

电子商务对中小企业发展的影响分析

袁满

私立华联学院, 广东 广州 510663

DOI: 10.61369/SSSD.2025080042

摘 要 : 电子商务突破传统交易局限性, 实现线上交易, 为中小企业发展带来了新思路、新平台。中小企业可以通过发展电子商务降低运营成本、扩大市场空间、获取更多信息, 争取更大竞争优势。基于此, 笔者首先就电子商务对中小企业发展的影响进行深入分析, 而后提出中小企业电子商务发展的可行性路径与策略, 为相关研究与实践活动提供借鉴。

关 键 词 : 电子商务; 中小企业; 发展; 影响

Analysis of the Impact of E-commerce on the Development of Small and Medium-sized Enterprises

Yuan Man

Private Hualian College, Guangzhou, Guangdong 510663

Abstract : E-commerce breaks through the limitations of traditional transactions and realizes online transactions, bringing new ideas and platforms for the development of small and medium-sized enterprises (SMEs). SMEs can reduce operating costs, expand market space, obtain more information, and strive for greater competitive advantages by developing e-commerce. Based on this, the author first deeply analyzes the impact of e-commerce on the development of SMEs, and then proposes feasible paths and strategies for the development of e-commerce in SMEs, providing reference for relevant research and practical activities.

Keywords : e-commerce; small and medium-sized enterprises; development; impact

电子商务为市场结构变化提供新助力的同时, 也为中小企业发展提供了巨大且开放的环境。中小企业可以基于电子商务加强与上下游厂商之间的联系, 进一步优化采购、销售环节, 并寻找新的商业机会和合作伙伴。研究电子商务对中小企业发展的影响, 结合电子商务在降低企业运营成本、扩大企业市场空间、拓展企业市场信息来源方面的重要作用, 从不同角度探究中小企业电子商务发展的可行性路径与策略是激发中小企业发展活力, 提升中小企业发展质量的关键举措。

一、电子商务对中小企业发展的影响分析

(一) 助力中小企业降低运营成本

缺少自有资金, 是中小企业发展中面临的最突出劣势和短板, 尤其处于起步阶段的中小企业更加容易因为采购方面的资金短缺问题拖慢发展步伐。所以, 对于中小企业而言, 如何进一步压缩运营成本, 扩大利润空间, 是需要深入思考、有效解决的重要问题。随着互联网时代到来, 电子商务快速兴起, 这为中小企业降低运营成本提供了新的可能。首先, 电子商务能够助力中小企业进行采购成本优化。传统采购需经过多层经销商, 而电子平台(如1688、阿里巴巴国际站)则让中小企业直接对接源头工厂或批发商, 减少中间加价环节。电商系统可实时同步销售数据与库存, 通过“预售制”“按需生产”模式减少库存积压, 降低中小企业的仓储成本。其次, 电子商务采用智能仓储与物流, 能够通过第三方云仓提供的按单计费的仓储服务, 让中小企业省去自建仓库的成本^[1]。再者, 电子商务以线上渠道替代实体店, 让中小企

业无需承担高昂的门店租金、装修及导购人力成本就可以销售自己的产品或者服务, 能够降低其销售与营销成本^[2]。最后, 电子商务提供的精准数字营销、物流网络共享、末端配送服务等新型模式, 也为中小企业降本增效提供了支持, 比如根据蝉妈妈提供的发现某美妆中小企业通过抖音直播带货, 单场销售额突破百万元, 营销成本仅为传统电视广告的1/10。

(二) 助力中小企业扩大市场空间

在企业经营中, 从产品设计开端到售后服务结束整条供应链涉及到多种要素, 其中“销售”占据着尤为重要的位置。它是企业盈利来源, 是关乎企业成长与发展的重要方面。中小企业为了进一步扩张、拓展市场空间, 在市场竞争中占据更有利位置, 需要不断提高销售份额。电子商务在销售环节的作用十分突出, 能够为中小企业扩大市场空间提供新技术、新方法。传统发展模式下, 中小企业受限于线下门店的物理范围难以扩大市场空间, 而电商平台让企业可以面向全国甚至全球消费者销售^[3]。中小企业通过跨境电商平台将产品和服务销往全国各地, 甚至是进军海外新

