

跨境电商赋能中小企业竞争力提升的机制与路径研究

董 涵

上海理工大学马克思主义学院, 上海

收稿日期: 2026年6月10日; 录用日期: 2026年6月24日; 发布日期: 2026年8月6日

摘 要

在数字经济与全球贸易深度融合背景下, 跨境电商已成为中小企业突破发展瓶颈、提升核心竞争力的关键引擎。本文聚焦跨境电商赋能中小企业竞争力提升的核心命题, 系统解构二者深度关联的内在逻辑, 识别出人才结构性短缺、资金供应不足、物流体系不完善、合规管理薄弱、品牌竞争力薄弱等现实困境。研究表明, 需通过企业、政府、行业多维度协同发力, 构建复合型人才支撑体系、拓宽多元化融资渠道、优化跨境物流网络、强化合规管理、推进品牌建设, 充分释放跨境电商赋能价值。本文结论为中小企业依托跨境电商实现国际化高质量发展提供理论参考与实操指引, 也为数字贸易环境下市场主体竞争力培育提供学理支撑。

关键词

跨境电商, 中小企业, 竞争力, 赋能机制

Research on the Mechanism and Path of Cross-Border E-Commerce Empowering the Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises

Han Dong

School of Marxism, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: June 10, 2026; accepted: June 24, 2026; published: August 6, 2026

Abstract

Against the backdrop of the deep integration of the digital economy and global trade, cross-border e-commerce has become a key engine for small and medium-sized enterprises (SMEs) to break through development bottlenecks and enhance core competitiveness. Focusing on the core proposition of cross-border e-commerce empowering SMEs to improve their competitiveness, this paper systematically deconstructs the internal logic of the deep correlation between the two, and identifies practical dilemmas including structural talent shortages, insufficient capital supply, imperfect logistics systems, weak compliance management, and poor brand competitiveness. The research shows that it is necessary to build a composite talent support system, broaden diversified financing channels, optimize cross-border logistics networks, strengthen compliance management, and promote brand construction through the coordinated efforts of enterprises, governments and industries, so as to fully release the empowering value of cross-border e-commerce. The conclusion of this paper provides theoretical references and practical guidelines for SMEs to achieve high-quality international development relying on cross-border e-commerce, and also provides theoretical support for the cultivation of market entities' competitiveness in the digital trade environment.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, Small and Medium-Sized Enterprises, Competitiveness, Empowerment Mechanism

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

中小企业是国民经济与产业体系中最具活力的市场主体，在吸纳就业、促进技术创新、增强产业链韧性等方面发挥着不可替代的作用。工业和信息化部数据显示，2025 年，我国规模以上工业中小企业增加值同比增长 6.9%，高于全部规模以上工业 1.0 个百分点，连续 3 年高于全部规模以上工业增速¹，表明我国中小企业具备较强的经营韧性与成长潜力。然而在传统外贸模式下，中小企业普遍面临国际渠道有限、交易成本偏高、市场信息不对称等现实约束，国际化发展空间受到明显制约。在此背景下，跨境电商凭借数字化、网络化、轻量化优势，逐步成为中小企业拓展国际市场的重要载体。据海关初步统计，2025 年我国跨境电商进出口 2.75 万亿元²，跨境电商基础设施与配套服务体系持续完善，为中小企业依托数字化贸易开展全球化布局提供了现实条件。

现有文献对跨境电商与中小企业国际化的探讨已形成一定积累，但仍存在系统性局限。既有研究多聚焦于商业模式、运营策略与政策框架的表层描述，研究视角单一，缺乏对行业发展新阶段的整体性把握。当前跨境电商已进入稳规模、优结构、提质量的转型期，行业内获客成本攀升、品牌化能力薄弱、供应链韧性不足等结构性矛盾凸显，而现有成果对此类深层问题的探讨明显不足。同时，针对 B2B 监管创新、公共法律服务体系等最新实践进展，相关研究尚未形成系统性的理论回应与学术提炼，导致理论建构与现实发展存在脱节。基于上述理论缺口与现实背景，本文系统解构跨境电商赋能中小企业国际化的

¹https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202602/content_7059792.htm

²<http://www.customs.gov.cn/customs/xwfb34/302330/hgzs2025nqsjdjkqkxwfbh/index.html>

内在机理，重点剖析数字化转型、品牌建设、合规运营等核心瓶颈，并提出可操作的优化路径。本研究旨在为中小企业从产品输出向品牌化、规模化、可持续的国际化模式转型提供理论参考与实践启示。

