# 新经济时代我国企业营销观念的创新

来源：网络 作者：枫叶飘零 更新时间：2025-02-09

*[ 论文 美键词]环境挑战 营销观念 创新 [论文摘要]奉文基于新 经济 时代面对的各种挑战，论述了 企业 营销创新的必要性，着重从垒球营销观念、知识营销观念、社会营销观念、战略性竞争观念及创造需求的观念五方面，论述了我国盘业营销剖新的思路...*

[ 论文 美键词]环境挑战 营销观念 创新

[论文摘要]奉文基于新 经济 时代面对的各种挑战，论述了 企业 营销创新的必要性，着重从垒球营销观念、知识营销观念、社会营销观念、战略性竞争观念及创造需求的观念五方面，论述了我国盘业营销剖新的思路。

世界经济是在高新技术、信息技术空前 发展 ，市场呈现全球一体化的背景下进人2i世纪的。对世界经济而言，世纪交替、千年更迭已不仅仅是一个时空概念，更是一个新旧经济时代的划分标志。以信息经济或 网络 经济为特征的新经济时代已经到来。这是一个瞬息万变的时代，是一个高度竞争的时代，是一个机遇与挑战并存的时代，更是一个充满希望的时代。处于这样一个时代开端的我国企业应该怎样应对挑战，以富有远见的眼光制定适应新经济时代的营销战略，已 历史 地落到我们营销理论工作者和实际工作者的肩上。

一、新经济时代的挑战要求企业营销必须推陈出新

经济全球化的挑战。经济全球化这一概念是2(y世纪$a年代提出的，所谓经济全球化是指世界各国在全球范围内经济的融合，表现为资本、人才、劳务、商品、信息、技术、知识等生产要素在全球范围内的流动或整合，且规模不断扩大，直接的生产过程不仅在本土进行还要跨出国界。更准确地说，经济全球化是指各个国家和地区通过参与国际分工体系，发展与其它国家和地区间日益紧密的经济关系，使各种资源在世界范围内得到更合理的配置，从而使各个国家和地区的经济日益联结成一个紧密的、统一的、相互依存的体系。随着航空、电讯尤其是互联网等高新技术的发展，世界不同国家和地区间的距离日益缩短。经济全球化促使各国市场更加开放，有利于国际贸易的增长，有利于生产要素在全球范围内优化组合。但对各国企业来说，面对的市场竞争将更加激烈和残酷。在经济全球化背景下，我国企业要生存和发展，抓住机遇，为国家的富强作出历史性的贡献、就要认真分析竞争形势的变化，必须在营销管理方面深入创新。

知识经济的挑战。高新技术、信息技术的出现和发展，促使世界经济发展发生了带有根本性的变化。进人2(y世纪94年代以来，无论是发达国家还是发展 中国 家，普遍意识到21世纪是知识经济的时代。知识经济是建立在知识和信息的生产、分配和使用之上的经济，它不同于以土地资源为要素、以人的体力投人为动力的农业经济和以原材料资源为要素、以电力为动力，以机械、化学等方法为工具的 工业 经济，而是以智力资源为主要生产要素，以 科学 知识和科学技术为核心，以高科技产业为支柱的经济。知识经济作为一种创新经济，强调创新应成为经济增长的发动机，企业竞争力的大小取决于其创新能力的强弱。企业创新力包括多个方面，营销创新力是其核心要素之一，企业只有大力开展营销创新，才能更好地迎接知识经济的挑战。

加人切爪〕的挑战。经过十几年的谈判，我国加人Wto在即，这既有机遇也有挑战。加人W’lr〕后，随着降低关税及逐步取捎配额与许可证等非关税壁垒，国外商品必然涌入多国市场，对我国内工业造成相当大的冲击。同时，随着加声W’hc)实行更加开放的政策，国外一些大公司必然加快与贸易有关的投资，国外 金融 机构也会作出相应的反应，迅速进产中国金融市场。随着商品、资本等有形资产的大量涌入，价为无形资产的品牌必定以更快的速度涌向我国各个领域，匡外公司利用中国的原料、设备、劳动力生产国外品牌的商品赚取高额利润。因此我国加入暇叮D后，将面临更加激烈主市场竞争和强大的国外对手，为使我国企业在这一过程中学会生存并不断发展壮大，有足够的竞争优势参与新的国际分工，从而保证国内市场与国际市场中应有的地位，惟有以着销创新方能取胜。

