

网络经济时代企业市场营销研究

严 轩

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年4月10日; 录用日期: 2025年4月24日; 发布日期: 2025年5月31日

摘 要

当前, 社会进步的步伐异常迅猛, 这与科技的飞速发展和计算机网络的广泛应用是密不可分的, 网络时代的到来是无法忽视的。网络技术给我们生活带来便利的同时也使得消费者对产品提出更高的要求。因此, 在这个全新的网络时代背景下, 人们在日常生活中的消费观念经历了多方面的改变, 这也意味着企业在市场营销策略上需要相应地进行调整。企业想要适应现在的市场环境, 必须将网络营销策略运用到其中, 从而促进企业获得更多的利润以及市场份额。为了满足当前人们的购买需求, 企业应在新网络时代的市场中寻找并占据属于自己的市场份额。只有这样才能更好地适应当前时代的发展趋势。本文旨在探讨网络经济时代企业市场营销存在的问题与对策, 以期为企业的市场营销实践提供有益的参考。

关键词

网络经济时代, 市场营销, 企业研究

Research on Enterprise Marketing in the Era of Network Economy

Xuan Yan

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Apr. 10th, 2025; accepted: Apr. 24th, 2025; published: May 31st, 2025

Abstract

Currently, the pace of social progress is exceptionally rapid, which is closely related to the rapid development of technology and the widespread application of computer networks. The arrival of the Internet era cannot be ignored. While network technology brings convenience to our lives, it also makes consumers demand higher standards for products. Therefore, in this new era of the internet, people's consumption concepts in daily life have undergone various changes, which also means that enterprises need to adjust their marketing strategies accordingly. To adapt to the

current market environment, enterprises must apply online marketing strategies to promote the acquisition of more profits and market share. In order to meet the current purchasing needs of people, enterprises should seek and occupy their own market share in the market of the new network era. Only in this way can we better adapt to the development trend of the current era. This study conducted in-depth analysis and exploration of enterprise marketing strategies in the context of the internet economy, identified existing problems, and proposed targeted solutions to assist enterprises in achieving comprehensive transformation in the era of the internet economy.

Keywords

Internet Economy Era, Marketing, Enterprise Research

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

随着互联网技术的迅猛发展，网络经济时代已经全面到来。企业市场营销的环境和方式发生了深刻变化，网络营销逐渐成为主流。然而，在网络经济背景下，企业市场营销也面临着诸多挑战，如缺乏创新、竞争激烈、专业人才不足等问题。这些问题不仅影响了企业的市场竞争力，也制约了企业的持续发展。因此，对网络经济时代企业市场营销存在的问题进行深入研究，并提出有效的对策，对于推动企业市场营销的创新与发展，具有重要的现实意义和理论价值。

本研究旨在深入探讨网络经济时代企业市场营销所面临的主要问题，并针对性地提出有效的解决策略。随着互联网的迅猛发展，网络经济已成为推动全球经济增长的重要力量。在此背景下，企业市场营销的环境和方式发生了深刻变化。本研究的目的在于揭示这些变化对企业市场营销带来的挑战，通过系统分析存在的问题，为企业制定适应网络经济时代要求的市场营销策略提供理论支持和实践指导，进而提升企业的市场竞争力，促进企业的可持续发展，具有重要的理论和实践意义[1]。

2. 网络经济时代企业市场营销的理论基础

2.1. 网络经济时代的特征与影响

在网络经济的背景下，快速响应、高度渗透和自我扩张成为其显著特点。网络经济是一种全新的经济形态。互联网消弭了时间和空间的差异，推动了经济活动的全球化和即时性，使得企业能够迅速适应市场的变化。信息资源在全球范围内流动，实现资源共享，提高了经济运行效率。与此同时，信息技术已经深入到各个行业中，使得产业的边界变得模糊，并催生了新的业务模式。网络经济改变了企业经营模式，促使企业进行商业模式创新，实现资源优化配置，提高竞争力。另外，由于网络经济的边际效益持续增长，这导致了经济活动的效益也在不断上升。在这种背景下，传统市场营销面临着诸多挑战与机遇。这些独特的特性对企业的市场营销产生了深远的影响，这就要求企业必须拥有更新的信息理念和知识体系，以便更好地适应不断变化的市场环境，提高营销效能，并满足消费者多样化的需求。

2.2. 企业市场营销的相关理论

在网络经济的背景下，企业的市场营销理论覆盖了众多领域。从传统到现代的发展过程中，各种不同理论对市场营销产生着巨大影响。在这其中，STP 理论显得尤为关键，它涵盖了市场的细分、目标市

