

# 中小型外贸企业跨境电子商务转型困境及对策

张夏恒

(滁州学院 经济与管理学院, 安徽 滁州, 239000)

**[摘要]** 促进中小型外贸企业向跨境电子商务转型发展, 对我国传统外贸创新发展及中小型外贸企业快速成长具有重要意义。通过对 348 家中小型外贸企业进行调研, 聚焦在经营状态、跨境电子商务认知、跨境电子商务转型意愿及障碍等方面, 旨在厘清我国中小型外贸企业跨境电子商务转型障碍。调研结果发现: 中小型外贸企业经营现状不佳且困难较多, 对跨境电子商务认知匮乏; 转型时面临人才、政策、配套资源等多种障碍; 不同规模、发展阶段、存续时间与行业类型的外贸企业间存在显著性差异。基于此, 在提升跨境电子商务认知基础上, 应出台一系列扶持政策, 建立跨境电子商务人才机制, 促进中小型外贸企业跨境电子商务转型发展。

**[关键词]** 中小型外贸企业; 跨境电子商务; 人才; 政策

**[中图分类号]** F741 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 2096-3300 (2022) 02-0041-07

跨境电子商务能大幅降低国际贸易市场的准入门槛, 吸引更多的国际贸易交易主体的参与, 还能够有效提升国际贸易的效率与福利水平。随着跨境电子商务近十年的飞速发展, 其在我国经济社会乃至传统产业转型方面的作用越来越大。随着我国劳动力成本快速增加、环境资源约束不断强化, 加之国际环境愈发复杂、新冠肺炎疫情全球范围蔓延与持续冲击, 传统外贸竞争优势越来越低, 我国外贸面临巨大的挑战。为推动我国外贸高质量发展, 2021 年, 国务院办公厅出台了《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》(国办发〔2021〕24 号), 商务部也正式发布了《“十四五”对外贸易高质量发展规划》, 均明确提出促进跨境电子商务持续健康发展, 培育对外贸易新业态, 依托跨境电子商务推动传统外贸转型升级。中小型外贸企业对我国经济社会生活作用显著<sup>[1]</sup>, 已成为我国外贸领域的主

力军, 但由于缺乏资金、技术、人才、品牌等, 导致其竞争力不高, 在应对恶化的外部经营环境、维持企业经营等方面压力很大, 进行转型升级已非常必要。

## 一、文献综述

目前学术界对跨境电子商务与传统外贸的关系研究已取得一些成果, 主要表现在如下三方面: 一是跨境电子商务对传统外贸的影响。王健和巨程晖<sup>[2]</sup>提出跨境电子商务具有“普惠性”, 既体现在传统贸易发达国家, 也对发展中国家贸易发展及贸易福利改善具有价值; 王惠敏、张正荣<sup>[3-4]</sup>等认为跨境电子商务作为一种新型的贸易方式, 在我国对外贸易转型中发挥重要作用; 郭四维<sup>[5]</sup>等发现跨境电子商务通过降低外贸成本、增大贸易机会、扩大贸易主体、丰富贸易内容等方式有效促进了我国对外贸易增长与转型升级。较多成果认可跨境电子商

收稿日期: 2022-01-25

基金项目: 安徽省哲学社会科学规划项目“双循环新发展格局下跨境电商新业态推进安徽传统产业改造升级路径研究”(AHSKQ2021D174)。

作者简介: 张夏恒(1982-), 男, 山东济宁人, 教授, 博士, 研究方向: 跨境电子商务。

务对外贸的提升作用,但也有学者认为跨境电子商务对外贸提升作用因对象不同而有差异。刘娟<sup>[6]</sup>等认为小额跨境电子商务对发达国家出口贸易提升作用更为明显,对发展中国家进口贸易量产生一定程度的挤出效应。二是跨境电子商务与传统外贸之间的关系。王喜荣和余稳策<sup>[7]</sup>发现跨境电子商务与传统外贸增长存在双向因果关系;刘浩<sup>[8]</sup>认为跨境电子商务与外贸增长存在互动作用。三是中小型外贸企业跨境电子商务发展研究。廖润东<sup>[9]</sup>提出跨境电子商务零售出口是大部分中小型外贸企业开展跨境贸易的首选,也是中小型外贸企业转型升级的方式;马述忠和郭继文<sup>[10]</sup>提出要鼓励传统的中小型外贸企业向跨境电子商务发展,借助互联网平台,充分发挥跨境电子商务的优势。

