

新格局下中国天然气市场营销业务的数字化转型研究

■ 侯凯健, 邹现明, 岳璐

(宝鸡石油机械有限责任公司, 陕西 宝鸡, 721002)

数字化转型是天然气市场发展的新契机。随着我国5G技术的发展,数字技术已在各个领域得到了广泛应用。天然气市场营销业务数字化不仅能促进行业转型升级,而且能更新传统市场的天然气营销理念,推动天然气市场良性发展。碳中和这一理念的提出促进了相关能源领域的转型升级。传统的营销方式在推动产业链升级的过程中已经难以为现如今的市場提供支持,数字技术与资源产业结合发展是市场发展的趋势。因此,相关学者有必要对新格局下中国天然气市场营销业务的数字化转型升级进行研究,以便使我国天然气产业能获得更好发展。因此,本文对新格局下中国天然气市场营销业务数字化转型进行研究,为关注天然气市场发展趋势的群体提供一定参考。

一、中国天然气市场营销业务数字化转型的意义

使用天然气产品对环境影响程度较小,因此,天然气产品作为一种绿色清洁能源,使用率较高,在生产生活中得到了广泛应用。由于天然气受众广泛,在销售天然气时,需求者购买量往往较大。天然气作为一种气体能源,在运输与销售上都有一定的特殊性,这对天然气相关企业服务的要求较高。在新格局下,我国天然气营销进行数字化转型能够改善传统天然气市场的销售局限。天然气数字化转型是利用生态系统平台促进双方交易,甚至多方交易的进行,从而从更多渠道进行销售,这能提升天然气市场的整体销售水平,促进良性竞争。我国成立了国家石油天然气管网集团有限公司,打开了天然气市场新局面。我国将油气企业拆分重组,分为三类平台,以促进油气产业良性竞争,向多元化方向发展。天然气市场营销升级的主要途径在于使用现有的科学技术,利用智能场景交互系统,构造虚拟或现实的交易场景。天然气利用平台能得到高效利用,进而促进买卖双方达成交易,营造良好天然气市场环境。

二、中国天然气市场营销业务数字化转型的作用

第一,天然气因其产品的特殊性,不便于运输,

客户群体在选择天然气企业对天然气进行选购时,无法鉴别与了解各个企业中天然气供给环节的优缺点,进而导致客户无法对比、鉴别不同企业之间天然气产品输送和服务的不同。客户往往需要在真正体验天然气产品与服务后,才能判断天然气产品与服务的优劣。天然气产品在销售与安装中需要经过复杂的流程。而加快推动新格局下天然气数字化转型发展,有利于解决由于天然气其产品的特殊性而造成客户群体的选择困难问题。天然气市场数字化转型升级创建的以平台为核心的转型体系,运用了虚拟现实场景来促成交易。这有助于天然气企业创新营销模式。

第二,在传统销售市场中,天然气销售具有阶段性特点,不同的客户群体对天然气存在不同的需求。天然气在销售过程中具有季节性销售的特点,由于天然气受众群体庞大,其作为日常生产中的必需品,往往会被大批量、长期购入。客户分布范围广泛,客户群体多样化。天然气用于日常生活与工厂产品服务有所区别,工厂产品服务往往质量要求更高,因此,天然气销售性质存在差异。天然气企业利用数字技术,能够掌握天然气市场销售信息,提高天然气在销售路径上的智能化水平。这有利于天然气市场销售多样化,丰富市场信息,提高产品质量,改善企业服务水平,并促进天然气企业完善发展。

第三,天然气企业在一定程度上具有公益性和战略性的特点。我国天然气在销售上带有一定的公益性质,因此传统天然气市场营销并没有形成完整的产业链。数字化方法具有提高企业运营管理效率的作用,由于天然气企业自身具有一定的公益性,天然气企业进行数字化转型有利于其开展其他的增值服务,拓宽利润渠道。而推动天然气市场营销业务的数字化转型,能使客户群体与企业之间共同构建良好市场环境,为天然气市场发展提高总体价值,降低新能源投入使用对天然气企业带来的负面影响。数字化转型有利于促进天然气企业全方位发展,并

