

电力设备市场经营现状与营销策略分析

■ 丁 帅

(哈尔滨锅炉厂有限责任公司, 黑龙江 哈尔滨, 150000)

一、引言

全球经济一体化发展给我国电力设备行业带来了巨大冲击,在激烈的市场竞争环境下企业承受着更大压力。随着产能过剩、缺少高端技术、产业结构发生变化等问题的凸显,企业改革与创新势在必行。决定电力设备制造企业产品销量和利润的重要因素是营销策略。企业必须做到对市场需求精准分析,找准自身市场定位,制定科学的营销方案,以赢得客户满意、构建和谐客户关系为最高追求。企业只有这样,才能成为市场竞争的佼佼者。本文将探讨电力设备市场经营现状及常用的营销模式,并提出行之有效的营销策略,仅供参考。

二、电力设备市场经营现状

(一)行业竞争激烈

大型跨国电力设备制造企业往往拥有自主核心技术,其能凭借这些先进技术迅速占领我国电力设备市场,这在一定程度上会加剧国内市场的竞争形势,使得本土企业压力倍增。一些本土企业为了生存被迫将目光转向中低端市场,使用低价策略赢取订单,这导致企业利润不断降低,市场竞争力一再被削弱,由此进入恶性循环,更加难以与跨国企业相抗衡,也影响了企业的未来发展。

(二)产能过剩,缺少高端技术

随着电力行业的飞速发展,市场对电力设备的需求愈发旺盛,电力设备市场潜力被充分挖掘出来。电力设备制造企业凭借生产发电设备获利,却忽视了市场容量及对高性能设备的渴求,其产能过剩现象极为突出。同时,我国企业尚未掌握高端制造技术,在电力设备生产上主要依靠从跨国企业引进技术设备,这对我国电力设备制造行业长远发展极为不利。

(三)产业结构发生变化

在可持续发展背景下,国家大力呼吁电力设备生产制造中使用绿色清洁能源。新能源发电逐渐取代火力发电,与之配套的电力设备在市场上所占比重随之增大。电力设备制造企业面临改革转型的艰巨任务,其必须积极更新电力设备,选择合适的市场营销策略,否则会在国内外企业的双重夹击下黯

然退场。

(四)不同类型电力设备竞争力有所差异

电力设备主要包括一次设备和二次设备,前者属于高端技术产品,后者涉及国家安全领域。跨国企业凭借成熟的生产技术和生产设备,竞争力相对更强,占据了更大的市场。我国电力设备制造企业尚未研发出核心技术,生产的一次设备质量有较大的提升空间;国家采取了一系列的保护政策,专门由本土企业生产,二次设备市场基本趋于稳定。

三、电力设备营销模式分析

在电力设备营销工作中,常用营销模式有直销和代理,二者的特点如下:直销模式指的是电力设备制造企业采用电话营销、网络营销等形式直接与客户交易,其能简化营销环节,增加产品利润。但是需要企业专门设置营销部门,组建营销团队,对区域市场进行开发和维护,承担较高的风险,实际投入的营销成本可能会上升,营销工作效果却不甚理想。代理营销是电力设备制造企业委托代理商销售产品,依靠他们对区域市场的了解,拓宽营销渠道,代理商与客户接洽,全权负责维护客户和市场,这相当于企业将营销风险转移给了代理商。每台设备按照批发价格供应给代理商,企业所得利润就会下降。部分电力设备制造企业对营销模式的选择举棋不定。

鉴于直销和代理两种营销模式各有优缺点,电力设备制造企业可以将二者结合起来,创新电力设备营销体系,编制科学的营销方案,其需要引起企业全员对营销工作的重视,以此提出更多可行建议,打开产品销路,促进企业效益不断增长。我国电力设备制造企业市场竞争力薄弱的的一个原因是缺少核心技术,这就要求企业能平衡好技术创新和市场营销的关系,充分参考和借鉴发达国家先进电力设备生产制造技术,加强企业自主核心技术研发创新。企业还可利用信息化技术手段监测市场环境和企业管理情况,对市场进行深入分析,将视线放在更为广阔的市场平台上,不断引进和培养优秀营销人才,更新营销思维,提高自身营销能力,展示电力设备产品优势,赢得客户好评和信赖。

