

<https://doi.org/10.52288/jbi.26636204.2020.04.10>

大数据时代中小企业发展跨境电子商务策略研究 Research on Cross-border E-commerce Strategy for SMEs in the Big Data Era

周功建^{1*}
Gong-Jian Zhou

摘要

近几年我国传统外贸业务低迷，而跨境电商的迅速兴起使我国许多中小企业看到了新的希望，也开始转型开展跨境电商业务。同时，大数据技术作为新的发展要素，为企业带来更多创新服务的机会，从而带来更多商业价值。本文介绍大数据技术对跨境电商的作用，分析我国中小企业在开展跨境电子商务业务中面临的问题，并针对问题提出中小企业利用大数据技术发展跨境电商的对策。

关键词：大数据、中小企业、跨境电商

Abstract

In recent years, China's traditional foreign trade business has been sluggish and cross-border e-commerce has sprung up. Many small and medium-sized enterprises in China have seen new hopes and have begun to transform their cross-border e-commerce business. At the same time, big data technology, as a new development factor, brings more opportunities for innovative services to enterprises and results in more business value. This paper introduces the role of big data technology in cross-border e-commerce, analyzes the problems faced by small and medium-sized enterprises in cross-border e-commerce business, and then proposes countermeasures for them.

Keywords: Big Data, SMEs, Cross-border E-commerce

1. 前言

跨境电商是一种“自由、开放、竞争、普惠”的全球贸易方式。在这种方式中，各国消费者可以自由地购买世界各国的商品，各国的企业也同样可以将商品销往全世界。近年来，传统贸易业务低迷，2015和2016年我国进出口贸易总额分别为24.6万亿和24.3万亿，同比下降6.99%和1.02%，其中出口同比下降1.78%和2.09%；但随着计算机、网络技术的迅猛发展和全球物流配送服务的完善，跨境电商以快速化、便捷化、节约成本的优势快速兴起，取得不错战绩。跨境电商（含零售及B2B）交易额从2012年的2万亿上升至2018年的7.6万亿，2019年跨境电商总交易额有望突破9.0万亿元，预计到2020年，我国跨境电商交易总规模将会超12万亿元，占中国进出口总额的37.6%。由此，我国许多进行传统外贸业务的中小企业看到了新的希望，也开始转型开展跨境电商业务。

¹ 厦门大学嘉庚学院管理学院副教授 63223748@qq.com*通讯作者

2. 大数据的商业价值

大数据是指将以多种形式和方式广泛搜集的数据,使用分布式计算架构,通过云计算、云存储等处理,对数据进行整合分析;它的主要特点是大量性、高速性、多样性和价值性。现在,大数据已经作为一种新的发展要素融入到经济生活中,涵盖了技术和商业两个方面:技术方面,计算机技术迅速发展使得数据的计算量和存储量大大的提高;商业方面,大数据应用能够提供服务创新的机会,而企业通过创新服务获得更多的效益。在网上用户的每一次浏览、点击和评论等信息都是大数据的来源,将这些信息数据集合起来加以运算和分析,成为具有商业价值的数据服务产品。由此,大数据可以在企业运营决策、客户管理、商品策略、精准营销、产品个性化设计、产品服务创新、供应链优化等方面进行改革。

总体来说,大数据的商业价值和作用主要体现在三个方面:一是对全球大量具有不同消费习惯的消费者,进行产品和服务的精准营销;二是可以帮助中小企业进行服务转型;三是可以帮助传统企业进行产业升级和企业改革。由此可见,大数据创造商业价值、推动商业发展的核心在于通过对数据的存储、处理和分析,使企业获取有效的商业信息。对跨境电商的作用也是如此,跨境电商可以利用大数据技术对客户进行精准营销、提升客户忠诚度、改善客户服务、优化买家、卖家体验、提高决策效率等。