2. 跨境电商赋能中小企业竞争力提升的内在逻辑

跨境电商与中小企业竞争力提升并非简单的线性关联，二者依托技术赋能、资源整合、市场拓展的三维传导机制形成深度关联，其内在逻辑呈现为基础支撑、核心驱动、价值实现层层递进的完整作用链条。

2.1. 技术赋能：构建竞争力提升的基础支撑

技术赋能是跨境电商驱动中小企业竞争力提升的底层逻辑，跨境电商依托大数据、人工智能、区块链等数字技术，为中小企业提供了高效的运营工具与技术支持^[1]，有效帮助企业优化信息处理流程、降低数字化应用门槛，进而将数字技术转化为自身的运营优势与竞争底气。跨境电商平台作为数字化贸易中介，以数字化培育新动能，用新动能推动新发展，推动中小企业在 5G、人工智能、工业软件、工业互联网平台等数字化领域加大创业创新力度，着力培育一批专精特新中小企业和“小巨人”企业³。这种赋能是通过数字手段重构企业运营模式、弥补能力短板，为中小企业参与国际竞争筑牢技术根基。

在具体运营场景中，数字技术的赋能价值得到充分体现。在市场调研环节，大数据分析技术能帮助中小企业快速捕捉全球消费者需求偏好、市场发展趋势等分散且复杂的信息，精准定位目标市场，从根本上避免盲目生产问题^[2]，通过提升信息获取、筛选与转化的效率，缓解了国际市场中普遍存在的信息不对称困境。在运营管理环节，智能客服、自动化订单处理等工具贴合中小企业的运营规模与能力现状，易用性与实用性兼具，能够降低企业数字化转型的学习成本与应用成本，推动企业主动运用数字工具优化运营流程，不仅有效降低了人力成本，还大幅提升了服务响应效率。而在跨境支付环节，区块链技术实现了交易信息的全程可追溯与不可篡改，有效降低了跨境支付风险与汇率波动带来的损失^[3]，进一步增强了企业对数字技术的认可与应用意愿，推动数字技术与企业跨境运营各环节深度融合。正是这种技术赋能，让中小企业突破了传统运营模式的效率瓶颈，逐步积累起区别于同类企业的运营能力与资源优势。

2.2. 资源整合：激活竞争力提升的核心驱动力

中小企业参与全球市场竞争的突出短板，在于资源禀赋相对不足与要素整合能力偏弱，难以依靠自身积累形成可持续竞争优势。资源基础观认为，企业竞争优势源于内部异质性、稀缺性、难以模仿的资源与能力；动态能力理论则强调，企业需在复杂环境中持续整合、重构内外部资源以适应市场变化。跨境电商为中小企业提供了资源获取、配置与协同的关键载体，使其能够突破个体资源约束，完成“资源整合 - 能力重构 - 竞争优势形成”的完整逻辑链条。

从运行机制来看，平台依托数字技术实现全球生产要素的高效集聚与配置，为中小企业弥补资源短板提供了可行路径。在供应链层面，企业可借助平台对接海内外供应商，低成本获取生产资料与配套服务，优化生产结构、提升产品质量；在市场层面，平台打破传统贸易壁垒，降低国际化准入成本，帮助企业快速触达海外市场与消费需求，将信息优势转化为营销与定位能力^[4]。从动态能力视角来看，平台的赋能不仅体现在资源获取，更在于推动企业资源重构与能力升级，促进上下游协同合作与资源共享，推动企业从单一产品竞争转向产业链协同竞争。中小企业在持续吸收、整合外部资源的过程中，不断提升市场响应、供应链协调与风险应对水平，逐步形成专业化、精细化的竞争优势，最终构建起可持续的国际竞争力。

³https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202412/content_6992542.htm

2.3. 市场拓展：实现竞争力提升的价值闭环

市场拓展是跨境电商赋能中小企业竞争力提升的最终落脚点，也是企业实现价值转化、形成闭环成长的关键环节。企业竞争力的核心表征在于市场价值的有效实现，跨境电商为中小企业构建了集产品供给、市场对接与价值转化于一体的良性循环生态系统。从交易成本理论与全球价值链理论来看，传统国际贸易存在较高的渠道成本、信息壁垒与市场准入门槛，致使中小企业长期处于价值链弱势地位。而跨境电商平台凭借数字化优势，有效打破地理限制与渠道垄断，为中小企业直通全球市场提供了重要载体，显著提升其在国际分工中的参与度与话语权。

