销》

刘德光 编著

《基于顾客导向的高等教育营销》

袁国华 编著

《文化营销》

蔡嘉清 等 编著

《图书市场营销》

李琛 吴秋琴 编著

《媒介营销》

包国强 编著

《体育营销》

胡立君 编著

《女性市场营销》

卢业学 编著

《银色市场营销》

应斌 编著

《城市营销》

周文辉 编著

《企业间营销理论与实务》

李桂华 编著

《社会营销》

周延风 等 编著

ISBN 7-302-10834-X



9 787302 108344 >

定价：27.00元

周延风 等 编著



社会营销

改变社会行为的新模式

清华大学出版社
北京

丛·书·主·编
万后芬 应斌

内 容 简 介

社会营销是运用市场营销的原理、方法和技巧,有目的地促使目标群体自愿接受和改变社会行为,从而提高个人、集体或者社会的整体利益。

本书系统介绍了社会营销的理论和最新进展,运用大量中外案例描述了社会营销的操作实务,为政府部门、企业 and 非营利组织实施社会公众行为优化变革运动提供了理论和操作的指南。本书可供政府、企业、非营利组织相关人员阅读,也可作为高校和培训班教材。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

社会营销:改变社会行为的新模式/周延风等编著.北京:清华大学出版社,2005.5

(营销前沿系列)

ISBN 7-302-10834-X

I. 社… II. 周… III. 市场营销学 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 035514 号

出 版 者:清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社 总 机:010-62770175

地 址:北京清华大学学研大厦

邮 编:100084

客户服务:010-62776969

责任编辑:王 青

封面设计:常雪影

版式设计:刘祎森

印 刷 者:北京四季青印刷厂

装 订 者:三河市李旗庄少明装订厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:185×230 印张:15.25 插页:2 字数:317 千字

版 次:2005 年 5 月第 1 版 2005 年 5 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-302-10834-X/F·1148

印 数:1~4000

定 价:27.00 元

Preface

序

营销前沿系列

将营销介入社会管理,是近 30 年来的事情。“社会营销”一词,给人的联想可能有两种:从社会和伦理思考营销;以营销思考社会事务。

第一种联想的一个突出例子是,《蓝金——向窃取世界水资源的公司宣战》一文^①强调,一瓶矿泉水意味着:(1)水成为商品;(2)某一处天然水体大量离开了它在自然中的位置;(3)这将损害水源处的人的权利;(4)这将破坏水源处的生态;(5)这将导致全球水质的进一步恶化……^②作者认为:水不是商品,而是人的基本权利。如此富有社会责任感的深邃思想,让人们在消费矿泉水时,不再是一饮而尽的痛快,而是有了保护资源、捍卫人权的踌躇。

第二种联想的一个突出例子是,20 世纪 50 年代,学者 G. D. 维博(Wiebe)提出:“为什么不能像出售肥皂那样出售兄弟关系?”^③意欲将高效的商业营销方法用于社会问题解决之中。

从专业角度来界定,第一种联想属于社会营销观念或营销伦理学的范畴。第二种联想则是“社会营销”(social marketing)这一专业术语的范畴。

菲利普·科特勒(Philip Kotler)教授作为国际公认的营销学大师,其基本贡献和主要学术思想之一是,倡导和推进营销的泛化,他说:“可营销的东西不只是产品和服务,还包括人、场所、想法、经验和组织。”^④为此,菲利普·科特勒自 1970 年先后撰写了《非营利机构的战略性营销》、《国家营销》和《社会营销》等著作。1971 年,菲利普·

① 莫德·巴洛,托尼·克拉克著.张岳,卢莹译.蓝金——向窃取世界水资源的公司宣战.北京:当代中国出版社,2004

② 田松.水是人类的基本权利.读者.2005,(4):36

③ G. D. Wiebe. *Merchandising Commodities and Citizenship on Television*, *Public Opinion Quarterly*, Vol. 15 (Winter, 1951-52), p. 679

④ P. 科特勒.科特勒谈营销.杭州:浙江人民出版社,2002

科特勒和 J. S. 泽尔曼(Zaltman)首先提出“社会营销”概念,^①1989 年菲利普·科特勒等出版了第一本社会营销教材《社会营销——变革公共行为的方略》(Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior)^②。2002 年该书又更新出版了第 2 版《社会营销——提高生活质量》(Social Marketing: Improving the Quality of Life),第 2 版中给出了社会营销的最新定义:社会营销是为了个人、集团或者社会整体利益,采用市场营销的原理和技巧使得目标群体自愿地接受、拒绝、改变或者摒弃一种行为。菲利普·科特勒还说:社会营销涉及的是营销“想法”。^③