3. 中小企业发展跨境电商现状及存在的问题

目前,中小企业普遍面临市场规模小、销售渠道窄等问题。尽管有部分中小企业对于企业资源计划系统、电子商务操作系统、支付系统、电子商务网络系统等软硬系统已投入大量的资金,但是大多数中小企业投资水平难以达标,仅仅将电子商务平台当成一个营销平台,故对于日常的生存控制、信息化管理缺乏维护,更少与国际专业网络平台的项目接轨;另外,中小企业对于进出口业务流程管理、财务管理、库存管理、信息采集和加工处理意识都未到位。中小企业在进出口贸易中,对接相关部门(供应商、运输、物流、保险、海关、税务银行等)标准化数据方面操作不专业,无法应对流程的复杂性,众多因素势必成为中小企业发展跨境电商电子商务的瓶颈。

3.1 对大数据技术和跨境电商的认知不够

许多中小企业对跨境电商平台上进行网络产品展示、销售结算服务、抢占市场只是表面化的理解,认为只需要将产品在页面上进行展示即可,对大数据技术和跨境电商经营的认知偏差,使得许多中小企业在跨境电商的发展中没有挖掘出更大的潜力;同时,在营销上也不能做到“因地制宜”、“因人而异”,不能考虑和分析国外客户的消费心理、消费偏好、消费需求、网购习惯等,只会单一地进行降价促销。跨境电商主要都是小额的碎片化订单,能否准确把握国外消费者的消费心理和需求,直接关系到企业的经营业绩。

3.2 运营模式滞后

3.2.1 大数据应用能力不足

由于跨境电商面对的国外市场存在各种不确定性,如文化差异、顾客消费习惯差异、消费偏好等,企业很难把握目标市场的具体情况,而大数据技术则可以顺利解决这一问题。在大数据时代,中小企业获取、分析、利用和挖掘大数据的能力和技术不足,会直接影响到企业海外市场拓展、新客户开发、店铺运营效果,同时也会影响企业产品和服务创新。大多数中小企业从事跨境电商还停留在发布产品信息方面,或简

单根据用户评论确定产品定位，或基于网上销售排名决定选品，这仅仅是初级的数据分析；如果能充分运用大数据分析，可以通过搜集和分析用户的职业、消费习惯、偏好及购物评价等的信息，实现精准营销。

3.2.2 营销方式落后

现代的营销方式是关系导向型，通过多媒体广告或网络平台和媒体，实现与消费者的互动。但是很多中小企业不懂得如何通过跨境电商平台做好营销，同时跨境电商出口产品同质化现象非常严重，大部分企业为了更快地吸引消费者，只能通过不断的降价促销吸引客户，降低自己的预期利润，使企业陷入恶性循环，对企业的长远发展是有百害而无一利。因此在大数据的时代背景下，中小企业需要避免传统价格战，通过大数据技术和现代市场营销方式，对目标海外客户进行针对性地产品改进和推广，实行产品差别化。

3.3 售后服务不完善

3.3.1 商品配送效率低

跨境电商与物流互相影响，相生相伴。大多数开展跨境电商业务的中小企业，物流成本是除商品成本以外的最大开支；同时，物流的效率会直接影响国外消费者的消费体验，从而间接影响了企业产品销量。在海外建仓，进行本地化经营，中小企业在资金能力上是无法达到，因此只能与第三方物流合作；而企业的商品配送效率又受制于第三方物流，在物流成本与时效上都缺乏竞争力。当前跨境物流主要通过国际邮政小包、国际四大快递和货运这三种方式，据统计，中国跨境电商出口业务中70%的包裹都是通过国际邮政系统投递，但是邮政投递因是以私人包裹的方式寄出境，所以不能退税，而且风险大、速度慢、丢件率高；而国际四大快递价格贵，中小企业成本太高，货运只适合大宗货物，不适合小批量零碎货物。尤其是到了各种节假日、网购促销活动时，包裹量大，运力紧张，不仅航空仓位涨价，还会配送延迟，这些情况都增加了中小企业物流成本，还影响了客户的消费体验。由此可见，中小企业跨境电商配送受制于物流，不利于境外市场的拓展。

