

21F.034 / CMS.930
媒体, 教育, 市场
Shigeru Miyagawa 教授
第 6 课: 2005年10月18日
讲义 # 7A: ICT技术和创业精神- 总结

C.K. Prahalad 提出关于底端金字塔(BOP)市场的五种观点. 以下是学生总结的每种观点:

1) 金字塔底端有钱.

首先, 他指出发展中国家和发达国家一样具有购买力. 其次, 发展中国家的众多人口使产品价格低, 对公司的最低利润有影响. 第三, 如果公司有意识解决贫穷问题, 会缩短贫富差距. 最后, Prahalad 指出, 基于穷人的消费选择, 他们主要选择奢侈品, 金字塔底端蕴含巨大商机.

2) 接触金字塔底端不难.

金字塔底端包括城市人口和农村人口, 销售的方式应该不同. 在世界的大多数地区, BOP 都市社区是穷人的居住地, 应该从单数分布来接触这些人. 郊区人口从单一点不好接触, 因为人口分布广泛. 为了解决这一问题, 供应商要在社区设立分店.

3) BOP市场是相互连接的.

发展中国家移动通信网络的密布说明BOP市场是相互连接的. 在BOP 市场之间和内部, 个人电脑和无线装置普及, 提高了互联的程度. 互联使BOP的顾客可以互相交流, 和买产品的公司交流, 和管理者交流. BOP市场也可以跨国交流产品的质量、成本、购买途径以及服务.

4) BOP市场有品牌意识.

品牌意识是普遍现象，因为大家都向往高质量的生活. BOP市场的问题是人们买不起高档产品. 这样，公司应该对产品降价销售给BOP顾客. 因此, MNCs应该提高效能.

5) BOP顾客接受高新技术.

这部分介绍了三个例子, BOP顾客采用新技术，因为他们没有以前的技术作比较. ITC和E-Choupal的例子说明农民立刻接受新技术. 同样, Kerala的渔民接受了解价格的新技术. 另外，印度的女企业家用视频会议来讨论重要内容. 这些技术得到来自公众的广泛接纳，因为以前没有这样的技术.