

新发展格局下中小型跨境电商企业面临的挑战与对策浅析

郭建芳 刘 颖

(浙江经济职业技术学院, 浙江 杭州 310000)

摘要:随着我国经济实力不断增强,跨境电商行业迅速发展,对全球贸易起到重要作用。在这一背景下,跨境电商企业数量持续增多,市场竞争日益激烈,企业特别是中小型企业如何发展,成为众多管理人员新发展格局下关注重点。本文就新发展格局下中小型跨境电商企业面临的挑战和发展对策进行分析,并对此提出相应看法。

关键词:新发展格局;中小型跨境电商企业;发展;研究

一、双循环发展新格局的内涵

2021年3月,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要(草案)》提出,要加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。这一理念体现了中国特色社会主义市场经济的优越性,是我国应对金融危机的应对措施,有利于为中国企业开辟新的发展渠道,让更多中国企业、中国产品走向世界,打响中国企业知名度。

第一,双循环体现了不一样的市场经济发展路径。我国改革开放历经四十多年,一直在积极发展对外经济,支持出口经济发展,逐步构建了外向型经济发展模式,这些有利举措让国民经济取得了累累硕果。随着经济全球化发展,跨国贸易发展迅速,竞争日益激烈,出口利润逐渐压缩,再加上个别地区动荡不安,影响了出口经济房发展,影响了很多中国企业的发展。为了帮助企业走出困境,为国民经济发展开辟新途径,国家积极顺应新形势,提出双循环新发展格局,彰显了我国继续推进改革开放的决心,构建全新的出口导向经济发展模式。我们要以双循环为核心,以国内市场为双循环主体,以国外市场为辅,优化对外经济发展模式,加快我国产业升级步伐,优化出口商品结构。

第二,双循环提出了新的发展战略。随着国内国际双循环模式的相互融合,我国传统对外开放模式发生转变,对外经济发展战略目标也发生了转移,由以国外市场为主,逐渐转向以国内市场大循环为主,这是构建全新对外经济发展体系的重要保障。双循环首要战略目标就是建立强大且完善的内需体系,提升国内市场抗风险能力,积极应对全球化和“互联+”经济的挑战,逐步融入世界市场,逐步提升中国企业影响力,从而提升我国在国际市场的话语权。首先,我国要积极拉动内需,挖掘国内市场潜力,利用国内市场大循环激活市场经济,逐步提升国内市场抗风险能力。一方面,四十多年的改革开放让我国积累了丰富的经验,提升了国民经济收入,进而提升国民消费能力,从而形成了庞大的国内消费市场。另一方面,我国拥有相对完善的产业链,例如进出口贸易体系相对完善,吸引了很多跨国企业来华办厂,进一步促进了我国投资市场发展,提升了中国经济活力。从扩大内需层面来看,一手抓国内消费市场,出台一系列刺激消费的政策,例如2020年,我国很多城市都会发送购物券,刺激市民消费,盘活国内消费市场;一手抓国内投资市场建设,吸引更多国外优秀资本、跨国企业,为高新技术企业提供充足资金。此外,在拉动内需、构建内需体系的过程中,国家始终重视消费在双循环经济中发挥的基础性作用,重视投在对经济发展的促进作用。从宏观上来看,双循环发展新格局有利于促进国民经济再次腾飞,完善对外经济体系,促进经济可持续发展,让国内GDP持续增长;从微观层面来看,有助于帮助我国企业走出困境,协调好国内外市场的关系,提升中国企业在国际市场的知名度和话语权。

二、新发展格局下中小型跨境电商企业发展机遇

(一) 政府的支持

为了推动国内跨境电商行业发展,国家陆续推出了利于跨境电商发展的各项指导意见,例如在我国发布的《“十二五”电子商务发展指导意见》,其中指出各地区在发展中要鼓励中小型企业积极拓宽渠道,力争延伸至海外市场;之后发布的《关于利用电子商务平台开展对外贸易的若干意见》中鼓励企业自建或以合作方式提供优质高效的物流、报关、金融等配套服务。

(二) 试点城市的推动作用

近年以来,我国国务院决定将郑州、杭州等划定为跨境电商综合试验区。在试验区内,跨境电商可享受信息共享、风险预防等公共资源,近年来这些试验区跨境电商获得一定发展,为其他地区跨境电商企业发展提供参考。

