

# “互联网+”背景下中小外贸企业发展跨境电商的现状 及对策分析

农丽燕

(广西电力职业技术学院, 广西南宁 530001)

**摘要:** 随着信息技术不断发展,我国已经逐渐步入了信息化 2.0 时代,互联网技术在各个行业发挥了巨大作用,催生出了“互联网+”的新型经济形态。在此背景下,我国中小外贸企业进行了积极的转型升级,跨境电商行业遇到了新的发展机遇。鉴于此,文本将针对“互联网+”背景下中小外贸企业发展跨境电商的现状进行分析,并提出一些策略,仅供各位同仁参考。

**关键词:** “互联网+”; 中小外贸企业; 跨境电商; 现状及对策

随着我国经济实力的不断提升,对外贸易的规模也变得越来越,在这样的良性发展环境中,中小外贸企业跨境电商业务得到了明显发展,获得了非常大的经济效益,彰显了我国的综合实力。自从 2010 年来,我国跨境电商行业整体规模持续增加,交易量以每年 20% 左右的速度稳步增长。结合我国海关部门的统计数据可知,2020 年我国跨境电商的进出口总量已经达到 1.69 万亿元,增速达到了 31.1%。随着互联网技术不断发展,我国中小外贸企业跨境电商业务迎来了新的挑战和机遇,若想在日益激烈的市场竞争中站住脚,需要不断革新自身的发展战略,学会趋利避害、革故鼎新,这样方可促使中小外贸企业稳步健康发展。

## 一、“互联网+”背景下中小外贸企业发展跨境电商的意义

### (一) 有利于拓展贸易市场

在传统的外贸模式下,中小外贸企业的发展会受到很大的局限,他们通常会缺乏经营的流动性,对外贸易的技术能力也略显不足,很难实现可持续长效发展。但是,通过跨境电商业务,能为中小外贸企业开辟新的发展路径,通过互联网等技术手段,可以打破大型外贸公司对市场的垄断,让更多中小外贸企业得到发展空间,拓宽我国的贸易市场。

### (二) 有利于降低运营成本

受到当前经济形势影响,人们更喜欢在网络进行零售或者展开一些小规模的贸易,这对以往的外贸经营形式非常不利。一般来说,非电商模式的外贸企业需要积压大量货物,若是不能及时销售出去,很容易出现积压,不利于资金流动。通过发展跨境电商,能有力打破各个行业间的界限,优化产业链条,避免过度积压、仓储不便等诸多问题,从而在无形中为中小外贸企业注入新的动力。同时,随着 WTO 贸易协定的实施,很多国家施行了诸多有力措施,以加快商品流通速度,这为跨境电商发展提供了新的助力,不仅如此,多数国家的税费管理也变得更为规范化、合理化,这也为中小外贸企业发展跨境电商打下了坚实的基础,降低了运营的成本。

### (三) 有利于实现产业升级

事实证明,跨境电商的发展对于中小外贸企业实现产业升级有很大的助力作用。首先,从形式上跨境电商更倾向于小订单、

多批次模式,这能帮助中小外贸企业保持资金的有效流动,节约对库存管理的成本,便于中小外贸企业实现多元化经营、多产业发展。其次,很多用户的需求更倾向于个性化定制,这对于以往的大批量外贸模式很不友好。但是,在跨境电商模式下,中小外贸企业变得更为灵活,可以有效满足不同消费者的需求,实现对产品生产的精细化把控,对于其实现产业升级极有益处。最后,通过电商平台的有力支撑,中小外贸企业能够对自身经营模式、管理模式展开积极优化、调整,为后续产业结构升级奠定坚实基础。

## 二、“互联网+”背景下中小外贸企业发展跨境电商现状分析

### (一) 专业人才匮乏,发展效率较低

作为一种新兴的经济模式,跨境电商的从业者应具备非常扎实的专业知识,除了基本的外贸知识,对其英语水平、信息化操作能力也有较高要求。但是,随着跨境电商行业发展,我国的人才缺口变得很大,企业需求与人才供给出现了严重不平衡,这在很大程度上阻碍了中小外贸企业开展跨境电商业务的水平。另外,多数中小外贸企业都没有相应的人才培养机制,对于现有人才的激励程度也略微不足,出现了招人难、留人难的情况。从教育层面分析,我国在 2019 年才将跨境电商纳入了高等教育专业目录,人才培养属于刚起步阶段,这就导致当前的跨境电商行业发展效率较低。

### (二) 行业门槛偏低,产品同质性高

现阶段,互联网技术持续发展并普及,跨境电商得到了大幅发展,其行业准入门槛也较低,导致很多中小外贸企业都步入了这一行列。和以往的外贸模式不同,跨境电商更倾向于和消费者产生良性互动,外贸企业要重视产品、渠道、信誉等多重因素。但是,部分外贸企业开展跨境电商时,并没有合理的营销策略,对产品的开发、质量控制略显不足,对外贸商品的品类把握不准,导致经常出现跟风销售的情况,产品同质化非常严重。另外,一些入门晚的外贸企业为了抢占市场,采用了打价格战的形式,这种竞争模式不仅不利于自身发展,还会降低本行业的利润,从而将整个市场拉入一种恶性循环中,这就导致跨境电商行业的秩序变得非常混乱。

