

近年来，由于疫情影响，非营利组织在资金方面严重依赖政府。其自主经营能力较差，往往需要政府相关部门的协助。然而，在实施其组织行为的过程中，虽然一些非营利组织采用了非营利组织的名义，但他们把自己的利益放在首位。中国政府缺乏一个有效的评价体系。因此，要建立对非营利组织的综合监管体系，必须通过各类监管单位的合作，对非营利组织进行全面监管。在此基础上，建立多元化合作基础上的科学监督平台，提高整体监督效率和水平，促进非营利组织的健康发展。

参考文献

1. 2019 年中国财政收支情况 [电子资料]。 – 访问地址: http://gks.mof.gov.cn/tongjishuju/202002/t20200210_3467695.htm。 – 访问日期: 15.11.2024.
2. 2020 年中国财政收支情况 [电子资料]。 – 访问地址: http://gks.mof.gov.cn/tongjishuju/202101/t20210128_3650522.htm。 – 访问日期: 15.11.2024.
3. 2021 年中国财政收支情况 [电子资料]。 – 访问地址: http://gks.mof.gov.cn/tongjishuju/202201/t20220128_3785692.htm。 – 访问日期: 15.11.2024.
4. 2022 年中国财政收支情况 [电子资料]。 – 访问地址: http://gks.mof.gov.cn/tongjishuju/202301/t20230130_3864368.htm。 – 访问日期: 14.11.2024.
5. 2023 年中国财政收支情况 [电子资料]。 – 访问地址: http://gks.mof.gov.cn/tongjishuju/202402/t20240201_3928009.htm。 – 访问日期: 13.11.2024.

УДК 339.138

宗申动力的 B2B 数字营销新纪元：智能未来

吴祥民 (Wu Xiangmin)

School of Business of Belarusian State University

e-mail: 1578167533@qq.com

Summary. Currently, B2B marketing strategies in various industries have undergone digital transformation. Zongshen Power, as a leader in the low altitude economy and a leading global manufacturer of engines and power solutions, is actively innovating and developing in the B2B marketing field by combining the most advanced intelligent systems and technologies. This article explores how Zongshen Power utilizes digital tools, data-driven strategies, and globally interconnected digital platforms to connect global customers and create new growth opportunities in the global market. The study also analyzed the challenges faced by the company in this process and proposed suggestions for future development.

宗申动力股份有限公司 (Zongshen Power) 自成立以来，始终致力于发动机技术的创新与发展，并在全球市场中占据重要地位。根据宗申动力官网的介绍，该公司目前已拥有多个系列的发动机产品，广泛应用于摩托车、汽车、船舶和通用动力等领域。公司致力于通过技术创新和数字化转型提升其在 B2B 市场中的竞争力。

宗申动力的 B2B 数字营销战略有很多方针策略，接下来我们就一些核心战略展开讨论，比如品牌影响力，客户参与度，智能化数字平台等，以下是几个关键的战略方向：

数据驱动的营销决策，由于宗申动力在市场营销多年，拥有广泛的客户群体，在现代化时代，宗申动力通过建立完善的客户数据平台，将所有客户信息都容纳其中，除此之外，还将市场趋势和行为数据都汇聚其中，这些数据为营销决策提供了坚实的基础，帮助公司制定更加精准的个性化营销策略。“数据驱动的决策能够显著提高营销活动的精准度，并确保营销目标的实现” [1, p. 45]。

智能化客户互动，在以 chatGPT 为代表的人工智能 ai 崛起后，国内 ai 平台也跟着蓬勃发展，宗申动力也发现了人工智能的妙用，通过 ai 技术，优化了与客户之间的互动体验。Ai 带来的自动聊天机器人以及全自动化客户以及极度匹配的个性化推荐系统极大得提高了客户的满意度。刘涛和高阳（2023）提到：“通过人工智能和自动化系统，企业能够实现 24 小时无缝沟通，满足客户的即时需求” [2, p. 13]。

尽管数字营销为宗申动力带来了诸多优势，但在实施过程中，依然面临一些挑战：

技术创新与实施的挑战

引入人工智能、大数据等先进技术需要企业投入非常大的资源，刘涛和高阳（2023）指出：“在技术实施的过程中，企业必须确保新技术的稳定性和可扩展性，以应对快速变化的市场需求” [1, p. 45]。

数据安全与隐私保护

客户数量剧增，客户的隐私安全变成了非常重大的问题。张飞（2024）指出：“在全球范围内采集和使用客户数据时，企业必须采取严格的数据保护措施，确保信息安全” [3, p. 24]。

结论与未来展望

宗申动力这几年的技术创新给 B2B 数字营销带来了极大的推动，非常成功得将公司进一步做强，公司的市值也越来越大，智能化的数字平台进一步拉近了与客户间的距离，在宗申动力的官网关于未来展望，他们是这样展望的：未来宗申动力会进一步提升营销精准度，增加与客户互动深度，不断创新技术应用，进一步提升竞争力。

参考文献

1. Wang, Xiaoling. B2B Marketing Strategy and Innovation in Digital Transformation [N] / Xiaoling Wang // Enterprise Management and Development. – 2023.05. – 45(005). – P. 45–48.
2. Liu, Tao, Gao, Yang. Intelligent Marketing: Enterprise Competitiveness in the Digital Age [N] / Tao Liu, Yang Gao // Journal of Marketing. – 2023.08. – 12(008). – P. 12–15.
3. Zhang, Fei. Digital Marketing Practice in the Context of Globalization: A Case Study of Zongshen Power [N] / Fei Zhang // International Business Research. – 2024.01. – 22(001). – P. 22–26.