

世界营销实战派企业战略大师 米尔顿·科特勒

2012-2013 全球营销讲稿

3.0 营销时代的制胜法则

米尔顿·科特勒(Dr. Milton Kotler)

科特勒咨询集团总裁全球合伙人

米尔顿·科特勒博士是美中商务发展委员会主席，他拥有 28 年丰富营销的实战经验，被誉为“世界营销实战派企业战略大师”，现代营销学创始人之一。此外，米尔顿是美国民主党竞选委员会高级顾问。米尔顿是业界公认的企业发展战略、营销战略、收购与兼并品牌管理策略、迂回营销、城市营销、关系营销、营销工程和战略计划信息系统管理应用方面的领导先锋。

全国职业经理MBA双证班

认证系列：职业经理、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、IE 工业工程师、企业培训师、营销策划师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理企业总经理、医院管理、工厂管理、企业管理咨询师 MBA 等高级资格认证。

颁发双证：高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含 2 年全套学籍档案）

证书说明：证书附档案、电子注册，是提干、求职、晋级的有效依据

学习期限：3 个月（允许提前毕业，毕业后持续辅导 2 年）**收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88342620 **招生网站：**<http://www.mh jy. net>

电子邮箱：xchy007@163.com **颁证单位：**中国经济管理大学 **主办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

MBA 经理教材免费下载 网址：www.mh jy. net

科特勒：比起产品用户更关注企业社会责任



上图为科特勒咨询集团（KMG）总裁、现代营销学创始人之一米尔顿·科特勒。

我将在 16 分钟内给大家介绍商业模式，因为时间比较短，所以也无法进行深入的探讨，我主要给大家介绍我们一些发现、我们想法，主要是我们在出版新书当中介绍的想法，它已经翻译中文并且已经出版了，在 1 月份即将出版叫《营销的增长方式》。今天我们主要讨论并不是这一部著作，在我们商业模式论坛当中主要探讨商业的发展、商业建模的一些进展，还有在营销当中的一些新的变化，还有怎么样用营销来解决一些新时代当中出现的社会觉醒和社会的愿望。

我们先回顾一下营销，如果商界对这个非常熟悉，一个是传统的营销，我们把它叫做营销 1.0 版，它就是生产然后去销售，可以说它在几个时代都是市场主要的营销方式，在二战以后我们看到美国快速的扩张，它的市场也逐渐扩张，然后中产阶级在不断扩大，二战对于美国来说可以说是历史上重要的阶段，在任何其他工业社会当中都在战争当中受到重创，但只有美国却通过创新还有其他技术的突破，比如大众媒体，实现了将自己包装成最大的市场生产者，我们也顺利经过经济萧条和战争，这是营销 2.0 版，它主要目标以人口和心理的细分，我们可以说从 80 年代开始已经进入营销 2.0 时代一直到 2000 年，但是之后又出现了后现代的营销方式，我们把它称为营销 3.0。

可以说它是有一些历史阶段变化还有时代变化推动的非常独特的营销时代，我们除了商品的促销以外，我们还有很多新的方式，那就是说对于人类的关爱和关心也增加进来了。我们回顾一下这种历史的变化是

非常重要的，当然有一些经济体我也在其中生活，从 60 年代到 80 年代是一个时代，比如在 30 年代前苏联时代，在其他经济体经历很长的周期，可以说在历史上有这样一个传统，在经济学家当中也有传统的方法和传统的思维，我之前读过最好经济方面的书，由汤姆阿斯本写的，我觉得这本书应该所有商业家都应该读这本书。每个国家都有自己的经济轮回，有增长、扩张、衰落这样的周期。

我们有这样的想法就是长期、周期的想法，危机的时代来临也就是所谓的经济冬天，危机我们把它叫做冬天，同时类似于觉醒叫夏天，还有拆解我们叫秋天，再次又是危机又一次到来，我们就这样周而复始重复这个周期，这也是所有经济体运行的周期，每 60—80 年代就经历这样一个周期。它的标志有很多技术突破、人口结构的变化等。但是在任何一个时期不管是中国还是美国，我们要不就是在冬天或者在春天，或者在夏天、或者在秋天又回到冬天。