学界较多关注跨境电子商务对传统外贸的影响,但仍存在以下不足:首先,已有文献较少关注到中小型外贸企业跨境电子商务发展;其次,一些文献分析跨境电子商务与传统外贸的影响关系,但是忽略了外贸企业向跨境电子商务转型的意愿及障碍;再次,由于跨境电子商务数据及资料所限,已有的研究在跨境电子商务促进传统外贸转型研究的说服力有一定的缺陷;最后,跨境电子商务影响中小型外贸企业转型的因素较少被关注。因此,聚焦中小型外贸企业,依托大规模的实地调研及访谈数据,分析其向跨境电子商务转型的痛点、意愿及影响因素,进而提出针对性、适用性、可行性的政策建议,旨在推动中小型外贸企业跨境电子商务健康发展,促进我国传统外贸转型升级。

## 二、研究思路与样本背景分析

### (一) 研究思路

主要采用问卷调研法,结合现场访谈与座谈会。依托山东省商务厅主办、山东省跨境电商协会承办的山东省跨境电商产业带系列调研活动,如青岛站、滨州站、临沂站等展开调研,同时结合渭南市商务局、延安市商务局、西安市商务局及陕西省商务厅以及个人社会网络资源展开调研。调研对象为中小型外贸企业老板、实际负责人及高层管理者群体,调研周期为2021年5-7月。本次调研共回收有效问卷348份。调研问卷分别涉及企业经营情况、企业

跨境电子商务转型意愿、企业对跨境电子商务认知及跨境电子商务转型影响因素等方面,具体内容涉及上述问题的现状评价、发展障碍及对策建议,调研问卷设计具体如表1所示。

表1 调研问卷具体问题信息

Tab. 1 Specific question information of the questionnaire

调研项目	问题选项
样本背景信息	1. 企业规模
	2. 企业存续时间
	3. 企业年销售额
	4. 企业所处发展阶段
	5. 企业业务经营类型
企业发展现状评价	1. 企业经营情况评价
	2. 企业经营中面临的困难
对跨境电商认知	1. 是否了解跨境电商
	2. 哪些要素对发展跨境电商很重要
向跨境电商转型意愿	1. 是否需要从事跨境电商业务
	2. 是否愿意向跨境电商转型
	3. 向跨境电商转型时存在哪些困难

### (二) 样本背景分析

为真实有效地了解中小型外贸企业实际情况,依托多地政府商务系统及协会资源,采用定向发放回收方式,确保了问卷的客观性与针对性。依据348份问卷,针对所设计的企业背景信息,整理出表2。从人数规模看,微型企业样本最多,有232份,占比为66.67%;其次是小型企业,有72份,占比为20.69%;中型企业有44份,占比为12.64%。从存续时间看,企业存续时间超过5年的样本最多,有192份,占比为55.17%;其次是存续时间1~3年的企业,有84份,占比为24.13%;存续时间3~5年的样本有48份,占比为13.79%;存续时间1年以下的样本有24份,占比为6.90%。从年销售额看,1001万以上的样本最多,有156份,占比为44.83%;其次是101~500万的样本,有108份,占比为31.03%;100万以下样本有52份,占比为14.94%;501~1000万样本有32份,占比为9.20%。从发展阶段看,成长期样本最多,有160份,占比为45.98%;其次是创立初期样本,有96份,占比为27.59%;成熟期样本有48份,占比为

