

跨境电商快速发展对我国外贸企业竞争力提升的影响

李岩

江西应用科技学院 江西南昌 330100

DOI: 10.12238/ems.v6i12.10843

[摘要] 随着全球化不断深入和互联网技术的迅猛发展,跨境电商已成为推动我国外贸企业竞争力提升的重要力量。本文围绕跨境电商对我国外贸企业竞争力的影响进行探讨,首先分析了跨境电商的发展趋势,并指出其为外贸企业提供了市场拓展、成本优势、品牌建设和数据驱动等方面的积极影响。本文也识别了跨境电商发展中的挑战,并提出了应对策略。

[关键词] 跨境电商; 外贸企业; 竞争力提升

The impact of the rapid development of cross-border e-commerce on the competitiveness of China's foreign trade enterprises

Li Yan

Jiangxi Institute of Applied Science and Technology, Jiangxi Nanchang 330100

[Abstract] With the deepening of globalization and the rapid development of Internet technology, cross-border e-commerce has become an important force to promote the competitiveness of China's foreign trade enterprises. This paper discusses the impact of cross-border e-commerce on the competitiveness of China's foreign trade enterprises. First, it analyzes the development trend of cross-border e-commerce, and points out that it provides a positive influence on market expansion, cost advantage, brand building and data-driven for foreign trade enterprises. This paper also identifies the challenges in the development of cross-border e-commerce and proposes coping strategies.

[Keywords] cross-border e-commerce; foreign trade enterprises; competitiveness enhancement

引言

在全球经济一体化和信息时代背景下,跨境电商作为一种新型的国际贸易模式,正以其独特的优势重塑全球贸易格局。对于我国外贸企业而言,跨境电商不仅拓宽了销售渠道,降低了交易成本,而且还加速了品牌国际化进程。本文旨在深入分析跨境电商对我国外贸企业竞争力提升的积极作用及所面临的挑战,并通过实证分析,探讨企业如何利用跨境电商平台提升自身的国际竞争力,以期为我国外贸企业在跨境电商领域的发展提供参考和借鉴。

1. 跨境电商的定义与发展程度

跨境电商,也被称为跨境电子商务,是指利用电子商务平台开展的跨国贸易行为,这为商家和消费者提供了一个跨越国界进行商品和服务交易的平台。伴随着互联网技术快速发展和全球贸易不断整合,跨境电商已成为世界贸易中的一个重要部分,尤其是我国跨境电商呈爆炸性发展态势,已成为外贸的一个新增长点。既给中小企业带来国际市场直接进入机会、降低传统外贸门槛与成本,又通过算法与大数据分析技术手段增强市场预测精确性与交易便捷性。

2. 跨境电商对我国外贸企业竞争力提升的影响

2.1 市场拓展效应

2.1.1 全球市场接入渠道与潜在客户群扩大

跨境电商直接打通了中国外贸企业进入全球市场的渠道,使这些企业可以很容易地与全球消费者联系在一起。企业可透过网络平台而不顾地理界限向全球潜在顾客展示货物

与服务,大大拓展顾客基础。这一全球化市场接入方式在增加企业产品国际曝光度的同时也增强了对企业对外贸易流向控制。借助大数据、互联网等营销工具,商家能够更加准确地定位市场、分析消费者行为,以寻找市场新机遇,达到准确推广产品、提供服务的目的。在跨境电商平台日益完善与优化的背景下,商家更可以多渠道多平台地在全球范围内同步销售商品,切实提高国际市场份额。

2.1.2 市场进入门槛的降低与中小企业国际参与度的提高

跨境电商极大地降低了企业尤其是中小企业迈向国际门槛。传统外贸模式对企业资金、人力和经验都有较高要求,而跨境电商平台提供了相对低廉的国际市场进入渠道,简化了贸易流程和操作复杂度。中小企业可以利用电子商务平台,在已建成的物流、支付和服务体系帮助下,免去建立独立国际销售网络的巨额投入。跨境电商平台还为中小企业进行市场趋势分析、广告推广、交易保护等提供了丰富的资源和工具,显著降低了风险和成本,提升了中小企业的国际竞争力。

