

新能源企业营销创新战略探究

——基于“碳乡融合”战略背景

詹研 李婉婷 李汶 张海优 张诏文

湖北经济学院

DOI:10.12238/ej.v7i4.1494

[摘要] 本文在“碳乡融合”战略背景下进行研究,首先阐述了“碳乡融合”战略含义,之后深入探究目前新能源企业在双碳背景和乡村振兴实践的結合中遇到了什么样的问题,旨在通过对新能源企业的发展现状进行系统把握,对相关营销策略的优化创新进行深入研究,提出相应的完善措施,探究如何制定创新且有效的营销策略来助力新能源企业的发展。通过研究结果,可以有效推动新能源企业营销创新,促进新能源企业的可持续发展,同时落实“碳乡融合”战略。

[关键词] 碳乡融合; 新能源企业; 营销创新战略; 乡村振兴; 双碳

中图分类号: TU241.91 **文献标识码:** A

Exploration of Marketing Innovation Strategies for New Energy Enterprises

—Based on the Strategic Context of "Carbon-Rural Integration"

Yan Zhan Wanting Li Wen Li Haiyou Zhang Zhaowen Zhang

Hubei University of Economics

[Abstract] This study is conducted under the strategic context of "Carbon-Rural Integration," first expounding on the connotation of the "Carbon-Rural Integration" strategy. It then delves into the challenges faced by new energy enterprises in integrating their practices with the dual-carbon goals and rural revitalization efforts. The aim is to systematically grasp the current development status of new energy enterprises and conduct an in-depth investigation into optimizing and innovating related marketing strategies. By proposing corresponding improvement measures, the research explores how to devise innovative and effective marketing strategies that bolster the development of new energy enterprises. Through the research findings, it can effectively drive marketing innovation in new energy enterprises, promote their sustainable development, and concurrently implement the "Carbon-Rural Integration" strategy.

[Key words] Carbon-Rural Integration; New Energy Enterprises; Marketing Innovation Strategy; Rural Revitalization; Dual-Carbon Goals

引言

在碳达峰与碳中和目标引领下,我国正继续深入推进乡村振兴战略,这一时代背景下的系统性经济社会变革为乡村发展注入了全新动能——“碳乡融合”。由于当前经济和社会环境日新月异,新能源企业的营销策略已经难以适应现代经济的快速发展和消费者需求的多样化,使得企业营销方面有待创新。如何制定具有科学性和实践性的营销策略,为了促进新能源企业的长期可持续发展,着力推动其在营销领域的创新实践显得尤为重要。同时落实“碳乡融合”战略,成为当前亟待解决的问题。基于此,本文在“碳乡融合”战略背景下,旨在系统性地掌握新

能源企业的发展现状,对相关营销策略的优化创新进行深入研究,提出相应的完善措施。

1 文献综述

“双碳”战略下,新能源产业迎来前所未有的发展机遇,各大传统能源企业及非能源企业积极投身新能源投资建设,新能源产业正蓬勃发展。“碳乡融合”的发展问题开始备受国内学者的高度关注和重视,进行了多方面的研究,成为诸多学者关注的热点。

在能源转型方面,程娜(2011)认为从长期发展看,尽管追求低碳经济发展的目标颇具挑战性,但我们仍亟需转型现有的能

源消费模式,并大力发展新能源产业,从而有力驱动经济实现可持续增长。单菁菁(2023)等学者的研究关注绿色转型对中国空间经济格局的影响及其路径选择。他们认为,在这一过程中,需要采取多元化的政策手段,包括产业升级、技术创新、环境保护和政策支持等,以实现绿色发展和经济增长的良性循环。

在路径探究方面,肖安宝(2010)等学者的研究重点在于乡村资源配置,认为要实现乡村振兴,需要优化资源配置,提高资源利用效率。李豪杰(2022)则从“双碳”目标和乡村振兴的角度探讨了有机融合的路径选择,提出要推动农业绿色化、加快农村电商发展、发展乡村旅游等措施,致力于实现农民生活方式以及农业生产方式的环保转型与低碳化进程。张马丽(2023)等学者概述了乡村碳排放的主要来源,分析了“双碳”背景下乡村振兴的机遇与挑战,提出了乡村振兴在“双碳”背景下构建绿色低碳的发展路径。

在创新发展方面,刘艺菲(2023)等学者基于2009-2021年我国146家新能源企业数据,探究“双碳”目标下我国新能源企业的创新效率水平。王诗意(2022)则从两个主体的角度对在双碳政策背景下新能源企业的发展对策进行研究,为双碳目标的实现和新能源企业的进一步发展提供助力。蒋建勋(2022)等学者关注多年全国上市新能源企业绿色专利数据,经过探究发现,数字金融在显著提升新能源企业的绿色创新能力方面发挥了积极作用。

