

• 天津财经大学国际贸易研究丛书 •

中小企业国际化 与电子商务应用研究

Research on the Internationalization
of Small and Medium-sized Enterprises
and the Application of E-commerce

刘 娟 著



经济科学出版社
Economic Science Press

014059971

• 天津财经大学国际贸易研究丛书 •

中小企业国际化 与电子商务应用研究

Research on the Internationalization
of Small and Medium-sized Enterprises
and the Application of E-commerce

刘 娟 著



经济科学出版社
Economic Science Press



北航

C1746727

F279.243

143

图书在版编目 (CIP) 数据

中小企业国际化与电子商务应用研究/刘娟著. —北京:
经济科学出版社, 2014. 7

(天津财经大学国际贸易研究丛书)

ISBN 978 - 7 - 5141 - 4762 - 9

I. ①中… II. ①刘… III. ①中小企业 - 国际化 - 研究 -
中国②中小企业 - 电子商务 - 研究 - 中国 IV. ①F279. 243

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 136593 号

责任编辑: 柳 敏 李一心

责任校对: 徐领弟 靳玉环

版式设计: 齐 杰

责任印制: 李 鹏

中小企业国际化与电子商务应用研究

刘 娟 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编辑部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京汉德鼎印刷有限公司印刷

华玉装订厂装订

710 × 1000 16 开 20. 75 印张 350000 字

2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 4762 - 9 定价: 58. 00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 翻印必究)

总 序

人类进入 21 世纪以来，改变我们生活的最重要的因素之一，就是经济全球化，经济学研究的每个领域也无不因全球化而变得异常活跃，国际贸易学研究更是如此。在全球贸易学研究的沃土中，中国学者针对中国贸易问题的研究成果日渐丰富，由天津财经大学国际贸易研究团队形成的这套丛书，便是百花园中的绚丽一丛。

随着中国不断融入国际经济体系，产业结构和贸易结构在全球化进程中不断升级。由于国际分工体系日趋细化，虽然产业内贸易和产品内贸易交织并存，但是产品内分工越来越盛行，全球价值链分工形成了全球生产网络，而中国正是借助加工贸易参与全球化垂直生产网络，并通过参与全球价值链分工，成为世界制造业大国和贸易大国，这也成就了中国世界第二大经济体的地位。2008 年国际金融危机发生后，中国加工贸易在连续近 30 年持续增长之后，于 2009 年首次出现负增长，加工贸易正经历转型之痛！作为转变经济发展方式的重要一环，转变外贸发展方式成为重中之重。危机后全球价值链分工也面临着转型和重构。从世界层面看，中国越来越多的企业实施跨国投资战略，美国则在危机后提出“再工业化”，欧洲实体经济饱受主权债务危机的重创，世界经济格局的新变化对全球价值链分工将产生战略性影响。中国如何应对这样的战略机遇和挑战？面对新一轮产业转移和区域经济一体化及世界市场一体化的发展机遇，充分利用价值链细分，享用外国投资与生产外包、地理配置与丰裕要素相结合所引致的巨大收益，扩大生产集聚和规模经济效应，优化中国在

全球价值链中位置,获取最大发展利益,成为当前中国调整对外贸易战略和投资战略的目标所在。

正是在这个意义上,天津财经大学国际经济贸易系学术团队围绕这一主题展开深入研究,形成了一批新的研究成果,才有这套专著丛书的问世。如今,这套专著论丛即将出版,问序于我。作为国际经济贸易系兼职教授,我当然义不容辞。收入本丛书的各部著作,均是以国际经济贸易系老师主持的国家社会科学基金和国家自然科学基金的项目或是博士学位论文为基础,经过一段时间的沉淀和再思考,在大幅修改、补充的基础上完成的。学术研究就是思想接力,纵观全套专著,作者们在写作中努力追求原创性的效果,大到论文框架、观点的融会贯通,小到案例的运用,都贯穿着这一原则,力求有自己的学术发现。很多观点也是发他人之未发。它们所提供的思考本身,将引起研究者的重视。感谢这套专著丛书的作者们,感谢他们的辛勤耕耘。