二、新经济时代我国企业有销观念创新的思路

营销观念创新是企业营销工作创新的先导。新经济时代的中国企业必须树立与这个时代相适应的全新的营销欢念，才能制定出切实可行的营销战略。

树立全球营销观念。随着我国加入磷，0日益临近，一些实力雄厚的中国企业应该把全球市场置于自己的营销范围内，用全球营梢观念指导自己的营销活动。海尔集团是我国企业较早具有这一意识的公司，其创新目标是国际市场。公司总裁张瑞敏在创业初期就敏锐地意识到，他们真正的竞争对手是跨国大公司，他们明确提出实施“名牌国际化战略’，认为“名牌”必须经过国际认证。他们实施“名牌国际化”，采取“先难后易”战略，先进入发达国家市场，再向发展中国家辐射。为了进一步实现全球营销，海尔集团提出了三个I13的市场全球化战略，即:海尔产品在国内生产国内销售占113;在国内生产国外梢曹占If3;在海外建厂海外销售占lf3a当新经济时代来临之际，海尔总裁张瑞敏又提出了一个“国际化海尔”的目标。可见海尔的全球营销观念是通过“海尔的国际化”和“国际化的海尔”来实现的，前者是要求海尔的各项工作都能达到国际标准以取得参赛资格，它是国际化海尔的基础，只有先做好了海尔的国际化才有资格去做国际化的海尔。后者则表明海尔真正走向了世界，实现了其“国际化，.的目标。国际化的海尔是三位一体的海尔、即设计中心、营销中心、生产制造中心三位一体，最终成为一个具备在当地融资、融智功能的本土化海尔。例如、在美国的海尔就是这样一个三位一体的本土化的海尔，让美国人生产经营美国海尔，并利用其资源“养育”美国海尔，这才是真正惫义上的全球营销。目前，海尔集团已经在海外建立了Io个生产厂家;其家电产品已杨销s}个国家和地区。最近，美国《家电》杂志公布，海尔集团已跻身全球家电制造商十强，排名第9位名列日本日立公司之前。海尔全球营销观念是我国企业必须学习和仿效的。 续发展。 树立知识营销观念。新 经济 时代不同于as世纪的 工业 经济时代，如前所述，它是以信息、 网络 手段为特征的新经济，智力资本将成为第一资本，知识劳动者成为杜会劳动结构中的大部分。进人新经济时代， 企业 的营销观念必须转变，树立知识营销观念。知识营销观念，并非单纯倡导企业的营销活动必须转向信息产业，我们应该清醒地看到，源于美国的新经济得益于其信息技术的 发展 ，其实质是以信息产业作为传统产业的平台来带动传统产业的发展。同时，我们更应该深刻地认识到， 中国 的传统产业还不发达，还有很大的发展空间，况且中国目前由于信用体系不完善、大规模发展 电子 商务还有许多障碍。然而我们又必须看到“新经济”涌向全球并注入新世纪的潮流势不可挡，在这种环境下，中国也只能同时发展传统产业和新兴产业，在不断互动过程中促进经济增长，传统产业可以利用信息技术和网络来改变经营方式，高科技产业可以通过传统产业来实现其价值。因此无论是发展传统产业还是发展高科技产业，都离不开知识，都必须树立知识营销观念，这是新经济发展的必然要求，或者说是与这个时代相适应的一种新的营销观念，它凭借知识和智力，而不是过时的经验，在日益激烈的市场营销中取胜。企业要不断加强学习，选择和运用知识营销手段，逐步从传统的市场营销向知识营铃、智惫营销转变。

树立社会营销观念。在新经济时代，可持续发展是人类社会面临的共同挑战。我国在“十五”计划纲要中，强调要“把实施可持续发展战略放在突出的位置”。我国企业必须把自身的营销活动融人可持续发展战略中，首要的是树立社会营销观念。这是因为，可持续发展的目标是保证社会经济具有长期持续发展的能力，既能满足当代人的需求，又不对后人的需求能力构成危害。这就要求把当前发展与长远发展结合起来，促进经济增长，使经济发展与人口、资源、环境相协调，实现经济和社会的长期可持续发展。可以看出，社会营销观念是与可持续发展战略相吻合的，实施可持续发展战略必须树立社会营销观念，社会营销观念是企业实施可持续发展战略履行社会职责必须具备的基本观念。这是因为，社会营销观念的基本点是，以满足消费者现实需求及体现消费者和社会公众的长远利益作为企业的根本目标与责任，它要求在制定实施营销决策时，兼顾消费者需求的满足，消费者、社会的长远利益及企业自身的利益。企业的全部资源取之于社会，它要利用这些资源创造出有价值的物品提供给社会并实现自身的价值，同时还要回报社会实现企业的社会价值。企业自身的价值与其社会价值是融为一体的，其中企业的社会价值决定着其自身的价值。企业必须承担其营销活动的社会贵任，如密切关注社会生态环境，切实关心人民的身心健康，关注社会福利的增长及社会进步。企业只有摈弃以往作营销决策时只考虑自己眼前利益的做法，树立起社会营销观念，全面兼顾企业、消费者、社会三方面的利益，并把悄费者的利益、企业的利益、企业与消费者的长远利益—社会利益协调一致起来进行营销创新时，企业的营销活动过程才能走向良性循环，社会经济也才能实现可持

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找