

# 智能化时代的迷思

□ 陈希蒙

营销是什么？这似乎不成其为一个问题。然而在一些研究者看来，对营销应该有更深层面的理解。

最近，一本已经畅销全球50年的商业书籍第16次再版了，书名为《营销管理》，作者是有“现代营销学之父”之称的菲利普·科特勒——他用了半个世纪的时间，持续不停地更新、完善着对营销的观察与思考。

“企业必须积极地创造并滋养市场。”“优秀的企业满足需求，杰出的企业创造市场。”这些都是科特勒的著名论断。其背后的逻辑是全球已经进入“产品过剩”时代。当前的问题并不在于供给层面，而在于需求层面——过多的产品正在追求过少客户的青睐。唯一的出路是突破现有认知框架，创造并培育一个新市场。

举例来说，当谷歌（Google）认识到人们需要更快、更有效地访问互联网信息时，便创建了一个可以对查询结果进行分类和排序的强大搜索引擎。当宜家家居（IKEA）注意到人们想要以足够低的价格购买优质家具时，便推出了可拆卸家具。

两家公司都展现出了高超的营销能力，将需求转变成了可盈利的商业机会。

简而言之，好的营销就是“有利可图地满足需求”，它不仅是一种技巧，更是一门艺术。因此，把营销等同于销售，是一种严重的误读。实际上，销售只是市场营销的冰山一角。

著名管理理论家彼得·德鲁克曾说过：“我们可以假定，对销售的需要总是存在的。但营销的目标就是让销售变得多余。营销的目的是去很好地了解和了解顾客，让产品或服务适合顾客并实现自行销售。理想情况下，营销的成果是使顾客产生购买意愿。之后所需要的就只是提供足够的产品或服务。”

谷歌和宜家的成功就是如此。这其中，零售商出色的销售技巧并不是主导因素，对消费者、竞争者以及所有影响成本和需求的外部因素做了认真的功课，并在此基础上设计出正确的产品才是核心中的核心。

基于这个结论，科特勒还为企业重新下了一个定义：企业本身就应该是一个营销组织。这意味着，营销并不单单是销售人员的工作，而是整个企业组织运营的核心。

我们可以假设这样一个场景：一家大型航空公司的营销总监希望提升公司的客流量。他的策略是提供更美味的食物、更干净的客舱、更训练有素的乘务员和更低的票价，以此提升顾客满意度。但是，一般情况下营销人员在上述方面都没有权限，即便他的职位是“总监”。

结果怎么样呢？大概率是没有结果。餐饮部门继续采购低成本的食物；维保部门继续使用廉价的清洁服务；人力资源部门在招聘员工时依然用的是原先的标准；财务部门则两耳不闻窗外事。

如果希望达成既定目标，营销总监首先要做的是向公司高级管理团队寻求帮助，在得到认可和授权后，再去协调各部门的工作。也就是说先达成纵向一致，再寻求横向一致。

管理层的参与是这一整合营销努力的核心，只有他们有能力动员并激励所有员工——从票务预订员、维保人员、餐饮部员工到乘务组——让所有人共同努力，重振航空公司提供优质服务的使命。

换句话说，只有在所有部门为实现客户目标共同努力时，营销才会成功。这一切有赖于良好的沟通协调机制，更依赖于高级管理团队的共识。最完美的状态是，企业家本身就应该是一名优秀的首席营销员。

这一观点也回应了本文开头引用的两个案例。如果不是谷歌的创业团队很早便达成共识，将关注焦点集中在搜索引擎上；如果不是宜家的高级管理团队及时达成共识，将业务重点转到“可拆卸”这3个字上，这两个营销学上的经典案例就不会存在。

这就是本书所要表达的两个核心观点。第一个层次，营销和销售根本不是一码事。真正顶级的营销是创造市场、滋养市场，进而拥有市场。只要营销做好了，销售就是水到渠成的。第二个层次，企业要想做好营销，首先需要达成共识，然后将这个共识推广至整个企业，将其变成所有部门共同的指南针。

打破传统的营销局限，让真正的营销引领转型，或许才是企业更好的生存之道。

肖  
瀚

## 指南



最近，马斯克又上热搜了。根据多家美国媒体近日报道，推特公司首席执行官马斯克成立了一家新的人工智能公司，打算与OpenAI公司展开竞争。然而就在不久前，他还与1000多名行业高管及专家签署公开信，呼吁在至少6个月内暂停开发比GPT-4更强大的AI系统，并警告人工智能的发展“对社会和人类构成潜在风险”。

对于马斯克的“打脸”行为，各界评论不一。有人认为，他太善于利用流量了，因此对他的发言不必过多关注，还是观其行更靠谱；也有人认为，他是真的对新技术又爱又恨，所以才会在左右摇摆。

事实上，业界及各国监管部门对于AI技术的飞速发展也持不同看法。支持者如微软联合创始人比尔·盖茨表示：“暂停研发AI的呼吁并不会解决我们面临的挑战，应该将重点放在如何最大程度地利用AI技术及其所带来的发展上。”反对者如意大利监管部门，于3月底宣布禁止使用ChatGPT，并限制OpenAI公司处理意大利用户信息；随后，德国和法国监管部门也对ChatGPT展开调查。

