

跨境电商的发展对 我国民营企业出口影响的实证分析

余 敏

(黎明职业大学 外语外贸与旅游学院, 福建 泉州 362000)

[摘 要] 本文以中国民营企业出口的影响因素及其转型机制为研究主题, 尝试建构一个基于经验实证的系统分析框架, 运用定性分析中统计研究分析和定量分析中的用多元回归法比较全面深入地分析了跨境电商发展对我国出口民营企业转型的影响与综合效应, 并进一步考察了各主要影响因素的具体作用路径, 以期为促进民营企业转型升级的对策措施提供科学依据。

[关键词] 跨境电商; 民营出口企业; 实证分析

[中图分类号] F74

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-6973(2017)01-0111-06

2008年以来, 蔓延全球的金融危机导致世界市场疲软, 人民币持续升值导致国外客户的资金不足, 进出口贸易摩擦造成外贸业务成本大幅度上升, 国内人工、能源和原材料成本持续上涨造成的隐形资金成本不断增加等一系列的因素对我国传统的外贸行业造成很大的打击, 进出口增速明显下跌, 很多外贸企业尤其很多民营企业纷纷倒闭。与之形成鲜明对比的是我国跨境电商市场迅猛发展, 电商营业额占总外贸进出口额的比重持续快速增长。面对来势汹汹的跨境电商, 传统外贸商纷纷“触网”, 即开展网络外贸业务, 并积极寻求线上和线下外贸业务的协同发展。

一、理论综述

跨境电商指分属于不同关境的交易主体, 通过电子商务平台达成交易、进行支付结算, 并通过跨境物流送达商品, 完成交易的一种国际商务活动。关于我国跨境电商研究方面, 学者主要从定性和定量两个角度进行研究。定性方面, 周洁(2011)指出跨境电商平台是我国发展对外贸易的新兴模式, 政府应该大力支持跨境平台的基础建设。^[1] 刘娟

(2012)指出我国跨境电商由于门槛低, 具备国际电子商务信息平台、国际性支付平台的支持, 发展具有不可比拟的优越性。^[2] 叶华(2013)提出目前中国政府和很多中小企业对跨境电商的重视程度不够, 缺乏有力的政策和法规及后续人才也是制约我国跨境电商的主要因素。^[3] 王蒙燕(2014)指出在全球市场萎靡的大环境下, 我国跨境电商贸易取得不菲的成绩, 但是相对于我国外贸规模来说, 还处于发展初期, 潜力巨大。^[4] 鄂立彬、黄永稳(2014)跨境电商占我国进口额交易总规模比重不断提高, 大量传统外贸工厂、企业和本土品牌商还在蓄势进入外贸电商。^[5] 孙蕾、王芳(2015)提出跨境电子商务的优势, 并从建立海外仓、扶持第三方支付机构等5个角度提出跨境电子商务的发展建议。^[6] 定量方面, 熊焰(2009)用回归分析验证发现中小企业在电子商务采纳阶段之后, 效率动机的影响越来越大。^[7] 杨坚争和刘涵(2014)通过对1039家企业的问卷调查和企业走访, 研究表明跨境电子商务的应用水平从小型企业、中型企业到大型企业逐步升高。^[8] 王倩倩(2014)用近12年的时间序列数据实证出电子商务与我国外贸之间存在正相关关系。^[9]

