# 新经济时代企业市场营销战略新思维

来源：网络 作者：情深意重 更新时间：2025-02-10

*新经济时代企业市场营销战略新思维 一、 传统经济下的企业市场营销战略传统的企业市场营销战略观点把企业的市场营销活动看成是一项单纯的销售手段，是帮助企业扩展市场销售渠道、将产品转移到消费者手中的一种辅助活动，传统观点认为消费者永远追求物美价廉...*

新经济时代企业市场营销战略新思维

一、 传统经济下的企业市场营销战略

传统的企业市场营销战略观点把企业的市场营销活动看成是一项单纯的销售手段，是帮助企业扩展市场销售渠道、将产品转移到消费者手中的一种辅助活动，传统观点认为消费者永远追求物美价廉的产品，对于产品的样式、包装、附加服务、文化内涵等其他延伸的东西远远没有价格更为看重，因此，他们的工作重点在于以较低的生产成本生产更多的产品。传统的观点还认为，没有必要对目标客户群进行必要的细分，总是试图用一种产品满足更多消费者的需要，这样才能保证产品的低成本生产和批量化生产；这种观点还认为企业开展市场营销活动的目的就是增加企业的市场销售额和市场占有率，以此增加企业的利润，等等。

总而言之，传统经济条件下的企业市场营销战略还处于一种把营销活动看成是一种手段和技巧，而没有上升到一种战略的高度加以认识和重视。现代企业的营销战略已经成为企业战略的重要组成部分，甚至在某种意义上，企业营销战略的实施和执行效果的好坏，直接关系到企业战略的实现和执行。

二、新经济背景特点及其对企业营销战略的影响

随着世界一体化和经济全球化进程的加快，世界各国的市场逐渐联系到了一起，众多的企业营销活动者在一个场合同台竞技。新经济背景下与企业开展市场营销活动密切相关的因素及其对企业市场营销战略的影响主要表现在以下几个方面。

第一、信息技术飞速发展，电子商务为企业开展市场营销活动提供了新的技术手段和平台。电子商务对于企业的市场营销活动来说，最重要的在于提供了一种全新的营销手段和平台，利用电子商务的强大手段，企业可以以传统营销手段无法做到的低成本开展一对一营销活动，可以帮助营销者收集消费者的信息，进而分析和挖掘消费者的购买行为和模式，进而采取针对性的营销策略。

第二、技术革命日新月异，产品生命周期缩短、更新换代频率加快。技术革命的日新月异及其在商品生产中的快速运用使得企业的生产效率大大提高，同时，也导致了产品生命周期的缩短。产品开发的成本能否在产品生命周期内及时地收回并保持一定的盈利水平，同时也是每一个阶段的营销策略必须考虑的问题，每个阶段的营销过程的策划、组织和统筹工作都要以产品生命周期的长短作为参考依据，营销活动的预算和投入必须考虑到在产品生命周期内能否收回。

第三、市场竞争日益激烈，企业产品的替代性越来越强，消费者需求的多样化和个性化要求越来越强。目前市场的基本态势是卖方市场向买方市场转变已经完成，供求关系发生重大变化，这样的现实要求企业不能再依靠传统的营销战略，采取低成本、规模化生产来满足更多消费者的需求，而要进行市场细分、发现不同的需求和模式，来满足他们的需要，从而赢得局部优势。

三、新经济背景下企业营销战略新思维的内涵及对策

针对以上对于新经济特点的论述及其对企业营销战略的影响，结合企业目前市场营销活动中的不足和

误区，提出从下面几个方面来认识新经济背景下的企业营销战略的内涵并采取相应策略加以实施和执行。

第一、充分利用电子商务开展营销活动和一对一营销服务。电子商务缩短了企业生产者和消费者之间的距离，减少了传统营销活动的中间环节，使消费者和生产比较低的成本面对面的接触，这就使得企业营销活动者可以采取传统营销者无法采取的手段来进行更加具有针对性的营销活动。电子商务条件下的企业营销活动由于生产者和消费者面对面接触，营销者对于消费者的了解是第一手资料，因而也对消费者的了解和掌握也更真实，对消费者的需求分析的准确性也更高，从而更能开展有针对性的营销手段。

第二、根据不同消费者的购买特征和购买行为进行市场细分，发掘和识别不同目标市场的细分需求，进行有针对性的营销。市场细分是消费者消费特征和购买行为模式发掘和模式识别的重要手段，也是市场机会发现的重要方法，市场细分强调需求的差异性和消费者购买行为的异质性，把不同的消费者群分成若干的以需求特征和购买模式标识的细分市场，然后针对性制定营销策略并开展营销活动，可以提高营销活动的针对性和适应性，从而收到更好的效果。

第三、企业在开展市场营销的过程中，要注意社会和公众利益。一个品牌的建立可能需要很多年艰苦的努力，但毁掉一个品牌确是轻而易举的事情，新经济形势下，特别是那些对环境污染比较严重的传统行业，其营销活动必须转移到社会公众注意力比较集中的环保问题，重点宣传其产品生产和消费环节的无公害性和环保性。

四、结语

新经济背景下有着较传统经济不同的经济形势和特征，客观上要求新形势下的企业营销活动要从本质上区别于传统的营销活动。企业市场营销战略是指导企业营销活动的灵魂，因此，新经济背景下企业市场营销战略要在新思维的指导下制定和执行，充分利用电子商务信息技术，开展市场细分和市场调研，在营销活动中更多地关注社会公共利益和环保要求的表达。

参考文献：

[1]吴晓云,张峰.中国产业市场企业全球营销战略驱动因素实证研究.管理学报.2025.05.

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