

电子商务模式在我国进出口公司的应用三 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_64020.htm 3.第二阶段：价值网络集

成商模式 进出口公司在完成以上各种工作后，已经可以在短期内适应新形势。但是，从长远考虑，中介模式不能满足进出口公司的发展要求。前面已经提到，进出口公司电子商务模式发展的第二个阶段，应该采用的是价值网络集成商的模式。本文采用Weill的原子模式理论，对进出口公司采用的价值网络集成商进行如下的要素分析。（1）战略目标和价值定位 在进出口的国际大舞台上，各种参与方为数众多。国内的买家卖家、国外的买家卖家、各种管理监督机构、各种相关企业数不胜数，各参与方之间的价值网络关系也非常发达。在这种前提下，进出口公司可以通过各种信息的收集、综合和发布，改进这个价值网络的运行效率。此时，进出口公司不需要拥有多少实体资产，但是却拥有关于其他参与方以及客户的需求和能力的翔实信息。（2）收入来源 在这种模式中，进出口公司的收入通常都来自收取的费用或者是产品销售的利润分成。通过对买方信息的利用，进出口公司可以满足他们的需求，并相应的抬高价格。通过对卖方信息的利用，进出口公司可以通过减少存货和缩短订货周期来降低成本。（3）关键成功因素 进出口公司应通过各种方式，如外包、合作、自我建设的方式，具备以下的条件才能保证该模式的成功。可以减少对物理资产的拥有，但同时拥有客户数据资产。可以进入整个行业的价值链。最好能建立一个为价值链中各个参与方所公认的可信赖的品牌。在信

息可以带来很大增值的市场中运作。 可以将信息以简洁且创新的方式提供给买方、联盟、伙伴以及卖方。 可以帮助供应链上的其他参与方将信息转化为资本。 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