[收稿日期] 2016-10-25

[基金项目] 泉州社会科学规划项目(2016H05《“一带一路”战略下跨境电商助泉州民营企业“走出去”分析研究》)。

[作者简介] 余敏(1979-), 女, 江西景德镇人, 黎明职业大学外语外贸与旅游学院副教授。研究方向: 国际经济与贸易、产业经济学。

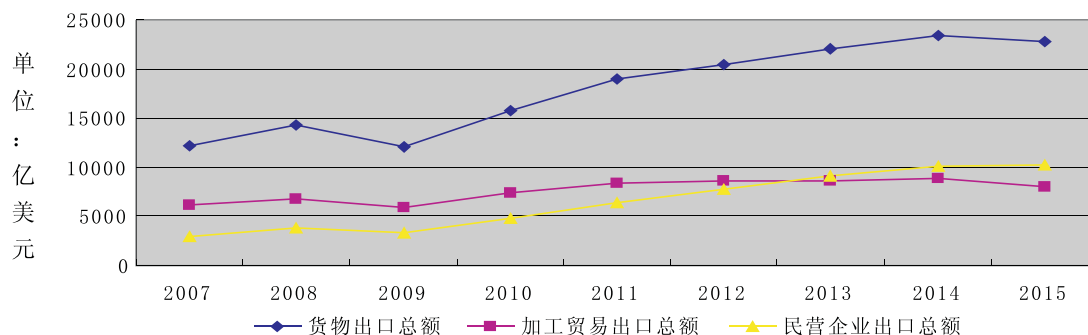
二、金融危机后跨境电商发展 与我国民营企业出口关系浅析

民营企业是指除国有企业、集体企业及外商投资企业之外的企业,是具有中国特色的经济实体,我国 99% 的中小企业都属于民营企业的范畴(章丽厚,2009)。^[10] 以前我国的民营企业只能充当国有外贸企业的货源单位进行出口创汇,不能自营出口,1999 年为了迎接经济全球化和中国加入 WTO 的进程,国家首次批准 61 家民营企业可以自营出口,当年出口创汇 6.3 亿美元,占全国货物贸易出口总额的比重仅为 0.32%。经过 30 多年的改革发展,我国的民营企业已由创业阶段进入成熟发展阶段,主动参与了国际市场的竞争。

1. 民营企业已经成为我国经济中流砥柱,出口主力军 据 2015 年中国统计年鉴数据显示,截止 2014 年底,全国民营企业约 2600 万家,约占全国企业总数的 96%,对中国 GDP 的贡献率已超过 50%,吸纳就业

人员占全社会就业人员总数的 75%,所创造的工业新增产值占全部工业新增产值的 70% 左右。另根据商务部数据显示,2015 年中国民营企业出口 1.03 万亿美元,比上年提高 2.1 个百分点,占出口总额的比重为 45.2%,占比第一次超过外资企业,成为中国出口的主力军。可见,民营企业在我国经济社会发展中的地位 and 作用越来越重要。

2007 年至 2015 年,我国的出口贸易无论是成分还是主体都处于一个转型期。见图 1,加工贸易比重不断减少,由 2007 年占出口贸易过半到 2015 年占比仅为 35.09%;而民营企业出口则处于不断上升趋势,由 2007 年仅占出口贸易的 24.44% 攀升到 2015 年的 45.21%。我国传统出口贸易以加工贸易为主,主要作为外国品牌产品的代工厂,通过大量工人辛苦劳作获得微薄加工利润,处于产业价值链低端。近年来,在政府的政策指导下我国外贸企业开始重视自身品牌建设,并取得一定的成效。



数据来源:2008—2015 年中国统计公报。

图 1 2007—2015 年我国货物贸易出口总额分类图

Fig. 1 The Classification Chart of China's Total Exports of Goods Trade in 2007-2015

2. 跨境电商发展速度惊人,成为我国外贸出口的重要支柱 我国的跨境电商出口贸易最初是出口企业通过跨境平台(例如阿里巴巴,1999 年成立)直接与国外采购商进行交易,随着这部分企业做出了成绩,吸引了更多的中小企业也随之加入。目前跨境电商贸易以出口业务为主,商业发展模式主要有三种(见表 1),跨境电商出口模式以 B2B 业务为主,B2C 跨境模式逐渐兴起且有扩大的趋势。

2012 年成为我国跨境电商贸易的转型年。2012 年 6 月,《网络商品及服务交易监督管理条例》由国家工商总局牵头,明确列入国务院“二类立法”计划,2012 年 12 月,上海、重庆、杭州、宁波、郑州 5 个城市成为全国首批开展跨境电子商务服务试点城市。同期,在中央及各地政府大力推动下,商务部和发展改革委员会相继出台了跨境电商行业的规范和优惠政策,如《关于利用电子商务平台开展对外贸易的若干意见》(商电发[2012]74 号)、《关于组织开展国家电子商务示范城市

