

图书在版编目 (CIP) 数据

高新技术企业营销策略 / 张德斌、关敏主编. — 北京: 中国国际广播出版社, 2002.1

(MBA 营销实务与案例丛书 / 王必成主编)

ISBN 7-5078-2070-X

I. 高 ... II. 张 ... III. 高技术产业 - 市场营销学
IV. F276.44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 081019 号

MBA 营销实务与案例丛书

高新技术企业营销策略

主 编	张德斌 关 敏
责任编辑	何宗思
版式设计	周 迅
封面设计	郑琪·小禹
出版发行	中国国际广播出版社(68036519 68033508(传真))
社 址	北京复兴门外大街 2 号(国家广电总局内) 邮编:100866
经 销	新华书店
排 版	北京春辰轩图文设计有限公司
印 刷	北京四季青印刷厂
装 订	涿州市桃园兴华装订厂
开 本	850×1168 1/32
字 数	400 千字
印 张	16
印 数	5000 册
版 次	2002 年 1 月 北京第 1 版
印 次	2002 年 1 月 第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5078-2070-X / F·248
定 价	29.00 元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究

(如果发现印装质量问题,本社负责调换)

目 录

第一章 高新技术企业与营销	(1)
一、高新技术企业涉及的八大技术	(2)
1. 生物高新技术——前景诱人的生物工程	
2. 信息高新技术	
3. 新材料高新技术	
4. 新能源高新技术	
5. 航天高新技术	
6. 海洋高新技术——五光十色的海洋工程	
7. 自动化高新技术	
8. 环保高新技术	
二、高新技术企业的行业特点	(16)
1. 高技术层次	
2. 高投入	
3. 高速度	
4. 高风险	
5. 高竞争	
三、高新技术企业营销的四大特征	(21)
1. 市场的引导性	
2. 产品的创新性	
3. 定价的高档性	

4. 渠道的独特性

四、外国高新技术企业营销的秘诀 (29)

1. 美国高新技术企业营销的技巧

2. 韩国高新技术企业营销的绝招

[案例 1]同创公司飞速发展之谜

[案例 2]Cisco 公司的营销高招

第二章 高新技术企业创立的三种模式 (49)

一、世界高新技术企业创立的一般模式 (49)

1. 自发模式

2. 统一规划模式

3. 联合开发模式

二、五大世界著名高新技术园区 (51)

1. 美国的“技术专家社区”(硅谷)

2. 英国苏格兰高科技区

3. 日本筑波科学城

4. 德国慕尼黑高科技区

5. 俄罗斯新西伯利亚高科技区

三、我国高新技术产业开发区 (55)

1. 政策优惠

2. 成绩斐然

3. 产业基地

四、中外高新技术园区的差异 (62)

1. 创业文化差异

2. 风险投资的差异

3. 大学角色的差异

[案例]中关村科技园区

第三章 独特的市场对策 (74)

一、高新技术企业的营销环境 (74)

1. 高新技术企业的宏观营销环境
2. 高新技术企业的微观营销环境
3. 21 世纪我国高新技术企业营销环境的新变化
4. 高新技术企业市场营销环境分析

二、高新技术企业的消费者研究 (99)

1. 消费者的一般特点
2. 高新技术消费者的特殊性
3. 团体购买者的决策
4. 生产者市场及购买者行为

三、高新技术市场需求和定位 (125)

1. 高新技术市场需求及预测方法
2. 高新技术市场定位

[案例 1] 联想公司的市场定位

[案例 2] 西门子奋力开拓中国手机市场

第四章 竞争者研究:四大类型,九大策略 (159)

一、竞争者的四大类型 (160)

1. 从容型竞争者
2. 选择型竞争者
3. 凶狠型竞争者
4. 随机型竞争者

二、掌握竞争者的底细 (162)

1. 设计竞争情报系统
2. 了解竞争现状
3. 识别竞争对手
4. 对竞争者加以评估

三、对付竞争者的九大策略…………… (171)

1. 对竞争者进行分类筛选
2. 在顾客导向和竞争者导向中平衡
3. 比竞争者走得更快
4. 建立战略联盟
5. 成本领先战略
6. 差异化战略
7. 集中战略
8. 不同地位的企业竞争战略
9. 协作型竞争——网络经济时代竞争新形态

[案例]柯达、富士较劲中国市场

第五章 高新技术产品开发的技巧和原则…………… (204)