现在我会花一些时间谈谈美国和欧洲情况，因为他们在秋天了，很快就要到冬天了，中国现在还是在春天，在所有不同阶段，比如 60—80 年周期阶段也是四代人阶段，一代人大概就是 20 年，应该在任何国家经济阶段包括危机、扩张、觉醒、拆解在任何时候都有不同的四代人，每代人大概 20 年，包括年轻人有老人，由婴儿时代以及**新世纪(9.57,-0.09,-0.93%)**新兴人类，在每一个不同的时期他们都有不同的世代，生活也不一样，因此所有公司都要了解经济不同周期阶段，所有商业公司都要了解你们有什么样工具，针对 50 岁客户还是老年客户、还是 20—30 岁的客户，还是针对 20 岁的年轻人，还是 40—50 岁消费者，还是 60、70 岁人等。所有这些不同年代的人，都有市场不同趋向和喜好，如果你是一个公司营销的组合，这个营销的组合对所有不同的年龄层次人传达不同的信息，要了解人口结构、收入水平、他们的教育，以及他们所居住的地区。

在任何一个阶段一个国家它总会有一些占主导地位的一代人，或者处于上升时期的人，了解他们社会的关注。我们看一下美国和欧洲的情况，扩张期已经过去了，现在欧洲和美国已经没有扩张期了，觉醒期也就是社会福利保证、民权、自由的想法以及性别平等，也就是所谓 60—70 年代大觉醒时期也已经过去了，在美国和欧洲现在我们是所谓拆解和初步危机的阶段。这就是我们没有确定性，我们货币系统面临危机，在西班牙 25% 人失去工作，也不知道如何应对这个欧元区危机特别好的办法，当然我们还是希望的，会找到一些解决方案，有可能欧元区会解散，欧元区不会成功，德国不会为此买单，也不会为欧洲国家提供补贴，现在欧洲正面临着危机的前夜，在这个环境下如何进行业务开展呢？是非常非常难的。

美国也是处于所谓拆解阶段，他的国债达到 70 万亿美元，还有个人收入债务，也就是说每一个美国人的债务是达到 14 万美元，因此这种债务是没有办法偿还的，而且今天美联储系统也面临很大的危机，因为现在很多国家不愿意再买美国的国债，这个情况会越来越糟糕，美国可能印刷更多的美元，中国减少购买美国的国债，日本也到了他购买美元上限，现在美国面临危机。也就是刚刚过去的美国大选讨论的话题，这个选举是在两个政党之间进行，一方面政党要印刷更多的钱，另一个保持比较稳定的财政状态，因此财政悬崖是美国政府头疼的问题。

谈谈这个拆解期，也就是我们人口在降低，现在欧洲的人口增长基本是零，日本也没有人口增长，它的人口是在降低的。韩国的人口也在降低，这是美国的人口增长是 2%，有很多的是非法的移民来到了美国，这样的话我们把它叫做人口特殊情况，他们可能会有一些购买的需求在美国和欧洲，需求已经饱和了，没有人想要再买任何东西，在美国、在欧洲都是这个情况，因此我们有这种饱和的需求，在这种情况下一个公司怎么生存下去呢？你的品牌没有自己特点，怎么样保持质量？在质量方面很难进行差异化，他们可以对规模成本进行自由度的价格管理，大的公司可以生存下来。

在价格竞争方面，大公司能生存下来。分配中我们可以看到流通领域很广，有各种各样的连锁店，但是在这种分配系统中效果不好，我们可以看到社会的意识在不断觉醒，有很多的广告在网络的沟通或者传统沟通中，沟通交流普遍存在度、透明度、强烈度发生变化，比如现在在拆解的时代有的品牌失去独到性，

而且你不能控制价格，不能和其他品牌进行竞争，因为所有分销都是铺的特别大。同时在这种情况下有很多问题，尤其是社会问题，还有医疗的问题、环境恶化能源的问题，全球的变暖。

我们有新一代人在美国、在欧洲，这些年轻人都是新世纪以后出生的人，他们是怀疑的一代，想寻求新的东西，满足他们的需求，他们想寻找社会价值，因此一个公司它的品牌要注重社会价值、社会责任，也就是有些人不需要更多的产品，他们不想要再多分销向他们兜售东西，他们想要挽救国家、挽救社区、挽救社会。现在欧洲和美国就是这样状况，经济增长停滞了，有一些新的公司有所谓的社会品牌因此受益，有一些公司社会责任做的不好，他们业务就被其他社会责任企业取代。

看一下中国什么情况，中国和欧美不同，因为中国扩张起始于 1982 年，那是邓小平执政的时候，邓小平在 1982 年进行了改革，你们的扩张比美国晚了 35 年，现在中国 GDP 从 12% 到 11%、10%、9% 到现在 7%，你们也进入大扩张结束时代，要进入所谓的夏天，也就是夏天觉醒时代了。我们谈到主要是中产阶级，包括在北京、上海、广州特大城市的中产阶级，他们是主要的市场。在大扩张期出生的人成为非常富有的商人，有些人是 80 后人，还有更年轻的年轻人 90 后，他们是新世纪的人，他们的世界观是不一样的。

