

国际贸易活动中的电子商务手段

凌学岭

摘要: 伴随电子商务和国际贸易的快速发展,越来越多的信息技术在贸易活动中得到应用。由于通讯成本的降低,可以预期在中国加入 WTO 后会有更多的各类企业介入国际贸易。电子商务不只是一个概念或理想,它实实在在地是一种技术,一种有用和实际的工具,特别是对外贸企业来说,贸易伙伴往往分布在世界各地,而电子商务的基本理念就是利用 Web 技术在世界范围内快速、廉价地传递信息。作为国有外贸公司,如何在贸易领域保持和提高竞争力?如何改善我们的效率、降低运作成本?我们的结论是:在激烈竞争的市场环境中选择合适的电子商务技术是一个非常重要的问题,电子商务的应用要坚决但只能是逐步实现。

关键词: 电子商务手段;通讯费用;电子商贸系统;经营理念

中图分类号: F 724.6 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894(2001)04-0059-07

面对炙手可热的电子商务,外贸企业如何应对?诚然,贸易、服务的水平不可能只是依赖新技术的使用程度,但撇开贸易理念和做法、管理体系的变化不谈,笔者认为,处在新世纪的外贸企业至少应该实实在在地思考电子商务可能带来的冲击,考虑从技术上分 3 个层次逐步对企业的技术手段和应用水平进行升级:(1)提高通讯速度、效率并降低费用;(2)通过设立企业网站逐步建立全球性的电子商贸系统;(3)逐步完善全新的经营理念。这些是外贸企业面向 21 世纪的选择,是企业经营手段的一次革命。

一、信息传递的替代

国际贸易中,几乎每天都要进行跨国联络。传统的联络方式无非是传真、电话(信息传递)、信件、包裹(实物传递)等,当然也少不了旅行、面对面的谈判(人员传递)。在目前通行的做法中,传真、电话早已替代了早期的信件、电报、电传,特快专递也替代了传统的邮递。它们的共同特征是:为了应对日趋激烈的竞争,速度愈来愈快,费用愈来愈低。

但是,伴随着计算机技术和通信技术结合后给人类带来的便捷、便宜,如今通行的做法又一次面临过时、淘汰。比较而言,信息的传递仍然太慢、太贵,尤其是对中小型外贸公司而言,要尽量降低经营成本、要增加贸易机会、要扩大知名度、要参与国际竞争,靠什么?因特网的日益普及、其技术的飞速发展无疑为其提供了强有力的工具。说到底,这也是应对激烈

竞争的需要——由于因特网的普及和发展,当今商业竞争在很大程度上已经到了在越来越广阔的地域内比技术、比服务、比反应速度的以客户为中心的多企业协作阶段。

企业对电子商务新技术的采纳,应从实用、可行、简便开始。

1. 网络传真 当今,全球每年有3 000亿页以上数量的文件通过传真在各个公司、办公室之间传送,每年花在传真上的费用高达600亿美元以上(约占全部电信费用的40%)。贸易活动中传真往来的频繁,一方面使贸易公司的国际通话费用居高不下,另一方面,目前只有大约5%的企业在利用因特网发送传真。

其实,通过计算机和普通电话线路进行相互的“传真”,在经济上没有多大意义。这种技术只不过是利用计算机的软件替代传真机的功能,除了节省传真机设备费、传真纸张费用以外,并不能给贸易公司带来其他额外的好处,问题在于它仍然需要利用昂贵的普通电话通讯线路。

新的计算机通讯技术则采用了全新的传真机制,除可以使用普通传真机或计算机收送传真外,还可以用因特网代替公众电话网络作为一种辅助传输介质,传真双方都只需要支付低廉的本地电话费用和上网费用就可进行传真,可节约大约70%的国际传真费用,而且提高工作效率——网络传真使用的是存储转发功能,用户只需一次发送传真,后续操作都留给有关服务器去完成,不必像传统传真那样当传递线路占线时需要重拨。