3.3.2 售后纠纷处理难

跨境电商购物因实物不符问题、运费的承担问题、语言误解等原因存在各种纠纷，而这些纠纷问题因为缺乏公权力和合理的纠纷解决机制，很难有解决方案，这对中小企业是较大的危机；如果出现退换货的情况，需要自己承担来回运费；如果遇到信誉不好的买方，为了避免麻烦只能自认倒霉，钱货两失；如果被顾客投诉，还可能被平台方罚款甚至封号。因此，要在根本上减少、避免产生纠纷以及合理地解决纠纷，也是中小企业在进行跨境电商业务过程中急需解决的难题。

4. 中小企业发展跨境电商策略建议

4.1 强化发展跨境电子商务的应用意识

大数据在影响信息通讯产业的同时，也在影响和重构许多传统产业。一个健康发展的中小企业针对地理位置的优劣、经济发展的不同步和信息建设观念不强等诸多弊端，应当增强应用及创新意识，创建适合自身的跨境电子商务。从现在开始着手准备，为中小企业的后期数据收集和分析做准备：以中小企业自己的数据为基准，确定数据的范围，找到最能反映企业业务情况的数据；积极在跨境电子商务的应用范围、

实施方式、经营模式诸方面挖掘潜在优势，借此逐步扩大市场份额、缩短业务流程、加快资金周转、降低库存、销售和运营成本，以期提高经济效益。

4.2 充分利用跨境电子商务的交易平台

大力发展中小企业跨境电子商务可以获取更多的价值增值。小额跨境电子商务交易的条件已经成熟，在线交易更加快捷，支付风险也在不断降低，例如全球最大在线支付提供商Paypal提供的支付保障；阿里速卖通支持Visa、MasterCard、Moneybookers等多种借记卡的支付、Escrow service第三方中介付款服务等。中小企业根据自身开展跨境B2B、B2C、C2C出口模式的不同，选择差异化支付方式。跨境电子商务在线交易平台将订单、支付、物流融为一体，缩短并优化了产业供应链，帮助中小企业利润提高。

4.3 积极培养跨境电子商务专业人员

大多数中小企业缺乏大数据采集、收集、分析方面的人才。长远的培养相关人才计划必须由高职院校为企业培养跨境电子商务人才后，企业为其提供实训以便提高跨境电子商务水平。现在中小企业更应该强化内部的培训，在平时多对员工进行跨境电子商务的培训，以保证员工适应与之相关的工作能力，例如整合企业数据的能力、探索数据背后价值和制定精确行动纲领的能力、精确快速实时行动的能力。建立起完善的员工激励机制，为有潜力的人员提供发展空间，而且调动全体员工的积极性，增强员工的责任感、归属感。

4.4 充分利用大数据技术

中小企业应该认识到，开展跨境电商业务并不仅仅是在平台上建立店铺、输入产品信息、上传照片、简单地将产品放到网上销售，更关键的是要将整个产品的设计与发布、市场营销和售后服务过程等与大数据技术相融合；同时，中小企业应加强网络基础建设，寻找专业人才，利用大数据技术获取市场信息，寻找潜在客户，划分消费群体，细分目标市场，了解不同类别消费者的需求和偏好，提供定制化信息，增加与消费者的互动，从而优化客户购物体验，增加海外市场的产品销售，增强自身竞争力。通过市场数据的搜集、处理和分析，大数据可以给予企业决策有力的数据支撑，而不再依赖于历史经验和直觉，使决策更有依据性、目的性和科学性，提升决策效率。

4.5 结合利用移动网络，实施精准营销

在移动网络和智能设备不断普及的当下，消费者的大量碎片时间都被手机等移动智能设备占据，而移动社交软件中关于购物的体验和商品的使用口碑传播，会直接影响消费者的购买意向和决策。比如，在亚太与欧美的网民们，就比较喜欢在社交媒体中（如Facebook，Twitter等）查询商品信息，征求购买意见，再进行购买决策；而这些移动社交媒体在使用中产生了大量的信息数据，为实施精准营销提供了有价值的线索和信息。中小企业可以通过大数据技术的分析，及时跟踪消费者的消费轨迹，记录消费习惯，了解消费体验，定位分类各类消费者，根据不同消费者的需求进行精准营销推送，把握消费需求，提高消费者的满意度；同时根据不同情况的数据分析和消费者评价，可以及时发现并总结问题，及时更新产品信息，优化产品服务，改善运营模式。

