

数字经济赋能下企业市场营销模式创新与宏观经济效率提升的耦合效应

蒋鹏程

浙江省舟山市嵊泗县嵊山镇人民政府, 浙江舟山, 316000;

摘要: 本文围绕数字经济赋能下企业市场营销模式的创新路径及其对宏观经济效率的耦合效应展开研究。通过分析数字经济的内涵及其对传统营销模式的冲击, 探讨了数据驱动、渠道多元化和智能化技术在营销中的应用, 揭示了企业营销模式创新对提升市场效率和资源配置能力的积极作用。同时, 研究进一步指出, 企业营销创新与宏观经济效率之间存在显著的协同效应, 推动了经济高质量发展。为实现这一目标, 需从政策支持、企业创新和技术人才建设等多方面协同推进。

关键词: 数字经济; 市场营销模式创新; 宏观经济效率

DOI: 10. 64216/3080-1486. 25. 05. 020

引言

在数字经济赋能企业营销模式转型升级的背景下, 浙江省作为全国数字经济发展的先行区, 通过政策引领和技术创新, 为全省企业提供了强有力的支撑。近年来, 浙江省深入实施数字经济创新提质“一号发展工程”, 2023 年数字经济增加值突破 4.33 万亿元, 同比增长 10.1%, 占 GDP 比重达 52.5%, 增速和规模均居全国前列。通过基础设施升级、数字产业化与产业数字化协同推进, 以及数据要素市场化配置改革, 浙江在数字治理、数据价值化等领域形成显著优势(数字经济发展指数达 113.8%), 为企业营销的精准化、智能化转型提供了完善的数字生态体系。这一系列成果凸显了数字经济与宏观经济效率的良性互动, 也为全国数字经济高质量发展提供了“浙江样本”。

1 数字经济与企业市场营销模式的互动关系

1.1 数字经济的内涵与发展现状

数字经济是指以数字技术为核心驱动力, 通过数据资源的高效配置和利用, 推动经济活动的数字化、网络化和智能化。它涵盖了信息技术、大数据、人工智能、云计算、区块链等新兴技术的广泛应用, 构成了现代经济体系的重要组成部分。近年来, 随着 5G、物联网和数字基础设施的不断完善, 数字经济在全球范围内迅速发展, 成为各国经济增长的新

引擎。根据相关数据显示, 中国数字经济规模持续扩大, 占 GDP 比重不断上升, 已成为推动经济高质量发展的重要力量。数字经济不仅改变了传统企业的运营模式, 也深刻影响了市场营销的各个环节, 从消费者行为分析到精准营销策略的制定, 再到营销渠道的拓展与优化, 均展现出前所未有的效率与灵活性。因此, 理解数字经济的内涵与发展现状, 是探索其对企业市场营销模式创新影响的基础。

1.2 传统企业市场营销模式的局限性

传统企业市场营销模式主要依赖于线下渠道、广告投放和经验判断, 具有较强的计划性和线性特征。然而, 随着市场环境的快速变化和消费者需求的多样化, 传统模式逐渐暴露出诸多局限性。首先, 信息不对称问题严重, 企业难以准确把握消费者的真实需求, 导致营销策略与市场脱节。其次, 传统营销方式成本高、效率低, 广告投放往往存在盲目性, 难以实现精准触达。再次, 缺乏数据支撑的决策机制, 使得企业难以及时调整营销策略, 应对市场变化。此外, 传统模式对消费者行为的动态变化反应迟缓, 难以满足个性化、即时化的消费需求。在数字化浪潮的冲击下, 这些局限性愈发凸显, 促使企业不得不寻求新的营销模式, 以提升市场响应能力和竞争力。

1.3 数字经济对市场营销模式的赋能路径

数字经济通过技术赋能,为企业市场营销模式的创新提供了全新的路径和工具。首先,大数据技术的应用使得企业能够精准分析消费者行为,实现从“经验驱动”向“数据驱动”的转变,从而提升营销的精准度和效率。其次,人工智能和机器学习技术的引入,使企业能够进行智能推荐、自动化营销和个性化服务,提高客户体验和满意度。再次,数字化渠道的拓展,如社交媒体、电商平台和短视频平台,为企业提供了更广泛的营销触点,增强了品牌传播的广度和深度。此外,区块链技术的应用提高了营销数据的透明度和安全性,增强了消费者对品牌的信任。通过这些技术手段,数字经济不仅提升了企业营销的效率和效果,也推动了市场营销模式从传统向智能化、精准化、个性化的转型,为企业的可持续发展注入了新的活力。

