# 企业可持续发展的绿色营销对策研究

来源：网络 作者：琴心剑胆 更新时间：2024-03-30

*摘要:科学发展观的基本要求是全面协调可持续,那么对于生产企业来说,企业可持续发展采用什么样的绿色营销策略呢。本文通过分析绿色营销的内涵及其与可持续发展的关系,概括了绿色营销的作用,提出了促使企业可持续发展的绿色营销策略。 Abstract:...*

摘要:科学发展观的基本要求是全面协调可持续,那么对于生产企业来说,企业可持续发展采用什么样的绿色营销策略呢。本文通过分析绿色营销的内涵及其与可持续发展的关系,概括了绿色营销的作用,提出了促使企业可持续发展的绿色营销策略。

Abstract:The scientific development concept\'s essential requirements are comprehensively coordinated sustainably, then regarding the Production enterprise, arketing strategy the enterprise sustainable development uses. This article through the analysis green marketing\'s connotation and ent\'s relations, summarized the green marketing function, proposed urges the enterprise sustainable development the green marketing strategy.

关键词:绿色营销 可持续发展

Key arketing; Sustainable development

作者简介:魏满涛(1978—),男,河南新密人,助教,主要研究企业市场营销。

进入20世纪以来,生产力水平得到了空前的提升,极大地推进了人类社会发展的进程。但伴随着经济的大发展,一些负面影响也日益凸现出来,给人类生存带来前所未有的挑战:人口爆炸性增长、自然资源的过度开发与消耗、污染物质的大量排放等等。在这种形式下,人类不得不认真回顾自己的发展历程,重新审视自己的行为。为了走出困境,在上世纪80年代提出的可持续发展战略,得到世界各国的广泛认同,逐步形成共识 。而绿色营销正是企业实施可持续发展战略的重要措施,并将成为21世纪营销的主流。

一、绿色营销的含义

绿色营销是指企业在生产经营过程中,将企业自身利益、消费者利益和环境保护利益三者统一起来,以此为中心,对产品和服务进行构思、设计、销售和制造。企业以环境保护为经营指导思想,以绿色文化为价值观念,以消费者的绿色消费为中心和出发点的营销观念、营销方式和营销策略。它要求企业在经营中贯彻自身利益、消费者利益和环境利益相结合的原则。社会和企业在充分意识到消费者日益提高的环保意识和由此产生的对清洁型无公害产品需要的基础上,发现、创造并选择市场机会,通过一系列理性化的营销手段来满足消费者以及社会生态环境发展的需要,实现可持续发展的过程。

二、可持续发展需要企业实施绿色营销

可持续发展战略是近年来人们普遍关心的一个问题。我们党提出的科学发展观的基本要求也是全面协调可持续,可持续发展既要考虑当前发展的需要,又要考虑未来发展的需要,不要以牺牲后代人的利益为代价来满足当代人的利益。可持续发展的概念是当今一个全球性的发展新概念,引起了包括企业在内的整个社会的重视。宏观管理上的可持续发展需要企业具体活动的积极配合才能实现。企业营销过程中的绿色营销概念的形成与可持续发展的思路密切相关。通过绿色营销,可以使可持续发展的思想贯穿于企业的营销活动中。目前,绿色的浪潮席卷全球,许多国家的消费者都愿意进行绿色消费,调查显示,75%以上的美国人、67%的荷兰人、80%的德国人在购买商品时考虑环境问题,有40%的欧洲人购买绿色食品。

三、绿色营销在可持续发展中的作用

1、有利于产品在市场竞争中取得优势。绿色产品具有较高的技术含量和环保价值,有利于消费者的身心健康,因此深受消费者青睐。企业通过绿色营销为消费者提供绿色产品,可以突出产品特色,使企业及其产品在市场竞争中处于优势地位,为企业带来良好的经济效益。

2、有利于企业降低成本,获取更高的利润。在很多企业经营中,各个环节资源浪费与环境污染现象非常严重,这主要是因为在企业营销中不考虑资源本身的价值,也不考虑资源使用过程中所造成的环境代价,由此带来了原材料的低价使用与产品价格的扭曲。可以预见在不远的将来,当各种资源及环境治理费用纳入企业负担时,节约资源就像节约企业生产原料一样重要,企业以绿色营销观为指导必将降低资源的消耗量,从而降低生产成本,提高产品的市场竞争力并为其带来更多的利润。

3、有利于企业实施国际化战略。许多发达国家以保护生态环境、自然资源、人类和动植物的健康为由,制定了环境与技术标准,构筑“绿色壁垒”,以限制无绿色标志的产品进口。我国企业只有通过实施绿色营销战略,逐步提高产品的“绿色含量”,才能越过“绿色壁垒”,顺利占领国际市场。