电子商务试点专项的通知》(发改办高技[2012]1137 号),在规范跨境电商行业市场的同时,也让跨境电商企业开展跨境电商业务得到了保障。2013 年起,从事跨境电商行业的卖家从二手卖家为主向货源生产商转型,大型工厂上线、B 类买家成规模、中大额订单比例提升、大型服务商加入和移动用户量爆发,最重要的是跨境电商出口贸易出现全产业链发展模式。

我国跨境电商发展至今依旧还是个新兴领域,但是发展的速度是令人刮目相看的。表 2 所示,2008 年我国出口总额为 10.04 万亿元,到 2015 年上升到 14.13 万亿元,年均增长率为 5%,远低于 2008 年前年均 20% 以上增长率。与此形成鲜明对比的是,我国跨境电商出口额从 2008 年的 0.69 万亿元上升到 2015 年的 4.5 万亿元,年均增长率高达 30%;跨境电商出口额占我国总出口额的比例也从 2008 年的 6.87% 飞跃到 2015 年的 31.86%,跨境电商贸易已经成为我国外贸出口发展的新增长渠道和重要支柱。

表 1 我国跨境电商出口贸易主要三种商业模式

Tab. 1 Three Main Business Models of China's Cross-border E-commerce

模式	B2B(Business to Business)	B2C(Business to Customer)	C2C(Customer to Customer)
内容	不同关境出口企业之间通过电商平台的跨境交易	出口企业与海外最终消费者通过电商平台的跨境交易	个人与海外顾客之间通过电商平台的跨境交易
特点	大批量、小批次、订单集中	小批量、多批次	小额交易、个性化
主要代表	阿里巴巴、环球资源、中国制造等	亚马逊、全球速卖通等	易趣等

表 2 2008—2015 年我国出口总额和跨境电商出口额发展简表

Tab. 2 Development Summary on China's Total Exports and Cross-border E-commerce Value of Exports Unit: Trillion

单位:万亿元

时间	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
出口总额	10.04	8.20	10.70	12.32	12.94	13.71	14.39	14.13
跨境电商出口额	0.69	0.79	1.12	1.52	1.91	2.4	3.57	4.5
跨境电商比例	6.87%	9.63%	10.47%	12.33%	14.77%	17.50%	24.81%	31.86%

数据来源:中国电子商务研究中心数据和 2015 年中国统计年鉴

3. 跨境电商助推民营企业转型,民营企业成为跨境电商的主体 由于我国民营企业大多处于小而散的状态,没有主动掌握出口渠道、无知名品牌、无出口产品定价权,产品利润率低,这样的现状为出口贸易发展埋下根本危机,2008 年蔓延全球金融危机直接造成我国大量民营外贸企业的倒闭,出口额下降。跨境电商出现,推动国际贸易成为无国界贸易,也推动了我国民营企业的转型。民营企业利用其自由的灵活经营机制,增加市场开拓和创新能力,利用跨境电商中的“电”来缩短购买的距离,挖掘出“商”来突出产品的个性化和创新性,提高购买的舒适度,出口主要集中在新兴市场。尤其是第三方跨境电商商务网络营销平台的发展,平台能同时提供咨询、物流、支付、语言翻译等一条龙式的服务,免除了民营企业在国外宣传广告、发放印刷品等传统方式下产生的大量费用。通过跨境网络电商平台助力民营企业扩大海外市场,打造自主品牌。截止 2015 年底,我国能够提供的交易平台有 5000 多家,通过各类平台开展跨境电子商务的民营企业超过 20 万家,占我国跨境电商交易总量 60%以上,已经成为跨境电商的主力,这种趋势也吸引越来越多民营企业投入跨境电商渠道建设和发展中。

