

休闲产业的发展与现代市场营销理念的创新

文/江霞 王晓杰

二十一世纪人类社会发展的显著特点就是休闲活动的普遍化。休闲经济时代的来临,对中国社会经济结构产生了十分重要的影响。作为市场经济的关键环节——市场营销,必须顺应时代的变革潮流,实行经营理念的创新。

一、休闲产业的快速发展是中国社会经济发展的必然趋势

马克思主义认为,衡量人类进步的根本标准,归根到底在于人类个体的自由而全面的发展,在于人的自由和解放。休闲是人的一种存在方式和生活方式,是人的价值存在的一种表现形式,是人的本体论意义之所在。实现人的充分休闲及自由发展,是社会文明进步的主要标志。关于休闲问题的研究是马克思主义人本主义的具体体现,是对人类前途命运的一种思考,是对几千年人类文化精神和价值体系发生断裂的现状做某些补救工作的一种努力,是试图通过对休闲与人生价值的思索重新厘清人类社会的精神坐标。

马克思的休闲思想是马克思主义的重要组成部分之一。以往学者对马克思主义的研究更多的侧重在剩余价值学说、无产阶级专政、暴力革命等内容,这本身并没有错误,但是如果全面俯视马克思的思想轨迹,透视马克思主义的核心价值理念,我们就会发现,马克思更加关注人的问题,他所认定的理想社会应该是人的全面而自由发展的社会。在马克思主义思想发展的历史进程中,马克思从始至终地都把休闲与个人的全面发展、休闲与社会进步紧密地联系在一起。人是马克思主义研究的核心价值目标,而其它的均是实现目标的手段。

马克思主义的休闲思想具有真理的普适性,其重视人的发展、人的自由的思想理念对于指导我们走中国特色的社会主义道路有重要意义。我们认为,当前我党提出的遵循科学发展观,构建社会主义和谐社会的思想与马克思主义的休闲思想是一脉相承的。从马克思的人的全面发展思想开始,一直到胡锦涛的和谐社会思想,理论深层隐含着一条红线——人本主义。其实质是追求人的幸福、人的自由与人的解放。休闲是人的一种存在状态,充分的休闲使人摆脱了对物的依赖,达到了充分的自由,达到了天人合一的理想境界。休闲经济的发展是休闲社会健康发展的物质基础。

一般说来,休闲经济学是以人的休闲消费、休闲心理、休闲行为、休闲需求为考察对象,以满足人的个性、多样性、多元性发展为目的,在“人的存在”与“人的成分”之间充当媒介,研究人类休闲行为和经济现象之间互动规律的科学。休闲经济的表现形态,侧重人的体验、欣赏、情感表达等方式,以及由此传递出的消费需求信息,使各类服务、市场、营销、企业策划等均以此为基础。所谓休闲产业,则是指与人的休闲生活、休闲行为、休闲需求密切相关的产业领域,特别是以旅游业、文化产业、娱乐业、服务业和体育产业为主构成的经济形态和产业系统,它是一个产业群或产业链,已成为国家经济发展的重要的支柱产业。休闲产业主要有四大支柱,即旅游业、文化传媒业、体育产业、会展业。休闲产业一般涉及到主题公园、博物馆、图书馆、体育、影视、交通、旅游、餐饮业、娱乐业以及由此连带的产业集群,例如,教育事业、商业、邮电信息、金融、保险、花卉、集邮等。休闲产业不仅包括物质产品的生产,而且也为人的文化精神生活的追求提供保障。实际上,休闲产业最终会辐射到全部产业的各个领域。伴随着经济、社会的发展,休闲产业的比重将越来越大,其辐射到其它产业的力量也将越来越强。

休闲产业,作为一种集资金密集、技术密集和劳动密集等三大特性于一体的新兴产业,对刺激消费、扩大就业、拉动经济发展具有巨大的推动作用。从目前休闲经济的发展现状看,休闲经济已成为二十一世纪最具发展潜能、最具活力的新兴产业,成为扩大内需、推动产业结构调整的重大动力,扩大就业的重要渠道。大力发展休闲产业,对于推动中国产业结构的优化升级,加快推动中国社会主义市场经济体制的建设和完善,均具有十分重要的战略意义。