时间仍将继续延伸,愿国际经济贸易系研究团队的学术跋涉一路风光无限。

鞠建東

2014年6月16日

序

长期以来中小企业在各国国民经济发展中都发挥着极其重要的作用：在吸纳就业、增加出口、自主创新等方面的突出表现使得中小企业日益成为国内经济增长的重要引擎之一。但是在企业国际化研究领域，传统的企业国际化理论则一直把国际经营看作资源丰富的大公司的竞技场，而近些年来日益活跃在国际舞台上的中小企业则对这种传统的思维模式提出了挑战。尤其是进入 21 世纪以后，伴随着信息技术和通信技术的进步及全球经济一体化的深入发展，越来越多的中小企业开始面向国际市场开拓业务，其中电子商务作为信息技术应用于商务领域的直接表现形式，成为许多中小企业国际化进程中必不可少的拓展工具。传统观点认为中小企业由于受到相当多的资源局限，因而在很多领域是无法涉足的，尤其是在国际市场拓展方面；而电子商务却可以使中小企业在某种程度上拥有与大企业同样的发展空间及资源优势，从而投身于国际市场之中。

电子商务（E-Business）是指市场经济主体，在全球或内部网络环境下，利用信息技术与通信技术所进行的各种社会经济活动的总称；企业电子商务应用则被认为是一种以现代信息网络技术为依托的新型的商务活动模式。按照 Parasuraman&Zinkhan（2002）的观点，电子商务是可以潜在的改变商业运营中所涉及的几乎所有环节，因而电子商务的出现和发展促使商务研究学者不得不重新审视现有的国际商务概念及理论是否适应新形势的需要，中小企业国际化问题也无一例外的成为一个关注对象。

首先，就理论层面而言，传统企业国际化理论主要针对那些资源丰富的大型跨国公司行为进行诠释，尽管其中也有部分合理成分适用于中小企业国际化行为；但是就其阐释内容的深度和广度而言，明显不尽如人意，甚至有些牵强，尤其是在信息技术迅猛发展的今天，电子商务的出现、应用及其普及使得越来越多的中小企业以突破常规的模式进入国际市场（如国际新创企业或国际创业企业等），这些现象是传统理论所无法解释的

(传统企业国际化理论大多在电子商务出现之前已经形成)。因此,在新的技术环境、商业环境下,有必要从新的研究视角来阐释中小企业国际化的新现象。

其次,就实践层面而言,北欧学者提出的“阶段论”被认为是与传统的企业对外直接投资理论、跨国公司理论相齐名的经典企业国际化理论,由于其经典模型 Uppsala Model 识别出企业国际化进程的 5 个阶段,而这 5 阶段在实践中被证明是与大部分中小企业国际化进程的次序相吻合的,因而“阶段论”也被认为是经典的中小企业国际化理论。然而,20 世纪八九十年代以后,随着经济全球化的深入发展,以及信息技术、网络技术的应用,很多中小企业国际化的速度明显加快,并且不需要按部就班的经历“阶段论”中所限定的国际化进程次序,从而打破常规的企业国际化经营模式,出现“蛙跳”式的企业国际化现象。这其中较为极端的现象就是“天生国际化企业”,即企业在其成立之初,就开始了国际化经营。这其中,信息技术、网络技术,尤其是电子商务的应用与“天生国际化企业”的产生是否具有某种普遍关联性也成为许多学者关注的问题。

2008 年全球性金融危机的冲击使得中小企业电子商务应用意识进一步增强,再加上政府宏观政策的引导与扶持,使得越来越多的中小企业开始采用电子商务并且初见成效。然而在应用的过程中又存在哪些问题?如何解决这些问题?对应用电子商务的中小企业给予哪些建议?以及如何更好地为中小企业电子商务应用创造内、外部条件等?最终以利于我国中小企业国际化的顺利进行,这成为本书写作的根本目的所在。

鉴于本书研究领域的新颖性、实践性及现有研究的匮乏,著者选择《中小企业国际化与电子商务应用研究》为题,希望能够结合技术层面及商业模式层面的创新,从新的视角给予中小企业国际化现象的合理诠释,并给予传统企业国际化理论以适当的补充及完善。在实践中,结合著者通过调研访谈所获得的第一手材料,系统分析我国中小企业国际化进程中电子商务应用的现状及存在的问题,进一步探讨在新环境下电子商务对我国中小企业国际化的积极作用,并尝试对电子商务环境下的信号传递机制及信息保护问题给予相关说明与建议。