类似的分歧在历史上出现过很多次。从蒸汽机时代到电气化时代再到信息化时代，在过去近三个世纪的时间里，人类用一次又一次的工业革命，改写了世界经济史的进程。回顾每一次变革，身处其中的人们无不陷入思考：新技术的运用

除了能带来生产力的巨大飞跃，还会引发哪些问题？是该立刻敞开怀抱拥抱改变，还是该冷静一下，让子弹飞一会儿？

智能化时代呼啸而来，同样的问题又摆在了我们面前。

众所周知，新一轮科技革命和产业变革是以智能制造为主导的。它基于前三次工业革命的知识体系，能够利用信息通信技术、网络空间虚拟系统、信息物理系统和生物技术等新兴技术的集群优势，推动制造业智能化转型，实现数字空间、物理空间和生物空间的深度融合。

从全球发展变革的经验来看，历次工业革命的技术红利不仅带来了巨大的发展机遇，也给社会治理等领域带来了改革的契机，其中一些突破更是具有颠覆性意义。

比如，第二次工业革命带来的大规模生产，摧毁了作坊式的手工业，以流水线等为代表的大工业逐渐崛起。越来越多的手工业者开始进入工厂工作，并随着工厂扩产搬迁远离故土，进而推动了城市化进程的加快。教育体系也随之改变。相较于此前的教育体系，通识教育的重要性开始下降，学科教育逐步兴起，这种更加注重专业能力培养的体系显然也与大工业分工对应。

同样的道理，相比前三次工业革命，这一次的浪潮呈现出更明显的“指数型增长”态势，因而对全球经济社会的影响也

更加深远。这不仅体现在技术对投资、生产效率、组织战略、产业结构的影响，还改变了个人经济行为模式以及企业和消费者之间的关系：“加速迭代”的重要性直追“标准化”，个人定制开始兴起，大数据取代石油成为“工业的血液”，这一切都是智能化时代新的特征。新一代信息技术正引领当今社会朝着物理与数字、线上与线下深度融合的方向发展。

新技术的广泛运用也带来了社会治理的改善。基于大数据构建的多主体协同、多元信息均衡和海量数据支持，智能化成为社会治理的技术底色。一个典型案例就是智慧城市建设，随着数据抓取与分析能力不断提升，管理正在变得越来越精细，越来越人性化，这些都是善用技术带来的好处。

然而，也有观点认为，目前的社会并没有做好充分迎接新技术的准备。

其中最受诟病的就是垄断问题。毫无疑问的是，新技术的开发与应用必然带来技术创新。在新技术“起飞”阶段，的确有一批新生企业得到了激励。但是，随着这些初创企业的发展，他们会以指数级的速度成长为庞然大物，这种强大的科技力量又会导向事物的反面。

比如，美国科技巨头苹果、微软、谷歌、亚马逊、脸书等均牢牢占据行业头部地位，这种事实上的垄断带来了经济分配不均和新型的社会鸿沟，即便移动互联网出现也未曾动摇其地位。换句

话说，他们往往成为抑制创新和公平竞争的最大因素。这也是包括美国自己在内的各国相关部门纷纷对其发起反垄断调查或作出处罚的原因所在。

然而，如果抛开社会影响，仅从企业自身发展逻辑来看，科技巨头垄断地位的形成又多少存在“程序合理性”。比如，这些企业之所以能攫取市场垄断地位，很大程度上是因为其在新技术领域先行了一步，从而在专利制度的保护下建起了深度惊人的技术“护城河”，进而又形成了防御力更加惊人的收益“城堡”。在此基础上，基于强大的资金能力，这些企业在面对具有竞争力的小企业时又掌握了极大的主动权。由此，学界还提出了一个“创新射杀区”理论，即实现技术突破的小企业在面对拥有资本优势的大企业时，要么被收购，要么被“射杀”。

类似的情况还出现在国家安全、社会伦理等诸多领域。可以说，如果没有相关规则的及时“进化”，新技术突破现有秩序，进而给社会带来不可控的影响，必然是大概率事件。

话说回来，倒洗澡水要把孩子也倒掉吗？辩证地看，新技术就像是小孩子，一方面精力旺盛、活蹦乱跳，但同时又调皮捣蛋，难免弄得满身泥巴。对于这些让人头疼的小家伙，机械地扼杀不必也不理智，好好教育培养才是正途。真正重要的是，用发展的眼光看待问题，用发展的办法解决问题。



# 穿越亚马孙

周玉娟

“热带雨林不单是一个物产丰富的花园。它安静、枝繁叶茂、绿树成荫，却不是圣地。这是行星级最好的战场，为生存每分钟都在进行着残酷的战争。”这是作家坎迪斯米勒德在《疑惑之河》写下的话。亚马孙就是这样一个花园。

