

数字经济背景下小微企业发展路径研究

朱翌卿 刘淑华 郭亚荣 郜瑾瑾

齐鲁理工学院

摘要 数字经济作为一种全新的经济形态，正以空前速度席卷全球。我国小微企业数量庞大，在促进经济增长、推动科技创新、扩大就业和改善民生等方面发挥着重要作用。在数字经济背景下探讨小微企业的发展问题，具有重要现实意义。一方面，需要敏锐把握数字经济带来的机遇，如拓展企业边界、扩大经营规模、提升经营效率等；另一方面，也必须正视数字化转型过程中面临的资金压力、技术短板、人才匮乏等现实困境。本文从数字化战略精准定位、积极融入数字生态、强化数字技术应用以及把握数字化发展有利时机等方面，系统梳理小微企业推进数字化转型的路径与措施，从理论层面为小微企业发展提供支撑与指导，助力其不断提升发展动能，实现做优做强。

关键词 小微企业；数字经济；数字化转型

DOI <https://doi.org/10.6938/iie.070517> **文章编号** 2664-5327.2025.0705.115-122

引言

数字经济是以数字技术为基础，通过互联网、大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术的应用，实现经济活动的数字化、网络化和智能化的新经济形态。随着数字经济时代不断发展，把数据作为一种重要的生产要素纳入进来，也就是如今常说的大数据。借助于巨大的存储计算能力，企业能够从海量数据中找出有用的信息，利用信息产生的结果帮助提升企业生产效率。国家的发展离不开这个强有力的助手，数字经济是高技术、高附加值、低污染、低排放的现代产业。数字经济的发展能够有力地带动传统行业转型升级，一方面大力发展传统行业的数字经济应用，如机床制造商或者各终端产品提供商打造数字化的工厂；另一方面要鼓励新兴产业加大投入力度，培育数字技术和数字融合领域的重点产业。据发改委介绍，我国将在未来数年集中围绕6个方面来发展和壮大数字经济发展规模，分别为：加强政策和制度建设、提前布局数字基础设施、积极推动数字产业创新、加快产业数字化进程、持续提升数字服务水平、拓展数字经济国际合作。根据工信部发布的报告称，日前国家统计局已经对过去10年间各省区市地区生产总值、中小企业营业收入、利润总额、总资产、就业人数和企业数量6项主要指标进行了搜集整理，并运用模型

©The Author(s) 2025. **Article History** Received: 15 June 2025; Accepted: 20 July 2025; Published: 31 October 2025. 产教融合研究(Chǎnjiào rónghé yánjiū) *Integration of Industry and Education*, ISSN 2664-5327 (Print), ISSN 2664-5335 (Online). Email: wtocom@gmail.com, <https://iie.hk>, <https://cpcl.hk>. Published by **Creative Publishing Co., Limited**. CPCL®. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License, which permits non-commercial use, sharing, adaptation, distribution, and reproduction in any medium or format, provided the original author(s) and source are credited, and derivative works are licensed under the same terms.

分析的方法得出了：当中小企业营业收入提高 1% 时，则地区生产总值增加 0.13%。除前述外，中小企业发展与地区经济增长相关系数达 0.83，两者之间存在着明显的正相关关系，某地区经济增长的速度快、地区经济活力强、发展程度高往往也代表了中小企业发展的好坏。

数字化转型是中小企业增强创新能力的关键路径之一，是实现高质量发展的必要路径，更是区域进步的重要路径之一。“加快传统产业和中小企业数字化改造”，支持现代产业体系建设。用好数字技术赋能传统行业，有助于民营企业发展质量和运行效率的提高，特别有利于小微企业的健康成长。“十四五”规划指出，中小微企业是国民经济和社会发展的中坚力量，需加速推进数字产业化，加快传统产业转型升级，充分发挥大数据的应用场景多样的优势，实现数字技术与实体经济深度融合。推动企业加快在研发设计、生产加工、经营管理等领域数字化进程，大力开展中小微企业数字化赋能专项行动。

一、小微企业生存现状

小微企业是指小型企业、微型企业、家庭作坊式企业和个体工商户的统称。小微企业是国民经济的重要支撑，在扩大就业、缩小收入差距、提高劳动生产效率、促进市场竞争等方面发挥出了至关重要的作用。当前，多项政策出台帮助小微企业在发展上受到国家的重视，比如，国家为小微企业提供了优惠的税收政策、融资支持、财政支持等一系列的支持政策。并且，国家还出台了创业政策，鼓励年轻人创业，但是受到疫情影响，市场经济整体下滑，企业发展受阻。许多企业在市场上的活跃度呈现持续下降的趋势，企业注销数量上升，最终在市场上销声匿迹。较大中型企业来说，恢复能力弱，存在多方面的生存压力，可持续发展能力亟待加强。