13.79%; 转型调整期样本有32份, 占比为9.19%; 衰退期样本有12份, 占比为3.45%。从行业类型看, 劳动密集型样本最多, 有120份, 占比为34.49%; 其次是技术密集型样本, 有96份, 占比为27.59%; 资本密集型样本有88份, 占比为25.28%; 资源密集型样本有44份, 占比为12.64%。从上述样本细分背景数据来看, 调研数据具有较好的代表性, 能够适用于中小型外贸企业跨境电子商务转型信息的分析。

表2 调研样本背景一览表

Tab. 2 Survey sample background list

维度	分类	数量	百分比/%
人数规模	微型(20人及以下)	232	66.67
	小型(21~300人)	72	20.69
	中型(301~1000人)	44	12.64
存续时间	1年以下	24	6.90
	1~3年	84	24.13
	3~5年	48	13.80
	5年以上	192	55.17
年销售额	100万以下	52	14.94
	101~500万	108	31.03
	501~1000万	32	9.20
	1001万以上	156	44.83
发展阶段	创立初期	96	27.59
	成长期	160	45.98
	成熟期	48	13.79
	转型调整期	32	9.19
	衰退期	12	3.45
行业类型	劳动密集型(以劳动力消耗为主)	120	34.49
	资本密集型(以资金消耗为主)	88	25.28
	技术密集型(以技术、知识消耗为主)	96	27.59
	资源密集型(以资源消耗为主)	44	12.64

数据来源: 根据调研数据整理。

### 三、调研结果分析

#### (一) 中小型外贸企业经营情况分析

在企业经营现状评价方面, 有220个样本认为

企业经营现状一般, 占比为63.22%; 有24个样本认为企业经营现状非常不好, 占比为6.90%; 有24个样本认为企业经营现状不好, 占比为6.90%; 将三者合并, 累计占比为77.02%。这说明有超过四分之三样本认为企业经营情况不佳。此外, 有76个样本认为企业经营现状好, 占比为21.84%; 有4个样本认为企业经营现状非常好, 占比为1.14%。总体上看, 大多数中小型外贸企业对其经营情况评价不高。

在企业经营困难方面, 如表3所示, 有228份样本认为企业面临最大的困难是“市场竞争大, 开发难度大”, 占比为65.52%。排名第二的困难是“原材料、房租、人工设备等成本过高”, 有160个样本, 占比为45.98%。这两个困难显著高于其他困难类型。此外, 还有两种困难的占比超过30%, 分别是“上下游客户等供应链压力”和“招工难、用工难等人力资本压力”, 分别有136个样本和128个样本, 占比分别为39.08%和36.78%。这说明中小型外贸企业面临市场收入与经营成本的双重压力。此外, 还有5个样本选择了“其他”, 具体内容为“海运费价格上涨太快, 想注册公司还需要租办公室注册”“外贸国际环境恶劣, 集装箱难提, 海运费过高, 汇率偏低”“订舱难”“物流出现问题无法申诉”, 这是在问卷设计选项之外, 调研样本更加强调的困难类型。这些困难又与2020年以来持续蔓延的全球范围新冠肺炎疫情有关, 也与复杂多变的全球大环境存在一定关联。

表3 企业经营管理存在的困难

Tab. 3 Difficulties in enterprise management

类型	数量	百分比/%
市场竞争大, 开发难度大	228	65.52
原材料、房租、人工设备等成本过高	160	45.98
上下游客户等供应链压力	136	39.08
招工难、用工难等人力资本压力	128	36.78
企业转型升级压力	84	24.14
融资难、融资贵等资金困难	80	22.99
技术或产品创新难	60	17.24

数据来源: 根据调研数据整理。

## (二) 中小型外贸企业对跨境电子商务认知分析

在对跨境电子商务认知方面,有 152 个样本对跨境电子商务业态的认知程度一般,占比为 43.68%;有 80 个样本对跨境电子商务业态不了解,占比 22.99%;有 12 个样本对跨境电子商务业态非常不了解,占比为 3.45%;三者合计占比为 70.12%。由此可见,有超过 70%的中小型外贸企业认为不熟悉跨境电子商务业态。此外,有 100 个样本了解跨境电子商务业态,占比为 28.74%;有 4 个样本非常了解跨境电子商务业态,占比为 1.15%。

