

亚马逊企业的发展战略研究

张丹璐

(泰国格乐大学国际学院工商系)

摘要: 互联网技术的升级带动了信息化产业的发展,以跨境电商为主要代表的贸易方式成为了未来对外贸易发展的主流,信息技术是对外贸易发展的重要支撑,因此跨境电商企业要充分利用现有的优势,拓展国际市场,目前跨境电商企业的管理创新发展战略等,都需要结合现阶段的发展特征做出优化,本次文章选择了亚马逊作为研究的案例,分析亚马逊企业的发展战略,对企业面临的内部及外部发展环境进行了梳理,分析企业现有优势及不足之处,为企业制定合理的发展战略规划各项业务的流程促使公司的业绩不断增长,这样才能够实现企业的长期发展。

关键词: 亚马逊; 战略分析; 战略发展

Research on the development strategy of Amazon

Zhang Danlu

(Department of Business, College of International Studies, Kelak University, Thailand)

Abstract: The upgrading of Internet technology has led to the development of the information industry. The trade mode represented by cross-border e-commerce has become the mainstream of the development of foreign trade in the future. Information technology is an important support for the development of foreign trade. Therefore, cross-border e-commerce enterprises should make full use of existing advantages to expand the international market. At present, the management innovation and development strategy of cross-border e-commerce enterprises need to be optimized in combination with the current development characteristics. This article selects Amazon as the research case, analyzes the development strategy of Amazon, combs the internal and external development environment faced by the enterprise, analyzes the existing advantages and disadvantages of the enterprise, and formulates a reasonable development strategy for the enterprise to standardize the process of various businesses to promote the continuous growth of the company's performance, so as to realize the long-term development of the enterprise.

Keywords: Amazon; Strategic analysis; Strategic development

引言

1995年亚马逊公司正式成立亚马逊公司,主营业务是跨境电商经过多年的发展,亚马逊发展规模迅速增长,2014年公司的纯利润达到了3亿元,2016年电商领域的竞争变得更加激烈,这也对亚马逊的发展带来了影响,为了稳定在自身的市场地位,保证企业经营效益不再继续下降的情况下,公司制定出了相应的发展策略,寻找发展的方向,已达到实现经营效益逐级增加的目的。

一、亚马逊公司发展现状分析

(一) 亚马逊公司发展现状

贝佐斯是亚马逊公司的创始人,1995年7月公司创立后最初经营的业务是图书销售,在网络上售卖图书,随着互联网电商的潜力与日俱增,公司管理层开始意识到互联网的潜力较大。利用互联网销售的优势,为消费者带来了内容丰富的图书。公司非常关注电商行业的发展,由最初的图书销售业务逐步变更为多元化的业务模式,而后公司就开始准备上市工作,1997年公司成为股份制公司。

亚马逊有三次重要的转变,第一次转变为“地球最大的书店”,自从1995年7月成立以后,为了实现“地球上最大的书店”这个目标,不惜一切的扩大了公司的规模,从负资产到公司开始盈利,只经历了短短不过两年的时间,公司在网络图书销售行业中奠定了稳定的地位,从而有了自己长远的发展方向。第二次转变,公司开始扩大产品的销售类型,成为综合产品网络零售商,这样转变,为消费者提供了更加多样的选择,扩大公司的零售商品,打造多样化的产品零售电商机构又一次成为了公司的战略目标。公司经历的第三次转变,致力于以消费者为核心的发展企业,21世纪之初,公司开始大力的宣传自己是最大的零售电商,同时还树立了以客户为核心的销售理念,从此,为客户提供满意服务的理念成为亚马逊公司的发展目标。

(二) 亚马逊公司经营模式

亚马逊的营销活动我们可以在其官网上直接看到,公司的销售收入中的24%都会被拿来作广告、做营销。亚马逊公司的经营模式为B2B,以此模式作为跨境电商的主要业务,连接了卖家与买家这种服务模式和国内的淘宝类似。亚马逊作为主体平台,可协助卖家销售货物,在平台管理上可以将卖家划分成本店卖家及中国卖家,双方的区别在于中国卖家自家仓库设置在国内,卖家承担了货物管理、仓储调配等职能。本地卖家主要是通过海外建设仓库的方式,在市场所在区域注册当地公司,与当地形成合作,在第三方平台上实施销售。