### （三）物流时间较长，运输成本很高

我们应该知道，对于跨境电商来说，物流时间的效率和长短会严重影响消费者的体验。现阶段，外贸企业的跨境电商业务在物流方面主要存在三个问题。其一，物流速度慢。由于对路线规划不合理，对海关检查不明白，部分中小外贸企业的物流配送时间难以确定，短的可能7天到货，长的则可能让消费者等90天左右，这对消费者来说极为不便。其二，快递难追踪。和国内的物流相比，出境后的货物基本上很难再次被定位、追踪，很可能出现货物丢失的情况，并且追查流程非常繁琐、艰难，这对消费者的体验、企业的信誉都会产生很大的负面影响。其三，退换货成本高。不同于国内物流，跨境电商的货物若想退换，需要付出极高的时间、经济成本，在很大程度上影响了外贸企业的经营效率。

## 三、“互联网+”背景下中小外贸企业发展跨境电商的策略分析

### （一）重视人才培养，完善培训机制

人才对于中小外贸企业开展跨境电商的重要性不言而喻，通过建立合理的人才培训机制，能够从根本上解决当前的人才问题。首先，中小外贸企业自身可以建立相应的内部培训制度，对员工开展定期跨境电商业务培训，提升其专业能力。其次，要重视对薪酬体系的完善，这样能够从内部对优质人才形成激励，使其进一步增强归属感，为他们的后续发展提供良好空间。最后，中小外贸企业可以和学校、培训机构合作，通过订单式培养、执行“英才计划”等方式，形成学校与机构的人才培养合力，从而在大幅提升跨境人才培养的效率和质量，为中小外贸企业发展跨境电商业务提供源源不断的优质人才。

### （二）提高产品质量，重视品牌建设

中小外贸企业如果想在跨境电商行业内取得一席之地，需要对自己产品的质量做到严格把关，重视对产品类型、制作工艺的创新，逐渐形成属于自己的品牌。另外，随着消费者需求的提升，单一化、低价化的产品经营模式已经很难适应市场变化，尤其是在欧美、日本等发达国家，人们的消费能力较高，他们对于产品质量、品牌价值变得更为敏感，对于价格因素的重视已经远不如前。除此之外，部分国家的消费者更重视“个性化定制”，中小外贸企业在展开跨境电商业务时，要对这一个特点做到充分重视。因此，中小外贸企业要结合自身实力、市场需求、电商平台等因素，利用互联网大数据展开合理调研，积极开展定制服务，避免自身产品受到同质化情况的影响，从而取得更高效发展。

### （三）创新营销模式，完善销售体系

随着跨境电商行业的不断发展，以往的粗放式经营模式已经被时代抛弃，对营销模式积极创新应成为中小外贸企业重点关注的问题。现阶段，“智能化”和“社交化”成为提升跨境电商营销水平的重点关键词。所谓的“智能化”是指，中小外贸企业可以结合互联网技术、大数据技术等方式，对消费者的消费倾向做出判断，从而开展更具针对性的营销活动，这样能大幅提升消费者的体验，增加其购买决策，有利于对用户生命周期的判断。“社

交化”则是结合了粉丝效应、社交群等理论，让营销信息以裂变式的形式传播，以此增大营销内容的曝光量，实现持续性获利。结合国外的网络数据，能够发现美国有超过三分之一的用户是从社交媒体中获得的营销信息，这也体现出了营销“社交化”的重要意义。中小外贸企业除了应对营销模式实施创新，还要善于优化整个营销过程，实现营销资源的内部互动，打造一个高效、科学的营销体系，实现更大的营销效力。

### （四）结合物流特点，选择合理渠道

在跨境电商业务中，物流一直是非常重要的一个环节，中小外贸企业要对此做到充分把握。在实践中，外贸公司要善于优化物流渠道，以此缩短物流配送的时间，避免消费者因为物流问题影响购物体验。当前，国际物流的渠道多种多样，应用范围也并不相同，企业可结合自身情况、交易类型自行选择。一些大的跨境电商平台一般配备专门的物流系统，中小企业可以和这些平台合作，以此将自身产品从国内送到消费者手中，提升商品的准时配送率。对于一些有实力的企业，可以建设海外存储仓，这样当客户下单时便能第一时间安排发货，减少物流时间，提升顾客的购买体验。

### （五）加强政企合作，实现互利共赢

当前，我国出台了很多针对跨境电商的优惠政策，并逐渐形成了一套较为完善的监管服务体系。但是，随着跨境电商持续发展，势必会有一些问题涌现出来，这时就需要企业积极联合各政府部门，强化政企间的合作，及时将自身遇到的问题反馈给政府有关部门，以便其针对性地出台相应法规，规范企业行为，提升产品质量。通过与政府合作，能实现企业与政府的共赢，促使跨境电商行业健康发展。

## 四、结语

综上所述，若想提升中小外贸企业跨境电商发展水平，可以从重视人才培养、提高产品质量、创新营销模式、选择合理渠道、加强政企合作等层面入手，以此在无形中促使中小外贸企业的跨境电商事业发展到一个新的高度。

## 参考文献：

- [1] 王敏. 跨境电商对中小外贸企业发展的促进作用研究[J]. 农村经济与科技, 2020, 31(04): 158+221.
- [2] 王康. 中小外贸企业跨境电子商务发展障碍性因素及对策探讨[J]. 现代营销(下旬刊), 2020(02): 146-147.
- [3] 李荣强, 李忠杰, 仇成明, 杨悦. “互联网+”背景下中小外贸企业跨境电子商务发展障碍性因素及其对策研究[J]. 时代金融, 2018(02): 184-186.
- [4] 汪浩, 王茜. 中小外贸企业跨境电商人才现状与培养[J]. 金陵科技学院学报(社会科学版), 2017, 31(03): 15-18.

本文系课题：面向东盟的广西跨境电商政策适配性评价及优化路径研究（编号：2021KY1304）的研究成果。