

# 网络经济时代背景下市场营销管理的机遇与挑战

王婷

中国卫通集团股份有限公司

DOI:10.12238/jpm.v3i10.5353

**[摘要]** 在科学技术日益进步的推动下, 迅速进入到了网络时代, 经济建设、社会生产以及文化等领域都离不开互联网, 经济的发展形势在近几年迅速转变, 以电子商务为主的互联网经济也在快速发展。与此同时, 人们以往的消费模式由于互联网的冲击也发生了很大的变化, 对于传统商业来说, 这种影响是很大的, 营销模式的发展环境也遭到了破坏。互联网为市场营销模式带来的创新和改变, 为公司未来的发展提供了良好的条件, 同时也带来了一些挑战。本文以互联网经济时代为研究背景, 探讨了互联网经济时代给营销管理带来的机遇和挑战, 分析了市场营销管理未来的发展趋势, 旨在为企业发展提供参考。

**[关键词]** 网络经济时代; 市场营销; 机遇; 挑战

## Opportunities and Challenges of Marketing Management under the Background of Network Economy

Wang Ting

China Watcom Group Corporation Limited

**[Abstract]** Driven by the increasing progress of science and technology, it has rapidly entered the network era. Economic construction, social production and culture and other fields are inseparable from the Internet. The economic development situation has changed rapidly in recent years, and the Internet economy mainly based on e-commerce is also developing rapidly. At the same time, people's previous consumption pattern has also changed greatly due to the impact of the Internet. For the traditional business, this impact is very great, and the development environment of the marketing model has also been destroyed. The innovation and changes brought by the Internet to the marketing model provide good conditions for the future development of the company, but also bring some challenges. This paper takes the era of Internet economy as the research background, discusses the opportunities and challenges brought by the Internet economy era to marketing management, and analyzes the future development trend of marketing management, aiming to provide reference for the development of enterprises.

**[Key words]** Network economy era; marketing; opportunities; challenges

### 前言:

所谓市场营销, 即通过与顾客、合作伙伴等进行交流沟通中来为整个社会带来经济效益的过程, 但在互联网经济的冲击下, 市场营销管理不再是传统的实体营销, 出现了大量的新兴营销方式。先进的网络技术为市场营销带来更多样的选择, 营销手段和营销决策过程变得更加丰富, 彻底改变了传统营销格局。互联网的经济时代让商业工作变得更容易, 比如减轻了商家的压力, 增加了商家之间相互合作的机会, 打开了产品的市场等。但同时他也给企业带来了挑战, 为了达到更严格的要求, 企业必须不断改进和改进营销策略, 以适应市场变化, 确保市场营销健康和可持续的发展。

### 一、网络经济时代的特点

由于当下互联网技术的迅速崛起, 在此基础上诞生了网络经济这种新的经济体系, 主要依托于计算机技术。网络经济带来的新经济形态, 不仅促进了以计算机为基础的技术的快速发展, 也带动了参与互联网发展的传统企业的变革, 以及高新技

术产业的兴起。总的来说, 网络经济是一种基于传统经济和现代科技的加入来构成的高级经济形态。

国民经济的信息化建设对于网络经济的发展至关重要。企业通过互联网和云计算来对数据进行处理分析, 进而为企业的研发、管理等提供良好的发展方向。在互联网蓬勃发展的今天, 企业的经营理念和经营模式在网络经济的冲击下发生了质的改变。根据网络经济的概念, 可以总结出网络经济主要特点<sup>[1]</sup>:

#### 1、无时间限制

与传统的经济形态不同, 网络经济没有了时间的限制, 可以做到二十四小时全天候运作, 这也是其最明显的特点。无论任何时间, 交易往来都可以在短时间内完成。进入了网络经济时代, 任何经济活动已经摆脱了时间的制约。

