

出口企业需要具备哪些电子贸易能力? PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/32/2021\\_2022\\_\\_E5\\_87\\_BA\\_E5\\_8F\\_A3\\_E4\\_BC\\_81\\_E4\\_c27\\_32175.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/32/2021_2022__E5_87_BA_E5_8F_A3_E4_BC_81_E4_c27_32175.htm) 随着全球经济的一体化，买家对商品的要求也更加严格，买家的采购行为也更加瞬息万变。买家的需求不断在变。仅仅了解产品价格对于他们来说远远不够。如今，他们意识到供应商所提供的增值服务及电子贸易的运用同样重要。因此，供应商应该根据买家的需求转变做出相应的配合。电子贸易为买家提供更详尽的市场信息，与传统贸易方式相比，令买家更容易货比三家，并采购到质量、价格与性能俱佳的产品。美国著名零售商Dollar General的Mike Ennis认为：「国际互联网不但使我们能从世界各地采购种类繁多的产品，还令我们能更轻易迅速地比较及评估这些产品。」由此可见电子贸易促使全球供应商之间的竞争日趋白热化。网上贸易的成效令国际大型买家对网上采购趋之若鹜，尤其目前B2B电子商务日渐普遍并且成效显著，更促使买家偏向使用电子贸易进行交易。如果供应商尚未具备电子贸易能力，必将遭买家淘汰。面对买家需求之变化，供应商该如何面对？要配合买家的电子化贸易过程，供应商最低限度需利用电子邮件与买家进行沟通。同时，随着贸易网站的日渐普及，很多供应商除建立自己的企业网站外，还倾向寻找信誉卓著且汇集大型买家的专业B2B网站以增加其销售机会。随着买家要求贸易电子化，供应商也需积极利用电子贸易与买家进行洽商，同时利用专业的B2B贸易网站的服务作市场推广，才能掌握先机，开拓更广阔的出口市场。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

