

电子商务模式在我国进出口公司的应用二 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\\_64022.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_64022.htm) 三、电子商务模式在我

国进出口公司的应用 1.进出口公司发展电子商务的两个阶段

根据以上对于电子商务模式的分析以及对我国进出口公司的

现状和发展趋势的调研分析，本文认为我国进出口公司在发展

电子商务的时候应该采取分阶段的发展模式。第一阶段是指

短期内，大约是我国加入世贸组织后的五到十年内。在这个

阶段，一方面进出口公司将面临种种挑战。例如，向进出口

公司退税改为向生产企业直接退税，以及进出口经营权的

放开等，这些都使得进出口公司依靠纯粹代理业务的生存空

间越来越小。另一个方面更加值得注意，这就是我国的绝大

多数企业在短期内难以舍弃代理进出口的方式。其原因主要

是企业还没有进出口权；企业资金短缺（银行贷款限制，而

代理公司则愿意垫款给企业组织生产）；退税贴息到位不及

时，造成企业资金周转不畅；进出口核销手续繁琐、要求严

格、处罚力度大；企业进出口专业技能欠缺；企业缺少海外

市场经验和营销网络。在这种形势下，进出口公司还应当继

续发挥其原先的核心竞争力。简而言之，就是进出口公司的

综合服务能力，即上游的组织货源以及下游的开拓市场和把

握营销网络。因此，短期内我国的进出口公司还应该继续强

化其进出口中介的作用，其电子商务也应该是一种中介模式

。第二个阶段是针对长期而言。经过第一个阶段的发展之后

，这些进出口公司的中介职能已经发挥得淋漓尽致。但是，

外贸经营权的充分放开，以及国内企业外贸技能的提升给这

些进出口公司的持续发展造成了非常大的冲击。这个阶段，进出口公司的战略重点会发生转移，原先单一的进出口中介模式已经不能适应新的形势。多角化经营将是绝大多数进出口公司在这个阶段的发展取向。由于多角化经营与企业内部资源的配置效率有关，这实际上涉及到进出口公司长远的战略规划问题。根据最新的战略管理理论，企业的多角化经营不仅要强调适度和相关（追求规模效应和范围经济），而且还要强调“战略上的协同性”，以追求对企业核心能力的培育和提升。进出口公司的核心能力从根本上说，应该是进出口业务上的专业技能及相应的管理和协调能力。因此，它们的多角化经营应该围绕其原有的核心业务来展开，比如进行后向延伸，从事实业化生产；或者进行横向拓展，开展出口业务的多样化经营；或者进行前向延伸，走品牌化或国际化经营之路。总的来说，纵向一体化的多角化战略更有助于培育和提升进出口公司的核心能力，也更符合多角化战略中的适度、相关和战略协同原则。通过这种多角化战略，我国的进出口公司在这个阶段的定位，很可能是专业进出口业务的跨国供应链管理商。此时的进出口公司，可能将在世界范围内协调和管理从设计到采购、到运输、到销售的整个产业供应链。它完全以客户需求为拉动安排采购和生产，以达成高水平的顾客满意度和超常的公司利润率。因为价值网络正是这样一种利用电子商务方式与顾客选择相连接，并受其拉动的快速可靠的系统，所以进出口公司最终应当向价值网络集成商模式发展。

2. 第一阶段：中介模式面临入世的崭新局面，进出口公司最应当关注的是其如何在短期内适应这种新局面，采用合适的电子商务模式。如前所述，中介模式应当是进

出口公司在这一阶段采用的电子商务模式。本文采用Weill的原子模式理论，对进出口公司的中介模式进行如下的要素分析。（1）战略目标和价值定位 如前所述，在中国加入世界贸易组织和进出口权进一步放开的情况下，我国的进出口公司的短期战略目标应当是进一步强化其作为进出口代理的中介作用，利用电子商务手段，通过提供专业的服务获取回报。具体而言，进出口公司的角色仍然是买卖双方之间的联系桥梁。买卖双方之所以愿意通过进出口公司达成交易，原因在于不管是在现实世界、还是虚拟世界中，进出口公司都能为买卖双方节省寻找和交易成本。作为中介的进出口公司必须吸引更多的用户，并且扩大其服务的范围，这样才能在交易过程中创造更多的价值增值。 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)