二、适应休闲经济发展,更新市场营销理念

西方学者普遍认为,到2015年发达国家将进入休闲时代,休闲将成为人类生活的中心内容。休闲经济的本质是服务于人的需要。我国构建社会主义和谐社会的首要原则就是必须坚持以人为本,始终把最广大人民的根本利益作为党和国家一切工作的出发点和落脚点,不断满足人民日益增长的物质文化需要,最终目的是促进人的全面发展。休闲经济是人类社会继农业经济、工业经济之后的又一崭新经济形态。大力发展休闲经济,对于推动我国产业结构优化升级,解决影响社会和谐的矛盾和问题,进而加快我国构建社会主义和谐社会的步伐,具有十分重要的意义。

适应休闲经济时代的来临,我们必须树立发展现代市场营销的新理念。2003年,我国人均GDP突破1000美元,中国社会已整体进入小康社会,在全面建设小康社会的进程中,人们开始追求生活质量

的提高,追求享受和发展。实惠、实利、实际、实用的物质主义和轻轻松松、潇潇洒洒走一回的感性享乐,成为不少人的生活准则。休闲文化正在扩大为小康社会的大众文化,衣、食、住、行都赋予了新的含义。在闲暇过程中,人们可以自由地选择消费方式和内容,使闲暇消费较好地反映出人们不同的生活方式甚至人生追求,达到一种情绪的宣泄、感情的交流。因此必须适应构建社会主义和谐社会的需要,适应变化了的消费形势,树立科学的发展观,把培育发展休闲产业作为扩大内需、加快经济结构调整、增加就业、促进经济增长的重要渠道。在市场营销中,营销理念的创新是营销实践的先导,必须树立与时俱进的现代新型营销理念。

个性化营销理念。必须打破传统的追求规模效应的营销理念,实行有针对性的个性化营销。休闲经济时代的人们时尚“定制生活”,如结婚定制婚纱,买房定制设计,旅游定制路线……如今,“定制”正逐渐成为我国居民生活中一种新的消费模式。人们追求“定制生活”的趋势,既是一种新的消费现象,也蕴涵深刻的经济背景,它将引发传统生产销售的变革。由此产生的营销领域“定制经济”商机无限,它可以满足消费者的个性化需求,有效地避免厂家的盲目生产,同时也节约了社会资源。

非物质营销理念。必须打破传统的物质营销理念,积极推广文化体育营销等非物质营销。文化营销实质上是指企业充分运用文化的力量来实现企业战略目标的市场营销活动,即在市场调研与预测、目标市场的选择、市场定位、产品开发、定价、渠道决策和促销等营销活动流程中,主动进行文化渗透,提高文化含量,以文化作为媒介,与顾客及社会公众构建全新的利益共同体关系。体育营销则是以体育活动为载体来推广自己的产品和品牌的一种市场营销活动,是现代市场营销的一种重要手段。在休闲经济时代,体育营销所带来的巨大经济效益是传统营销所无法比拟的。

体验性营销理念。体验营销是指企业以服务为重点,以商品为素材,在营销推广的过程中,塑造感官体验以及思维认同,以此吸引消费者的消费行为。体验营销不同于传统营销,传统营销过于强调产品的功能利益,而忽视了消费者所需要的感受和体验。体验营销的核心理念是,不仅为顾客提供满意的产品和服务,还要为他们创造和提供有价值的体验。而这种感受和体验正是消费者的休闲消费需求的重要体现,是休闲经济时代人们所追求的情感享受。

人性化营销理念。休闲经济的本质是以人为本,重视人的需要,强调人的自由和价值实现。而现代市场营销在其商业外表之下蕴涵的则是对公众的物质与精神文化需要的满足,如果失去这种合理内涵,则市场营销活动将陷入无序和失效。在市场营销实践中,必须注重研究人的需要。对人的欲望的充分满足,这始终是现代市场营销活动中一条最基本的理念原则。

