

绿色市场营销策略对企业形象与销售的影响

□ 慕 青

摘要：绿色市场营销策略不仅能够塑造企业的环保形象，而且还能够提升企业的社会责任感，进而对企业的销售产生积极的影响。因此，文章就绿色市场营销策略对企业形象与销售的影响展开研究探讨，希望可以为企业的可持续发展提供一些参考。

关键词：绿色市场营销策略；企业形象；环保；社会责任

环境问题的严重性和紧迫性在不断增加，环境保护和可持续发展成为了全球关注的焦点^[1]，消费者的选择意愿也向着环境友好型产品和服务倾斜。基于此，绿色市场营销策略作为一种可持续发展的商业模式，正逐渐受到企业的重视和采用。

1 绿色市场营销策略概述

绿色市场营销策略是指企业在产品开发、生产、销售和推广过程中，以环境保护和可持续发展为核心，采取一系列措施来满足消费者对环保产品的需求，并强调企业对环境的责任和义务，具体见图1。绿色市场营销策略的目的是通过推广环保产品和服务来提高企业形象和竞争力，实现经济效益与环境效益的双赢。绿色市场营销策略要求企业开发和生产符合环保标准的产品^[2]，这意味着企业需要对产品的原材料、制造过程以及使用后的处理均进行严格的环保管理。此外，企业可以通过有效的市场推广手段，如广告宣传、公关活动、社交媒体推广等，提高消费者对环保产品的认知度和接受度，或者与环保组织和机构合作，共同开展环保倡议和绿色活动，对消费者进行环保教育和引导。

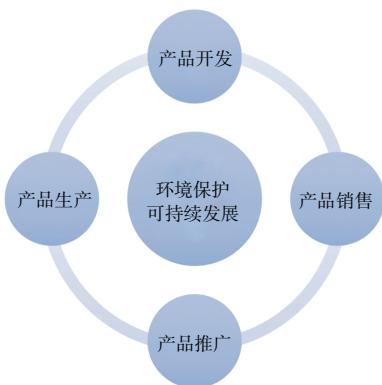


图1 绿色市场营销策略的内容

2 绿色市场营销策略对企业形象的影响

2.1 有助于塑造企业的社会责任形象

将环保理念融入到企业的经营活动中，企业可以

向外界传递出一种积极的社会责任形象。首先，企业采用环保材料和技术来生产产品，如使用可再生能源、减少废弃物和污染物的排放等，不仅可以降低企业的生产成本，还能保护环境，减少资源的浪费。其次，企业开展环保教育和宣传活动有助于提高消费者对环境保护的意识。例如，企业可以组织环境保护主题的活动，向公众传递环保知识和理念，增强消费者对企业的信任，并激发他们购买环保产品的意愿。最后，企业与环保组织和公益机构合作，捐赠一部分销售额用于环保项目，或者参与社区建设和公益活动等，有助于企业树立负责任的社会形象，进一步提高消费者的关注和支持。

2.2 有助于提升企业品牌形象

绿色市场营销策略可以提升企业的品牌形象。环保标签的产品需要通过相关认证机构的审核，这些认证机构会对产品的环保性能进行严格检测和评估，因此企业通过获得环保认证能够证明自己的产品确实符合环保标准，具备专业性和可信赖性，从而通过使用环保标签的产品来进行品牌形象的宣传，为企业树立起专业和可信赖的形象提供了有力的支持。同时，绿色市场营销策略可以使企业获得媒体和公众的关注和认可。环保问题一直备受媒体和公众的关注，通过采取绿色市场营销策略，企业能够成为媒体报道的焦点，获得更多曝光机会。媒体和公众对企业的关注和认可有助于提升企业的品牌声誉和知名度，进一步巩固企业的品牌形象。

2.3 有助于建立企业创新形象

在环保意识逐步增强的背景下，通过推出绿色产品和绿色技术，企业能够满足消费者对环保的追求，展现自身的绿色创新能力和技术实力。首先，通过引入新的材料、技术和生产方式，企业可以开发出环境友好型、可持续发展型产品，如推出使用可再生能源和可降解材料制造的产品。这些产品不仅能够满足消费者对环保产品的需求，还能够减少对环境带来的负面影响。其次，通过宣传企业的研发实力和产品创新性，有助于增强消费者的关注和购买意愿。例如，企业可以通过展示产品的研发过程和技术特点，向消费

者展示产品的创新性和环保性。此外，通过开展市场调研和消费者调查，企业可以了解消费者对环保产品的需求和偏好，从而有针对性地开展产品创新。同时，企业也可以与消费者进行互动，并提供专业的环保知识和技能，引导消费者形成环保的生活方式，进一步树立企业的绿色创新形象。