三、新发展格局下中小型跨境电商企业发展的困境

(一) 缺乏专业化跨境电商人才

跨境电商属于新兴产业,体现了电子商务、互联网、进出口贸易之间的紧密联系,要求从业人员具备良好的信息化素养、营销能力、策划能力和管理能力。中小企业多以销售人才为主,缺少专业化跨境电商人才,虽然开设了国内外电商平台,但是大都由电商人才、销售人才负责,缺少精通跨境电商业务的人才。部分中小企业花费大把资金构建跨境电商平台和店铺,却忽略了引进跨境电商人才,影响了跨境电商业务开拓,不利于企业长远发展。

(二) 企业品牌意识较差(对应策略二、三)

结合实际进行分析,目前有很多企业在发展中并未明确自身定位,品牌意识较差。出现这一因素的原因在于部分企业管理人员发展理念落后,不够重视企业文化发展,导致企业逐渐与社会发展脱节。

(三) 监管不到位

一方面因跨国物流运输存在限制。我国跨境电商行业发展选择,逐步形成了完整的产业链,但是由于地域、物流成本和天气等因素的影响,跨国物流运输成本逐年增长,这给中小企业跨境电商发展造成了困扰。例如跨境电商业务涉及国家、地区范围比较广,物流运输难度大,还要进行海关报关,不同国家跨境贸易、物流政策不同,跨国物流周期比较长。为了如期交付货物,避免违约,中小企业只能支付高额物流费用,增加了成本,缩减了利润,这给中小企业发展造成了很大压力。另一方面,随着“互联网+”经济时代到来,我国跨境电商企业数量逐年增长,跨境电商平台上的商家越来越多,市场竞争比较激烈。部分中小企业为了争取订单,盲目打“价格战”,扰乱了正常的市场秩序。此外,政府对跨境电商平台监管不太到位,例如对商品质量监管不到、客户维权机制不完善等,导致部分中小企业生产假冒伪劣产品,影响了中国企业国际形象,也侵害了消费者合法权益。

(四) 营销模式单一

营销模式单一是中小型电商企业难以获得持续发展动力的又

一关键因素。现阶段互联网及时已经渗透到社会不同领域,很多企业也相继在发展中借助互联网开展营销活动,但是部分中小型跨境电商企业依旧采用单一的营销模式,这一方式不利于提升自身影响力,不利于企业全方位发展。

四、新发展格局下中小型跨境电商企业发展对策

(一) 校企合作,引入高素质人才

人才是国内中小型跨境电商企业发展的内在动力,因此强化人才、引入人才是此类企业转型、规模扩张的首要任务口,也是推动自身发展的内在因素之一。基于此,国内中小型跨境电商企业在发展过程中,应以人才引入、人才培养为基本切入口,这样能够为后续工作顺利开展做好充分保障。为实现这一目标,中小型跨境电商企业可积极与高校、高职院校进行合作,落实校企合作制度。随着社会转型的不断深入,国家以及社会不同单位已经意识到人才对推动行业发展的重要引导价值,在这一背景下很多高校、高职院校开始拓展人才培养敢为,通过落实校企合作的方式提升学生多元能力和素养,强化其核心竞争力。基于这一社会现状,国内中小型跨境电商企业可寻求有校企合作意愿的地方中高职院校,为学校电子商务、管理专业学生提供相关岗位。作为合作要求,跨境电商企业可与学校签订人才培养协议,学生毕业后可直接前往企业就职,以此来达到共赢目标,借助这一方式不仅能够提升学校专业学生综合能力,也可以满足学校人才教育需求。为进一步实现这一目标,切实优化企业内部人才队伍结构,企业管理人员在合作开始前可做好以下几点工作:首先,在选择学校初期,跨境电商企业可委派专门调查组前往预合作的学校进行考察,了解学校整体办学体制、人才培养情况,着重调查跨境电商专业学生基础,在确保其条件符合企业发展需求之后,即可签订相关合作协议。其次,在校企合作阶段,跨境电商企业应为学生提供合适岗位,并给予专业人才实训场地、实践项目支持,落实现代学徒制。最后,除校企合作外,具备一定经济条件的企业也可扩大投资,招聘一些工作能力强、有实践经验的人才,同时也可结合企业内部员工实况,开展相应的培训工作,进一步提升员工工作能力,从而构建现代化跨境电商岗位专业队伍,为企业立足社会做好充分保障。

