第一图书网, tushu007.com

<<危机生存>>

图书基本信息

书名：<<危机生存>>

13位ISBN编号：9787801655868

10位ISBN编号：7801655869

出版时间：2009-1

出版时间：中国海关出版社

作者：《危机生存》编委会 编

页数：147

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《危机生存》收录了十位外贸精英人士每人一篇原创文章，这些文章的作者试图从自己的切身体会和做法出发，从各个不同的角度，提出他们认为切实可行的方法，为更多企业读者渡过难关提供一些实用的通路。
2008年下半年开始，金融危机扩展到实体经济的趋势日益显现。
美国的次贷危机使得美国高负债的时代即将终结，其对于中国产品的需求大幅降低，中国产能过剩的现实情况将会逐步暴露。
我国制造业企业家所面临的贸易环境和投资环境已经开始恶化。
在这样深重的危机面前，政府的宏观政策是最重要的救助力量，但与此同时，企业认清形势，把握方向，积极采取措施进行最大限度的自救，也是减少甚至避免危机冲击的现实道路。
那么企业能否自救？
如何自救？
作为外贸业务员，又该如何应对恶化的职业环境、保住正常的订单运作？

书籍目录

积极出击，收放自如——外贸公司的过冬术2009年国际贸易自卫反击战危机中的出口思路调整求生之道：立体化营销与突破型外贸——我国外向型中小企业如何应对全球经济寒冬出口企业的危机生存与风险管理后出口时代下的经营对策应对危机，从问题中找到答案在危机中开发中东市场“逆市成长”——中小型自营出口厂商的困境求生中小型外贸出口企业如何在危机中自救

章节摘录

积极出击，收放自如——外贸公司的过冬术　　张思羽　　作者按：　　当下愈演愈烈的全球金融危机，已经逐渐蔓延到包括亚洲和欧洲在内的世界主要国家，并且开始对实体经济产生负面影响。
作为活跃在建材外贸这个敏感领域的国有建材外贸公司，无疑也成为这场风暴侵袭的对象。
在这风雨飘摇的时刻，在此结合公司情况，与各位读者，尤其是外贸行业同人深入交流一下我们的基本想法和公司的应对之策。
一、危机中的我们　　现在汉语“危机”一词可能会在全世界流行，美国的主流媒体也在用这个词。
英语称它为“Crisis”，但其英语的意思只有“危”，而没有“机”的意义，汉语“危机”一词包含很深的哲学思想。
危机过后都有机会，会有输家，也有赢家。
所谓的危机，往往就是小部分人把一大部分人赢了的一场利益格局调整的游戏。
此次危机确实对外贸行业影响很大，目前我们是“活在危与机之间”。
关于“危”，相信大家通过各种报道已经了解到了，在此我更想强调我们面临的机会。
欧美市场依旧有机会　　金融动荡和危机导致美、欧等世界经济体对中国的需求下降，出口增幅减缓。
但即使是有人倒下，也会有人受益。
美国市场需求不会一下子消失，美国实体经济并没有被拖累。
美国客户面临选择，并且倾向于用较少的钱把事办了。
危机来临，第一个被砍掉的就是奢侈品，受影响的是高档产品市场，比如我们坚信在建材领域，意大利、西班牙的产品在美国市场受的冲击要比我们更大些。
而中国产品一直占据的是中低档市场，其需求往往是刚性的。
尽管总的需求会大幅下降，但中国制造必然会顽强地占领美国的一部分市场，这是毫无疑问的。
在危机之中，客户可能变得对低价格更为偏好，对产品质量要求会适当降低（当然必须符合他们的标准），“中国制造”有机会替代掉一些中高端市场的产品。
以建材产品为例，我们的卫浴产品、装修材料、玻璃纤维、高温材料、建筑机械配件、胶带等，目前也许是加大攻击力度的大好时机。
美国人民在这个冬天需要“中国制造”。
正如俄罗斯在20世纪90年代初的休克疗法中，经济一片萧条，生活水平大幅下降，到2000年人均寿命跌到65岁，几乎都要“休克”。
而此时中俄两国的倒爷们把大量的中国廉价商品销到俄罗斯，可以说是救了很多人的命。
现在美国的境地，尽管比当年的俄罗斯要好很多，不可同日而语，但毕竟对普通美国人来说是人人自危、捂紧钱袋子的时代，我们为何不可以把别人的困难，变成我们的机会呢？
当时，我强烈建议我国政府要提高出口产品的退税率，美国在现在这种状况下，不太可能跟中国搞贸易战。
而完稿后不久，这个建议已成事实。
中东市场受冲击不大　　金融危机搞乱了美国，而中东市场却没有遭受到太大的影响。
迪拜的世界最高的“迪拜塔”已经完工，而沙特则拟建一个超过该塔的“一英里高塔”。
危机时全世界人民的心情都跌落谷底，而在这个信心谷底的关键时点上，沙特却高调宣布要建最高的一个塔。
美国乱了，中东没乱，在迪拜这块弹丸之地上，却运转着世界上20%的高楼起重机。
在这里，几乎每一个建设案都可以冠上“世界最大的”、“区域最大的”头衔——“世界第八大奇迹”“太阳系”人工岛、迪拜塔人工湖上世界最大的音乐喷泉。
迪拜人的活跃和创意，无疑为我们提供了巨大的商机。
我形容美国的金融危机是“出来混，迟早要还的”——今天花明天的钱，花明年的钱，花下半辈子的钱，花下辈子的钱，自己花完了，再花别人下辈子的钱。

