

左手抬右手打Google与中方伙伴各有算计 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E5_B7_A6_E6_89_8B_E6_8A_AC_E5_c40_63036.htm Google在中国招募授权合作伙伴的举措表明，这家公司在中国的市场攻略开始初步成型。据了解，除了中企动力，中资源、上海火速和东莞移动时代科技也先后入围授权代理商行列。对于Google之举，国内业界解读为这家公司把它下一步市场发展的“宝”押在了网络广告。戴着胜利者的光环从纳斯达克的荣耀中走来的Google，正迈开步子在中国市场中走它的“财富”之路。王者归来的气势还能受用多久？李开复事件的余波尚未平息，Google又因在中国市场大规模整饬渠道而备受关注。2005年8月8日，Google在北京宣布与中企动力合作，授权中企动力为自己在中国的首家正式授权合作伙伴；9月9日，两家公司又在上海发布了相同信息。在接下来的日子里，他们还将其他几个重要大城市展开类似的造势活动，大举推广Google Adwords关键词广告搜索服务。Google在全球市场采用的都是直销模式。2005年，他们将授权代理商计划扩展到中国。但在8月之前，这家全球最大的搜索服务商在中国没有开拓任何代理商业务，此次与中企动力的合作，是他们在国内选定的首批合作对象。据了解，除了中企动力，中资源、上海火速和东莞移动时代科技也先后入围授权代理商行列。对于Google之举，国内业界解读为这家公司把它下一步市场发展的“宝”押在了网络广告。戴着胜利者的光环从纳斯达克的荣耀中走来的Google，正迈开步子在中国市场中走它的“财富”之路。王者归来的气势还能受用多久？“钦定”

授权代理商 Google在敲定合作伙伴时可谓煞费苦心。据观察，这些成为授权代理商的企业，不仅在中国电子商务领域中扮演着重要角色，而且他们都具有一个共同的特点有广泛的中小企业客户资源。东莞移动时代科技公司是目前华南地区规模最大的网络营销公司，下设多家分布于深圳、广州以及上海等地的分公司；而中企动力经过6年的发展，在全国范围内网罗了60多家分公司，具有由20多万家企业构成的庞大客户网络，且还有约为3万户的新增客户；上海火速则覆盖了整个华东和华西部分地区，目前客户包括逾3万家企事业单位（包括一系列的跨国企业），并拥有近500家渠道合作伙伴。至于中资源，这家大型IT服务公司更是致力拥有华北、华南及华东地区广泛的企业、政府、组织及个人客户资源。“毫无疑问，Google希望我们在中国的20万家企业客户都成为他们的资源。”在谈到双方合作的目的时，中企动力副总裁俞凡向《IT时代周刊》证实。而Google亚太区副总裁Sukhinder Singh也直言不讳地指出：“我们将利用中企动力现有的、市场领先的销售力量和渠道，为中国的中小企业提供高回报率的本地化服务。”不过，Sukhinder Singh也不忘宣传。他告诉本刊记者，Google授权代理商计划可以帮助中国企业使用Google Ad-Words进行网络营销，他们可以用很少的成本，把产品推向全国或全世界，得到很高的回报率。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