

广东中小企业开展跨境电商外部影响因素实证研究

卢 洋

(广东科技学院 管理学院, 广东 东莞 511300; 澳门城市大学 商学院, 澳门特别行政区 999078)

摘要:跨境电商已逐渐成为中国中小企业进军国际市场的主要方式。广东作为全国发展跨境电商的“排头兵”, 出台诸多政策鼓励中小企业开展跨境电商。以广东中小企业为研究对象, 利用量化研究方法, 对影响企业开展跨境电商意愿的外部因素展开探讨。实证结果显示, 跨境电商营销、通关、物流、政策和人才对这类企业开展跨境电商的意愿有显著正向影响, 而跨境电商电子支付并无显著影响。最后针对政策和行业提出相应的建议。

关键词:跨境电商; 中小企业; 外部影响因素; 结构方程模型

中图分类号:F272.3 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-1807(2022)08-0188-05

随着互联网技术的不断发展, 各国电子商务“走出去”的步伐不断加快, 有越来越多的企业参与到跨境电商的创业活动中。跨境电商降低了企业进入国际市场的固定成本和边际交易成本, 并优化了资源的分配, 使得贸易机会增多、贸易主体扩大, 贸易内容更加丰富, 有效促进了中国对外贸易的转型和升级^[1]。

跨境电商已成为中国中小企业开拓国际市场的重要方式, 也是这类企业进军国际市场的首要选择^[2]。影响中小企业开展跨境电商的因素大致可分为两类: 一类是企业内部因素, 包括企业自身的管理和经营能力, 以及所提供的产品或服务的特性和价格等; 另一类是企业外部因素, 包括政府政策、制度环境、基础设施、上下游企业发展状态等^[3]。

近年来, 广东省持续发挥自身产业集群优势, 不断完善政商互动合作机制, 跨境电商便利化水平显著提高。海关数据显示, 2016—2020 年, 广东省跨境电商进出口金额从 227.96 亿元增长到 1 726.46 亿元, 年平均增速达到 65.9%, 连续 7 年位居全国第一, 并且目前已实现跨境电商综合试验区在全省 21 个地级以上城市的全覆盖。在此背景下, 提出研究问题: 哪些外部因素会对广东中小企业开展跨境电商的意愿产生影响? 本文利用结构方程模型来探究该问题, 最后根据研究结果提出针对政策和行业的建议, 旨在助力推动跨境电商发展。

1 研究假设和模型构建

借鉴华秀玲^[4]对中小企业开展跨境电商意愿的研究视角, 整合影响企业开展跨境电商的外部因素, 从跨境电商营销、电子支付、通关、物流、政策、人才等 6 个维度展开研究。

1.1 跨境电商营销与企业开展跨境电商的关系

中小企业开展跨境电商营销能有效地解决传统贸易受地域限制的问题, 实现跨国交易, 由内销向外销拓展, 能有效地降低销售推广成本, 提升获得海外潜在客户的成功率, 及时向客户推荐自身的商品和品牌, 并取得客户反馈信息, 进而改进产品或提升服务质量^[5]。除此之外, 马述忠等^[6]指出跨境电商营销模式的不仅宣传成本低, 而且范围更广、针对性更强, 对于优质产品, 在平台售后评价系统中, 顾客给出的好评在无形之中又给商家做了免费且效果更好的广告。由此, 提出如下研究假设。

H1: 跨境电商营销与中小企业开展跨境电商意愿正相关。

1.2 跨境电商支付与企业开展跨境电商的关系

目前跨境电商出口零售模式的企业普遍采用的收、汇款工具以第三方平台为主, 如 PayPal、Payoneer、Alipay 等, 海外消费者在跨境电商平台上注册并绑定支付账号, 下单时通过该账号付款即可完成交易。严圣阳^[7]在分析中国跨境电商支付现状与发展前景中表示, 相较于商业银行较高的费率和专