他们世界观也和金融世家不一样，这是第三代年轻人，他们感兴趣的话题是更多的社会自由、更多的表达自由、更多选择自由，更关注穷人、残疾人，尤其汶川地震以后社会责任感加强了。因此中国处于不同的阶段，和美国、和欧洲相比发展阶段不同，技术增长在欧美没有太多需求，中国正好相反，如果你想出口产品尤其是消费品的话，把它卖到美国和欧洲市场，必须了解这些顾客的社会意识，他们可能不会买来自中国低价、低质量的东西，我们可以看到历史转型期不同世代人特点，公司应该采取什么样相应策略。

我们谈谈所谓六种社会营销方式。在欧美老人也就是婴儿潮出生的人，现在已经被淘汰了，但是对这些年轻人社会责任起到很大作用，所谓的“善的商业模式”企业慈善活动、企业社区资源活动、以及有社会责任的商业行为，我们随后在讨论组中讨论这个话题。我主要讨论一下企业社会责任，因为我觉得这是不太一样的主题，这就是企业通过不断的品牌塑造加强自己的形象，主要是通过很好的行为，通过更好的做善事加强自己的形象，而不仅仅通过商业的一种方式。

他们可以通过营销的方式获取更多的收入，有收入可以投入慈善的活动当中，实际上相当于来创造有社会价值的服务或者产品，企业可以通过销售这样的产品和服务获得利润、获得收入，更好推进企业慈善活动或者企业善因活动等等。所以这是一种所谓社会责任的商业模式，我想给大家举一些具体的例子，还是从星巴克为例。

星巴克有自己的回收项目，主要解决大家关心的社会问题，比如说只用纸杯，这些纸杯被扔掉之后可以回收的，这样有利于环保。不在乎多卖一杯咖啡，而是通过这个塑造星巴克保护环保卫视的形象。星巴克还有其他一些活动，星巴克他们可以提供装有五磅种植咖啡豆的布袋，可以说改变社会行为的行动，而不是利用有毒、增肥的土壤种植咖啡豆，而是使用有机的方式实现种植，现在他们还利用企业社会营销进行相关的活动，星巴克它有一个新的产品叫做 ADS 饮用水，每在店内售出一瓶水，其中 5 美分就会捐入矿泉水基金会，帮助为全世界儿童提供洁净水，通过这个方式他们集资 60 亿美元，帮助全球贫穷国家儿童获得清洁水，但这也是新的产品，他们启动这个产品并且进行很好的品牌塑造，还将这个很好的善社会福祉联系一起，我们应该了解的是星巴克它完全理解，能够怎么样利用慈善活动。

星巴克已经遍布全球了，通过这个慈善活动也可以迅速集资，将这些善款捐入非常善意的活动，企业非常好利用慈善渠道塑造品牌，可以卖出非常多的水，同时全球儿童可以从水当中获利。同时星巴克还通过传统的慈善方式，比如环保教育项目和环保教育计划，通过自己的员工自愿活动来实现企业慈善，来帮助当地人民，帮助他们进行打扫、清理等各种自愿活动。

最后说到商业的做法，星巴克也做了一个决定，就是每一个新的门店都要获得可持续环境的认证，星巴克做的活动都包含在这六大模式之内。我想简单给大家介绍六个成功案例，说到企业善营销或者社会营销很有趣的案例。其中一个就是减低烟草使用、另外一个减低婴儿纸尿裤、帮助减低婴儿的死亡率，提倡婴儿仰睡减少婴儿猝死的情况，另外还有百货商场帮助减少中风和心脏并发、便利店 7—11 帮助提倡减少乱扔垃圾、再一个饮料公司减少艾滋病、以及餐厅帮助计划生育控制行为。

我们首先看一下环保银行，在菲律宾绿色银行所做社会营销，他做的事情非常有意义，这个绿色银行是菲律宾最大的农村银行，他们和菲律宾健康保险系统共同启动了一个计划，这个计划叫做减少烟草、减少吸烟社区活动，其实菲律宾的低收入人当中有很多吸烟者，全球吸烟者都是一样的很多人都想戒烟，吸烟占他们每个月收入 15%，所以这个绿色银行开展这样的活动，先开一个储蓄账户，那些想戒烟的人可以在绿色银行开一个账户，每个月每个人固定存一笔款在这个账户上，每个月他们开销是 30 美金，2—8 美金用在吸烟上，如果他们能够成功戒烟，就是 6 个月进行尼古丁检测成功的话，就可以把每个月存的钱拿回去总共 180 美元，绿色银行直接鼓励人们购买环保产品，可能人们一时半会儿无法接受，但是通过这种方式帮助吸烟者省钱，其实要戒烟很难的，但是有这种激励因素可以增加他们储蓄，可以说承诺的储蓄账户，存钱的人要和银行签一个强制性合同，这里边有定时或者定量目标，在六个月当中他们不允许取钱，如果取钱意味着的放弃这笔存款，如果他们通过这个测试，这六个月攒的钱都会归还储蓄者，这样他们有足够的钱买种子耕种、进行很好的农业生产和正常的生活。银行也是有转职人员负责向每家每户收钱，他们口号在你烟里收钱，同时印刷小册子。经过六个月很多吸烟者非常成功通过测试。