现在,还可以通过因特网的电子邮件、传真、语音3信箱合三为一的功能,世界范围内的贸易伙伴不论走到哪里,都只需启用一个全球通用的识别号码和邮件地址,各自都只要通过普通市内电话通讯线路即可廉价收发包括语音邮件、电子邮件及传真在内的信息。另外,由于电子白板提供了因特网上的“聊天”功能,费用极低廉,也不失为一种在跨国贸易伙伴之间进行文字、图象沟通的通讯工具。

2. 网络电话 早期的IP电话,主要是利用微机和适当的软件,通过因特网实现PC到PC的通话——虽然可以节省90%以上的国际通话费,我们可能同时也记住了它的弱点:延时、抖动、噪声。如今的IP电话已发展到第4代:它利用IP网关将普通的语音信息转换为IP数据流,然后通过因特网进行传输,可以和普通电话那样方便地并不需要PC就直接拨打,方便、经济、悦耳流畅的IP电话在技术上已经成为现实。它的完全脱离计算机、它的国际通话费率大约只占原费率的10%不到等优点,使得频繁的跨国贸易业务往来大大节省费用。

3. 电子邮件(E-mail) 这已经是因特网上应用最广的服务(现今大约95%左右的商业信息是通过这种手段进行传输的),它以非常低廉的价格(实际的单位费用几乎可以忽略不计)、非常快速的方式随时和世界上任何一个角落的网络用户联络,加上这些邮件如今可以使用文字、图象、声音等各种方式,对贸易伙伴之间的交流方式起到了极大的改变。

语音电子邮件,可以帮助我们避免通信收发双方因电脑操作系统不同而造成的乱码、加速邮件的录入和读出的速度、改善人际交流效果。使用语音邮件网关后,还可以从普通的电话机直接收发电子邮件。

通过手机上网发送、接收电子邮件,可以随时随地进行交流,帮助奔波在外的人们实现移动办公之梦想。

新的电子邮件转发业务,则可以使贸易伙伴无须上网,只通过寻呼机就能随时地、自动地了解自己的电子邮件信箱中接收到的信息。

Video-email,因为它的可视性,还能帮助我们经常地“见到”贸易伙伴的面,加深相互沟

通层次。

如今的电子邮件,还可以加密方式收发,以保证商业文件内容的安全。

4. 网络寻呼 利用寻呼台呼叫公司的业务人员,还不如直接上网将想要呼叫的内容自行输入计算机,然后通过因特网发送出去,这只要预先收集好各寻呼台的网上地址就可以做到。相信在很短的时间内,就可以实现全球范围内的这种寻呼,到那时候,我们就会大量减少利用费用昂贵的“全球通”无线电话系统了。

5. 利用网络银行传递进出口结汇信息 作为对电子商务的支持,我国已有一些大型银行开通了网上银行服务业务(如工行的 95588、招行的 95555、最新开通的农行 95599 等),这些业务基本上涵盖了网上查询、转帐、支付和结算,也包括:国际收支的申报、外汇买卖、集团财务查询、集团内部转帐、网上支付等,开始了完全无时空限制的在线银行业务。

6. 部分实物信息传递的替代 为保证国际贸易合同的顺利实施,在新产品研发、新商机的确立过程中常常需要在生产厂家和贸易公司、贸易公司和贸易公司之间进行样品的反复确认。习惯上,确认又多采用样品实物传递的形式,大多又是利用跨国特快专递的手段,费用高昂(对多种外观、多种颜色的消费类产品尤其如此)、传递不便(不少根本没有定型的产品也需要报关)。现在,如果利用数码相机进行不限数量的样品的拍摄,然后利用因特网快速传递产品的三维图象(包括外观、图案、颜色甚至声音等),就可以迅速在买家和卖家之间建立产品的确认热线,迅速回复、迅速修改,提高反馈速度,增强市场反应灵活性。