从地图上看，亚马孙河如一棵大树横陈在巴西北部的绿地上，蓝色的支流形成了大树的枝丫。

我坐在直升机上，沿着亚马孙河低空飞行，脚下绵延的雨林呈现出青黑色。那是各种植物在光影斑驳下呈现出的不同色彩交杂在一起混出来的别样色调。那一刻的观感，仿佛飞机成了时空机器，穿越到了远古时期的丛林，翱翔于几亿年前的地球上。

亚马孙作为世界上最大的热带雨林，几乎成了巴西的一个国家标志。这里也是地球上自然环境最为原始的地区之一。

欣古河是亚马孙河较大的一条支流，在葡萄牙中被称为Rio Xingu。这里植被种类极其丰富，还生活着树懒、金刚鹦鹉、蜂鸟等珍稀动物。欣古河这个名字的具体来源不得而

知，不过巴西很多诗歌、艺术都常以欣古来命名，可见这条河在巴西人心中的地位。

我们此行的中转站是欣古河畔的阿尔塔米拉市。这座城市不大，还不到16万平方公里，人口也仅有10万人，平均每平方公里只有0.6人。这里也没有什么像样的工业，居民主要从事畜牧业、农业种植、渔业和航运业。

可能正是因为这个原因，阿尔塔米拉与其说是座城市，其实更像是隐藏在丛林中的部落。大地是绿色的地毯，上面的黑色沥青路、红色土路以及蓝色河流，都是地毯上的花纹。河流两岸，是一眼望不到边的树木，单调地兀自壮丽着。我们仿佛也被这层层叠叠的绿催眠了，刚开始还很兴奋，后来渐渐陷入半梦半醒的奇异状态，仿佛醉氧了一般。

在阿尔塔米拉市下了飞机，还要换乘汽车，沿着116号公路行驶100多公里，再上土路才能到达我们此行的目的地。

入夜不久，突然暴雨如注，车子几乎无法驾驶。漆黑的夜里，闪电划破苍穹，稍闪即逝的强光勾勒出天边森林的曲线和压在森林上空的云的轮廓，复又漆黑，如梦似幻。

我们的车依旧在不知疲倦地狂奔，只有车灯照到的一小段路面是亮的。土路

上沟沟坎坎不断，车身起伏，身在其中的我们也摇摇晃晃。恍惚间，我们的车子仿佛航船，航行在无边无际的大海上，看不清前路，更看不见归路，只有前行成了唯一的信念。

雨林里的雨下得一惊一乍的。时而“噼里啪啦”地砸在车窗上，那是头顶飘来了一片云；突然间又安静了，仿佛什么都没有发生过。对当地情况无比熟悉的司机告诉我们，这是旱季经常发生的情况，至于雨季，一言难尽。在热带雨林，下雨才是常态，但你无法预测天气，因为谁也不知道哪片云会来，什么时候会来，它飘过来是带着一场雨，还是单单为了遮住一缕阳光……

进入雨林，人们的标准装备是连身裤，戴上能够裹住脖子的帽子、长手套、护目镜。穿着这样的服装，在潮湿闷热的雨林里，莫说行走攀爬，就是动都不动待上几分钟也会汗如雨下。但这是我们保护自己不被毒蜘蛛、毒蛇等咬伤的唯一办法。

向导告诉我们，以他多年穿越丛林的经验看，这里的动物和国内的差别就一句话：“反着来，大的变小了，小的变大了。”美洲豹，本以为它是丛林霸主，得有多威猛，可他只见过一只不大点的，也就和家

养的大狗差不多身形。蜘蛛、蚂蚁、蜥蜴等，本以为是小动物，等靠近才发现，人家体格一点都不小，至少比它们在国内同类大上许多，看一眼就能吓出一身冷汗。在雨林里，感觉自己被什么东西久久凝视着是很正常的事，很可能真的就是某种生物在盯着你。不过，大多数时候都不用紧张，因为它盯着你并不意味着会发起攻击。其实就和人们会不由自主地看它们一样，它们也会对人类好奇。

和动物相处也是门学问。生活在这里的人对此早已习以为常，即便见到了猛兽也能保持冷静，但对于我们这些初来乍到的菜鸟，一切就没那么容易了。比如有一天，在回村的路上，车子突然停了，原来是一条碗口粗的蟒蛇横在马路上。司机看起来一脸淡定，只有我僵成了石头，无法控制的思绪已经自动脑补出了一部《狂蟒之灾》的电影。等这条花绿相间的庞然大物慢悠悠地“咕啾咕啾”走了，冷汗才从毛孔里奔腾而出……

有人说，亚马孙是一个能让你重新思考自己的神奇地方。

在这里，人不再强大，哪怕一只蚊子也能让你痛彻心扉；人不再特别，在猛兽的眼里，人和其他动物一样，都是“行走的肉排”；人也不再高贵，就算迎面走来的只是一只野猫，你也最好低眉顺眼、让路为先。

把高傲放下，把身段放低，人与动物平等相处、与自然和谐共生，这或许就是亚马孙想告诉我们的。



本版编辑 韩叙 周明阳 美编 王子莹 来稿邮箱 gjb@jirbs.cn