

[首页](#) [文章](#) [期刊](#) [投稿](#) [预印](#) [会议](#) [书籍](#) [新闻](#) [合作](#) [我们](#)[首页](#) > [经济与管理](#) > [电子商务评论](#) > Vol. 8 No. 1 (February 2019)

## 期刊菜单 ▾

## 我国跨境电商平台数字贸易模式对中小企业的竞争力影响分析——以敦煌网为例

Analysis of the Impact of China's Cross-Border E-Commerce Platform Digital Trade Model on the Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises —A Case Study of DHgate.com

DOI: [10.12677/ECL.2019.81003](#), [PDF](#), [HTML](#), [XML](#), [被引量](#) 下载: 1,702 浏览: 6,589

作者: 梅燕\*, 熊佳文\*, 蒋雨清: 杭州电子科技大学, 浙江 杭州

关键词: 数字贸易; 跨境电子商务平台; 中小企业; 竞争力; Digital Trade; Cross-Border E-Commerce Platform; Small-Medium Enterprises (SMEs); Competitiveness

[投稿](#)

### 相关文章

- [跨境电商小额贸易…](#)
- [探讨电网企业质控…](#)
- [韩国电商企业的竞…](#)
- [动态竞争易经决策…](#)
- [技术创新模式对中…](#)

### 为你推荐

[Contact us](#)

**摘要:** 作为数字经济的核心, 数字贸易的发展将实现跨境电子商务模式的不断升级。文章以敦煌网作为案例研究对象, 首先从信息平台、在线支付平台、国际物流体系、供应链金融服务体系入手探寻现阶段我国跨境电商平台数字贸易模式现状, 其次聚焦敦煌网在发展数字贸易中的创新模式, 最后探讨了跨境电商平台数字贸易发展模式对我国中小企业的竞争力提升的有利影响及其不利影响, 并在此基础上对我国中小企业的企业数字化转型提出了相关政策建议。

**Abstract:** As the core of the digital economy, the development of digital trade will achieve continuous upgrading of cross-border e-commerce. The article takes DHgate.com as the case of study object. Firstly, it starts from the information platform, online payment platform, international logistics system and supply chain of financial service system to explore the current status of China's cross-border e-commerce platform digital trade model. Secondly, it focuses on the innovation model of the development of digital trade in DHgate.com. Finally, the paper discusses the positive and negative effects of the development mode of digital trade of cross-border e-commerce platforms on the competitiveness improvement of small and medium-sized enterprises in China, and puts forward relevant policy recommendations for the digital transformation of SMEs in China.



**文章引用:** 梅燕, 熊佳文, 蒋雨清. 我国跨境电商平台数字贸易模式对中小企业的竞争力影响分析——以敦煌网为例[J]. 电子商务评论, 2019, 8(1): 6-13.

<https://doi.org/10.12677/ECL.2019.81003>

## 1. 引言



数字技术正在改变全球商业以及国际贸易的运作方式 [1]。在过去二十年中，数字贸易作为与互联网相关的全球经济活动的一部分呈指数增长，越来越多的企业使用电子商务平台、云服务、大数据等来改善产品、服务和交易流程。数字贸易依托互联网技术，显著提高了贸易效率，不仅改变了许多商品和服务的生产和交付方式，而且直接缩短了时空距离，降低了交易成本，提高了效率和效益，其结果是优化了贸易体制，简化了贸易流程，增加了贸易机会 [2] [3]。2017年美国国际贸易委员会(USITC)研究报告指出：目前数字经济贡献了22.5%的全球GDP，其中超过12%的跨境实物贸易通过数字化平台实现，超过50%的跨境服务通过数字化平台完成。作为数字经济的核心，数字贸易的发展将实现跨境电商的升级。这意味着随着云计算、大数据、人工智能等新型数字技术的广泛应用，原来以货物交易活动为主的跨境电子商务，将不断扩展商务活动领域，整合传统产业链，推动生产、贸易活动的数字化、智能化转型。