(三) 亚马逊公司发展面临问题分析

第一,产品没有特色,盈利低。近几年来有数量众多的公司加入了跨境电商的行业。在现今的电商中,大家所销售的产品大同小异,没有什么特色的地方,那么只有通过价格来吸引消费者的眼光。

第二,物流成本问题。采用跨境电商的发展模式,可以促进国际贸易的快速增长,但供应链管理涉及到众多流程,导致物流成本过高。在销售地需要配套建设运输仓储等基础设施,涉及到海外运输的,还要建设海外仓库,对发货退货等流程实施有效的管理,因此供应链和企业利润是相辅相成的,供应链的管理效率,物流的成本因素会对企业的利润产生影响。亚马逊目前存在的问题是如何提升供应链的管理效率,促使物流成本降低。

第三,市场竞争激烈企业面临的问题是怎样扩展市场份额。跨境电商发展模式已经从发达区域的国家扩展到发展中国家,因此世界范围内的跨境电商领域将会不断的加入新的竞争者,并且销售的产品已经延伸到了各个领域,如家具用品,工作用品等等。因此,亚马逊公司需要在这方面做进一步的拓展以完成其目标。

二、亚马逊公司发展的环境分析

(一) 亚马逊公司发展的外部环境分析

1. 政治因素

对政治的因素做出分析,要结合国内及国外两种因素,国内因素是指国内的政策法规等因素,国外同样要考虑到政治发展政策的因素,综合以上制度条件为企业制定出合理的应对策略,我国的商务部对外发布消息提出商务部对跨境电商的出口非常重视,与各个部门正在研究策略为跨境电商发展带来支持政策,政策的侧重点将会放在贸易制度、贸易标准、支付体系建设等领域。对跨境物流等环节作出调整,在税收上对出口的退税政策进行优化。在跨境电商领域存在的难题比较多,商务部联合多个部门实施了现场调研活动,为政策的出台带来了有力的保障,总体来看国内政治环境相对稳定,有利于亚马逊公司的业务拓展。

国外政府在电子商务的发展方面给予了大量的扶持政策,以美国为例,美国政府对跨境电商业务的发展采取了积极的态度,为扶持跨境电商的发展,美国政府构建出了电子商务的发展框架,并且框架的内容始终延续了下来。电子商务的发展框架有九种政策指导及五种发展原则,美国的政府提出只要企业愿意参与跨境电商行业,政府会给予政策扶持,将电商的发展权限下放给企业。这种合作方式会通过合同进行约束,互联网的发展趋势非常明显,利用互联网开展进出口贸易是很多国家采取的主要方式。政策层面上的制度涉及到了电子支付、进出口关税、知识产权保护、信息化基础设施、技术标准等。整体来看亚马逊公司处于相对公平的市场环境中,在多个区域设置有分公司,所以从政治因素的角度分析亚马逊的发展环境相对优越。

2.经济因素

自金融危机之后,互联网电子商务成为了发展非常迅猛的行业,美国的电商发展速度对经济起到的拉动效果非常显著。根据2019年的数据显示美国GDP增速有2.4%,2020年增速有2.6%,同一时期美国的电商业增长幅度达到了14.8%,因此美国的线下零售模式出现了重大变化,线上零售模式受到了各大企业的重视,美国有众多传统的零售企业比如百思买、沃尔玛,开始构建出独立的线上平台,在网络上开展了多样化的营销活动,随着美国经济的复苏,未来电商的经济收入还会呈现整体上升的趋势。

3.替代品的威胁

综合来说,亚马逊公司所处的行业产品成本较低,进入门槛不高,很多商家看准这一优势,逐渐的加入电商行业,此电商竞争也越发越激烈。就中国来说,目标市场的本地卖家,敦煌网及阿里公司推出的速卖通,这些都属外贸行业发展相对优质的平台,但是平台同质化竞争非常激烈,企业的市场需要进一步的细分,并且众多小伙子电商领域导致行业竞争白热化。信息化时代电商产品的价格信息传播速度非常快,因此价格是消费者非常关注的购买因素,消费者普遍认可性价比比较高的产品,还可以进行砍价。总体来说,亚马逊企业是处于一个高度竞争的环境。

