

# 信息化“促变”中小外贸企业

■ 赵娜



资料图片

对外贸易能力是我国在全球化竞争中赖以生存的资本和保障之一。2015年,我国进出口总额占GDP比重达36.3%,国际贸易对我国经济发展的影响力仍举足轻重。

然而,当前全球制造业的变革和中国产业的转型升级,正强烈地冲击着传统外贸行业。传统外贸企业管理模式弊端日渐凸显,生存面临严峻挑战。

随着云计算、大数据等技术得到更广泛的应用,外贸领域中小企业的信息化能否提速?

值得预期的是,作为信息化工具的代表,SaaS(Software as a Service,软件即服务)正在助力外贸中小企业把销售团队从各自为战的“野蛮生长时代”带入高效配合的现代化“团队协同时代”。

随着企业服务创业公司的增多,针对SaaS服务市场的投资相对

活跃。数据显示,2015年共发生融资事件111起,2016年上半年SaaS服务投资领域融资已达48起,企业服务领域倍受资本青睐。

## 企业信息化水平有待提高

中国作为世界第一大出口国,外贸总量巨大,从事外贸的企业众多,但这些企业在对外营销决策过程中主要还是以经验为主,决策能力较低。

深圳市贸促委、深圳市云计算产业协会及小满科技联合发布的《中国国际贸易企业信息化发展白皮书》显示,仅有10%的外贸企业中设有信息化(IT)部,31%的外贸企业通过信息化方式管理客户及订单,65%的外贸企业设有独立运营的官方网站。

“我们接触到的企业有一个共同的特点,就是他们相信自己的判

断。这更像是一个封闭的内部形成的客户判断标准。”联系人管理方案供应商Fullcontact的总监Rick Porter指出。

相比基于本能、假设而做出的决策,基于数据的决策更可靠。通过数据驱动的方法,企业可以判断趋势,从而展开有效行动,推动创新或解决方案出现。

“外贸企业很多都是做批发的,信息化程度普遍不高。伴随国家经济发展和信息化技术的发展,我们作为企业希望能够从行业内部推动这个事情。”小满科技创始人、CEO文博亮表示。

文博亮也发现了外贸SaaS企业客户群体里的新势力。

“过去我们都是出口一些附加值比较低的产品。随着原材料涨价、人工成本提高,做低附加值的产品已经赚不到钱。随着国内公司技术的发展,以电子为代表的产业将出现很多世界级的公司。它们都是出口型企业,需要我们的服务。”文博亮说,一方面,外贸出口商品的结构正在发生改变,有自主品牌设计和创新的产品越来越多地出现;另一方面,出口方式也可能改变,企业将可以直接通过跨境电商的方式把产品销售给终端消费者。

## 商业大数据发展的市场阶段

“大数据的运营已经为很多行

业企业所重视,如零售、电商、金融领域。从发展趋势来看,数据肯定是变得越来越重要,尤其是在一些客户量比较大的行业。”云天使基金管理合伙人秦捷表示。

商务部政策研究室发布的《充分利用大数据提升外贸竞争力》显示,大数据为外贸发展注入新动力体现在创新海外营销模式等多方面。

如果用户可以获得更多的客户信息,就可以针对这些信息进行有针对性的营销。但需要指出的是,获得了大数据并不等于运用好大数据。

“我们在不同的渠道听说大数据增值,但我们观察到,企业获得数据是孤立的和碎片化的。在很多企业内部,信息是没有连接的。”Rick Porter指出,企业从线上和线下等不同来源获得的数据是分离的,需要一个解决方案将数据聚合到一起。

摆在外贸企业面前的现实是,使用新渠道进行市场营销并非易事。如果缺乏系统化的操作方案和领先的营销工具,在实际运作过程中,会导致投入高、效果差的局面。

值得一提的是,尽管很多人对企业的商业化速度持保守态度,但文博亮仍在积极进行产品布局,着力将早前偏重流程管理的CRM产品升级为基于大数据技术、具有智能分析和跟进功能的产品。

## 中国绿叶收购澳大利亚医疗集团

继拿下澳大利亚第三大私立医疗集团Healthe Care Australia后,中国绿叶医疗集团在澳大利亚的医疗版图将进一步扩大。

近日,澳大利亚医院运营商Pulse Health称,已经同意以1.2亿澳元(约合6.2亿元人民币)的价格被绿叶医疗旗下的Healthe Care收购。今年10月,Pulse Health就发

布了接到绿叶医疗旗下Healthe Care收购要约的公告。

同收购Healthe Care一样,买下Pulse Health也是绿叶医疗全球化战略布局的一部分。绿叶医疗的目标是,借鉴和引进国际先进的医疗技术、运营模式以及管理体系,在中国建立面向中高端人群的高端医院集团。