全球数字贸易新时代的开启，处于发展前沿的中国跨境电商平台，引领作用正日益显著。跨境电商、数字贸易与传统外贸的融合已越来越深入，在网上形成交易的产生订单只是一部分，在整个跨境贸易的环节上，数字革命始于交易，正延展到营销、供应链、金融服务各个领域，跨境电商平台数字化的趋势日渐兴起，数字贸易将成为中国国际贸易发展的未来趋势，其中敦煌网作为全球跨境电商平台领域的领先代表，赋能众多中小企业搭上数字贸易的快车，助力中国品牌制造走向全球 [5]。在全球化的背景下，国际经贸合作越来越密切，中国的跨境电子商务平台将会成为众多传统中小企业转型改革的最佳平台。在数字贸易的不断深化中，跨境电子商务平台将通过商业模式持续创新，使得企业联系世界的通路更加规范，形成良好的国际贸易生态圈。同时，由于现阶段的跨境电子商务仍然处于数字贸易的初级阶段，产业的垂直整合力度不够，对传统产业的影响十分有限。而数字贸易突出强调数字技术与传统产业的融合发展，以推动消费互联网向产业互联网转变，并将实现制造业的智能化升级作为最终目标。因而，数字贸易是跨境电子商务未来发展的更高目标 [5] [6]。中国跨境电子商务平台的发展推动了全球贸易的便利化，借助互联网技术手段使得国际贸易走向无国界贸易，加速了世界经济贸易的巨大数字化变革，其将以数字贸易为核心动力赋能中小企业的竞争力的提升，引领中国制造走中国创造。

本文将敦煌网作为案例研究对象，首先从信息平台、在线支付平台、国际物流体系、供应链金融服务体系入手探寻现阶段我国跨境电商平台数字贸易模式现状，其次聚焦敦煌网在发展数字贸易中的创新模式，最后探讨了跨境电商平台数字贸易发展模



## 友情链接

科研出版社  
开放图书馆

式对我国中小企业的竞争力影响，将对我国中小企业的企业数字化转型给予一定的引领性作用和方向。

## 2. 我国跨境电子商务平台数字贸易模式结构特征分析

图1表示了跨境电子商务平台数字贸易模式结构，分别包含了平台的数字化和贸易链的数字化，具体内容如下。

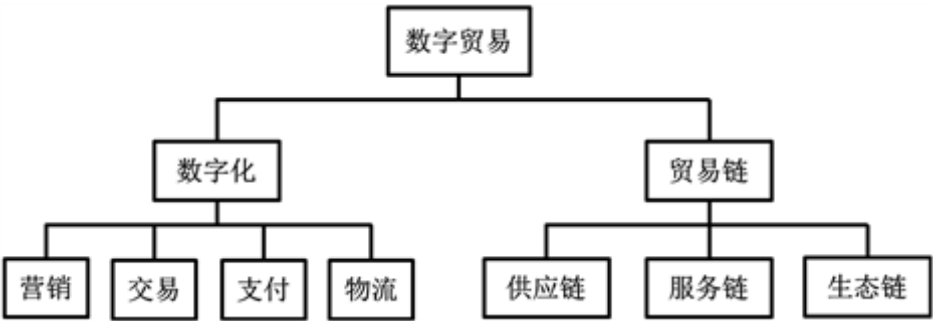


Figure 1. Cross-border e-commerce platform digital trade model structure

图1. 跨境电子商务平台数字贸易模式结构图

### 2.1. 平台数字化

#### 2.1.1. 营销数字化

从跨境电子商务的发展历史来看，各类跨境电子商务平台从最开始的网络黄页营销进化到了传统贸易的深化融合与创新。表1列出跨境电商出口平台主要的营销模式，可以发现，通过平台海量用户的整合，突出品牌优势，加强利用平台流量资源，扩大营销的手段与领域 [7]。相应地，由此对信息服务行业也产生了较为广泛的冲击，新型的互联网营销和社交媒体的合作局面被打开。

| 商业模式 | B2B                    |                       | B2C  |                        |
|------|------------------------|-----------------------|--|------------------------|
|      | 信息平台                   | 交易服务平台                | 开放平台   | 自营平台                   |
| 平台模式 | 以信息发布、检索和撮合交易的形式提供平台服务 | 买卖双方通过平台进行网上交易和在线电子支付 | 卖家以线上店铺入驻平台，开放商品发布、与买家进行在线交流、买卖双方互评，通过营销推广等环节，采用合适的物流方式和仓储，以平台为核心构建生态圈 | 由平台自主制造采购、自主定价，负责配送与售后 |
| 主要代表 | 环球资源网、中国制造网            | 敦煌网、大龙网、阿里巴巴国际站       | eBay、亚马逊、速卖通   | 兰亭集势                   |