在跨境电子商务关键要素认知方面,如表 4 所示,有 252 个样本认为跨境电商平台对中小型外贸企业发展跨境电子商务很重要,占比为 72.41%,这也是排名第一的要素。排名第二的要素为政府配套政策,有 244 个样本选择该要素,占比为 70.11%。这两个是中小型外贸企业选择超出 70%的要素。选择比例超出 60%的要素有人才、物流供应链,占比分别为 64.37%和 63.22%;选择比例超出 50%的要素有产品、跨境电商相关培训,占比分别是 58.62%和 55.17%。中小型外贸企业对支付的重要性认知不高,仅有 100 个样本选择该要素,其占比为 28.74%,这也是中小型外贸企业选择比例最低的要素。

表 4 中小型外贸企业对跨境电子商务关键要素认知情况

Tab. 4 Cognition of small and medium-sized foreign trade enterprises on key elements of cross-border e-commerce

要素	数量	百分比/%
跨境电商平台	252	72.41
政府配套政策	244	70.11
人才	224	64.37
物流/供应链	220	63.22
产品	204	58.62
跨境电商相关培训	192	55.17
综合服务企业	164	47.13
支付	100	28.74

数据来源:根据调研数据整理。

## (三) 中小型外贸企业向跨境电子商务转型意愿分析

从跨境电子商务业务的必要性评价看,168 个

样本认为有必要从事跨境电子商务业务,占比为 48.28%;有 76 个样本认为非常有必要从事跨境电子商务业务,占比为 21.84%;两者合计占比为 70.12%。由此可见,有超过 70%的中小型外贸企业对从事跨境电子商务业务的必要性评价较高。此外,有 56 个样本认为从事跨境电子商务的必要性为一般,占比为 16.09%;有 44 个样本认为没必要从事跨境电子商务业务,占比为 12.64%;有 4 个样本认为非常没必要从事跨境电子商务业务,占比为 1.15%。

从跨境电子商务转型意愿看,有 176 个样本愿意向跨境电子商务转型,占比为 50.57%;有 72 个样本非常愿意向跨境电子商务转型,占比为 20.69%;两者合计占比为 71.26%。由此可见,有超过 70%的中小型外贸企业想向跨境电子商务转型。此外,向跨境电子商务转型意愿为一般的样本有 88 个,占比为 25.29%;有 12 个样本不愿意向跨境电子商务转型,占比为 3.45%。

在向跨境电子商务转型的困难方面,如表 5 所示,人才是制约中小型外贸企业向跨境电子商务转型的首要困难,有 248 个样本认可该观点,占比为 71.26%。这反映出中小型外贸企业对人才吸引力不高,且跨境电子商务作为一种新业态新模式,专业

表 5 中小型外贸企业向跨境电子商务转型的困难调研结果  
Tab. 5 Research results of difficulties in the transformation of small and medium-sized foreign trade enterprises to cross-border e-commerce

困难点	数量	百分比/%
需要熟悉跨境电商的企业人才	248	71.26
需要政府方面的支持政策	236	67.82
需要跨境电商方面的培训	216	62.07
需要优化通关、物流、支付等跨境电商支持环节	188	54.02
选择适合产品的跨境电商平台	180	51.72
需要专项的资金支持	168	48.28
需要改善跨境电商发展所需的营商环境	156	44.83
开发适合跨境电商市场的产品	140	40.23
需要专门的运营团队/代运营企业的帮扶	140	40.23
老板或经营者对跨境电商的重视理念	84	24.14

