



在全球化商业传播的当下,探讨本土品牌的跨文化破局之道时,回望近代中国商业史或许能带来深刻启示。

过去,学界多将“西方大企业”和“个体消费者”视为消费文化的核心推动力量。但高家龙教授在《中华药商:中国和东南亚的消费文化》(以下简称《中华药商》)一书中,给出了不同的答案。

褚艳红 冯志阳

营销革新 构建可触达的消费网络

高家龙选择药商来探讨近代中国消费文化,并非偶然——药品的“疗效难估”特性,使其必须依赖传播建立消费信任,而“可观的利润”则为营销创新提供了资金支撑,这两点共同促成药商成为近代中国最早娴熟运用现代营销工具的商人群体之一。

而这种营销革新也并非简单的广告投放,而是围绕品牌认知、信任建立、消费转化形成的全链条布局,为品牌奠定了坚实的消费基础。

以“老式中药店”同仁堂为例,经营同仁堂的乐氏家族通过持续运作,将其品牌打造成宫廷药品的指定供应者,为了将其转化为广泛的品牌影响力,乐家还精准锁定“进京举人”这一关键群体,向他们赠送印有“同仁堂”和“乐”字标识的礼品。而这些举人无论是否考取进士,大都会散至全国各地,并作为精英影响地方社会,同仁堂声誉也会随之扩散到全国各地。

与同仁堂依托传统社会网络不同,20世纪前后崛起的新兴药商则将现代大众媒介与多层次营销网络作为品牌触达的核心载体。

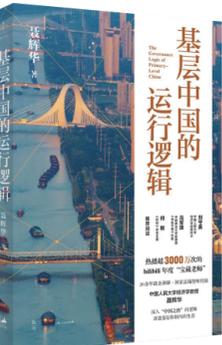
胡文虎的虎豹行永安堂大药房便是典型代表,1929年至1938年间,胡文虎在东南亚多地创办中文报纸,通过低价甚至免费发行扩大报纸覆盖面,让刊登其中的“虎标”药品广告触达更多普通消费者。

不过,在通过杂志营销药品方面最有成效的当为许冠群。这些杂志包括主要面向西医的《新医药刊》、主要面向传统中医的《国药新声》和直接向消费者的《健康家庭》。据说1936年和1937年初出版的《健康家庭》前三期,被“数万名读者抢购一空”,将科学健康知识深入传播到千家万户。

与胡文虎更多聚焦于“传播渠道”不同,项松茂的五洲大药房则构建了一套系统的“线下营销网络”,从城市的大街小巷到乡村集市,依靠营销体系,项松茂成功地将广告渗入中国广大的农村地区。甚至“直到20世纪90年代初期,中国农民仍然在使用1949年前的五洲商品广告的月份牌作为家庭装饰”。

■ 许楠

人们常说,“政治是平衡的艺术”。这种平衡不仅体现在一国的制度设计之中,更体现在制度的具体运转过程之中。这种运行层面的平衡,使得我们在理解政治现象时,必须同时关注多个相互制约、相互作用的要素,并梳理清楚它们之间的动态关系。



《基层中国的运行逻辑》 高辉华 著 上海人民出版社

商业浪潮里的文化摆渡人



中华药商的跨文化实践,为当代本土品牌的全球化之路立下了鲜活范本。

视觉中国供图

西方公司和自下而上的当地消费者而言。高家龙认为,正是这些“文化中介人”对消费文化起到了举足轻重的推动作用:“他们既‘散播’了商品,又重新诠释了商品的‘表现手法’。”

这些“文化中介人”进行文化转译的首要策略,是“术语本土化”,即将西方的医学概念转化为中国消费者易于理解的本土话语。例如黄楚九的“艾罗补脑汁”,即在具体的广告话语中,他却避开大众不熟悉的西方医学术语,转而使用中国消费者熟知的概念。这种“西医理论+中医话语”的转译策略,成功让拥有不同知识背景的消费者都能接受产品的理念。

其次,中华药商善于构建兼具个人价值与家国情怀的品牌认同。在近代民族危机日益深重的背景下,民族话题、女性解放与科学话语成为知识精英启蒙大众的核心理念。中华药商敏锐地将这些话语融入品牌营销,使产品超越了单纯的“商品属性”,成为承载时代价值的“文化符号”。