能提高企业自身经营管理能力,开展更多盈利模式。

三、中国天然气市场营销业务数字化转型的发展分析

(一)中国天然气市场营销业务数字化转型的优势

科学技术的发展使得各行各业都在进行转型升级。为了顺应历史发展,响应国家政策号召,天然气市场营销业务的数字化转型是必然趋势。天然气数字化转型升级是促进行业发展的必要手段,是配合国家碳中和理念的重点方式,也是天然气企业谋求发展的正确选择。天然气营销业务数字化转型需要利用数字化的方法,提高企业对市场的管理能力与开发能力。在天然气数字化转型过程中,实体企业要与电商企业进行合作,运用电商提供的平台开展增值业务。日益成熟的科学技术、完善的平台管理技术为天然气市场的转型提供了技术支持。天然气市场营销模式数字化转型,促使天然气企业更新服务理念,丰富天然气产品的服务内容,打造横向服务模式,并将更多服务环节转到平台上进行。电商平台的发展完善,使得具有创新观念的天然气企业主动开展线上缴费等服务。因此,一些没有开展营销模式数字化转型的天然气企业迫于竞争压力,也随即进行了营销业务数字化转型,这带动了行业内产业链发展。天然气市场营销的数字化转型在降低企业经营成本的同时,能促进行业发展。

(二)中国天然气市场营销业务数字化转型的劣势

国家管网开始运行后,天然气企业落实了相关基础设施公平开放政策,因此,减少了天然气批发商和零售商之间的隔阂。与此同时,这一改变为传统模式下的市场营销模式带来诸多冲击。线上交易平台的增加,在为企业带来灵活自由交易模式的同时,也让诸多天然气企业进行从面向一个主体,到面向多个主体的转变。在公平开放的基础设施使用上,天然气企业的内部管理问题逐渐显现。同时,传统模式的产业链由于政策改革也从纵向一体化逐渐向横向一体化推进。由于天然气行业具有一定程度上的公益性与战略性,对天然气零售商配备的服务费和安装材料费的监管力度也得到加强,这降低了天然气企业产品利润。而随着新能源的不断发展并被大量投入使用,天然气作为传统不可再生资源,在一定程度上被减少使用。电气等新能源的发展也对天然气市场造成了一定影响,同时对天然气的价格也会产生一定影响。

(三)中国天然气市场营销业务数字化转型的机遇

在新格局下中国天然气市场营销业务的数字

化转型背景下,天然气企业也面临新的机遇。随着天然气市场日益全球化,国外天然气提高了供给体量,使得国内天然气供需平衡,储存量大。市场环境的良好发展和基础设施全面公平开放能为天然气企业提供良性竞争的发展环境。目前,数字技术发展成熟为天然气市场营销业务在转型升级过程中提供了技术支持。而灵活运用数字技术进行产业升级、更新管理模式、规划发展方向已成为天然气企业的共识。数字化转型是天然气企业在发展中的必经路径。煤电场的建设发展也为天然气拓展了更大的发展空间,因此,天然气企业有了更优的市场环境。新能源的应用在压缩传统能源发展空间的同时,受新能源产品自身动力、续航能力不足的影响,难以满足传统设备对能源的需求,因此,天然气一方面作为使用广泛的传统能源在短时间内不存在价格波动剧烈的趋势,另一方面由于供暖和煤炭资源使用频率逐渐减少,天然气作为一种绿色环保的清洁能源,在未来市场发展中仍有一席之地。

四、中国天然气市场营销业务数字化转型的建议

(一)入驻电商平台,创建管理体系

当前,我国电商平台发展势头正盛,消费客户体量大、市场环境稳定、受用户信赖程度高。因此,天然气市场营销数字化转型可以先在我国知名度较高的电商平台进行试点,同时与电商平台进行合作,并要求平台为以天然气为主的生活区缴费、购买天然气产品等模块构建一个独立的板块区域,便于客户群体生活缴费与购买产品。