我们再看另外一个让人胆战心惊的事情，就是关于婴儿猝死的，它是 1—12 个月婴儿主要死亡的原因，1999 年帮宝适和加拿大政府合作，他们倡导让婴儿仰睡，在 1998 年他们做了一项研究，这项研究表明只有 44% 的护理人员知道婴儿趴着睡风险，而只有 41% 的父母知道这个情况，而只有 21% 专业人士才给父母真正建议婴儿怎么睡才正确。所以宝洁公司和加拿大联合进行一项合作项目，把它叫“婴儿要仰睡”信息到处传递，印刷在婴儿纸尿裤上，两年后这个成果非常显著，人们正确认识上升 66%，专业人士从 21% 一下上升 67%。

我们再看另外一个例子，关于健康问题就是心脏病，梅西百货和美国心脏协会进行联合，共同推进一个项目，1997 年 30% 的女性意识到这个心脏疾病是女性致死的主要原因，到 2009 年这个比例上升到了 46%，30% 女性会向医生咨询，到 2009 年增加到 48%，这个项目是梅西百货主导的，鼓励女人减肥。在他员工当中鼓励减肥，同时鼓励他的客户减肥，对于减肥的人肯定需要买全新的衣柜，衣服都要重新买衣服，通过减肥有利于人的心脏，但是对于梅西百货又是新的增长。美国心脏协会启动这个活动，梅西甚至有为这样活动打折，只要和减肥相关产品、或者跟健身相关的设施都会参加店内折扣和打折，他们把这种善因作为营销的原因。

咱们再看看环保方面的例子，也就是 7—11 连锁店和美国德州交通部合作，倡导大家不要乱扔垃圾。7—11 便利店顾客人口结构和乱扔垃圾人口结构进行对比，基本就是每周使用三次快餐产品，可以说他们有吃快餐乱扔垃圾习惯的，在各个地方有宣传贴纸“随心饮食但不随时抛物”口号，在过去一年乱扔垃圾减少 30%，而且减少 7—11 维护的成本，并且垃圾有更好的去处，减少垃圾对社会有好处，同时帮助他们挣钱。

可口可乐在非洲大概有 35000—45000 员工，他们有针对性艾滋病宣传活动，关于正常使用安全套的教育，而且提供抗艾滋病病毒治疗药物，在 2012 年 100% 可口可乐工厂参与这个项目，有 34000 名员工积极参与，而且进行 13744 次艾滋病检测，1115 次的药物治疗。

还有一个非常有趣的例子，在泰国出生率非常高，在 1974 年泰国每个家庭都有七个孩子，2005 年每个泰国只有 1.5 个孩子，这个要归功于瓦亚，他把节育药丸重新命名为“家庭福利维他命”，护士也有权开处方药，而且每年有免费的输经管结扎，还有佛教僧人会在药丸上洒上圣水。在这里有一个人他进入一个

饭店，是一个小众的饭店，这个饭店非常关注社会问题，而作为非常时尚的餐馆，是很好有连锁可持续发展的餐馆，因为这里可以提供安全套。

这就是品牌获益的分享，首先银行帮助减低烟草使用量、而且地铁公司帮助人们减肥、麦当劳[\[微博\]](#)参与这样的项目，麦当劳把食品卡路里减少了，赛百味降低产品的卡路里。同时也有很多公司关注食品安全，关于中国这个市场有很大的供应链在美国，我们关注的是水资源节约利用，因为我们有水方面的税收，税赋非常重，公司要秉着这样真诚的态度，而且融入公司价值观当中，因此你的这种善因销售和公司核心价值联系在一起。

强生关爱未来的一个项目，可以支持一些商业目标。辉瑞也有这样的想法，会把辉瑞的人派到新兴市场帮助开发新的市场，让这个市场的人买辉瑞的产品，而且纸尿裤帮助减低婴儿死亡数，还有因为化妆品带来社会健康的问题也有很多 NGO 在参与，人们这种善因意识愈发增加，而且可以提供融资系统，改变工作行为，并且增加公众的资源，会使我们公司形象变着更好，而且有利于实现我们商业目标，可以减少我们运营成本、减少政府对我们的监管，帮助我们实现营销目标也就是盈利，整个产品线都是要考虑社会责任，而且加强我们和社区之间的关系，并且和公司的一些活动紧密联系在一起，这是营销的一个新的领域。在美国要生存下来就要做到这点，现在很多中国公司也要做到这一点，他们面对更多年轻人更多关注社会责任。谢谢大家！