三、跨境电商发展影响

民营企业出口贸易实证分析

在研究民营企业出口贸易计量模型中,考虑了民营企业出口特点以及我国宏观经济环境,加入了跨境电商发展的虚拟变量,使研究更具有现实性。本文所选用的数据都来自国家统计局《中国统计年鉴》和《中国工业统计年鉴》,选取了 1999 至 2014 年

的相关数据,同时为了降低异方差,这些变量(表 3)以对数形式表现出来,依靠 EVIEWS6.0 的计量工具对模型进行最小二乘法回归。

表 3 变量及变量说明

Tab. 3 Variables and Variable Declaration

变量名称	变量说明
被解释变量 $\ln N_i$	中国民意企业出口额的对数值。
被解释变量 $\ln L_i$	中国民营企业就业人数对数值,以中国统计年鉴中民营企业年末就业人数对数值来表示。
$\ln PFV_i$	中国民营企业年末固定资产净值对数值。
$\ln FDI_i$	表示外资进入对民营企业出口的影响因素,本文选用每年外资对中国的实际投资额对数值。
$\ln PE_i$	表示民营企业生产能力对出口的影响因素,本文选用中国民营企业工业总产值对数。
D_i	跨境电商对民营企业出口的影响因素,本文采用虚拟变量的形式,2012 年以前变量值为 0,2012 年及以后变量值为 1。

1. 建立模型 根据选定的变量,建立模型如下:

$$\ln N_i = \alpha + \beta_1 \ln L_i + \beta_2 \ln PFV_i + \beta_3 \ln FDI_i + \beta_4 \ln PE_i + \beta_5 D_i + \epsilon_i \quad (1)$$

(1) 单位根检验(ADF 检验)

从单位根的检验结果可知,五个变量中四个都存在二阶单整,接下来可以进一步协整检查。为了

保证所有的变量的平稳性,对变量对数化后运用 OLS 方法对式(1)进行回归,结果如下:

表 4 单位根检验表

Tab. 4 Unit Root Test

变量	ADF 检验	prob	结论
LnN_i	-8.9190	0.0000	平稳
LnL_i	-2.4269	0.1513	不平稳
$\Delta^2 L_i$	-4.8709	0.0026	平稳
$LnPFV_i$	-2.2361	0.2047	不平稳
$\Delta^2 LnPFV_i$	-6.468	0.0000	平稳
$LnFDI_i$	-0.8458	0.7706	不平稳
$\Delta^2 LnFDI_i$	-5.7352	0.0008	平稳
$LnPE_i$	-0.8893	0.7721	不平稳
$Ln^2 PE_i$	-3.2410	0.0407	平稳

注: Δ^2 表示二阶差分算子,虚拟变量不需要进行单位根检验。

$$\ln N_i = -2.05 - 0.59 \ln L_i + 3.06 \ln PFV_i + 0.14 \ln FDI_i - 2.10 \ln PE_i + 0.65 D_i \quad (2)$$

$T \quad (-0.66) \quad (-2.02) \quad (16.78) \quad (0.15) \quad (-5.99) \quad (3.03)$
 $P \quad (0.52) \quad (0.07) \quad (0.00) \quad (0.88) \quad (0.01) \quad (0.01)$
 $R^2 = 0.99 \quad \bar{R}^2 = 0.99 \quad F = 472.31 (P = 0.00)$

该模型中规模经济系数的 P 值均接近 1,过大, T 值无法通过 1% 显著性检验。根据变量的特性,剔除 FDI_i 次进行回归,结果如下:

$$\ln N_i = -1.68 - 0.57 \ln L_i + 3.06 \ln PFV_i - 2.07 \ln PE_i + 0.65 D_i \quad (3)$$

$T \quad (-0.91) \quad (-2.18) \quad (17.72) \quad (-8.94) \quad (3.34)$
 $P \quad (0.38) \quad (0.05) \quad (0.00) \quad (0.00) \quad 1 \quad (0.01)$
 $R^2 = 0.99 \quad \bar{R}^2 = 0.99 \quad F = 647.81 (P = 0.00) \quad DW = 2.33$

