# 浅论新经济时代营销的发展趋势

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-02-06

*论文 摘要：新经济时代营销 发展 趋势主要包括：创新是新经济时代营销的核心;新经济的营销是体验营销;高科技产品大行其道; 网络 世界，连接未来;速度经营、快速致富。　　论文关键词：新经济 营销 发展趋势　　进入21世纪，一个崭新的经济运...*

　　论文 摘要：新经济时代营销 发展 趋势主要包括：创新是新经济时代营销的核心;新经济的营销是体验营销;高科技产品大行其道; 网络 世界，连接未来;速度经营、快速致富。

　　论文关键词：新经济 营销 发展趋势

　　进入21世纪，一个崭新的经济运行模式开始呈现在人们面前，这就是以网络、信息、知识和高新技术为主要特征，以满足消费者的需求为核心的新经济迅速发展。

　　新经济是一个崭新的经济形态。它必将在新世纪中发挥着独特的重大作用。新经济是一种召唤，它呼唤每个民族扩大视野。锐意进取。

　　在新经济时代，每个 企业 如何抓住机遇，创新发展呢?关键在于对新经济时代营销的发展趋势的认识，以下谈谈自己的认识体会。

　　趋势一：创新是新经济时代营销的核心

　　创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。创新是企业常盛不衰的源泉，是新经济的核心。全球性信息网络的形成，使得技术扩散的速度加快，因而造成产品和工艺在技术上的趋同化。企业间竞争实力，就体现在创新能力上。惟有大力创新，不断推出新技术和新产品方能在市场中站稳脚跟。与此同时，技术贸易壁垒也必然随着市场竞争的加剧而日趋强化。在这种形势下，开发自己的技术，提高本企业的创新能力，就成了新经济时代的基本要求。

　　(1)产品创新是企业持续发展和成长的基础

　　在新经济社会。经济的发展是可持续的，企业的持续发展是企业的最高目标。产品创新与企业持续发展之间存在密切的关系，可以说产品创新是企业持续发展的基础。这是因为，产品创新在促进企业自我成长过程中发挥着极大作用。多数企业都重视开发新产品，力图向市场投入更多的新产品，扩大本企业的产品市场份额。某类产品市场占有率的提高。可以使企业获得更高的利润特别是新开发的产品，一般技术含量高，多为高附加值产品。这种新产品投入市场，必然使企业获得高收入，这对企业的成长无疑会起到很大的作用。

　　(2)产品创新可以维护企业的竞争地位。

　　一般说来，产品竞争双方都力图通过新产品开发去取得某一特定市场的主导或支配地位。例如，当加拿大的米勒公司推出了LITE啤酒获得成功后，几乎所有的啤酒公司都相继投入了自己的类似产品，参加市场竞争在几个月之内类似LITE的新产品有40多个，但由于米勒公司不断创新产品，结果其他公司都无法取代米勒公司在这一市场上的领导地位。

　　(3)产品创新是企业适应环境变化的基本手段

　　当企业发现消费者需求发生变化或者环境条件改变的时候，预示着企业的现有产品正出现衰退的可能，则必须采取产品创新的方法开发出新产品为企业寻找新的机会。以北美为例，当企业发现城市居居民对酒类的偏好发生改变。人们不再像过去那样喜欢饮烈性酒时，便争先开发出品类繁多的低度饮料新产品。另外，近些年，在 工业 市场上由于能源的短缺和人们对环境污染的愈加重视，现在很多厂家都把新产品的开发方向放到了高效、低耗、无污染的绿色产品的开发上。由于产品创新适应了市场和环境的变化，因此，也使企业能够在变化的环境中得以生存和发展。

　　趋势二：新经济的营销是体验营销

　　在新经济时代，企业更重视顾客的体验、感觉。企业站在消费者的立场，将感官、情感、思考、联想、行动五个点作为一种设计思考的方式，根据不同的地区特性及终端销售环境，展现不同的体验需求。广告做到哪里就说哪里的话，把消费者见物所思、见景生情完全控制在手中，但品牌的整体理念、定位、系统都必须讲究一致性，这样品牌资产才不至于丢失殆尽和受损。如西式的速食龙头麦当劳，为充分掌握时代趋势，近日在国内大玩“体验营销”，特别是近日在广州地铁上推出的新广告，充分将感官的体验呈现而出，以至让人耳目一新。麦当劳在跨入21世纪，就力推“欢乐欢笑每一刻”的品牌形象，一改过去的“欢乐美味，在麦当劳”，“百分之百顾客满意”，以及后来使用的“麦当劳都是为你”等口号，并以“完全用餐经验”重新定位，期望征服顾客的心，在不同的时段，针对不同的顾客群，提供“对口”服务，从而创造一种互动的欢乐气氛，让顾客觉得好玩、有情趣，用体验来达到顾客满意，进而增加顾客重复购买，这也是造成国内外许多小朋友对它情有独钟、忠诚度极高的原因所致。

　　这次麦当劳推出的广告，在体验营销上玩得更是精彩纷呈，可以说将体验式营销发挥到了极致。我们不妨一起来看看，麦当劳近日推出的这一系列的平面广告：

　　第一则：在地铁的车门旁，一左一右有两幅广告一模一样，都是一个大的汉堡包，1：3语化的广告语很特别——“张口闭口都是麦当劳”，整张广告简洁明朗，一目了然，卖点很是突出，让人不由不去联想。伴随着地铁门的一开一合，就会让人想到嘴巴一张一合的用餐情景。

　　第二则：在地铁车里的进口处位置，也有一则广告，广告语也很特别——“想吃只需多走几步”，似乎人人在车内走都是想吃麦当劳。试想，车门一开，谁不往里走呢?

