

电子商务企业:金融危机下的生存与机遇

宋沛军

(许昌职业技术学院,河南 许昌 461000)

[摘要]2008年金融危机使许多国际著名企业陷入破产边缘,但以阿里巴巴为代表的外贸B2B电子商务公司却取得了骄人的业绩。金融危机,全球经济不景气,摆在众多中小企业眼前的是如何面临如此严峻不明朗的经济环境,求新求变改善现状,是关系到的其企业生死存亡的关键所在。电子商务在外向型中小企业订单骤减、客户倒闭情况下,该如何化“危”为“机”。

[关键词]电子商务;B2B电子商务;金融危机;机遇

[中图分类号]F713.3 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1673-9477(2010)03-0019-04

纵观日前全球经济形势,在金融危机影响下,美国经济步入衰退,欧元区风光不再,日本持续经济低迷,对中国来说,金融危机不仅是对我国经济实力的一次残酷考验,也是检验各行各业企业实力的一道关口,实体经济如此,虚拟经济也如此。而在这场新的经济振荡中,尤其那些成长初期依靠资本投资的企业,那些宣扬发展模式致胜的企业,将迎接实践新的检验。然而从总体发展情况来看,国内电子商务行业却在经济低迷的形势下逆市飘红,呈现出一片繁荣景象。据国内咨询企业赛迪的最新数据显示:2008年中国电子商务市场交易额已达到26683亿元,同比增值达到41.2%,在当前国内电子商务的经营模式中,B2B市场仍是总交易额构成的主体,达到了国内电商总体交易额的89.5%,计21480亿元;另据IDC最新数据显示,尽管受到金融危机的影响,国内B2B电子商务整体市场2009年交易额将达到34278亿元,较2008年交易额相比将会增长40%以上,未来10年,中国将有70%的贸易额将通过电子交易完成,中国B2B电子商务市场交易规模增长潜力巨大。出现这种变化的主要原因是,受到金融危机影响,很多企业开始削减成本,由原来的传统营销模式转向电子商务模式,使用电子商务的线上中小企业因此在去年全球经济危机下的存活率要高出传统线下企业五倍,之所以这样,是因为电子商务可以降低交易成本、提高交易效率,同时又可缩短汇款时间、扩大销售范围,能有效地提升中小企业竞争力。电子商务是新经济的前驱,也是虚拟经济的一种集中表现。从电子商务企业发展状况与迎接新的挑战中,或许我们能够看到虚拟经济的一些端倪。无论什么企业,观察它的发展模式、收入来源,就可以对它的未来有所了解。

一、“会员费”和“增值服务”亦是外贸型B2B电子商务的主要商业模式和收入来源

2009年4月17~18日在宁波举行的《第四届中小企业电子商务应用发展大会》资料显示,目前我国企业化运营B2B网站超过5100家,而2007年企业化运营B2B网站为4500家,2006年是2000家,2008年营业收入约190亿。通过研究,我们不难看出,有90%以上B2B电子商务公司象阿里巴巴、慧聪网、网盛生意宝、中国制造网、环球资源网等一样主要是帮助国内中小型出口企业拓展国际贸易市场的外贸型电子商务公

司。电子商务是一个朝阳行业,也是一个机会和变数共存的行业,企业要想在这样的环境下生存,最重要的就是要找到适合国情的商业模式,要找到比顾客自己更了解顾客需求的商业模式。因此许多B2B电子商务公司把他们的业务纷纷转向国内中小企业的出口贸易服务,帮助他们谋得海外参展机会和获取海外订单,从而收取一定的服务费即“会员费”和“增值服务费”。

1. 付费会员是目前所有B2B电子商务公司盈利的重要渠道

以阿里巴巴为例:被称为“网上世贸中心”的阿里巴巴从概念上说只是一个B2B贸易平台,但它有其独创性,符合中国当前国情。1999年初,当全球互联网所做的电子商务都在为全球顶尖的15%大企业服务时,生长在私营中小企业发达浙江的马云,深知中小企业的困境:他们规模小,销售渠道窄,商品需求信息缺乏,他们急需开拓国际市场,但却无力负担昂贵的差旅费和广告费或在其他地方开设办事处的费用,“弃鲸鱼而抓虾米,放弃15%大企业,只做85%中小企业的生意”。马云把自己的网站定位于“为全球的中小企业通过互联网寻求海外潜在贸易伙伴”,独创性地推出了主要面向中小企业提供B2B进出口信息服务的模式。由阿里巴巴近几年财务报表可知:自2004年以来,阿里巴巴的毛利率均在80%以上,2008年毛利为人民币26.14亿元,较2007年增长39%,毛利率87%;营业利润(指扣除股权报酬支出的营业利润)2008年为人民币11.92亿元,较2007年增长48%;营业利润率由2007年的37%上升至2008年的40%。