一、高新技术产品分类和特点…………… (206)

1. 三类产品
2. 五个特点

二、高新技术产品开发的技巧和原则…………… (214)

1. 技术创新与市场导向
 2. 新技术的时空特性
 3. 开发的原则和方法
 4. 高新技术产品的生命周期
 5. 高新技术企业的品牌管理
- [案例]英特尔公司芯片开发策略

第六章 高新技术产品的定价秘诀…………… (253)

一、高新技术产品的定价原则…………… (255)

1. 明确定价目标
2. 成本与定价

3. 需求与定价	
4. 竞争与定价	
二、高新技术产品的定价方法	(261)
1. 成本定价法	
2. 需求定价法	
3. 竞争定价法	
4. 调价策略	
三、高新技术产品的定价策略	(268)
1. 新产品定价策略	
2. 产品组合定价策略	
3. 需求差别定价策略	
4. 核定最佳价格	
[案例]IBM 的定价策略	

第七章 别具一格的销售渠道 (278)

一、分销渠道的四种类型	(279)
1. 垂直营销系统	
2. 水平营销系统	
3. 多渠道营销系统	
4. 直接营销系统	
二、建立适合自己的营销渠道	(286)
1. 选择适合自己的分销渠道	
2. 管理自己的分销渠道	
三、高新技术企业的促销策略	(302)
1. 促销的九大工具	
2. 广告促销	
3. 人员推销	
[案例]DELL 成功的直销策略	

第八章 管理出效益:营销/销售管理 (327)

一、营销/销售组织 (327)

1. 何谓市场营销组织
2. 营销组织在高新技术企业中的地位
3. 市场营销部门的设立
4. 营销部门与其他部门的关系

二、经销商的开发和管理 (349)

1. 销售代理实务
2. 代理的方法和类型
3. 代理商的选择
4. 代理商的管理

第九章 走向世界:成功的国际营销 (364)

一、高新技术企业国际营销的特殊性 (364)

二、高新技术企业的国际市场分析 (365)

1. 国际营销社会文化环境
2. 国际营销经济环境
3. 国际营销政治法律环境
4. 国际营销技术环境
5. 国际营销物质自然环境

三、高新技术产品国际营销组合 (375)

1. 高新技术企业的国际产品决策
2. 高新技术产品的国际市场定价策略
3. 高新技术企业国际市场渠道策略
4. 高新技术企业国际市场四种促销方式
5. 网络营销:国际市场营销的新途径

四、高新技术产品的国际战略联盟 (415)

1. 战略联盟必不可少

2. 国际战略联盟的形式及特点
3. 影响战略联盟(伙伴)成功的构成要素
4. 如何建立有效的战略联盟
- [案例]SONY 的国际营销策略

第十章 我国高新技术企业的营销策略 (429)

一、我国高新技术企业的营销组合 (429)

1. 以创新为核心的产品决策
2. 以市场为目标的竞争策略

二、我国高新技术企业营销的困惑 (434)

1. 产品结构的单一化
2. 竞争局面的无序化

三、我国高新技术企业营销如何与国际接轨 (438)

1. 坚持动态市场销售
2. 着重创建新市场
3. 推动市场销售
4. 用定性方法进行市场预测
5. 确立产品地位的四条黄金规则
6. 形成战略关系
7. 卖给关键的顾客
8. 与新闻媒体打交道

[案例]联想公司的营销策略

第十一章 基因、纳米技术与营销 (476)

一、基因工程与营销 (476)

1. 何谓基因工程
2. 基因技术市场前景广阔

二、纳米技术与营销 (484)

1. 什么是纳米技术
2. 纳米技术的用途
3. 纳米技术在世界的发展
4. 纳米技术应用需慎重



高新技术企业与营销

进入 21 世纪以来,高新技术及其产品正以前所未有的速度向社会的各个角落扩展和渗透。中国海关数字显示,2000 年中国高新技术产品进出口额达 895.5 亿美元,比上年猛增 43.8%。

在市场竞争力量的强大推动下,高新技术不断从产业领域向消费品领域扩展,从而走进了千家万户。移动电话、数码相机、笔记本电脑、电子信箱、转基因食品等等,纷纷涌入消费品市场,人们在不知不觉中已逐渐被高新技术产品所包围。