近几十年中,社会营销被世界许多国家广泛用来帮助解决艾滋病预防、环境保护、节约能源、资源回收、骨髓捐赠、计划生育、预防接种、戒烟、使用安全带等诸多社会问题,获得了显著的效果。

中国正处于社会转型期,经济高速增长所面对的各种社会问题引人关注、亟待解决。例如,慈善救助:中国社会目前没有完全脱贫的人口约有 1.5 亿~2.1 亿人;资源保护:在全国 600 多个城市中,有 400 多个城市供水不足,其中缺水比较严重的城市有 110 个,全国城市年缺水总量达 60 亿立方米;防止伤害:2004 年全国共发生道路交通事故 567 753 起,造成 99 217 人死亡,451 810 人受伤,直接财产损失 27.7 亿元;^④公民素质:50 多年来,中国的成人文盲率已由新中国成立之初的 80%下降到 8.72%,但文盲绝对数依然高达 8 500 万人;^⑤社会公德:中国志愿者到 2004 年为止增长到 8 000 万人,仅占我国总人口的 7%;卫生健康:据世界卫生组织(WHO)估计,中国的烟民数量以每年 300 万人的速度增长,每年都有 70 万人死于主要由吸烟所引起的疾病,预计到 2025 年,会增长到每年 250 万人。^⑥

显然,如何借助社会营销的思维和方法更有效地解决中国这些社会问题,具有重要的理论和现实意义。我想,这正是本书作者的一个基本动机和出发点,也是本书提供的基本价值所在。

本书作者周延风长期专攻营销学,具有营销学专业资深背景,获市场学博士学位,现任中山大学管理学院市场学系主任。2003 年她在北美研修期间,敏锐地意识到社会营销对中国社会的重大意义,回国后即率先在中山大学为本科生开设社会营销专业课程,并指导开展了节水等社会营销实践项目,受到多家媒体的广泛报道和高度评价。今天,她完成

① P. Kotler, G. Zaltman. *Social Marketing: An Approach to Planned Social Change*. *Journal of Marketing* Vol. 35(July 1971), p. 5

② 俞利军,邹丽译. 社会营销——变革公共行为的方略. 北京:华夏出版社,1999

③ P. 科特勒. 科特勒谈营销. 杭州:浙江人民出版社,2002

④ 安全文化网, <http://www.anquan.com.cn/Article/Class13/Class18/200501/12174.html>, 2005-2-4 下载

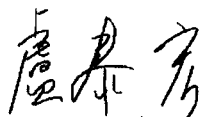
⑤ 新华网, http://www.hn.xinhuanet.com/misc/2004-06/16/content_2326791.htm, 2005-2-24 下载

⑥ 人民网, <http://www.people.com.cn/GB/14739/14740/22121/2099540.html>, 2004-5-25

的《社会营销——改变社会行为的新模式》一书问世,更使她成为在中国推进社会营销的先行者。

本书作为中国国内第一本系统论述社会营销的专业书籍,在借鉴国外相关理论并导入社会营销方法和技能的同时,注重对社会营销进行“本土化”延伸创新,开发了一批中国社会营销的实际案例,具有可读性强和可操作性强等优点。

我期望作者在这一新领域坚持不懈、探索创新,使本书不断充实、更趋完善。更希望此书的出版,为解决中国社会问题带来一种全新的视角和解决方案,推进社会营销在中国的深入发展。



中山大学教授、博士生导师
CMC 中国营销研究中心主任

谨识于 广州中山大学

2005 年 2 月 25 日

www.21cmc.net

Foreword

自序

管
销
前
沿
系
列

随着政治的改革、经济的腾飞、文化的激荡、社会结构的调整和对外交往的变化,转型中的中国在取得长足发展的同时,也累积了大量的社会问题,如环境恶化、就业困难、艾滋蔓延,等等。这些社会问题的存在,日益威胁着社会稳定,并危及了中华民族的发展空间,亟待我们推行社会公众行为的变革来加以解决。国际社会二十多年的成功经验及我国近年来的实践探索表明,社会公众行为的改变需要科学的方法指导,有必要引入社会营销这种改变社会公众行为的新视角和新模式。