十二种“善的商业模式”

科特勒集团中国区总裁曹虎

今天主题非常有意义，而且也是在全球经济放缓的情况下，探讨新的商业模式方向。在全球企业广泛实践当中，我们为大家总结 12 个做好事还能够赚钱的商业模式，为商业模式带来新的视角。

从全球范围来看，我们进入未来长期低迷的历史时期，老一轮的经济周期结束，新一轮经济周期还没有开始，一方面看到发达国家和传统品牌公司，赖以生存的中产阶级市场已经进入“需求已死”的状态，基本我们电视机比我们观看者多，我们手机屏幕比使用者多，各种爱好比玩的多，低迷的情况下发达市场如何寻求增长；同时新兴市场和低收入人群面临巨大的潜在需求，而这些潜力在传统商业模式、传统渠道、传统服务体系下没有办法满足到他们，因为收入和地理位置等原因，低收入者和弱势群体的消费潜力还没有爆发。

在这样的世界中存在巨大的面向细分市场进行营销，以及把弱势群体变成商业合作伙伴和商业供应商巨大的机遇。创新不是来自于资源丰富的地方，往往来自于角落、来自于边缘。全球经过这么多年，已经从营销 1.0 时代进入营销 3.0 时代，从过去以产品差异化、以技术推动营销 1.0 时代进入十年前开始的营销 2.0 时代，通过注入品牌为一样产品、一样功能实现差异化，到今天我们进入到如何通过使命、价值观、良好的使命创造经济利益，为我们合作伙伴、运营商创造共享价值，创造经济价值之外的社会价值，这是营销 3.0。

研究过程中我们发现，一个企业有效成为营销 3.0 企业，通常面临四个方面的挑战：

第一个挑战如何克服文化的鸿沟。如何改变在心理对弱势群体的认知，认为他们难以沟通、没有任何价值的，发觉在消费价值链的价值；还有组织文化，组织文化都是按照传统的消费模式组织起来，如何改变我们组织文化组织上下，为弱势群体为穷人创造价值。

第二个如何深入了解低收入群体、弱势人需求，如何更好了解他们决策过程，如何更好接近他们？这是营销学当中面临非常大的挑战，我们不了解将要服务低收入和弱势群体的客户，用传统的市场调研方法理解他们，但是出现很多偏差。曾经在东南亚有一个非常好的案例，有一家公司推出一个产品，致力于帮助农村偏远地区农民解决用 ATM 机，这个机器推出来农民不太用它，为什么？只有这家公司核心管理层组团观察农民们怎么样在农村使用现金的时候恍然大悟，原来这台 ATM 机之所以不用，关键在于这台 ATM 机出来的钱都是新钱，因为农民不相信新钱，只有旧钱才相信是真钞。我们各位都是主流人群很难想象，但是这确实农民的需求。这家公司就在里边装了大量旧钱。我们面临非常多如何深入、接触、了解这批长期在雷达屏幕之外的客户需求。

第三我们面临如何有创新的支付方式、创新的价值组合方式，满足收入很低、现金支付能力有限的客户财务考量，需要我们改变支付方式。从过去传统大量一次性购买比较分期购买、单个购买变成集体购买。

第四个我们要服务这些人群，服务我们新的客户需要为之建立起来新的价值链，新的产品服务提供模式、新的渠道、新的技术标准为他们服务。

在企业转型创造共享价值、社会价值、经济价值包容当中面临四大挑战。我们基于全球的实践总结 12 个“善的商业模式”，实际 12 个远远不止。“善的商业模式”分成两类：

一类弱势群体、低收入人群为目标的商业模式，也就是我们把产品和服务提供低收入人群，这个有六种商业模式：

1、改变消费者支付方式，允许消费者按使用数量进行付费，比如大量的非洲地区，很多社区没有安全的水源，提供安全的水源按需付费。

2、提供最基础的需求的低价格服务，只保留最基本的服务或产品功能，减少占用成本非关键部分。这里边大量的案例，像格兰梅花银行。

3、我们把服务高度自动化和标准化，从而降低服务成本，使我们服务使一般消费者能够获得，非常典型的是印度有一些专科医院，只做一件事情，比如在加拿大有一家医院什么都不干？就干一件事情，就做一个疝气手术，同样在东南亚有大量的实践。