从作用机制来看，跨境电商从市场准入、精准对接、动态迭代三个层面形成完整价值闭环。一方面，平台大幅降低中小企业进入国际市场的制度性与经济性壁垒，企业无需大规模海外实体布局即可开展跨境贸易，显著节约线下渠道搭建与运营成本[5]。另一方面，平台依托大数据分析、个性化推荐与精准营销工具，实现产品与海外客户的高效匹配，大幅提升市场转化效率[2]。同时，海外用户反馈与市场需求能够通过平台快速传导至生产端，推动企业持续进行产品迭代与服务优化，形成“市场拓展－需求反馈－创新升级－竞争力提升”的良性递进路径。在动态能力视角下，这一过程不断强化企业的市场感知与快速响应能力，最终实现从产品出海到价值出海的跨越，完成竞争力提升的完整价值闭环。

3. 中小企业应用跨境电商提升竞争力的现实问题

跨境电商为中小企业培育与提升核心竞争力提供了关键的战略契机。但在实践推进层面，受企业内生能力不足、外部营商环境约束等多重因素的共同影响，中小企业的跨境电商发展遭遇多重现实难题，使得跨境电商的赋能价值未能得到有效释放，进而阻碍了中小企业借助跨境电商实现竞争力跃升的发展目标。

3.1. 人才供给与需求存在结构性矛盾

跨境电商业务的开展需要既掌握国际贸易、电子商务知识，又熟悉跨境物流、多语言沟通、跨文化营销、合规管理等实操技能的复合型人才。然而，中小企业由于规模偏小、薪资待遇有限、职业发展空间不足等原因，难以吸引和留住优质复合型人才。2025 年我国跨境电商领域人才缺口达 400 万人[6]，其中中小企业的人才缺口占比超 60%。同时，中小企业普遍缺乏完善的人才培养与发展机制，现有员工的专业技能与跨境电商业务需求存在明显不匹配，在平台运营、海外营销、知识产权保护等核心环节存在能力短板[7]。

3.2. 资金短缺制约业务规模化发展

中小企业借助跨境电商拓展海外经营时，资金供给短缺是制约其业务开展的关键瓶颈[8]。一方面，中小企业经营历史较短，原始资本积累不足，内源融资难以满足跨境电商业务发展的资金需求；另一方面，由于信用评级较低、财务制度不规范、缺乏有效抵押品等原因，中小企业难以获得银行贷款等传统外部融资支持。资金短缺限制了中小企业在平台推广、技术研发、物流建设、人才培养等核心环节的投入，导致多数企业难以形成规模化运营模式，在国际市场竞争中处于劣势。例如，武汉简一科技深耕中东功能膜跨境市场，因资金有限无法自主布局海外仓，长期依赖国际快递发货，物流成本高、配送时效无保障，成为企业拓展海外市场、提升核心竞争力的突出掣肘[9]。

3.3. 物流体系不完善且成本高昂

物流体系是跨境电商发展的核心支撑，也是中小企业面临的突出难题。当前，中小企业跨境电商物流主要依赖邮政小包、国际快递、专线物流等传统方式，普遍存在成本偏高、配送时效缓慢、服务稳定

性差等问题。相关数据显示,跨境电商物流成本平均占商品总价的 20%~30%,远超国内电商物流成本占比,严重压缩了中小企业的利润空间[10]。此外,跨境物流还面临通关流程繁琐、配送时效波动大、包裹丢件率较高、售后退换货流程复杂等问题,进一步加剧了物流运营难度。由于资金实力有限,中小企业难以自主布局海外仓,而第三方海外仓的市场化服务费用又相对较高,双重因素进一步加剧了中小企业的物流发展困境。

3.4. 合规风险与政策适配性不足

跨境电商涉及多个国家和地区的法律法规、税收政策、贸易壁垒等内容,对企业的合规管理能力提出了较高要求。中小企业由于缺乏专业的合规管理人才与体系,在知识产权保护、税收申报、产品认证等关键环节容易面临合规风险[7]。例如,2025年6月上海洋山海关在监管中查获一批申报为“玩具”的货物,含6960件未经授权的泡泡玛特侵权产品,海关依法扣留全部货物,相关中小企业因知识产权违规面临行政处罚[11]。同时,跨境电商监管规则与制度体系尚处于动态完善过程中,通关、退税、结汇等环节的协同效率有待提升,提高了中小企业的运营成本与外部不确定性。

3.5. 品牌竞争力薄弱且同质化严重

品牌建设滞后是中小企业在跨境电商领域的突出发展短板。我国中小企业出口产品多为附加值较低的初级产品,技术含量与创新水平不高,易被模仿复制,难以形成差异化竞争优势。在跨境电商平台上,大量中小企业集中在少数热门品类,产品同质化现象严重,企业只能通过低价竞争获取市场份额,进一步压缩自身利润空间。此外,中小企业品牌建设意识淡薄,缺乏对品牌定位、品牌文化、品牌推广的系统性规划,在国际市场上知名度较低,难以形成客户忠诚度。

