中國中小企業積極探索電子商務

中小企業是一個富有活力的經濟群體，是中國創新體系建設的重要力量。近年來，中國國家發改委與信息產業部，共同組織實施了“中小企業信息化推進工程”，促進了中小企業的信息化發展。中國首次中小企業信息化抽樣調查結果顯示，中國80.4%的中小企業具有互聯網接入能力，其中44.2%的企業已經將互聯網用於企業信息化。艾瑞咨詢預言：在未來五年，中小企業電子商務交易額將保持50%左右的高速增長率。縱觀當前中小企業信息化，將呈現出“四個加速”的明顯特點。

1、將加速中小企業商務模式的創新和探索。中小企業的發展思路、發展模式、管理架構、產銷特點和大型企業根本不一樣，其人才結構，產品特點也千差萬別。這就註定了中小企業信息化的多樣性，不能按照一個模式複製，更不能用大型企業的信息化方案來套用。在這方面，2007年以來就開始突破“模式定型論”的束縛，開始尋找適應自身需求的電子商務創新模式的探索。

1）“愛博網”——對知識產品進行網上買賣全新模式的探索。該網是一個對知識產品進行買、賣的超級市場，用戶可以在該網將自己的知識或技能，編輯成一個知識集，然後標定價格，等待網友的購買。它不僅將成爲成千上萬知識工作者致富的網絡平臺。而且，這種商業模式對於農業創新技術的擴散、專利技術的轉移，涉農科普光盤的網上銷售，以及大量科技創新服務的擴展，都將具有重要作用。特別是該網具有很高的用戶黏度。

2）“內衣帝國”—— 一種營銷思路創新的商務模式探索。“內衣帝國”是個由三女生創辦的專賣男士內衣的網站。該網的創辦者發現在紅火的內衣市場，男士內衣似乎成了被遺忘的角落。而國外許多名牌內衣的價格又高得離譜，因此，他們想讓客戶以較低的價格得到奢侈品的體驗。正是這種營銷的新思路，使他們在代理引進著名品牌內衣的過程中，專以折扣價出售產品，探索了一種網上品牌代理中，進行價格差異營銷的新營銷方式。

3）“液體化工交易網”——探索了一種依託和整合傳統產業的多維商務交易模式。該網是中國國內首家提供全方位液體化工產品電子交易服務的第三方交易平臺，依託寧波市鎮海液體化工交易市場，結合液體化工產品的特色，推出了遠期交易、訂單交易、提單交易、現貨交易等多種靈活的創新交易模式，爲液體化工相關企業提供更新、更簡便、更有效的貨物購銷流通渠道。

2、將加速無網站網絡營銷的發展。一些咨詢公司的研究報告斷言：目前我國中小企業中使用第三方電子商務平臺的僅爲28%，中小企業的電子商務需求仍未充分釋放。怎樣才能讓中小企業把這種巨大商務需求釋放出來呢？一些網絡公司把爲大中型企業服務的軟件和作法向中小企業轉移，把“大的穿過的褂子套在小的頭上”；一些政府部門也在熱心地組織社會資源，爲中小企業作網站。可是，相當多的中小企業對這些善舉並不認同。

實踐證明：中小企業信息化，是以市場爲導向的信息化。相當多的中小企業沒有長期的訂單和穩定的客戶群。管理機制、產品特點、發展設想要看著市場的“臉色”行事。因此，中小企業信息化的著眼點應放在：通過信息化建立能動的、快速市場反映機制，優化企業“增量”結構，提升中小企業的核心競爭能力上。中小企業電子商務的形式，應鼓勵創新性，允許多樣性。企業大、產品多、資金實力足，可以建立自己的電子商務網站；企業小、產品少，可以建立網上主頁，也可以不花錢，在通用商務平臺上建個網上商店。還可以把網絡營銷作爲進軍電子商務的切入點，直接用營銷軟件做網上生意，照樣可以進行電子商務。

無網站網絡營銷就是“深圳商訊網”針對中小企業的特點，創造一款“商務快車”網絡營銷軟件。自1998年研發並推向市場以來，深受廣大中小企業的青睞。天津一個出售活動房屋的企業花了兩萬多買關鍵字沒管什麼用，用上了一個“商務快車”的軟件很快就接到了國外90萬美元的訂單。截至2007年底，已擁有230萬國內用戶，並已走出國門，輻射到美國、加拿大、韓國、日本、印度、荷蘭等歐美地區近21萬的海外用戶。成爲了一款適合中小企業需求的、方便實用的網絡營銷軟件。