从高新技术企业的角度来看,这种现状既是机遇,更是挑战。市场经济规律告诉人们,只有顾客(市场)的需要才是保持和推动企业生存和发展的动力。对高新技术企业来说,这一点显得尤为突出。面对复杂多变的市场,高新技术企业必须首先分析和研究市场的需要,了解顾客现在和将来的需求,在此基础上确定开发什么技术、生产什么产品,然后再采用各种有效措施向顾客进行推销——总之,只有在满足消费者需求的基础上,高

新技术企业才能得到生存和发展。也就是说,高新技术企业的行为都要以市场的需要为出发点,而又以满足市场的需要为归宿。

高新技术企业营销有哪些特殊性?应重点解决哪些问题?如何才能出色地开展高新技术企业的营销工作?这正是本书所要回答的问题。本章从高新技术企业营销的最一般问题入手,阐述了高新技术企业所涉及的领域、高新技术企业的行业特点、高新技术企业营销的一般特征,并将中外高新技术企业营销进行了广泛的比较,从而对高新技术企业营销的特殊性进行了深入的阐释。

一、高新技术企业涉及的八大技术

研究高新技术企业营销,首先必须对高新技术企业所涉及的领域有一个准确的认识。确切地说,高新技术企业并不是哪一个特定行业的企业,因为事实上许多行业和领域都涉及到高新技术的开发创新问题。目前,产生高新技术的主要领域已基本确定,从世界各国所确立的各自研究开发的高新技术领域综合起来看,这些领域包括以下方面。

1. 生物高新技术——前景诱人的生物工程

生物高新技术也叫生物工程,是21世纪高新技术的核心。生物技术领域研究的是利用先进的生物学和工程技术,按照人们的意愿,研究创造可供人类需求的各种产品,包括医药、动植物新品种。它不仅直接关系到农业、医药卫生事业的发展,而且对环保、能源技术等都有很大的渗透作用。生物技术包括基因工程、细胞工程、酶工程和发酵工程四个方面,其中基因工程是生物技术的标志。

生物高新技术产业将成为本世纪发展最迅速的高新技术产业。许多国家都在不断追加对生物技术的投入,大力开发生物技术产业。

农业已逐渐成为生物技术最重要的应用领域。20 世纪 70 年代以来迅速发展起来的植物基因工程,在改良植物性状、培育农作物新品种、提高产量和质量等方面都已经取得了一系列引人瞩目的成果。

20 世纪 70 年代兴起的以基因(DNA)重组为核心的现代生物高新技术发展突飞猛进,日臻完善,已成为人类解决农业、医疗保健、环境保护诸多重大问题的重要手段。美国利用基因转移技术已经培育出蛋白质含量比普通水稻高出 10%、赖氨酸含量高达 5% 的水稻新品种,其营养价值和味道都好于普通水稻。

我国发展生物技术旨在研究开发高产优质抗病虫害的农作物新品种,新型基因工程疫苗、药物及蛋白质工程研究,在跟踪世界生物技术前沿的基础上,积极创新,建立和发展了我国的生物技术产业。

十年来,我国生物技术研究取得了重大进展。我国科学家已掌握了当今生物领域的主要尖端技术,并有所创新,在许多方面已跻身于国际先进行列,为生物技术产业的建立奠定了坚实的科技基础。

我国首创的两系法杂交水稻研究居国际领先,已开始大面积试种示范,基因工程疫苗和药物的研究有重大突破,已有十余种制品进入中试,其中有五种获准投放市场。转基因抗虫棉花、抗病小麦、生物固氮、试管牛羊、转基因动物、基因治疗和胰岛素晶体结构的研究已达到国际先进水平。

我国生物技术领域的基因工程研究不仅参加了人类基因组研究计划,而且在依靠基因工程技术来改良动植物品种、治疗人类重大疾病和药物研究等方向达到了国际先进水平,为提高我

国人民的生活水平和健康做出了贡献。

转基因羊、牛的获得和转基因抗虫棉的成功,标志着我国转基因动植物技术已进入国际先进行列。

人类基因组的研究工作正式加入国际合作计划,与美国、英国、法国、德国和日本等五国共同参与人类基因组测序工作,完成了其中1%的测序任务,在我国建立了人类基因组研究基地。

