

出口產品要推陳出新

02-04

在完美狀況下，出口商是不必為產品做調整，以順應外國市場的需求。當市調報告和國外業務代理告訴你什麼東西賣得好之際，隨之而來的問題是怎麼賣。產品或許必須做些調整以便配合文化的差異、外國政府的法規、或者不同的技術標準。一家公司要把產品調整到什麼程度是一項重要的策略決定，而這應該要和整體出口策略做好搭配。

經常在做的一種調整是改變產品的外觀，投買者之所好。譬如日本顧客傾向於喜好美麗的包裝，而環保觀念深厚的北歐消費者則排斥過度包裝的產品。同樣地，標籤、商標和產品名稱都能權宜調整以求適應文化語言的差異。

很多情況下，出口商被迫重新設計產品以符合外國政府的法規。這些非關稅障礙會要求進口的產品須因應當地環保控制而符合某些規格，或符合當地電子或度量衡制度的條件。對機械產品而言，這意味著極昂貴的大規模重組。

不管產品調整只作表面更動或整體改變，出口商都必須保證那個市場的潛力足夠大，讓調整產品的費用花得值得。

02-05

凱看見史提夫手裡拿著一把尺在辦公室裡跑來跑去：

凱：史提夫，你母親沒告訴過你不可以拿著尺跑來跑去嗎？或者那是把剪刀？

史提夫：那是剪刀，而且我有正當理由拿著尺跑來跑去：我在檢查看我們的產品是不是和美國非公制的度量衡系統通用。如果他們用英呎，我們沒辦法賣公尺的東西給他們，對不對？

凱：是噢【註】。這個問題我們應該可以解決，只要貼上幾張公制換算表就成了。

史提夫：另有一件事：我曉得我們產品符合美國的電氣標準，但如果我們必須更換一只，比如說馬達，以賣到不同電氣標準的市場裡去？

凱：那或許就不值得進到那些市場去。有些情況產品做變化，像是進入加拿大市場必須有雙語操作手冊，成本不算貴。但是把馬達重做設計可完全是另一回事。

史提夫：還有，我想把我們的產品拆開運出口，這樣能節省運費！

凱：確實如此，不過倘若客戶依約要求收到完好的組成品，這樣做也許會耽擱我們收貨款的時間。

去做一份成本效益分析來看看是不是值得這麼做。好了，把那把尺交給我，免得你弄傷自己。

史提夫：才不呢！妳又不是我母親！

【註】：字尾加一個「0」是習慣性的口語用法。