2 “碳乡融合”战略的含义

“碳乡融合”战略是指在社会和经济发展中,结合碳减排、环保和可持续发展等要求,通过整合碳减排与乡村振兴战略,战略性的方向在于积极推动乡村地区的经济发展走上可持续的道路。这一战略的出发点在于同时解决碳排放和乡村发展的问题,通过融合碳减排和乡村振兴的理念,达到经济、社会 and 环境的协调可持续发展。“碳乡融合”战略涉及碳达峰、碳中和等社会问题,在乡村振兴战略全面推进的时代脉络中,乡村架构、农业生产形态以及农民的生活模式正在经历一场深度革新,更加注重生态文明理念的融入。由此,“碳乡融合”这一崭新的发展理念适时而生,它强有力地赋能了农业、农村、农民新业态的发展。这一理念涵盖了政策集成、管理体系创新、金融支持、产业升级和效益共享等五个维度的深度融合,在具体实践中则聚焦于新能源应用转型、产业减排脱碳、生态系统固碳等多个层面,广泛渗透至乡村生产和生活的各个角落,旨在催化乡村经济业态朝着绿色低碳、高附加值的方向蓬勃发展。

3 新能源企业营销现状及营销战略特征

在“碳乡融合”战略下,新能源企业面临着多维度挑战与机遇,包括环保政策、技术创新、市场竞争及国际合作等影响,而乡村市场则以其显著的政策支持、巨大的潜在需求及未来的蓝海地位吸引企业纷纷布局。新能源企业通过参与乡村建设、推动可持续发展,如设立基地、创造就业,既践行了社会责任,也深化了与乡村的联系。部分企业通过推广智能微电网、农业光伏等技术,满足乡村清洁能源和科技需求,但同时也面临基础设施

滞后、市场差异大、人才短缺等难题。在乡村振兴与“碳乡融合”国家战略驱动下,新能源企业瞄准乡村市场的广阔前景,调整营销战略以契合政策导向,突出产品与服务的环保特性,将碳减排与可持续发展作为核心竞争力,借此塑造与战略相一致的品牌形象,并在乡村市场树立起负责任的企业公民形象。然而,企业需针对乡村市场的独特性采取有区别的产品开发与营销策略,充分考虑乡村消费者的功能需求、价格预期以及消费习惯等差异,以深入洞察和精准定位来挖掘这片市场的巨大潜力。

4 新能源企业营销战略应用中出现的问题

4.1 市场认知不足,宣传阻力大

乡村地区的信息传播方式相较于城市显得相对有限,主要仰赖传统媒体,尤其是电视广告等传统形式进行产品宣传。然而,这一传播模式的局限性导致了乡村居民对新信息的接触较为滞后,使得众多优秀的新能源产品在农村市场难以得到充分的关注与认知。这种局面造成了消费者在获取新能源产品信息方面的困扰,难以迅速、精准地获取到有关产品的详细信息。值得注意的是,许多农村地区的人口主体以中老年人为主,他们对新能源的了解相对有限。由于缺乏对新技术的深刻理解,这一群体对新能源产品的接受度较低,甚至存在对某些产品的抵触心理,形成了不小的宣传阻力。这阻碍了新能源企业在农村市场的推广和普及。

4.2 政策影响较大,对于政策敏感性强

在新能源企业发展初期,产品成本较高,为促进行业发展,国家采取了较大幅度的新能源产品补贴政策。然而,随着行业的迅速发展,国家面临财政压力的增大,导致企业在资金到位方面遇到了困难,进而影响了其正常的生产和运营。另一方面,新能源行业对政策的高度依赖可能削弱企业提升核心竞争力的积极性。与此同时,政策的不断变化可能对企业的市场战略和发展方向造成重大影响,比如“碳乡融合”政策的推行使得新能源企业不得不调整其业务重心向乡村转移。

4.3 项目建设与利用不同步,实际利用率偏低

近几年我国新能源企业大力发展,建设过快,但因为企业对乡村市场调研不足、开拓难度大导致实际利用率偏低,传播受限使得利用率更低。企业未能深入了解乡村市场的实际需求、文化差异以及居民的能源使用习惯,导致建设项目与实际市场需求存在较大偏差。这种不同步使得企业在实际利用阶段难以充分满足当地居民的需求,进而影响了产品的实际利用率。这种现象导致新能源产品的供给与需求不平衡,对新能源企业的健康发展产生极大影响。

5 “碳乡融合”战略背景下新能源企业营销战略创新思路

在“碳乡融合”战略背景下,新能源企业需要思考如何将低碳、环保的理念与乡村振兴、地方特色相结合,以创新的营销战略来推动企业的可持续发展。

5.1 结合地方特色进行产品定位,深化与乡村社区的合作

新能源企业在经营中应结合各地资源、文化、经济特性,

设计针对性新能源产品,如在风光资源丰富区推广太阳能、风能发电设备,并结合旅游产业打造低碳旅游品牌。针对乡村,推出太阳能发电、生物质能源利用等适宜产品,精准对接农村市场需求,需深入了解农村市场,调整产品特性和定价策略以提高接受度。企业需响应“双碳”目标,推出绿色低碳产品,彰显环保承诺。强化与乡村社区合作,从基层共建共享,推动清洁能源项目落地运营,优化乡村能源结构,提升能源效率,驱动乡村经济可持续发展,从而有力支撑“碳乡融合”战略实施,并在社会层面产生积极影响。