该项回归的所有 T 值均通过了 5% 显著性检验,说明所有的变量都具有显著性。 R^2 接近 1 说明方程的拟合程度非常高,达到了 99% 以上拟合性。回归中 F 值=647.81 比方程(2)中还大,说明因变量对自变量的作用是显著提高的。而且在 Durbin-Watson 检验中,5% 的临界点下, $k=4, n=16$ 查表得 $d_1=0.437, d_u=1.664$ 。因为 $2 < DW=2.33 < 4 - d_u=2.34$,说明回归方程不存在自相关。

(2) 协整检验

本文变量的时间序列是非平稳的,进行差分后变平稳,协整就是对非平稳时间序列之间稳定性的度量。进行协整检验的方法非常的多。本文采用 EG 两步法(Engle-Granger)进行检验。利用上面已做的回归(3)的残差进行白噪音检验,判断残差是否存在自相关。结果为检验 T 值-4.277,相对应的 P 值为 0.01,说明方程(3)的回归是通过了协整性检验。

2. 回归分析 (1) L_i 的符号为负号,民营企业就业人口每增加 1% 反而会带来出口规模减少 0.57%,说明就业数量的增加反而会带来出口负效

应。就业人数变量也是四个变量中 T 值最小的。这也说明劳动力成本因素对我国民营企业出口的相关性影响不突出。改革开放以来,我国外贸出口产品主要是初级制造品为主,贸易方式以加工贸易为主,不需要考虑其他因素就凭借几乎无限供给廉价劳动力的优势下创造了惊人的出口增长速度。随着近年来我国劳动力成本不断上升,劳动力成本已经成为出口产品价格的重要组成部分,对民营企业无疑是个巨大难题。在我国政府倡导下、世界经济环境压力下和推动下,民营外贸企业也在积极开始自身转型,从对产品“量”的追求上转型到产品“质”的提升,加大对产品中技术和资本的投入,提升产品的附加值。企业的管理方式也从简单的粗放型低水平管理的代加工工厂转型为集约化、品牌化、国际化自主经营的综合性外贸企业。

(2) PFV_i 的符号为正号,说明民营企业固定资产投资每增加 1% 会带来出口规模增加 3.06%,固定资产投资增加带来民营企业出口的正效应。固定资产变量是所有变量中系数最大的一个,说明模型中固定资产投资对我国民营企业出口影响最大,这也

反映了我国民营外贸企业转型的一个方面,民营企业不再是单纯的从事劳动密集型的简单加工,开始向规模化集团化发展。1999 年我国民营企业全社会固定资产投资 5372.7 亿元,占全社会固定资产投资的 18%。2014 年我国民营企业全社会固定资产投资 149539.3 亿元,年均增长 24.8%,占全社会固定资产投资的 29%。

(3) PE_i 的符号为负号,民营企业工业产值规模每扩大 1%,会减少出口贸易规模的 2.07%。规模效应是作为资本、技术密集型产业可持续发展的基本条件,作为促进产业发展的规模效应为何对民营外贸出口产生了负面效应?这是由于我国的民营企业大部分都是中小企业,这种小规模企业具有极大的灵活性,能迅速适应市场的变动和发展,但是因其规模小无法产生规模效应,带来了重复生产,产能过剩,同质低价竞争的现状。

(4) D_i 的符号位为正号。说明跨境电商发展对我国民营企业出口规模造成了正面影响,跨境电商效应每扩大 1%,会增加我国民营企业出口规模的 0.65%。从实证方面证实了跨境电商效应对我国民营企业出口带来刺激效应,但是这种刺激作用并不是特别明显,毕竟跨境电商只是为民营企业出口打造了更快捷的渠道,出口的真正竞争还是产品创意和质量的竞争。