1. 人才短缺

与大型企业相比，小微企业生产经营规模较小，受限较大，求职者会考虑小微企业的未来发展及个人未来的晋升路径。另外，由于小微企业资金不如大型企业充足，可能会使得薪酬福利并不能达到求职者的要求，从而影响小微企业留下高层次人才或者招聘优秀的人才，导致企业发展受到阻碍，慢慢就会形成一个恶性循环。高频率的人员流动，使得企业内部难以形成稳定的工作团队与业务流程，某些员工在未充分熟悉业务、发挥专长便离职，企业不得不持续投入资源进行新员工招聘与培训，运营成本大幅增加。在福利待遇方面，大型企业通常能提供完善的五险一金、带薪年假、定期体检、员工团建等福利，而小微企业受成本约束，部分福利项目缺失或标准较低。以社保缴纳为例，部分小微企业为降低成本，按最低缴费基数为员工缴纳社保，与员工期望相差甚远。薪酬福利缺乏竞争力，使小微企业在人才市场吸引力大打折扣，员工在对比其他企业优厚待遇后，极易选择离职。为了招聘大量优秀人才，许多小微企业的福利政策也慢慢向大型企业学习靠拢，比如五险一金是大家首要关注的问题，现如今很多小微企业也能给予求职者最基本的保障，从而能吸引更多的优秀人才。

2. 融资困难

企业日常经营需要投入和使用大量的资金，资金的充足意味着企业经营状况好，能够增强抵御风险和负债的能力。而资金短缺能直接影响企业的发展，小微企业为了获得资金，最主要是靠外债，而负债的增加使得企业抗风险能力弱，经营状况不稳定，这也使得他们在投资数字化技术时存在巨大的压力。由于小微企业规模小、可抵押物有限、财务制度不够健全、审批流程复杂等情况，导致信用评级相对较低，在向银行等传统金融机构申请贷款时困难重重。为了帮助小微企业借款难、还款难的问题，中国人民银行在 2023 年两次降低存款准备金率，累计降准 0.5 个百分点，释放了超万亿元的长期稳定低成本资金，为银行提供了更多资金用于支持实体经济。同时，两次调降逆回购操作和中期借贷便利等政策利率，引导贷款市场报价利率下行，企业融资成本大大降低。2023 年财政部、税务总局《关于支持小微企业融资有关税收政策的公告》（财政部税务总局公告 2023 年第 13 号），该文件指出金融机构向小型企业、微型企业及

个体工商户发放小额贷款取得的利息收入免征增值税，并对相关借款合同免征印花税，降低了金融机构的税负，鼓励其加大对中小企业的信贷投放。一系列的货币政策调整、信贷结构优化、直接融资支持、税收优惠和融资担保等金融支持，旨在加大对实体经济的支持力度，特别是为中小企业融资提供更加有力的政策保障，中小企业融资难题持续缓解。根据样本统计：截至 2024 年 6 月末，样本企业融资存量规模达 74959.48 亿元，同比增长 12.9%，上半年环比增长 5.74%。融资规模的不断增长，得益于政策环境的优化、金融市场的创新以及企业自身发展需求的增强。2024 年上半年融资增量规模为 4070.59 亿元，同比下降 29.14%，增幅略有下滑。尽管融资总量有所增加，但新融资的增速却在放缓，反映出小微企业在融资方面的困难依然存在。