数据来源:根据调研数据整理。

人才本身是短缺的。占比超过60%的困难还有政府扶持政策和跨境电子商务培训,占比分别为67.82%和62.07%。此外,跨境电子商务支持环节与跨境电子商务平台也是困扰中小型外贸企业向跨境电子商务转型的因素,其占比分别为54.02%和51.72%,均超过了50%。从调研结果看,老板或经营者对跨境电子商务的重视理念并未成为中小型外贸企业向跨境电子商务转型的主要困难。

#### 四、中小型外贸企业跨境电子商务转型障碍分析

##### (一) 多重经营压力困扰着跨境电子商务转型发展

受到国内外复杂多变的外贸环境及持续蔓延疫情冲击,加之中小型企业自身固有的短板,超过四分之三的中小型外贸企业反映其经营情况不佳。当企业经营状况不好时,更需要进行转型创新,但由于中小型外贸企业自身竞争力不强、活力不高、抗风险能力不强,遇到经营困难时更多时间与精力用于如何减缓不佳的经营状况、如何筹集资金用于企业日常经营。中小型外贸企业面临的经营困难类型不仅多样,而且困难影响程度也较高,面临市场开拓与内部经营的多重压力,这势必会影响到收入与成本,使其面临营收与支出的双重压力。为了缓解经营压力与各种困难,中小型外贸企业会聚焦在扩大市场需求、降低经营成本、筹措经营资金、疏通企业供应链等方面,从而无暇顾及向跨境电子商务转型发展,又加之转型势必存在诸多风险与失败的概率,这又会加剧中小型外贸企业跨境电子商务的转型难度。

##### (二) 对跨境电子商务缺乏认知影响跨境电子商务转型发展

虽然跨境电子商务已发展十余年,但是对传统外贸行业及中小型外贸企业而言仍是新兴事物,有超过70%的中小型外贸企业不熟悉跨境电子商务业态、不了解跨境电子商务的必要性以及如何从事跨境电子商务业务。依据跨境电子商务生态系统相关理论,跨境电子商务平台是核心要素,供应商和消费者是关键要素,物流与支付则是支撑要素<sup>[11]</sup>。依据中小型外贸企业对跨境电子商务关键要素的调研

结果,发现中小型外贸企业不仅对跨境电子商务业态缺少认知,对跨境电子商务发展的关键要素也存在诸多的认知偏误。仅有28.73%的中小型外贸企业认为支付对跨境电子商务很重要,跨境电子商务平台、产品、物流供应链等要素重要性的认可程度也不算高。由于缺乏对跨境电子商务关键要素的充分认知,势必降低中小型外贸企业跨境电子商务发展效率,甚至会影响到其转型发展。

##### (三) 多重转型压力加持限制了跨境电子商务发展

中小型外贸企业在向跨境电子商务转型时,除受到上述困难的束缚外,还面临来自转型的困难与压力,多重转型压力加持使得其发展更加艰难。从调研结果看,人才成为困扰中小型外贸企业跨境电子商务转型发展的首要障碍。人才的缺乏不仅体现在数量上,更体现在质量短缺上,已成为困扰跨境电子商务发展的核心问题<sup>[12]</sup>。除了人才障碍外,政府扶持政策、跨境电子商务培训、跨境电子商务关联环节、营商环境、产品开发等都困扰着中小型外贸企业跨境电子商务转型发展,这些压力不仅涉及面较广,而且影响程度较高。许多中小型外贸企业面临着多重压力,即便对跨境电子商务必要性具有一定的认知,也具有一定的转型意愿,但转型难度仍较高。

##### (四) 不同企业差异显著加剧了自身发展及转型难度

由于存在企业规模、存续时间、年销售额、发展阶段及行业类型的差异,导致不同类型的企业无论是经营现状、困难评价、跨境电商认知、转型意愿及问题等方面都存在较大差异。不同类型的企业面临不同的经营问题需要解决,也对跨境电商转型的意愿产生不同的表现,这些都会影响中小型外贸企业向跨境电商转型。在制定相关政策与措施时,不能一刀切,需要针对不同类型企业差别化处理,这就增加了政策制定的难度与适用性。