收稿日期:2022-04-06

基金项目:广东科技学院横向课题(S-B-21009)。

作者简介:卢洋(1990—), 男, 陕西汉中, 广东科技学院管理学院, 助教, 澳门城市大学商学院, 博士研究生, 研究方向为跨境电商和国际创业。

业汇款公司有限覆盖网点,跨境电商支付平台能同时满足用户对跨境收、汇款方便和低费率的需求。由此,提出如下研究假设。

H2:跨境电商电子支付与中小企业开展跨境电商意愿正相关。

1.3 跨境电商通关与企业开展跨境电商的关系

跨境电商货物通关流程包括申报、审单及查验、征税和放行 4 个环节,相较于传统国际贸易模式,通关效率更高^[8]。具体来说,针对跨境出口零售商品的模式有两种,分别是“9610 出口”和“1210 出口”。“9610 出口”模式解决了跨境出口零售订单批量少、批次多的问题,不仅提高了通关效率,而且降低了通关成本。“1210 出口”模式则提升了跨境出口零售企业的发货速度,降低了海外库存风险,退税流程更简便、周期更短、效率更高,也可以及时响应消费者的售后服务需求,用户体验感较好。由此,提出如下研究假设。

H3:跨境电商通关对中小企业开展跨境电商意愿正相关。

1.4 跨境电商物流与企业开展跨境电商的关系

在跨境电商模式下,商品通过商业快递或邮政物流系统送达客户手中,对于众多零散化订单,可借助平台的海外仓储基地进行集中处理,最终实现快速交付^[9]。张伟年等^[10]从交易成本角度出发,认为跨境电商物流减少了消费者的搜寻和沟通等交易成本,大大提高了效率,消费者还能实时监控商品的物流动态,使整个交易过程透明化。同时,在跨境商品运输过程中,利用平台的订单管理系统,搭建买卖双方的沟通桥梁,及时接收和反馈客户对商品物流的投诉,有助于赢得良好的客户口碑,进而扩大竞争优势。由此,提出如下研究假设。

H4:跨境电商物流对与中小企业开展跨境电商意愿正相关。

1.5 跨境电商政策与企业开展跨境电商的关系

自 2013 年以来,国务院、海关总署和商务部相继出台了鼓励跨境电商行业发展的政策。中国的跨境电商支持政策对该行业促进作用明显,尤其在通关、商检、结汇、退缴税 4 个关键环节上,政府出台了一系列优化措施,而在全国各城市设立的跨境电商综合试验区,正是在探索跨境电商更好的发展路径^[11]。张锡宝等^[12]的实证结果表明,跨境电商综试区政策效应明显,综试区的成功对中国未来制定跨境电商行业政策和标准具有重要借鉴意义。由此,提出如下研究假设。

H5:跨境电商政策对与中小企业开展跨境电商意愿正相关。

1.6 跨境电商人才与企业开展跨境电商的关系

跨境电商作为新业态,涉及国际贸易、金融、物流、计算机科学等多方面的知识,迫切需要专业型、复合型、实践性人才^[13]。陈竹韵^[14]以浙江省民营企业为研究对象,发现平均每家跨境电商企业基层人才需求量为 9 位,并预计 2~3 年内还需要 24 位相关人才,表明人才数量对跨境电商的发展是有影响的。也就是说,是否具备跨境电商人才一定程度上决定了中小企业开展跨境电商的意愿。由此,提出如下研究假设。

H6:跨境电商人才对与中小企业开展跨境电商意愿正相关。

综上所述,本文的研究模型如图 1 所示。

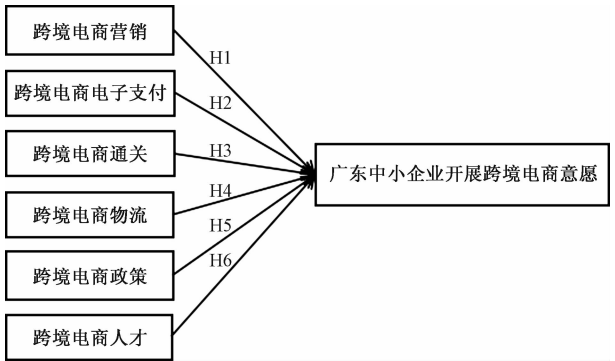


图 1 研究模型

2 研究设计

2.1 问卷设计

为确保变量的信度和效度,本文采用高茜和付晓凌^[15]所开发的成熟量表来研究影响广东中小企业开展跨境电商的外部因素。各变量的具体测度见表 1。问卷测度项采用李克特五级量表设计,“1”表示“非常不同意”,“5”表示“非常同意”。在正式发放问卷前,邀请业界的专家和学者对问卷进行审核和修改,使问卷的用语和措辞更易理解和准确。最终问卷包含了 7 个因子,18 个测度项。