(二) 丰富手段,树立品牌意识

结合实际进行分析,现阶段我国一些地区跨境电商企业并未形成较强发展实力,抑或发展至今难以获得较高经济效益,笔者认为其重要因素在于一些企业在发展中并未形成较强品牌意识。不仅如此,一些企业在发展期间会效仿本地、外地跨境电商企业工作体系、营销模式等,其营销方式相对单一,难以创收更多效益。为更好地打破发展限制,切实提升自身发展实力以及经济效益,笔者认为中小型跨境电商企业在发展中应树立整体发展模式以及理念,树立稳定品牌意识,探寻更多营销路径,形成自身特色。不仅如此,企业在发展中也需做好社会、市场调研工作,深入了解客户个性化需求,及时拓展自身受众范围,例如中小型跨境电商企业可积极与短视频平台合作,借助网络调研的方法选择全新营销模式。当企业能够进一步满足群众需求之后,则会进一步提升产品知名度,加快企业品牌建设步伐,这样能够切实提升产品价值,强化企业综合竞争力,从而为企业综合化发展注入全新动力。

(三) 明确企业文化建设目标

首先,管理人员和领导人员结合实际提炼、完善企业核心价值观。为进一步实现这一目标,管理人员以及领导人员应深入分析企业实况,围绕跨境电商发展实际需求、发展现状深入提炼并

进一步完善企业价值观念。例如,现阶段国内很多跨境电商企业结合自身发展特色,明确了企业标志、字体等基本元素;跨境电商企业为获得持续发展动力,会借助企业宗旨、精神等内容,进一步建设文化效果,形成初步的发展方向以及文化建设方案,为后续企业立足市场、完善文化建设体系做好充分保障,并明确初步的企业发展目标。其次,管理层要身体力行企业文化建设。从跨境电商企业实际发展情况进行分析,基于全新时代背景,企业管理人员和领导人员对企业文化建设、企业发展有重要作用,因此管理层需转变自身发展理念,意识到文化建设对企业整体发展的影响。企业文化建设有自上而下的特点,因此在企业管理人员认同、支持的前提下,员工方可加入文化建设队伍,对此管理层对企业文化理念在思想上需要认同,提高重视度和参与度;在实践上以身作则、率先垂范,才能带领和影响全体员工共同实践理念。

(四) 明确监管机制

落实有效监管机制是确保企业发展的关键所在。因此在全新时代背景下,国内中小型跨境电商企业需要积极顺应时代发展,结合自身发展实际落实市场监管机制,其中需要有24小时国际客服,及时解决客户物流以及质量问题;设置物流实时监控、人工转接平台,若出现不能及时解决的问题,则需要借助人工力量解决;市场需要落实法律监管机制,对出现假冒伪劣、影响电商形象的企业予以惩罚,打造良好社会生产以及发展风气。

(五) 借助网络平台,积极引入互动营销模式

中小型跨境电商企业可借助互动式营销的方式,积极构建关系导向营销模式,在激烈市场竞争中谋求发展。基于全新时代背景,这一全新营销模式已成为企业发展内在动力,客户资源、顾客关系成为众多企业提升经济效益的关键所在,众多学者指出客户忠诚度对企业长效发展有重要作用,特别是在当前的大云平台、互联网+背景下,客户关系或者客户青睐度将直接关系到企业在市场竞争中处于何种位置。为切实推动企业发展,跨境电商企业尤其是中小型跨境电商企业为实现自身发展,则需要重视关系导向。客户与企业之间的交流与互动离不开网络平台,而跨境电商活动需要结合海外站点详情,选择合适的平台进行营销,从而相应客户需求,进而将营销活动转化为营销量。现阶段,Facebook、Pinterest等都是受众较多的海外社交媒体平台,中小跨境电商企业可在研究平台互动机制的基础上,积极开发更具趣味性的营销活动,从而构建客户关系导向的营销模式,拓宽企业发展路径。

五、结语

国家提出了新发展阶段、新发展理念和新发展格局理念,对国内外经济形势进行了分析,提出了“双循环”发展新格局,倡导以国内大循环为主体,积极开发国外市场,构建国内国际双循环发展新格局。双循环理念充分挖掘了中国市场巨大潜力,同时开发国外市场,进一步促进国民经济发展,借鉴国外企业优秀管理和生产经验,进一步提升我国经济实力,提升中国企业影响力。

参考文献:

[1] 张艳霞,赵淑梅,杨雪.“一带一路”背景下推动我国跨境电商企业发展的策略研究[J].企业改革与管理,2022(08):48-50.

基金项目:2020年浙江经济职业技术学院校级教育教学改革研究项目“1+X”证书制度与高职跨境电商专业人才培养融合研究 项目编号:xjg202024;

2020年度高等学校国内访问工程师“校企合作项目‘1+X’证书制度下高职院校跨境电商课证融合研究”项目编号:FG2020259。