

# 数字经济时代中小企业电子商务发展策略研究

徐安琪 吴皓辰

河南牧业经济学院

DOI:10.12238/ej.v7i10.1949

**[摘要]** 本文聚焦于数字经济时代中小企业电子商务的发展,通过深入分析其现状与挑战,探讨了可行的发展策略。研究发现,中小企业在数字经济浪潮中面临着技术、人才、资金和竞争等多方面的压力,但同时也拥有着创新、灵活等独特优势。为实现可持续发展,中小企业应强化数字化意识,加强人才培养与引进,优化电商平台运营,注重品牌建设,并积极寻求合作与协同发展。通过这些策略,中小企业有望在数字经济时代充分发挥电子商务的潜力,提升竞争力,实现转型升级。

**[关键词]** 数字经济; 经济时代; 中小企业; 电子商务

中图分类号: F27 文献标识码: A

## Research on the development strategy of small and medium-sized enterprises in the Era of digital economy

Anqi Xu Haochen Wu

Henan College of Animal Husbandry and Economics

**[Abstract]** This paper focuses on the development of e-commerce of small and medium-sized enterprises in the era of digital economy, and discusses the in-depth analysis of their feasible development strategies. The study found that smes are facing pressure from technology, talent, capital and competition, but they also have unique advantages such as innovation and flexibility. In order to achieve sustainable development, smes and medium-sized enterprises should strengthen digital awareness, strengthen talent training and introduction, optimize the operation of e-commerce platform, pay attention to brand building, and actively seek cooperation and coordinated development. Through these strategies, smes are expected to give full play to the potential of e-commerce in the digital economy era, promote transformation and upgrading, and achieve competitiveness.

**[Key words]** digital economy; economic era; small and medium-sized enterprises; e-commerce

### 引言

随着数字经济的蓬勃发展,电子商务已成为企业发展的重要引擎,尤其是对于中小企业而言,更是拓展市场、提升竞争力的关键途径。在这个充满变革和创新的时代,中小企业若能充分利用电子商务的优势,便能在激烈的市场竞争中脱颖而出。然而,中小企业在电子商务发展过程中仍面临诸多问题和挑战,因此,深入研究数字经济时代中小企业电子商务的发展策略具有重要的现实意义。

### 1 数字经济时代中小企业电子商务发展现状

#### 1.1 电子商务应用范围不断扩大

在数字经济时代,中小企业的电子商务应用范围正以前所未有的速度不断扩大。电子商务不再仅仅局限于传统的商品销售,而是逐渐渗透到企业运营的各个环节。以某小型服装制造企业为例,过去主要依赖线下渠道进行批发和零售。然而,随着电子商务的兴起,该企业开始积极拓展线上销售渠道。通过建立自

己的电商网站,并在各大电商平台开设店铺,不仅将产品销售至全国各地,甚至还接到了来自海外的订单。在生产环节,企业利用电子商务平台与原材料供应商建立了更紧密的合作关系,实现了原材料的在线采购和供应链的优化。同时,在营销方面,通过电商平台的大数据分析,精准定位目标客户群体,开展个性化的营销活动,大大提高了品牌知名度和市场占有率。又如一家地方特色食品生产企业,过去由于销售范围有限,发展缓慢。但借助电子商务,其产品能够迅速推广至全国乃至全球市场。通过与电商平台合作,参与各类线上促销活动,该企业的销售额在短时间内实现了大幅增长。此外,企业还利用电商平台收集消费者的反馈意见,不断改进产品口味和包装,满足了更多消费者的需求。

#### 1.2 电商平台多样化

随着数字经济的发展,电商平台呈现出多样化的态势,为中小企业提供了丰富的选择。一方面,综合性电商平台如淘宝、京

东等依然占据重要地位。这些平台拥有庞大的用户基础和完善的物流配送体系,为中小企业提供了广阔的销售渠道。例如,一家小型家居用品企业入驻淘宝平台后,凭借其独特的产品设计和优质的服务,迅速积累了大量的客户和良好的口碑。通过参与平台的促销活动和广告投放,企业的销售额不断攀升,品牌影响力也逐渐扩大。另一方面,垂直型电商平台也在不断涌现。比如专注于美妆的聚美优品、专注于母婴产品的蜜芽等。对于中小企业来说,选择与自身产品特点相契合的垂直电商平台,可以更精准地触达目标客户群体。以一家专注于宠物用品的中小企业为例,选择在专门的宠物电商平台上销售产品,能够更好地满足宠物爱好者的需求,与同行竞争时也更具有针对性和专业性。此外,社交电商平台如拼多多、小红书等也为中小企业带来了新的发展机遇。中小企业可以通过社交电商平台的社交分享和推荐机制,快速传播产品信息,扩大品牌知名度。比如某小型手工饰品企业,通过在小红书上发布产品图片和制作过程分享,吸引了大量粉丝关注,并通过粉丝的口碑传播和团购活动,实现了销售额的快速增长。

