

淺談 東西方企業經營心態 和

市場營銷

李琰琰

在美國唸的是工商管理，畢業之後又做生意近三十五年；讀的書籍、聽的演講以及自己工作累積的經驗讓我對東、西文化在商業及公司經營方面有了一些粗淺的認識和想法。

基本上東方人做生意比較感性，而西方商業的傳統則比較理性；東方人講求關係，講求交情，而西方人做生意則講求策略，講求計劃。

中國是東方文化的老大哥，而美國是西方文化的佼佼者，姑且以這兩個國家企業基本心態做一個簡單的比較和分析：

一、我們中國講究的是「百年老店」，標榜的是「祖傳秘方」，也許產品很優良，效果也很好，但在製造上、包裝上永遠不更改，一百年前是這樣，現在還是這樣；譬如說「狗皮膏藥」這產品，是一種治療跌打損傷，腰酸背痛的好東西，但它若干年來少有改進，貼在皮膚上弄得到處都是烏七八黑，拿下來的剎那更痛得厲害。而美國人經營企業則要求日新月異，不停的求新求變；例如著名的「可口可樂」，它的早期是用玻璃瓶裝，現在則因鋁合金業的進步而改為鋁罐裝，變得方便且不易破碎。

二、東方文化在企業管理方面是保持權力在最上層，領導人說的話才算數，什麼大大小小的事情都得請示老闆，必須最上層拍板才能訂案施行，這樣費時、費力，下面的工作人員往往變得敷衍推宕；但西方文化在管理及處理問題方面是採取向下授權，分層負責，如此做法效率較高。

三、中國人報導一個企業家的動向，往往是報導某某人的投資規模有多大，做了一些什麼偉大項目的投資，但很少聽到這項投資的回報率是什麼；而在西方人的心目中，

他不管你投資什麼，做了什麼，最後只問你投資的回報率是什麼？回收了多少？在美國的公司裡不能只用形容詞，必須要用實際的數字來代表你是否成功，他們注重的是結果而不是投資的心願和過程。

四、中國人做生意往往僅憑老闆的想法和眼光，但在美國的公司裡不是只看 CEO 的個人想法，必須要經過董事會來分析數據和做出具體的計劃才行。

五、東、西文化在經商上最大的差別，是東方人的事業往往要子承父業，認為這是理所當然的，完全不管子孫是否有這份能力、這份意願和興趣來經營；但在西方的文化裡，子孫也許能承繼父、祖的財富，例如公司的股票，但往往不能繼續負責祖先的事業。公司必須由有專業知識和訓練的人來管理、領導。

除了上述種種東、西不同文化和思想所形成的不同企業經營方式需要我們的認知、調整和改進之外，我更認為一個成功的企業必需要注意：

市場和營銷的研究和發展。一個公司對其產品要有豐富的知識，必須先要經過精確的市場調查，訊息系統設備及建立，科學的分析及管理都是很重要的。瞭解客戶的需求，知道你的目標客戶的年齡及性別、族裔、學歷等等。

一、給不同層面的人不同的產品和選擇。

二、觀察及瞭解客戶的企圖及要求，要明瞭不同的品牌類型所代表的人們的社會地位、價值及成就感等等的心理因素。例如為什麼有的人會捨棄經濟實惠的豐田牌小轎車而要購買大型昂貴的寶馬或朋馳牌轎車。

(下接 80 頁)