(二)跨境电子商务背景下亚马逊公司内部发展战略分析

1.企业机遇

欧美经济回暖,线下销售向线上转移。经过经融危机的冲洗,人们对于消费都开始谨小慎微,为此,人们在购买商品的时候都会对比三家,所以人们把目光放向了电子商务。线上购物比起线下购物主要有以下几点优势:第一,节省时间。线上购物只需要轻点鼠标、键盘或手机就能完成,随时随地操作,完成交易;第二,选择丰富。线上购物可以很容易的找到计划购买东西的所有型号并进行对比选择,而线下购物地点比较分散,不容易找到最优的选择;第三,价格便宜。电商没有店铺租金,成本降低,所以相应的价格也就低,同时由于竞争激烈,卖家也不得不采用更为合理的价格销售。因此线上销售商品的价格都是相对较低的;第四,售后方便。无论在美国还是欧洲,法律对线上消费者的保护都是非常充分的。只要客户不满意,都可以无条件退货,并且由卖家承担运费。

2.企业威胁

同业竞争激烈,行业利润水平较低。现阶段的同行业竞争者信息如下:第一,在经营理念上,众多企业采取的经营模式大致类似,所以这种相同的经营理念会导致竞争变得更加惨烈。产品的业务销售方面,销售的主体产品高度重合。竞争者会借鉴对方的产品开发策略及销售风格,然后采取跟风的策略,只要对方产品销量较大就会迅速采购,在适当的降低价格来占领对方的市场。原有的企业为了稳住市场,迫不得已降低价格,形成了价格战。第二,在当地市场还有大量的本地卖家,由于多年经营本地市场,所以行情信息非常充足。企业的销售管理成本控制的非常好,在市场上拥有价格的优势。这些竞争对手虽然分散在各个区域,但将竞争对手归为同一个集合体,产生的竞争威胁非常大,如果亚马逊公司面对该类型公司竞争则占据不了优势。

由上可以分析出虽然企业面临着威胁,但是外部机遇大于威胁,所以应该选择增长型战略,通过扩大市场规模及产品扩张的方式,抓住机遇,不断的增强自身的实力。

三、亚马逊公司的发展战略制定

(一)优化组织架构

亚马逊公司需要对组织架构实施合理的优化,根据商品的销售现状成立分公司,对各大分公司给予相应的授权,促使对方的职能进一步的提升,各个企业的发展方向,制定出产品研发及销售的策略,开展内部的合理分工,集团总部对分公司负有领导责任,辅助分公司将各项资源充分利用起来,提升企业的管理效率。总部为分公司的发展带来全方位的后勤服务,分公司职能要尽快完成转变,主要对于产品的销售实施自主经营开展单独的核算管理。

组织架构完成优化之后,分公司承担的责任会更多,结合企业的战略目标,分公司既要对产品实施拓展和开发,并且要关注市场营销的活动,在集团公司的指导下完成自主化的运营。分公司内部还要设置电商运营、开发等模块,对市场的变化进行快速的分析。分公司可参考企业现代化发展的重要组织架构,对组织实施创新和优化,按照协调基础的分权原则对公司与总公司之间的关系开展协调,因此大大的提升了经营的灵活性。

(二)实施横向兼并

为了扩展规模效益,亚马逊公司可通过横向兼并的方式获得外部发展的资源,寻找与公司具有互补特点的企业资源,收购之后可以提升公司的总体实力,另一方面亚马逊公司对客户管理实施改革,关注与客户的稳固关系建设活动,这是抵制竞争对手发展的重要手段。对市场上同类型的跨境电商企业进行关注,发现对方存在威胁时,可及时调整产品的类别,通过调动市场资源获取更多的市场。现阶段公司的图书类产品是最为集中的,在服装、汽配等方面却很少涉及,亚马逊公司可以关注以上领域的产品,并采取有针对性的兼并策略。

四、结论

综上所述,对亚马逊公司的发展战略已经有一个明确的定位,通过横向一体化战略来进行商品种类的拓展,同时在成本领导战略的指导下,降低商品采购价格与物流费用,并加强IT系统的建设以降低内部管理成本。通过这些战略的配合,促进亚马逊公司的整体实力。

参考文献:

- [1]孙斌. 企业战略与企业竞争力的相关性分析[J]. 现代营销(下旬刊), 2019(02): 10.
- [2]徐小燕. 基于可持续发展的企业财务战略探讨[J]. 现代营销(下旬刊), 2019(02): 25-26.
- [3]刘浩天. 中小企业发展战略目标选择[J]. 中国物流与采购, 2019(04): 72-73.

作者简介:张丹璐(1995-),女,四川省遂宁人,汉,在读硕士研究生,研究方向:社会实践,翻译理论与实践。