#### 2、无空间限制

网络经济牵动着全球经济的发展, 随着互联网的普及, 世拉近了国家之间的距离, 加强了国家之间的相互联系, 促进了

全球经济化进程。

### 3、网络经济的即时性

当时间和空间对互联网经济的限制越来越少,同时信息传递的速度越来越快,互联网经济就变成了快速经济。它可以根据情况来做出变化,实时收集信息进行汇总。

### 4、网络经济的自我膨胀

从第一台计算机问世到现在,其计算能力远远超过当年的1000万倍。基于计算机快速的计算能力,加快了信息收集、信息处理和数据分析的速度,从而更好的掌握经济发展。近些年来,网民爆炸式增长,销售团队越来越大,创造出的经济价值也越来越高。

## 二、在网络经济下市场营销管理的机遇

### 1、创新模式不断开发推广

在互联网经营的方式下,有着向创新型营销方式不断发展推广的发展机会。在以往的市场营销方式中,产品制造与营销经过了许多中间商,成本与时间也大大提高了,这将浪费人们更多的时间、物力和资金。同时也能发现,在市场经济发展的大背景下,这种以往的市场营销方式并不能顺应时代趋势<sup>[2]</sup>。但是现在人们可以看到,在网络的经营方式下,在一个产品发展的进程中,有许多环节都能够进行减少,生产成本就得到了大幅的减少。而现如今,电子商务模式已经能够实现用户可以直接从商家获得商品的营销方式。在这种过程中,如果没有中间商参与或剥削利润的活动,这样的模式将使整个营销过程变得更加简单,而营销方式也将会从传统型向创新型的发展转变。

### 2、营销范围的不断扩大

在企业的营销模式中,一般来说掌握经营成本的重要手段是物流配送。由于物流成本的多少决定着公司的经营效益,低廉的物流配送成本有助于在竞争中增强公司的竞争能力。目前的互联网发展下,电商的重要作用已经表现出,不论物流或是资金流等方面,它都占有了很大的比重。基于全新的网络构架下,利用高速快捷的网络技术能够促进电商的蓬勃发展,物流企业能够借助网络的高速发展加强物流的信息化与管理水平。最关键的是,物流企业能够做到二十四小时的全时段运作,无论商家还是消费者,都能够随时了解自己的物流数据,做到公开性和透明性。伴随着互联网发展的迅速成长,商品的出售和流通已经得以突破时间与地域的界限,进而在世界各地进行销售。

### 3、营销的方式发生巨大改变

网络经济的迅速发展带来了营销模式的变革。在互联网爆发式发展的大背景下,网络营销也随之而来。在老套的营销模式下,由于没有互联网的支持,不能有效处理如此庞大的网络数据,并且运用好了这些营销数据。企业不管在最初的生产制造,还是到最后的消费,将大量的时间和资金都花费在了大量的中间环节中。而这种不合理的过程和循环将增加公司的生产成本,从而降低了公司的效益。

### 4、消费者的主体性和市场的包容性

伴随着人们的知识水平不断提高,人们对于市场上信息的传播也有着个人的判断。在互联网市场上,同类产品的品牌繁杂,经过选择,人们的购物价值观也越发理性,对商品的需求越发多元化。在以往的交易体系中,人们总是处在被动的状态,

而在现今的互联网消费模式中,消费者逐渐处于了主体的角色,他们越发渴望高品质多元化的商品,按照自身需求做出挑选和购物。这也促进生产公司和商户在产品的制作中也更加地迎合消费者,站在消费者的视角上去做好产品宣传和市场的交易。在现今的互联网市场中,也包容整合了传统的消费市场。传统的消费市场功能相对简单,市场分类也较为明确,比如五金商场和建材市场在一起,卖场和大型超市也分布在一起。然而网络市场却非常全面,打通了各行各业各类商品的壁垒与鸿沟,用户想要任何商品,都能够从互联网产品上寻找。网络冲破了地区和时间的限制,不同公司间的沟通更加密切,使企业洽谈中的投资范围选择更加多样化,产品的改进更加优质。

