

2006电子商务市场感慨网上贸易谈何容易 PDF转换可能丢失  
图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/62/2021\\_2022\\_2006\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_c40\\_62745.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022_2006_E7_94_B5_E5_AD_90_c40_62745.htm) 网上贸易，特别是网上的外贸，在互联网的时代，好像变得比传统的外贸来得容易了，特别是经过各家B2B的宣传之后，网上生意，看起来都很容易了。而实际情况呢？国际贸易的格局和国际贸易过程中的风险防范，都不可能因为网络出现而消失，我们听到的传奇故事，都是幸运儿的故事，就像大部分的人不可能通过开一家塑料花加工厂，日后就一定成为李嘉诚一样。不要让自己陷入幸运儿的美梦中。网上外贸，谈何容易。有过经验的外贸工厂就会知道，好的买家是来自生意场上，来自长期的积累，网上的买家一般都很挑剔。国际买家有很多种类，大买家如沃尔玛和宜家，都有自己成熟的采购系统，不然也有采购公司为它们效劳，即使偶尔有一些特殊产品的单下到某个中小企业，单单验厂的过程就可以让企业打退堂鼓。小买家跟我们中国的小企业一样，都是精打细算，特别是那些懂得上网寻找供货商的买家，他们往往如我们一般对价格进行百般比较，对质量要求甚高。在这样的情况下，通过他们、通过网上外贸想暴富，只能是痴心妄想。网上外贸，需要具备很多的条件，买家的平稳心态、适度的规模和成熟度，供应商合理的期望、成熟的沟通技巧与足够的生产与质量控制能力。但是理想的这两个人要碰在一起是很不容易的，某种程度上可以跟找对象相媲美。不管是卖家，还是买家，都希望能一见钟情，但是这种期望结果往往是一厢情愿。当B2B平台上涌来大量的买家与卖家的时候，他们要从里面找到合适自己的对

象是有相当难度的，特别是当你缩小到自己的目标范围的时候，发现对象仍然是上百家，这个时候，不管是卖家，还是买家，都一样头疼。其实每个人都有自己的小算盘，卖家也一样，他的采购目标是服装配件和辅料、要找的是一家工厂而不是贸易公司、要求工厂有欧洲出口经验、而且要求产品达到欧洲的相关安全标准、要求能接受30天信用证的付款方式、采购的数量是每种小配件和辅料各1000左右个！！很显然，要纯粹从网络中筛选出目标对象来，并且确认符合条件，是有一定难度的。我们能想象国际买家天天都在做这个事情吗？不能！！不管是B2B，还是其他形式的贸易平台，如果能为买家做进一步筛选，特别是人工筛选与沟通，缩小供应商范围，也就促进了交易的成功率。对了，这个也是搜索引擎营销的要素体现，这个要素就是相关性。通过人工服务和网络技术的结合，达到相关性的极致，最终最理想的结果就是买家见到卖家，或者是牛郎见到织女。理想毕竟只是理想，所以最现实的最佳结果就是买家有机会见到几个合格买家，然后自己做出最终的判断，确定合作对象，进而达成最终的交易。这个中间过程，需要一些人工的干预，因为真实诚信制度的缺失和技术的局限，无法完全用技术来解决。所以，除非买家自己有人员和系统来分析卖家，卖家有沟通能力和受信的第三方背书，否则是需要相当的促成工作的。买个外贸B2B服务，有个企业在B2B上面的页面，发布一些产品信息，寻找一些商机，群发一堆邮件，除了幸运儿之外，其他的都如泥牛入海。对买家来说，注册一个B2B买家会员，发布一条商机在浩瀚的真假商机中，每日接收大量真假客户的真假电子邮件，幸运儿加冒险王之外，其他的都被信息吓坏

了。网上外贸，需要的不仅仅是信息，需要更多的过程服务，需要人工的有效干预，需要促成。否则，谈何容易。

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)