5.2 加强消费者教育和品牌策略,建立多元化销售渠道

在“碳乡融合”战略引导下,新能源企业应创新营销策略,以提升品牌影响力并深化消费者教育。企业需运用针对性强且贴近乡村生活的多样化宣传渠道,整合社区活动、宣传车队等方式,充分利用人际传播和口碑效应,塑造正面品牌形象并增强农村市场的知名度和信誉。针对中老年人群,通过直观科普讲解和实践活动普及新能源技术,提高其认知度和接纳度。同时,企业应构建多元销售渠道,借助媒体宣传、赞助活动、社交媒体等途径树立良好口碑,强调产品的便捷性、环保性,并加强消费者教育。此综合性营销创新战略有助于新能源企业在乡村突破宣传壁垒,提高产品认知度和接受度,推动新能源在碳乡融合中有效落地,实现可持续发展目标。

5.3 创新营销手段,履行社会责任

企业在营销方面迫切需要采取创新手段,不仅推动产品在乡村市场的认知度提升,还要履行社会责任,构建可持续的商业生态。在营销手段的创新上不仅要注重传播产品本身的特性,更应紧密结合“碳乡融合”理念,将企业的社会责任融入宣传中。在农乡地区,很多城区用的营销策略受到了较大的限制,农乡消费者可能并不会买账。这种情况下,企业需要深度调研农乡市场,了解自己产品的特性与农乡市场的结合之处,针对性的打造营销策略。例如通过在各类社区活动、宣传车队等平台开展宣传,在传播企业产品的同时,将企业的绿色、低碳理念传递给乡村居民,在农村地区进行新能源示范活动,让消费者切身了解其产品的优秀品质,提高消费者对产品的认知,通过更直观、易懂的方式解释产品技术,有助于提高消费者对新能源的认知度和对产品的接受度。同时,通过展示企业在环保和可持续发展方面的努力,强化企业履行社会责任的形象。

5.4 建立新型政商关系,灵活应对政策变化

企业要在乡村市场实现可持续发展,必须积极构建新型政商关系,通过紧密联结政府部门,深度参与政策流程,把握未来政策导向;与政府强化战略合作,确保政策信息的及时获取和有效利用,从而在决策中占据主动。企业应提升对政策变动的敏锐

度与快速响应能力,适时调整战略以符合政策规定,并坚持合规经营以增强政府信任,促进双方关系的良性循环。在此基础上,通过建立互信互助的伙伴关系,企业可获得政策支持并提升在乡村市场的社会形象。面对碳乡融合等战略带来的政策变迁,企业更要积极参与政策规划,联手政府推广清洁能源等举措,在乡村市场创造出共享成果的双赢格局,最终为自身在该领域的长远发展奠定坚实的基础和创造有利环境。

6 结语

未来,中国基建领域将聚焦于乡村振兴、碳达峰及碳中和这三大关键投资方向,旨在通过积极且稳健地实现碳达峰与碳中和目标,以建设高品质生态环境作为根基,推动高质量的发展进程。能源行业是实现碳达峰、碳中和目标的关键领域和主战场,要推动新能源融合发展,秉承资源共享、生态共创的原则,为乡村振兴注入绿色动能,助力“双碳”目标的实现。

【基金项目】

湖北省大学生创新创业训练计划“碳乡融合”战略背景下农业企业转型升级的营销策略探究”(批准号:S202311600042)。

【参考文献】

- [1]程娜.低碳经济背景下能源转型的个案分析[J].经济纵横,2011,(06):76-79.
- [2]蒋建勋,唐宇晨,李晓静.双碳背景下数字金融赋能新能源企业绿色创新:基于融资约束视角[J].当代经济管理,2022,44(05):81-89.
- [3]刘艺菲,姜娟.“双碳”战略下我国新能源企业创新效率研究[J].中国集体经济,2023,(36):29-34.
- [4]李豪杰.双碳目标与乡村振兴有机融合路径探究[J].农村经济与科技,2022,33(09):41-44.
- [5]单菁菁,谢伟伟,杨开忠.聚焦绿色转型重塑中国空间经济格局:问题辨析与路径选择[J].中国软科学,2023,(03):85-95.
- [6]肖安宝.农村资源配置与乡镇企业——低碳经济视角中的城乡一体化路径[J].生态经济,2010,(06):127-131.
- [7]张马丽,宋世超,杜文轩,等.“双碳”背景下乡村振兴路径探究[J].南方农机,2023,54(13):124-126.
- [8]王诗意.双碳背景下新能源企业的发展对策研究[J].老字号品牌营销,2022,(13):157-159.

作者简介:

詹研(2001--),男,汉族,湖北孝感人,湖北经济学院工商管理学院本科在读,专业方向:品牌管理。

李婉婷(2004--),女,汉族,湖北十堰人,湖北经济学院工商管理学院本科在读,专业方向:企业管理。