4、共享渠道，有些企业利用已经建立的渠道为低收入服务和销售用品，比如像国内农村三农服务社，在这样服务上边我们有一些中国企业比如像中储粮，利用这个渠道向偏远地区农民供应安全的食用油，这就是利用现有商业渠道服务新的人群。

5、利用劳力抵偿和分期付款使穷人获得服务，比如在马尼拉水务集团在社区安装供水装置，当地居民可以用劳力抵偿获取服务。

6、不同细分市场交叉补偿的方式获得服务，非常典型印度一家公司做眼科手术的，他们到这家医院富人看病要收钱的，而穷人做手术免费，富人高额费用补贴穷人看病的费用。同样阿根廷电网也采用同样的模式。

第二类我们可以把低收入人群和弱势群体作为我们商业合作伙伴，这个也有六种不同模式：

1、订单生产，在东非有这样一个组织，他们基本交给农民怎么组织起来，大家互相学习农业技术，帮你做种完田地怎么储存，同时提供农业保险，更好掌握技术，按照技术支持下进行订单生产。

2、深度采购，将市场与生产者直接对接，这个做的比较好就是咖啡公司直接社区直接采购，使农民获得更多的收益。

3、按需求进行职业培训，也就是企业用方法、工具以及提供具体工作职业培训，帮助我们这些弱势群体掌握就业技能，同时保证就业。比如在中国残友，训练残疾人特殊训练，让他们成为编程程序员、成为服务外包的处理者、让他们用美好的声音做呼叫中心服务人员。

4、我们对一些当地的文化艺术产品进行营销扶持、生产包销的模式，比如我们在武汉企业实践，利用大量下岗职工编织手工艺品进行销售。另外在贵州扶持帮助特色民族产品进行包销。

5、通过帮助生产者弱势群体提升品质，星巴克从以前慈善 1.0，社区采购直接向非洲种植户采购咖啡，到现在进入 2.0 时代，不光向你采购咖啡，还帮助你提升咖啡种植水平、储存水平，让你咖啡产量更高、味道更好，农民不但受到收益，而且星巴克也得到收益。

6、越来越多社会基金、社会竞赛，像海航有公益创意大赛等，都是通过创业平台、通过辅导、通过创业启动资金，帮助社会有心创业价值年轻人、这些企业家做这样的创意投资孵化，很多大企业把这个变成自己商业创新的重要来源，而不仅仅技术商业模式。

这 12 种模式还有很多，希望给每一位在座企业家带来全新的思考，全新的看待我们企业为谁创造什么样的价值。我们处在快速变化的世界，如果你的企业在五年内按照一样的模式做一样生意就快关门了，我们每年讨论商业模式，都是讨论新的企业价值。最后祝愿大家在企业发展路上不断追求经济和社会价值不断发展，不断本着营销本质利他主义，营销企业家都是为创造价值，人生和企业一样都是承诺，共同为客户和企业实现价值承诺，谢谢大家！

滕斌圣：“善”的商业模式必须能赚钱



长江商学院副院长滕斌圣。

以下为演讲实录：

滕斌圣：最近一直在避风头基本不参加论坛，但是商界论坛还是要参加的，因为每年都参加。很多朋友问我们说长江为什么不回应这个事？你们公关是不是也有问题？每个个案一一回应说不清道不明，而且说清一个一定有另外一个出来。比如王石先生，王石先生真不是我们长江校友，虽然我们澄清过但是大家不愿意听，当然他在长江做过演讲，是不是演讲过程中田女士跟他认识，也不得而知。而田女士是我们短训班的成员，EMBA是有录取标准，有很严格的背景调查，而短训班坦率地说谁交钱谁来念，田女士是传媒班第二届学员。

今天我们说商业模式，现在的商学院尤其 EMBA 模式被大家质疑非常多，到底算不算“善的商业模式”？我想引用一句顾炎武先生名言，“知保天下然后知保其国，保国者其君其臣，肉食者谋之；**保天下者，匹夫之贱与有责焉**”，从商学院角度大家看到是一个表象，好像是名利场，看到似乎是商界名流和政界勾兑的场所，其实我想商学院如果看作善的模式的话，真正意义我个人感受代表中国商业文明的传承，前一段时间我们一些同事听金光涛先生演讲，他在《兴盛与危机》提出中国文明发展之所以滞后，因为商业文明几次兴起又被几次打破，就像鸡蛋从外边打破就是生命沉陷，从里面打破就是新生。中国商业文明每次总是从外边被打破，每次朝代更替都是商业文明破碎的过程，我希望商学院成为延续商业文明的地方，我们必定是小社会，社会什么样商学院就是什么样，有的校友都批评我们，长江号称自己是最懂中国的商学院，最懂中国什么意思？是不是把中国所谓权贵资本主义搞的最明白，知道怎么进行权力和金钱勾兑呢，我们既要来源于现实，又高于现实。我个人见解商学院包括 EMBA 还是带正的能量。这是我个人的粗浅看法。