生物工程药物和疫苗市场占有率不断提高,11种基因工程药物和疫苗已投放市场,10种基因工程药物通过了国家药审,并进入临床试验,另有20余种新药正在开发中。目前在国外上市的主要基因工程药物,在我国也已基本上市,市场占有率不断上升,部分产品已占有大部分的市场份额,我国新兴的生物医药产业开始进入蓬勃发展的时期。

以拥有自主知识产权的工艺技术路线,成功地将动物血红蛋白转化为安全有效的人血液代用品,表明我国在人血液代用品的研究开发达到国际同类研究先进水平。

依靠生物技术进行高产、优质、抗逆的动植物新品种培育,为提高我国农业生产的科技水平,开发适合不同地区农村经济发展需要的农业新品种和技术方面作出了努力。

在两系法杂交水稻工作的基础上,超级杂交水稻也取得了重要进展。千亩连片的平均亩产达到了760公斤,处于世界领先水平。目前已累计推广5000万亩,增产稻谷近50亿斤。

采用基因工程技术培育的转基因抗虫棉,具有抗虫效果好、增产潜力大、适应性广等优点,已大面积推广300万亩以上。

农业信息化的推广应用,加速了农业科技成果的推广步伐,使得农业示范区的粮食和经济作物平均增产10%左右。

未来的农业增产,不是依靠扩大耕地面积(实际上耕地面积在逐年减少),而只能依靠科学技术,其中最主要是依靠生物技术。这是发展农业的惟一出路。

我国当前农产品生产成本低是影响产品竞争力和农民收入的根本性问题,而造成这种状况的重要原因是农业生产的科技含量和水平不高。当务之急是要加快传统技术产品的技术升级和更新换代,大力改进农业生产的技术管理和服务工作。以生物技术和信息技术为主导的新的农业科技革命已在全球形成浪潮。

据了解,“十五”期间,我国对生物技术研究及产业化将从资金引导转化为侧重政策引导,有关部门正酝酿出台一系列优惠政策,生物技术产业将享受软件产业同等优惠。

这些优惠政策可包括:从事生物技术研究及产业化的企业不分所有制,创业板上市优先考虑;投资生物技术产业的风险资金免征所得税;有自主知识产权的生物技术产品从获利年起税收五免三减半等。“十五”期间,国家 863 高技术发展计划用于现代生物技术领域的研究经费将是以往 15 年经费总和的 4 至 5 倍,总额将超过 50 亿元,中国的生物技术与产业化进程将大大加速,10 年后整体水平力争进入世界先进国家行列。

中国今后将重点建设 20 个世界先进水平的研发基地,在基因组学、生物信息与生物芯片、组织器官工程、动植物生物反应器、基因转移调控、基因细胞治疗、生化工程工艺等主要技术领域,重点组织攻关。

“十五”期间,上海将以国家上海生物医药科技产业基地为载体,以新药创制体系的完善为切入口,实施机制创新,形成信息、人才、技术、资金的聚集,力争创制 3 至 5 个具有自主知识产权的一类新药,培育 3 至 4 个超 50 亿元的科、工、贸一体化的企业集团,到 2005 年产业规模翻一番。

2. 信息高新技术

信息高新技术主要是指信息的获取、传递、处理等技术。

它是高新技术的前导,是现代文明的技术基础。信息技术研究的是信息的获取、传输、处理和储存、显示等,包括微电子技术、光电子技术、计算机技术、通信技术、辐射成像技术、高清晰度电视技术等。

信息技术对于各种传统技术具有很强的渗透力,它的发展促进了工业、金融、办公、服务的自动化,使得整个社会的生产方式、生活方式乃至人们的观念都已经和正在发生变化,它不但大大提高了整个社会运行的速度和效能,同时也改变着人们的时空观念。

在信息技术中,计算机技术和通信技术起着核心作用。如果我们把现代社会看成一个有机体,那么计算机就是这个有机体的大脑,而通信网络就是这个有机体的神经系统。

光电子与激光技术是 20 世纪最重要的发明之一。在激光技术发展中,激光器一直是国际上争先研制的核心技术,高功率紫外激光器是发达国家大力开发的热点。研究性能优良的光存储介质一直是发展光存储技术的关键和核心。大信息容量、高清晰度和彩色化平板显示是 21 世纪各国激烈竞争的高新技术领域,液晶显示也因其独特的优点而成为一门新兴的科学研究领域,激光医疗设备也已成为激光技术产业中的一个极其重要的组成部分。

