

苏州本土企业“走出去”策略研究 ——从苏州企业英文门户网站构建谈起

王惠 袁子越

第27期

2020年3月24日

内容摘要

随着中国对外直接投资数额的持续增长，同时伴随着国内一些行业相继出现的产能过剩现象，“走出去”已然成为中国企业现阶段发展的必然要求。在激烈的国际市场竞争中，企业竞争既是以产品为核心的硬实力比拼，也是“以企业形象为代表的软实力角逐”。互联网时代，企业形象建设的重要途径之一是企业网站。作为企业展示自身形象、发布产品信息、联系潜在客户的平台，网站可以全方位地展现企业的品牌、产品、文化和价值，塑造企业形象，满足目标群体对产品信息的需求，从而帮助企业推进业务。本报告运用多模态方法，对苏州本土企业中英文网站以及全球化企业门户网站的企业形象及其推广策略进行对比研究。通过具象分析企业网站上的语言文字与图像，初步归纳出苏州本土企业进军海外市场的企业网站现况，存在问题，并对如何通过企业英文网站建立适应海外目标市场的企业形象提出可行性建议。

关键词

企业形象；门户网站主页；走出去；形象推广