

电商时代的国际贸易营销思路及策略

何娜¹ 何莎² 魏勤^[通讯作者]

1. 闽江学院, 中国·福建 福州 350108

2. 哈尔滨广厦学院, 中国·黑龙江 哈尔滨 150025

通讯作者: 闽江学院, 中国·福建 福州 350108

【摘要】电子商务的发展使得整个经济形势发生了变化, 其中影响最大的就是国际贸易市场, 在这些年的发展中传统贸易和电子商务竟然开始对立起来, 而不是相互的融合, 如何平衡两者之间的关系就成为了相关研究人员不断研究的问题。充分地发挥电子商务的营销优势, 然后以此来推动国际贸易的发展, 这是一个很好的方法。本文就主要针对电商时代的国际贸易营销思路及策略进行探究, 希望可以有效地促进国际贸易和电子商务的融合度, 将电子商务的运营模式应用于国际贸易中, 提高国际贸易的发展质量。

【关键词】电子商务时代; 国家贸易; 营销思路; 发展策略

对于国际贸易的发展来讲, 电子商务的出现虽然影响了其发展, 打不死却给其带来了新的机遇。随着电子商务全球平台的建设, 国际贸易的发展会超过虚拟化交易的方向进行发展, 这可以有效地提高经济全球化的进程, 并且使得国际交易的市场进步的扩大, 其运行的效率也会得到有效提升。我国作为世界工厂, 国际贸易是推动我国经济发展的一个重要手段, 电子商务化的国际贸易有助于我国的出口, 当出口额增加对于我国经济的刺激有很好的效果。因此本文就针对电子商务对于国际贸易的影响进行探究, 并且对电商的相关优势进行总结, 进而将其应用于国际贸易的发展中, 提出了相关的策略, 希望可以有所帮助。

1 市场与环境

1.1 自然环境。我国作为世界工厂为世界上提供了很大一部分的产品, 这也造成我国的国际贸易体系非常的发达, 但是经济的发展和自然资源有很大的矛盾, 毕竟很多资源都是不可再生的, 因此进行国家贸易形式的转变就成为我国目前发展的一个重要方向, 贸易无污染这也成为国际贸易新的发生方向^[1]。

1.2 政治环境。我国的经济增长速度非常快, 全球化贸易的开启使得美国在全球经济中的占比不断下降, 在这个背景下, 我国需要抓住电子商务营销这个机遇, 将我国的产品向国际市场进行销售, 拓展我国的国际贸易渠道和范围, 进而有效地推动我国出口以及经济的增长。

1.3 经济环境。我国现在拥有十四亿人口, 作为世界人口第一大国, 我国的国内消费市场是非常庞大的, 这也就使得我国在国际贸易市场占据了非常好的地位。而且我国的工业体系非常完整, 这也使得我国可以生产任何一种产品, 因此在电子商务时代, 国际贸易可以有效地推动资源的配比优化力度, 进而促进我国经济绿色化发展^[2]。

1.4 科技环境。我国的科技演技在目前已经居于世界前列, 很多方面已经领先于世界, 但是还有一部分的科技是落后于发达国家。但是电子商务的发展使得我国的产品可以进入世界市场, 并且成为质优价廉的存在; 随着贸易渠道的扩展, 我国的产品生产力度以及消费力度都得到了很好的提升。

2 营销思路及策略分析

2.1 我国的国际营销贸易思路以及问题

2.1.1 贸易思路。我国从事于国际贸易的企业大部分采取实体交易和虚拟交易共存的模式, 这种模式对于本土资源的交易会拥有一个非常好的促进作用, 并且还可以有效地体现出本土产品的优势。但是在面对复杂的国家情况, 这种模式存在很多的弊端, 同时也影响着相关企业的发展。而且随着电子商务的发展, 这种模式会慢慢地被时代淘汰, 会降低相关企业的发展速度, 影响其业务的拓展。

2.1.2 营销模式。混合经营模式对于目前的大部分从事于

国际贸易的企业具有很好的助力, 但是在电子商务发展和扩张的今天, 已经有些不适应市场发展。企业不能只顾及眼前的利益, 这样会造成其发展出现紧缩, 这对于国家的出口影响非常大, 会造成国家的产品出口和国际贸易市场脱轨, 进而造成中国国际贸易变得不伦不类, 作为世界工厂, 我国的国际贸易如果跟不上时代, 那么会造成经济发展出现问题。

2.1.3 营销特点。我国很多国际贸易企业的经营模式是一种后发模式, 简单来讲就是在进行调查之后根据当前的市场形式构建的经营模式, 但是整个贸易市场是在不断变化的, 尤其是对于国际贸易市场来讲, 各种风险会在很短的时间内出现, 根本就不会给企业很多的反应时间。所以这种经营模式是无法适应国际贸易市场的, 一旦出现问题那么就有可能造成经营链条的断裂, 影响企业的发展。

2.2 营销策略分析

2.2.1 电商品牌营销。对于市场来讲品牌的认可度可以一定程度地促进消费者进行消费, 所以进行品牌的建立和营销这是目前企业运营的一个重要手段。所以我国的国际贸易企业应该强化品牌营销策略, 在促进实体经济品牌效力的知名度同时也利用互联网来创建自身的品牌, 并且丰富企业信用和形象。当然在这个过程中可以使用徐晓的模式来推广电子商务品牌, 使得虚拟平台的交易和实体交易相互融合, 促进两者关系的平衡。

2.2.2 提高策略稳定性。所谓的策略稳定性, 这主要是因为很多企业对于网络的营销并不是很重视, 起着这主要是因为经济发展过程中, 能够屹立在国际市场中的国际贸易企业, 其本身就具有一套自身的规则; 而网络化的发展速度太快, 很多企业根本就没有形成相关的意识, 所以很多企业在进行营销宣传的过程中还是以传统媒体为主。但是电子商务市场在不断地扩大, 如果在这个背景下不能有效地促进企业网络化的发展, 那么企业会在激烈的市场竞争中失去竞争力, 所以企业方面要提高网络营销的稳定性, 让企业的营销策略更加的网络化。

3 结束语

总而言之, 在电子商务背景下, 我国的国家贸易营销策略存在一些问题, 这些问题使得我国的出口发生了一些变化, 当然这些问题目前已经被相关部门关注, 在未来的一段时间内会被很好地解决。电子商务作为一个交易平台, 其对于贸易的影响是非常巨大的, 其中存在很多的调整同时却也存在很多的机遇, 如果我国的国际贸易发展能够抓住其中的机遇, 对于我国经济发展会有很好的促进作用。

参考文献:

- [1] 电子商务促进国际经贸发展的策略探讨[J]. 焦辰. 现代营销(经营版). 2019(09).
- [2] 肖菲. 电商时代下的国际贸易营销思路分析[J]. 智富时代, 2019, 000(007): P. 1-1.