

读完这本书，将彻底改变你的营销观念！

量子营销

QUANTA MARKETING

做下一个乔布斯

孙占峰 著

南方出版社

本书献给
想要创造营销奇迹的人！

图书在版编目 (C I P) 数据

量子营销：做下一个乔布斯 / 孙占峰著. -- 海口：
南方出版社, 2013.4
ISBN 978-7-5501-1471-5

I. ①量… II. ①孙… III. ①市场营销学 IV.
①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 054690 号

量子营销——做下一个乔布斯

孙占峰 著

责任编辑：刘妮

出版发行：南方出版社

社址：海南省海口市和平大道 70 号

邮编：570208

电话：(0898) 66160822 传真：(0898) 66160830

经销：各地新华书店

印刷：北京墨阁印刷有限公司

开本：889mm × 1194mm 1/32

印张：8.5

字数：170 千字

版次：2013 年 4 月第 1 版 2014 年 4 月第 1 次印刷

定价：38.00 元

版权所有 违者必究

购书热线：400-691-9629

目录

序言 乔布斯的成功可以复制吗？	1
第一章 建立量子思维模式	6
第一节：过时的牛顿世界观	7
第二节：量子思维——给你不一样的世界观	10
第二章 该抛弃工业社会的市场营销理论了	19
第一节：我们处在量子化的信息社会	20
第二节：今天的市场是量子的	27
第三节：重新定义信息时代的营销	30
第四节：你还在把 4P 理论奉为经典吗？	40
第五节：iPhone——划时代的产品	46

第三章 市场营销战略	53
第一节：乔布斯如何定义苹果公司的企业使命	55
第二节：业务层营销战略	60
第三节：产品层营销战略	67
第四章 市场调研和市场预测	83
第一节：乔布斯做市场调研吗？	84
第二节：市场预测	91
第五章 消费者的购买行为	97
第一节：消费者的购买意识源自哪里？	98
第二节：消费者有哪些购买行为？	107
第三节：消费者如何做出购买决策？	112
第六章 打造革命性的产品	119
第一节：产品能级理论	120
第二节：如何策划产品	131
第三节：产品组合与产品线	143
第四节：产品的生命周期	148
第七章 定价	164
第一节：价格的本质是什么？	165
第二节：定价策略	171

第三节：高价策略	174
第四节：低价策略	182
第五节：价格变动策略	188
第八章 渠道、终端、销售	191
第一节：渠道与终端	192
第二节：渠道创新与变革	197
第三节：销售管理	204
第九章 竞争	211
第一节：认识竞争	212
第二节：竞争战略	217
第十章 整合营销传播与量子营销	227
第一节：什么是整合营销传播	228
第二节：品牌	231
第三节：广告	236
第四节：促销	243
第五节：公共关系	247
第十一章 亲历营销奇迹	254
跋 做下一个乔布斯！	261

序言

乔布斯的成功 可以复制吗？

量子营销 做下一个乔布斯

史蒂夫·乔布斯，注定会成为世界商业史上最光辉灿烂的名字。

这位苹果神话的缔造者，曾数次用他的产品改变了世界，让我们回顾一下他的神来之笔。

1977 年，乔布斯携 Apple II 计算机参加美国西海岸计算机展览会，Apple II 成了展览会上最耀眼的明星。此前的个人计算机像电子仪器一样笨重，而且操作复杂，最多是工程师或者电子玩家的产品。而 Apple II 小巧轻便、具备彩色的图形显示模式、音效功能，以及两种基于 BASIC 的内置编程语言，可搭载多款应用软件，这使得个人计算机有了更广泛的应用。面向大众的 Apple II 引发了个人计算机的革命，这是苹果公司第一次改变世界。

1984 年，苹果计算机公司推出了麦金塔电脑（Macintosh），乔布斯首次将图形用户界面和桌面概念应用到个人计算机上，从而彻底地对个人计算机进行了改造。麦金塔电脑在个人计算机的发展史上具有指针性的意义，它也直接启发了后来微软 Windows 系统的诞生。

1986 年，被苹果公司董事会罢黜的乔布斯收购了皮克斯动画工作室，皮克斯制作的《玩具总动员》等动画影片大获成功，实现了动画影片的技术与票房的飞跃。虽然这只是乔布斯人生的一个插曲，但在他带领下的皮克斯动画影片却改变了动画电影产业的格局。

