

电子商务对国际贸易的影响及对策研究电子商务师考试 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_E](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645633.htm)

5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645633.htm 电子商务是指通过信息网络以电子数据信息流通的方式在全世界范围内进行并完成的各各种商务活动，交易活动，金融活动和相关的综合服务活动。它涉及信息交换、销售、支付、运输等整个贸易过程。本文介绍了电子商务的出现对国际贸易的影响，并提出了几点合理化建议。

一、电子商务对国际贸易的影响

1.促进国际贸易方式改变

电子商务下的国际贸易方式与传统国际贸易方式不同，主要表现在如下三个方面：(1)电子商务的应用与国际贸易运作新模式。电子商务是一种以信息网络为载体的新的国际贸易运作模式。在国际电子商务中，交易各方以电子方式而不是以通过直接面谈方式或当面交换方式来达成和进行国际贸易交易；(2)电子商务的应用与国际贸易方式新类型。在电子商务的影响下产生新的国际贸易方式的类型划分为完全国际电子商务和不完全国际电子商务。区别在于能否通过电子商务方式实现和完成供货与结算等完整交易过程的国际贸易活动。完全国际电子商务可以充分挖掘全球电子商务市场的潜力；不完全电子商务的进行要依靠一些外部因素，一些物质和非数码化的商品无法通过因特网供货，因而其交易过程还需依靠电子商务以外的其他活动和方式；(3)电子商务的应用与国际贸易流程改革。电子商务的发展和应用也将进一步促进国际贸易流程变革，实现对以纸面贸易单据(文件)的流转为主体的传统国际贸易流程和交易方式的改革，形成新的国际贸易流程方式。

2.电子商务促进国际贸易营销模

式改变 电子商务引起市场营销的巨变，促进国际贸易营销，产生新的市场营销形式电子营销。国际贸易电子营销的主要特点是：(1)网络互动式营销。网络互动的特性使客户真正参与国际贸易营销过程中来成为可能，客户在整个国际贸易营销中的地位得到提高，客户的参与选择主动性得到加强；(2)网络整合式营销。在电子商务中，企业和客户之间的关系变得非常紧密，甚至牢不可破，这就形成了一对一的营销关系，这种营销框架称为网络整合营销，它始终体现了以客户为出发点及企业和客户不断交互的特点，它的决策过程是一个双向链；(3)网络定制式营销。随着企业和客户相互了解的增多，销售信息将变得更加定制。电子营销的发展趋势是将大量销 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