兴市场，能够有效提升销售额。而且，电子商务提供的多元化销售渠道，还能帮助中小企业降低对渠道的依赖。中小企业可同时入驻多个电商平台，通过多平台布局分散渠道风险；通过抖音、快手、淘宝直播等平台，实时展示产品、互动答疑，快速吸引消费者；利用企业微信、社群、朋友圈等私域渠道，加强与消费者之间的互动，从而降低维护老客户的成本，并促进其复购。此外，电子商务提供的大数据用户画像、智能推荐与个性化营销、社交媒体广告定向投放等服务，还让中小企业精准了解目标客户需求，有效提升营销效率。比如，电商平台通过分析用户浏览、购买、评价等行为数据，为中小企业提供精准的客户画像（如年龄、性别、地域、消费偏好），为中小企业调整产品设计和营销策略提供依据，帮助其提升广告投放转化率；基于用户行为数据，自动推荐相关产品（如“猜你喜欢”功能），助力其提升用户购买意愿^[4]。

（三）助力中小企业获取更多信息

对于中小企业来说，“信息”是宝贵的资源。尤其进入大数据时代之后，“信息”对中小企业发展的重要性进一步凸显出来，如果哪一方主体掌握着更为丰富的信息资源，则意味着该方能够更多地占据先机，反之，该方则势必会在决策中表现出一定的滞后性色彩。电子商务平台正是中小企业获取信息，提升决策能力的重要渠道，中小企业可以通过其承载的庞大流动信息获取自身发展所需要的关键信息。举例来说，阿里巴巴、京东、拼多多等电子商务平台聚合海量用户行为数据、交易数据、供应链数据，形成“数据飞轮”效应，使中小企业无需独立投入高成本进行市场调研，即可获取关键市场信息；通过用户浏览、购买、评价、复购等行为数据的分析，为中小企业提供细分客群的年龄、性别、地域、消费偏好等维度画像；通过聚合全量交易数据，向中小企业实时反馈市场热点与趋势。中小企业基于电子商务环境加强信息的获取与整合，更全面地了解不同企业、不同环节的发展动态，为自身决策提供更多信息资源支持，有助于提升决策的可行性和科学性^[5]。

二、中小企业电子商务发展的路径与策略分析

（一）基于市场调研，选择契合的发展路径

根据交易对象不同，电子商务模式可以划分为 B2B、B2C、C2C、C2B、B2G、C2G 等多种模式，中小企业需要结合战略目标、发展能力、所处行业进行选择。如若中小企业不考虑自身实际情况，一味模仿其他企业的成功做法，那么其电子商务发展模式将难以契合自身发展要求。这种情况下，电子商务不仅不能在企业发展中发挥应有的促进作用，反而可能会局限企业发展与进步，使其陷入危机与困境当中。所以，中小企业发展电子商务的过程中要充分认识到市场调研的价值和作用，基于对不同电子商务模式的深入了解，在“差异主导”原则下做出决策。中小企业通过调研可获取消费者需求画像、竞争格局、渠道特性、成本结构等关键信息，为路径选择提供数据支撑，能够进一步保证其与自身发展需求的契合度。也就是说，中小企业要遵循“调研－分

析－决策－实施－优化”的闭环流程选择契合的发展路径。在调研环节，中小企业可以通过在线调查工具、社交媒体、客户访谈、竞品分析获取分析数据。比如，利用 SurveyMonkey、Google 表单等工具设计问卷，然后在社交媒体、企业微信群进行分发，快速收集关于消费者对产品功能、价格接受度的数据；通过微博、抖音、小红书等平台收集品牌提及、话题讨论方面的信息，分析消费者对竞品的评价，以及人们生活中的痛点问题与产品需求；直接与现有客户或潜在客户对话，深入了解其对产品、服务、渠道的偏好^[6]。

（二）加大资金投入，推进信息化建设进程

中小企业发展电子商务的过程中，需要必要的物质、资金为支持。中小企业要针对选择的电子商务发展路径配备充足资金，不断推进信息化建设进程，为电子商务活动的顺利开展奠定基础。企业应做好资金预算与配备，比如在年初整体分析电子商务平台建设需求，进行资金预算，确定下年度资金投入总额度，之后对资金投入进行细化分解，形成书面文件。这可以为信息化建设工作的实施提供导向作用，做到“专款专用”，避免一些不必要的临时性开支^[7]。一般而言，中小企业需要从以下几个方面入手做好资金投入规划：