## 2 数字经济时代中小企业电子商务发展面临的挑战

### 2.1 技术更新换代快

在数字经济时代,技术的发展日新月异,这给中小企业的电子商务发展带来了巨大的挑战。随着互联网、大数据、人工智能等技术的不断演进,电子商务领域的创新层出不穷。新的技术手段如虚拟现实(VR)、增强现实(AR)购物体验、智能推荐系统、区块链技术在供应链中的应用等,不断涌现并迅速改变着消费者的购物习惯和市场竞争格局。对于中小企业而言,要跟上这些快速的技术更新步伐并非易事。一方面,新技术的研发和应用需要投入大量的资金和人力资源,而中小企业往往在资金和技术人才方面相对匮乏。另一方面,新技术的不确定性和风险也让中小企业在决策时犹豫不决。如果盲目跟进新技术,可能会因投入过大而导致资金链紧张;如果不及时跟进,又可能会在竞争中处于劣势,失去市场份额和客户资源。此外,技术更新换代的速度过快还意味着中小企业需要不断地对员工进行培训和再教育,以提升他们的技术能力和业务水平,适应新的技术环境。这不仅增加了企业的运营成本,也对企业的组织管理和培训体系提出了更高的要求。因此,如何在有限的资源条件下,准确把握技术发展趋势,合理选择和应用新技术,成为中小企业在电子商务领域发展中面临的一道难题。

### 2.2 专业人才短缺

在数字经济的浪潮下,中小企业在发展电子商务时面临着严重的专业人才短缺问题。电子商务领域需要的是既懂技术又懂商务,还具备创新思维和数据分析能力的复合型人才。然而,这类人才在市场上供不应求,中小企业往往难以吸引和留住他们。首先,中小企业由于自身规模和知名度的限制,在薪酬待遇、职业发展空间和工作环境等方面往往无法与大型企业相媲美,对优秀人才的吸引力较弱。其次,电子商务行业发展迅速,相关专业的教育和培训体系还不够完善,导致人才输出无法满足市

场需求。许多毕业生虽然具备一定的理论知识,但实践经验和解决问题的能力不足,难以立即为企业创造价值。再者,中小企业在人才培养方面的投入相对较少,缺乏完善的人才培养机制和职业晋升通道。这使得员工在企业中难以获得持续的成长和发展机会,容易导致人才的流失。专业人才的短缺不仅影响了中小企业电子商务业务的开展和创新,还制约了企业对市场变化的快速响应和战略决策的有效实施。

### 2.3 资金投入有限

资金投入有限是中小企业在数字经济时代发展电子商务面临的又一重大挑战。开展电子商务需要在技术研发、平台建设、营销推广、物流配送、数据分析等多个环节进行投入,这对于资金实力相对薄弱的中小企业来说是一个沉重的负担。首先,技术研发和平台建设需要大量的资金。为了提供优质的用户体验和高效的运营管理,企业需要不断优化网站或应用程序的功能、界面设计和安全性。同时,还需要建立稳定可靠的服务器和数据库系统,以支持大量的用户访问和数据处理。这些技术方面的投入对于中小企业来说可能是一笔巨大的开支。其次,营销推广也是一项重要的资金支出。在竞争激烈的电子商务市场中,企业需要通过广告投放、搜索引擎优化、社交媒体营销等手段来提高品牌知名度和产品曝光度。然而,广告费用和营销活动的成本不断攀升,使得中小企业在有限的预算下难以达到理想的推广效果。此外,物流配送和仓储管理也需要一定的资金投入。建立高效的物流体系或与优质的物流合作伙伴合作,都需要支付相应的费用。同时,为了保证库存的合理管理和货物的及时供应,企业还需要在仓储设施和库存管理系统上进行投资。由于资金投入有限,中小企业在电子商务发展过程中往往捉襟见肘,难以全面开展各项工作,从而影响了企业的发展速度和市场竞争力。

## 3 数字经济时代中小企业电子商务发展策略

### 3.1 强化数字化意识

数字化意识是中小企业在数字经济时代发展电子商务的基石。许多中小企业由于对数字化的认识不足,错失了发展良机。以一家传统的小型服装制造企业为例,过去一直依赖线下批发和零售商销售产品。然而,随着市场的变化和数字化趋势的加强,企业主并未意识到数字化转型的重要性,仍坚持传统销售模式,导致市场份额逐渐被具有数字化意识的竞争对手抢占。后来,企业主通过参加行业研讨会和培训课程,逐渐认识到数字化的重要性。企业开始建立自己的电商网站,利用社交媒体进行营销推广,收集并分析客户数据,以更好地了解市场需求和客户偏好。通过强化数字化意识,企业成功实现了业务的复苏和增长。强化数字化意识需要中小企业主主动学习数字技术和电子商务知识,关注行业动态和趋势,积极参与数字化培训和交流活动<sup>[1]</sup>。

