

# 关于企业拓展对外贸易业务的市场定位分析

张雷

(哈尔滨电机厂有限责任公司,黑龙江 哈尔滨 150040)

**摘要:**进入21世纪以来,经济全球化的趋势进一步加强,世界越发联系成一个整体,任何国家都不能独立于世界而生存,而作为现代化的企业更是不可能避免全球化的浪潮。走出国门,开拓国际市场,拓展对外贸易已经成为企业发展壮大道路上不可避免的课题。企业只有进入国际市场,进行国际市场营销,才能不断降低产品成本,优化资源配置,提高企业利润,保持企业竞争优势,确保企业发展能够长盛不衰。

**关键词:**国际市场;外贸业务;市场定位

对外贸易业务是指企业根据国外顾客的需求,将生产的产品或提供的服务提供给国际市场上的顾客,最终获得利润的贸易活动。这种国际商业行为,既受到世界经济技术发展的影响,又受到目标市场的国家或地区的政治、社会、文化、法律等营销环境的影响。因此,企业对于拓展对外贸易业务应该给予足够重视和谨慎分析。

## 1 企业拓展对外贸易业务的必要性

(1)扩大国际市场份额,增加利润的需求。在一定的地理条件下,市场的容量总是有限的。当企业的供应量超过市场需求时,企业就要积极开拓新的市场。由于经济的发展和生产水平的提高,一些国家国内市场容量相对生产者来说越来越有限,国内市场上的竞争亦越来越激烈。由于传统的国内市场已不能充分吸收现有的产品量,而为了降低生产成本、取得规模经济效益又必须达到一定的生产批量时,企业就不得不向新的市场渗透,将自己的生产和销售转向国外市场。同时,由于资本积累的增加,企业经营规模的扩大和发展,更迫使企业越出有限的国内市场,将自身业务向国际化、全球化发展。(2)合理配置资源,降低成本的需求。企业进入国际市场,可以更加便捷的获取廉价劳动力、原材料和初级材料。诸如原材料价格在国际间存在巨大差别的事实,也促使企业把生产转移到低成本的国家,在世界范围内规划生产经营的最佳配置,并向全世界销售产品。只有这样,企业才能保证其产品成本的降低,增强其产品的市场竞争能力,保证企业经营的最佳整体效益。(3)多样化发展,减少经营风险的需求。由于当今世界政治和社会环境复杂性的增加,迫使企业经营活动向国际化发展。政治和社会环境复杂性的增加,要求将企业经营分散在许多国家进行,以分散企业风险,避免因某一国环境的剧变导致企业蒙受重大损失。企业把自己的业务限制在一个国家,就像把鸡蛋放在一个篮子里,风险非常大。而企业跨出国门,同时进入多国市场,有利于分散风险。当一国市场由于经济、政治、社会等原因导致市场份额缺失时,可以保证不至于全军覆没。同时也是在国内市场不景气的情况下,为企业发展与壮大开辟新的利润增长点。

## 2 目标市场定位

国际市场按照地理位置大致可以划分为以下几个区域:欧洲区、美洲区、中东区、亚洲区、非洲区、大洋洲区和俄罗斯及独联体国家。不同的国际市场具备不同的特点。

(1)印度、孟加拉、巴基斯坦、菲律宾、印尼等南亚、东南亚地区,在传统上更能接受中国的产品,相对低廉的价格优势以及对于品质要求并不像欧美发达地区那样苛刻,使得中国企业在这些区域更具竞争力。其次,在这些区域华人较多,与中国企业贸易往来也较为频繁,客户偏好、贸易习惯及渠道资源等方面因素对于中国企业并不陌生,市场调研工作更易于进行,对于市场方向的把控难度相对较小。(2)中东、南美、非洲地区多年以来一直是中国企业开拓国际市场的重要区域,这些区域除具备东南亚地区市场对产品规格要求相对宽松,资金更为匮乏等特点外,客户资源的开发难度相对更小一些,更有利于我国企业快速进入。不过需要注意的是,该类地区尤其是非洲地区贸易风险更大一些,部分国家政局仍不稳定,除政治因

素外,该区域自然环境也相对恶劣一些,交通运输也很不便利,而且部分国家诚信度也并不十分值得信赖。(3)俄罗斯及中亚五国等独联体国家近年来已经成为中国企业争相抢夺的新兴市场。从贸易整体来说,尤其是俄罗斯境内众多能源、电力等大型工业机械设备处于更新换代阶段,对外市场需求量也相对较大。随着俄罗斯经济有所复苏的同时,又遭到欧美等发达国家的经济围困,使得中俄贸易合作空前紧密起来,尤其是在俄罗斯经济赖以生存的产业—能源产业方面,中俄之间更是达成了一系列中长期的政府级别的合作意向。中亚五国的情况与俄罗斯大体相似,由于政治因素,中亚国家既不愿意受制于俄罗斯,也不愿意过度依赖欧美,这就为中国企业进入该区域市场创造了绝佳的机会。除上述利好之外,国家出台的“一带一路”战略政策更是大大增强了开发该区域市场的实际可行性。上述国家多位于“一带一路”沿线上,国家在政策方面有优厚的扶持便利,更有政府牵头达成的国家间的大型长期合作。也正是基于这些优势,使得国内大型工程、贸易公司已经纷纷行动,进驻该区域市场,如中石油、中石化与俄罗斯达成的30年期石油开采输送项目等,这也必将带动一系列其他相关企业着手大力拓展该区域的对外贸易业务。(4)欧美市场对于中国企业来拓展业务的难度相对较大。一方面该区域市场多为科技技术实力相对比较雄厚的国家,对于产品的技术要求较高,行业准入门槛高,环保要求严苛。另外由于民族、宗教信仰、法律体系、消费理念等方面的巨大差异,造成了欧美市场的运作方式与我国市场运作方式存在很多差别,大量企业在进入该区域市场初期出现明显的“水土不服”。另外,尤为需要注意的是,由于政治体制的不同,近年来我国与欧美地区国家贸易摩擦较多,甚至出现个别较为激烈的贸易争端。以美国为首的一些欧美国家对中国企业天生排斥,不断通过加大关税、限制进出口、反倾销诉讼等等一系列的非正常手段对中国企业进行打压,使得中国企业在欧美市场的业务拓展难度加剧。因此,在选择进入欧美市场前一定要进行谨慎的分析和全面的决策,确保企业市场经营活动的安全。

## 3 结束语

综上所述,企业拓展对外贸易业务具有充足的必要性和可行性。广阔的国际市场需求和近年来国家利好政策的推动都为广大企业选择此时开拓国际市场创造了绝佳条件。当然,机遇与挑战并存,对于经验积累和资源积累较为薄弱的公司,对外贸易业务拓展工作必然是一项艰难而长期的工作,务必要在前期做出充足的准备,对各个区域的国际市场进行全面的分析和精准的定位,谨慎决策,周密规划,谋定而后动,方能使企业在国际市场竞争中立于不败之地。

## 参考文献

- [1]戴屹,连曼香.电机企业国际营销现状和发展策略[J].上海电机学院学报,2012,15(1):44-47+58.
- [2]王兰芳.关于做好国际市场开发的途径探索[J].现代经济信息,2018(09):162.
- [3]梁达.中国企业“走出去”内在动力日益增强[N].上海证券报,2015-10-21(A03).