(5)在第一次对式(1)回归中 FDI_i 的 T 值没有通过检验,这个现象说明本模型中海外直接投资并没有对我国民营企业出口有相关影响。一味强调吸引海外直接投资的效应可能会带来出口的量的增加,但是我国出口业的可持续发展,需要国内制造业特别是我国民营企业自主创新能力以及综合竞争力的提升。我国民营企业的发展必然会成为我国出口贸易的发展风向标和中流砥柱,民营企业的自我发展和完善成为势在必行的改革。

四、民营企业应用 跨境电商的对策探讨

民营企业国际化经营的趋势也日益明显,随着全球化竞争的加剧,民营企业作为中国对外贸易的新兴主力军以及我国参与经济全球化和国际竞争的重要力量面临着巨大的机遇和挑战。跨境电商作为民营企业出口的助推器,减少了民营企业出口的阻碍,让更多中小企业能在公平的环境下参与国际市场竞争。但是民营企业走向世界最终依旧依赖以规模经济效益发展为基础,以创新、技术和附加值为竞争优势。

1. 宏观政策上为跨境电商业务发展创造宽松

而有序的环境 虽然我国的跨境电商发展速度很快,但是区域发展极为不均衡,大部分跨境电商企业分布在沿海,中西部内陆地区企业开展跨境电商业务较少,这也是我国长期经济发展过程中,由于市场条块分割和地方保护主义存在的现实。跨境电商的发展需要各地外贸产业基础、通讯、物流、外汇以及海关等一系列部门硬件和软件建设,在追求跨境电商业务发展的政策的指导下,民营企业又处于小而分散的状态,大多还未达到规模经济收益递增的阶段,这种现状适应跨境电商业务中灵活满足单独客户的需求,但是对于跨境电商业务整体发展还是需要系统规划。

我国政府应从宏观角度加强对跨境电商业务的指引,从法律的高度对金融、税收、物流、结汇、海关上严格立法,积极出台调整和完善跨境电商业务发展的结构政策,不能一味追求跨境电商业务量的突破。引导相关区域因地制宜,合理优化跨区域产业组织结构,规划民营企业跨境电商业务集群发展,做大做强跨境电商业务发展。同时,注意培养跨境电商产业链发展,对跨境电商中产品、网路、金融等中上下游产业给予一定的规划,促成民营企业生产兼并并实现专业化,促进民营外贸企业升级转型。

2. 企业战略上提高民营企业对跨境电商的认识,加强产品自主研发力 民营企业开展跨境电商业务不是一蹴而就的事情,尤其是中小民营企业要开展跨境电商业务要提高对跨境电商业务的认识,不是简单的在平台上发布产品就是完成了跨境电商业务。民营企业应该从自身企业特点出发,选择适合的跨境电商平台,认识到外贸竞争无论是跨境还是传统线下外贸业务都是依靠产品的科技含量和创新程度、依靠产品的品牌优势、依靠自身信用优势去吸引客户。

我国政府不应仅仅从政府政策层面宣传跨境电商,更多应鼓励各地跨境电商协会、高校、科研机构去宣传跨境电商业务知识、各种平台规则、各国法律法规情况以及跨境电商风险。通过政策、税收以及融资等方面杠杆促进校企合作、企企合作等形式,鼓励民营企业提高资本运作的的能力,主动成为制造业科技投入和技术创新的主导,加快民营企业出口转型升级,提高我国民营企业外贸产品的附加值和技术优势,适应国际市场上的多元化和国际化需求。

3. 规模方面推动协同联盟,从内外两方面发挥出民营企业规模效应的促进作用 我国民营企业大部分是中小企业,规模小,易于管理,经营灵活,容易满足市场多样性,发展非常迅速。取得一定的

成功之后,许多民营企业盲目的追求企业扩张,结果很快由于规模过大、管理跟不上反而造成了企业停滞甚至是失败。政府和行业协会应该发挥自身管理优势,增强支持和产业协调作用,鼓励和引导在民营企业增加协同联盟,支持建立区域民营企业产业联盟,注意形成区域产业特色,鼓励同类出口企业采用兼并、合营或者联盟的形式。一方面鼓励民营企业注意提升内部规模效应,在合理的基础上扩大企业生产规模和产出的增加,另一方面提升民营企业的外部经济规模,在出口竞争秩序、跨境平台信息、跨境平台风险预警、跨境平台利益分享等方面协同发展,有利于知识外溢、提升整体产业集群竞争力,发挥出民营企业规模效应促进作用。