场的选择以及市场的定位,为企业在确定营销策略时提供了一个清晰的框架。消费者行为研究是其重要内容之一。另外,4P(产品、价格、促销、渠道)理论和4C(顾客、成本、便利、沟通)理论也是市场营销的核心要素。前者更侧重于企业的视角,而后者则更多地关注于满足顾客的需求。另外,网络营销中的口碑传播和搜索引擎等新技术更是为企业创造了无限商机。在网络经济时代,这些理论共同为企业的营销提供了坚固的理论支撑[2]。

2.3. 网络经济时代对企业市场营销的新要求

在网络经济的背景下,企业的市场营销面临着新的挑战和需求。在这种环境下,企业要实现可持续发展,必须重视顾客价值创造和维系。公司应当坚持与消费者之间的互惠互利原则,并重视建立长久的合作关系。为实现这一目标,应加强对消费者信息和消费行为的分析,制定科学有效的产品规划,通过差异化竞争战略吸引消费者注意力[1]。与此同时,企业应该把客户放在营销活动的核心位置,提供定制化的服务,以满足他们的高级需求。企业需借助互联网平台开展营销活动,并通过网络营销实现与目标客户之间的直接互动,进而提高营销效率,提升营销效果。除此之外,企业还需要拥有出色的数据分析技巧,以准确地了解市场动态和消费者的购买行为,从而更好地制定营销策略。企业还应通过开展网络营销,提升自身竞争力。最终,为了适应市场环境的快速演变,企业需要持续地创新其市场营销策略,以便在激烈的市场竞争环境中突出重围。

3. 网络经济时代企业市场营销存在的问题

3.1. 市场营销观念滞后

在网络经济时代,部分企业仍固守传统的市场营销观念,未能及时跟上市场变革的步伐。这些企业往往过于依赖传统的营销手段,如大量投放广告、开展线下促销活动等,而忽视了网络营销的重要性。市场营销观念的滞后,导致企业难以精准捕捉消费者需求,错失市场机遇。此外,传统营销方式的高成本也加剧了企业的经济负担,降低了市场竞争力。因此,更新市场营销观念,积极拥抱网络营销新趋势,已成为企业亟待解决的问题[2]。

3.2. 网络营销手段单一

在网络经济时代,部分企业仍深陷传统营销模式的泥淖,网络营销手段显得单一且缺乏创新。这些企业往往仅依赖于有限的线上平台发布广告和信息,忽视了社交媒体、内容营销、大数据精准推送等新兴网络营销手段的运用。这种单一性不仅限制了企业的市场覆盖面,还难以有效吸引和留住目标客户群体,导致营销效果大打折扣。因此,企业需紧跟时代步伐,拓宽网络营销视野,丰富营销手段,以实现更广泛的市场触达和更高效的营销转化[3]。

3.3. 缺乏有效的市场调研与分析

在网络经济时代,部分企业忽视了市场调研与分析的重要性,导致营销策略缺乏针对性与实效性。这些企业往往凭借主观臆断或过往经验制定营销计划,忽视了市场需求的动态变化与消费者偏好的多元化。缺乏有效的市场调研,企业难以准确把握目标市场的真实需求,进而造成产品定位模糊、营销策略失效。此外,忽视数据分析也限制了企业对市场趋势的预测能力,使企业在激烈的市场竞争中处于被动地位[4]。因此,加强市场调研与分析,成为企业提升营销效果的关键一环。

3.4. 客户关系管理不善

在网络经济时代,企业市场营销中客户关系管理不善的问题日益凸显。具体表现为客户信息散乱、

缺乏系统性管理，客户需求分析不足，导致个性化服务缺失。同时，客户维护力度不够，沟通渠道单一，难以建立稳固的客户关系。这些问题不仅影响客户满意度和忠诚度，还制约了企业市场营销效果的提升。因此，加强客户关系管理，完善客户信息管理体系，深入分析客户需求，拓宽客户沟通渠道，成为企业亟待解决的问题[5]。

3.5. 营销人才短缺

在网络经济时代，企业市场营销面临的一个显著问题是营销人才的短缺。随着数字化营销的兴起，企业对既懂传统营销理论又精通网络技术的复合型人才需求激增。然而，当前市场上这类人才供不应求，导致许多企业在制定和执行网络营销策略时力不从心。此外，部分企业对营销人才的培养和引进不够重视，进一步加剧了人才短缺的现状。这不仅限制了企业市场营销的创新与发展，也影响了其在激烈市场竞争中的优势地位。因此，加强营销人才队伍建设已成为企业亟待解决的问题。

