

名家如是说寒冬


系列丛书



这个寒冬怎么过？
著名营销专家路长全如是说：

中国经济 进入强制疗伤时代

路长全 ● 著


人民东方出版传媒
 东方出版社



这个寒冬怎么过？
著名营销专家路长全如是说：

中国经济 进入强制疗伤时代

路长全 ● 著

人民东方出版传媒
 东方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国经济进入强制疗伤时代 / 路长全著. —北京: 东方出版社, 2013

ISBN 978-7-5060-6643-3

I. ①中… II. ①路… III. ①中国经济-经济发展-研究 IV. ①F124

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第180352号

中国经济进入强制疗伤时代

(ZHONGGUO JINGJI JINRU QIANGZHI LIAOSHANG SHIDAI)

路长全 著

责任编辑: 辛岐波 赵国梁

出 版: 东方出版社

发 行: 人民东方出版传媒有限公司

地 址: 北京市东城区朝阳门内大街192号

邮政编码: 100010

印 刷: 北京市凯鑫彩色印刷有限公司

版 次: 2013年12月第1版

印 次: 2013年12月北京第1次印刷

开 本: 710毫米×1000毫米 1/16

印 张: 13.5

字 数: 200千字

书 号: ISBN 978-7-5060-6643-3

定 价: 48.00元

发行电话: (010) 65210059 65210060 65210062 65210063

版权所有, 违者必究 本书观点并不代表本社立场

如有印装问题, 请拨打电话: (010) 65210853

这是一本阐述中国经济重大问题、重大机会的书。

这是一本写给所有在中国市场有梦想的人看的书。

这是一本和主流经济学观点和看法有很多相反见解的书。

这是一本讲述从问题中发现机会的书，而不是指责中国市场问题的书。

这本书中包含我20年来用脚丈量中国市场，与成百上千企业家合作的实践中得出的基本认知。

这是一本全面阐述中国市场问题是在供给而非需求上的书。20年来，我在指导中国众多企业成长的实践过程中，亲临一线市场，发现中国经济的供给和消费存在结构性失衡，最大的问题出在供给上，并非需求上。

所以，本书提出了与市场主流认知相反的观点和想法。我认为，现阶段提出的所谓刺激消费、扩大需求，是引导市场走偏方向的一种做法，中国经济必须正视问题的本源，才能走上稳健发展的正途。

近年来，我一直在感慨，中国市场经济何时才能够真正走上正途？中国的经济结构和层次如何能走上更加健康、稳健的轨道？

廿载年华付营销，华发双鬓终不悔！帮助众多中国企业走出困境，开拓崭新的视野，以全新的思路创造新的市场业绩，成为我20年来专注营销研究的第一使命！

诚然，本书在观念、内容上可能并不完全成熟，但是所有表述一定是基于我及我的营销团队多年的市场实践和研究，从客观角度得出的最中肯的结论。

对于这本书，我将其视为一本可以落地的经济学著作。我的路径是扎根于“基础的一线市场”，以市场实践这一独有路径进行感知和判断。从这一点来看，我更乐于用更多的精力去发现机会，而很少纠结于问题本

身。因此，本书核心观点和结论的价值在于能够帮助每一个有梦想的中国企业家在经济的迷雾中看清方向、坚定信念、抓住机会。

在此，我要感谢那些帮助我完成本书的人。本书融合了多位中国市场战略和营销专家的智慧结晶，他们提出的战略思考和市场分析令本书的思想内涵和内容表现更具深度和价值，他们是：顶尖市场战略专家李国伟、市场策略专家杨旭林、市场渠道专家李兆良、市场消费专家霍燕燕、市场传播专家蔡春华等，在此表示深深的感谢。

同时，我还要感谢出版社的朋友们，得益于他们的支持和帮助，为本书尽快与读者见面赢得了宝贵的时间！

路长全

2013年4月于北京

这是一个高速发展的时代，也是一个矛盾重重的时代。
这是一个理想远大的时代，也是一个现实逼仄的时代。
这是一个问题成堆的时代，也是一个机会成山的时代。
这是一个强制疗伤的时代，也是一个全面进步的时代。

三十多年的改革开放，推动了中国经济高速发展，帮助许许多多的中国企业梦想成真。但是，中国自然环境的承受力、工业能力的承受力、个人道德的承受力在这一轮高速增长中已经接近极限。各种矛盾不断暴露，国家、企业和个人实现梦想的难度越来越大。中国经济是否还经得起剧烈的“奔跑”呢！

