

撰文 **Charles Merkle**, 总裁, 佳瑞咨询

同中国许多其他的行业一样, 市场研究是一个迅速增长的行业。20年前, 中国还是一个几乎没有任何商业研究的国家。而现在的情况已经发生了巨大的变化, 除2009年外, 多年来中国的市场研究领域每年都以两位数的速度增长。中国的市场研究规模约10亿美元, 世界总市场规模为300亿美元, 目前中国排名第六, 据说今年将超过日本。

引起市场研究支出增长的原因很多: 如市场研究如何跟随广告业的趋势、某种商品或服务在中国的潜在市场规模有多大等? 如果我们看一看排名在中国前面并且在市场研究领域较成熟的5个国家(美国、英国、德国、法国和日本)的情况, 就会发现其市场研究占到整个广告市场规模的95%。而在中国, 目前市场研究只

占到广告市场规模的16%。因此, 就算中国的这一数字增长到成熟国家一半的水平, 那也意味着300%的增幅。

随着越来越多的外商直接投资进入中国, 这些跨国企业和中小型外资企业意识到分析中国市场和产品的必要性。就在不久前, 人们还认为在市场研究和促销上花钱是在“浪费时间和钱”, 可是现在许多中国企业都改变了他们对市场研究和营销的整体态度。市场也在变化。几年前, 人们所说的市场主要是

北京、上海、广州和深圳这些一线城市。而现如今, 二、三线甚至四线城市对于汽车、快速消费品、零售和医药行业来说都是极其重要的。

随着中国市场的迅速发展, 财富500强企业和市场研究公司都开始对中国消费者产生了浓厚的兴趣。中国拥有13亿消费者, 这么大的一个市场具有影响并改变全球



市场趋势的潜力。我们甚至可以说中国市场的变化会影响到其他国家的市场, 就像在过去60年里美国人的生活方式对全球市场的具有很大的影响一样。

最后一点很具有挑战性, 那就是中国怎么能成为一个趋势设定者呢? 不管怎么说, 它还是一个发展中国家, 年均收入只有48,500元(4,700美元), 还有20%的人口年均收入只有24,000元(3,660美元)或更少。

答案是: 市场趋势将由中国近100万名千万富翁和4亿中产阶级来决定, 这些数字在过去十年都呈指数倍增长, 没有任何国家能与这种增长速度相比。事实上, 越来越多的跨国企业在中国设立研发中心也证明中国是许多产品和服务的关键市场。

我们将看到汽车、白色商品、现代家具和其他商品按照中国市场的偏好设计, 这些偏好将影响到亚洲其他市场和全球。通过研究在中国产生的全球市场趋势, 市场研究将在这些令人兴奋的发展中扮演重要的角色。



THE HONG KONG
POLYTECHNIC UNIVERSITY
香港理工大学

THE HONG KONG
POLYTECHNIC UNIVERSITY
香港理工大学

BUSINESS
工商管理研究院

PolyU DBA

WE CREATE LEADERS, NOT MANAGERS

The ultimate journey of intellectual discovery for senior executives
who wish to enhance their leadership skills, and attain multi-disciplinary insights.

We are joining a small group of business schools
worldwide with Triple Accreditation:



In partnership with world-class business schools:



www.facebook.com/PolyU.GSB

Qualified for the real world

www.polyu.edu.hk/gsb/dba