（1）ERP（企业资源计划）系统：整合采购、生产、库存、销售、财务等环节，实现数据实时共享。

（2）CRM（客户关系管理）系统：记录客户交互数据（如购买历史、咨询记录），支持精准营销与个性化服务。

（3）OA（办公自动化）系统：实现流程审批、任务分配、文档管理的线上化，减少沟通成本。

（4）电商平台建设：投入资金开发或优化企业官网、小程序商城，支持在线交易与会员管理。

（5）数字化营销工具：采购 SEO/SEM 工具、社交媒体管理平台、数据分析软件，提升营销精准度。

（6）直播与短视频设备：配置专业摄像头、麦克风、灯光设备，提升内容制作质量。

（7）BI（商业智能）系统：整合多渠道数据（如销售、库存、客户反馈），生成可视化报表与预测模型。

（三）转变发展理念，加快营销模式创新

中小企业发展过程中，发展理念发挥着极为重要的引领作用。如果中小企业不能紧跟时代步伐转变思路、创新理念，将会让发展路径变得越发狭窄。所以，中小企业应全面打开思路，加强对电子商务发展态势的了解，将其变成促进自身创新发展的关键动力。首先，这需要企业发展理念实现从“产品中心”到“用户中心”的转型。传统中小企业常陷入“生产导向”思维，即“先生产，再找客户”，导致库存积压、需求错配^[8]。新发展理念需聚焦三大转变：以用户需求驱动生产，即通过市场调研、社交媒体监听、客户反馈分析，精准捕捉用户未被满足的需求；以数据驱动决策，比如整合销售、客户、市场、供应链等多维度数据，生成可视化报表与预测模型；进行场景化价值创造，比如围绕用户使用场景设计产品与服务，通过 AR/VR 技术让用户“试穿”“试用”产品等。其次，企业要引入数据驱动营销模式，通过

数据挖掘平台实现多维度数据收集、挖掘、分析，从而全面了解不同消费者群体的喜好，为构建精准营销策略提供依据，比如借助该平台分析消费者购买金额、频次等方面的信息，形成数据报告，促进差异化营销。最后，企业要重视社交媒体营销模式的应用^[9]。中小企业可以针对目标客户群体需求在小红书、抖音等社交平台发布一些趣味性内容，加强与他们之间的互动，并吸引更多消费者关注产品^[10]。

三、结语

综上所述，电子商务能够帮助中小企业降低运营成本、扩大市场空间、获取更多信息，对其发展具有多方面有益影响。为了强化电子商务带来的这些有益影响，中小企业可以通过加强市场调研、加大资金投入、转变发展理念等措施大力发展电子商务业务，争取更大竞争优势。

参考文献

- [1] 钱姝宁. 中小企业电子商务发展的瓶颈及策略研究 [J]. 中小企业管理与科技, 2024, (12): 87-89.
- [2] 张倩倩, 杜肖彦. 中小企业电子商务发展中的问题及其对策研究 [J]. 老字号品牌营销, 2024, (10): 176-178.
- [3] 李林. 数字经济时代中小企业电子商务发展策略研究 [J]. 商场现代化, 2024, (10): 44-46.
- [4] 刘傲莲. 跨境电商综试区设立对中小企业全要素生产率的影响研究 [D]. 西南财经大学, 2024.
- [5] 陈亮. 中小企业发展跨境电商的战略意义和趋势研究 [J]. 营销界, 2024, (01): 29-31.
- [6] 王睿. 电子商务在中小企业市场营销中的应用实践探析 [J]. 中国新通信, 2023, 25(09): 83-85.
- [7] 滕小龙. 电子商务在中小企业市场营销中的有效应用 [J]. 现代商业, 2023, (05): 66-69.
- [8] 陈雨晴, 梁子婧. 宿迁市“专精特新”中小企业发展机制研究 [J]. 内蒙古科技与经济, 2022, (24): 30-31.
- [9] 兰宗俊. 中小企业 B2B 电子商务发展策略分析 [J]. 科技经济市场, 2022, (11): 143-145.
- [10] 王婷婷, 杨晋. 跨境电商综试区中小企业发展问题与对策研究 [J]. 中国商论, 2022, (21): 16-18.