如何在美國做生意和公關（三）

編者按：張冠群先生是美籍華人。1976年畢業于臺灣大學土木工程系，並獲有柏克萊加州大學結構工程碩士和加州聖荷西州立大學企管碩士等學位。1978~1986年間，任職于工程界，曾服務于Bechtel(貝泰工程公司)和General Electric(奇异電氣公司)等跨國企業。1987~1993年間在紐約自組公司，自創品牌，成功地將商品會入 J.C. Penney、MACYS、MAY Co.等著名百貨公司及其他美國大型連鎖店與量販店。1993年起擔任中美資訊總裁至今。曾主編《華商在美國》、《美商在中國》等系列商貿工具書。

2007年張冠群在由中國城市資源投資俱樂部主辦的“彭擎中國城市運營，百人策略論壇”上發表主題演講：“走進美國——如何在美國做生意與公關”。該文是演講的部分內容。

(續)基本上你要促銷你的產品有以上兩種比較主要的方式，當然還有其他的方式，但是我就提這兩點：一個是參加商展，另外一個是屬傭業務代表。怎麼樣找業務代表呢？第一個你參加商展的時候，你可以在展位放出一個牌子說你在尋找業務代表，看到你這個牌子，業務代表多觀你展位的時候，就會跟你談，他對你的產品感興趣；還有一種方式你可以在美國一種專業雜誌上刊一個小廣告，說你在找業務代表，有些人看到以後，也許會跟你聯絡。美國大城市都有商品域，紐約、洛杉磯、亞特蘭大，他們這些商品域裏面有各式各樣的業務代表，每個人有一些小的辦公廳、陳列室，好比你今天到洛杉磯去，你找到了商品域，上上下下幾十層樓，可以看到各種不同的業務代表。他房間裏面實什麼產品都可以看到，你看看你產品的價位，如果跟他相符合，你可以跟他談。假如他實的非常高檔的，你的產品是低檔的，就不用談了。基本上要找跟你價位相仿的業務代表。

接下來談談通路。通路比較簡單，一般來講就是你的產品標準的通路就是從中國的工廠賣給美國的進口商，美國的進口商再賣給美國的批發商，美國的批發商再賣給美國的零售商，最後賣給消費者。所以我們稱之為大牌、中牌、小牌。大牌是進口商，中牌是批發商，小牌是零售商。也許在中國製造成本只是1塊美金，假如一個杯子在中國的製造成本是1塊美金，到了美國零售店可能賣到6、7、8塊錢，所以1塊錢的製造成本，賣到美國的進口商也許是1.5塊錢，賣到美國的批發商也許是2塊錢，批發商賣給零售商3塊錢，3塊錢來2，賣給消費者可能是6塊錢到8塊錢。

在美國投資有很多失敗的例子。第一個例子是一個中國大的投資集團到美國購買了一個商場，美國一般的商場都有一個旗艦店，就是特別大的店在那邊招徠客人來。他跟旗艦店簽租約的時候說每個月的營收的25%做租金。過了幾個月，突然發現租金急劇下跌，他們發現旗艦店的最主要的競爭者在他旁邊開了一家店，所以他的租金一下子減少了很多，這個責任應該由誰來負？這個責任是由你的商業地產經紀來付，因為地產經紀在簽租約之前就應該做功課。所以在美國投資房地產非常重要的是要找一個良好的地產經紀，他可以把這些功課做好，要不然你就很可能有巨大的損失。

另外一個例子，是中國一個大的財團，在山東買了很大一片地，做房地產開發的時候市場非常好，花了三年他才取得開工許可，這裏面有很多的緣故，因為美國加州需要你做環保評估等等。他來的時候是看好這個市場，三年以後拿到開工許可的時候，這個市場已經一落千丈了，而且三年期間資金也不能靈活運用。

下面談談美國的公關與遊戲規則。公關跟廣告很多人都搞不清楚，公關可以講，可以推廣一個品牌，廣告是維護一個品牌，兩者是相輔相成的，公關可以說是一個釘子，把一個理念或者品牌植入到一個用戶的腦中。廣告相當於一把錘子，不斷地錘打釘子，使釘子深深植入腦中。公關可以做的事情很多，它可以跟政府維護關係。也可以樹立企業品牌、企業的形象，也可以跟媒體生一些監控的關係。