早在 20 世纪 70 年代,现代营销大师菲利普·科特勒和 J. S. 泽尔曼首先提出“社会营销”概念^①,主张借鉴市场营销的原理、方法和技巧来推行正确社会理念和解决社会问题。随后 30 年的时间里,社会营销在理论研究和实际运用方面得到了迅速的发展。在理论研究方面,借助于已有的营销学理论和框架,迅速搭建起了自己的理论框架体系,并逐渐成为营销学中的一个重要分支;在实际运用方面,国外的政府机构、非营利组织、企业等将社会营销理念与策略广泛用于诸如计划生育、环境保护、节约能源、提高营养、禁止酒精和药品滥用、反对抽烟和安全驾驶等社会行为变革活动中,并取得了良好的社会效果。如加拿大卫生部进行的反青少年滥用毒品运动、菲律宾推广避孕措施的运动、世界卫生组织(WHO)的免疫扩展计划和艾滋病特别计划(SPA)等。

在中国,虽然政府、非营利组织、企业都开展了大量的社会活动以解决相关的社会问题,但由于缺乏科学的理论指导,出现了事与愿违的被动局面。如 2004 年广东的“银龄行动”,本来计划募集 20 名志愿

^① P. Kotler, G. Zaltman. Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. Journal of Marketing, 1971, Vol. 35, p. 5

者,但出发时只募集到了11名,遇到了人数不够的“尴尬”。^①2003年,全国老龄委倡导发起了“银龄行动”,旨在将以东部地区为主的全国大中城市离退休老年知识分子组织起来,以各种形式向西部地区或经济欠发达地区开展智力援助的公益性行动,2004年首次将广东纳入行动范围。从2004年6月起,“银龄行动”就开始面向广东省公开募集符合条件的20名志愿者,但到2004年8月11日(出发日)止,只招募到了11名专家,此类公益性活动遭遇到的窘迫处境表明在我国引入社会营销已是当务之急。如果我们能够适时借鉴社会营销理论,应用社会营销的相关原理、方法和技巧,将有助于解决我国目前存在的许多社会问题。这是因为社会营销坚持顾客导向,通过系统应用市场营销中的市场调查、市场细分、产品概念开发和测试、针对性交流、便利设施、鼓励手段和交换理论的原理与技巧,能够使社会变革运动的“产品”更符合目标群体的需求,提高运动的针对性、有效性,同时社会营销为社会福利的目的和基于目标受众自愿性的前提使得这一方略适应我国当代社会文明的要求,而社会营销在国外实践中所取得的成效有理由让人相信,它在我国的应用也必然会取得良好的效果。

社会营销的发展在我国尚处于起步阶段,关于社会营销的知识介绍性的文章偶尔散见于报纸杂志中,专门的论著却几乎没有。目前,较系统地介绍社会营销知识的书籍是由俞利军教授等翻译的社会营销奠基人菲利普·科特勒编写的《社会营销——变革公共行为的方略》^②,但此书有两方面的局限性,一是此书出版于1989年,距今已有15年的时间,其间理论发展十分迅速,该书的理论框架已显陈旧;二是它主要立足于美国现实,由于社会、文化和制度上的差异,无法有针对性地指导解决我国的社会问题。正是出于这样的考虑,我们四位合作编写了这本书,一方面满足我国的社会营销实践亟需科学方法指导,另一方面弥补我国尚缺乏较全面、系统介绍社会营销知识的书籍的空缺。

本书的写作分工如下:周延风负责全书的规划、总撰并完成了第1章、第4章、第5章的撰写工作;谈伟峰完成了第2章、第3章的撰写工作;黎智慧完成了第6章、第7章、第8章、第9章的撰写工作,并参与了第1章的部分写作;董海国完成了第10章、第11章、第12章的撰写工作。2004年,周延风为中山大学管理学院市场营销专业2001级与2002级本科生开设了社会营销选修课程,教学相长,获益匪浅,其中2001级的罗丝、林菁、吴雨珊和郑瑾蕙四位同学在本书的资料收集、案例选译中给予了帮助,在此表示感谢。