阿里巴巴之所以会取得如此骄人的业绩,究其原因在于其良好的商业模式——“付费会员+不断创新的增值服务”。在阿里巴巴贸易平台上活跃在两种会员:帮助国内中小企业拓展国际贸易的出口营销推广服务“中国供应商”和为从事中国国内贸易的中小企业推出的会员制网上贸易服务“诚信通”。其中“中国供应商”会员费是5万/年。“诚信通”会员费是:企业会员2800元/年(USD 410/年),个人会员2300元/年。资料还显示:自2004年以来,阿里巴巴付费会员增长幅度都在60%以上,截至2008年12月31日止,其付费会员432031名,“国际诚信通”会员16136名,“中国诚信通”会员372867名,“Gold Supplier会员”43028名。

[收稿日期]2010-03-21

[作者简介]宋沛军(1971-),男,河南临颖人,副教授,研究方向:电子商务。

相比阿里巴巴,以高价、量身定制而著称的外贸 B2B 媒体公司环球资源网的会员费是 20 万左右,以海外推广著称的中国制造网(主要是借助 Google 等搜索引擎及参加海外展会形式进行,集中在服装、工艺品、交通工具、机械等行业)其认证供应商(Audited Supplier)年费为 31100 元。亿邦动力网对整个 B2B 电子商务企业收费会员进行统计,日收费会员 2008 年占整个会员(IDC 数据:国内国际收费和免费会员 5000 万左右的)的 8.49%,同比 2007 年增长 21.3%。

2. 不断创新的增值服务是 B2B 电子商务公司业绩飙升的另一主要利润来源

除了收取会员费外,许多外贸 B2B 电子商务公司还推出了一系列的增值服务。如阿里巴巴推出的关键词竞价排名收费(800~3000 元/月)、品牌推广展位(白金展位,3000~50000 元/月)、黄金展位(800~10000 元/月)、Winport 旺铺(980 元/年)、橱窗推荐、“点击推广”(0.1~10 元/次)、移动版诚信通(700 元/年)、旺铺 2.0(全能网站,2000 元/年)、商机参谋(1100 元/年)、阿里认证、阿里贷款等。再如慧聪网推出的网络广告、关键字搜索竞价排名推广、金榜题名等;网盛生意宝推出的“企业生意网”(6000~18000 元/年)等等。

二、金融危机使电子商务的优势凸显

我国电子商务经过了十年的发展已日趋成熟,其成本低,效益高等优势凸显,已经成为了中小企业一种重要的营销方式。在经济危机的大环境下,中小企业依靠电子商务转型,可以更好地统筹上中下游供应链的资金流、物流和信息流。大大缓解转型中产生的资金压力,对于打造品牌形象,打通销售渠道起到重要的助推作用。在经济全球化、国际金融危机双重背景下,我国工业中小企业业面临生存和升级双重挑战,电子商务是国民经济信息化重要内容,也是中小企业发展的关键支撑,电子商务在帮助出口型企业调整市场,启发加工型企业开发设计品牌创新,引导中小企业实现信息化管理等多方面发挥不可替代的作用。

1. 电子商务给中小型企业拓展海外市场创造了条件

对于中小企业来说,无论是资金还是技术,都无法同大企业相比,他们也没有更多的资金到海外参展和成立分公司或办事处。而电子商务则可以为中小企业提供一个平台,使它们也有机会进行网上贸易。不仅可以搜索和浏览供货商,主动出击;更可以在网上发布采购信息,增加卖方的销售机会,也增加了买方的购买机会。企业在采购时用电子商务可以找到新的供应商和贸易伙伴。可以说,中小企业最需要电子商务。

相对于传统的营销模式,电子商务的优势还在于将传统的营销模式电子化,实现网上一站式交易,突破了时间和空间的限制。电子商务给买方提供了更多的选择,因为买方可以考虑更多卖主的产品和服务。电子商务可以使顾客根据自己的需要决定获得信息的多少。在电子商务的情况下,买方可以通过互联网立即得到所需的信息。有些产品(如软件、声音和图像等)甚至可以直接通过互联网传递。这样就减少了买方的等待时间。企业在销售商品和处理订单时,用电子商务可以降低询价、提供报价和确定存货等活动的处理成本。在电子商务平台上,企业可以利用贸易通直接