天然气企业打造专业化综合性服务平台,能使用户在平台中购买天然气产品,并进行生活缴费。以家庭用户为例,用户能够和自己周围的用户以团购的方式买企业的天然气产品,购买产品下单成功后,用户会获得积分,而积分可以用来兑换企业其他产品或与自己相关的服务。企业还可以在平台中创建个性化的管理体系,如用户交互板块、企业与企业之间进行技术交流的合作板块。客户群体可以在企业用户交互板块反馈问题,提出建议,这有利于天然气企业及时优化和解决产生问题,促进自身发展。企业之间进行技术交流有利于加强天然气企业之间的合作,打破技术壁垒,促进数字化转型升级。

(二)设计数字化营销模式

天然气市场营销业务的数字化转型升级过程中,市场营销具有重要作用。在使用数字化营销措施时,天然气企业要着重突出天然气产品的特

点,进而使得天然气企业由初级销售天然气向打造个性化服务为主的方向转变,这能在增加天然气产品附加值的同时,为客户群体提供具有高品质、个性化、多样化的服务。这能在保证天然气产品质量的同时,重点打造高效服务的企业品牌形象,及时解决客户群体在天然气产品使用上的安全问题,保证产品高质量标准化生产。考虑到天然气产品在运输过程中的特殊性,数字化转型期间,企业在天然气市场中会缺少一定的竞争力。因此,在物流运输环节,企业应注重天然气产品的安全问题,并确保天然气产品在交接后出现的后续服务问题能得到有效解决,如帮助客户安装及对天然气产品进行调试,进行后续保修工作。天然气企业在市场营销过程中,要着重把握日常宣传频率、宣传平台等问题,也可以进行一些相关视频及广告的投放,积极参与一些曝光度高的公益事件,提高天然气企业知名度。

(三)融合新能源谋求发展

为了响应国家提出大力发展新能源的政策,落实碳中和目标,新能源得到了广泛使用。新能源作为可再生能源,能够替代传统的不可再生资源,进行发电的功效,同时减少使用传统能源带来的环境污染,发挥保护环境、节能减排的作用。国家不但大力发展新能源,而且将新能源作为未来的可持续利用资源投入使用。为了使新能源被大众接受、得到广泛普及,代替传统不可再生资源投入使用,减少碳排放量,研究人员设计开发了利用新能源发电产生动力的设备。但是,新能源发展具有不稳定性的特点,会造成电力系统的不平衡。但是,天然气发电具有稳定性,且技术成熟,与煤炭发电相比较,其更加环保,能够更好地实现节能减排、减少碳排放的目的。因此,促进天然气与新能源产业相结合,不仅能促使新能源能得到稳定应用,而且能让天然气市场有更广阔的发展空间。我国天然气市场营销在数字化转型之下,在发展中抓住机遇,能同新能源谋求共同发展。

(四)制订转型发展人才计划

在天然气市场营销业务数字化转型发展过程中,要着重制订人才招聘计划,对相关技术型产业人才进行着重培养。现阶段,我国缺少能够促进企业数字化转型升级的人才。各行各业智能化的建设与发展都需要相关技术型人才及技术的支持。在天然气企业转型过程中,专业的技术人员能够运用先进的科学技术建设符合天然气企业转型发展的应用

平台,以及与平台发展相契合的应用。在天然气企业数字化转型过程中,相关技术人才的引进能够更新营销理念,打破传统模式下的天然气市场经济营销模式,开拓迎合时代发展的创新渠道。同时能够运用数字化营销形式,营造和谐的网络宣传氛围,在达到宣传目的的同时减少成本投入。

五、结语

新格局的环境背景下,中国天然气市场营销数字化转型升级具有一定的现实意义。这是当代环境下的必然选择,是促进天然气市场发展的重要手段,是促使天然气产业更新发展的必要条件,是迎合社会发展的主要途径。因此,中国天然气营销模式在数字化转型过程中需要入驻电商平台,创建新型管理体系,设计数字化营销模式,融合新能源谋求发展,制订转型发展人才计划。

【作者简介】侯凯健(1990—),男,陕西宝鸡人,本科,中级经济师,宝鸡石油机械有限责任公司,研究方向为工商管理。

邹现明(1986—),男,山东临沂人,本科,中级经济师,宝鸡石油机械有限责任公司,研究方向为工商管理。

岳璐(1976—),女,辽宁沈阳人,本科,中级经济师,宝鸡石油机械有限责任公司,研究方向为工商管理。