不少境外贸易公司在实际业务中还经常希望监控境内生产厂家的实际运作状况,数码相机在这方面可以起到“千里眼”的功能:可以对工厂生产进度、流水线运行、产品制造过程、质量控制过程等进行动态追踪,然后利用因特网快速传递。在这个过程中,还可以考虑利用工厂所在地服务公司(或贸易公司)的人力资源替代异地贸易公司员工的奔波往返,以提高监控质量、降低成本。

总之,利用上述技术,可以大幅度降低信息交换的费用,加快信息传递的速度,尤其是网络所具有的流动性信息交换特征,对国际贸易企业特别适用。而且,这些技术都是相对成熟的,在不少企业中已经得到不同程度的应用或普及。但也应该看到,这些技术只是被动地利用现有的网络服务商所提供的有限服务,要想进一步利用因特网拓展国际贸易业务,建立企业自己的网站就是客观并且理智的下一步了。

二、建立公司的 Intranet 和因特网网站

企业 Intranet 系统是在传统的企业局域网基础上,采用因特网协议标准(TCP/IP)和 Web 技术与设备来构筑或改建的企业内部网络。它可以连接到因特网,当有安全性需求时,又可以建立“防火墙”等安全措施与因特网隔开。既具有传统局域网的安全性,又具有因特网的开放性和灵活性。可以说,很难有什么开放的企业可以与 Intranet 技术无关。

因特网带来的廉价通讯,使距离变得不那么重要,这在有利于跨国经营公司的同时,也为中小型企业、生产厂商提供了非常好的国际贸易环境。在“触网”公司的数量不断增多的时候,专业外贸公司一定要注意:决不能因为传统的人员、渠道等资源优势而忽视对新技术的采用以致逐渐降低综合竞争力,利用别人的网站或建立企业自己的网站无疑是高效率、低成本的手段之一。

1. 做 Web 广告 这是在把因特网作为一种新的信息传播媒体的认识基础上、利用其无疆域特点而开展的营销活动。这种广告形式可以对公司及其产品进行非常详尽的文字、图形(照片、甚至是动画)、声音介绍,可以包括企业的基本背景介绍、尽可能详细的产品资料、技术支持资料、企业的营销网络、股份制尤其是上市公司企业的重要财务报表、客户反馈信息收集功能等。

对从事国际贸易的企业来说,网络广告有着传统广告无法比拟的优势:(1)全天候、无疆界发布,又没有时空限制;(2)双向互动,除了可全面、详尽地展示企业的实力和产品,访问者还可以通过电子邮件立即与企业沟通;(3)有效受众明确,根据点击数可以即时、简单地计算出广告之共知度。

2. 利用搜索引擎扩大知名度 对著名大公司,其在因特网上的网址往往被业内人士关注并经常搜索访问,但对一般的公司,情况决不会如此简单。

如果只在本公司的网站或电子黄页上做广告,很难广为宣传,因为网络世界如今大约有 8 亿多个网页,如此巨量的网址,如何吸引客户,很可能会陷入默默无闻之中。一定要在像 Yahoo(注册用户近 2 千万,可以提供世界上全部约 44% 的网页搜索)、Lycos、Infoseek、Excite、Sohu 等这些名气较响、世界范围内的搜索引擎上注册登记,或者是在如“中国商品交易市场”这样的网站上放置公司标志并建立超级链接,实际操作中其年度费用不到人民币 600 元,既可以非常有效地提高公司网站的点击访问率,又同时建立了另一种形式的广告——旗帜广告,如同在世界范围内开设了常年的商品交易展览台,不懈地增加企业知名度,中小公司就可以从创建网络品牌作为企业整体品牌战略的突破口,当然,大公司也可借以巩固已有的品牌形象。