讨价还价和传递交易条款,提高了企业间信息交换的速度和准确性,降低了交易双方的成本。对企业来说,电子商务最大的好处就是可以增加销售额并降低成本,从而为企业带来利润。正是因为这些优势,使得各行业中要“过冬”的中小企业在金融海啸之中纷纷转头与电子商务结缘。

2. 外向型中小企业转型,电子商务备受关注

中国产品长期以来以低成本驰骋海外市场,但是受全球经济危机影响,去年中国东南沿海的出口外向型企业可以说是“受伤最深”。海外市场的萎缩和订单的减少使得生产销售纺织品、小家电产品和玩具类商品的企业陷入生存危机,数以千计的企业申请破产。另外,贸易保护主义抬头、海外坏账难收、人民币相对于美元的升值以及原材料价格的上涨,也令众多外向型企业进退两难。在此期间,不少企业掉转头来转向开拓国内市场,寄望于庞大的内需潜力,但是在实际操作过程中,困难却接踵而至,最让企业感到头疼的就是国内销售渠道难以打开。将外销市场转移到内销市场,无疑会使得国内市场更加拥挤,竞争更加激烈,企业的努力也许会事倍功半。基于此背景,中国企业一方面要充分利用好国内资源的优势,还需要继续稳定国外市场,用好已经建立的销售网络和客户资源。摆在中小企业面前的是挑战更是机遇。而把握这一机遇有效的方式就是加强网络营销,大力开展电子商务。中国网库董事长王海波指出,在金融危机的环境下,传统企业通过建设行业网站来进行网络营销,利用自身在传统产业领域的资源优势打造核心竞争力,必将在未来的市场上占领制高点。

3. 中小企业借助电子商务应对经济危机是一种必然

在全球金融危机背景下,众多企业、特别是中小企业,都试图在寻求开拓国内外市场,进一步降低生产经营成本,提高生产经营效率的有效途径,毫无疑问,电子商务是解决这个问题的一个重要途径之一。

目前的中小企业在海外市场萎缩、人民币升值等综合因素影响下,面临很大经营压力,这个过程中,电子商务却能够带给企业准确的信息,从而让企业在危机中找到机遇,增加存活率。电子商务在目前形式下凸显的优势很多中小企业深有体会,北京富美强商贸公司周经理认为“不走进电子商务,相当于关门来做自己的事情,这是企业的损失,甚至将影响到企业的经营状况,无论经营环境怎么样,电子商务对于企业来说,相当于多了一种机会”。自经济危机发生以来,我国更多的中小企业开始关注电子商务的使用,更多的中小企业开始纷纷利用 B2B 电子商务开拓企业新的产品推广和销售渠道,每天有 2 万多家中小企业纷纷网上开通企业 B2B 商铺。

随着电子商务服务平台的丰富和不断完善,在经济危机下,传统贸易向线上交易的转变正在提速。即使在企业经营艰难、“倒闭破产潮”不断传出的 2008 年,中国网络商铺的数量还是直逼 5000 万。北京、上海、广州等地是国内网商最为集中的地区,网商群体在商业和社会生活中的影响力也不断扩大,越来越多的中小企业借助电子商务实现了业务增长。目前,随着电子商务的普及,在线购物市场将保持较高的增长速度。而传统的线下交易受到金融危机影响,反而加速

了向电子商务线上平台转移的进程。虽然中国的加工制造业发展迅速,但因长期处于价值链的低端,整个产业也需要一次调整与洗礼,迎来品牌及行业的成长与转型。而经济危机提供了这样一个契机,促使中小企业在经营销售方式上借助互联网的普及发生着变化。随着中国更多的中小企业加入电子商务,并在未来几年内保持稳定的增长,中小企业采用电子商务应对经济危机已不仅是一种选择,而且是一种必然。

三、电子商务公司应对全球金融危机的对策建议

金融危机给全世界都带来了不小的冲击,中国作为发展中大国也难独善其身。进入2009年企业面临更多困难,倒闭、裁员时有发生。这其中受到冲击最大的当属中小企业。本来中小企业在经济实力、技术能力、品牌等方面就缺少竞争力。金融危机影响,市场变小了,企业发展更加艰难。但是,为了帮助企业渡过难关,国家政府出台了一系列有力措施,在税收、信贷等方面加大扶持力度,并且全面扩大内需,为企业创造更大市场空间。金融危机无疑给当前我国的B2B市场带来新一轮的发展机遇,中国第三代网商的倡导者王海波坦言:“恰恰是市场动荡,很多企业在寻找各种方法希望能顺利度过难关,电子商务的优势正是国内中小企业需要的。”面对全球金融危机,B2B电子商务公司有挑战,也有机遇,如何化挑战为机遇呢?