我想跟大家談一談公關。公關對於中國企業在美國做生意是相當重要的，為什麼？舉例來講，美國是兩黨政治，民主黨上臺的時候，共和黨的關係就下來了，共和黨關係下來做什麼？有些到大學教書，有些到智庫做研究員，有時候成立一些自己的公關公司，到選舉的時候，做競選顧問。另外公關公司可以幫助你建立企業形象。上個月有一個著名的公關大師 Al Ries，他一個鐘頭的資訊費用是20萬人民幣。他上個月來北京就提出來，說縣想這個品牌聽起來有一點像意大利甜點，跟電腦可能都拉不上關係。大家都聽過一個披薩店，他認為縣想這個品牌聽起來有點像意大利甜點的名字。這對縣想這個牌子推廣就產生很大的障礙，因為外國人聽 Lenovo會想到甜點。他寶了IBM的ThinkPad這個牌子，外國人一聽這個詞就覺得跟科技沾得上關係。

媒體跟公關也是密不可分的。舉例來講，美國有很多的中國通，中國問題專家。而我在編書的時候，我是中國事務專家，為什麼？問題這兩個字本身就是一個負面印象，中國是一個問題嗎？不一定。所以，我編書的時候，我叫他們中國事務專家，不叫他們為中國問題專家。

我們下面談一談遊戲規則。這個也很有意思：第一個我們還是提到剛才講中國用30億美金購買黑石集團9.9%的股份，這就說明中國已經非常瞭解美國的遊戲規則，中國很有錢，他可以買99%的股份，為什麼只買9.9%的股份呢？就是他不願意有人出來阻撓交易，10%以上可能就會招來特殊關注，所以他不願意買10%的股份，而且他還放棄了投票權，只有黑石集團的股權。

另外中國汽車最近聯說要進軍美國。日本的豐田汽車在美國的公關就做得非常好，假如中國汽車要進軍美國的話，可以效仿日本的豐田汽車。舉個例子來講，我現在的女兒讀小學，有很多東西都是豐田汽車總部贈送的。因為美國現在的小學預算越來越少，所以他們的錢常常不夠用，我居住的城市有一個豐田汽車的總部，所以他們就贈送這些小學很多的用品，這樣細水長流贈送下來，等到這批小學生變成了美國的決策者的時候，假如豐田汽車有一些妨礙的時候，他是不是會對豐田汽車有一個好印象，他現在用的橡皮，鉛筆也許都是豐田汽車總部贈送給他們的，所以也是一種公關的做法。豐田汽車在美國公關做得相當成功，美國人現在開豐田汽車，覺得豐田汽車是美國的一部分，而不把它當成外國汽車。

中國的企業在美國公關我們可以看一些例子：中國遠洋運集團，1999年中遠集團在加州的長堤港想租舊海軍碼頭被拒絕了。為什麼呢？因為有些議員說中遠要租長堤的舊海軍碼頭有它的目的，所以最後沒有成功。美國有很多集裝箱貨車整天在美國的公路上跑，住在東岸、西岸，開車在外面，一天到晚都可以看到中遠的集裝箱在外面跑。去年中遠奧波斯號的直航保住了當地與港務有關的近萬工作，這裡我們可以發揮一下，假如我們在中遠的集裝箱上寫上一行字“Help U.S. create more jobs！”，幫助美國人找更多的工作，他們是不分日夜24小時在路上跑，可以讓很多美國人看到這個信息，跑久了，一有COSCO這個公司出來，美國人的第一印象是這個公司是幫助我們創造就業的公司，可能後天中遠想在休斯敦租碼頭的話，可能不會那麼順利，但是碰到的阻力不會像以前那麼多。所以這是我們可以思考的一些方向，怎麼樣做公關，也未必花很多的錢。