**Table 1.** The main marketing model of cross-border e-commerce export platform

**表1.** 跨境电商出口平台主要营销模式

资料来源：作者根据中国国际电子商务网的信息整理得到。

2.1.2. 交易数字化

近年来，互联网开始向移动端发展，并加速渗透各个经济领域，带动电子商务转向移动端，给电子商务提供了更为广阔的发展空间。因为移动设备不会受到网络端的空间限制，更容易被分享，所以面对未来的消费趋势，贸易交易的移动端市场更具潜力。

### 2.1.3. 支付数字化

我国跨境交易的电子支付主体为两类，一是电商平台具有的自主支付品牌，这需要平台企业自主研发的能力；另一类是独立的第三方支付机构如快钱。现如今，各大跨境电子商务平台更倾向于加大开发自主的支付平台。未来的平台的支付方式会更加趋向于交易目的地本土化。所以，不管是第三方的支付平台或是跨境企业自身，都需要用国际化发展眼光看待跨境支付电子化的发展。

### 2.1.4. 在线物流

不管是线上电商还是线下外贸，物流是整个贸易环节中至关重要的部分。很多平台企业都把在线物流作为一个降低成本的突破口，利用缩短物流时间来加快贸易周转的速度。因而，很多企业选择和国际物流进行合作，从订单折扣中达到优惠。

除了合作的形式，平台企业也一直努力自主建立电子化的国际物流模式。也正是物流，把线上线下独立的商业结构渐渐融合起来。发展至今，企业开始把目光转向国外，很多海外运输数据库实现对接，以消费者为中心，缩短物流运输链，以期在未来实现从打包、发货、运输，到快递服务的智能数字化。

## 2.2. 贸易链数字化

### 2.2.1. 开放的供应链

跨境电子商务平台推动了数字贸易的全面开放新格局。供应链的优化将要求中国商品以技术、质量和服务提高中国品牌的市场竞争力，中国制造将随之走向全世界。

供应链的升级，多体现在贸易采购中。尤其是，对于制造业的转型举足轻重。例如，2012年科通芯城建立了B2B平台，将中小企业客户拉到线上来，对买方承诺保证正品，同时根据卖方的采购模式设计贴合其需求的营销方案。企业采用了“线上+线下”的第三种供应链模式，利用线上的低成本营销和数据累积客户，再结合线下传统企业化服务完成交易。

2.2.2. 规范的服务链

① 卖家增值服务——金融服务链

许多国内的跨境电商平台对于入驻商家提供金融服务，一般以商业低息贷款为主。这对于中小企业来说，相较于银行的高担保和较长审查周期，平台的金融增值服务是非常便利而低成本化的，且运营的风险被大大降低。

② 国内外仓储——物流服务链

供应链物流作为联系线上线下的重要纽带，促使电商与线下实体商业由原先的相互独立甚至冲突的关系，逐渐融合成为新的贸易模式，提升了客户体验和企业效率。[表2](#)总结了我国跨境电子商务B2C模式出口物流运作形式：

| 物流运作 | 模式代表                      | 优势            | 劣势         |
|------|---------------------------|---------------|------------|
| 邮政小包 | 中国邮政是跨境电商出口物流业务的主流        | 覆盖范围广、价格便宜    | 周期长        |
| 国际快递 | 美国UPS、美国Fedex、德国DHL、荷兰TNT | 全面覆盖欧美国家、高效安全 | 受国际影响、价格昂贵 |

|               |                            |                         |                             |
|---------------|----------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| 专线物流          | 采用美澳专线包舱方式运输               | 大规模发货，<br>缩短周期性降<br>低成本 | 国内覆盖低                       |
| 海外仓           | 在目标国地区提供仓储、分拣、<br>包装、派送等服务 | 发货流程简<br>化、运输成本<br>较低   | 不能广泛适用所有<br>产品、需要商家<br>物流管理 |
| 国内快递的国际<br>服务 | EMS等国内物流企业拓展国际市<br>场       | 费用适中、简<br>化出关流程         | 国际市场适应性不<br>强               |

**Table 2.** China’ s cross-border e-commerce B2C export logistics operation form

表2. 我国跨境电子商务B2C出口物流运作形式

### 2.2.3. 生态链——国际性

跨境电子商务平台作为数字贸易中发展最为迅速的领域，不仅在于它的无限机遇和潜力，更是源于它在不断引领新经济突破的过程中，带动了我国中小企业在数字全球化的改革中升级为互联网结构下的企业生态链。不仅使其能够在数字潮流中转型，更是在一定程度上为这些企业找到了打开世界贸易的更大出口，给予他们更多与国际企业合作机会，有利于企业积累海外客户，开展海外贸易。