4、有利于树立企业形象。绿色形象是现代企业形象的重要组成部分,绿色营销是企业塑造绿色形象的基础。企业通过采用先进技术、开发绿色产品、减少“三废”排放,将环境保护观念纳入生产经营活动中,通过实施绿色营销战略向广大公众展示自己的绿色形象,从而赢得更高的顾客满意度和忠诚度,建立良好的企业形象,增加企业的无性资产。

5、有利于企业自身建设。绿色营销可以使企业尽量减少浪费与污染,实现清洁生产,从而在企业内部营造清洁和安全的工作环境,有利于企业职工的身心健康,提高职工的工作积极性,从而体现“人性化”的管理思想。 四、企业的绿色营销对策

1、树立绿色经营理念,培育绿色企业文化。目前,全球日益增长的绿色需求迫切要求每一位企业决策者树立全新的绿色营销理念,要求企业家要有全局、长远的发展意识。树立绿色营销观念,就是要求企业在市场营销活动中,不仅要考虑企业利益,还要考虑消费者利益,更要考虑公共利益和对社会环境的影响,即考虑社会经济的可持续发展。在营销过程中,切实把资源的有效利用、环境保护和消费者健康贯穿于新产品的开发、设计、制造、包装、使用以及售后服务等各项环节中。我国企业家在制定企业发展规划和进行生产经营决策和管理时,应时时注意绿色意识的渗透,从当前注重“末端治理”这种被动的、高代价的对付环境问题的途径转向积极的、主动的、精细的环境管理。在可持续发展目标下,调整自身行为,从单纯追求短期最优化目标转向追求长期持续最优化目标。树立绿色营销观念,就要注重培育绿色企业文化。

2、制定绿色营销4PS,开辟绿色市场时代创意。即在产品策略上开发绿色产品,企业应尽可能加大技术改进的力度,在产品的生产中注意更多的使用可替代原材料,降低能耗,节约资源;在包装的设计上尽量采用无污染、可重复多次使用的循环包装,减少对环境的污染;在价格策略上制定绿色产品价格,一方面应考虑在产品开发制造过程中的科研工艺及管理成本,另一方面应注意到,随着人们环保意识的增强,消费者经济收入的增加,消费者对商品可接受的价格观念会逐步与消费观念相协调。所以,企业营销绿色产品不仅能使企业盈利,更能在同行竞争中取得优势。在渠道策略上建立稳定的绿色营销渠道,启发和引导中间商的绿色意识,建立与中间商恰当的利益关系,并注重营销渠道有关环节的工作,如绿色交通工具的选择,绿色仓库的建立,到绿色装卸、运输和贮存等,认真做好绿色营销渠道的一系列基础工作,尽可能建立短渠道、宽渠道,减少渠道资源消耗,降低渠道费用;在促销策略上开展绿色促销活动。促销起着诱导需求、创造需求的作用。企业要利用各种媒体宣传绿色信息,或通过举办绿色产品展销会、洽谈会等形式扩大绿色产品与消费者的接触面,还可以积极主动地与政府及环保部门合作,积极参与各种与环保有关的公益活动,并对绿色信息的传播进行监测,通过绿色信息的传递树立产品和企业的绿色形象,从而促进企业绿色产品的销售,实现企业可持续发展的目的。

3、有效开展绿色服务,系统开展绿色管理。企业针对绿色营销而开展的绿色服务是必不可少的,它将为绿色营销最终价值的实现发挥极其重要的作用。随着企业服务意识和加强,开通绿色服务通道极大地方便了消费者与产品供应者之间的沟通,不但解决了顾客的后顾之忧,也为企业信息的收集和传输建立了渠道。绿色营销更应该建立绿色服务通道。它能传播绿色消费观念,减少绿色消费误区;又可以真正从专业化的角度解决消费者在绿色消费中出现的问题,指导消费者进行纯绿色消费;更是实现绿色产品价值再造。企业通过绿色管理原则,建立绿色发展战略,实施绿色经营管理策略,制定绿色营销方案,才能加快企业绿色企业文化的形成,推动企业绿色技术、绿色生产,生产出满足公众绿色需求的产品,实现社会和企业经济的可持续发展。

中国编辑整理。

参考文献:

[2]刘春梅.企业可持续发展的绿色营销对策.商场现代化,202\_.07

[3] 谈煜鸿. 绿色营销与现代企业的可持续发展. 太原城市职业技术学院学报,202\_.09

[4] 张文锐. 浅论现代企业发展绿色营销. 太原科技,202\_.03

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！