4. 网络经济时代企业市场营销的对策

4.1. 创新市场营销观念

在网络经济时代，企业市场营销的首要对策是创新市场营销观念。传统营销观念已难以适应当前快速变化的市场环境，企业需树立以消费者为中心、数据驱动的营销理念。通过深入分析消费者行为和市场需求，实现精准营销和个性化服务。同时，企业还应注重培养跨界合作思维，整合线上线下资源，打造全方位、多渠道的营销体系。只有不断创新市场营销观念，企业才能在激烈的市场竞争中脱颖而出，实现可持续发展。

4.2. 丰富网络营销手段

在网络经济时代，企业需不断丰富网络营销手段以提升市场竞争力。一方面，应充分利用社交媒体、短视频平台等新兴渠道，通过创意内容和互动营销吸引用户关注；另一方面，运用大数据和人工智能技术，实现精准营销和个性化推荐，满足消费者多元化需求。此外，开展线上直播、虚拟体验等新型营销活动，增强用户参与感和沉浸感。通过这些丰富多样的网络营销手段，企业能有效拓宽市场边界，提升品牌影响力和市场份额。

4.3. 加强市场调研与分析

在网络经济时代，企业需高度重视市场调研与分析。通过大数据、云计算等技术手段，深入挖掘消费者需求与市场趋势，为企业营销策略提供精准数据支持。企业应建立完善的调研体系，定期收集并分析市场动态，及时调整营销方案。同时，注重消费者反馈，利用社交媒体等渠道快速响应市场变化。加强内部数据分析团队建设，提升数据解读能力，确保市场调研结果的有效转化与应用，从而在网络经济浪潮中保持市场竞争力。

4.4. 优化客户关系管理

在网络经济时代，优化客户关系管理至关重要。企业需运用 CRM 系统整合客户信息，实现精准营销。通过数据分析，深入了解客户需求，提供个性化服务，增强客户满意度与忠诚度。同时，构筑以客户为中心的企业文化，鼓励全员参与 CRM，确保每位员工都能为客户提供优质服务。此外，企业应持续创新 CRM 策略，以适应市场变化，通过“一对一营销”等策略，提升营销效率，降低客户流失率，最终实现企业与客户的双赢[6]。

4.5. 加强营销人才培养

在数字经济时代，企业市场营销的成功与否，很大程度上取决于营销人才的专业素养与创新能力。因此，加强营销人才培养成为企业的重要任务。企业应注重引进具备互联网思维、数据分析能力和创新精神的营销人才，同时加大对现有营销团队的培训力度，提升其网络营销技能和市场洞察力。通过构建完善的营销人才培养体系，打造一支高素质、专业化的营销队伍，为企业在激烈的市场竞争中赢得先机，实现可持续发展奠定坚实的人才基础。

5. 结语

本研究针对数字经济时代企业市场营销存在的问题与对策进行了深入探讨。研究发现，企业在网络营销中普遍面临定位模糊、策略单一、技术创新不足及客户关系管理薄弱等问题。这些问题严重制约了企业的市场竞争力与可持续发展。通过综合分析，本文提出了明确市场定位、多元化营销策略、加强技术创新及优化客户关系管理等对策，以期为企业提升网络营销效果提供参考。研究表明，积极应对这些问题并采取有效措施，将有助于企业在数字经济时代取得更好的市场表现。

随着信息技术和经济的飞速进步，网络已经变成了人们日常生活中不可或缺的一部分，因此，网上购物逐步取代了传统的实体店，成为了人们首选的购物方式。随着电子商务的不断成熟，企业之间的竞争也越来越激烈，企业想要取得长久的生存和发展就要不断创新和完善自己的营销模式，并根据市场环境的变化适时调整其市场战略，以确保在数字化时代，企业的效益能够持续增长，实现企业的全面发展和壮大。

参考文献

- [1] 刘爱荣. 电子商务在企业市场营销中的应用[J]. 中国集体经济, 2023(22): 77-80.
- [2] 孙丹. 创新驱动战略背景下企业市场营销策略的创新路径[J]. 赤峰学院学报(汉文哲学社会科学版), 2023(1): 104-106.
- [3] 王睿. 电子商务在企业市场营销中的应用实践探析[J]. 中国新通信, 2023(9): 83-85.
- [4] 吴怀涛. 浅析数字经济时代的企业营销管理变革[J]. 改革与开放, 2022(24): 11-14.
- [5] 张合. 新时代企业营销管理变革[J]. 学理论, 2023(18): 67-68.
- [6] 敦帅. 分享经济视阈下企业协同创新发展研究[J]. 上海市经济管理干部学院学报, 2023(6): 2-12.