1997 年，乔布斯重回濒临破产的苹果公司担任首席执行官。他将苹果研发的产品总数由 350 个削减到 10 个，并将 iMac 计算机赋予简约、时尚的工业设计，iMac 重新使苹果焕发光彩。

2001 年，乔布斯预见到了互联网时代的音乐领域即将发生变革，苹果公司推出了搭配在线音乐商店 iTunes 的消费者电子产品 iPod，为当时盗版盛行的音乐市场开启了新的商业模式。2007 年 4 月 9 日，苹果公司宣布已经销售了 1 亿部 iPod，iPod 也因此成为有史以来销售速度最快的便携型音乐播放器。

2007 年，乔布斯在 Macworld 大会上宣布推出 iPhone，他说：“今天，苹果重新发明了手机。”事实也的确如此，iPhone 是一款将创新的移动电话、可触摸的宽屏 iPod 媒体播放器、众多互联网功能完美地融为一体的革命性手机。此后推出的在线软件商店 App Store，更让 iPhone 的应用可以无限延伸。

2010 年，苹果公司推出了 10 英寸的平板电脑 iPad，iPad 被乔布斯定位为介于智能型手机和笔记本电脑之间的产品，这款被乔布斯称为“地球上最酷的产品”的发布，标志着“后 PC 时代”的到来。

苹果公司的产品究竟改变了多少人的生活方式？截至 2012 年第二季度，iPod 销量已经超过 3.5 亿台，iPhone 销量 2.5 亿部，iPad 销量 5500 万台。在令人瞩目的销售业绩支撑下，苹果公司的市值已经超过 6000 亿美元，成为全球市值第一的公司。

虽然乔布斯已经去世，但无疑这些都是属于乔布斯的成绩单。乔布斯是人还是神？也许你认为乔布斯是神，苹果公司的成功无法被复制。我认为这种认识是错误的，我们每个人都有可能创造营销奇迹，关键在于要转变我们的营销观念与思想。

造成这种错误认识的根本原因在于：我们仍然沿用营销调研、计划、组织、控制这些传统的营销理论在指导我们的营销实践。在这个指导思想下，市场被认为是线性增长的，我们很自然地认为“营销奇迹”是偶然发生的，具有不可复制性。这些传统的营销理论是在工业社会的营销实践中不断发展起来的，其思维模式仍然是基于300年前的牛顿物理世界观的思维模式，牛顿世界观认为这个世界是客观的、连续的、渐进的、可预测的。

然而，我们今天所面临的世界是快节奏的、不断变化的、不可预测的，时代的发展不断地突破着我们的想象力。17世纪的牛顿世界观的思维模式已经不能完全适应21世纪的工作和生活，如果你仍然坚定地信仰牛顿世界观，那么就无法理解这个时代的高速变化，那些营销奇迹也只能被归结为偶然，我们必须去寻找一种新的思维模式。

去哪里能找到这种新的思维模式呢？思维模式属于哲学范畴，我们还是首先把目光投向推动哲学发展的物理学上。物理学和哲学就像一对孪生兄弟。在古希腊，开始思考物体运动规律等物理问题的亚里士多德等人，基本都被划归于哲学家一列，物理学被看成哲学的一部分；一直到17世纪，牛顿的巨著《自然哲学的数学原理》一书，物理学还被称为自然哲学。物理学与哲学就是这样相互促进发展，物理学的新发现会推动哲学思想的发展，而哲学上的认识论和方法论往往也会为物理学研究指出方向。

1900年12月14日，德国物理学家普朗克发表一篇关于“能量

是不连续的”的论文，标志着量子物理学的诞生，此后经过玻尔、德布罗意、玻恩、海森柏、薛定谔、狄拉克、爱因斯坦等许多物理大师的创新努力，建立起了全新的量子物理学体系。与研究宏观世界的牛顿经典物理相反，研究微观世界的量子物理认为：这个世界是不连续的、跳跃的、不可预测的。这就是我们要寻找的新的思维模式——量子世界观的思维模式。当我们用世界是不连续的、跳跃的、不可预测的等等量子思维去思考市场营销时，就会认识到营销奇迹发生的合理性和必然性。