## 3. 敦煌网(DH)平台数字贸易模式研究

敦煌网自创立以来，一直将“引领国内中小企业走向全球市场的平台”作为企业的主要角色，在为我国中小企业开拓国际贸易的市场通路的同时，也将中国数字贸易发展中的企业典范带到了全世界。



### 3.1. 信息平台及服务体系

#### 3.1.1. 数据智囊服务及营销

2015年9月，敦煌网正式推出“数据智囊”取代了老版本“数据管家”，通过平台上客户累积的数据进行全面分析，并对行业动态和数据更新统计，帮助商家掌握市场运营情况和消费者的购买需求。

2018年的APEC中小企业跨境电商峰会上，敦煌网宣布与全球互联网巨头谷歌达成合作，敦煌网卖家可以通过谷歌在线营销系统拓宽海外营销的流量渠道，直接引流进店。同时双方将合作为卖家提供前沿的行业洞察和电商趋势，帮助卖家提升业绩表现。

#### 3.1.2. “一站式”服务体系

敦煌网推出跨境电商移动平台、买家APP、卖家APP和社交商务。同时，搭建外贸交易服务一体化平台，对接传统工厂，实现传统贸易线上化。

#### 3.1.3. 便捷的支付体系

敦煌网提供对接全球多种支付的渠道，实现本地化实时在线收单。DHpay是敦煌网自行开发的支付产品，为平台消费者提供在线支付服务，涵盖全球224个国家和地区。DHpay能够提供快速集成服务，可以提供多币种收款和人民币结算，交易结转周期短。

#### 3.1.4. 高效的物流体系

敦煌网对接全球三十多家物流提供商，为平台商家提供多条海外专线。平台的海外仓已在英国、美国、西班牙、阿联酋等地建仓。目前敦煌网物流平台DHlink与FedEx, UPS, DHL和TNT全球四大物流巨头合作，成为中国首个全部囊括四大物流公司的跨境电商平台。

### 3.1.5. 供应链金融服务体系

敦煌网联合中国建设银行、民生银行、招商银行合作，陆续推出基于网络实时交易的在线小额贷款服务及基于整个供应链金融的全套服务。

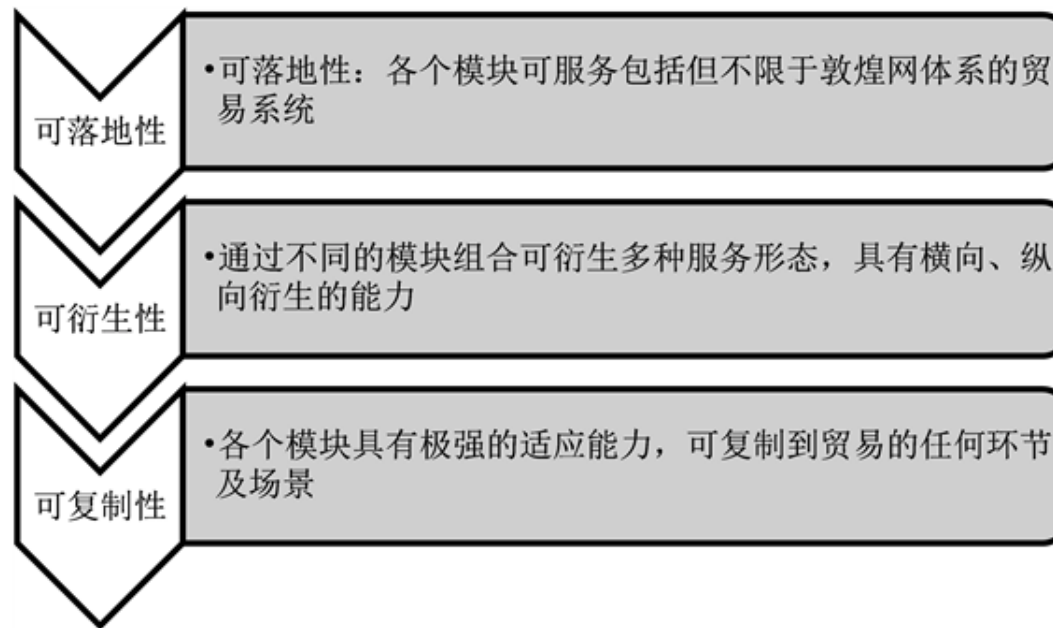
## 3.2. 数字贸易智能生态体系(DTIS)