第二点简单对“善的商业模式”，勿以善小而不为，我刚从英国回来，其中一位企业家跟我们大家交流，他女儿最近做一件非常骄傲的事情，参加白血病儿童慈善拍卖，她女儿和郭广昌竞标一幅画，最后叫到 150 万，郭先生说非常佩服小女孩，这幅画请你让我买下，我送给你。他女儿非常厉害，说郭叔叔你出 150 万，我们也出 150 万，当然我也接受你的礼物，他为他女儿善举非常骄傲，我也非常感动。我其实有一句话，像 15 岁的女孩有这样大手笔了不起，同时应该从身边做善举，比如在美国很流行的临终关怀、比如为盲人念电影等，如果每个人不但有力所能及的大手笔、也能够有力所能及的小善举的话，这个世界会变着更美好，而且有很多小微企业基础变着更加健康。

第三点何为善的模式？我以为“善的商业模式”，恐怕在中国有些商业模式是“伪善”的，我想说在商言商，商业不赚钱很困难，最佳的“善的商业模式”还是有利润的模式，凡是政府主导、靠政府补贴为推动，看似好像为社会创造福利最后不是变形就是扭曲，最后往往走向崩溃，比如最近光伏整个行业可能崩盘、LED 行业政府补贴最后效果都是糟糕的，我觉得可持续的善的模式一定能够带来眼前利益或者中期利益，只有这样的模式才是双方共赢，而共赢、多赢才是真正的善。善是什么？按照儒家来说仁就是爱仁。谢谢大家！

刘萌：企业应该负责任的赚钱



联合国全球契约组织中国首席代表刘萌。

以下为演讲实录：

刘萌：谢谢主持人，今天会议主题定位非常精准，关键词就在于“模式”两个字，为什么不叫善的商业初衷、商业目的或者商业结果？而是模式，模式代表一个过程，或者说是一种方法论，在接下非常短暂十分钟内，我希望和大家分享站在联合国契约组织角度回答以下两个问题，第一个问题什么是善、什么是商业之善？第二个问题如何为善？

说到什么是善？比如有一家生产儿童食品的企业，他在社会捐赠也好或者慈善方面投入大量的人力、物力、财力，比如新建学校支持青少年的教育产业的发展，但另一方面当你得知这家企业生产的儿童食品其中添加不合格，甚至是违法原料的时候，我们还能说这是一家负责任、这是一家善的企业吗？我想大家和我的答案是一致的，这也就引出我今天想强调的第一个概念，那就是商业之善不是企业如何花钱，而是企业如何负责任的赚钱。企业社会责任以及可持续发展对人类做出最积极贡献是通过他的核心业务来实现的，也就是企业的产品是这个企业最直接善的代言。也注意在座很多嘉宾使用苹果手机。

苹果手机之所以流行因为用户体验非常好，如果我告诉你苹果在供应链上涉及一系列血汗工厂、以及童工的时候，还会把苹果称之为伟大企业吗？这也是值得我们反思。这也是我强调的第二个概念利益相关方的概念，对于很多上市公司年报更多强调投资者、股东，对于任何一家企业不仅仅投资者，还包括直接使用企业产品的消费者、包括为企业服务的员工、以及企业生产运营涉及的居民等都是企业应该重视和关注的相关方。

下面我想分享的是第二点如何为善的问题？我注意随着中国企业走出去在海外投资的时候，很多企业有这样的怨言，我们在海外运营的时候，其实对当地的社会有很大的贡献，比如我们捐钱建学校，做了很多慈善、建医院、修公路等，为什么仍然得不到当地居民的欢迎、为什么投入不能得到相应的回报？去年

在非洲我们召开比较大型的研讨会，当时有一家中国企业，他们在当地业务量很大，同时他们也在当地花费大量的人力、物力投身民生的发展，但是当当地最具权威性商业协会领导评价这家企业，他并没有说这家企业受尊敬或者优秀的企业，反而用一个词叫“慷慨”。其实在这样语境环境下，“慷慨”在此时并不是褒义词，他的意思其实暗含你们投入的并不是我们最需要的，无论你投入多少。这就回应第二点企业对于利益相关方诉求的了解以及准确的回应，这是中国企业从简单的慈善捐助，转化成为战略性社会投资的必由之路。