　　第三则：在地铁车内的对门位置，一包薯条放在广告的一侧，仍是配以醒目的广告语——“站台人多不要紧，薯条越多越开心!，，没错，就连我们在车上挤来挤去，这种滋味，它都知道!，.

　　第四则：还有一幅贴在车窗上的广告——“越看它越像麦辣鸡翅?一定是你饿了!”，画面上有一块麦辣鸡翅烤得黄亮亮的，很是诱人。看看，这则体验广告替我们把体验都说出来了，绝!

　　第五则：在地铁座位的上方，原先有一块各站点的指示牌，也被取代成麦当劳的指示牌了，广告语——“站站都想吃”，每一个“站台”都是麦当劳在 中国 推出的产品.逐个相继标出，并用连线串起，“巨无霸、薯条、麦辣鸡翅、麦乐鸡、麦香猪柳、板烧鸡腿、圆筒冰淇淋、新地、麦辣鸡腿汉堡、汉堡包、开心乐园餐”。…… 麦当劳一改以往的传播手法，这些在地铁里的广告，放到哪里，就说哪的话，让消费者感受、留下印象，以至产生强烈共鸣。

　　体验营销是21世纪营销最有力的秘密战斗武器，它与消费者的沟通和互动最有力，谁能牢牢地把握，淮就会讨得消费者的欢心。这种体验式营销的实施，可以让品牌更有竞争力!

　　趋势三：高科技产品大行其道

　　高科技是新 经济 时代营销的基础，新技术革命直接催生了新经济，使新经济成级数增长。在新经济社会中，随着高科技产业化速度的加快，它对新经济的量增效应将由点到面、由面到体，呈放射 网络 状的态势全面展开。新经济是一种信息经济，是可持续 发展 经济，是未来主宰人类社会方方面面的“朝阳经济”。随着高科技因素在经济形态中的含量不断提高，经济形态必然会飞跃到以知识技术、智力为主要资源的新经济形态。

　　产品日益高科技化的发展趋势进一步加速了产品寿命周期的缩短，同时，由于产品科技含量高，更新换代速度快以及科技发明层出不穷等原因，加之消费者对高科技产品认识不足和缺乏消费经验，促成高科技市场营销环境充满风险和不确定性。营销人员无法按照常规预测、把握该市场对新产品的需求特性和相关数据。这就是为什么近年高科技行业利润高、风险也高的原由。

　　显而易见，高科技营销除了注重持续创新，建立专业分工协作体系抵御其风险性经营之外，围绕高科技产品创建相应的服务体系显得尤为重要。因为服务体系不止是解决客户对高科技产品缺乏了解和购买的后顾之忧，更为必要的是，21世纪的高科技产品竞争最终归结为服务的较量。

　　总之，高科技给我们带来的启示是，高附加值的产品能够以高价销售，能够在满足顾客的同时，给企业带来丰厚的利润。

　　趋势四：网络世界，连接未来

　　21世纪人类迅速进入数字化生存时代，商业过程的高度自动化和网络化将市场营销中的分销移植到了互联网，实现真正的虚拟营销。 电子 商务改变了 工业 时代传统的、物化的分销体制，企业必须为适应BtOB或BtOC的业务开展在网上建立全新的分销模式。

　　数字化分销渠道缩短了生产与消费之间的距离，节省了商品在流通中经历的诸多环节，消费者或用户通过互联网在电脑屏幕前直接操作鼠标就可完成购买行为。

　　随着竞争的激化和复杂、顾客需求的多样化，很多企业已逐渐认识到要保持竞争优势必须改变组织结构，没有任何一个企业可以靠单干保持竞争优势，越来越多的企业走上了战略联盟的道路，营销的重点从交易转至关系，采用关系营销战略，进而又不断地转移到管理独立组织问的战略联盟，企业从交易型营销向网络组织型营销模式转变，企业及其市场环境间的传统外部界线变得日益模糊不清，企业不断开发与供应商、分销商、顾客的战略营销伙伴等网络组织形式，通过网络的开发，网络成员都提供了一种其他成员缺乏的核心能力，网络成员通过高度复杂的信息和决策支持系统相互连接在一起形成一个价值增值系统，为企业带来优势。

　　趋势五：速度经营、快速致富

　　市场经济条件下比质量更重要的是速度。高速度、快节奏是新经济时代的特征之一。有速度就能及时满足客户之需，有速度就能走在时代的前头，有速度就能创造出高效益。速度与竞争是密切相关的。美国著名科技营销战略家里吉斯·麦肯纳把这种关联喻为“竞争压力锅”，他指出，能最快地把有生命力的产品推向市场的公司存活的几率最大。有一种管理模式认为，这种压力锅式的环境等同于生态系统，竞争的压力就如同达尔文主义的命令，迫使公司以更快的步伐进化。对于科技公司来说，这意味着不仅要跟上变化，而且要能预见变化。正如美国马萨诸塞州坎布里奇地理合作研究公司总裁吉姆·摩尔所指出的：“你必须了解趋势，技术是如何提高的，以及什么样的补充技术能创造客户价值”。速度决定一切，领先者淘汰落后者，企业需战略重组，以求更快更强，这就是新经济时代告诉企业的新的游戏规划。

　　总之，新经济的发展要求新世纪的营销手段必须满足市场发展的需要。市场营销需要了解顾客的需要，创造顾客满意并获取利润。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！