## 三、网络经济时代市场营销面临的挑战

### 1、市场环境变化

由于互联网的发展与外部环境共同造成的冲击,逐渐促进了网络市场的发展,使得网络市场的内部和外部环境都出现了很大的变化,这在一定意义上也影响了营销工作的开展。

### 2、危害市场秩序

在网络市场的大环境下,产生了商业相混及侵害商标权等许多类似的不合法营销活动,其中一种主要的形式便是商业相混和侵害商标权的行为<sup>[3]</sup>。这样的不合法营销活动涉及许多方面,例如公司采用知名品牌特有的或相似的品牌、产品、标志等,从而让用户把二者混淆了,从而达到公司自己的营销目的;另外还有某些公司私自采用他人公司的名义和私自使用公司代言人的方式,可能给人们在知名品牌的关注和关注的同时造成误导,通过这些方式获取经营收益;还有部分企业直接以网上营销的方式出售假冒伪劣商品,利用不合法的网络渠道营销方式实现自身获利目的,严重地损害了网络市场正常的运营秩序。

### 3、采取不正当手段竞争

在如今信息技术高度发展的年代,许多不法分子在现代网络营销平台当中,运用先进的现代互联网信息技术实施了不正当竞争,或是通过利用网络当中的安全漏洞实现对用户数据的窃取和使用,并借此增强了企业实力,而这些利用严重危害别人利益来实现自己利润的做法对网络环境也产生了巨大损害,对于这些运用高新技术的不正当竞争活动是很难做到有效防范的。

### 4、虚假宣传

进入互联网的新时代,具备着网络技术的开放性和资源共享性的优势,而这种特性往往会被某些不法商家所使用,通过各类网络平台实现了商品的虚假传播,涉及产品特点、功能、服务品质以及生产原料和产品有效期限等<sup>[4]</sup>,都实现了虚假传播手段来误导客户,并通过使用这些不合法方式实现了企业的盈利,从而在市场竞争剧烈的环境当中占据了一席之地。近年来,由于信息技术已经一步步的渗入到了我们日常生活的角落,各种不法行为越来越猖狂,同时也有越来越多的网络营销企业利用互联网进行虚假推广,而且目前这些行为已经开始向服务行业中扩散,尤其是一些在互联网上的业务产品和服务平台,已经严重破坏了网络市场,也使得互联网环境真实性的下降,人们开始更加不相信网络平台,严重干扰了网络营销管理的有效实施与发展。

### 5、垄断企业频出

随着中国互联网的日益蓬勃发展,市场竞争环境也日趋激烈,社会各个公司纷纷在激烈的市场中主动找寻自己的经营方向,推动公司在剧烈的市场发展环境中提升自己竞争力,在突出自身优势的基础上谋求公司长期有效的发展。而社会上很多拥有核心竞争力的公司,为实现公司的长远利益,在网络经营时期通过垄断企业的手段进行对公司发展的维护和提高。网络环境下的垄断经营指一般是公司在相应的注册领域之中,独占数据中心及其它主要网络的优势条件,不断壮大自己并通过不当方式限制领域当中其他的竞争对手向这个行业的进军,这些不正规竞争手段严重违背了市场营销的规范。

#### 四、市场营销在网络经济时代做出的转变

##### 1、创新营销手段

网络经济背景下,优化营销管理需要不断革新市场营销方式。适应市场的变迁,满足当下人们热衷的生活方式,适时改变我们的营销模式。与此同时,经营者也必须主动转换市场的营销模式,培养企业创新意识,从网络特点和向消费者需要的转变入手,总结和革新市场营销方法,开展软市销和网络直复市场营销。在网络经济时期,由于公司的市场营销活动由网络营销主导,而且互联网营销中存在着双向交互,所以公司也应该做好引导,使消费者积极地参与到公司的市场营销中,从而提高了消费者的主动和选择权,以此来提高营销管理效益。对于公司的营销管理工作而言,每一环节都举足轻重、密不可分,所以公司必须完善整个生产营销过程,并进行细节管理,从选品、商品上架、营销推广、产品销售再到服务等都必须进行标准化,以形成专业、高效及创新的生产营销管理模式。企业要及时制订好市场营销战略,确定好产品的营销渠道,有效减少市场营销失误,从而提高公司的生产营销管理效率,有效完善公司的市场营销管理。此外,企业管理层还应当针对公司市场营销手段及实际营销状况,做好经营数据分析,以及时发现新经营问题并进行跟踪反馈,以提高公司创新经营手段的使用效益,把公司经营成本控制在合理范围内,以有效增强公司市场竞争力,扩大公司市场份额等。