#### 五、中小型外贸企业跨境电子商务发展建议

##### (一) 提高跨境电子商务认知,增强中小型外贸企业转型的主动性

提升中小型外贸企业对跨境电子商务的认知水

平,让其意识到跨境电子商务转型的必要性,进而从主观上愿意向跨境电子商务转型发展。通过增强中小型外贸企业对跨境电子商务的认知程度,既能够提高其对跨境电子商务业态的熟悉程度,还能够提高其对跨境电子商务的重视程度。针对各级政府主管外贸及跨境电子商务业务的工作人员,要开展一系列跨境电子商务培训,提升其认知水平。与此同时,联动跨境电子商务平台企业,借助跨境电子商务主题培训、招商活动、论坛、展会、交流会、沙龙等形式,让中小型外贸企业更多接触、了解与熟悉跨境电子商务,进而提升中小型外贸企业对跨境电子商务业态的认知水平,提升其向跨境电子商务转型的主动性。

#### (二) 实施一系列扶持措施,助力中小型外贸企业缓解经营压力

对于中小型外贸企业而言,无论是缓解其自身经营压力,还是应对向跨境电子商务转型时的诸多压力,除依靠自身力量外,更需要政府出台一系列纾困扶持政策。通过一系列扶持政策,不仅能够帮助中小型外贸企业缓解经营压力,更能够吸引这些企业向跨境电子商务转型。扶持政策不单局限于定向的、专项的资金扶持措施,更应包括营商环境、资源对接、市场宣传、供应链优化等方面。

#### (三) “引留培借”多方揽才,打通跨境电子商务转型发展的人才瓶颈

为缓解中小型外贸企业的跨境电子商务人才需求难题,需建立“引留培借”人才机制。建议省市层面建立跨境电子商务协会、跨境电子商务学会及跨境电子商务研究院,构建多维度的跨境电子商务人才供给网络。制定省市层面的人才引进政策,将跨境电子商务专业人才纳入省市人才计划,吸引跨境电子商务人才向中小型外贸企业流动,同时加强引进人才的服务工作,刺激引入人才的稳定性与落地发展;以行业协会、跨境电子商务平台企业为载体,推行跨境电子商务人才专项培训活动,重点针对中小型外贸企业实施跨境电子商务业务培训系列活动,提升中小型外贸企业的跨境电子商务业务能力与知识水平;充分发挥高校院所、行业专家、第三方智库的作用,为行业发展、企业咨询提供第三

方智力支持。

#### (四) 聚焦企业差异化需求,制定适宜的扶植政策体系

中小型外贸企业因个体差异会存在不同的表现与政策诉求,这些差异不仅体现在经营现状、经营困难等方面,也体现在对跨境电商的认知程度、转型意愿及困难等方面。因此,在制定中小型外贸企业帮扶政策时,应充分考虑到不同规模、存续时间、发展阶段、行业的企业状态,要避免统一政策、统一标准来推出扶持政策。不仅如此,各地政府制定政策时,还应聚焦到小型与微型外贸企业,这类企业更加脆弱,更需要相关政策的帮扶。除要围绕中央相关政策外,还需要结合自身的产业特征与资源禀赋,围绕本地企业经营现状与实际诉求,出台适合本地中小型外贸企业转型的政策体系。

#### 六、结论

在传统外贸增长乏力及跨境电子商务快速发展的背景下,我国中小型外贸企业面临诸多经营困难,尤其在更加复杂的国际经营环境及持续蔓延疫情的冲击下,经营状态更是艰难,这就需要加快向跨境电子商务新业态新模式转型发展。绝大多数中小型外贸企业经营现状不佳,且面临着市场开发难、成本压力大等困难,虽然这些企业对跨境电子商务的必要性具有一定的认可,具有向跨境电子商务转型的意愿,但是大部分中小型外贸企业缺乏对跨境电子商务业态的认知,加之在转型时仍面临人才短缺、支持政策缺乏、配套环节缺失、资金短缺等困难,从而影响了中小型外贸企业跨境电子商务转型发展。为更好促进中小型外贸企业跨境电子商务转型发展,除从中小型外贸企业自身出发外,更需要充分发挥政府的引导作用,多方举措、多维并举提升政府部门及中小型外贸企业对跨境电子商务的认知水平,提高中小型外贸企业转型的主动性与积极性,更需要出台一系列扶持政策与措施,制定跨境电子商务人才机制。