四、电力设备的营销策略

(一) 注重企业品牌建设

每个成功的企业都拥有属于自己的品牌。客户在谈论企业时会自然而然地联想到该企业的品牌，这就是品牌效应。品牌已成为公众了解企业，选择产品的重要标准，也是给企业带来丰厚利润，增强企业核心竞争力的重要途径。为此，电力设备制造企业应创立独具特色的品牌，加强品牌宣传和品牌形象的维护，以提高品牌影响力和知名度。在用户习惯、客户关系、产品价格等指标相同的前提下，品牌知名度高的电力设备制造企业更容易赢得客户青睐，获得更多品牌溢价。品牌不仅包含了企业独特的思想和理念，还有企业对客户的诚意和承诺。在开展电力设备营销工作时，营销人员要向客户介绍企业品牌，注重电力设备制造企业的品牌建设，这是一种非常有效的营销手段。

(二) 合理选择营销模式

一般来说，给客户带来强烈感官刺激的体验式营销在其心中留下的印象更为深刻。电力设备制造企业营销人员可以采用体验式营销策略，加强客户与产品的互动，增加客户对产品型号、性能、运行参数的了解，这种与传统营销截然不同的方式能博得客户的满意，这有利于壮大企业忠诚客户群体，保持企业获利稳定。企业在对某个电力设备进行营销时，可以组织观摩和实验活动，吸引客户亲身参与进来。营销人员介绍产品后，及时为客户解答疑惑，并让用户近距离接触产品，体验产品功能，彻底打破同质化营销模式。

除此之外，营销人员加强与客户和代理商的互动交流，彼此之间建立良好的合作关系，以此扩大宣传范围，强化企业产品宣传效果。这种关系性营销模式在电力设备营销工作中有着较高应用价值，可以维护企业品牌形象，拓宽电力设备销售渠道，帮助企业在市场上树立好的口碑，为企业创造不可估量的效益。

(三) 基于市场需求出发

现代市场发展日新月异，市场需求在不断的变化。企业要想实现长久发展，就要重视对市场的观察和预估，分析市场需求，将市场需求作为企业生产的关键要素。在全球经济一体化发展背景下，电力设备制造企业面临着机遇和挑战共存的局面，其需要准确把握市场需求，生产客户真正需要的电力设备。这能使电力设备快速倾销出去，实现企业资金的高速流转，支撑企业技术研发和创新，扩大生产规

模，提高企业的综合实力。电力设备制造企业依托现代信息技术和大数据技术对市场环境进行动态监测，深入分析电力设备市场需求，加强对客户群体的细分和挖掘，结合企业当前的生产技术工艺，生产质量高、性能优越的电力设备产品，精准提供给客户，这将会成为客户采购电力设备的首选。

(四) 提供优质产品及服务

客户采购电力设备最为看重的就是产品质量。质量是衡量企业生产技术和社会责任感的重要指标，没有高质量的电力设备产品，营销将是空谈。而电力设备的质量决定了电力系统的运行情况，这是用户认识和了解企业的重要渠道。因此，电力设备制造企业在为客户提供产品时，要提前对产品质量进行检测，向客户出具产品的合格证，明确表示出为质量问题负责的态度，消除客户的隐忧。

影响电力设备营销成功率的另一个因素为售后服务，有些客户担心产品售出后企业放任不管，在采购电力设备时顾虑重重。电力设备制造企业应向客户提供优质的售后服务，经常与客户沟通，倾听客户的想法，根据客户的建议进行产品和服务的改进，帮助客户解决各种现实问题，建立稳固的客户关系群，以提高电力设备营销水平，这会使电力设备制造企业的竞争优势与日俱增。

五、结语

电力设备制造企业要想提高营销成功率，在激烈的市场竞争中要脱颖而出，就要树立品牌意识，加强企业品牌建设。电力设备制造企业要在以优质的企业品牌为基础的同时，合理选择营销模式，并认真分析市场变化，基于市场需求出发生产高质量电力设备产品；对客户群体进行细分，根据不同客户的具体需求，为不同客户提供差异化的电力设备产品和优质的售后服务，维护与客户的良好关系，赢得客户信赖，从而成为电力设备市场竞争的优胜者。

【作者简介】丁帅(1992—)，男，吉林辽源人，本科，中级经济师，哈尔滨锅炉厂有限责任公司，研究方向为能源、电力行业市场营销、工商管理。