##### 2、丰富市场营销模式

在网络经济时期,企业要想进一步优化公司的营销管理模式,就必须丰富产品市场营销模式,并有效拓展产品营销途径。首先,公司根据网络特点和网络消费者的个性化购物需要,创新了销售模式。通过网络营销平台及时地向消费者传达有关资讯,并利用合理的宣传手法提高了消费者的商品认可度和接受度。同时,公司必须遵守互联网经营法则,利用网络经营优势做好市场营销推广,丰富市场营销活动,以留住消费者。其次,企业在网络经营的背景下,由于受到传统市场营销管理模式和营销制度的约束,企业无法合理拓展产品营销模式,这些情形下,企业在进行产品市场营销管理工作的过程中必须立足于实践,做好产品营销管理工作计划,并确立统一的产品市场与营销目标。公司可利用直接营销途径进行营销产品,也可委托网络提供商在网上公布有关资料,以信息联络产品开展销售。企业市场营销部门也可以通过网络工具,针对用户的购物要求和订购意向进行各种形式多样的宣传方式,以迅速占领市场。

经营者要进行市场研究,牢牢掌握市场发展现状和趋势变化规律,不断丰富企业营销方式,强化企业线上营销和线下营销的有效结合,制定适应市场发展的企业市场营销计划,并开展实践性营销。管理人员和营销人员必须深入分析产品特点、产品市场需求、顾客群体,在此基础上进行营销控制,从而逐步优化产品营销流程。最后,通过丰富的市场营销途径,采用目标营销、扩散营销、直接市场营销、虚拟市场营销、双向交互营销等,可以有效增加商品的市场竞争力。值得注意的是,公司在进行网络营销的过程中,必须挑选合格的销售代理,同时优化物流配送、在线付款等服务,确保用户可以方便的在线购买、网上支付等,以此提高公司的经济效益。

##### 3、强化交流合作

进入网络经济时代,要想优化企业营销管理模式,公司之间必须加强沟通协作,在合作交流中做到优势互补,从而进一步发掘企业潜力,有效提高公司营销管理水平<sup>[5]</sup>。在增强企业实力的基础上,确立长期的战略发展目标,与关联公司开展密切的交流协作,及时克服各自缺点,紧紧抓住发展机会。有效利用企业的竞争优势,进一步调动了职工的主动性和创造力,从而推动企业发展。促进公司产品升级,有效管理公司的制造、管理营销活动,提高服务质量。从公司经营来说,加强市场营销,增强客户竞争力,必须提高产品质量。同时,公司要尊重广大消费者的需要,向广大用户保证服务质量,提供优质全面的售后服务,以提高消费者的品牌信心,进而提高产品销量。再者,公司营销部门应进行待查统计工作,记录用户的市场情况,在此基础上完成商品的方案制作,以促进销售。公司还应当针对不同消费者的个性化产品应用需要,加快产品升级以及丰富的产品营销服务,并针对在产品应用期限内所产生的问题,做出更有效的解决措施。

#### 五、结语

综上所述,网络经济时代的来临不仅为企业的市场营销工作带来更多的机遇,同时也带来了更大的挑战。企业要迎合时代的发展,加强对融媒体发展和顾客体验的注意,促进市场营销管理工作的创新升级,挖掘营销新渠道,向客户提供全方位的服务。在此基础上,开辟全新营销渠道,适应环境变化带来的营销主体变革,根据不同的用户群体来提供针对性的产品服务,帮助企业可以在互联网时代背景下更有竞争力。

#### [参考文献]

- [1]逯彬.网络经济时代背景下市场营销管理的机遇与挑战[J].山西青年,2022(12):73-75.
- [2]李纯.网络经济背景下市场营销管理的机遇与挑战分析[J].中国管理信息化,2021,24(20):75-76.
- [3]臧紫薇.浅析网络经济时代市场营销管理的机遇与挑战[J].现代营销(下旬刊),2019(02):66.
- [4]谢森.网络经济时代市场营销管理的机遇与挑战[J].中国市场,2019(01):137-138.
- [5]冯娜.浅议网络经济时代背景下市场营销管理的机遇与挑战[J].今日财富,2016(12):74.