4.6 租用第三方海外仓，整合多方物流资源

一方面，中小企业自建海外仓成本负担太重，没有这个经济实力。可以几家企业一起合租跨境电商平台或第三方的海外仓，再聘用专业的海外仓管理人进行运营管理，这样既可以实现本地化经营，提高配送效率，还可以节约物流成本；同时请专业人员利用大数据技术对当地消费需求和市场波动进行分析，预估当地的产品需求和市场趋势，从而有效降低企业在仓储库存和运输供应链管理上的风险。

另一方面，通过利用大数据技术对社会物流资源进行充分整合，为客户提供更高效的服务。比如利用大数据对仓储、运输、配送环节进行改进和优化，在安排仓储时，利用大数据整合仓储资源、对仓库布局、拣货路径进行优化；在配送时，充分利用车辆和人力配送资源，对运输和配送路线进行优化，提高配送时效。

4.7 做好售前服务，解决售后纠纷

跨境电商进行的是网络交易，不同于实体交易，买卖双方无法进行面对面地看货与洽谈。很多售后纠纷的原因在于产品信息不全面、销售不诚信、服务不专业等问题，再加上网上销售本身的特殊性，消费者无法全面、直观地了解商品，就会出现实物与预期不符的情况，这些都会造成退款退货、投诉罚款等售后问题频发。而跨境电商由于路途远、物流费高，一旦出现纠纷，必然会产生高额的售后服务成本，对中小企业是一笔不小的负担；这就要求企业在售前一定要秉承诚信的态度，向客户详细地、耐心地介绍产品，同时提升产品质量，杜绝侵权产品，以高质量的产品、专业化的服务获得海外消费者的信任和青睐，从根本上减少售后纠纷的产生，提高产品和企业的口碑，使企业发展进入良性循环。

5. 结语

大数据时代下，中小企业发展跨境电子商务可以提高交易效率，降低交易成本，开拓国内外市场和创新经营模式，而且能够提升产业和资源的组织程度，为经济转型提高经济运行质量，优化产业结构、支撑战略性新兴产业发展。

中小企业自身需要不断开拓思维、开展多种经营模式，提升产品质量，规避交易风险；政府及行业协会进一步落实和细化跨境电子商务政策，为其搭建各类服务平台，营造更好的经济环境，这对于我国经济的后续健康稳定发展具有深远的意义。

参考文献

1. 程文丽、黄琦敏（2017）。基于大数据技术对跨境电子商务运营模式的探究。赤峰学院学报，11，174-176。
2. 刘洋、熊超、许昊（2014）。跨境电子商务的安全问题和监管建议。中国商贸，32，19，79-82。
3. 胡豪（2015）。中小企业开展跨境电商的现状与对策分析。中国商论，5，74-75。
4. 李月乔（2016）。我国中小外贸企业开展跨境电商的机遇与挑战（未出版之硕士论文）。河北省：河北经贸大学。
5. 李泉水（2017）。大数据时代下中小企业发展跨境电子商务的对策研究。延安职业技术学院学报，2，7-10。
6. 徐琼（2016）。我国外贸中小企业应用电子商务策略研究。长春师范大学学报，2，195-197。
7. 蒋勇（2016）。跨境电子商务的发展及其在中小外贸企业中的应用。国际贸易，

12，59-60。

8. 王宁宁(2016)。我国中小企业发展跨境电子商务的现状对策分析。太原城市职业技术学院学报，11，169-170。

收稿时间：2019-10-18

责任编辑、校对：沐园琳、吴鹭瑶