中国经济经过三十多年的高速发展，想再像以前那样“奔跑”已经不可能了。就如同一个人，经过长时间的高速奔跑，就会感到疲惫、时有伤痛爆发，此时正确的方式是放慢步伐，调整节奏，让身心平复下来。

全国人大常委会前委员长吴邦国在2013年“两会”工作报告中提到“我国粗放型增长方式已经难以为继，加快经济结构调整刻不容缓”。

以环境破坏为代价，考验社会现实承受力的粗放型发展模式已然不可持续，中国未来的经济发展必须在促增长和调结构之间构建新的平衡。

市场经济有不以人的意志为转移的内在规律，就像一个人生长到一定的阶段，不管你自身是否愿意，生命本身的规则将从内部制约你、要求进行改变，维持生命系统正常运转的自我调节机制将随时全面启动。

回望过去的三十多年，中国经济以低工资进行资本积累，高投资推动工业化及出口，国家掌控经济走向，产业政策和资金倾向于大型国企，使得中国经济规模外表很庞大，但是内在却不强大。现实的矛盾冲突渐次爆发，折射着社会发展的压力，经济模式的弊端，中国人梦想的压抑，种种“伤病”迫使中国经济进入强制疗伤阶段。

有媒体撰文称“中国，请等等你的人民”，就是希望中国经济能够在高速增长和健康发展间做出选择，因为危机近在眼前，必须抓紧时间“疗伤”。

其实经济就如同孩子一样，都要经历几个阶段才能真正成长起来。

孩子什么时候问题最多？青春期。

孩子什么时候成长最快？青春期。

孩子身体长大把衣服撑破了，是问题还是机会？

你是关注被撑破的衣服？还是看到孩子茁壮的成长？

孩子撑破衣服是问题，但这是人在成长中都会出现的问题。

孩子撑破衣服更是机遇，这说明孩子生命力旺盛，每一刻都在成长，正在从青年走向成年，是人生的进步。

问题的背面是什么？是机会！关键你看到哪一面。

环境污染的背后是巨大的环保产业机会；食品问题的背后是高品质食品的巨大商机；乳业困境的背后是牧场养殖商业模式的升级；农业安全的背后是庄园模式大发展的驱动；出口模式的受挫是高品质外贸产品对接国内消费者的巨大机会……

如今的中国，存在一种奇怪的现象，很多企业产品堆在仓库里卖不出去，可是消费者普遍感觉买不到合适的东西。

这说明什么？是企业错了？还是消费者错了？

从当前的社会发展来看，这个现象说明消费者成长了，需求升级了，原有那些产品不能满足消费者升级的需求了。企业卖不出去货的原因就在于没有能随市场的需求进行调整，处在被市场接纳或者淘汰的转折点上。

什么叫调整？什么叫转折？

调整就是改良，转折就是创造！

调整制造机会，转折创造伟大的机会！

平庸者看到问题，成功者看到的则是机会！

成功者懂得一个道理：人不是为了问题来到这个世界的，而是为机会来到这个世界上的。

所谓伟大的战略、非凡的人格、超乎寻常的胆识都是后人在总结和评价成功者时提炼概括出来的。除了极其少数的天才之外，成功者大多只是一个普通的个体，他们既不聪明绝顶，也不胆略超人，他们都是在发现问题和解决问题的过程中取得成功的。

问题在哪里，机会就在哪里。

小问题，小机会；大问题，大机会；没问题，就没机会！

问题有什么可怕？有问题才有发展，人类如果没有问题，怎么发展呢？

你帮助社会把问题解决了，不就是抓住机会了吗？

机会=解决问题，要把成功建立在外界的问题上！

人来到世界上是干什么的？是来解决问题的。在解决问题中感受，在解决问题中成长，在解决问题中成功。

问题为什么能使我们成功？因为问题的背后就是机会，是机会带给我们成功。

经济之路走到今天，不论是探讨问题，还是发掘机会，都离不开一个基础——市场。市场是问题的诞生地，也是机会的校验场。

不管我们愿意还是不愿意，不管我们是主动还是被动，不管我们选择还是不选择，中国经济以其自身的强大生命规律，将进行疗伤整合，中国经济进入强制疗伤时代。这是一个不可抗拒，也是不以人的意志为转移的经济本身的力量体现。