敦煌网创立14年来，不断完善外贸生态体系，形成以大数据运营为核心服务能力的独特架构——DTIS。DTIS通过为外贸企业提供全流程服务，包括海外营销、品牌推广、物流、金融、支付、通关、检验检疫、结汇、退税等，不断沉淀留存国内外市场供需关系数据，线上平台(DHgate和DHport)利用沉淀海量数据进行不同类型的供需双向精准匹配，重塑贸易流程，打造数字经济下的外贸新生态。

## 3.3. TaaS (贸易即服务)的数字贸易解决方案

在数字贸易中，根据贸易场景和贸易主体的不同，敦煌网创新性提出TaaS (贸易即服务)模式(如下图2)，以数字贸易智能生态体系(DTIS)为载体，推出模块化的数字贸易解决方案，实现了快复制、轻落地、强延展等灵活高效的特性，真正创造了“数字贸易中国样板”。TaaS (贸易即服务)的模块解决方案带来了独创的商业模式，可推广的行业标准，以及可复制的创新实践，是涵盖多维度、多领域的数字贸易最佳实践。

基于此解决方案，敦煌网开创了双边数字贸易合作模式，从自身出发自下而上地推动国家间达成双边协议。持续不断向世界输出中国经验，并为大量中小企业提供培训，使得国外企业可通过敦煌网平台转型，获得新的创业和就业机会。



**Figure 2.** Dunhuang network TaaS pattern

图2. 敦煌网TaaS模式图

### 3.3. 敦煌网的数字贸易之路

敦煌网作为目前唯一一个覆盖全部“一带一路”国家和地区的跨境B2B交易平台，面对数字贸易的大势所趋，不断升级交易主体与方式，深度促进线上、线下，进口、出口的融合，赋能全球中小企业，整合外贸资源，打造世界领先的数字贸易生态圈。

## 4. 我国跨境电商平台数字贸易模式对中小企业的竞争力影响分析

跨境电商作为外贸新业态，将会在未来的发展中更加规范化和产业化，成为我国经济贸易中长足的增长点。鉴于本文是以敦煌网作为案例，分析数字贸易中我国跨境电子商务平台的发展。由此，笔者梳理了敦煌网在数字贸易模式中可以借鉴的部分，根据该平台数字贸易模式特征来分析其对中小企业的竞争力影响，分别包括有利影响与不利影响。

### 4.1. 有利影响

#### 4.1.1. 有利于提升中小企业数字营销竞争力

数字贸易中，营销的数字化先于交易环节，因而跨境电商平台非常重视。平台通过多样的智能化手段，利用消费者数据累计来多向选择数字化营销方式。借助国外知名网站，打通营销流量的拓展通路，优化关键词搜索，智能匹配潜在消费者；通过与行业媒体合作增大曝光率，占据海外媒体资源，将优质中小企业的产品推广至更大市场的目标客户。目前敦煌网与多家国外社交媒体及搜索引擎合作，不失为一种有效且影响力较广的操作。

#### 4.1.2. 有利于提升中小企业产品与服务竞争力

在数字贸易的引领下，数字化贸易链的各个环节都需要加大成本支出。而跨境电商平台可采用成本价值管理方法和边缘业务外包，实现价值的最大化来高效驱动创造，这样以往中小企业各个环节的成本流失得到了控制，会将更多的成本利用到开发特色化的产品与高质量产品标准制定上。同时，平台可以利用数据进行市场分析，通过更多的国际战略合作，实现产品高效的国际流通。

除了能够提升产品的竞争力之外，交易中的服务竞争力也是至关重要的。跨境电商平台在数字贸易模式中，关于服务资源的数字化升级，始终站在中小企业作为供应商和商家的角度，来考虑消费者的服务需求。在一定程度上，平台通过建立优质的贸易服务，促进了商家自身的品牌化发展。

#### 4.1.3. 有利于提升中小企业的数字化竞争力

我国的数字贸易发展覆盖了众多产业，从生产到终端，数字贸易带动了产业规模的不断升级和扩大。本文以跨境电子商务平台的数字贸易模式作为研究数字贸易的一个突破口，单从跨境电子商务自身所带动的产业规模的扩大来看，该模式促进了多产业的整合升级。同时，开拓了一条条更加有利于中小企业走向国际化的道路。