3. BBS 和虚拟商场的利用 在商务 BBS(如 8848、alibaba、美商网、中国商品交易市场等著名网站)上发布并定期修订公司广告、产品供求信息、价格信息,利用这种产品数据库,可以使企业跨越时空界限,将企业和所有的合作伙伴、潜在伙伴紧紧联系起来。

也可以如同订阅杂志的方式利用“订阅”功能:只要是有关的固定客户或收集到的潜在客户,就及时将修改过的产品或价格信息通过已经建立的 e-mail 地址库自动、及时地发送出去。

利用网络技术设立虚拟商场也值得从事进出口贸易的公司去尝试。虚拟商场,没有房租和设备折旧,潜在的销售对象遍及世界范围,还可以利用网络直接、即时地接受来自各地的订货,如果客户群主要是国外的一些小型贸易公司、零售商,这就更值得一试。另外,对各地的进口商来说,如果合理制定价格策略,虚拟商场本身既是一种广告,也是对他们的一种压力。建立超级链接的虚拟商场,无疑是提供众多品牌、产品和价格选择的好地方。

4. 与合作厂商的网站和其他相关网站建立超级链接 这样做的目的是建立贸易“统一战线”,以增加“双赢”或“多赢”的机会。或者干脆加入如 Meet China.com 这样的商贸门户网站,通过互联网“商场”,在获取更多国际贸易机会的同时,还可藉以进行境外交易和结算。

5. 远程访问服务 当公司人员在家中或是出差在外却急需访问公司的内部数据库时,远程访问服务(如 Windows NT Server 的 RAS)功能可以很方便地让用户通过本地电话线和因特网进行公司内部网的远程登陆访问,从而扩展内部网络的地域范围,使得工作场所不再仅仅局限于办公室。

经常出差在外从事国际贸易的人员由此无论身处何处,都能以极低廉的价格方便地远程登陆本公司的产品、价格数据库,为商业谈判增加成功的机会,尤其是那些产品规格、价格

非常复杂的企业(如标准件公司),此作用将特别明显。

6. 跨国公司内部信息沟通和管理 除了用于内部管理(如文档管理、人事管理、计划安排和执行、会计信息系统、客户档案、交易过程管理)外,如果安装了适当的调制解调器,Intranet 系统即使在公司内部的电脑系统关机后仍能自动应答,并接收留言(只需安装如 Super Voice 的软件,即可进行网络录音)和传真,而主人在任何地方都可以通过电话线方便地听取留言或提取传真。

7. 网络营销调研 网络,首先是一个信息场,因特网本身就提供了一个获取信息的平台。现在,许多人类知识已经可以在因特网上查询到,这为企业开展网上营销调研、收集大量的二手数据提供了天然的便利场所和先决条件。另外,利用新闻组进行网上讨论、依靠在线讨论了解消费者的深层次情感、动机等,都已不再是难题了。

网络调研,完全没有时空限制,被调查对象往往又是主动的,加上强大的交互机制,这些传统营销调研方法无法比拟的优势可以为调研的结果大大增加可靠性。

8. 使用代理服务器 公司员工在日常工作中上网查询的资料范围和需要登陆的网站一般来说是相对固定的,为了节省上网时间,也为了限制员工在工作时间内的上网范围和上网内容,可以考虑在公司的局域网内设立代理服务器(Proxy Server),利用代理服务器建立只与本公司业务相关的网站的镜像网站,这可使员工的上网访问请求不再是全球范围内的主机,而只是与业务相关的网站,从而大大缩短上网时间和上网费用。

总之,通过设立企业网站和 Intranet,可以对电子信息进行有效传递、获取、发布和交换,可以大大增加贸易机会,强化电子商务的营销功能,逐步建立全球性的电子商贸系统。

如今,企业网站的域名申请大多采用在线形式,费用不足百元即可拥有国际或国内网址。

当然,要实现以上技术手段的更新,就需要专业人员的介入。实际上,业已开展的主机托管、虚拟主机等业务,完全可以为专业贸易公司避免因为在网络上开展业务而带来的用于专业人员的大量费用支出。