1. B2B电子商务市场的发展重心逐渐由外贸市场向内贸市场转移

长期以来,B2B电子商务市场都以外贸为重心,由于外贸难度大、平均每单金额高,所以,外贸付费用户的ARPU值(每用户平均收入:Average Revenue Per User)远高于内贸付费用户。我们还以阿里巴巴为例,2007年之前,阿里巴巴的主要收入的70%以上都来自于外贸业务。在2008年金融危机和全球经济不景气的大背景下,海外买家需求骤降,中小企业外贸订单锐减,众多出口型中小企业难以生存,阿里巴巴的很多客户面临倒闭甚至已经倒闭,无力支付高额会员费,其来自于外贸业务的主要收入下降了36.4%。同时,我们也看到在外贸形势严峻,国家大力发展内需的情况下,众多综合性B2B企业纷纷开始大力拓展内贸市场,内贸市场规模的增幅远高于外贸,阿里巴巴来自于内贸业务的主要收入占总营业收入的比重由2007年的28%上升至2008年的36%,反映出在中国国内贸易增长好于出口增长的同时,中国交易市场对总收入的贡献比重也有所提高。

根据易观国际的研究数据:2008年第3季度国内B2B电子商务市场规模达到12.99亿,同比增长81.7%、环比增长5.8%,其中内贸市场规模为5.7亿,外贸市场7.29亿,内贸市场进一步扩张的同时,外贸市场比例持续下降。随着欧美地区经济形势进一步恶化、国家拉动内需的步伐进一步加大,2009年B2B电子商务市场的内贸规模将逼近外贸市场,比例达到50%左右。因此尤其是为外贸企业服务的B2B电子商务公司是这次欧美金融危机影响最大、最直接的领域,因为其客户大多数是外向型的中小企业,在这次经济危机中订单骤减、很多客户面临倒闭甚至已经倒闭。为了自救,许多出口型企业已经开始转型,将自己的产品进行改造,通过其他渠道进入

内需市场(比如众多服装企业)。这些企业即使进行电子商务推广,也会更多地选择内贸型B2B平台来进行,这将导致外贸B2B平台的客户数量减少。

面对当前不利的外部环境,2008年下半年,阿里巴巴集团董事局主席马云率先提出电子商务“过冬”言论,王海波也表示,国务院出台的扩大内需内贸的十项举措,将给中小企业带到更多贸易机会,而对于电子商务的发展来说也同样是一个机遇,这将大大激活中国B2B市场,“08年中国网库的局部市场也受到影响,但是大部分地区业绩喜人。其中具有代表性的华北,华中地区,发展迅速。我们河北、河南、山东、湖南四省的分公司正在招聘500名电子商务人才以满足今后市场需要。”(注:王海波语)。其实众多主流外贸B2B电子商务公司早在08年金融危机爆发初期就开始调整发展战略,将发展重心、资源等向内贸市场进行倾斜。

2. B2B应用由信息服务、交易管理向供应链整合发展,B2B服务商越来越重视为客户提供综合服务

B2B平台在2008年正逐步从“单纯为客户提供信息服务”的中间平台,向为客户提供“全方位综合服务”转变。电子商务企业将从网上商店和门户的初级形态,过渡到将企业的核心业务流程、客户关系管理等都延伸到Internet上,使产品和服务更贴近用户需求。互动、实时成为企业信息交流的共同特点,网络成为企业资源计划、客户关系管理及供应链管理的中枢神经。企业将创建、形成新的价值链,把新老上下游利益相关者联合起来,形成更高效的战略联盟,共同谋求更大的利益。如阿里巴巴开始为客户提供培训服务、招聘服务、融资服务等一系列服务、网盛开始进军线下展会服务;而阿里巴巴推出的“旺铺”、慧聪的“行业专属服务”也为用户在线上进行网络营销、网络建站、人事管理、财务管理等提供了便利。因此,随着中小企业对于“全贸易流程服务”需求的日益提高,B2B平台从“信息平台”向“企业全方位综合服务平台”转变是未来的一个必然趋势。