特别要指出的是,我国营销学界的著名学者卢泰宏教授在百忙之中,为本书写序,对作者的鼓励之情跃然纸上,对此我们深表谢意。

周延风

2005年2月26日于康乐园

① 黄丽娜,孙秋剑.人数不够专家们也得上路.羊城晚报,2004年8月11日

② 菲利普·科特勒,埃迪尤阿多·罗伯托著.俞利军,邹丽译.社会营销——变革公共行为的方略.北京:华夏出版社,2003

Contents

目 录

管
销
前
沿
系
列

序	I
自序	V
第 1 章 社会营销概论	1
营销聚焦 21 世纪的社会营销	1
1.1 社会营销的定义	4
1.2 社会营销的发展历程	7
1.3 社会营销的特征	9
1.4 社会营销对中国的借鉴意义	11
1.5 社会营销在我国的适用范围初探	13
特别案例 中海壳牌的可持续发展的七项原则	20
第 2 章 社会营销环境分析	23
营销聚焦 消费者利益保护运动	23
2.1 社会营销环境概述	25
2.2 社会营销环境的特点	28
2.3 社会营销的成本—收益模型	32
特别案例 中国绿色食品营销环境分析	36
第 3 章 社会营销调研	38
营销聚焦 安全套营销项目	38
3.1 社会营销哪些阶段需要调研	41
3.2 如何展开市场调研过程	42
3.3 社会营销行为调查流程	44



3.4 社会产品开发的调研	46
特别案例 波士顿反毒品沟通项目设计	48
第4章 社会营销中目标群体行为分析	56
营销聚焦 中国台北市万和社区绿色消费的社区媒体信息传播	56
4.1 目标群体的态度和行为	60
4.2 行为改变理论和模式概述	64
4.3 行为改变理论和模式在社会营销中的应用	71
特别案例 我们大都不吸烟	75
第5章 社会营销的市场细分及选择目标市场	80
营销聚焦 中国台湾省骨髓捐赠群体素描	80
5.1 市场细分	82
5.2 市场细分的变量	82
5.3 市场细分评估标准	94
5.4 目标市场的选择	95
特别案例 社会发展组织	97
第6章 社会营销的产品策略	103
营销聚焦 “清洁香港,全在乎你”	103
6.1 社会营销产品的概念	106
6.2 社会营销产品的定位	109
6.3 社会营销产品的开发	113
特别案例 和平队——寻找市场的产品	118
第7章 社会营销的定价策略	121
营销聚焦 上海市推广家用灭火器活动	121
7.1 社会营销产品的价格分析	123
7.2 确定定价目标	126
7.3 选择定价方法	129
特别案例 得克萨斯州 WIC 计划	132

第 8 章 社会营销分销渠道策略	137
营销聚焦 世界自然基金会 2004 年湿地使者行动	137
8.1 社会营销分销渠道概述	141
8.2 分销渠道决策	144
8.3 分销渠道的管理	150
8.4 志愿者招募和管理	155
特别案例 中国台湾 7-11 公司的 30 小时饥荒运动	158
第 9 章 社会营销传播策略	162
营销聚焦 美国西北地区黑人参与健康活动传播策略	162
9.1 社会营销传播概述	164
9.2 传播的渠道	169
9.3 传播的媒介	179
特别案例 “清洁香港”运动的传播策略	183
第 10 章 社会营销计划的制定与执行	187
营销聚焦 得克萨斯州 WIC 的社会营销活动计划	187
10.1 社会营销计划的组成部分	190
10.2 社会营销计划的组织与实施	196
特别案例 “教育终止贫困”活动计划	199
第 11 章 社会营销项目的评估与控制	204
营销聚焦 中英性病艾滋病防治合作项目简介	204
11.1 社会营销项目的控制程序	207
11.2 社会营销项目过程的评估与控制	209
11.3 项目影响评估	215
11.4 社会营销项目参与人员和机构的评估与控制	216
11.5 对参与机构的能力和作用的评估与控制	216
特别案例 云南中学生预防及控制吸烟项目中期效果评估	219

第 12 章 社会营销新领域——政策营销	223
12.1 政策营销的起源与含义	223
12.2 政策营销的环境特征	224
12.3 政策营销模式	226
12.4 以利害关系人为基础的政策过程模式	228
主要参考资料	232

社会营销概论



21 世纪的社会营销

进入 21 世纪,伴随着我国社会发展和经济建设等方面的长足进步,但也出现了发展中不可避免的问题,这些问题如果得不到及时解决,必将影响经济的持续发展和社会的长期稳定。

