

當個佼佼者——經營出口業務

09-19

全球市場的形成表示現在全世界的商業活動是廿四小時都在進行的。在高度競爭的環境裡，各公司都在嘗試藉由出口提高自己的競爭力。不過要打入國外市場並非易事。要錢、要時間、還要很多的努力。但只要小心計劃，即使小公司也能在國際出口的競技場中大顯身手。

做個準出口商的第一件要務是先評估自己是否準備妥當。公司有沒有針對目標市場的獨特產品或服務？有沒有足夠資源來處理因出口需求而產生的額外數量？最後，資深經理人是不是對此商機全心投入？公司投入出口業務前必須先考慮這些基本問題。

做出口雖然辛苦，但是報酬很值得。因為出口能讓公司以規模經濟生產，而這只有產品的數量極大時才可能這樣做。如果以公司的內銷就能打平固定成本，那利潤會因為出口而成長得更快速。卓越的出口商不僅利潤收入增加，在國內的競爭力也愈強。持續與全球好手同台較勁，將能確保你的公司維持在一流水準。

09-20

史提夫和愛美在一場酒類起司外銷大會上碰面：

愛美：嗨，史提夫，你做廚具的生意如何？

史提夫：好得很，愛美！內銷暢旺得很呢。

愛美：那你公司為什麼還會想要外銷？

史提夫：不是公司有困難，是因為不知道內銷市場的榮景能維持多久。

愛美：所以你不想把所有的雞蛋都放在同一個籃子裡，對不對？

史提夫：對，出口讓我們得以分散市場並且攤平風險。此外，眾多海外華人是很大的市場利基，而且相對地都未開發。

愛美：聽起來你真的做了不少功課。

史提夫：可不是嗎，人言道三分之二的出口是在家裡做出來的。

愛美：也許那就是我們公司的毛病所在。我們開始做外銷是因為內銷變差的關係，大概我們太急著想賺一筆。

史提夫：做出口很難成為暴發戶，因為你的投資得要好幾年才能回收。

愛美：而且，我不認為我們公司的管理階層在開始這項投資時有明確的期待。但是，當然啦，後見之明向來是顯而易見。

史提夫：是呀，而且我的眼睛告訴我那邊有起士和餅乾可以吃。

愛美：那麼，我們去吃吧！