

新国际营销思考题(之二)

- 一、企业面向 21 世纪的国际市场怎样制订营销战略?
- 二、90 年代外贸企业经营范围的发展与新特点是什么?
- 三、根据外贸法精神,中国拓展国际营销的方式应有哪些新发展?
- 四、什么是服务贸易,怎样开展国际服务贸易?
- 五、什么是对销贸易,90 年代国际市场为什么又会盛行这种贸易方式?
- 六、什么是市场补缺战略,企业怎样在国际市场补缺?
- 七、后入市的企业如何参与国际竞争夺取市场?

梅 清 豪

(上接第65页)

(5) 体现产品的高科技特点。企业要重视科技开发,许多国家都希望引进高科技工业品,用发展科技放在重要位置的企业形象来带动工业品的销售。

(6) 合作经营。工业品特别是成套设备需要合作伙伴,要善于利用其他公司的特长,如营销、技术、财力和声誉等,融合本企业的优势,联合组团参与国际投标,合作出口。