

电子商务员辅导：电子商务案例分析指导 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_61794.htm 科学创造奇迹 ----杜邦
网络营销策略分析 杜邦公司(www.dupont.com)与洛克菲勒, 福特, 摩根, 卡耐基等最老牌美国工业巨头并列, 人称化工大王.
杜邦公司是一家以科研为基础的全球性企业, 提供能提高人类在食物与营养、保健、服装、家居及建筑、电子和交通等生活领域的品质的科学解决之道. 杜邦公司成立于1802年, 在全球65个国家经营业务, 共有员工94000. 杜邦以"创造科学奇迹"为企业目标, 杜邦美国总部和设在世界各地的投资企业均设有研究实验室, 参与研究的科学家、工程师和技术人员超过12,000名, 此外, 还有4,000多名工程师和技术人员专门从事新产品的开发工作, 其成果数以千计. 许多二十世纪的革命性产品都诞生在杜邦实验室, 其中包括尼龙、氯丁橡胶和不粘涂料等. 杜邦所实现的科技飞跃, 不仅为其产品带来了突破性的发展, 使其业务得以不断拓展新的领域, 更具意义的是, 杜邦的努力推动了人类科技文明的共同进步. 据《远东经济评论》第6次的年度调查, 杜邦公司被列为亚洲的优秀公司之一. 这次调查包括200家在亚洲从事经营活动的公司, 其中90家被认为是总部不在亚洲, 但在亚洲从事经营活动的优秀公司, 杜邦公司在这90家公司中名列第34, 比去年提前了3位, 比1997年提升了8位. 杜邦是化工巨头, 但站点并没有定位于化工, 而是以科学自称, "科学创造奇迹"贯穿整个网站, 紧贴人们生活. 在杜邦产品的导航中, 我们看到的是一个巨大的记事本(如图), 散落的图片看似漫不经心, 却涵盖了杜邦的所有产品的

分类. 那些来自世界各地内容各异的图片更说明了杜邦的产品遍布世界各地, 涉及人们生活的方方面面. 面对杜邦千千万万的产品, 杜邦没有平铺直叙, 更没有专业术语成堆, 杜邦的行文特色就是喻理于情, 处处从人们的生活事件入手, 在最关键的时候导入杜邦的产品, 配以来自世界各地的生活化的画面, 其效果是不言而喻的: 杜邦的产品是值得全世界信赖的产品, 杜邦早已渗透到全世界的各个角落. 例如在介绍除草剂时, 杜邦首先说的是: "现在60亿人在地球居住, 到2050年将达到120亿. 我们怎样以所能承受的方法满足成长的人口之必要?" 在这个不容回避的问题面前, 全世界都在寻找一个很好的解决方案, 那么杜邦找到了吗? "杜邦的研究人员为世界带来了以Sulfonylureas(SU)知名的除莠剂家族, 它们象其他的除莠剂那样除净杂草, 提高了农作物产量, 并且对环境没有污染, 对人也安全." 再例如在介绍所开发的防治艾滋病病毒的药物时, 杜邦首先告诉人们的是艾滋病给个人, 给家庭, 给社会所带来的危害: "在1998年以内, 爱滋病开始流行之后已有1390万个成年人和孩子们已经因感染免疫缺损综合症而死亡, 其中的120万个是孩子们, 为了减少艾滋病病毒和艾滋病传播, 杜邦开发防治艾滋病病毒的药品." 杜邦成功了吗? 杜邦成功了, "杜邦批准并开发了第一个防治艾滋病病毒的药物", 该种药于1998年在美国研制成功, 1999年在加拿大和欧洲也取得了成功, "杜邦在发展中认为迅速产生这种防治艾滋病病毒的药物并尽可能地应用于全世界是极其重要的, 杜邦的调查显示: 发展和处理医药发送上的商务问题在对艾滋病病毒和其他疾病的战斗中是亟待解决的又一个焦点问题." 在想象的飞跃, 信心的飞跃, 勇气的飞跃中, 杜邦以科学创造奇迹, 以奇迹改变人们的生活, 杜

邦的愿望就是使这个世界更美好,通过不断地解开自然界的奥秘,我们为创建更健康,更安全的世界做出了巨大的贡献.在中国(www.dupont-china.com.cn),除了在企业内部进行科研活动外,杜邦更利用其在人造纤维、电子、农药、化学品、聚合物和其它专利产品方面的先进技术和专业知识,积极与国内有关部门、科研机构和企业合作,资助研究工作的开展.杜邦在华所支持的技术交流项目涉及汽车产品、聚合物产品、电脑三维模拟技术和生命科学等领域.目前,通过技术转让,杜邦有10多种专利技术在中国近20家科研及生产设施得以应用.进入杜邦在中国的网站,除了杜邦的最新新闻外,最引人注目的是几张黑白的图片,在其它网站以鲜艳花哨的图片吸引人的时候,杜邦的这几张黑白图片更显得凝重永恒,充满韵律的笔调将公司的百年辉煌浓缩于其中,在信心,勇气,想象,未来的飞跃中,更显出杜邦的深沉大气.特别是那抬起的半只脚和脚下深深的足迹(如图),让人一下子想起了阿波罗登月宇航员著名的月球足迹,虽未有太多说明,但巨大的想象空间已留给了每一个访问者.第一次看到此图的人,恐怕首先想到的是登月宇航员阿姆斯特朗"这虽然是我的一小步,但却是人类跃出的一大步"的著名感叹."以往的成绩并不是依靠保守的经营作风",杜邦这么说,那么依靠的是什么?依靠的是飞跃的步伐,才取得了今天的成就.这些如黑白石雕班的图片,代表了全人类的智慧结晶和不懈求知的愿望.在其它各页中,杜邦展现给人们的是简洁的画面,详尽的介绍,这是杜邦的精神和特色,实实在在,不以花哨取悦他人,在企业网站中最显深沉大气,独树一帜.杜邦深信这200年基业,并非是终日眷恋着过往成绩的结果,而是不断向前迈进的实证.所以,今天杜邦最首要的目标

，是要确保未来100年的业务继续发展. 因此，杜邦必须再次突破现在的层面，为公司的组织架构、技术及产品注入新意，让公司在21世纪仍可在业内稳占翘楚之位. 为了迎接这个挑战，杜邦已清楚确定了自己的角色及如何确立存在价值----一家以科研为基础的公司. 过去，杜邦之所以能够为顾客及股东带来莫大的价值，全赖多项重大的科学发现和不断改良技术，创造出很多科技上“飞跃”，全面改变了人类的生活. 一直以来，杜邦的业务均建立在化学及物料科学上. 但近几年，生物科学的重要性也日渐提升. 杜邦能以其独特的能力，结合这两个不同领域的科研成果，而成功应用在商业层面上至为重要. 杜邦一直注重创制新产品，以迎合人类在生活上的需求. 正如公司主席及行政总裁贺利得所说：“我们是一家以人为业务对象的公司，所以会继续开发及实行一切具创意、完整性和持久性的解决方案，以提升人类的生活质量. 我们亦深信公司的存在，就是要满足人类基本的需求.” 杜邦只是一个化学公司吗？杜邦将要成为一个生物科学公司吗？从很多方面来说，这些都是错误的说法, 杜邦决意要建立的是一个时代延续的公司, 杜邦是一个强大的，在世界范围内探索人类基本需求并为之提供解决之道的公司! 面向新世纪，创造科学奇迹和实现可持续增长都离不开科技创新，杜邦将发展方向确定为一家全球领先的、“可持续增长”的科学企业，而“创造科学奇迹”也成为杜邦新的企业口号. 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