三、与新经营理念有关的技术

在全球经济一体化过程中,计算机网络必将改变贸易、商业的游戏规则,市场规则无情,只有不断采用新技术、不断降低经营成本以适应新竞争环境的企业,才有生存的机会。如今,互联网代表的已不仅仅是先进技术概念,而是一个企业能不能增长、能不能生存、能不能领先的关键要素。

1. 视频会议 提供了持续、流畅的商业伙伴之间的直接通信:不但可以减少旅途奔波、大幅度降低贸易成本,也让世界范围内不同地理位置的人可以立即连接到一起,这种技术可以使贸易问题更容易得到圆满解决,既提高效率又使工作更轻松。

如今,只要有计算机并已通过 ISDN 联上因特网,再加上不到 600 元人民币的辅助设备,可视电话就已经具备了实现的可能性。这样,在享受便宜的网络电话、网络电话会议的时候,交谈各方可以看到对方的形象,双方或者多方可以交换文件(如报价单),可以在电子白板上交流思想(如以图形方式进行技术交流),进行商贸谈判(如展示新产品)、内部会议、异地业务培训等。这种设备同时还具有可以拍摄数码照片、录像(以便发送 Video - Email)的多种功能。

对大型公司,特别是在不同国度有许多分支机构的公司,这种技术的经济性优点尤其明显。由于以上这些优势,加之国家正投入巨资大力提高网络的传输速度,这类设备的普及应该是可以实现的。

2. 建立客户服务呼叫中心 以顾客服务为本的、综合性的“客户服务中心”或“万能联络中心”,提供每周 7 天、每天 24 小时的不间断服务,允许客户在与企业业务代表联络时通过因特网选择语音、电子邮件、传真、文字交谈、视频等任何通信方式;并通过因特网了解有关客户的各种信息,针对具体情况安排具有特殊技能的业务代表来满足贸易伙伴的特殊需求。

有了呼叫中心,所有客户的业务、服务需求都将通过呼叫中心集中进行沟通,这就需要我们外贸企业内部的管理流程有较大的变动,起码,呼叫中心的坐席代表要有较高的综合能力和素质。

3. B2B 电子商务 基于因特网的 B2B 电子商务模式在一些发达国家的发展异常迅速,其本质特征在于:因特网提供了无限的信息交流和沟通潜力,使得社会经济活动成本最小化和资源配置最优化成为可能。但我们也要清醒地认识到:电子商务的 99% 是交流,1% 是结算,其核心是用电子的手段促成商务而不是也不可能替代商务活动。但正因为 B2B 模式的潜在无限疆域之沟通能力,为这种技术介入国际贸易的进程提供了先天条件。

如果企业与企业之间已有现成的庞大的交易量,通过 B2B 电子商务可以大大加快这种交易的速度。例如,电子订单系统,充分利用网络技术,无论天涯海角,无论白天黑夜,客户都能随时进入系统进行订货,每种产品的规格、图片、价格应有尽有,一目了然。选购的产品能够通过即时运算,立刻生成报价清单,极大缩短订货时间。庞大的产品、价格、服务数据库,可以帮助外贸企业从传统的营销手段和模式(伴随培训和开发)逐步转为面向全球的电子商务营销平台,在线询盘、在线发盘、在线交易。

4. 企业资源计划(ERP)的网络连接要求 从技术角度讲,ERP 实际上只是一种集成化的软件系统,它将原先分散的大多数商业过程的处理模块集成起来,以此帮助企业整合、调控整体资源,保持竞争优势。但由于 ERP 系统通常分布于企业的各个部门,尤其是跨国公司,分布于距离遥远的地区,这时,良好的网络连接就成为确保 ERP 成功实施的基本需求。在 ERP 上添加 Web 接口,借助于因特网就可以获取这种连接。