2.2 数据收集

数据收集过程采取专业问卷调查网站发布。作者邀请跨境电商校企合作单位填写问卷,并请这些公司向他们的同行转发问卷,以保证受访企业均已开展跨境电商。问卷调查历时 2 个月,共计回收电子问卷 290 份。排除填写不完整和填写用时过短的问卷,经过逐条认真审查,最终确定 272 份问卷属于有效问卷,问卷回收率达到 93.8%。

表 1 变量测度

潜在变量	测度项编码	测度项
跨境电商营销环境 (MKT)	MKT1	国外客户多会影响中小企业开展跨境电商的意愿
	MKT2	国外经济环境好会影响中小企业开展跨境电商的意愿
	MKT3	国际市场竞争商品多会影响中小企业开展跨境电商的意愿
	MKT4	国际市场营销环境好会影响中小企业开展跨境电商的意愿
跨境电商电子支付 (EP)	EP1	国际电子支付安全性强会影响中小企业开展跨境电商的意愿
	EP2	完备的国际电子支付支持条件会影响中小企业开展跨境电商的意愿
	EP3	多样的国际电子支付工具会影响中小企业开展跨境电商的意愿
跨境电商通关 (CU)	CU1	便捷的电子报关影响中小企业开展跨境电商的意愿
	CU2	便捷的出入境检验检疫会影响中小企业开展跨境电商的意愿
	CU3	快速的关税征退会影响中小企业开展跨境电商的意愿
跨境电商物流 (LO)	LO1	先进的国际电子商务物流技术会影响中小企业开展跨境电商的意愿
	LO2	完善的国际电商物流供应链会影响中小企业开展跨境电商的意愿
跨境电商政策 (PO)	PO1	政府政策的支持力度会影响中小企业开展跨境电商的意愿
	PO2	政府政策的落实力度会影响中小企业开展跨境电商的意愿
跨境电商人才 (TA)	TA1	跨境电商人才数量多会影响中小企业开展跨境电商的意愿
	TA2	跨境电商人才质量高会影响中小企业开展跨境电商的意愿
企业开展跨境电商意愿 (IN)	IN1	企业有意愿继续开展跨境电商
	IN2	企业有意愿推荐其他人开展跨境电商

2.3 样本的描述性统计

筛选确定的 272 个有效样本的基本情况如下。
①受访者企业所在地区情况:广州市、东莞市和深圳市占比位列前 3,分别是 22.8%、19.9%和 18.0%;
②受访者企业所属行业情况:电子电器和服装纺织业所占比例最高,分别是 21.3%和 20.6%;
③受访者企业员工数量情况:筛选出的样本均为中小企业,其中占比最高的两个员工人数区间是 10~20 人(28.3%)和 21~50 人(20.6%);
④受访者年龄分布情况:受访者的年龄主要集中在 20~30 岁,占比 71.3%,其次是 31~40 岁(18.4%);
⑤受访者岗位情况:运营岗位占

比 44.9%,管理岗位占比 36.8%。

3 数据分析与研究结果

3.1 信度与效度检验

借助 SPSS 26.0 和 Amos 23.0,首先对量表进行信度和效度的检验,检验结果见表 2 和表 3。其中,表 2 显示潜变量的 Cronbach's α 和组合信度(CR)均大于 0.7,平均方差提取量(AVE)大于 0.5,则说明量表具有良好的内部一致性和收敛效度。与此同时,表 3 对角线上的潜变量 AVE 的平方根值都大于两两潜变量间的相关系数,则说明该量表具有较好的区别效度。