3. 服务于外贸企业的B2B电子商务平台开始转向欧美以外地区市场

随着欧美地区买家需求的大幅降低,欧美的经济大环境非常严峻,将导致更多的国内外向型中小企业处于困境,在这种情况下,很多服务于外贸企业的B2B电子商务公司开始为用户提供线下联络买家服务、协助用户开拓欧美以外的潜力市场。例如阿里巴巴进军日本、印度和台湾市场、而中国制造网则协助用户开拓拉丁语市场。在开拓方式上,为降低成本,这些厂商多采取与当地已有B2B合作的模式,对方提供买家、国内平台提供卖家,双方按照一定比例进行利益分成。

4. B2B电子商务平台开始降低会费或推出低价会员服务

由于外贸订单减少,许多企业将无力支付高额的外贸B2B会员费或者降低电子商务营销支出(比如以前在多家平台推广,现在只选择一家名气大的进行推广),这些都将直接影响外贸B2B企业的收入。为了应对日益恶化的出口环境,众多大型外贸B2B也纷纷开始降价,如环球资源推出38800元/年的一星会员(原

(下转第23页)

RPC、rlogin 等不必要的服务,以免攻击者可以通过这些不必要进程的正常服务或 bug 攻击该主机,甚至得到 Administrator 的权限,使网络出现故障。

三、结语

故障发生时,认真分析可能导致故障产生的原因,设定查找故障的步骤。从简单、容易发现的故障入手,比如网卡是否正常工作,网线连接是否正常,然后才是比较复杂的故障,比如交换机、光纤收发器等网络设备故障。慢慢地积累经验,同时不断地学习理论知识,故

障排除起来就会既快又准。

[参考文献]

- [1]李东亮. 对企业网络安全的探讨[J]. 办公自动化. 2005(6):21.
- [2]蒋天发,陆际光. Intranet 安全技术的研究[J]. 武汉理工大学学报 2002(6):36.
- [3]焦建华. 网络安全的技术与管理[J]. 河南科技. 2006(8):59.

[责任编辑:陶爱新]

Common faults and solutions of construction enterprise local area network

WEI Bin

(HBIS - HANDAN IRON&STEEL GROUP, Handan 056000, China)

Abstract: In modern society, more and more enterprises use network technology to practical production work. Network technology to bring convenience to enterprises, also cost a business of manpower, material and financial resources for maintenance. The article discusses the five aspects of enterprise LAN solutions to common failures.

Key words: local area network; network failure; solution

(上接第21页)

来的年费是 18 万到 50 万)、阿里巴巴推出 19800 元/年的出口通(原来的年费为 5 万)、网盛生意宝更是推出 1800 元/年的中国供应商。

5. B2B 电子商务平台将以行业应用为主线发展

电子商务是未来的发展方向,也是主要的商务交易模式,但对于国内为数众多的中小型企业来说,将面临如建设投入大、运营成本高、见效周期长、效果不理想、缺乏标准化的应用系统、软硬件需不断升级等一系列难题,因此中小企业一般会倾向选择 B2B 平台。纵观电子商务在我国的发展,第一代的电子商务专注于内容,第二代专注于综合性电子商务,而下一代的行业电子商务必将增值内容和商务平台紧密集成,充分发挥 Internet 在信息服务方面的优势,使电子商务真正进入实用阶段。未来几年中国 B2B 应用将有可能围绕行

业应用为主线发展。

[参考文献]

- [1]阿里巴巴,《阿里巴巴 08 年报》, http://ir.alibaba.com/ir/financial_operating.html
- [2]易观国际,《阿里巴巴 2008 年财报分析:外贸产品价格体系调整效果显著 内贸成为新增长点》, http://www.analysys.com.cn/web2007/ygfx_index.php/id_6286.html, 2009 年 3 月 27 日
- [3]宋沛军,电子商务基础与应用[C]. 北京:人民邮电出版社, 2009.
- [4]宋沛军,电子商务概论[C]. 西安:西安电子科技大学出版社, 2006.

[责任编辑:陶爱新]

E - commerce Company: Survival and opportunity under financial crisis

SONG Pei - jun

(Xuchang Vocational Technical college, Xuchang 461000, China)

Abstract: Many famous international enterprises have been reduced to the verge of bankruptcy in financial crisis of 2008, but some B2B E - commerce companies, Such as alibaba, have achieved impressive results. it is the key point for numerous small and medium - sized enterprises to seek the chances and novelty in the face of the rough and unclear economic environment. How do some E - commerce enterprises turn crisis into opportunities when the orders of export - oriented small and medium - sized enterprises drop and their clients go to bankruptcy.

Key words: E - commerce; business to business; financial crisis; opportunity