此外,由于许多 ERP 系统的用户时常在家里或远程工作,ERP 的因特网方案可以提供性能极佳的远程访问服务。

可以预期,较高级形式的 ERP 必须提供贸易伙伴通过因特网访问企业 ERP 系统的功能,这也是电子商务在技术上的要求。

5. 无线网络技术的应用 无线上网具有的便利性和即时性是不言而喻的;可以轻松地在不同的时间、不同的地点、以不同的装置来上网浏览各种信息,时刻掌握市场脉搏。

手机如今已经进入多媒体时代,诸如收发电子邮件、传输影像、电子地图等功能业已开发成功并逐步推向市场,甚至出现了视像手机:能直接下载网上视像,进行视像会议。

利用 Wap(无线应用协议)的移动电子商务,将可以在任何地点进行电子商务的交易和支付,无疑将是从事国际贸易的企业进行电子商务的新助手。

6. 统一消息技术 同行业的产品趋于同质化是如今普遍的现象。UMS (Unified Messaging Service) 将所有的信息类型,包括语音、电子邮件、传真、数据等全部放入一个接收盒

中,人们可以通过随意一种终端,如电话、PC、传真机等来访问接收盒中的任何消息,从而大大简化信息的接收过程。UMS 还可以让外出的员工合并使用移动电话、寻呼机、笔记本电脑等,简化通信,从而节省出更多的时间花在客户和业务上。

7. EDI 技术与因特网的结合 计算机硬件性能的提高和价格的大幅下降,图形化界面和鼠标点击的操作方式,缩短了人机间的距离,现代计算机网络则拉近了人与人之间的地理距离。而 EDI 技术则将企业业务信息系统延伸到客户端,使客户也能够加入到业务工作流程中来。随着 EDI 技术向因特网上的移植,成本会大大降低,其应用范围将更加广泛,因为对大多中小型贸易公司来说,其可行性提高了。

EDI 技术的实质主要是强调传输速度(比如单证的邮寄可以从几天时间变成几分钟)、节约劳动(不必反复打印和录入票据),从而提高效率和节约成本。在因特网技术广泛应用、Web 影响力不断扩大的今天,浏览器/网络服务器模式将替代传统的 EDI 模式,其对国际贸易的正面作用是显而易见的:首先,直接在浏览器中浏览电子票据将会成为现实,报价单、订货单、还盘单、提单、产品需求调查表等,都可以预先进行查询浏览,发送前就得到确认;其次,可以廉价方式快速传递电子票据,通过因特网自行提交单据,减少中间环节,降低差错,缩短贸易伙伴、贸易公司与海关、银行、仓储等之间的距离;第三,很难想象不包含 EDI 技术的现代物流理念会有好的前途。

四、技术问题的依托

以上所述的一系列技术应用,贸易公司靠什么来实现它们呢?每个成功的企业都有自己的核心竞争力。现代的企业竞争已经不再单纯地是产品物流的最后阶段之竞争,而是在价值链上的每个环节都在进行竞争,外包业务往往可以弥补企业自身欠缺的环节。信息系统业务外包在国际上已经蔚然成风,各大系统解决方案供应商也针对这种需求提供了多方面的服务。据国际数据集团 IDC 的调查,至 2000 年底,全球的信息业务外包市场已达近二千亿美元。

信息系统的业务外包是社会分工无限细化的趋势在 IT 业的一种表现。应该看到:如果每个企业在各自的轨道上滚动着自己的球,整个系统会更加有序,也会更有效率。

伴随我国加入 WTO 的日益临近,贸易竞争对手必将越来越多,这除了国家政策因素外,采用新技术可以降低运营费用也将是从事外贸业务的企业数量增加的重要因素。作为国有外贸企业,要增强竞争力,就必须考虑提高信息收集、处理、利用的能力,降低成本。

(作者单位:上海对外贸易学院)