卫生健康

截至 2004 年 9 月底,中国累计报告艾滋病病毒感染者 89 067 例。

截至 2003 年底,中国累计登记在册的吸毒人员已达 105 万人,其中 72.2% 是 35 岁以下的青年。

中国乙型肝炎病毒携带者达 1.3 亿,乙型肝炎病毒携带率为 9.75%,乙型肝炎患者有 4000 万人,每年有 30 万患者死于肝癌。

中国 1.6 亿成人血脂异常,1.6 亿成人患高血压,2 000 多万人患糖尿病,超重和肥胖患病率呈明显上升趋势,大城市 100 个成人中,就有 30 个超重,12.3 个过于肥胖,肥胖率比 1992 年上升 97%,我国成人超重人数约为 2 亿。^①

中国 5 岁儿童乳牙患龋齿率达 76.55%,35~44 岁的成年人患龋齿率高达 63.01%,65~74 岁老年人的平均失牙数更高达 9.86 颗。^② 每 10 个 60 岁以上的老

① 中新吉林新闻网, <http://www.jl.chinanews.com.cn/2004-11-03/1/3032.html>, 2005-2-3 下载

② 新华网广西频道, http://www.gx.xinhuanet.com/newscenter/2005-01-23/content_3616140.htm, 2005-2-3

年人中就有一个全口没有一颗牙。^①

中国每年有 100 多万名出生缺陷儿童,约占全国每年出生儿童的 5% 左右。

据 WHO 估计,中国的烟民数量以每年 300 万人的速度增长,每年都有 70 万人死于吸烟所引起的疾病,到 2025 年,这个数字将增长为每年 250 万人。^②

慈善救助

中国社会目前尚未完全脱贫的人口总数大约有 15 000 万~21 000 万人。^③

2004 年中国灾害损失达 1600 多亿元。^④

中国目前有将近 100 万等待造血干细胞移植的患者。^⑤

生态保护

中国 2004 年森林面积 1.75 亿公顷,森林覆盖率 18.21%,森林蓄积 124.56 亿立方米。人均森林面积 0.132 公顷,不到世界平均水平的 1/4。人均森林蓄积 9.421 立方米,不到世界平均水平的 1/6。

根据 2003 年的统计数据,流经城市的河段 90% 受到严重污染;有近 3 亿农村人口饮用不合格的水;全国近 1/3 的城市人口生活在严重污染的空气中;全国城市垃圾年清运量 1.49 亿吨,进行无害化处理的仅有一半;工业危险废物每年产生 1100 多万吨,处置率仅为 32%。

中国人均水资源占有量仅相当于世界人均水资源占有量的 1/4;在全国 600 多个城市中,有 400 多个城市供水不足,其中缺水比较严重的城市有 110 个,全国城市缺水年总量达 60 亿立方米。

中国有大中小城市近 600 座,小城镇 20 374 个,城市人口约 3.5 亿,平均每天人均生产垃圾 1.3~1.5 公斤。全国每年仅城镇垃圾总量就达 1.5 亿吨,且每年在以 8%~10% 的速度递增。^⑥

① 新浪健康网, <http://www.511511.com/A1/200409/A10004420040920094818406.aspx>, 2005-2-3 下载

② 人民网, <http://www.people.com.cn/GB/14739/14740/22121/2099540.html>, 2004-5-25 下载

③ 中国人口网, <http://www.chinapop.gov.cn/rkzh/zgrk/rkyjj/t200403262625.htm>, 2005-2-13 下载

④ 人民网, <http://politics.people.com.cn/GB/30178/3166327.html>, 2005-2-14 下载

⑤ 大连红十字血液中心, <http://www.dlbc.org.cn/news/viewarticle.asp?id=506>, 2005-2-13 下载

⑥ 中国资源综合利用协会网站, http://www.carcu.org/info/news_detile.asp?news_id=1051, 2005-2-11 下载

公民素质

2002年农村义务教育按时完成率仅有76%，中国有7个省区在60%以下。2002年中国城乡小学入学率之比是1:0.75，考虑到城乡儿童的基数，这意味着每年农村有110万名儿童不能入学（城市中的数字为11万）。^①

50多年来，中国的成人文盲率已由新中国成立之初的80%下降到8.72%。但我国文盲绝对数依然高达8500万人。

根据国家普及九年制义务教育的要求，义务教育阶段学生辍学率不能高于国家控制的3%的标准。但实际上，在广大农村地区，学生的辍学率远远高于这个标准。^②

尽管中国的采供血以每年7%的速度递增，总量仍然偏低，仅为世界平均水平的1/4。根据WHO推荐的估算方法，一个国家和地区要保证临床用血，每人每年至少需要8毫升，但中国人均年用血量2003年仅为1.6毫升，即使是全国人均年用血量最高的上海也仅有4~5毫升。^③

