

传统企业网络升级转型升级电子商务平台电子商务师考试

PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/643/2021_2022__E4_BC_A0_E7_BB_9F_E4_BC_81_E4_c40_643650.htm

伴随着全球最大玩具代工商之一合俊集团旗下的合俊玩具厂、俊领玩具厂同时宣布倒闭，酝酿已久的代工企业倒闭潮一触即发。还能熬多久？每个企业都有自己的实际情况，有不同的生存路径，各有优势，也各有困境。唯一可以预见的是：从去年年底开始，外贸公司的订单明显少了很多。产品的出货价格跟不上人民币升值、人工成本上升、厂房租金翻倍等经营成本的上涨速度，总体的利润空间减少了10%~20%。过剩的产能、积压的库存、消失的信贷都给企业主亮起来红灯。驱使提高销售额、减少库存、解决资金压力成当务之急。但今年春季广交会交上了尴尬的答卷，“采购商锐减三成，出口难，没想到内销更难！”、“我们以前没做过内销，去年也开始想办法做内销了”、“效果不太明显，现在内销方面只占了产品销售的很少一部分”、“没有经验一时很难做起来。”外贸企业的心声表明：转做内销普遍存在着缺乏经验和市场开拓人才等困难，导致市场销售渠道难以打开。然而一家传统的家具定制公司借助互联网平台，实现了08年业绩成长45.3%。税前净利比去年同期更提升了234%，仅国外订单就达到500万。如何实现逆势成长，要从“中国家具用品门户”说起，深圳宏雅家具与中搜行业中国结合的家具用品行业营销平台。在去年整体业界趋冷的条件下，利用中搜行业中国搜索引擎微件的技术，搭建了在家具用品业内领先的产品库，实现了产品与供求信息的及时更新，为业内企业搭建良好信息平台的同时，

也增加了自己的业务机会，提升了自己的产业地位，通过网络销出去、企业走出去，实现了企业销售额与美誉度的双赢。相比“中国家具用品门户”背后的深圳宏雅家具，更多的加工企业甚至还没来得及想好一个内销的品牌，危机就突如其来。代工企业要构建自主品牌，过去是个老生常谈的问题。需要企业具备一定规模、资金实力与研发能力，需要新市场、新的营销手段，或新销售渠道地刺激才能放手一试。如今只能仓促上马，很多企业主连个像样的广告片和品牌标识设计都拿不出钱来，怎么办？先从“能在网上找到”做起点吧！重回企业建站市场的代工企业已经无力承受高昂的技术平台成本，也耗不起更多的实施、部署时间，他们需要“短”“平”“快”，最好迅速能建起一个像样的站点，撑起一个不为国内人熟知的品牌，多年代工生涯留下的质量管理体系和工艺水平，让他们有信心：“内行人一看就知道产品过硬”。对于这些诉求，中搜行业中国为代工企业打造了一条网络品牌升级的快行线，无需技术人员、无需专业维护人员，仅靠简单的模板微件，上千家企业门户轻罗棋布的诞生在中搜行业中国平台，当众多采购商和渠道经销商访问至此，惊奇的发现这些代工企业并不是“名不见经传”，没有高昂的广告费用、没有艰辛的渠道拓展活动，行业中国这项服务为代工企业跨越了内销的第一道鸿沟，为品牌之路开了个好头。尽管在不少专家眼中，这些代工企业的“定制思想”是没有出路的，只能逐步暴露建立在低成本之上的OEM制造业的整体性困境。但是，要让这些企业推出一系列的品牌计划，包括市场调查、产品的设计、研发、销售渠道的建立，甚至产品的促销等方方面面的规划显然太过苛刻。日前，网络的热潮、

网购的火爆、B2C的井喷，只要更多中搜行业中国这样的平台，为其解决进入电子商务的门槛，传统企业将线下资源转化成企业竞争力.把国内口碑扩大.提升企业知名度，企业品牌自然做成了。显然，更多的企业正在走上这条网络的品牌救赎之路，中搜行业中国与传统企业一起升级电子商务产业形态。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