表 2 各因子标准负荷、Cronbach's α 、CR 和 AVE 值

潜变量	观察变量	标准负荷	Cronbach's α	CR	AVE
跨境电商营销 (MKT)	MKT1	0.884	0.752	0.841 7	0.578 4
	MKT2	0.710			
	MKT3	0.855			
	MKT4	0.545			
跨境电商电子支付 (EP)	EP1	0.781	0.793	0.836 9	0.636 3
	EP2	0.646			
	EP3	0.939			
跨境电商通关 (CU)	CU1	0.756	0.781	0.790 9	0.557 7
	CU2	0.756			
	CU3	0.728			
跨境电商物流 (LO)	LO1	0.777	0.750	0.706 5	0.546 9
	LO2	0.700			
跨境电商政策 (PO)	PO1	0.764	0.712	0.714 0	0.555 4
	PO2	0.726			
跨境电商人才 (TA)	TA1	0.755	0.730	0.741 5	0.589 2
	TA2	0.780			

表 3 各潜变量 AVE 平方根值和变量相关系数

潜变量	MKT	EP	CU	LO	PO	TA
MKT	0.761					
EP	0.657**	0.798				
CU	0.685**	0.721**	0.747			
LO	0.655**	0.667**	0.728**	0.740		
PO	0.595**	0.634**	0.736**	0.685**	0.745	
TA	0.624**	0.606**	0.709**	0.717**	0.704**	0.768

注:对角线为 AVE 的平方根;对角线以下为变量间相关系数。

3.2 结构方程模型分析

通过 AMOS23.0 对模型的结构方程拟合度进行

表 4 结构方程模型适配度指数接受标准和数据拟合结果

指标	卡方 χ^2	自由度 df	卡方自由度比 χ^2/df	拟合优度指数 GFI	调整的拟合优度指数 AGFI	近似误差的均方根 RMSEA	不规范的拟合指数 NNFI	比较拟合指数 CFI
可接受标准	N/A	N/A	≤ 5	≥ 0.8	≥ 0.8	≤ 0.08	≥ 0.9	≥ 0.9
本研究结果	230.036	114	2.017	0.911	0.866	0.061	0.910	0.951

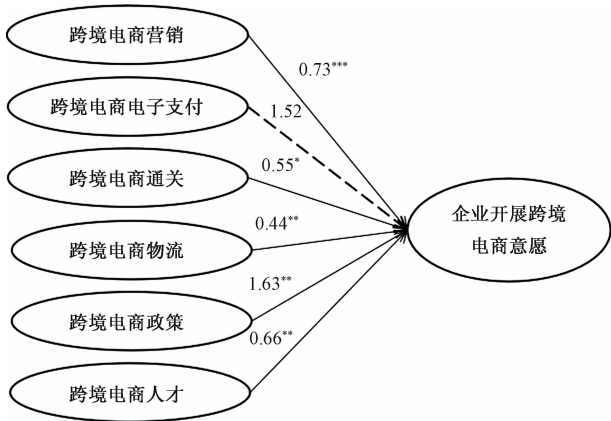


图 2 企业外部因素对开展跨境电商意愿的影响标准化路径系数

4 结论与建议

本文从企业外部角度出发,通过定量方法,研究了哪些外部因素会对广东中小企业开展跨境电商产生影响。实证结果显示跨境电商营销、通关、物流、政策和人才对中小企业开展意愿有显著正向影响,侧面反映出广东在以上 5 个外部因素的相关功能、体系和制度建设上成效显著。而跨境电商电子支付并无显著影响效果,可能的原因有两个:一是跨境电商电子支付属于门槛和技术含量较高的行业,跨境电商公司只能被动地接受跨境支付公司提供的服务,无法在实际运营中改变支付方式或寻求更合适的替代方案;二是目前的跨境电商电子支付仍存在较多风险点,如主流的国际支付公司均为外国企业,而中小企业抗风险能力有限,面对跨境电子支付的不确定性,使他们对于是否开展跨境电

分析,并验证所提出的假设。表 4 展示了最终的模型拟合指标。从中可看到,本文的重要拟合指标都在可接受的标准内,因此模型有较好的拟合度。然后对模型进行路径分析,结果如图 2 所示。其中,跨境电商电子支付对广东中小企业开展跨境电商的影响系数是 1.52,但显著水平大于 0.05,表明它对广东中小企业开展跨境电商意愿无显著影响,所以假设 H2 不成立。而其他外部影响因素对广东中小企业开展跨境电商意愿的影响系数均为正,且显著水平都在 0.05 以下,因此 H1、H3、H4、H5 和 H6 假设均成立。