从国际战略合作方面来看，以跨境电子商务为代表，在数字贸易不断深化的大环境下，建立数字贸易发展的生态圈，进行多国贸易合作，寻找更多贸易机遇并以此深化传统贸易的改革，进一步加大贸易企业线上线下的融合将成为必然趋势，中小企业的进出口可以借助跨境电商平台的数字贸易模式，扩大数字贸易产业的基数，在数字贸易的必然趋势中创造属于自身的价值。

### 4.2. 不利影响

#### 4.2.1. 加大了中小企业的数字贸易人才壁垒

数字贸易发展的大势以及跨境电商平台的逐渐转型升级使得传统贸易业态逐渐向新型数字贸易形态转变，在此过程中，中小企业需要大量具有国际贸易、跨境电子商务、数字贸易、数字经济等交叉背景知识的创新型专业人才来对接平台的升级。但现实问题是，前在全球范围内都缺乏针对这一新型贸易业态设计的创新人才培养机制，中小企业由于人力资本优势先天不足更是缺乏这类人才储备。因此，中小企业在面对数字

贸易发展的大趋势过程中，需要以建设本企业跨境电商能力人才项目为载体，打破数字贸易人才壁垒，帮助本企业快速融入全球数字贸易价值链。

#### 4.2.2. 短期内会显著增加中小企业创新投入成本

我国大部分区域的中小企业的研发投入以及研发创新人员比例均远低于国际平均水平，也低于国内大型国有企业的水平，中小企业的创新投入成本不高。但数字贸易以及跨境电子商务平台数字贸易模式的发展，将会加剧平台内部中小企业间的竞争，使得企业在其持续发展过程中，需要不断进行产品和服务质量创新，势必在短期内会显著增加创新投入成本。

### 5. 本文主要结论及相关政策建议

---

2017年开始，外贸行业的数字化进入了新的数字贸易时代，随着中国从消费互联网向产业互联网转化，以敦煌网为代表的中国互联网公司迅速崛起，引领着世界新的商业标准、数据运营以及行业融合。全球模式、全球标准和全球观念开始由中国所开创和发展的数字贸易商业模式领跑，全球数字贸易发展进入“中国时间”。而我国对新的模式研究的历程还十分的短暂，笔者以敦煌网的模式创新和发展作为一个研究基点，希望能够在一定程度上，给予中小企业转型发展一个新的理念方向和可供选择的建议，随着跨境电商平台越来越规范化，新的贸易准则将会被提出，竞争力的影响将不仅取决于平台的选择，还将更多地影响到中小企业的发展。由此，笔者对中小企业自身提出了以下几点建议：1) 严格把控产品质量关；2) 合理利用线下企业间合作，推动国外潜在市场的开发；3) 重视线上交易平台的客户累积，加大力度进行宣传；4) 积极参与跨境电商平台的专业和系统培训项目，加大数字贸易人才储备。

### 基金项目

---

国家社会科学青年基金项目(15CJY061)。浙江省中青年学科带头人(国际电子商务方向)培养计划项目。

### 参考文献

[1] Kerber, W. and Schweitzer, H. (2017) Interoperability in the Digital Economy. MAGKS Papers on Economics.

[2] 于立新, 何梦婷. 数字贸易发展与中国面临的挑战[J]. 世界知识, 2017(16): 20-23.

[3] 李忠民, 周维颖, 田仲他. 数字贸易: 发展态势、影响及对策[J]. 国际经济评论, 2014(6): 131-144.

[4] 李杨, 陈寰琦, 周念利. 数字贸易规则“美式模板”对中国的挑战及应对[J]. 国际贸易, 2016(10): 24-27.

[5] 陈晓平, 小庞. 敦煌网创始人、CEO王树彤:数字贸易的商机[J]. 二十一世纪商业评论, 2017(1): 28-29.

[6] Degryse, C. (2017) Shaping the World of Work in the Digital Economy. Social Science Electronic Publishing, No. 1, 1-12.

[7] Vătămănescu, E.M., Nistoreanu, B.G. and Mitan, A. (2017) Competition and Consumer Behavior in the Context of the Digital Economy. Amfiteatru Economic Journal, 19, 354-366.

| 汉斯出版社 | 汉斯期刊  | 作者须知 | 关于我们  |
|-------|-------|------|-------|
| 所有期刊  | 最新文章  | 投稿须知 | 开放获取  |
| 学科分类  | 同行评议  | 稿件跟踪 | 出版协议  |
| 书籍出版  | 文章费用  | 常见问题 | 保存/撤销 |
| 联系我们  | 审稿/编委 | 特别约稿 | 隐私保护  |