婚前检查从强制转为自愿后，半个月的时间，全国婚检率已经从98%降低至不足5%，如此低的婚检率后患无穷，许多传染、遗传疾病很可能因为婚检的缺失而危害夫妻关系甚至下一代的健康。应该说，取消强制婚检是对公民自由权利的尊重，但每个公民仍对自己的婚姻和下一代负有不可推卸的责任。省去一时麻烦的代价，很可能是终身的痛苦和遗憾。^④

社会公德

中国志愿者到2004年为止增长到8000万人，仅占我国总人口的7%。

广州市统计局城市万户居民调查办公室于2002年4月进行了一项广州市民社会公德意识调查，通过随机抽样共成功访问了1万名16~65岁的广州市民。本次问卷共列举了“文明礼貌、互相尊重；诚实守信；助人为乐、济困扶贫；见义勇为、与不良现象作斗争；爱护公物；有城市主人翁精神；讲究卫生、保护环境；遵纪守法，自觉维护公共秩序；爱岗敬业”等九个方面的基本道德规范。对于发生在自己身边的违反社会公德的行为，有近二成（15.7%）的人表示会“多数会出言制止”，选择“偶尔会出言制止”的比例为50.3%，而选择“只限于心里反感”的有33%，选择“会视若不见、听若不闻”的占1%。作为一名公

① 中国青年报，http://zqb.cyol.com/gb/zqb/2004-10/25/content_972875.htm，2005-2-24 下载

② 新华网，http://www.hn.xinhuanet.com/misc/2004-06/16/content_2326791.htm，2005-2-24 下载

③ 中广新闻，<http://www.cnr.cn/internal/200502070121.html>，2005-2-13 下载

④ 千华网，<http://www.qianhuaweb.com/20040714/ca165476.htm>，2005-2-21 下载

民,面对这种不良行为,更需要的是勇敢地制止,以自身的实际行动来维护社会公德。^①

防止伤害

全国妇联2002年的一项调查表明,在2.7亿中国家庭中,30%存在家庭暴力,其中施暴者九成是男性,每年有10万个家庭因家庭暴力而解体。

中国每年有28.7万人自杀,200万人自杀未遂。每两分钟就有一人自杀,8人自杀未遂。按照世界卫生组织制定的国际标准,中国的自杀率为每10万人中22.2人,中国已经成为高自杀率国家。

2004年全国共发生各类事故803 571起,死亡136 755人。死亡人数超过30人的特别重大事故共记14起,死亡860人,其中矿难6起,占42.8%。

2004年全国共发生道路交通事故567 753起,造成99 217人死亡,451 810人受伤,直接财产损失27.7亿元。因非机动车驾驶人、行人、乘车人及其他人员过错导致交通事故35 114起,8 920人死亡,29 518人受伤,分别占总数的6.8%、8.3%和6.1%。^②

2004年中国共发生森林火灾13 401起,比2003年增加28.1%;受害森林面积142 771公顷。^③

以上诸多社会问题的存在严重影响了社会健康发展,虽然中国政府和各级组织曾尝试采用多种方法来解决或根治问题,但成效甚微,因此,亟需引入更为科学的社会管理方法,包括已在世界范围内被证明行之有效的社会营销。自1971年社会营销的概念问世以来,社会营销被世界许多国家广泛用来帮助解决艾滋病预防、环境保护、节约能源、资源回收、骨髓捐赠、计划生育、预防接种、婴幼儿腹泻的防治、戒烟、不酒后驾车、使用安全带等诸多社会问题,获得了一定的效果。社会营销在中国尚处于起步阶段,人们对它缺乏基本的了解。什么是社会营销?为什么说它能帮助我们解决社会问题?它对解决哪些社会问题有帮助?下面的内容将会回答这些问题。

1.1 社会营销的定义

1971年科特勒和泽尔曼首先提出“社会营销”(social marketing)概念,他们所下的定义是:“社会营销是对用于影响某种社会观念的接受程度的流程进行设计、实施和控制,它

① 南方网, <http://www.southcn.com/news/gdnews/hotspot/ysjjkny/msp/mshf/200209271361.htm>, 2005-2-22

② 安全文化网, <http://www.anquan.com.cn/Article/Class13/Class18/200501/12174.html>, 2005-2-4 下载

③ 新华网, http://news3.xinhuanet.com/newscenter/2005-01/12/content_2450560.htm, 2005-2-5 下载