在座很多企业可能想到我们如何在战略上进一步提升，如何真正寻找今天会议探索的“善的商业模式”。我今天代表的联合国契约组织就是最好的平台，也是世界上、国际上最高的平台。回想 12 年前的时候，当时刚刚由前任联合国秘书长安南建立的时候，我们会员不到 40 家，但是大家可以猜想，经过 12 年发展今天已经在世界上 130 多个国家和地区拥有超过万名企业以及其他利益相关方的会员。

在我刚刚参加联合国工作的时候，在一些国际场合上，基本上非常少看到有中国企业家的身影，我们往往是坐在底下听别人讲，而今天可以骄傲告诉大家，通过联合国契约组织平台，有更多的中国国际型企业家逐渐走向国际平台，他们在国际平台学会说国际语言，并且了解以及开始运用与自己行业、以及企业相关的国际规则。也有越来越多企业开始通过联合国平台，参与国际相关规则的制定过程中来，其实我们今天峰会起到非常重要的平台作用，在我们会场里聚集国内以及国际各个行业特别营销大师，为大家搭建良好的交流平台，联合国契约组织希望为中国企业、更多企业搭建更高更远的平台，这个平台聚集在国际不同的国家和地区，各个行业致力于实现可持续发展的有志的企业，最后希望对主办方商业传媒的邀请表示感谢，同时表示愿意向更多中国和世界企业提供丰富的国际资源、工具、以及强大的全球性网络，使中国企业走向伟大，为更多中国人民和世界人民造福，谢谢大家！

全国职业经理MBA双证班

认证系列：职业经理、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、IE 工业工程师、企业培训师、营销策划师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理企业总经理、医院管理、工厂管理、企业管理咨询师 MBA 等高级资格认证。

颁发双证：高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含 2 年全套学籍档案）

证书说明：证书附档案、电子注册，是提干、求职、晋级的有效依据

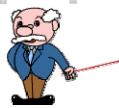
学习期限：3 个月（允许提前毕业，毕业后持续辅导 2 年）**收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88342620 **招生网站：**<http://www.mhjy.net>

电子邮箱：xchy007@163.com **颁证单位：**中国经济管理大学 **主办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效

全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

十五年品牌教育机构 教委批准正规办学单位 (教证: 0000154160 号)

美华管理人才学校携手中国经济管理大学面向全国举办迷你 MBA 职业经理双证书班, 毕业颁发双证书。

招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学 费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《医院管理》MBA 高等教育双证班	高级医院管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《IE 工业工程管理》MBA 双证班	高级 IE 工业工程师职业资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《工厂管理》MBA 高等教育双证班	高级工厂管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课：远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导（集中面授）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》；
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》；



【证书说明】

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，证书是学员求职、提干、晋级的有效证明。



【学习期限】 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】 全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣，具有简单电脑操作能力（有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业）。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习：专家、顾问24小时接受在线教学辅导+每年度集中面授辅导



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【主办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有教授担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】13684609885 0451--88342620

【咨询教师】王海涛 郑毅

【学校网站】<http://www.mh.jy.net>

【咨询邮箱】xchy007@163.com



【报名须知】

- 1、报名登记表格下载后详细填写并发送邮件至 xchy007@163.com (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】(请携带本人身份证到银行办理交费手续，部分银行需要查验办理者身份证)

方式一	学校地址	<p>邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室</p> <p>邮政编码：150020 收件人：王海涛</p>
方式二	学校帐号 (企业账户)	<p>学校帐号：184080723702015 账号户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校</p> <p>开户银行：哈尔滨银行中大支行 支付系统行号：313261018034</p>
方式三	交通银行 (太平洋卡)	<p>帐号：40551220360141505 户名：王海涛</p> <p>开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心</p>
方式四	邮政储蓄 (存折)	<p>帐号：602610301201201234 户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨道外储蓄中心</p>
方式五	中国工商银行 (存折)	<p>帐号：3500016701101298023 户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行</p>
方式六	建设银行帐户 (存折)	<p>中国人民建设银行帐户(存折)： 1141449980130106399</p> <p>用户名：王海涛</p>
方式七	农业银行帐户 (卡号)	<p>农业银行帐户(卡号)： 6228480170232416918 用户名：王海涛</p> <p>农行卡开户银行：中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行</p>
方式八	招商银行 (卡号)	<p>招商银行帐户(卡号)： 6225884517313071 用户名：王海涛</p> <p>招商银行卡开户银行：招商银行哈尔滨分行马迭尔支行</p>

可以选择任意一种方式缴纳学费，收到学费当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材、考试问卷以及收费票据。



职业经理 MBA 整套实战教程

MBA 经理教材**免费**下载 网址: www.mhjy.net