

电子商务成应对金融危机经验标本电子商务师考试 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645183.htm 2009年金秋，对合肥特丽洁卫生材料有限公司总经理张光明而言，是一个丰收的季节。到10月，他的无纺布制品出口销售额已经达到了580万美元，这比公司去年全年500万美元的出口额足足多了80万美元。他预计，公司今年全年的出口额有望突破800万美元。在国际金融危机严重影响宏观经济情况下，合肥特丽洁卫生材料有限公司的海外定单逆势增长六成。事实上，中国有很多像张光明一样的中小企业主，依靠电子商务度过经济“寒冬”，不但保持了企业经营的稳定，而且实现逆势增长。外贸网商定单逆势增长 对于浙江绍兴的赛博公司总经理祝邦杰祝来说，这同样是一个收获的季节：一是通过阿里巴巴的平台把地毯卖给了美国总统奥巴马，奥巴马在国会山就职演说现场所用的纯蓝色绒地毯、贵宾用的防寒毯全部由“赛博家纺”生产的；二是金融危机下定单不减反增，到目前为止，公司的外贸出口销售同比增长2倍。单单美国这家采购商今年到10月份，毯子的采购量就已经达到了100万条，全年采购有望超过150万条。“很多国外的采购商减少出差成本，直接把订单从电子商务走。”祝邦杰说，考虑到成本和产出，为了压缩成本，公司原计划今年去俄罗斯、法兰克福等地的参展计划取消，转而加大了电子商务的投入。他说，公司原来只是通过业务员附带兼职做一些电子商务，现在已经聘请一个专门的职员负责电子商务，今年通过电子商务的订单同比增长了近2倍。这只是中国中小企业应对国际金融危机一个缩

影，张光明和祝邦杰的背后是一个庞大的群体，他们利用电子商务成功化解了金融危机带来的负面影响，实现了公司经营的稳定甚至增长。绍兴剑龙仪表有限公司总经理裘春松说，尽管老客户的定单有所减少，但是今年新增的客户的定单量已经大大超过了老客户定单减少所带来的负面影响。全球推广效应倍增 受国际金融危机影响，我国一直引以为傲的对外贸易也步入严冬。在金融危机的强力冲击下，作为对外贸易桥头堡的中小企业受到的冲击更是首当其冲，面临重重的困难。在危机之下，一部分外贸中小企业倒闭，有一些外贸企业却成功度过经济“寒冬”，在外贸复苏、经济回暖的时候占得先机。而这一些与阿里巴巴的努力是分不开的。2008年，阿里巴巴最早预测到了经济寒冬的到来，并且做了充分的准备。2008年9月，价值高达3000万美元的“乌云计划”吹响了阿里巴巴全球推广营销的号角。在过去一年时间里，阿里巴巴频频发动全球推广营销攻势：从美国纽约、旧金山到英国伦敦，从中国香港到日本东京，从印度孟买到越南胡志明，全球的角落都可以频繁出现阿里巴巴的身影。阿里巴巴CEO卫哲表示，在全世界的买家面临经济危机手足无措的时候，却突然看到阿里巴巴在全球市场的广告，这对于客户贸易的直接促成，以及对潜在会员的吸引不言而喻。在金融危机的宏观背景下，阿里巴巴在主要海外买家市场的推广营销活动，令阿里巴巴的品牌知名度持续上升，吸引到更多的用户和网站流量。国际著名投资银行瑞信报告表示，根据Alexa.com，阿里巴巴的全球流量排名，从6月的170位，提高至11月初最高104位。该行相信上升的流量将对为阿里巴巴的用户排名有正面作用。据阿里巴巴Q3财报显示，阿里巴巴

国际交易市场注册用户首次突破1,000万大关,达到1,050万名,同比增长五成多。此外,阿里巴巴国际市场上企业商铺达到120万个。仅仅第三季度,阿里巴巴国际交易市场的注册会员增加了100万名,企业商铺则增加了99,851个。应对危机的阿里样本事实上,阿里巴巴所致力于倡导的电子商务“援冬”模式,已经成为中国应对国际金融危机的独特经验“标本”之一。金融危机对全球贸易市场的冲击,直接导致传统型贸易模式不同程度的萎缩。但阿里巴巴恰利用电子商务的技术优势、成本优势和先进的模式“逆势”增长。全球性的市场推广,直接为阿里巴巴在金融危机中,获得1000万的电子商务用户增长,总数逼近4500万。这4500万全球贸易型中小企业成为阿里巴巴、也成为中国式应对金融危机的最大受益者。据有关统计数据显示,2009年上半年,36.2%的受访中小企业销售额同比去年有所增加,30.4%的受访中小企业销售额基本持平,8.3%的中小企业销售额同比大幅增加,27.9%的中小企业销售额小幅增加,30.4%销售额基本持平。小幅减少的为19.9%,另有13.6%大幅减少。国内著名咨询机构艾瑞咨询研究报告认为,电子商务具有的降低交易成本、提高交易效率、缩短汇款时间、扩大销售范围等特点,能有效地提升网商(个人及中小企业)竞争力,使用电子商务的线上中小企业在去年全球经济危机下的存活率要高出传统线下企业五倍。在经营信心指数方面,65%线上中小企业有信心和能力度过经济难关,而线下企业还不足10%。此外,30%的企业认为,应用电子商务后取得了显著的竞争优势,53%的企业认为有提升作用。“欧美市场是金融经济的源头,市场需求相对缩减,但很多外贸企业都开始通过电子商务平台

、海外展会等诸多渠道，快速寻找全球新兴市场、如俄罗斯、中东、印度等的采购商。”阿里巴巴相关人士说，即便是在市场需求缩减的欧美市场，中国商品的机会也依然存在，利用中国的人力成本和产业集群优势，通过整合创新生产差异化的产品，快速寻找新市场并进行营销。全球贸易收缩，中国的外贸商继续借助内贸“挖潜”获得生存发展的空间。这也是2008年金融危机暴发以来，中国对宏观经济最大的政策切入点之一。与此同时，阿里巴巴内贸型电子商务的优势得以凸显内贸渠道建设的低成本、高效率、广泛渗透等特质，直接为中国的贸易企业提供了巨大的内需市场。在国际金融危机中，代表中国中小企业增长的阿里巴巴内贸收费用户数的增长，破了十年以来的最高纪录。“中国应对国际金融危机的一系列举措取得了全球瞩目的成绩。”电子商务专家梁春晓给笔者分析，“阿里巴巴正是把电子商务作为这一系列举措中的一种，直接服务于包括中国在内的全球贸易。”

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