进入强制疗伤时代，中国经济发展要经历一个痛苦、矛盾和纠结的过程。在强制疗伤过程中，我们将面对难以计数的问题，同时也会遇到难以计数的机会。这就意味着中国在持续进步，这一过程中必将诞生众多全新的商业机会，等待我们去捕捉，去实现梦想。

上 篇

问题成堆

数百年来，欧美发达国家市场经历了多次经济危机，形成了今天的格局。而且，持续发生的经济危机告诉我们，如此发达的市场体系下依旧危机四伏，问题不断。

与国际成熟市场相比，中国市场经济还处在起步阶段，存在这样或那样的问题，在所难免。

问题层出不穷，存在于过去、现在、未来。我们要正视问题，去发现问题背后的东西。

|第一章|

经济的冰——消费与供给“温度”两重天

市场消费能力和需求持续旺盛，供给结构和水平明显落后，两者的巨大“温差”，令中国经济“结冰”。持续拉动消费，只会让“冰层”越来越厚，差距越来越大。

在消费的“繁花”之下，许多人都忽略了供给“土壤”的贫瘠！

|第二章|

问题一：供给水平滞后于需求升级

中国市场的需求强劲，整体规模之巨大，持续时间之长久，均是前所未有的。

市场供给一直都滞后于需求的持续升级：产品品质落后、供应量不足、价格非理性飙升……

第一节 市场需求没有问题，供给出了问题 / 008

第二节 “买”从来就没出过问题，“卖”出了问题 / 010

第三节 “卖”的问题，产品品质赶不上需求升级 / 013

第四节 出口型产品没有和国内市场对接 / 020

第五节 商品价格的非理性飙升 / 024

|第三章|

问题二：违背市场最基本道德准则——生存性产品保障化，生活性产品市场化

市场经济应该遵循的最基本的道德准则是：生存性产品保障化，生活性产品市场化。由于我们违背了这一准则，GDP增长与人民幸福感知差距越来越大。

第六节 什么是市场经济最基本的道德准则？ / 030

第七节 扭曲之一：生存性产品市场化 / 032

第八节 扭曲之二：市场化产品垄断化 / 038

|第四章|

问题三：虚火过旺诱使财富转移加剧

财富转移，而非财富创造，在“虚拟经济”财富转移的神话下，企业很难专心于实体经济，而是像染上“毒瘾”一样，在虚幻的财富快速转移梦幻中寻求刺激和快感。

第九节 中国经济虚火过旺 / 042

第十节 财富转移营造了虚假繁荣 / 045

第十一节 虚拟经济竟然取代实体经济，成了“经济原动力” / 048

第十二节 地产非理性暴涨弱化大量实体经济 / 051

|第五章|

中国经济问题的内在原因

没有问题的组织、国家是不存在的。从哲学的观点来看，任何问题从当前来看可能是困难或灾难，但是从长远来看却是人类的福祉。

大问题，大矫正；大问题，大机会；大问题，大转折；大问题，大调整！

客观看待问题，是正确行事并取得成功的关键。

第十三节 躁动的青春期，正向的成长 /056

第十四节 我们制造了成长，也制造了问题 /058

第十五节 问题本身昭示着成长 /061

下篇

机会成山

成堆的问题背后是成山的机会。

小问题小机会，大问题大机会，没有问题就没有机会。

这是一个问题叠加的时代，也是一个机会爆发的时代！

|第六章|

大问题大机会

粗放供给没能满足有效需求，实业经济被扭曲，虚拟经济过热……看似问题实则机会：供给的升级是商机，实业的拓展是商机，矛盾的推动是商机，问题越迫切，机会就越爆发。

第十六节 问题本身就是机会 /066

第十七节 莲花的智慧在于将污泥变成生命的营养 /068

|第七章|

机会一：基础产品的全面升级机会

几乎所有伟大的奇迹都是在低谷中创造的！

低谷是提升管理水平的最佳时机，此时效益最大；低谷是调整投资结构的最佳时机，此时成本最低。

对于中国的基础产品行业来说，其实现在正是一个难得的自我调整和升级换代的机会。

第十九节 需求倒逼基础产品品质升级 /080

第二十节 自己搅浑了水，别人前来摸鱼 /083

第二十一节 转型期的阵痛 /086

第二十二节 市场机会势不可挡 /088

第二十三节 迎接机会的4大自我升级 /092

|第八章|

机会二：出口型产品与中国市场的“梯次对接”