3、將加速由網絡經濟人和博客營銷商承接的中小企業營銷外包。網絡消費將逐漸成爲我國企業重要的消費形態。但是，當前，中小企業電子商務過程中有兩個新產生的問題。其一是由於信息化人才往往是中小企業“請不來”、“養不起”“留不住”的美女。其二是：網站建好了，但是“只見網站建，不見訂單來”的情況出現了。這兩個新問題，誰去解決？怎麼解決？最近湧現了一批新型網商，他們通過中小企業網絡營銷整合外包的形式，生動地回答了並較好地解決了以上兩個問題。即在盤活中小企業信息資源的過程中，利用自身的網絡運營技巧和經驗，給中小企業創造了價值，也鍛造和實現了了自身的價值。

一些中小企業的生動實踐啓示我們：由這些網絡經濟人或博客營銷商對中小企業進行網絡營銷整合外包，也將是中小企業進軍電子商務的一條新路！

4、將加速中小企業電子商務生態鏈建設。阿裏巴巴上市後，馬雲提出：中國電子商務已走到一個亟需構建產業鏈和生態鏈的發展階段。應該說這是一個重要的理性思索、戰略思索。

實踐證明：電子商務的發展需要培育和構建生態鏈，需要商務平臺在信息流、資金流、物流、網商信用等環節不斷調整其對應關係，形成一種整合發力的態勢，才能眞正發揮商務平臺的價值和作用。反之，只提供商務平臺，不注重去發現、研究和調整其平臺集聚的資源之間的對應關係，任何一個環節或若干環節形成和凸顯出一斷裂層，都會影響整個產業的發展和走向。

目前，支付寶擁有6200萬註冊客戶，每天通過支付寶的成交量超過3億元，掌控國內50%強的網上交易支付市場。把這種商業交易信用紀錄，作爲商業貸款的信譽擔保。不僅提升了網絡信用在電子商務生態鏈中的核心構建作用，而且彰顯了商譽的價值、誠信的作用、更推進了電子商務生態鏈的“活化”發展。緩解了中小企業的資金壓力，這是電子商務信用建設中的一種創新。

作者：王汝林（中國信息經濟學會電子商務專委會副主任，聯合國開發計劃署特聘創業指導專家）

尋求電子商務發展新動力

第三屆APEC電子商務工商聯盟論壇在京舉行

【本報記者史潔北京報道】6月5日至6日，由亞太經合組織（APEC）和中國商務部共同主辦的“第三屆APEC電子商務工商聯盟論壇”在北京舉行。來自APEC各成員體的政府高官、企業領袖和行業專家100多人彙聚一堂，共同探討電子商務模式創新的新途徑，尋求APEC地區電子商務發展新動力。

本次論壇以“模式創新——APEC電子商務發展新動力”爲主題，論壇各議題討論結果將提交今年在秘魯舉行的APEC高官會議和APEC部長級會議，爲APEC各成員經濟體政府制定政策提供重要證據。作爲APEC地區兩年一度的電子商務盛會，第三屆APEC電子商務工商聯盟論壇得到了APEC領導人、中國政府、國際知名企業領袖、國內外著名學者的支持與關注。

APEC秘書處執行主任卡布納出席開幕式並致辭、APEC電子商務執導組主席 Richard Bourassa 先生主持開幕式;全國人大常委石廣生、商務部蔣耀平副部長、工業和信息化部副部長楊學山以及國家質檢總局、外交部、海關總署的領導出席開幕式並致辭。

來自APEC各經濟體的著名專家和知名企業家參加了隨後的各議題討論。

APEC電子商務工商聯盟主席、中國國際電子商務中心主任劉俊生表示，APEC電子商務聯盟自成立以來，一直遵循“促進交流合作、優化貿易環境、服務工商各界”的宗旨，注重對企業電子商務應用理念的務實引導，構建積極健康的電子商務發展環境。

對於目前電子商務發展的現狀，劉俊生表示，亞太地區的電子商務發展很快，電子商務也不再僅僅只是傳統意義上的EDI，而成爲整個供應鏈系統運營的環境基礎。但是，電子商務的發展也遇到了一些諸如誠信、安全、支付、物流等方面的問題，加上地區間數字化標準不統一、發展不平衡、法律不健全等現狀，逐漸成爲制約電子商務進一步發展的瓶勁。