气球被无限地吹大。
美国的金融衍生品的过度繁荣，透露了人心的欲壑难填，创新金融产品的层出不穷，最后完全脱离了经济的基本面，成为美国人的一种自娱自乐。
以前是只有贪婪，现在是只剩恐惧，美国必须要自食其果。
　　但中东、俄罗斯等新兴市场是有石油支撑的石油美元经济。
经济基本自成体系，比较低水平，也较为封闭，尚未受到创新金融产品的污染。
市场的基本需求依然存在，石油美元依然强劲。
油价尽管下跌，但21世纪是高油价时代已基本成定局。
沙特王子这几天声称要建的世界最高楼是“信心之塔”，这给我们一个明确的信号——中东不会倒下。
　　二、冬天里的他和他　　工厂之困　　现在“中国制造”陷入改革开放30年来最大的危机。
很多钢厂停产，所有的钢厂都减产，河北一大型钢厂也只开产能的40%，我们合作的一个建材厂家有价值10多亿元的存货……大工厂如此，小工厂更是如此，许多已在悄无声息地死去。
　　中国钢材的销售，80%依赖内需市场，但现在内需严重不足。
前一段时间，房地产市场的过度投资透支了未来。
房地产、家电等下游产业的需求不振，引起钢材价格不断下挫。
内需不足是最大的问题，中国70%～80%的人口是农民，他们的状况不好，何来内需？
现在外部需求又下降，因此，中国制造业面临着空前的危机，而且这种危机将会长期存在。
　　煎熬中的客户　　客户也和我们一样，“活在危与机”之间，备受煎熬。
带钢工厂的倒闭，吞没了我们的预付款。
这家带钢厂，也大量地直接做出口业务。
这家工厂本身是中国名列第二的镀锌钢板工厂，绝大部分产品出口，这次猝死，必然也吞没了大量的国外客户的预付款，会在国外的带钢客户间引起恐慌。
　　在这个倍显寒冷的冬天里，客户在给中国的公司下订单时面临的主要困难有：　　1.市场风险　在目前这个时点上，各种原料的价格大幅下降，客户都担心被不断下跌的行情所套牢，出现买涨不买跌的情形，出现“捂单”情况。
　　钢材的价格短短一两个月就下跌了20%～30%，我们的客户中就有被套的情况出现，苦不堪言。
　　2.资金风险　　金融危机向实体经济的传递固然需要一段时间，但市场需求的趋紧以及银根的紧缩，还是导致了很多企业陷入窘境。
不单在中国，现在企业的倒闭已是全球风潮，如我们亲眼见证的A事业部客户消失以及吊顶材料部和带钢部工厂倒闭。
这股风潮将直接导致客户的资金面临风险（上面的带钢厂倒闭就是一例），当客户的资金面临风险时，下单时就会极为谨慎，恐怖心理所到之处，一片肃杀。
　　相信很多外贸公司现在都碰到了客户迟迟不下单的情况，其主要的原因当然还是市场萎缩，另外就是客户忌惮市场下跌的风险和资金流失的风险，因此把手中的订单紧紧地捂住。
但客户老不下订单也是不可能的。
下订单有风险，不下订单一时还可以，长时间就意味着要退出江湖，用一句通俗的话来表达就是“下单是找死，不下单是等死”。
　　活在找死与等死之间，就是一种犹如热锅上的蚂蚁的煎熬状态。
这个冬天，所有的人，包括我们的客户，日子都不好过。
　　他和他的僵局　　现在的市场需求非常的冷清，因为买卖双方都不敢轻举妄动。
对一个顶着巨大库存压力的工厂，它肯定愿意通过降价来促销。
但问题是，降价并不能带来订单。
你无论如何降价，市场还是纹丝不动。
所以，工厂在这种情况下，往往宁愿扛着，也不愿意贸然降价。
而处于煎熬状态的客户，更不愿意贸然下单（正如上面分析的那样）。
买卖双方处于一种胶着状态，形成一种可怕的僵局。

法国一个哲学家曾说过：他人就是地狱。
而现在厂家和客户之间就是地狱的感觉，达到一种恐怖的平衡。
三、我们的过冬术　　坚冰下的利益博弈——走在降价之前　　中国有句古话：“无商不活。”如果在厂家和客户中间能杀出个人来，化解这种恐怖平衡，这种人就叫“解放军”。
那哪种人才能成为“解放军”呢？
换句话说，做“解放军”的资格是什么呢？
有两点：第一，在经济危机条件下基本保持健康的，并且受伤后能自愈的人。
第二，需要正规编制，有强大实力的人。
不是随随便便几条枪几个散编的人，这种人是土匪，不是“解放军”。
“解放军”是一种建设性的力量，是注重建设未来的力量。
如何才能当好“解放军”呢？
这取决于我们是否具有博弈的资本和博弈的技巧，是否具有抄底的能力。
就目前这种人人自危的状况，工厂雪崩式的降价是自毁长城，市场对价格的灵敏度几乎趋向于零，贸然降价又有何益？
因此，工厂只会对明确的订单放出低价来。
而现在这种情况，能给它订单的人实在不多，客户在等待观望，工厂越降，客户也许越不敢买。
这时，如果我们能够携订单去拜访工厂，即使是我们的一个业务员，在现在这个时点，也很有可能获得工厂老板的接见。
工厂会对你显出十分的热情，我们的业务员前几天告诉我一个工厂老板的话：你拿订单来，价格你说了算！
作为一个外贸业务员，这是最让人有幸福感的声音。

编辑推荐

《危机生存》由中国海关出版社倾情打造的中国第一个外经贸图书品牌，致力于给中国的外贸人带来最专业、最实用、最时尚、最轻松的非凡阅读体验。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com