2.2 成本控制效应跨境电商

2.2.1 营销与分销成本的降低

跨境电商以其特有的在线平台显著减少外贸企业的销售和配送成本。传统国际贸易对中间环节要求较高,例如国际市场调研,代理商分销等等,这就带来了额外的市场及分销开销。而且使用跨境电商平台后,商家能够直接与消费者联系,免去了多层分销商的麻烦,进而减少中间环节带来的附

加费用。与传统广告相比,电子商务中的营销策略,如搜索引擎优化(SEO)、社交媒体营销(SMM)和电子邮件营销等,都显得更为经济和高效,可以在数据分析的基础上进行有针对性的市场推广,增加广告的转化率以及投资回报率。

2.2.2 供应链管理的优化与库存物流成本的减少

跨境电商崛起有助于企业优化供应链管理,降低库存与物流成本。在先进信息技术的支持下,企业可以对市场需求进行实时监测,对销售趋势进行准确预测,以达到更加灵活地进行库存管理和降低积压库存造成成本损失的目的。电商平台数据分析能力使商家能够按照消费者购买习惯与喜好按需生产、及时进货,降低产品生命周期、减少过时造成库存积压。与此同时,跨境电商平台也倾向于与国际物流服务商建立合作关系,以集中配送、批量运输等方式来降低单件货物物流成本,并在关税方面、清关环节还可享受电商平台优惠政策及便利措施。

2.3 品牌提升效应

2.3.1 品牌国际化进程的加强

在当今全球化的商业环境中,跨境电商无疑为企业开辟了一条通向国际市场的快速通道,显著加快了品牌的国际化进程。跨境电商平台打破了地域的限制,使得企业能够轻松地跨越国界,将品牌和产品直接展示在全球消费者的面前。过去,企业要进入国际市场,往往需要经历繁琐的渠道建设、市场调研和合作伙伴寻找等过程,这不仅耗时费力,还充满了不确定性。而现在,通过跨境电商,企业可以迅速在全球范围内布局,以较低的成本和风险实现品牌的国际化拓展。以一家专注于时尚饰品的中小企业为例,在跨境电商出现之前,其产品主要在国内市场销售,虽然品质优良、设计独特,但受限于国内市场的竞争激烈和消费需求的有限性,发展遭遇瓶颈。然而,借助跨境电商平台,该企业能够将其精心打造的饰品展示给世界各地的消费者。通过精准的市场定位和有效的推广策略,其产品在美国市场获得了广泛的认可,品牌知名度迅速提升。企业在跨境电商平台上不仅能够销售商品,更重要的是能够通过创新的内容营销和活跃的社交媒体互动,深入地传达品牌故事和价值观。比如,一家中国的茶叶企业,在跨境电商平台上,不仅仅是简单地罗列茶叶的品种和价格,而是通过精心制作的视频和文字,讲述茶叶的采摘、制作过程,分享中国传统茶文化的内涵和魅力,从而吸引了众多国际消费者的关注和喜爱。在社交媒体方面,企业可以利用各大社交平台,如Instagram、Facebook等,与消费者进行实时互动。举办线上活动,邀请消费者分享他们使用产品的体验和感受,进一步增强消费者对品牌的认同感和归属感。通过这种方式,企业能够全球范围内树立起独特而鲜明的品牌形象,吸引更多的消费者关注和选择。

2.3.2 品牌知名度与消费者信任度的提高

在跨境电商的浪潮中,企业不仅获得了更广阔的市场空间,还迎来了提升品牌知名度和增强消费者信任度的绝佳契机。跨境电商的兴起让企业的品牌能够突破地域的束缚,触达全球各个角落。以往,一个品牌可能仅仅在本土市场或者少数几个相邻地区为人所知,但现在,通过跨境电商平台,无论是欧美、亚太还是非洲,都有可能成为品牌的潜在市场。这种广泛的市场覆盖使得品牌能够被更多的消费者所认识和了解,从而极大地提高了品牌的知名度。以一家新兴的智能家居品牌为例,通过在跨境电商平台上的积极推广,其产品迅速在全球范围内获得了曝光。原本在国内市场默默无闻的品牌,凭借优质的产品和创新的设计,在短时间内吸引了来