3 绿色市场营销策略对企业销售的影响

3.1 有助于增加企业销售额

随着人们环保意识的不断提高，越来越多的消费者开始关注产品的环境友好性。首先，推出符合消费者环保意识的可回收利用的包装材料和节能环保的家电产品更易受到广大消费者的欢迎，有助于增加企业的销售额^[1]。其次，绿色产品往往经过精心设计和研发，采用较为环保的材料和生产工艺，品质优良，对环境的负面影响小，且通常具有较高的附加值和溢价能力，而消费者对于这些产品的品质和环保特性非常重视，愿意为其支付更高的价格。因此，通过推出绿色产品，企业可以提高产品的附加值和溢价能力，从而增加销售额。此外，企业通过积极参与环保活动、推广绿色知识、减少环境污染，可以树立良好的企业形象和品牌形象，使消费者对企业更具信任感，更愿意购买其产品，从而有助于提高企业产品的市场竞争力和营业销售能力。

3.2 有助于拓宽企业销售渠道

随着互联网的迅速发展和社交媒体的普及，越来越多的消费者通过社交媒体获取购买渠道和产品信息，并选择网络购物来满足自己的消费需求。在这种情况下，绿色市场营销策略成为了企业拓展销售渠道的一个重要手段。首先，绿色市场营销可以帮助企业通过社交媒体平台扩展销售渠道。通过在社交媒体平台上积极参与和推广绿色产品，企业可以吸引更多的消费者，并将其转化为销售机会。其次，与环保机构组织合作，在绿色超市中销售自己的绿色产品，企业可以将产品直接展示给消费者，并借助绿色超市的品牌影响力提高产品的知名度和销售额。此外，随着全球环保意识的提高，越来越多的国家和地区对环保产品的需求增加了，通过采用绿色市场营销策略，企业可以将产品出口到其他国家和地区，拓展国际销售渠道。

3.3 有助于扩大企业市场份额

一方面，绿色市场营销策略有利于企业获取政府支持和政策优惠。政府对环境保护和可持续发展高度重视，并实施相关政策和措施来鼓励和支持企业的环保行为。因此，企业实施绿色市场营销策略符合政府的政策导向，更易获得政府的支持和政策优惠。例

如，一些地方政府为鼓励企业使用清洁能源，提供了税收减免等政策优惠，为绿色发展企业在市场上的竞争提供了优势。另一方面，通过绿色市场营销策略，企业还可以拓展新的市场领域，开拓新的消费群体，提升企业的市场影响力。企业可以生产环保家居用品、无污染食品等产品吸引更多的消费者，尤其是那些环境偏好性消费者。通过推广这些产品，企业可以打开新的市场领域，获得更多的销售机会，扩大市场份额。此外，绿色市场营销可以提升企业的市场影响力。企业积极响应环保行动并通过绿色市场营销传播环保理念，可以获得公众的关注和认可，从而提升企业形象，增强在市场竞争中的影响力。而且，注重环保的消费者更愿意选择环保企业所生产的产品，也会积极推荐给其他人购买，这种口碑传播可以为企业带来更多的潜在客户和销售机会，从而提升企业的市场影响力，扩大企业的市场份额。绿色市场营销策略对企业销售的影响见图 2。

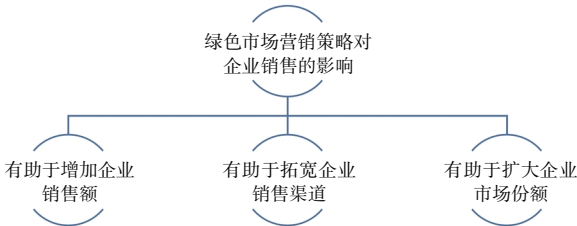


图 2 绿色市场营销策略对企业销售的影响

4 结语

随着全球环境问题的日益突出，绿色市场营销策略在企业中得到了广泛的应用，对企业形象与销售产生了积极的影响。通过塑造企业的社会责任形象、提升企业品牌形象以及绿色创新形象，企业可以获得更多消费者的认同感和友好感，从而提高产品的竞争力和销售额。基于此，企业应该积极采取绿色市场营销策略，以满足消费者对环保产品的需求，实现企业的可持续发展。

参考文献

[1]李美娟.绿色营销策略及传播对企业的影响——以玫琳凯为例[J].新闻传播,2012(7):96.
[2]贾仁社.煤炭企业绿色营销战略模式研究[J].中小企业管理与科技(下旬刊),2012(6):45.
[3]安岩梅.论市场细分与营销组合策略对企业的影响[J].中国商贸,2014(31):22.

(作者单位：山东中医药高等专科学校)