本书的写作思路及各章节内容安排如下:本书共分为 9 个章节,第 1 章为导论,在导论部分中,首先明确本书研究的写作背景并相应提出研究问题;然后进一步对中小企业、中小企业国际化、电子商务这三个本书研究的核心概念给予相应界定,在充分总结归纳国内外学术界相关研究成果

基础上,提出本书研究所指具体含义;最后介绍本书研究思路及框架。

第2章为实践篇,主要包括两部分内容:第一部分为中小企业国际化实践;第二部分为电子商务应用实践。在第一部分中,先后介绍美国、欧盟、日本和我国中小企业国际化的实践情况,主要涉及对外贸易发展及对外直接投资领域;在第二部分中,先是对电子商务的产生与发展过程进行一个简单回顾,然后针对美国、英国、日本及我国中小企业电子商务应用实践情况进行系统介绍。

第3章为理论回顾篇,是对中小企业国际化理论演进过程的全景展示。本章前三部分内容主要对中小企业国际化理论的发展流派进行系统回顾,依次为:针对发展中国家中小企业的对外直接投资理论;以经典的北欧学派“阶段论”为代表的中小企业国际化过程理论;还有一些新近提出的中小企业国际化新兴理论,包括关系网络理论、基于企业资源观理论、“天生国际化”企业理论、知识及信息技术理论和互联网影响理论。后两部分内容则是针对电子商务应用对中小企业国际化理论的影响问题而展开的,包括具体理论层面影响的相关研究及中小企业国际化进程中电子商务应用模型的提出。

第4章为实践调研篇,本章内容是对上述理论回顾篇所提及内容,尤其是中小企业国际化进程中电子商务应用模型进行系统的实践检验;同时也在一个更为清晰的框架下,对我国中小企业国际化进程中电子商务应用情况有更为深层次的了解和认识。本章内容共分为三个部分:在第一部分中对于本篇调研对象选择标准,选择方法及具体调研方式都做了具体解释说明;第二部分为具体企业调研结果,包括调研企业基本情况介绍和对于调研结果的系统分析;第三部分为本篇企业调研所得结论部分。

第5章和第6章为中小企业国际化进程中电子商务应用过程之创新篇。其中,第5章重点讨论中小外贸企业电子商务应用过程中的e-CRM应用问题,包括e-CRM应用过程中存在的问题及e-CRM绩效评价相关问题;第6章则重点讨论小额跨境外贸电子商务兴起与发展相关问题,包括小额跨境外贸电子商务兴起的背景,存在的问题,应用中的创新点等,并就基于天津市中小外贸企业电子商务应用调研情况,对小额跨境外贸电子商务发展趋势及对策进行深入分析。

第7章则为中小企业国际化发展过程中国际市场机会识别篇。通过系统探究目前主流中小企业国际化理论框架下,基于关系网络视角企业国际化发展过程中的电子商务应用与企业国际市场机会识别问题,并选取国际

创业型企业作为重点考量对象。其中,包括基于互联网使能视角下的电子商务应用与国际创业企业国际市场机会识别及开发问题研究;以及关系网络视角下创业型企业国际市场机会识别的途径及效果等。

第8章为电子商务环境下的信号传递机制与保护篇。本章内容主要包括:第一部分为电子商务环境下交易意愿与信号传递机制问题,针对电子商务环境下由于信息不对称而产生的逆向选择问题,就如何评估在线交易机制设计对缓解逆向选择问题效果进行深入探究;第二部分为电子商务环境下,大数据的出现以及在此背景下商业数据应用与个人信息保护问题,包括具体的技术性问题探讨,也包括我国个人信息保护现状的分析。

第9章为全书总结篇,共分为两部分,第一部分基于全书内容基础上,提出中小企业国际化进程中电子商务应用方面的相关政策与建议;第二部分在总结本书研究局限基础上,提出未来研究方向及重点。

