# 新经济背景下外贸企业战略转型研究

来源：网络 作者：梦里花开 更新时间：2024-04-25

*新经济背景下外贸企业战略转型研究一、新经济背景下外贸环境的变化新经济是相对于传统经济而言的，新经济的基本内涵是指用创新来引领经济的不断发展，新经济发展的基础在于信息技术的成熟以及经济全球化。我国外贸企业的发展一直以来都是立足于国内以及国际传...*

新经济背景下外贸企业战略转型研究

一、新经济背景下外贸环境的变化

新经济是相对于传统经济而言的，新经济的基本内涵是指用创新来引领经济的不断发展，新经济发展的基础在于信息技术的成熟以及经济全球化。我国外贸企业的发展一直以来都是立足于国内以及国际传统经济的基础之上，伴随着新经济模式的不断扩展，其对我国外贸企业的经营环境带来了巨大的冲击，这些变化客观上迫使外贸企业进行战略转型，具体分析如下：

（一）电子商务模式的兴起。作为新经济时代的产物，以信息技术为基础的电子商务对于外贸企业的影响是巨大的。电子商务凭借自身的独特优势，例如交流成本低廉、不受时间以及空间的限制获得了蓬勃的发展，对于传统的外贸开展模式来讲，这种冲击所带来的影响是持久的。目前我国外贸企业并没有做好应用电子商务的准备，无论是在硬件设施方面，还是在软件方面都还存在巨大的不足，尤其是在人才的培养建设方面难以满足企业开展电子商务外贸的需要。考虑到电子商务本身的优点，未来电子商务在外贸领域运用范围还将不断拓展，如果外贸企业无法适应这种新的变化，那么必将会陷入业务上的困境，难以获得持续发展的能力。

（二）竞争环境趋于差异化。近几年，我国外贸的增幅已经明显放缓，整个外贸行业的竞争呈现出更加激烈的态势。在此背景下，传统的外贸企业所采取的同质化竞争模式必然或陷入价格竞争的泥潭中难以自拔。长期以来我国外贸企业在国家贸易领域树立竞争优势的根本就在于依靠低廉的劳动力价格所形成的价格优势，由此导致中国外贸企业的产品给人的印象就是质次价廉，伴随着消费者需求个性化以及多元化的趋势更加明显，这种依靠价格进行出口竞争的外贸企业必然会被淘汰。事实上依靠价格优势生产同质化的产品所带来的利润率是极低的，利润率低导致企业进行研发投入的资金有限，而研发资金的投入不足又会直接导致企业进行差异化的经济实力不足，由此进入一个恶性的怪圈，难以应对外贸竞争差异化的趋势。

（三）可持续发展成为共识。新经济的一个典型特征就是追求发展的可持续性，而目前我国外贸企业的可持续发展能力却不如人意，数据统计显示，我国外贸企业的平均寿命不超过3年，外贸企业的短命现象如此普遍，其原因在于企业本身，外贸企业的管理者总是局限于短期的眼前利益，而对于企业长远的发展并没有一个明确的规划，举例而言，我国外贸企业的基本上是以加工贸易为主，加工贸易处于价值链的最低端，这一环节是最容易受到冲击的，任何外部的风吹草动都会给企业的发展带来灾难性的后果。可持续发展的实现有赖于在产品价值链的利润丰厚的环节进行生产，尤其是应高注重品牌的建设，通过品牌的打造来减少外部经营环境的不利冲击。

二、外贸企业战略转型的重要意义

在新经济背景下，我国外贸企业的经营环境发生了巨大变化，这客观上要求企业进行战略转型以适应外贸环境。外贸企业战略转型的重要意义体现在两个层面，一方面是对于企业自身而言，另一方面是对于国家而言，毕竟长期以来外贸都是拉动我国经济发展的重要动力之一。外贸企业战略转型的重要意义具体分析如下：

（一）提升外贸企业竞争优势。战略转型的基本目的在于实现战略与外贸环境之间的匹配，外贸企业通过实施战略转型可以带来企业竞争优势的提升。在一个公司的发展过程中必须要有一个明确的战略，才能促进企业的不断发展，战略一般都是对企业发展的一个长期规划，没有战略的有效引导，外贸企业的发展很容易在变幻莫测的市场环境中出现偏差，进而威胁到企业核心竞争优势的确立。按照迈克•波特的竞争理论，任何一个企业的发展战略基本上可以归为三类，即差异化战略、成本领先战略以及专业化战略，这三种战略模式本身并没有好坏之分，关键在于外贸企业能够根据自身的优势选择到适合自身的发展战略。