中國商務部副部長蔣耀平表示，近年來，中國電子商務取得了快速發展，但依然面臨很多新的挑戰，亟待進行電子商務技術、發展模式和業務模式上的創新。他說，中國電子商務的地位和發展目標進一步明確，電子商務交易額形成一定規模，但其發展依然受到國際貿易跨境物流問題、地區間數字化差異問題、網上信用制度不健全問題、網絡安全問題、標準問題以及法規障礙等一系列問題的製約。

蔣耀平認爲，通過技術、發展模式和業務模式上的創新來發展電子商務，將有利於電子商務與傳統產業的深度結合，加速改變企業生產經營及組織形態，提升傳統行業服務水平，並促進全球資源整合和貿易無紙化發展。

商務部信息化司副司長喬林海在會上指出說，當前，中國電子商務呈現多層次、多元化的發展態勢。電子商務正在從大城市、沿海城市向中小城市、內地城市擴張，同時，其行業 應用進一步普及，外貿、能源、製造、金融等行業成爲發展電子商務的先行行業。在經濟發達的東部地區行業網站發展迅速，僅浙江地區就有上千家，約佔全部行業網站的二分之一。

賽迪顧問電子商務咨詢中心總經理何灝認爲，從電子商務模式的分類來看，像淘寶、當當、攜程等這樣一些C2C、B2C的模式更加吸引人們的眼球，但是從全球和中國電子商務所創造的價值來看，B2B的模式仍處於絕對核心地位。

中國社會科學院財貿所所長助理荊林波指出，目前，B2B仍然是中國電子商務的主流，且發展速度非常快。2007年B2B市場的交易規模超過21239億元，占電子商務交易總額的91.3%。他預測，隨著中國電子商務快速發展，B2B電子商務市場規模將會以幾何級數增長，綜合類B2B電子商務平臺也將得到很好的發展。

業界認爲互聯網將迎來“第三次浪潮”

【新華社電】在第十屆浙洽會舉行的首屆中國電子服務大會上，網絡精英認爲，互聯網即將迎來“第三次浪潮”一電子服務。

中國搜索首席執行官陳沛認爲，在經歷了門戶網站和搜索引擎這兩次浪潮之後，互聯網的“第三次浪潮”在表現形式上將著重體現在互聯網站的個性化應用上，通過可以滿足用戶個性需求的網絡“微件”技術，創造新的互聯網服務。“未來的互聯網是這樣的，一個普通用戶打開自己計算機的時候，他看到了他要的所有內容，他不需要關心這些內容在哪里，也不關心它是哪里來的。”陳沛說。

賽伯樂（中國）投資管理咨詢有限公司合夥人任偉泉則表示，中國的身影已經活躍在互聯網時代第三次浪潮的前哨陣地，像攜程網、阿裏巴巴等都是浪潮中的龍頭企業。他們採取了互聯網與傳統行業結合的方式，其最大意義在於整合企業資源、改變生產和消費方式、縮短交易途徑，提升消費體驗，通過線上線下互動，爲互聯網找到了新的應用領域，爲傳統的行業打造出新的商業形態。

以電子服務爲核心的互聯網第三次浪潮將對現代服務業產業深遠影響。中國互聯網協會副理事長高新民認爲，目前電子商務正在向電子服務轉變，而後者將成爲現代服務業中最重要的內容之一。電子服務分爲移動互聯網、P2P應用、軟件服務和網絡社區等四個業態，它是服務經濟的第二次跨越。

中國互聯網實驗室董事長方興東則預計，互聯網第三次浪潮將始於2009年，中國網民數量在五年之內將達到5億人左右，互聯網企業總市值將有1000億美元。北京、上海、廣州和浙江都有望成爲此次浪潮的中心。