对于那些跨区域经营的中华药商而言,文化转译还体现在“跨文化适配”上。胡文虎的虎豹行在东南亚的成功,便离不开其对华人社群与当地原住民文化的精准适配。在华人社群中,胡文虎延续中国本土的营销策略,通过中文报纸、华人社团等渠道传播品牌信息;而在当地原住民市场,他则调整营销话语,将“虎标万金油”的功效与原住民的日常健康需求相结合,采用当地语言与视觉符号设计广告。这种“一地一策”的跨文化转译策略,让“虎标”品牌构建起了广泛的品牌认同。

历史镜鉴 品牌全球化的当代启示

高家龙是美国著名历史学家、康奈尔大学前历史系主任。在本书中,

他以翔实的一手史料与客观的学术视角,重现了中华药商在近代中国与东南亚消费文化中的核心地位,其揭示的不仅是一段被忽视的商业史,更蕴含着本土品牌塑造与跨文化传播的普遍规律。这本书的出版曾在英文学界引起深远反响,于2008年荣获“列文森中国研究图书奖”。

高家龙在《中华药商》的致谢中坦言,“如果没有档案资料,本书的写作是不可能实现的”。正是基于对新加坡国家档案馆、上海市档案馆等机构一手史料的深入挖掘,他才得以还原中华药商的商业实践与品牌塑造历程,打破了西方学界“西方中心论”的认知偏差。这种“以史料为基,以实证为要”的研究方法,也为我们理解近代商业史与消费文化提供了重要启示。

回望当下,在全球化与本土化交织的商业浪潮中,本土品牌的文化赋能与国际传播仍是重要课题。《中华药商》所揭示的中华药商的营销智慧、文化转译能力与家国情怀,不仅重构了我们对近代消费文化的认知,或许更可为当下的商业实践提供宝贵的历史启发,主要体现在以下三点。

首先,本土品牌的全球化,必须以“本土根基”为前提。中华药商的成功,根源在于其深深扎根于中国本土的文化土壤与消费场景,无论是同仁堂依托传统社会精英网络的品牌构建,还是黄楚九对本土话语的精准运用,都体现了他们对本土文化与消费需求的深刻理解。

事实上,本土文化不仅是品牌的“根”,更是品牌全球化的“差异化优势”。当今本土品牌在全球化过程中,应像中华药商一样,深入挖掘本土文化中的核心价值与符号元素,将其转化为品牌的核心竞争力,以本土文化为根基,构建具有独特辨识度的品牌形象。

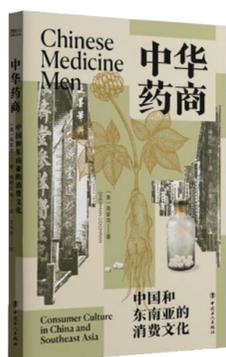
其次,跨文化传播的关键,在于“精准的文化转译”,而非“生硬的文化输出”。中华药商作为“文化中介人”,其核心能力在于精准把握中西文化的契合点,将外来概念转化为本土认同。这种转译并非简单的语言翻译,而是对

不同文化语境下消费心理、价值观念的深度适配。

借鉴中华药商的经验,当代本土品牌在跨文化传播中,应扮演“文化转译者”“文化摆渡人”的角色,深入研究目标市场的文化认知、价值观念与消费习惯,将品牌的核心价值与本土元素相结合,实现从“本土品牌”到“全球品牌”的语境适配。

再次,品牌的长久生命力在于“商业价值与社会价值的统一”。高家龙在书中揭示了中华药商身上强烈的社会责任感:项松茂在“一·二八事变”中因抵抗日军而壮烈牺牲,用生命践行了家国情怀;乐达仁创办达仁女校,将商业利润用于公益事业;胡文虎在抗战期间多次提供大额资助,支援国家抗战。这些行为并非单纯的公益宣传,而是中华药商将“修齐治平”的传统儒家理念融入商业实践的体现,这种商业价值与社会价值的统一,让品牌超越了单纯的盈利属性,成为承载社会情感与民族精神的载体,从而能够构建起深厚的品牌忠诚度。

由此可见,中华药商的跨文化实践,为当代本土品牌的全球化之路提供了鲜活范本。



《中华药商:中国和东南亚的消费文化》 高家龙 著 中国工人出版社

■ 萧涵耀

毛姆曾在教人读书的著作里写道,“培养阅读的习惯能够为你筑造一座避难所”。其实音乐也是如此,在《音乐庇护:日常生活中的音乐疗愈》(下文简称《音乐庇护》)里,音乐社会学家提亚·德诺拉用丰富的历史资料与一手田野数据证明:音乐同样是维系健康、安顿心神的有效手段。

书中提出了很值得思考的问题:在疗养院里合唱的橄榄球队应援曲是一首好音乐吗?可以与贝多芬的作曲相提并论吗?能媲美利兹钢琴比赛冠军的演奏水平吗?