中国向全球输出了无数的高品质产品，但是中国本土市场供给的产品品质一直不尽如人意。

遵循“需求的梯次对接”原理，中国优质的出口型产品必将与升级的国内市场需求全面对接。

三十多年的经济改革，使中国人的需求水平上升到前所未有的高度，为高品质的出口型产品回归中国市场提供了机会。

第二十四节 国内市场呼唤高品质产品回归 /096

第二十五节 三十多年时间，我们学到了什么？ /101

第二十六节 出口型企业的道路抉择 /104

第二十七节 中国市场的巨大容量 /107

第二十八节 对接国内市场的四大优势和五大战略 /109

第九章

机会三：互联网的“时空无限”与“部落无限”

互联网是人类最伟大的创造之一，它超越以往的任何发明创造，将孤岛型的世界联系在一起。互联网让封闭了几千年的中国迅速完成了与世界的革命性对接，推动中国社会进入真正开放的时代。

任何一个人，任何一个企业，通过互联网，就能接驳世界。跨越国家，跨越全球，虚拟的网络世界，真实的互联互通，将无数的商业梦想带进现实。

第二十九节 互联网，一个不寻常的新世界 /114

第三十节 虚到实时虚亦实 /117

第三十一节 互联网改变中国将大于改变世界 /120

第三十二节 互联网为商业机会提供无限空间 /124

第三十三节 互联网，企业品牌新战场 /129

第十章

机会四：女人温柔而致命的颠覆

尽管很多男人都轻视女人，但是所有男人都是女人生的！尽管男人自认为自己决定着世界，但事实上背后决定男人的是女人，最后决定世界的还是女人！

女人产业遵循的法则——高估优先原则。

女人的消费将推动万亿级的产业不断诞生。

女人产业就像一颗精致切割的巨钻，它由无数个细分切割面组成，每一个闪耀面都是一个机会点。

第三十四节 女人，疯狂消费着世界 /132

第三十五节 女人的消费特点——贪、懒、色 /135

第三十六节 女人消费催生万亿级产业 /138

|第十一章|

机会五：农业食品的“庄园化”

中国最有可能诞生世界级企业的行业是什么？是农业。

农业发展遵循的原则：亲近自然者得天下。

未来的中国农业，将走向新“庄园模式”，推动农业迈向“新四化”——产品部落化、庄园旅游化、健康产业化、庄园养老化。

第三十八节 中国农业处在模式升级的第四大阶段 /156

第三十九节 中国农业产业的三大转型升级 /160

第四十节 农业的庄园模式 /163

第四十一节 中国新庄园经济走向“新四化” /171

第四十二节 农业产业的体验模式 /176

|第十二章|

机会六：“中国元素”构建中国企业核心竞争力

中国什么行业能够诞生具备世界竞争力的企业？具有“中国元素的行业”。

推动中国走向世界的，展现中华五千年文明史的，只能是中国元素。

中国元素产业遵循的法则：无可复制的排他原理。

未来，国家的竞争是国家优势元素的竞争。

中国元素博大精深、源远流长。未来，中国元素不仅在中国大有市场，而且能够走向世界，成为世界瞩目的焦点。

第四十三节 国家竞争力在于“国家元素” /180

第四十四节 中国元素前途无限 /183

第四十五节 优势中国元素的五大标准 /188

第四十六节 扫描中国元素机会 /192

上篇 问题成堆

数百年来，欧美发达国家市场经历了多次经济危机，形成了今天的格局。而且，持续发生的经济危机告诉我们，如此发达的市场体系下依旧危机四伏，问题不断。

与国际成熟市场相比，中国市场经济还处在起步阶段，存在这样或那样的问题，在所难免。

问题层出不穷，存在于过去、现在、未来。我们要正视问题，去发现问题背后的东西。

第①章

经济的冰——消费与供给“温度”两重天

市场消费能力和需求持续旺盛，供给结构和水平明显落后，两者的巨大“温差”，令中国经济“结冰”。持续拉动消费，只会让“冰层”越来越厚，差距越来越大。

在消费的“繁花”之下，许多人都忽略了供给“土壤”的贫瘠！