## 华硕:让“匠心”从情怀落地为现实

日前,全球电脑与数码科技领域的领导品牌华硕在新品发布会上发布了华硕灵耀3、华硕灵耀3 Pro系列笔记本。华硕集团总裁兼CEO沈振来、华硕电脑中国业务总部消费类笔记本产品总监杨鉴文等现身发布会,揭晓全新华硕轻薄系列笔记本。在发布会上,灵耀和灵耀系列新品笔记本凭借其纤薄唯美、别具匠心的设计精髓,展现出华硕对设计之美的

不懈追求,再次诠释了科技与艺术的完美结合。

随着新一轮的科技提速以及个性化诉求的蔓延,中国的工业设计逐渐从跨出国门到感动世界。作为全球领先的消费电子企业,华硕将越来越多个性化、多元化工业设计融入新产品中,全面向消费者倡导更具创意、更加便捷的应用体验,同时也为业界工业设计的未来发展指明了方向。

## 进出口银行贷款助力利比亚航空发展

日前,利比亚总统瑟利夫出席罗伯茨国际机场升级改造项目建设开工暨剪彩仪式,该项目由中国进出口银行提供融资支持。开工仪式上,瑟利夫总统发表演说,盛赞中国人民是利比亚人民的“真正伙伴”,并衷心感谢中国进出口银行给予该项目的大力支持。

罗伯茨国际机场位于利法明顿息河岸,距首都蒙罗维亚约50公里。作为利比亚唯一的民用机场,该机场是其联系世界的重要窗口和纽带。罗伯茨国际机场升级改造项目建设内容主要包括新建

5000平方米的航站楼、1500平方米的停车场及其他配套设施等,可使机场达到D类服务标准,年旅客吞吐能力可达50万人次。

据悉,该项目的实施将大大提升罗伯茨国际机场的接待能力,有利于突破交通条件对利比亚经济发展的制约,恢复该机场在西非地区的航空枢纽地位,进一步提高利比亚乃至非洲地区的综合竞争力。瑟利夫总统表示,将密切关注该项目的施工进展,并希望在不远的将来见证新机场的落成。

(本报综合报道)

## 2017全球创业指数发布

# 越冷的地方越适合创业?

■ 陈召强

全球创业发展研究所近日发布的《2017年度全球创业指数报告》,依据创业态度、创业能力和创业愿望等三大指标的14项子指标,对全球137个国家和地区的创业环境进行分析

和评估,美国名列榜首,成为世界上最有利于创业者创办新企业和发展新业务的经济体,瑞士和加拿大紧随其后,分别排在第二、第三位。

《报告》指出,每个国家和地区都需要培养和发展实干家、创新者和制造商。但从长远看,他们还应协力发展全球创新生态系统,为世界经济增长注入新的活力。

当下,数字颠覆技术已经深入人心。在这个创新时代,简单、易操作的按需应用广受欢迎。房屋共享服务提供商Airbnb和出行服务提供者Uber等新兴企业正在冲击传统行业。而这,只是数字革命的冰山一角。

《报告》说,对于这种颠覆性创新,政策制定者并没有跟上时代的步伐。但幸运的是,现在各国政府

越来越重视创业者和创业环境,而政府与创业者的互动也有助于更好地改善创业生态系统。需要警惕的是,当下出现了一种反全球化情绪,正在处理脱欧事宜的英国,普京治下的俄罗斯,深受追捧的特朗普主义,以及出台各种政策限制跨境贸易的国家和地区等等,它们对知识分享、众包模式和新兴市场形成了挑战。

作为世界上最大的两个发展中国家和“金砖国家”的重要成员,中印两国在创业环境方面表现较好,其中中国在该指数中排在第48位,在“金砖国家”中名列第一,南非排在第55位,印度排在第69位,俄罗斯排在第72位,巴西排在第98位。

“中国和印度正在不断改善和提升它们的创业生态系统,两国涌现出了一批估值10亿美元及以上的初创企业,而马来西亚、冰岛和波罗的海国家则正发展成为数字创业的领导者。”《报告》联合作者、美国乔治梅森大学教授佐尔坦·艾克斯

说,“就新兴经济体而言,它们需要在制度方面做进一步改进,这些经济体的政策制定者并没有跟上创业者的步伐。而对美国等发达经济体来说,则需要更多创业者做出努力,创办富有成效的快速增长企业。”

在亚洲,排名最高的是中国台湾地区,排在第16位,其次是以色列和阿拉伯联合酋长国,均进入全球前20强。新加坡排在第24位,日本排在第25位,韩国排在第27位,中国香港排在第32位。

全球创业指数的三大指标涵盖广泛,其中创业态度包括机会感知、风险接受、创业技能等子指标,创业能力包括机会型创业、技术吸收、人力资本等子指标,创业愿望包括产品创新、流程创新和风险资本等子指标。