问题的答案似乎不言而喻,因为音乐具有特定的形式、标准,从审美角度与专业眼光来看,可以说非常严苛。但也有不少人认为音乐的好坏应由听众判断。

一次,贝多芬的挚友埃特曼男爵夫人正经历丧子之痛,大音乐家不敢贸然拜访这位心碎的母亲。最终,他鼓起勇气邀请对方到家里小坐,只不过他全程未发一言,而是坐在钢琴边弹奏,悠扬却不乏哀愁的乐音伴着对方的低声啜泣……这些即兴片段自然比不上堂堂富丽的交响曲,但这位母亲却发自内心的承认:他向我诉说了很多,而我为此感到欣慰。

在这个案例中,音乐远不是用以消遣、娱乐的玩物。相反,它绕过言语,将情感凝聚到一块。可以说,音乐变成了某种意义非凡的文化实践。

这恰是《音乐庇护》一书的核心关切——音乐乃是实现美好生活的重要方式。

不过,音乐究竟怎样促进幸福、它的具体机制又是如何,仍然是一个未解之谜。音乐能在听众身上建立某种条件反射机制。西方音乐之父巴赫就曾指出,宗教音乐是“组织信众”的利器。类似现象如今亦随处可见:红酒商家借助典雅的弦乐来刺激顾客的消费欲,公共车站使用悠扬的曲调来维持场所秩序……

但二十世纪中叶以来,音乐社会学家另辟蹊径,转而从个体角度出发,探讨人们如何利用各种社会资源展开特定的文化实践,其中包括促进认知、创造情境乃至构建自我。

在《音乐庇护》中,一位深爱着勃拉姆斯的受访者分享道,她觉得自己像极了乐曲中不起眼的和弦低声部,因为“自己从不愿在聚光灯下抢风头”,也就是说,音乐不但渗透到听众的意识之中,还为她思考、实践提供相应的模型及指南。

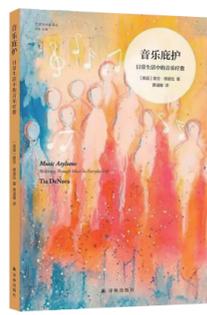
类似案例在日常生活中司空见惯,人们焦虑时会选择聆听音乐来舒缓心情,健身教练会播放劲爆乐曲来调动氛围……显然,外在的文化结构与内在的个人能动性之间存在着张力。前者无法将所有意志强加于后者,后者也不能完全摆脱前者的影响。

换言之,作品并非不是某种外在的刺激,听众的状态亦非一成不变。“音乐”只能在具体的行动中得以呈现与表达,它意味着个体与世界的直接互动。因此,探讨音乐就是在探讨人们如何以音乐行事。如此一来,通过学习技能、调整策略,就可以控制这种文化互动过程及其效果,操作得当的话,音乐便能促进健康、实现美好生活。可以说,音乐是一种倚仗幸福的自我技术。

如今看来,以音乐行事已然成了现代社会的生存之道,从风靡全球的降噪耳机便可见一斑。随着录制设备与数字技术的发展,音乐愈发变得无处不在,但这也带来更多的可能甚至危机。

尽管耳机仿佛为听众塑造了一个与世隔绝的桃源,但同时也让人们深陷危险之中,一旦摘下耳机重返现实,人们也许将与外界变得更加疏离,德诺拉却将这种策略称作“逃离”。

与之相对,德诺拉提出了另一种寻求庇护的策略:重构。她认为,可以积极利用那些公开、共享的媒介及技术,与他人一道重新改造外部空间。这种改造世界的方式大到全球巡演的慈善音乐会,小到与朋友在午后分享音乐。在这种策略中,音乐照样发挥着避世所的功能,还间接提升了听众利用音乐照顾自己、帮助他人的能力。长远来看,听众之间相互协同,共享资源,既能促进自身幸福,也能为后人留下一个有益而幸福的世界。



《音乐庇护:日常生活中的音乐疗愈》 [英]提亚·德诺拉 著 萧涵耀 译 译林出版社

观察“中国之治”的关键窗口

中国的基层治理,正是这种复杂政治现象的集中体现。这也使得基层治理,尤其是县域治理,成为学者观察“中国之治”的一个关键窗口。聂辉华教授的《基层中国的运行逻辑》,正是在这一意义上,通过经济学的分析视角,向读者展示了基层治理运行中所蕴含的复杂性。