信息技术的高速发展及其广泛应用,使其成为当今国际竞争中最重要战略技术。信息技术对经济建设、社会变革、国家安全乃至整个国家的发展起到关键性的作用,它是经济发展的“倍增器”和社会进步的“催化剂”,是体现综合国力的重要标志。在迄今为止的人类历史上,没有一种技术像信息技术这样引起社会如此广泛、深刻的变革。专家预计,在本世纪前半叶,信息技术将是推动社会发展的最重要的技术驱动力。

我国信息技术已向数字化、高速化、网络化、集成化和智能

化迅速发展,在智能计算机、大型软件、光电子器件和微电子光电子系统集成技术以及通信技术研究的关键技术取得突破,为国家信息基础设施的建设及高性能公众信息平台的构建作出了贡献。

高性能计算机关键技术的突破,使我国在竞争激烈的世界计算机领域占有了一席之地。先后研制出的曙光 1000A、曙光 2000-I 和曙光 2000-II 等国产超级服务器系列,性能指标大大超过美国对我国限制出口的水平,已在气象、石油、教育、铁路、生物和网络通信等行业应用。

以曙光超级服务器为主机建立的五个国家高性能计算中心,目前已有 200 多课题在曙光机上完成计算,取得了一批有重要影响的成果。完成了中国数字图书馆示范系统、生物信息资源的应用、科学数据库应用系统等若干面向网格的重大行业应用示范系统。

研制的天演、天阔、浪潮等系列 20 多种型号服务器,已在铁路、粮食、物资储备、银行、电信、税收、医疗保险、社会保险、等行业中开始了应用。

中文信息处理技术研究取得重大突破,为我国信息资源建设提供了一个快捷、高效的系统解决途径。“汉王笔”手写汉字输入系统,已成为国内非键盘输入市场主流产品,占整个市场销量的 70%。为我国普及计算机应用,推动办公自动化,发挥了积极作用。

开发成功适用于我国互联网建设的 Internet/Intranet 应用软件平台,并以该平台为基础,建立了办公自动化、邮政、电信、保险等领域的一批示范系统,形成了多个应用软件产品,累计产值一亿多元。

在事关国家安全和经济命脉的通信网络技术和具有自主知识产权的数字程控交换机技术上获得群体突破,带动了我国整

个通信产业的发展,很多大企业的崛起,打破了外国产品瓜分国内市场的局面。

先后完成了 155Mb/s、622Mb/s、2.5Gb/s 的 SDH 系统(包括自愈环系统)和 $4 \times 2.5\text{Gb/s}$ 、 $8 \times 2.5\text{Gb/s}$ 、 $32 \times 2.5\text{Gb/s}$ DWDM(密集波分复用)系统的开发并投入应用。已形成了初具规模的光纤通信研发与生产基地,销售额累计达 10 亿元。目前 $32 \times 10\text{Gb/s}$ 容量 DWDM 系统也即将研制完成,使我国成为世界上少数掌握这一技术的国家之一。

研制成功的 CIN 智能网系统已广泛应用在国内十多个省市。成为国内第一套在公网上运行的具有多厂家产品互连和容错功能的智能网系统。并一举把国外智能网挤出了中国,销售额近亿元。对振兴民族智能网产业具有重大政治意义。

掺铒光纤放大器(EDFA)已达到国际先进水平。成功实现了掺铒光纤放大器的国产化,产品性能和质量达到国内外同类产品的先进水平,并达到年产 500 台的生产能力,该产品已广泛应用于国防通信及 CATV 系统,打破国外的垄断,振兴了民族工业,对提高国力,提高国威具有重要现实和长远意义。

一批信息获取及处理技术的突破,为我国对地、对空监测体系的建设提供了所需的关键技术。以机载合成孔径雷达样机为代表的一批对地观测信息获取系统和对空观测信息获取系统的研制成功和建立,使我国对地、对空观测的技术手段和装备水平大大提高,并为政府的决策和国民经济建设、社会发展和科学工程作出了重要贡献。

星载合成孔径雷达模样机、航空遥感系统的研制成功,标志着我国已掌握了对地观测的关键技术。机载合成孔径雷达系统在 1998 年长江流域洪灾监测中,发挥了重要作用。

128 波段实用型模块化成像光谱仪是一种先进的光机扫描式机载对地观测遥感器,该仪器的研制成功使我国在对地观测