2 数字经济赋能下企业市场营销模式的创新路径

2.1 数据驱动的精准确营销策略

在数字经济背景下,数据成为企业营销的核心资源,数据驱动的精准确营销策略正逐步取代传统的粗放式营销方式。企业通过大数据技术收集和分析消费者的行为数据、偏好信息、购买记录等,能够深入了解目标用户的需求和行为特征,从而制定更具针对性的营销方案。这种策略不仅提高了营销的精准度,也显著提升了转化率和客户满意度。例如,基于用户画像的个性化推荐、动态定价策略以及基于行为预测的营销时机选择,都是数据驱动精准营销的典型应用。此外,数据驱动的营销策略还能够实现营销资源的优化配置,减少无效投放,提高营销投入产出比。同时,借助数据挖掘和机器学习技术,企业可以不断优化营销策略,实现营销效果的持续提升。因此,数据驱动的精准确营销策略不仅是企业适应数字经济时代的重要手段,也是提升市场竞争力和实现可持续发展的关键路径。

2.2 数字化渠道的多元化布局

随着互联网技术的快速发展,企业营销渠道正从传统的线下门店、电视广告等单一模式,向多元化、立体化的数字化渠道转变。数字化渠道的多元化布局不仅拓宽了企业的市场触达范围,也增强了

与消费者的互动能力。企业通过社交媒体、电商平台、短视频平台、直播带货、私域流量运营等多种渠道,实现品牌曝光、用户引流和销售转化的多维协同。例如,社交媒体平台可以用于品牌传播和用户互动,电商平台则能够直接促成交易,而短视频和直播则能够通过内容营销提升用户粘性和转化率。此外,企业还可以通过构建私域流量池,如微信公众号、企业微信、社群等,实现对用户生命周期的深度运营。数字化渠道的多元化布局不仅提高了营销的灵活性和覆盖面,也使企业能够更快速地响应市场变化,提升营销效率和用户满意度。在数字经济的推动下,企业只有不断优化和拓展数字化渠道,才能在激烈的市场竞争中占据有利位置。

2.3 智能化技术在营销中的应用

智能化技术的广泛应用正在深刻改变企业市场营销的运作方式,为营销活动注入了前所未有的效率与创新力。人工智能、机器学习、自然语言处理等技术的融合,使企业能够实现营销流程的自动化与智能化。例如,智能客服系统可以24小时在线响应用户咨询,提升服务效率;智能推荐算法能够根据用户行为实时推送个性化内容,提高转化率;智能广告投放系统则可以通过数据分析优化广告投放策略,提升广告效果。此外,语音识别、图像识别等技术在营销场景中的应用,也为企业提供了更加丰富和直观的交互方式。智能化技术还推动了营销决策的科学化,通过数据建模和预测分析,企业可以更准确地把握市场趋势和用户需求,制定更具前瞻性的营销策略。同时,智能化技术还降低了营销成本,提高了营销效率,使企业能够在资源有限的情况下实现最大化的市场覆盖和用户转化。因此,智能化技术已成为数字经济时代企业营销创新的重要支撑,是提升营销竞争力的关键路径。

3 数字经济赋能对企业市场营销模式创新与宏观经济效率的耦合效应

3.1 耦合效应的理论基础

耦合效应是指不同系统或要素之间通过相互作用、相互影响,形成协同增效的现象。在数字经济背景下,企业市场营销模式的创新与宏观经济效率的提升之间存在显著的耦合关系。从系统论和协同

理论的角度来看,数字经济作为技术与数据驱动的新型经济形态,通过重构企业营销方式,推动资源配置效率的提升,进而对宏观经济运行产生积极影响。同时,宏观经济效率的提升又为数字经济的发展提供了更加完善的制度环境和市场基础,形成双向促进的良性循环。此外,信息经济学、创新经济学等相关理论也支持了这种互动关系。数字经济通过提升信息透明度、降低交易成本、优化资源配置,推动企业营销模式从传统向数字化、智能化转型,从而提升整体经济运行效率。因此,理解数字经济与企业营销创新之间的耦合机制,对于推动经济高质量发展具有重要意义。

3.2 数字经济对宏观经济效率的影响机制

数字经济通过提升信息处理能力、优化资源配置、增强市场响应速度等方式,显著提升了宏观经济效率。首先,数字技术的广泛应用提高了信息的获取、传递与处理效率,降低了市场交易成本,增强了市场运行的透明度和公平性。其次,大数据、人工智能等技术的应用,使得企业能够更精准地进行市场预测与资源配置,提高了生产效率和市场响应速度,从而推动整体经济运行效率的提升。再次,数字经济促进了产业融合与创新,催生了新的商业模式和经济增长点,为经济结构优化和高质量发展提供了新动能。此外,数字基础设施的完善还提升了区域间、行业间的协同效率,促进了资源的跨区域流动与共享。因此,数字经济通过多维度的机制作用,显著提升了宏观经济效率,成为推动经济持续增长的重要引擎。

3.3 企业市场营销模式创新与宏观经济效率的协同关系

企业市场营销模式的创新是数字经济赋能的重要体现,同时也是提升宏观经济效率的关键路径。在数字经济环境下,企业通过数据驱动、渠道多元化和智能化技术的应用,实现了营销效率的显著提升,进而推动了资源配置的优化和市场效率的提高。一方面,营销模式的创新降低了企业的运营成本,提高了市场响应速度,增强了企业的市场竞争力,从而带动了整体经济的增长。另一方面,企业营销效率的提升也促进了消费者需求的精准匹配,推动