### 3.2 加强人才培养与引进

人才是中小企业电子商务发展的关键因素。然而,由于中小企业资源有限,往往在人才吸引和培养方面面临困境。比如一家小型农产品电商企业,由于缺乏专业的电商运营人才,其网站页

面设计简陋,商品推广效果不佳,客户服务质量差,导致客户流失严重。为了改变这一局面,企业一方面加强与当地高校的合作,建立实习基地,吸引电子商务相关专业的学生来企业实习和工作;另一方面,从外部高薪引进具有丰富经验的电商运营人才。这些举措使得企业的电商业务逐渐走上正轨,销售额稳步增长。中小企业应制定科学的人才培养计划,提供内部培训和晋升机会,激励员工不断提升自己的专业技能。同时,通过优化薪酬福利、营造良好的工作环境等方式吸引外部优秀人才的加入,为企业的电子商务发展注入新的活力<sup>[2]</sup>。

### 3.3 优化电商平台运营

优化电商平台运营对于提升中小企业的市场竞争力至关重要。以一家小型家居用品企业为例,起初在电商平台上的店铺页面布局混乱,产品描述不清晰,客户体验极差。为了改善这一状况,企业投入资金对店铺进行了重新设计,优化了页面布局,提供了详细准确的产品描述和高清图片,并加强了客户评价管理。此外,企业还通过数据分析了解客户的行为习惯和需求,针对性地推出促销活动和个性化推荐,大大提高了客户的购买转化率和忠诚度。中小企业应注重电商平台的页面设计、产品展示、客户服务等方面的优化。利用数据分析工具深入了解客户需求和行为,不断调整运营策略,提高平台的流量和转化率。同时,要积极关注电商平台的规则变化,及时做出相应的调整,以适应市场的发展<sup>[3]</sup>。

### 3.4 注重品牌建设

品牌是中小企业在数字经济时代脱颖而出的重要法宝。在竞争激烈的电商市场中,没有品牌特色的中小企业很容易被淹没。例如一家小型手工饰品企业,虽然产品质量不错,但由于缺乏品牌建设,一直无法打开市场。后来,企业明确了品牌定位,以“独特、手工、情感”为品牌核心价值,通过精心设计的品牌标识、包装和宣传语,在社交媒体上讲述品牌故事,展示产品制作过程,与消费者建立了情感连接。经过一段时间的努力,品牌知名度逐渐提高,产品销量大幅增长。中小企业要树立品牌意识,明确品牌定位和价值主张。通过优质的产品和服务塑造品牌形象,利用社交媒体、内容营销等手段进行品牌传播,提升品牌的知名度和美誉度。同时,要注重品牌口碑的维护,及时处理客户

的投诉和建议,以良好的品牌形象赢得市场份额<sup>[4]</sup>。

### 3.5 积极寻求合作与协同发展

合作与协同发展是中小企业在数字经济时代实现快速发展的有效途径。一家小型电子配件企业通过与大型电商平台合作,借助平台的流量和资源优势,迅速扩大了市场覆盖范围,提高了产品销量。同时,企业还与同行业的其他中小企业建立了战略联盟,共同开展研发、采购和营销活动,降低了成本,提高了竞争力。中小企业应积极寻求与电商平台、供应商、物流企业、其他中小企业等各方的合作。通过合作共享资源和经验,实现优势互补,降低风险,共同开拓市场。此外,还可以参与产业集群和电商生态圈的建设,借助集体的力量实现协同发展<sup>[5]</sup>。

## 4 结语

综上所述,数字经济时代为中小企业电子商务发展带来了巨大机遇,但也伴随着诸多挑战。中小企业只有积极应对,制定并实施有效的发展策略,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。通过强化数字化意识、加强人才培养、优化平台运营、注重品牌建设和开展合作协同,中小企业能够充分利用电子商务的优势,实现业务的拓展和创新,为企业的可持续发展注入新的动力。同时,政府和社会各界也应加大对中小企业的支持力度,共同营造有利于中小企业电子商务发展的良好环境,推动数字经济的繁荣发展。

## 【参考文献】

- [1]刘娟.企业电子商务发展存在的不足及策略分析[J].现代商业,2023,(05):57-60.
- [2]赵海军.数字经济背景下电子商务与物流企业协同发展研究[J].中国储运,2022,(09):106-107.
- [3]张芬芬.互联网时代企业电子商务发展存在的问题与对策[J].科技创新与生产力,2022,(01):46-48.
- [4]梁永年.企业电子商务物流配送模式选择管窥[J].中国物流与采购,2021,(22):87-88.
- [5]刘茗.“互联网+”背景下企业电子商务建设策略研究[J].产业创新研究,2020,(19):41-42.

## 作者简介:

徐安琪(2003--),女,汉族,河南省郑州市人,本科。