4. 资本方面提倡适时利用海外直接投资加快国际化进程 改革开放初期,大量海外直接投资涌入国内,一方面缓解了我国经济建设中资金不足,技术、管理等方面落后的难题,对我国经济增长起到重要的推动作用;另一方面,为了吸引外资,我国政府在税收、管理和原材料供应、土地等各方面给予照顾,使外资享受的待遇优于内资企业,内资企业不能与外资企业公平竞争,导致了对内资的一种“挤出”。我国政府应该对国内海外直接投资加强监控与引导,引资从数量向质量转移,倾向关键技术和核心生产能力。我国民营企业应该学会“取长补短”,适时利用国内海外直接投资,通过让出一部分股份或者合营等多种形式,学习外资企业先进技术和管理经验,通过与外资企业竞争与合作的关系中加快自身国际化进程。

5. 人力资本方面强调重视跨境电商人才的引进和培养 我国民营企业跨境电商业务的可持续发展基础依然是建立在人才基础上,跨境电商业务需要

外贸知识、物流、法律、金融、货代等各方面人才。由于跨境交易对语言、法律法规要求都比较高,我国民营企业应该重视人才的培养和引进,向外资企业学习,提升自身留人用人环境,可以通过提高薪资、校企合作开展“订单班”等,也可以通过专项培训提升自身人才素质,应该将解决眼前实际需要与满足企业长远发展相结合,重视本企业跨境电商人才的培养。

[参 考 文 献]

- [1] 周洁. 浅论电子商务环境下国际贸易发展[J]. 知识经济, 2011(13): 98—98.
- [2] 刘娟. 小额跨境电子商务的兴起与发展问题探讨——后金融危机时代的电子商务及物流服务创新[J]. 对外经贸实务, 2012(02): 89—92.
- [3] 叶华. 浅谈中国外贸跨境电子商务的发展[J]. 湖北经济学院学报: 人文社会科学版, 2013(11): 50—51.
- [4] 王蒙燕. 跨境电子商务与物流互动发展研究[J]. 品牌, 2014(11): 50—51.
- [5] 鄂立彬、黄永稳. 国际贸易新方式: 跨境电子商务的最新研究[J]. 东北财经大学学报, 2014(02): 22—31.
- [6] 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(03): 38—41.
- [7] 熊焰. 我国中小企业电子商务采纳动机实证研究[J]. 研究与发展管理, 2009(03): 105—112.
- [8] 杨坚争, 刘涵. 我国不同规模企业跨境电子商务应用状况调查分析[J]. 当代经济管理, 2014(01): 25—29.
- [9] 王倩倩. 我国外贸电子商务发展问题研究[D]. 河北大学, 2014.
- [10] 章丽厚. 中国民营企业可持续发展的实证研究[D]. 南京航空航天大学, 2009.

(责任编辑: 蒋萍)

An Empirical Research on the Influence of Cross-border E-commerce on the Private Enterprises' Export

YU Min

(College of Foreign Languages & Trade and Tourism, Liming Vocational University, Quanzhou 362000, China)

Abstract: This paper focuses on the influencing factors of Chinese private enterprises' export and its transformation mechanism. It attempts to develop a systematic analysis framework based on the empirical research. With the use of statistical analysis in the qualitative methods and multiple regression in the quantitative methods, this paper makes a rather comprehensive and in-depth analysis of how cross-border e-commerce affects the transformation and integration of Chinese private exporting enterprises. Furthermore, the specific pathway of how main factors exert their influence is investigated to provide a scientific basis for taking measures that would promote the transformation and upgrade of private exporting enterprises.

Key words: Cross-border E-commerce; Private Exporting Enterprises; Empirical Research