4. 破解中小企业跨境电商应用困境的路径

针对中小企业依托跨境电商提升竞争力面临的现实问题,需从企业、政府、行业多维度协同施策,构建“企业为主体、政府作引导、行业强协同”的破解体系,推动跨境电商赋能效应充分释放。

4.1. 构建复合型人才支撑体系

人才是中小企业发展跨境电商的核心要素,需通过人才引进、人才培养、人才留存三维策略,系统性破解人才发展困境。其一,优化人才引进机制,中小企业应完善薪酬与激励体系,提升对跨境电商复合型人才吸引力,同时依托高校、人才市场、行业协会等多元渠道,拓宽复合型人才招聘范围。其二,深化校企协同培养,与高校共建跨境电商专业或定制化订单班,结合企业业务实际需求设计课程体系,开展实战化实训教学,定向培育契合岗位要求的专业人才。其三,搭建内部培训体系,定期组织员工开展平台运营、跨境物流、合规管理等领域的专业技能培训,全面提升从业人员业务技能与专业素养。其四,健全人才留存机制,通过股权激励、绩效奖励、职业发展通道搭建等多元化举措,增强人才的企业归属感与职业忠诚度[12]。

4.2. 拓宽融资渠道与优化资金配置

解决资金短缺问题需要政府与企业双向协同发力,构建多元化、多层次的融资体系。在制度层面,可完善普惠金融体系与融资支持机制,引导金融机构面向中小企业提供适配性金融产品与服务。鼓励金融机构开发适合跨境电商中小企业的特色信贷产品,简化贷款审批流程,降低企业融资成本。企业层面应规范财务管理制度,提高财务信息透明度,增强融资能力。同时,科学合理配置资金资源,将有限资金集中投入平台推广、核心技术研发、物流优化等关键发展环节,切实提高资金使用效率。此外,中小

企业可依托供应链金融、众筹等多元化创新融资渠道筹措运营资金，以此缓解跨境经营过程中的资金周转压力[8]。

4.3. 完善跨境物流网络与降低成本

跨境物流体系的优化依赖多元主体协同，通过基础设施完善、市场机制健全与企业策略调整，共同构筑高效、低成本的跨境物流支撑体系。物流网络与通关协作机制的成熟，能够显著提升跨境流通效率与供应链稳定性。公共海外仓的规模化发展，能够为中小企业提供集约化仓储与配送支持，降低其跨境运营成本与市场进入壁垒[10]。企业可采取第三方物流整合与海外仓布局相结合的策略，与具备全球服务能力的物流企业建立稳定合作关系，借助规模优势降低物流成本、提高配送效率；在核心市场采用共享或共建海外仓模式，有助于实现本地化配送，缩短交付周期并提升终端消费体验。同时，企业可借助智能仓储、路径优化算法等数字技术，推动物流管理向精细化与智能化转型，进一步增强跨境物流的可控性与响应能力[1]。

4.4. 强化合规管理与政策协同

健全的合规管理体系与完善的政策支持体系，是中小企业跨境电商业务健康可持续发展的重要保障。政府层面，应结合跨境电商的发展特征与趋势，完善配套法律法规，明确海关通关、退税结汇、知识产权保护等环节的实施标准与操作流程，为中小企业开展跨境电商业务提供清晰的政策指引；搭建商务、海关、税务、金融等多部门信息共享平台与协同工作机制，强化对跨境电商全流程的监管与服务，在有效防范各类贸易风险的同时提升政务服务效率；主动参与跨境电商国际协商与规则制定，推动各国跨境电商规则对接与国际争端解决机制构建，为中小企业营造公平透明的国际市场竞争环境。企业层面，需建立健全内部合规管理体系，加强对目标市场法律法规、税收政策、贸易壁垒等内容研究研判，聘请专业合规顾问开展常态化合规指导，从源头防范各类合规风险[3]；同时积极参与行业协会组织的合规培训与交流活动，持续提升企业自身的合规管理能力与实操水平[7]。

