

经济“寒流”令中国电子商务营销模式走俏电子商务考试

PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/518/2021\\_2022\\_\\_E7\\_BB\\_8F\\_E6\\_B5\\_8E\\_E2\\_80\\_9C\\_E5\\_c40\\_518545.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/518/2021_2022__E7_BB_8F_E6_B5_8E_E2_80_9C_E5_c40_518545.htm)

中国最大的互联网广告交易平台“阿里妈妈”，正加紧其“大淘宝”新电子商务模式在内地的推广步伐。经济“寒流”袭面之际，内地传统的实体经济大有加大网络营销投入的趋势。“论道品牌破局制胜”网络营销论坛十六日在沪举行，吸引业界知名营销专家和在沪企业，包括快消行业(即快速消费品)的联合利华和光明牛奶，老牌国际金融企业的花旗、渣打，及本地企业如奔腾电器等的热情参与。中国海关总署发布的相关统计显示，十一月份中国出口同比下降百分之二点二，是七年来首次负增长。对此，营销专家吴晓波认为，“从目前看，长江三角洲区域企业受到的主要影响是订单减少、终端销售滞后、大客户资金紧张以及行业库存压力增大等方面。”金融危机下，内地实体经济如何转型“过冬”？此间网络行业分析师称，此次金融危机对长三角区域的产业结构调整未必不是一件好事。过去，经济好的时候，行业很多问题难以显露，危机将使更多企业由生产经营型转到品牌经营型，还将加速产品创新。目前，中国以二点五三亿的网络用户数量，取代美国成为全球上网人数最多的国家。据艾瑞咨询公布的《二  
七年中国广告市场份额报告》显示，二八年中国网络广告市场规模将突破一百七十亿元人民币。尽管中国网络人口众多，但是一些企业的电子商务水平还未完全脱离“初始”模式。淘宝广告事业部华东区销售总监花蕾指出，随着网络购物人群的激增与成熟，新的营销机遇将诞生于传统企业

与互联网的无缝对接。以“大淘宝”为例，此模式作为营销平台将帮助企业压缩渠道和营销成本，利用诸如淘宝商城这样的电子商务网络购物渠道，通过精准的互联网广告推广，推动企业营销理念和体系的变革。百考试题编辑整理F8F8" 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](http://www.100test.com)