## 参考文献:

- [1]张夏恒. 新冠肺炎疫情对中小微外贸企业的影响及其应对[J]. 产业经济评论 2020(3):27-37.
- [2]王健,巨程晖. 互联网时代的全球贸易新格局: 普惠贸易趋势[J]. 国际贸易 2016(7):4-11.
- [3]王惠敏. 跨境电子商务与国际贸易转型升级[J]. 国际经济合作 2014(10):60-62.
- [4]张正荣,杨金东. 跨境电子商务背景下服装外贸企业的价值链重构路径——基于耦合视角的案例研究[J]. 管理案例研究与评论,2019,12(6):595-608.
- [5]郭四维,张明昂,王庆,等. 新常态下的“外贸新引擎”: 我国跨境电子商务发展与传统外贸转型升级[J]. 经济学家 2018(8):42-49.
- [6]刘娟,王维薇,冯利. 普惠贸易视角下小额跨境电子商务对国际贸易影响的实证分析[J]. 国际商务(对外经济贸易大学学报) 2018(5):49-60.
- [7]王喜荣,余稳策. 跨境电商发展与传统对外贸易互动关系的实证分析[J]. 经济与管理研究 2018,39(2):79-86.
- [8]刘浩. 颠覆性商业时代下跨境电商与贸易增长的相关性分析[J]. 商业经济研究 2016(20):143-145.
- [9]廖润东. 中小型外贸企业跨境电商零售出口的困境及对策[J]. 企业经济 2017,36(11):62-67.
- [10]马述忠,郭继文. 选择传统贸易还是跨境电商——销售渠道视角下消费者与生产者的决策分析[J]. 浙江社会科学 2019(5):23-32,13,155-156.
- [11]张夏恒. 跨境电子商务生态系统研究[M]. 北京: 经济科学出版社 2017.
- [12]张夏恒. 跨境电子商务人才供需矛盾与解决路径[J]. 当代经济管理 2017,39(9):68-72.

## Difficulties and Countermeasures of Cross-border E-commerce Transformation of Small and Medium-sized Foreign Trade Enterprises

ZHANG Xiaoheng

(School of Economics and Management, Chuzhou University, Chuzhou 239000, China)

**Abstract:** Promoting the transformation and development of small and medium-sized foreign trade enterprises to cross-border e-commerce is of great significance to the innovative development of China's traditional foreign trade and the rapid growth of small and medium-sized foreign trade enterprises. Through the investigation of 348 small and medium-sized foreign trade enterprises, focusing on the business status, cross-border e-commerce cognition, cross-border e-commerce transformation willingness and obstacles of small and medium-sized foreign trade enterprises, this paper aims to clarify the obstacles to cross-border e-commerce transformation of small and medium-sized foreign trade enterprises in China. The survey results show that the operation status of small and medium-sized foreign trade enterprises is difficult for they lack the awareness of cross-border e-commerce and face many obstacles such as the short of talents, policies and supporting resources during the transformation. Also, significant differences exist between foreign trade enterprises of different sizes, development stages, duration of existence and industry types. Based on this, it is suggested that on the basis of improving the cognition of cross-border e-commerce, a series of supporting policies should be issued, and a cross-border e-commerce talent mechanism must be established to promote the development and transformation of cross-border e-commerce of small and medium-sized foreign trade enterprises.

**Key words:** small and medium-sized foreign trade enterprises; cross-border e-commerce; talent; policy

(责任编辑: 练秀明)