4.5. 加强品牌建设 with 差异化竞争

品牌建设是中小企业实现跨境电商可持续竞争的核心抓手，需从产品质量、品牌定位、推广营销等维度系统推进，构建差异化品牌竞争优势。其一，深耕产品质量提升，严格把控全生产流程与品控标准，确保产品全面对标国际标准，以高品质积淀品牌口碑[5]；加大研发投入力度，持续提升产品的技术含量与附加值，有效规避行业同质化竞争。其二，实施精准品牌定位，结合目标市场的消费需求与文化特质，塑造具有辨识度的独特品牌形象，如针对年轻消费群体打造时尚化、个性化品牌标识，面向高端市场突出产品的技术优势与品质保障体系。其三，创新品牌推广营销策略，依托跨境电商平台营销工具开展精准化营销与口碑营销，稳步扩大品牌国际知名度；积极参与各类国际展会与行业交流活动，借力社交媒体、网红带货等新型营销模式，全方位提升品牌国际影响力。其四，强化知识产权保护，及时完成国际商标注册工作，有效防范品牌侵权风险，持续维护品牌良好形象。

5. 结论

跨境电商作为数字经济与全球贸易深度融合的典型形态，为中小企业突破资源约束、拓展国际市场、提升持续竞争力提供了关键路径。本文通过解析跨境电商赋能中小企业竞争力提升的内在逻辑，识别出实践中存在的人才短缺、资金匮乏、物流体系不完善等现实发展问题，并针对性提出构建人才支撑体系、拓宽融资渠道、优化物流网络等破解路径。研究表明，跨境电商依托技术赋能、资源整合、市场拓展的三维传导机制，与中小企业竞争力提升形成深度关联，其赋能效应释放需企业、政府、行业三方协同发

力。从理论意义来看,本研究将跨境电商赋能机制与企业战略与国际贸易相关理论有机融合,完善了数字贸易场景下中小企业竞争力形成的解释框架,弥补了现有研究偏重实践描述、理论提炼不足的缺陷。从实践价值来看,本文提出的人才体系建设、融资渠道拓展、物流网络优化、合规管理强化与品牌化发展等路径,可为中小企业依托跨境电商实现国际化、规模化、高质量发展提供可操作参考。

未来研究可进一步聚焦特定行业或区域的中小企业开展专项实证分析,通过精准化研究增强结论的针对性与实践适用性。同时,随着人工智能、区块链等新技术在跨境电商领域的深度落地与应用,可深入探究新技术对跨境电商赋能机制的影响路径与作用效果,挖掘技术赋能的新潜力、新路径。以此丰富跨境电商赋能中小企业发展的理论研究体系,为中小企业借助跨境电商实现高质量国际化发展,提供更具前瞻性、实操性的理论指引与实践参考,让经济全球化更好地造福各国人民,推动构建更加公正合理的国际经济秩序。

参考文献

- [1] 郑颖. 数字化转型对中小企业竞争力的影响探究[J]. 现代商业研究, 2025(17): 37-39.
- [2] 李泳佳. 数字经济背景下跨境电子商务发展的机遇与挑战研究[J]. 中国商论, 2025, 34(3): 39-42.
- [3] 刘亚杰. 基于跨境电子商务的企业竞争力提升策略研究[J]. 商业经济研究, 2016(12): 100-103.
- [4] 孙蕾, 王芳. 中国跨境电子商务发展现状及对策[J]. 中国流通经济, 2015(3): 38-41.
- [5] 李美娟. 跨境电商时代中小企业核心竞争力的提升措施[J]. 投资与合作, 2020(6): 65-67.
- [6] 《中国跨境电商人才培养白皮书》在杭发布 今年我国跨境电商人才缺口达 400 万[EB/OL]. https://hznews.hangzhou.com.cn/jingji/content/2025-07/12/content_9037003.htm, 2026-08-03.
- [7] 倪嘉, 孙建军. 跨境电商对中小企业竞争力影响研究[J]. 商场现代化, 2017(5): 68-69.
- [8] 鲍曼, 孙华. 基于跨境电商平台的供应链金融融资模式探究[J]. 投资与创业, 2023, 34(21): 4-6.
- [9] 人民日报. 小企业这样出海闯商机(经济聚焦·稳外贸扩消费) [EB/OL]. <https://jingji.cctv.com/2025/04/18/ARTIMF5jTuC4zYnGrCGctbyU250418.shtml>, 2026-03-25.
- [10] 孙畅, 姚丹洋. 数字贸易背景下跨境电商的发展困境与解决对策[J]. 现代商业研究, 2024(16): 23-25.
- [11] 央视网. 玩具变“侵权货”上海海关查获近 7000 件山寨泡泡玛特[EB/OL]. <https://news.cctv.com/2025/06/23/ARTIZPo2gijEg8CvytSsazVS250623.shtml>, 2026-03-25.
- [12] 余海龙. 中小企业提升核心竞争力的对策探析[J]. 市场周刊, 2025, 38(14): 23-26.