



相較之下，貿易展覽一般區區只有4天，而貿易雜誌則每月一次，互聯網平臺對企業的無遠弗屆就在於此。即便是可能被忽略的非洲及中東市場或更偏遠市場，也會隨之聯係過來。

我們以香港貿發網為例，據了解，其網絡登記買家已超過70萬，這意味著企業只需上載公司和產品資料信息到貿發網，便可通過該網向全球各地近70萬買家推廣他們的產品和服務。同時可通過附帶提供的實時通訊軟件隨時隨地開展貿易洽談。另外，該網與著名國際認證機構英國天祥集團（Intertek）合作提供證書驗證，以及鄧白氏（Dun & Bradstreet）、美國入口資料供應機構（PIERS）等國際權威機構，為供應商提供第三方認證，建立多重保障、增強買家的信心的同時吸引更多世界買家。

我們建議中小企業可在當前形勢下，採用無時間、地域及空間限制的網絡平臺，在現今講究成本效益的大前提下，開拓一條有效、快捷的推廣渠道。近期，香港貿發網推出了免費試用的推廣服務平臺，為期12個月，企業可在2009年6月30日前前往該網免費登記參加推廣服務，詳情可瀏覽網頁：www.hktdc.com/poweringsme_cn

善用網上貿易平台

戰勝金融危機

危機並不可怕，可怕的是沒有應對危機的方法。在金融風暴仍未平息，全球貿易陷入尷尬局面的時候，企業不防善用網上貿易平臺突破現有局面，在逆境中尋找商機。

20世紀90年代以來，計算機通訊技術和信息網絡技術的發展與普及，引發了國際貿易領域深刻的技術變革，傳統貿易正逐步轉向網絡貿易。通過不斷發展的互聯網技術平臺達至貿易無紙化已成為國際貿易發展的必然趨勢。

在中國，層出不窮的信息和高速增長的用戶使互聯網逐漸成為市場營銷的主流資源。它可以被定義為一個以信息技術服務為支撐的全球營銷活動的動態過程。由於沒有地域空間的限制，企業可以通過網絡平臺很容易地進行信息發布、互動溝通、市場調查等等，節省中間費用。在信息社會，網上貿易平臺的推廣本身并非交易過程，而是一種促進商業交易的手段。

在艱苦時期，歐美、日本等成熟市場在各個領域的進口量均出現急速下滑。中小企業為分化風險，必須設法獲取更多訂單，增加貿易機會。

香港貿發網（www.hktdc.com）就是一個很好的例子。作為身處香港這個幾乎貫穿全球的發展平臺，將世界的採購商與供應商精密的聯係在一起，為企業提供了一個業務推廣的理想途徑，推廣他們的產品與服務。據了解，香港貿發網不同與大多推廣平臺，它同時結合了香港貿易發展局旗下其他服務，包括供應商貿易商展、產品雜誌與期刊及網上商貿平臺等。

當前經濟前景不明朗，即使是在金融風暴過後，那些深受危機影響的歐美國家或許會在價格與質量上較以往要求更高，或更挑剔。歐美商家會比較謹慎，訂單數量預計也會有所減少。因此，企業現時不仿多注重開拓具備潛力的新興市場，如中國本土、印度、俄羅斯、中東等。**PKF**

除了香港本土的貿發網外，國際上還存在還有許多這樣的網絡平臺，例如中國制造網（www.made-in-china.com）、美國的Trade zone（www.tradezone.com）、中國臺灣的亞洲產品網（www.asianproducts.com）、沙特阿拉伯的Tradekey（www.tradekey.com）、印度的世界商務網（www.go4worldbusiness.com）、韓國的21世紀電子商務網（www.ec21.com），等。