就各大指标来看,冰岛、美国和芬兰在创业态度方面排在前三位,丹麦、美国和瑞士在创业能力方面排在前三位,美国、瑞士和加拿大在创业愿望方面排在前三位。中国在创业

态度、创业能力和创业愿望方面分别排在第67、第66和第32位。

全球创业发展研究所是一家政策发展组织,总部设在美国华盛顿,其主旨是通过提升创业环境促进经济发展和繁荣,提供经济机会。

## 谋求打破市场准入规则

# 中国药企欲“抱团”进入非洲

■ 王宇

一方希望开拓市场,一方急需药品和医疗器械。中国与非洲在医疗上的合作如何推进?

近日,“中非携手,提高医药产品可及性”研讨会召开。国际交流中心与中非发展基金有限公司、中国再生医学国际有限公司等企业同非洲企业、机构共签署了5项医药产业合作协议,有些参会企业有望直接拿下非洲订单。

国家卫生计生委主任李斌表示,未来一段时期,中国将支持中国医药企业走进非洲,加快技术转移和药品本地化生产,向非洲民众提供可及、可靠、可负担的医药产品。

“希望非洲国家提供标准、认证、通关等贸易便利,制定鼓励中非企业合资合作的优惠政策,推动更多医药产品早日造福非洲人民。”李斌说。

## 三大问题困扰企业

尽管中国医药企业开拓非洲市场并不新鲜,但据了解,中国医药企业尚未“成建制”地进入非洲。

“长期以来,非洲民众缺乏少药、得不到基本医疗卫生保障的问题迄今没有得到有效解决。”外交部非洲司司长林添松在研讨会上发言。

在林添松看来,“以发达国家的标准为非洲药品生产和市场准入设

立的‘标准和技术壁垒’,严重阻碍了非洲医药药品可及性。”

事实上,包括准入标准、信息不对称、对价格敏感等问题,困扰着中国企业。

中国医药保健品进出口商会副会长许铭表示,阻碍中国医药企业进入非洲的首要问题在于严重的信息不对称——中国企业尚不清楚非洲真正需要的产品是什么。

专注医疗大型设备生产的江苏美时医疗董事长马启元说,基于基础设施薄弱,人才、技术匮乏的现状,非洲对于产品都提出了与成熟的西欧、北美市场完全不同的要求。

更重要的是,非洲主要的医药进口地还是欧洲和北美,早已在长期的贸易合作中形成了对西门子等跨国大公司的品牌黏性。

## 如何成为“开路先锋”?

作为在2003年进入非洲市场,并已在非洲设立4个分支机构的医疗器械企业,参会企业深圳迈瑞有一套自己的经验。

“最重要的还是产品要真正满足临床的需求。”迈瑞非洲区总经理汪骥说,由于医疗器械是研发驱动的行业,迈瑞抓住这个特点,在跨国公司放弃创新改进的领域抢占市场。

比如,基于非洲近50%的地区

医疗空白、根本没有医师的现状,迈瑞开发了手提彩色超声,使医师可以提着设备做巡回式的超声检查。

如何才能解决信息不对称的问题,发现真正的临床需求并通过研发满足需求?

“我们在非洲许多国家聘请了专家顾问,也在本地聘用了相当数量的员工。”汪骥表示,这些人员都是公司可靠的信息来源,能为公司提供准确的需求信息。

## 谋求“抱团”+“本土化”

“在非洲的中国医药企业不少,但问题在于碎片化,不能‘成建制’地进入。”许铭说。

“成建制”意味着企业“抱团”形成优势互补,合力打开市场。此外,“成建制”也要求医药企业以“产业链”上某一环的形式走出去,而非单打独斗。

企业对“抱团”的需求一直存在。“目前的抱团还是企业自发的。”联合创始人总裁廖宏表示。马启元也希望有政府或者行业协会能够牵头组织互补企业达成合作。

多位有意拓展非洲市场的企业负责人强调,非洲市场潜力巨大是不争的事实,但要根据基础设施、国家的发展水平等条件来判断哪里才是“真正的市场”。

准确 全面  
客观 权威

中国期货市场唯一专业报

>> 欢迎订阅  
2017年度《期货日报》 369 定价元/年

直接订阅  
北京 天津 曲先生 010-63484056 13910151609 郑州 济南 重庆 王先生 0371-65613818  
广州 深圳 许小姐 0755-83552003 13048859677 大连 姚先生 0411-84807336 13555999376  
上海 南京 马先生 021-61609867 1803777561 武汉 梅女士 027-65799626  
杭州 鄞女士 13858018640 或加微信“wuwujun123456”

邮局订阅  
没有本报分印的地区  
直接在当地邮局订阅  
邮发代号: 35-42