这本书系统地阐述了量子思维，以及信息时代我们该如何认识市场的本质，如何去树立新的营销观念，如何去创造营销奇迹。我把这套营销理论称为“量子营销”。

读完这本书，你就能理解为什么乔布斯说“创新跟你有多少科研经费没什么关系”、“创新是决定领导者与跟随者的关键”、“别问消费者想要什么，企业的目标是去创造那些消费者需要但表达不出来的需求”、“我们从来不做市场调研，我们只想做出伟大的产品”等等；你就能明白乔布斯的成功在于把握住了信息时代的市场本质，你就会相信谁都有可能创造营销奇迹，你就会相信谁都有可能改变世界。

第一章

建立量子思维模式

量子营销 做下一个乔布斯

我提出的“量子营销”可以简单理解为用量子思维去思考并指导市场营销的诸多问题，而量子思维是基于量子物理发展而来的，因此首先要了解量子物理。

物理学的发展，有两个黄金时期：17 世纪末和 20 世纪初。前者以牛顿的三个运动定律为基础，奠定了牛顿经典力学物理大厦；后者以 1900 年普朗克发现量子为开端，先后有百余位物理学家因为在量子物理领域的贡献而获得了诺贝尔物理学奖，量子物理彻底改写了整个物理学体系。

从 1900 年物理学家普朗克发现量子，距今已经 110 多年了。但对于绝大部分人来说，对量子物理及由其发展而来的量子思维模式依旧陌生。在这一章里概略地回顾物理学的发展，并提出量子思维的基本体系，将它与牛顿世界观的思维体系进行对比。

本章是量子营销理论的基石，当你理解并接受了量子思维，不仅对营销会有新的认识，对人生也将产生重大影响。

第一节：过时的牛顿世界观

天才的牛顿

牛顿 1643 年出生于英格兰林肯郡的一个村庄。在他三个月大的时候，父亲去世了，两岁时母亲改嫁，他被送到外婆家抚养。童年的家庭环境，使牛顿养成了沉默、倔强、善于思考的习惯，也正是这种性格，促使他未来能够集中注意力认真思考那些科学问题。

1661 年，19 岁的牛顿进入英国剑桥大学三一学院读书，这是牛

顿一生中学习的关键时期。这期间牛顿对自然科学产生了浓厚的兴趣，他拥有敏锐的洞察力和深邃的观察力。1665年，鼠疫席卷伦敦，为了避免被感染，学院停课，牛顿回到了乡下。家乡安静的氛围让牛顿有大块时间去集中思考他头脑中的数学和自然科学问题。1665年至1666年在乡下度过的这两年，是牛顿一生中科学研究的黄金时期，他的三大科学贡献：三大运动定律、微积分、光的本质都是在这个时期孕育出来的。

1687年，牛顿在他的著作《自然哲学的数学原理》中提出了三个运动定律以及万有引力定律，奠定了牛顿经典物理学的基础，推动了物理学以及整个自然科学的发展。

❧ 牛顿时代的物理学家们不再需要上帝

牛顿物理为十八世纪英国的工业革命奠定了理论基础，也为人类认知宇宙打开了大门，并深刻地影响了经济社会变革以及人们的哲学观念。牛顿的万有引力定律不仅能够解释已经观测到的天体运行规律，而且还能计算出人类没有观测到的天体存在和位置。

海王星和冥王星的发现，都是先经过计算确定存在而后观测到实际存在的例子。1843年，英国剑桥大学22岁的学生亚当斯，根据力学原理，利用微积分等数学工具，足足用了10个月的时间，终于算出海王星这颗未知行星的位置；1848年9月23日，柏林天文台的工作人员加勒按照计算的轨道位置进行观测，果然找到了这颗从未见过的行星——海王星。1915年，美国天文学家洛韦耳，用同样的方法算出了太阳系中最远的一颗行星——冥王星的存在；1930

年，美国的天文学家汤博真的发现了这颗行星。

法国著名的物理学家拉普拉斯从牛顿力学原理出发，用严密的数学推导对宇宙的形成问题进行了详细的研究，并写下了《宇宙体系论》和《天体力学》两部著作。当拉普拉斯把自己的著作送给拿破仑看的时候，拿破仑翻遍全书，也没看到上帝的名字，拿破仑问道：“在你的宇宙理论中，上帝在哪儿呢？”拉普拉斯自豪地说：“陛下，我的理论不需要上帝这个假设。”