自世界各地消费者的目光,品牌知名度迅速攀升。电商平台的用户评价系统成为了消费者真实反馈信息的重要渠道。正面的评价和良好的口碑如同强大的催化剂,能够有效地提升潜在购买者对品牌的信任度。当一位消费者在考虑购买某一品牌的产品时,往往会首先查看其他用户的评价。如果看到众多的好评和满意的反馈,他们会更倾向于相信这个品牌的产品质量和服务水平,从而降低购买决策的风险。此外,透明化的交易记录和专业化的客户服务也是提升消费者品牌好感与忠诚度的关键因素。透明化的交易记录让消费者能够清晰地了解产品的来源、价格构成以及交易的全过程,增加了交易的透明度和公正性。专业化的客户服务则能够及时解决消费者在购买和使用产品过程中遇到的问题,让消费者感受到品牌对他们的关心和尊重。例如,一家跨境电商服装品牌,不仅提供详细的产品尺码、材质等信息,还公开每一笔交易的物流信息和支付记录。同时,其客服团队能够在24小时内回复消费者的咨询和投诉,为消费者提供专业的建议和解决方案。这种高度透明和优质的服务,使得消费者对该品牌产生了深厚的好感和忠诚度,不仅自己多次购买,还积极向身边的朋友推荐。

2.4 技术创新效应

2.4.1 企业数字化转型的促进

跨境电商崛起催生出企业数字化转型大潮,通过电子商务先进技术和平台的导入,使企业由传统运营向数字化经营发生根本性变革。这一转变并不限于营销与销售环节,而是涵盖了供应链管理,客户关系管理,数据分析等诸多领域。数字化工具例如云计算,大数据分析以及人工智能在企业日常经营中得到广泛使用,提升了经营效率以及决策精确度。

2.4.2 商业模式与营销策略的创新

技术创新给企业带来一种全新的商业模式与营销策略。跨境电商环境下,商家可以借助大数据,人工智能,区块链等新兴技术研发个性化产品与定制化服务。这些技术使商家能够对消费者数据进行深度挖掘,进行更为准确的市场定位与用户画像分析以推出更加契合市场需求的商品与服务。与此同时,各企业也利用社交媒体这一平台来实施互动式的营销策略,如内容营销和影响者营销等新颖的营销手段,以加强与消费者之间的互动和联系,从而提升品牌的影响力和渗透力。商家们还一直在探索通过订阅模式和共享经济的创新商业模式来扩大收入来源以增强用户黏性,扩大市场占有率。科技的发展不断驱动着商业模式与营销策略的迭代与更新,驱动着企业在竞争激烈的市场中处于领先地位。

结束语

综上所述,跨境电商的快速发展无疑为我国外贸企业提供了前所未有的机遇,通过市场拓展、成本控制、品牌塑造和数据分析等方面显著提升了企业的国际竞争力。然而,新的商业模式也带来了新的挑战,企业必须针对性地制定策略,积极应对。展望未来,跨境电商将继续成为推动我国外贸发展的关键动力,而企业如何在变化的国际环境中调整战略,不断提升自身竞争力,将是实现可持续发展的关键。

【参考文献】

- [1] 尔扎莫. 跨境电商正外部性对我国外贸竞争力的影响[J]. 商业经济研究, 2021, (21): 143-146.
 - [2] 覃娟. 跨境电商发展对我国服务贸易竞争力的影响: 理论与实证[J]. 商业经济研究, 2021, (20): 151-154.
- 作者简介: 李岩(1980-11), 男, 汉, 广东人, 硕士, 无职称, 研究方向: 国际商务。