三、对休闲经济时代市场营销发展的相关政策性建议

正确把握休闲经济由中国东部向中西部延伸的发展趋势。前些年休闲经济在东部经济发达地区兴起,并蓬勃发展。伴随着中国区域经济的逐步协调发展,休闲经济正以快速发展之势向中西部拓展,中西部地区的休闲资源正在得到逐步的开发利用,并推动了中西部地区休闲经济发展。因此,我们必须把握这个新趋势,因势利导,大力发展休闲产业。从市场营销的角度看,就是要抓住机遇发展会展业、生态旅游、文化旅游等新兴的休闲产业项目,立足自然与文化的综合,建立一批集观光、博览、娱乐、健身于一体的休闲产业基地。如人文观赏旅游区、森林生态健身旅游区、民族风情旅游区、特色文化旅游区等。

正确把握休闲经济向国际化方向发展的趋势。随着经济全球化的加剧,区域之间休闲经济交流与合作必将进一步加强,相互投资休闲产业,相互交流休闲产品,相互开展休闲活动等,是一种必然的发展趋势,我们必须抓住这个良好的发展机遇,开拓思路,大手笔发展跨国休闲经济,在这方面,现代市场营销大有文章可做。

积极拓宽休闲产品营销的发展空间。随着经济社会的发展,单一的、浅层次的休闲消费逐步向多元化、高层次休闲消费发展。传统的休闲消费仅限于泡茶馆、看影视、打麻将等形式。现代社会休闲消费的方式、种类得以非常充分的发展,主要包括旅游观光、度假、文化娱乐、宠物养殖和园艺活动、体育健身活动、节日与喜庆活动、教育和受教育、学习和科学研究、美容和美饰、珍品收藏、社会交往以及网络消费等,表现最集中的有琴棋书画、娱乐影视、流行音乐、通俗文艺、时尚报刊、商品广告、时装表演、电脑游戏等等。所有这些都有效地改善了公众的生活质量,提高了居民的消费水平,使广大群众充分享受到社会物质文明和精神文明的成果,体现社会发展和文明进步,体现出人的价值和追求,以及以人为本,全面、协调、可持续发展的科学发展观。从现代市场营销的角度看,就要扩大和发展休闲产业项目,比如旅游观光、文艺表演和体育竞赛、“鲜花经济”等等。大力发展服饰文化、汽车文化、饮食文化、住宅装修与旅游文化。在消费品的生产和营销过程中,应该注意广大群众的休闲消费需要及变化趋势。市场营销主体应不断创新和推出大众喜欢的个性化的休闲产品,大力发展与休闲相关的配套产业,应因地、因时调节营业时间,满足休闲消费多元化的需求。

加强现代营销人才队伍的建设与营销知识的普及。要加强与高等院校和科研机构的合作,按照营销市场需求,培养输送具有现代意识的营销高级管理人才和专业人才。充分调动企业、学校和科研部门的积极性,鼓励、引导和支持相关企业、行业组织及民办教育机构参与现代营销人才的培

训和教育工作。及时引进一批具有国际视野、思路开阔、懂经营、善管理的营销专业人才，并享受高技术人才待遇。同时，积极开展现代营销知识的普及工作，让大家了解这一与千家万户有着千丝万缕联系的新兴产业，充分认识发展现代营销对加快经济社会发展的重要作用，在全社会形成支持和促进现代营销业发展的优良环境（作者单位：江霞/吉林师范大学化学学院 王晓杰/东北师范大学、吉林师范大学经济学院）

相关链接

休闲产业的发展与现代市场营销理念的创新
加入WTO后我国文化产业受到的冲击
对成都市健身俱乐部产业现状的分析
高教产业预算管理存在的问题与对策
河北省制造业信息化专项研究分析
烟台汽车产业集群带动福山零部件配套产业
从产业角度分析河南省税收与经济增长关系
服装边角料再生利用的产业链研究
西部民族地区的特色产业发展研究
中国电视购物产业竞争环境分析

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心