限于著者水平有限,本书不妥之处,敬请读者不吝赐教。

刘 娟

2014年3月

前 言

经济全球化背景下, 互联网信息技术的迅猛发展, 为中小企业尤其是中小型贸易企业的国际化发展提供了前所未有的发展空间及发展机遇。源于2008年的全球金融危机冲击, 使得中小企业国际贸易海外市场需求放缓, 以大订单、周期性长、集装箱式为特征的国际贸易正逐渐被以小订单、周期性短为特征的小额跨境电子商务所取代; 与此同时, 伴随中小企业电子商务应用意识的进一步增强, 电子商务在中小企业国际化进程中的积极推动作用也日益凸显: 不论是处于传统国际化发展进程的中小型企业, 还是国际创业型企业或国际新创企业, 都无法忽视电子商务在企业国际化进程中的重要作用; 而如何应用电子商务这种新型的企业运营模式及商务模式, 解除中小企业资源局限制约的桎梏、整合企业资源、提升企业核心竞争力及海外市场运营绩效, 则成为中小企业国际化进程中需要着重考量及规划的重要的企业国际化发展战略。

本书通过详尽的理论分析及实证研究, 系统探究中小企业国际化进程中电子商务应用现状、存在问题、运营绩效等相关问题, 具有较强的理论意义及实践价值。

本书涉及的相关企业调研工作, 得到了天津市商务委员会、天津市国际贸易学会相关领导及负责人的指导和帮助; 同时也得到了多家受访企业管理者及部门经理的大力支持, 提供了大量中小企业国际化进程中电子商务应用及发展方面的极具价值的宝贵信息, 使作者受益匪浅。在此, 感谢所有填写调研问卷并对本书相关研究提供帮助及启迪的所有受访企业管理者! 此外, 天津财经大学经济学院国际经济贸易系刘恩专教授、齐俊妍教授、天津财经大学商学院彭正银教授、对外经济贸易大学经贸学院王健教授等均对本书提供了热心的指导及帮助, 在此一并表示衷心的感谢!

本书内容在作者博士论文基础上进行了必要的补充及完善, 著作出

版由天津财经大学国际贸易学学科建设专项资金资助，在此深表感谢。

限于著者水平有限，本书不妥之处，敬请读者不吝赐教。

著 者

2014 年 3 月

目 录

第1章 导论	1
1.1 研究背景	1
1.2 问题提出	4
1.3 研究问题界定	6
1.4 本书基本框架及研究体系	16
第2章 中小企业国际化及电子商务应用实践	19
2.1 中小企业国际化实践	19
2.2 电子商务应用实践	27
第3章 中小企业国际化理论文献回顾	44
3.1 发展中国家对外直接投资理论	45
3.2 中小企业国际化过程理论	49
3.3 中小企业国际化新兴理论	56
3.4 电子商务与中小企业国际化理论	73
3.5 电子商务应用与中小企业国际化	76
第4章 中小企业国际化进程中电子商务应用现状	84
4.1 研究方法 & 资料收集	84
4.2 调研结果	87
4.3 研究结论	108
第5章 中小外贸企业电子商务应用之 e-CRM 应用	114
5.1 客户关系管理 (CRM) 概述	115

5.2	电子商务环境下的客户关系管理: e-CRM	119
5.3	中小外贸企业 e-CRM 应用实施	121
5.4	基于 BSC 思想的中小外贸企业 e-CRM 应用绩效 评价研究	127
第 6 章	小额跨境外贸电子商务兴起与发展	143
6.1	小额跨境外贸电子商务兴起的原因	144
6.2	小额跨境外贸电子商务发展中凸显的问题	145
6.3	小额跨境外贸电子商务发展应用中的创新点	148
6.4	小额跨境外贸电子商务发展趋势及对策 ——天津外贸电子商务应用情况调研报告	150
第 7 章	电子商务、关系网络与中小企业国际化发展	159
7.1	研究背景及意义	159
7.2	国内外现有相关研究现状	162
7.3	国际创业理论形成、进展及研究展望	172
7.4	电子商务应用与国际创业企业的国际化发展 ——基于互联网使能的研究视角	187
7.5	关系网络与创业企业国际市场机会识别与开发 ——基于中小企业国际创业的跨案例分析	224
7.6	企业家社会关系网络、创业机会识别与企业国际创业 海外市场选择 ——基于中小型国际创业企业实证研究	238
第 8 章	电子商务环境下的信号传递机制与信息保护	253
8.1	电子商务环境下交易意愿与信号传递机制	253
8.2	大数据环境下的商业数据应用与个人信息保护	262
第 9 章	相关政策与建议	270
9.1	电子商务对中小企业及国民经济的重要性	270
9.2	我国中小企业电子商务应用现存问题及发展前景	271
9.3	如何改善中小企业电子商务应用的内外外部环境	274
9.4	对应用电子商务开拓国际市场的中小企业几点建议	277

