

电子商务网络营销：国际贸易的新趋势--网络营销 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao_ti2020/250/2021_2022__E7_94_B5_E](https://www.100test.com/kao_ti2020/250/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_250409.htm)

5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_250409.htm 国际营销是营销观念在地域和空间上的顺延和拓展，是指企业跨越国界在更大范围内以更广阔的视野和更高的目标实现企业营销的过程。它可以是企业经营的国际化，即企业的产销活动和市场范围跨越国境，也可以是以国际需求为导向、在全球范围内制定营销战略并进行产品开发、生产、销售、投资等一系列活动，更加合理地优化资源配置，实现全球范围内的利润最大化的跨国公司。跨国公司是国际营销发展的高级阶段。从国内市场扩展到国际市场，是商品经济的内在属性，是生产力发展的必然结果。本世纪特别是第二次世界大战以后，跨国公司得以迅猛发展，其全球一体化的经营战略，使得各国经济之间的依存和联系日益密切，形成了世界经济一体化的趋势。而在国际营销理论中，各国政治、经济及文化方面的环境是被视为一种前提条件而存在的，企业只能被动地适应这种环境差异。人是环境的产物，人们的消费习惯、需求欲望无一不与他们所处的特定环境紧密相关。但是，国际互联网的投入使用克服了各国在时间和空间上的差异，甚至是同化了这种差异。它提供了一个真正的世界市场，使各国经济相互依存、相互依赖。成为不可分割的一个整体。加速了世界各国相互依赖的程度，使经济联系越来越紧密。网络营销是指借助于国际互联网完成一系列营销环节，达到营销目标的过程。网络具有快速、高效、低成本的特点，在互联网上信息资源共享，进入障碍为零。作为一种新的媒体，网络具有一

对一的互动特性，这是对传统媒体面对大量“受众”特征的突破。从营销的角度讲，网络上生产者和消费者一对一的互动沟通，了解顾客的要求、愿望及改进意见，将工业时代大规模生产大规模营销改进为小群体甚至个体营销，为消费者提供了极大的满足，迎合了现代营销观念的宗旨。同时，它的革命性在于缩短了整个经济的中间环节，降低了交易成本，节约了社会资源。具体到营销机制，网络技术克服了横在生产者和消费者之间的时间、空间障碍、弱化了存在于二者之间的各种中间环节和渠道。网络营销在方寸之间集聚了全世界的生产者和消费者，实现了真正的世界市场，顺应了全球经济一体化的世界潮流。因此，网络作为一种全新的生产力，网络营销作为具有极大经济潜力和实用价值的全新的领域，形成了国际营销的发展趋势。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com