一般而言,人们所说的“基层”,主要指县及县以下的治理层级。那么,为什么这些层级的治理会呈现出如此显著的复杂性?从聂辉华的分析中可以看到,这种复杂性主要源于两个方面:一是制度的静态安排,二是制度的动态运转。

从制度安排来看,中国的治理体系总体呈现出“中央—省—市—县—乡”五级结构,兼具“金字塔式层级”与“条块结合、以块为主”的组织特征。制度层级越高,权力越集中,可调配的行政资源范围也越广;反之,层级越低,权力越有限,能够支配的资源也越受约束。聂辉华教授将这种结构概括为“等级制资源配置”。在这一配置模式下,基层治理可调配的资源相对有限,但其承担的治理任务却并不轻。一方面,基层作为下级机构,需要落实上级部门的政策与指示,并在部门之间进行协调;另一方面,作为直接面对社会的一级

政府,基层还必须应对来自群众的诉求、不满与压力。

其实,从制度运转的角度看,一种理想化的运作模式是:上级机构发挥统筹与决策功能,基层在其领导下推动政策落地,并及时反馈执行视角,从而实现治理体系的良性运转,即聂辉华教授所说的“上下同治”。然而,在实际运转过程中,这一过程远比制度文本所呈现的情形复杂得多。

一方面,许多政策目标难以被精确量化,执行过程难以被实时监督,执行结果也往往难以事后清晰归因。从经济学的角度看,这意味着基层治理天然处于一种“不完全契约”的状态:文件无法穷尽所有具体情境,规则也难以覆盖所有可能后果。正如作者在书中所指出的,基层社会“越是到基层,契约越是不完全,非正式制度越是重要,熟人社会越是占主导”。

在这样的环境中,政策执行与信息反馈不可避免地受到非正式制度的影响,基层治理所需要平衡的因素也随之增多,其复杂性自然显著上升。另一方面,基层治理还必须兼顾维稳、资源竞争等多重目标,这些事务中的风险“苗头”往往需要基层治理机构具备高度敏感性,并作出及时

而审慎的决策。

由此可见,基层治理的复杂性并非源于主观选择,而是结构性约束与现实情境叠加的结果。基层既身处等级制资源配置的末端,又处于治理实践的一线位置,这使其运转过程不可避免地充满博弈。

从经济学的视角来看,“博弈”并非负面的价值判断,而是行动者在既定约束条件下进行策略互动的必然结果。基层既要回应上级的考核与问责,又必须考虑社会反应、执行成本与潜在风险,因此其行为呈现出持续权衡与调整的特征。

基层治理既无法完全照搬政策文本,也难以彻底背离政策目标,其实际运作往往形成一种经过调适的“可执行状态”。这种状态并非偶然失误,而是在多重约束条件下形成的协同结果。例如,在招商引资过程中,基层政府不仅需要与企业进行博弈,还要与其他基层政府展开竞争;既要在正式制度框架内争取更多资源,又必须妥善应对非正式制度因素所带来的影响。这些在《基层中国的运行逻辑》一书中有着十分精彩的论述。

因此,在基层层面,“上下同治”当然仍然是制度设计的目标和治理运行的本意,但这一目标并非通过线性执行或单向命令来实现。相反,在不完全契

约、资源有限且责任集中的情境下,“上下同治”往往是通过持续的动态博弈逐步达成的:在博弈中调整执行方式,在博弈中协调上下预期,也在博弈中不断修正政策的实际边界。正是在这一意义上,博弈是“上下同治”在基层情境中的具体实现机制。

总体而言,《基层中国的运行逻辑》并非一本提供政策方案或治理对策的书,而是一部帮助读者理解基层政治现实的分析性著作。它通过经济学的分析视角,提出了“上下同治”“等级制资源配置”等关键概念,并从成本—收益分析、委托—代理框架以及博弈与动态均衡等角度,揭示了基层治理中看似零散却高度结构化的复杂现象,为理解基层政治运转提供了极具启发性的分析工具。

在日常生活、学术研究与职业选择之间,本书提供了一种难得而有价值的连接方式。

对普通读者而言,这本书有助于解释许多日常经验中“看不懂”的治理现象;对于研究者来说,它则将零散的经验材料整合为可理解、可讨论的运行逻辑;对于希望深入基层工作的人而言,本书对基层运作方式、岗位结构与晋升路径的讨论,是一份极为珍贵的“事前洞察”,有助于他们超越对“稳定”的单一想象,建立更全面的职业预期。