了供需结构的优化,提高了社会资源配置的效率。此外,企业营销创新还带动了数字技术的广泛应用,进一步推动了产业数字化转型,为宏观经济效率的提升提供了持续动力。因此,企业市场营销模式的创新与宏观经济效率之间形成了紧密的协同关系,二者相互促进、共同推动经济高质量发展。

4 优化数字经济赋能企业市场营销模式的对策建议

4.1 政策层面的优化建议

在政策支持推动企业市场营销模式创新方面,浙江省的实践提供了示范性样本。作为全国数字经济先行省,浙江通过系统性政策组合拳为企业数字化转型提供了有力支撑:在基础设施领域,全省数字基建指数达 126.6%,5G 基站密度、数据中心算力等指标全国领先;在制度创新方面,率先探索数据要素市场化配置改革(数据价值化指数 114%),通过“数据得地”等机制破解企业数据获取难题;在产业赋能上,产业数字化指数 111.3%的背后是“产业大脑+未来工厂”的全省推广,助力超 10 万家企业完成营销数字化改造。特别值得关注的是,浙江实施的数字经济创新提质“一号发展工程”,通过财政、税收、金融等政策协同(2023 年数字经济专项扶持资金超 50 亿元),推动全省数字经济增加值突破 4.33 万亿元,占 GDP 比重 52.5%的规模优势,为中小企业营销创新提供了完善的数字生态支撑。这种“政策引导-基建支撑-要素激活-产业赋能”的四维联动模式,有效降低了企业数字化转型门槛,加速了全域营销模式创新进程。

4.2 企业层面的创新路径

企业在数字经济时代应主动拥抱技术变革,积极探索营销模式的创新路径。首先,应加强数据能力建设,构建统一的数据管理平台,实现用户行为数据、交易数据和市场数据的整合分析,提升营销决策的科学性与精准性。其次,应积极拓展数字化营销渠道,充分利用社交媒体、电商平台、短视频平台等新兴渠道,实现营销触点的多元化和精准化。同时,应加快引入人工智能、大数据分析、自动化营销等技术,提升营销效率和用户体验。此外,企业还应注重构建以用户为中心的营销体系,通过个

性化推荐、定制化服务等方式，增强用户粘性和品牌忠诚度。最后，企业应加强组织架构和管理机制的数字化转型，推动跨部门协作与数据共享，提升整体运营效率。通过多方面的创新实践，企业能够在数字经济中实现营销模式的转型升级，增强市场竞争力。

4.3 技术与人才支撑体系建设

技术与人才是数字经济赋能企业营销创新的核心支撑。在技术层面，企业应加大数字技术的投入，积极引入人工智能、大数据、云计算、区块链等前沿技术，构建智能化、自动化的营销系统，提升营销效率和精准度。同时，应加强技术平台的开放性与兼容性，实现与外部数据源、平台和生态系统的无缝对接。在人才层面，企业应重视数字化人才的引进与培养，建立完善的人才激励机制，吸引具备数据分析、数字营销、技术开发等复合型能力的专业人才。此外，应加强员工的数字化技能培训，提升全员的数字素养和应用能力，推动组织整体的数字化转型。政府和高校也应加强合作，推动数字技术与市场营销相关专业的融合发展，培养适应数字经济需求的高素质人才。通过构建完善的技术与人才支撑体系，为企业营销模式的创新提供坚实保障，推动数字经济与实体经济的深度融合。

5 结论

数字经济通过数据驱动、渠道创新和智能化技

术应用，深刻重塑了企业市场营销模式，推动其向精准化、个性化和高效化方向发展，进而对宏观经济效率产生积极的耦合效应。企业营销模式的创新不仅提升了市场响应速度和资源配置效率，还促进了产业结构优化和经济增长方式转变。在此过程中，政策支持、企业主动创新以及技术与人才的协同支撑起到了关键作用。未来，随着数字技术的不断演进和应用场景的持续拓展，数字经济与企业营销的深度融合将进一步释放经济增长潜力，推动经济高质量发展。因此，应从政策、企业、技术与人才等多维度协同发力，构建更加完善的数字经济生态体系，为实现企业营销创新与宏观经济效率提升的良性互动提供有力保障。

参考文献

- [1] 马英韬. 价值链视角下企业市场营销模式创新研究[J]. 全国流通经济, 2025, (07): 97-100.
- [2] 杨德善. 价值链视域下企业市场营销模式创新研究[J]. 营销界, 2025, (01): 142-144.
- [3] 邢雯婷. 数字经济背景下企业市场营销模式创新研究[J]. 商业观察, 2023, 9(22): 21-24+28.

作者简介：蒋鹏程，男（1992-09-16），汉族，浙江湖州，研究生、工商管理学硕士学位，职称：经济师专业资格、助理社会工作者专业资格，研究方向：工商管理、公共管理、企业管理、市场营销、渠道管理