9.5 研究局限与未来研究方向	279
附录 A 中小企业国际化进程中电子商务应用调研问卷	283
附录 B 国际市场开拓过程中新客户识别/开发调研问卷及 填写说明	288
参考文献	291
后记	315

第1章

导 论

1.1 研究背景

经济全球化使得世界各国的经济联系日益紧密,相互依赖程度逐渐加深,为各国参与国际分工提供了机会。企业也应该主动融入经济全球化的浪潮,成为国际分工链条中不可缺少的一环。只有这样,企业,尤其是中小企业才能在飞速发展的世界经济中求得生存和发展。

早在1776年,古典经济学的开山鼻祖亚当·斯密就曾指出,分工和专业化是规模经济产生的主要原因,随着企业规模的扩大,企业内部可以采用更为细密的专业化技术,新的专业化技术又可以进一步深化劳动分工,这是一个互动的、周而复始的过程,直到受到市场容量的约束,这就是著名的“斯密定理”。斯密定理隐含着这样一个推论:随着市场容量的增加,企业规模有无限扩大的趋势。马克思也于1876年指出,由于产业革命的兴起,机器大工业取代家庭手工业和工场手工业是一种历史的必然。从19世纪末、20世纪初至第二次世界大战间的半个世纪,垄断资本主义空前繁荣,企业兼并风起云涌,在这样的经济环境下,许多西方学者认为,随着生产和资本的集中与垄断,大规模化、现代化是企业发展的方向,中小企业将会逐渐被大企业吞并、排挤而呈现日益消亡的趋势。

然而,第二次世界大战之后的经济发展态势却并没有完全按照斯密和马克思或其他经济学家所预期的那样发展:在大型企业迅猛发展的同时,众多的中小型企业也在蓬勃兴起,少数大型企业和为数众多的中小型企业共存的局面是多数国际企业规模结构的共同特征。与此同时,中小企业在各国国民经济中的地位和作用也更加突出,尤其是随着知识经济时代的到

来,出现了个人创业的“大爆炸”,大量发展中小企业已经成为各国发展经济的共识。基于此,对于中小企业的研究无论是从理论角度还是实践角度都被赋予了全新的意义。

经济全球化已是人类社会发展的不可逆转的历史潮流,它从宏观上把世界各国经济紧密地联系在一起,在微观上又推动着各国的企业在全球化中不断创新体制和机制,勇往直前地走向世界。虽然目前在全球经济中唱主角的仍然是大型跨国公司,但是中小企业的国际化形式也很明显。世界各国企业中的90%以上都是中小企业,我国也是如此。目前我国出口产品大部分都为中小企业所制造,中小企业已经成为我国出口产品生产和贸易的一支重要力量。然而,我国中小企业由于受到观念、体制、资金、技术、管理、人才等诸多方面的制约,在国际市场上竞争力相对薄弱,抵御风险的能力不强,整体上讲,我国中小企业国际化经营仍处于较低的水平,与其他发达国家中小企业相比仍存在一定的差距。因此如何将中小企业培养成一个既有国际化理念又有国际化经营素质的企业,以便在国际市场上更好地生存和发展,成为许多学者热衷的研究课题。