我舉的例子就是豐田汽車總部給小學生贈送一些物品，將來會有好處。假如COSCO放一些信息在集裝箱上，很多美國人會看到這條信息。另外就是縣想集團，縣想在去年美國政府採購裏面拿了1300萬美金的採購合同，可是又有一些美國議員說你這個電腦裏面是不是裝了特別的芯片竊取我們的秘密，又出來阻撓。所以美國政府又把採購計劃改變了，這個事情影響了縣想的品牌和聲譽。日本和澳洲也將縣想品牌排除在採購之外。所以縣想也成立了公關危機處理委員會。舉個例子，在美國聯邦政府附近的醫院，假如他們贈送輪椅，不知道准不准許打上縣想的名字，即使不允許也沒關係，假如在國會附近的醫院贈送很多輪椅，也許有些議員在坐輪椅的時候，會縣想到是縣想把輪椅送給醫院的。這是一個公關渠道，也是一個思考的方向，也未必在《華盛頓郵報》做廣告，你細水長流也是公關的一種。

最後我想跟大家提一提中國企業在美國的融資和上市。這也是目前的趨勢，美國的證券市場資金流量很大、流動性很強，而且美國商業環境適合小型企業發展。我們在美國講小型企業的時候一般是指它的企業員工不超過100人，不是講3-5個人的企業，在美國員工不超過100人的企業都是小型企業。美國的法規都是傾向於扶持中小企業的。

美國的證券法規對小額的債券交易是不太干涉的，小額交易是公開發佈股票少於7500萬美金，交易小於2500萬美元，一般來講是不管這種交易的。中國企業在海外的併購大約70%以失敗告終。即使並購成功，也不見得它的前途一片平坦，它還是要面對很多的挑戰。

舉例來講，聯想在2005年併購了IBM個人電腦部門。它在兩個月之前裁員了1400人，它把裁掉的這些工作的人移到中國，它想要節省成本。上個月聯想宣佈上一年的利潤較前一年增加了6倍，看起來聯想做的非常不錯。

聯想的市占率是有增加，但是它在全球的排名卻由第三降到第四，因為它的競爭對手也是非常強，競爭對手是HP和Dell，還有臺灣的宏基。原來聯想是全球排名第三，現在臺灣的宏基電腦卻排名第三。

即使聯想併購成功IBM的電腦部門，它的市占率也增加了，可是它的全球排名卻落後了，所以他們還是有很多的挑戰的。

另外的例子，是兩年前中海油斥資185億美元競購美國尤尼科石油公司失敗；海潮聯合投資機構競購美國第二大家電企業美泰克，最後也是無疾而終。併購成功以後你要整合你公司的文化，因為縣想是一個亞洲的公司，IBM是一個西方的公司，即使併購成功，還要整合公司的文化。

最後我們來看看中國的企業在美國證交所上市的情形。3、4年前，中國企業在美國證交所上市只有兩家公司。在過去三年，大概每一年有10家的公司在美國的證交所上市。2007年估計有35家中國企業在美國證交所上市。

可以看到，增加的速度是非常非常快，是過去3、4年的總和。2007年一年在美國證交所上市的公司就是過去3、4年中國企業在美國證交所上市公司的總和。

所以由這些數據可以看來，中國企業走向海外到美國去投資、經商這條路道景是很光明的。而我們要做很多研究的工作，綜合我今天的演講，我們看出來，中國目前希望中國企業走出去，策略是非常好，我也希望今天在座的大家能夠有機會來美國看一看，因為美國的投資環境非常好。

(全文完)

管理故事 教授的桶

教授帶了兩個學生，一個叫甲，另一個叫乙。甲沉穩而好學，乙外向而張揚。教授很喜歡甲，逢人便誇獎他的優秀；教授也很想改變乙，但始終沒找到一個好機會。

乙對教授平日表現出來的偏心很有意見，於是決定去找教授談談。一天，乙看到教授心情很好，便走到教授跟前，問教授說：“老師，您經常誇獎甲，甲到底優秀在什麼地方？”教授其實早就在等待乙找他的這一天，他認為這是教育乙的最好機會。他聽完乙的話，微笑著對乙說：“優秀不優秀，我說了不算。我認為最好的辦法是你們兩個人比試一下。”乙當即同意了。