（二）开拓新的外贸市场。在整个外贸行业竞争不断加剧的背景下，我国外贸企业必须要进行战略转型来开拓新的市场。我国的外贸市场主要依赖于欧盟、美国、日本、韩国等一些发达经济体，这几个地区占到了我国外贸进出口总额的80%以上，外贸市场的过度集中导致外贸风险被放大。尤其是在近几年来自美国、欧盟等贸易伙伴的逆差逐年攀升的背景下，中国的外贸企业遭遇了越来越多的贸易保护调查，这客观上要求国内的外贸企业开辟一些新的外贸市场，例如非洲、南美以及亚洲的一些国家。这些新的外贸区域对于产品的需求是不同于以往的发达经济体的，这就迫使国内外贸企业进行适当的战略转型，以开发出更加适销对路的产品。

（三）增强我国外贸实力。外贸是促进我国经济发展一支不可或缺的力量，外贸实力的增强依赖于外贸企业这个外贸行业的基本组织细胞。我国整个外贸出口基本上是由劳动密集型的低附加值产品构成，这

种产品主要就是依靠的人工成本的低廉来构筑竞争优势。外贸企业的这种发展战略本身不具有可持续性，伴随着国内人口红利期的趋近，中国既有可能陷入中等发达国家陷阱，这迫切需要国内的外贸企业转变发展战略，通过改变既有的不可持续的发展模式来进一步增强我国的整体外贸实力，进而促进国家经济发展的新飞跃。

三、外贸企业战略转型对策

考虑到外贸环境的巨大变化以及外贸企业战略转型的重要意义，外贸企业的战略转型已经是必然选择，本文结合我国外贸企业的经营管理实际提出以下几点措施，以期促进外贸企业战略转型的顺利推进。

（一）强化战略管理意识。战略管理意识是外贸企业进行战略转型的前提条件，战略管理意识一定程度上决定着战略管理转型的推进，很难想象没有正确的战略管理意识就能够促进战略管理转型的顺利推进。长期以来我国外贸企业都局限于加工贸易这一领域，对于企业的战略发展方向没有一个明确的认识，这导致外贸企业虽然经过多年的发展，但是依然停留在小、弱、差的阶段。针对这种情况，在外贸企业经营环境已经发生巨大改变的背景下外贸企业的管理者应进一步的强化战略管理意识，居安思危，树立长远的战略发展观念。强化外贸企业的战略管理意识一方面需要社会的有利引导，同时更需要外贸企业管理者的自力更生，通过内外因素的共同作用为外贸企业管理者的战略意识培养创造良好的条件。

（二）重视信息技术运用。信息技术对于企业战略转型的促进作用不可忽视，传统的外贸企业在信息技术运用方面不太重视，这导致其在企业的战略转型中失去了一个强有力的技术支撑点。信息技术的运用主要体现在外贸企业信息管理系统的建立，外贸企业的经营过程中一般会涉及到物流、资金流以及人力资源的管理，这三方面的资源（人、财、物）都可以归结为信息流，通过信息技术失误引进对这三种资源进行灵活的配置，将会给企业的战略的转变提供最基本的信息。举例而言，在外贸企业进行差异化的发展战略转变过程中，如何有效地将各种资源进行有效配置来保证差异化的有效推进是一个难点。差异化战略的实施本质上是创新，对于外贸企业来讲创新应服从以及服务于顾客的基本需求，通过信息技术的有效运用可以快速的捕捉到客户的潜在需求变化，也可以利用信息技术建立一个完整的消费者信息数据库，通过对数据信息进行深入的挖掘来实现创新方向的选择。

（三）基于价值链进行创新。传统外贸企业在整个价值链中间处于一个夹心的位置，即处于供应商以及零售商之间，在供应商以及零售商话语权越来越大的背景下，外贸企业的处境并不乐观，这就要求外贸企业根据自身在价值链中所处的位置进行重新定位。一般来讲一个产品最终达到消费者的手中需要经过以下几个基本环节，即设计研发、加工生产、物流运输、零售终端等，这几个环节加工生产这一环节的利润率是最低的。因此外贸企业要想改变自身所处的不利环境就需要向其它的环节不断拓展，例如一些外贸企业可以结合自身的实际情况切入设计研发、零售等环节，这样可以最大限度的获取价值链上的利润。外贸企www.L业在价值链各个环节上的创新目的在于达到以下两个方面的要求：一是快速反应，例如外贸企业进入销售领域，这可以直接把握消费者的现实以及潜在需求，反映到加工生产层面就是快速调整产品的生产，减少库存，提升产品的周转率；二是降低成本，外贸企业介入价值链的其它环节固然可以带来利润的上升，但是同时也可以带来成本的大幅下降，例如通过建立全价值链这种理想生产模式，可以大大减少外部交易成本，实现企业核心竞争力的提升。

在新经济背景下，我国外贸企业的经营环境相比以往已经发生了巨大的变化，这种变化客观上要求我国外贸企业进行战略转型，从以往的成本领先战略想差异化战略转变。外贸企业管理者一方面要认识到战略转型的必然性，另一方面也要认识到战略转型不是一蹴而就的。外贸企业战略转型过程中既要大胆创新，也要小心谨慎，在对自身优势进行准确把握的前提下，进行战略方向的选择，从而实现战略转型的目的。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn