

“一带一路”背景下企业市场营销战略新思路探讨

杨 景

南京理工大学紫金学院 江苏 南京 210000

【摘要】随着“一带一路”战略的不断推进，我国企业发展正朝着更高层次的方向迈进。通过与周边国家开展区域性战略合作，从而能够打造出更加稳固的政治、经济、文化利益共同体，促进我国与周边国家的快速发展。在“一带一路”战略实施的过程中，我国中小企业应紧抓时代发展的机遇，不断调整市场营销理念，获得更大的发展契机。本文主要围绕“一带一路”的相关概述、探讨“一带一路”背景下我国中小企业市场营销的创新途径，从而为相关经营主体提供一定的理论参考。

【关键词】 一带一路；企业；市场营销；创新

1 “一带一路”的相关概述

我国的“一带一路”战略是丝绸之路经济带与海洋丝绸之路的统称，是基于全球经济一体化所提出来的新型发展战略。“一带一路”战略以古代丝绸之路为背景，加强中国与周边国家进行贸易往来，扩大对外贸易渠道。自改革开放以来，我国有着巨大的对外贸易需求，由于我国制造业发展迅猛，供给量较大，需要进一步开发市场。借助“一带一路”战略可以为我国商品出口提供更加宽广的流通渠道，同时能够与周边国家建立起更加稳定的利益关系，全面打开世界贸易市场，为我国经济发展带来全新的前景。

2 我国中小企业市场营销过程中存在的问题

2.1 企业形象建设不足

国内很多中小企业在开展市场营销的过程中，往往会忽视产品本身的质量，为了抢占先机，会尽可能缩短产品的研发生产周期，对质量的把控有待于提升。很多质量不合格的产品流入国外市场，会降低外国消费者对中国企业的信任。同时，国内不少中小企业对自身企业形象建设不足。对企业而言，形象建设是重要的无形资产，要借助良好的企业形象获得国外消费者的认可与青睐，从而吸纳一批稳固的消费群体。企业不能仅仅追求短期效益，而忽视了自身形象的建设。最后，很多中小企业在营销方面存在严重的形式主义问题，没有注重国外消费群体的主体地位，很多营销计划浮于表面，没有发挥实际作用。

2.2 高素质人才匮乏

由于“一带一路”战略涉及多个国家，需要频繁地与国外市场进行贸易交换，而我国周边的国家大多以发展中国家为主，高素质人才匮乏，在贸易过程中存在一定的沟通交流障碍，这在一定程度上影响了国内中小企业对外扩张的步伐。并且，由于我国与周边国家在历史、政治、经济等因素存在着较大差异，往往会与其他国家出现一定的矛盾和冲突，企业员工在接受外来文化时也存在一定的障碍，这也在很大程度上影响了市场营销水平。另外，很多中小企业员工的个人能力和业务素质有待于提高。由于国内中小企业对员工培训较少，使得员工在开拓市场的过程中存在一定的懈怠问题，影响了市场营销的业绩。

3 “一带一路”背景下我国中小企业市场营销的创新途径

3.1 加强企业形象建设

企业形象是重要的无形资产，能够促进企业在激烈的市场环境中不断向前发展。良好的企业形象能够有效促进产品的销售，稳固消费群体。因此，我国中小企业在进行国外市场的营销过程中，要以产品质量为核心，赢得国外消费群

体的认可。同时，企业可以与国外市场的代表进行深入沟通，深入了解国外消费群体对产品的各项需求。要加强宣传工作，拉近于国外消费群体的距离，从而赢得国外市场的认同。

3.2 加强人才建设工作

在以往的营销过程中，国内不少中小企业忽视了对人才的培养，影响了国外市场的营销业绩。因此企业应当加大对人才培养的投资力度，聘请行业优秀的人才从事相应的营销工作。要注重对员工的职业技能培训，构建完善的人才培养体系，保证企业营销人员能够在市场营销的过程中，为企业建立起良好的品牌形象，促进贸易双方达成良好的合作。

3.3 转变以往的市场营销观念

在当前全球经济背景下，国内中小企业需要积极转变传统的市场营销观念，要迎合“一带一路”的战略规划布局，提高自己的产品和服务水平。避免以价格为主进行竞争，要以营销手段、产品质量为核心，提升自己的核心竞争力。另外，国内中小企业要不断提升自己的服务方式，从而保证自身的营销方案能够发挥实效。

3.4 创新市场营销渠道

由于国际市场存在很多的不确定因素，因此想要适应当前全球经济一体化的发展趋势，国内中小企业需要不断创新营销渠道。要利用各种先进的技术来对国外市场的消费热点进行分析，有针对性的制定相应的营销方案。要加强与国外消费者的沟通和交流，保证营销方案的适应性。同时，中小企业要加强市场营销的渠道整合，充分利用线上线下的各类销售渠道来促进自身商品的流通，提升自身的市场竞争力。

4 结语

“一带一路”战略是我国当前经济发展的重要战略部署，不仅能够加强与周边国家的贸易往来，同时能够建立起更加稳定的政治、文化、经济关系。国内中小企业要积极响应国家的号召，要以产品和服务质量为核心，提升自身的竞争力，充分了解国外市场消费者的实力需求，整合各类营销渠道，从而抓住时代的契机，实现自身的长期生存发展。

参考文献：

- [1]刘迪,张志菲,姜海云.“一带一路”建设与中国企业管理国际化——中国企业管理研究会2017年会学术观点综述[J].经济管理,2018,40(03):196-208.
- [2]何润鑫,朱皓云.国内企业自建跨境电商网站的推广方案研究——在“一带一路”背景下[J].中国商论,2019(07):17-20.
- [3]姜果果.“一带一路”企业的海外企业管理面临的问题和发展方向[J].商场现代化,2016(18):84-85.