第二天，教授把甲和乙都叫到一起，開始主持二人的比賽。教授說：“我這裏有兩隻桶，那邊有兩隻一樣大的水缸，你們兩個人用這兩隻水桶從這邊水池裏打水。誰先把水缸裝滿，誰就是獲勝者！”

甲、乙兩人看著教授身後一大、一小兩隻水桶，誰也沒說話。教授說：“乙可以先挑選水桶！”乙聽到教授說他可以先挑選水桶，便二話沒說，拿起那只大桶向水池跑去，甲拿起小桶跟著跑了過去。當乙把桶從水池裏提出來的時候才發現，自己的水桶底部有個大洞。等他提著一桶水跑到水缸跟前的時候，桶裏的水已所剩無幾了。等甲把水缸裝滿的時候，乙才裝了不到半缸。

教授宣佈甲獲得了勝利。他對二人說：“在做任何事情的時候都要仔細觀察，如果觀察不到位，即使獲得了先機也可能失敗！”

乙對比賽結果很不服氣，於是教授決定再比一次，這次是由甲先挑選水桶。甲仔細地看了看兩個桶，拿起了那只大桶。乙偷偷地笑了笑，提起小桶朝水池跑去。甲則從旁邊順手拿了一塊毛巾，把水桶底部的洞堵上了，然後才去水池提水。大桶裝的水比小桶兩桶還多。等甲裝滿水缸時，乙剛裝了一半多一點。

比賽結果又是甲取得了勝利。教授說：“發現問題及時採取補救措施，仍然不會失去優勢。”

乙依然不服氣，教授決定第二天再比。

回去以後，甲好像沒發生什麼事情一樣，依然讀他的書，寫他的文章，而乙則找了一塊軟木，刻了一個木塞準備第二天使用。

第二天一大早，大家都來到了水池邊。教授說：“今天你們誰也不能先挑選水桶，要搶！搶到大桶，用大桶；搶到小桶，用小桶！”乙眼疾手快，不等教授說完就把大桶搶到了手，甲拿到了小桶。等乙把大桶拿到手裏的時候，傻眼了！這只大桶根本就沒底！自然又是甲獲勝了。

教授說：“任何事物都不可能是一成不變的，光靠經驗去處理問題往往會導致失敗！”

乙這次徹底服氣了。之後他也變得沉穩、踏實起來了。

源自：價值中國網

你的財富和你的藝術

公元前5世紀，雅典的圓形劇場。

每年盛大的戲劇節，這裏聚集了貴族、平民、奴隸，甚至還有囚犯，他們一同為《俄狄普斯王》不可逃脫的裁父結局落淚。對古希臘人而言，藝術是對酒神的祭奠、對命運的再現；劇場是市民民主的組成，對繁重勞動的逃離，也是思想的承載物。

1990年代，美國西岸比華利山。週五晚上，他離開自己的兩層別墅，跳出賓利車，飛到歐洲大陸，坐到某個歌劇院的包廂，舞臺上是16世紀的愛情，撼動人心的歌聲直傳到包廂裏，身旁還坐著一個風情萬種的女人和他討論悲劇的細節。

對《風月俏佳人》裏的李察基爾而言，藝術是身份的象徵，是調情的工具，也是對閣處我許的暫時離開、對真實和美好事物的靠近。

21世紀，香港。不斷有從北京、上海、廣州來的中國人，到亞洲國際博覽館朝拜影響一代搖滾青年的The Cure，到IFC體會真正體現李安思想的足版《色，戒》，到文化中心聆聽威爾弟歌劇《葬臣》裏經久不衰的詠歎調。

相信不久之後，他們的腳步會走得更遠，太平洋和大西洋的距離，對於一些已經全部或部分取得了財務自由、但仍然不滿足的心靈來說，並不太遠。大國崛起，在中產家庭不斷延伸的藝術旅行路線圖中，得到了清晰的說明。