電子商務系列漫談之廿一

網絡廣告投放策略

Abledesinger.com 接觸了很多想嘗試網絡營銷的企業，尤其是中小企業，他們最大的障礙是缺少專門對網絡熟悉的操作人員，不知道該怎樣實施。其實網絡營銷並不複雜，與網絡技術有關的無非是銷售平臺和通道（支付通道）建設，網絡推廣，網絡客服等幾個主要環節，其他細節如物流、售後、客戶關係管理等和傳統銷售沒有分別，也許比傳統銷售更容易處理（因爲電子數據比較齊全）。這幾個環節中，最難以琢磨的就是網絡推廣。網絡推廣最直接的手段就是網絡廣告。SEO 是一個很好的選擇，但那需要投入很大的精力，資金，而且見效時間也比較長，所以，建議您從簡單的網絡廣告做起，它可以達到立杆見影的效果。只要注意主要的幾點，網絡操作起來並不複雜，現在 Abledesinger.com 把我們的經驗總結幾條，供您參考。

第一、網絡廣告有效滿足用戶需求是關鍵

“內容是互聯網上的貨幣。”人們上網最主要的目的是爲了獲取信息以及娛樂，就像是在閱讀雜誌或者觀看電視。他們在看電視的時候並沒有準備購買任何商品，是電視的內容吸引了他們，繼而他們才會看到插播廣告。同樣，在利用網絡廣告時，應首先向上網用戶提供具有價值的信息或者娛樂，吸引目標消費者的注意力，促使他們主動地做出一系列行動去瞭解更多詳細情況。對比僅僅宣傳產品的方法，通過此途徑獲取企業產品信息的上網用戶會對企業和產品有更深刻的印象。而互聯網所賦予的互動性則是電視等傳統媒體無法比擬的。因此，滿足用戶需求是網絡廣告的關鍵。

第二、網絡廣告要選擇準確的目標對象

網絡廣告的目標對象決定了網絡廣告的類型、表現形式、時間、廣告的內容、媒體的選擇等，直接影響最終的廣告效果。廣告的目標對象是由你的產品消費對象來決定的，所以透析產品特性是準確定位廣告目標對象的關鍵。比如，你的目標對象是男性還是女性，是少年還是中年，是藍領還是白領……這些不同的目標對象都有各自特有的生活習慣，如上網時間、價值取向、所感興趣的網頁內容、對信息的反應速度等。針對不同的對象就要採取不同的廣告戰略，假如你的廣告對象是十幾歲的少年，因爲他們上網時間可能相對集中在週末和假日，喜好的是上網玩遊戲，那麼在 Web 廣告媒體策劃時就應該選擇一個少年經常訪問的網站，在廣告形式策劃時就該考慮遊戲式的廣告，同時在媒體時段安排策劃時就應考慮節假日了。此外，廣告目標對象的素質水平與網絡操作技巧還決定著網絡廣告表現所需的技術程度和使用的軟件。所以網絡廣告製作形式與製作方法戰略構思時應該注意到這一點。

第三、制定投放策略

是在一個網站投放，還是多個網站投放？是單一廣告展示，還是專門建立推廣網站？投放的最佳時間段是什麼時候？如何控制廣告費用的消耗？廣告效果不佳時如何調整？是否需要專門客服人員應對訪問者咨詢等等問題需要事前做出方案。在做網絡廣告決策時，一定要從自己的實際情況出發，包括自己的資金和技術、用戶群、客觀環境等。然後，找到適合自己的最優組合。

全能網站設計與排名

Abledesigner.com

626－618－0777，1－877－628－9888

美國中小企業商務解決專案

◎美國本土市場銷售通路建設
◎如何在美國建設產品品牌
◎進口商電子商務營銷
◎專業商業計劃書撰寫
◎中國商家美國融資渠道

多年美國商業實戰經驗，深刻瞭解美國市場特性，為中國中小型企業拓展美國市場出謀劃策，解決實際問題。

咨詢電話： 626－410－3185

每一箱油省 7% 至 14% 或更多
保護引擎、降低排污75%以上

21世紀環保
有效省油、減少污氣
參與環保、造福後代
請您到我網站查詢
幫你省錢又賺錢
歡迎加入美國全球性FFI公司
(626) 510-2829 網站 www.Guo.myFFi.biz

Top Schools Consulting Group

名校升學教育學院擁有多年辦理留學的經驗，在美國和中國設有多家留學中介機構。精辦中國及臺灣留學生赴美留學，服務範圍廣，可辦理從小學到大學的留學生，並提供住宿，課后輔導，升學規劃等一條龍服務。

美國名校 升學教育學院 TOP SCHOOLS CONSULTING GROUP

名校升學
教育學院

Cell: (626)831-6928
Phone: (626)572-6588
Address: 227 W. garvey Ave. #D Monterey Park
聯繫人: Paul Chen