商产生犹豫。

为促进跨境电商持续向好发展,结合本文实证分析结果,对行业政策制定者和管理者提出如下建议:

1)巩固和扩大在跨境电商营销、通关、物流、政策和人才方面的优势。虽然广东在以上 5 个方面有一定的基础,但继续保持全国跨境电商“排头兵”的地位仍要在制度创新、管理创新、服务创新、业态创新、模式创新下足功夫,多方位推动跨境电商蓬勃发展。

2)大力支持发展自主的安全、便捷的国际支付方式和支付工具,将资金风险置于可控范围内,消除中小企业开展跨境电商的后顾之忧。

参考文献

[1] 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.

[2] 刘小丽,林晓欣.中小微跨境电商企业开拓中东市场分析[J].对外经贸实务,2019(8):35-37,88.

[3] 徐萌萌.中国跨境电商发展的现状及问题研究[D].合肥:安徽大学,2016.

[4] 华秀玲.重庆中小企业开展跨境电商的影响因素研究[D].重庆:重庆工商大学,2021.

[5] 蒋彬瑞,王婷婷.影响中小企业跨境电商的因素及对策探析[J].长江丛刊,2020(12):107-108.

[6] 马述忠,郭继文,张洪胜.跨境电商的贸易成本降低效应:机理与实证[J].国际经贸探索,2019,35(5):69-85.

[7] 严圣阳.我国跨境电商支付现状与发展前景[J].经营与管理,2014(5):31-33.

[8] 王淑翠,王丹丹.跨境电商背景下跨境出口零售规则的完

善[J]. 国际商务研究, 2022, 13(1): 37-45.

[9] 梅寒. 跨境电商发展及其对我国国际贸易“降本促效”效应研究[J]. 商业经济研究, 2020(1): 116-119.

[10] 张伟年, 卢晓静, 李孟华. 中国跨境电商发展的影响因素研究[J]. 海南大学学报(人文社会科学版), 2019, 37(3): 57-63.

[11] 孙琪. 我国跨境电商发展现状与前景分析[J]. 商业经济研究, 2020(1): 113-115.

[12] 张锡宝, 石以涛, 徐保昌. 贸易便利化与我国跨境电商发展: 基于双重差分法的实证分析[J]. 华东经济管理, 2020, 34(2): 94-103.

[13] 钊阳, 戴明锋. 中国跨境电商发展现状与趋势研判[J]. 国际经济合作, 2019(6): 24-33.

[14] 陈竹韵. 浙江省民营企业跨境电商人才需求调研[J]. 现代职业教育, 2017(7): 5-7.

[15] 高茜, 付晓凌. 基于因子分析法的合肥市跨境电商发展水平实证研究[J]. 合肥学院学报(综合版), 2017, 34(4): 13-18, 24.

Empirical Research on External Influencing Factors of Cross-border
E-commerce for Guangdong SMEs

LU Yang

(School of Management, Guangdong University of Science & Technology, Dongguan Guangdong 511300, China;
Faculty of Business, City University of Macau, Macau 999078, China)

Abstract: Cross-border E-commerce has become the main way for Chinese small and medium-sized enterprises (SMEs) to enter the international market. As a pioneer in the development of cross-border E-commerce in China, Guangdong has issued many policies to encourage SMEs to carry out cross-border E-commerce. Taking SMEs in Guangdong as the research object, the structural equation model is used to explore the influence of external factors on enterprises’ willingness to launch cross-border E-commerce. It is found that cross-border E-commerce marketing, customs clearance, logistics, policies and talents have a significant and positive impact on the willingness of Guangdong SMEs to carry out cross-border E-commerce, while cross-border E-commerce electronic payment has no significant impact. Finally, corresponding suggestions for policy and industry are put forward.

Keywords: cross-border E-commerce; small and medium-sized enterprises; external factors; structural equation model