此时，物理学家们相信，他们已经发现了世界所有的基本原理，只要掌握了定律，给定必要的数据，具备足够大的运算能力，那么科学家们就能计算出一切。物理学已经完美到能够解开宇宙的所有奥秘，他们不仅能够解释过去和现在，还能够预测未来，在他们的心中，已经不再需要上帝。

✎ 我所理解的牛顿世界观的内涵

牛顿力学是人类认知世界的一个质变点。在其后的 300 年时间里，牛顿经典物理不断被丰富，物理学家们建立了力学、热学、电磁学、光学、分子物理学、声学等经典物理学的各个分支学科，到 20 世纪初已经非常完整，经典物理学的发展达到了它的顶峰，物理学理论已经能够完美地解释任何物理现象。

物理学家们认为整个宇宙就像一部精密的仪器，从他诞生那一刻起，就按照设定的程序在运转，它的每个零件都按照程序分毫不差地运行，这些都是决定好了的，人类的意识无法改变这个程序，我们所要做的只不过是去发现而已，物理学的发展让我们具备了发

现宇宙奥秘的能力，对于那些我们暂时还无法解释的问题，只是因为我们还没有掌握相关的定律或者数据。

牛顿经典物理为人类带来一次又一次的技术革命，给人们的生产和生活方式带来了翻天覆地的变化。与此同时，牛顿力学也深深地影响了人们的世界观和价值观，我们称为牛顿世界观，牛顿世界观体系可以概括为：

1. 连续论。物质的运动变化是连续的、渐进性的。
2. 确定论。这个世界按照一组物理规律在一丝不苟地运转，给定一定的初始条件和运动规律，则物体在确定时刻有确定的状态。由于世界是确定好了的，所以未来是可以被预测的。
3. 还原论。客观世界就像由若干部件构成的巨大逻辑系统，事物总是可以被拆分成具有其独立的、固有的、不变的特性的部件，并加以解释。
4. 这个世界是客观存在的，与精神意识无关，不以任何人的精神意志为转移地存在着。

第二节：量子思维——给你不一样的世界观

到了 19 世纪末，牛顿经典物理体系已经非常完美，一位著名的物理学家甚至说：“物理学已经无所作为，往后无非是在已知规律的小数点后面加上几个数字而已。”

在 19 世纪的最后一天，欧洲物理学家们欢聚一堂，受人尊敬的英国物理学家开尔文男爵发表了新年贺词，他回顾了过去 100 年里

物理学取得的累累硕果，并展望了 20 世纪物理学的前景，他若有所思地讲到“物理学的晴空飘来了两朵乌云”。谁也不曾想到，开尔文男爵提到的两朵乌云为物理学带来了颠覆性的革命，其中的一朵乌云诞生了量子物理。

打开潘多拉魔盒的是普朗克。此后，量子物理学体系暴风骤雨般地建立起来，诞生了爱因斯坦、海森伯、薛定谔、玻尔、狄拉克、波恩、德布罗意、泡利等一批伟大的物理学家。到 1928 年，初步建立起了完整的量子力学体系。而此时这些做出杰出贡献的物理学家们，都仅仅 20 几岁，36 岁的薛定谔是年纪最大的了，因此量子物理也被称为“大男孩物理”。

量子物理作为研究微观世界的一门物理科学，它的许多基本概念、规律与方法都和牛顿经典物理的基本概念、规律和方法截然不同，而且量子物理学的现象也不同于我们在日常生活中所观察到的宏观物理现象。

量子物理带来的这场科学革命是如此地具有颠覆性、如此地迅速，以至于让很多量子理论的奠基人和开创者最后都站在了反对面，比如爱因斯坦、德布罗意、薛定谔，这一方面说明量子理论实在难以理解，另一方面也说明量子理论还处在不断完善之中，直到今天，仍有许多量子物理领域的难题等待解决。

量子物理体系是非常深奥、复杂而庞大的，百年来历届诺贝尔物理学奖得主基本都是量子物理领域的科学家。在本节有关量子物理的介绍中，只将其中具有代表性并且能给我们带来哲学思考的问