就理论层面而言,传统的企业国际化理论认为,国际化是基于规模经济的大型企业的行为,对于中小企业而言,国际化不是机会而是威胁。中小企业常常被认为是母国市场导向的(Lindmark, 1998)。因此,早期的理论研究,如跨国公司理论、对外直接投资理论等基本上都是聚焦于大型企业的国际化行为,而中小型企业国际化则成为一个相对探讨不足的领域(Coviello & Munro, 1997; Holmlund & Kock, 1998)。20世纪70年代,随着越来越多的新兴工业化国家和发展中国家的企业开拓国际市场、进行国际化经营,传统的企业国际化理论也受到了极大的挑战。在此背景下,许多针对中小企业国际化经营的相关理论陆续出现,其中,北欧学者提出的“阶段论”被认为能够在一定程度上弥补传统的对外直接投资理论中的内在缺陷,因而成为与对外直接投资理论相齐名的主流企业国际化动态理论,并被认为是中小企业国际化的经典理论,从而使得国际化经营不再是大型跨国公司的“专利”。随着经济全球化的逐步深入、科技飞速发展、信息技术和互联网技术的广泛应用,这诸多因素的共同推动使得越来越多的中小企业走出国门,在国际化经营方面展现出不俗的成绩,在世界经济的诸多领域,如高新技术、信息产业等,以其自身独特的优势与大型跨国公司开展激烈竞争。虽然传统理论一直视国际经营为资源丰富的大型公司的竞技场(Johanson & Vahlne, 1990; Anderson, 1993),但是,近些年来

日益活跃在国际舞台上的中小企业却对这种传统的思维模式提出了挑战 (Oviatt & McDougall, 1994; Knight & Cavusgil, 1996; Wall, 1996)。随着信息技术和通信技术的迅猛发展,尤其是电子商务的广泛应用,使得越来越多的中小企业海外拓展的步伐加快,在很大程度上已经突破了传统阶段论所限定的中小企业国际化发展模式。电子商务是一种以现代信息网络技术为依托的新型商务模式,电子商务的出现及发展对于传统企业商务运作起到了革命性的变革作用,因为它可以潜在的改变传统商业运营中所涉及的几乎所有环节 (Parasuraman & Zinkhan, 2002)。电子商务的出现及其应用对于传统企业国际化理论产生了极大的冲击,使得许多商务研究学者不得不重新审视现有的国际商务概念及理论框架,判断其是否还能适应新形势的需要。基于此,在电子商务应用环境下,研究中小企业国际化问题自然也成为理论价值极高的研究课题。

就实践层面而言,中小企业在我国国民经济发展中一直占据着非常重要的地位,从改革开放至今长达 30 多年的繁荣与发展过程中展现出欣欣向荣的发展态势。改革开放后,随着经济体制和政府宏观政策的转变,乡镇企业在农村“异军突起”,亚洲“四小龙”的劳动密集型产业大批向东南沿海地区转移,出现了“苏南模式”、“温州模式”、“广东模式”,使得我国的中小企业进入高速发展时期,以加工贸易为特征的中小企业开始国际化经营,这期间许多中小企业日后发展成为行业领军性质的国内知名企业。随着经济全球化的不断深入,信息技术及通信技术的迅猛发展,使得越来越多的国内中小企业开始国际化经营,并且在经营模式、经营理念上不断创新,有别于传统的“代工”型中小企业国际化发展模式,成为新环境下中小企业向国际化进军的领跑者。

然而,进入 21 世纪以后,国际、国内环境发生很大变化:人民币升值、国内劳动力成本提高、国际贸易保护主义抬头、新兴经济国家的竞争等,这些都迫使我国出口产品的国际竞争力有所削弱,使得以出口导向型为主的中小企业发展步履维艰。尤其是源于 2008 年的全球性金融危机使得世界经济严重衰退,在世界各国实体经济发展停滞之时,我国的中小企业也未能幸免于难。由于其自身资源的局限以及抗击外部风险能力较弱,很多中小企业面临生死存亡的紧要关头。2009 年国务院《关于进一步促进中小企业发展的若干意见》中明确提出:加快推进中小企业信息化建设,积极促进中小企业在电子商务等新兴领域的拓展。国际经济环境的变化以及政府宏观政策的引导使得中小企业应用电子商务开拓国际市场的意