對於你，藝術意味著什麼？每個人的理解、需求和得到都不同。

你可能會同意柏拉圖的理論，藝術起源于對現實的模仿。所以在俄狄普斯與命運的對抗和他最終無法逃離的宿命裏，你看到自己在這個最好又最壞的時代裏、在最可愛又最可哀的人群中、在最有上升預期又最有下墜力量的股市和股市一樣的人生裏，每天重複悲悲喜喜的“中國式生活”——這個無法逃離的影子。

你也可能會同意常勒和斯寶塞的說法，藝術本質就是一種逃戲。所以你聽著柴可夫斯基在溫暖的《胡桃夾子》弦樂浮曲中加入的閃閃發亮的短笛，驚訝于糖果仙子輕盈喜悅的足尖之舞，你幾乎看到了胡桃夾子和那些玩具，看到王子帶著馬莎穿越冬日的森林，來到夢想中的糖果王國。你聽到鋼琴聲裏幾乎噴湧而出的泉水、重新體會了孩提時代單純的快樂。

你也可能更能體會托爾斯泰的看法，藝術起源於一個人要把自己體驗過的情感傳達給其他人。所以你在搖滾露天音樂會上和所有人一起搖擺，自由的烏托邦在閉上眼睛的剎那實現，脈搏和吉他尖銳的solo同步。你跟著邦，喬維(Bon Jovi)一起喊“It's my life!”(《這是我的生活》，Bon Jovi 名作)，聽蘇珊娜·薇格(Susanna Vega)，那獨立、反抗但在反抗中讓你平靜的歌聲。

“文化藝術能減緩人類之間的矛盾。”這是奧地利總理2007年在最堂級古典音樂盛事薩爾茨堡音樂節上的講話。在戰亂不斷、恐怖主義橫行的世界，這句話是否讓人有一點點安慰？

更大的矛盾可能來自人的內心。而藝術，是我們的其中一種選擇。

中國人很早就有這種覺悟。當弟子曾點在重要的學術討論中工自鼓瑟時，孔子並沒有責怪他與其他人的不同，反而問他的理想，曾點說，“我只是想，當春天來了，冬衣一換，穿上舒適的衣服，農忙也過去了，和成人五六人、十幾歲的少年六七人，到沂水裏去游泳，然後唱唱歌，跳跳舞，大家悠哉遊哉高興的玩，盡興之後，快快活活唱著歌回家去(原文為“莫春者，春服既成，冠者五六人，童子六七人，浴乎沂，風乎舞雩，詠而歸”)。

在今天看來，或許是不合時宜和孩子氣的回答，但孔子非常贊許地說，“吾與點也”。我們今日為財務自由而作的奔波，恐怕不比整天忙於各國之間表達政治理想的孔子要少，也許《理財週報》這期為你呈現的2008全球藝術地理，能讓你在疲憊的時候，多一個選擇，或只是看得更遠。

其實，有時候，街頭的樂聲，路邊的小草，會在你欲實的眼光下變成藝術。

其實，有時候，冬天的深夜、僅僅是巴赫的無伴奏大提琴，已經足夠按摩你紛擾的腦神經，讓你進入純粹和寧靜。

然後，財務自由的明天，讓我們飛去維也納，讓我們離那歌聲只有一釐米。

源自：《理財週報》

光明中醫健美研究所
研究員 李光明 中醫師
近五十年中醫臨床治療經驗，國際老年病防治協會研究員，醫科大學畢業三代祖傳世醫，中醫藥美容研究學會研究員
中醫藥複健項目
高血壓病，甲乙肝病
各種痛症，不孕育症
更年期病，婦科炎症
中醫藥美容項目
用中藥膏，點五色痣
去各類斑，除各種疣
內服中藥，消淺色斑
2618 W Main St. #H, Alhambra, CA 91801 手機：626-203-5890

· 您的家人有患癌症的嗎？
· 您想知道癌症是如何分期的嗎？
· 您知道每期癌症的最佳治療方法嗎？
· 您知道每期癌症治療的可能性嗎？
· 美國治癌信息中心是您的答案！
www.USZhiAi.com