3. 经营成本上升

资源是企业发展的基础和保障，这关乎着企业的运转和生存。对于大型企业来说，资金充足，资源广阔，根据图 1 的波特五力模型可知，大型企业对于原材料的需求大，占了卖方销售量的很大比例，在与供应商谈判议价中就有价格优势，且拥有更强的讨价还价能力，能够在最大程度上要求更低的价格或更高的产品质量，从而降低成本影响企业的利润。小微企业议价能力弱，难以直接对接上游生产商，需通过经销商、代理商采购原材料，中间环节通常加价 10%-15%。以农产品加工类小微企业为例，采购小麦、玉米需经过“产地收购商-区域批发商-本地经销商”三级流转，每级加价约 5%-8%，最终采购成本较出厂价高出 20% 以上，且无法通过批量采购降低成本。由图 2 的纵向一体化中可以看出，企业紧密的与上下游伙伴联系在一起。企业沿着产业链的方向，将多个连续的生产和销售阶段整合在一个企业内部，可以帮助企业更好的管理原材料供应和产品分销。也可以减少中间环节做到降低交易成本和生产成本。正邦科技作为一家以饲料为主要业务的企业，后来实施农牧产业纵向一体化战略，以养猪业为重点，带动饲料、兽药、屠宰业务发展。正邦科技为了扩张业务，加大了对饲料业务和养殖业务的投资。纵向一体化使得正邦科技的业务结构变得复杂，涉及饲料、养殖、兽药、屠宰等多个领域。这增加了公司的管理难度，需要协调不同业务部门之间的资源和利益关系。且玉米作为生猪饲料的主要原料，其价格波动较大。如 2022 年玉米价格上涨，使得公司饲料成本大幅增加，而生猪价格却处于下行通道，生产成本与产品价格之间的剪刀差不断扩大，经营成本压力陡增，使得利润空间减少，市场竞争力减弱。小微企业相比大型企业在市场上所占份额小，品牌知名度低，以及高流动性的人力资源等问题，加剧了其经营成本。

4. 市场拓展受限

小微企业由于体量小，在资金、人力、渠道等方面资源匮乏，制约着市场拓展的广度与深度。市场拓展需要不断投入资金进行营销推广，对于资金受限的小微企业，难以支撑长久的规模化投入。此外，想要拓展市场需要抓住核心顾客的需求所在，这需要专业的人才去获取市场目标的数据来分析顾客的具体需求。但小微企业的薪酬竞争力相对来说较弱，使得很多人才流向大企业，使得企业丧失了获得市场分析的机会。对于消费者而言，更多倾向于购买有知名度的品牌。例如，电器类的格力、美的、海尔等，服装类的海澜之家、波司登、耐克等。这些品牌对于消费者来说都是深入人心的，不管是在前端的销售还是后端的售后都有一套完整的体系。而对于一些小微企业，从未进行品牌建设，使得消费者对其产品缺乏了解，甚至在市场上很难主动去选择购买没有消费影响力的品牌。另外，小微企业多集中于传统行业，创新能力较为低下，资金不充足，导致在产品研发上投入的费用不多，难以开发出差异化产品，很多产品的迭代都是根据大型企业的创新点来进行“模仿跟风”。且服务体系不完善，不能给消费者提供标准化，全流程的服务，否则将会加大小微企业的售后成本，这不仅影响消费者体验与复购，也制约小微企业市场拓展。此外，由于信息不对称性，小微企业缺乏专业的市场判断和调研能力，很多内部消息通道阻塞，不能第一时间获得目标市场的消费习惯、竞争格局、政策法规等信息，导致信息滞后，频繁出现选错市场，错配策略，甚至市场被占领等诸多问题的出现。小微企业不仅要审视自身能力和核心竞争力的短板，也要考虑外部环境的制约带来的市场拓展困难。

二、数字经济对小微企业的影响

1. 市场机会增多

相比传统的企业发展模式，数字经济带动了企业的快速发展以及为企业创造了开拓新兴市场的机会。在当前市场环境中，数字化之所以能为企业经营注入强劲动力，核心原因之一是先进的信息技术所构建的渠道优势，而这一优势正持续为企业提供更多元化的市场机会。在市场机会的分配中，数字化经营的渠道优势对小微企业尤为关键，有效缓解了其在传统线下市场的竞争劣势，为其打开了广阔的新市场空间。通过建立企业官网，小微企业能向全球展示产品与服务，打破地域藩篱，吸引来自不同地区的潜在客户。此外，社交媒体平台是小微企业拓展市场的有力武器之一。微博、微信、抖音等平台拥有海量活跃用户，小微企业可在这些平台创建官方账号，发布产品信息、企业动态、使用教程等内容，吸引用户关注。通过与用户互动，增强用户粘性，进而将粉丝转化为客户。更多的客户意味着产品需求的增长，企业通过消费者需求来进行产品生产，从而占据更多的市场份额。过去，小微企业受限于线下市场的受众范围与品牌认可度，更多依赖实体店，难以接触跨区域的潜在客户。在与大型企业的竞争中难以突围，且上下游合作关系不稳定、议价能力弱，生存空间被严重挤压。而基于互联网的数字化经营，为小微企业搭建了多元化的线上渠道：一方面重构了上下游企业的合作模式，以更高效、更集约的方式实现商业往来，让小微企业能快速对接更多优质供应商与客户，其谈判空间也大大增加；另一方面，线上渠道提供了更丰富的交易对象选择，大幅提升了供需适配性，帮助小微企业跳出地域限制，触达全国乃至全球的潜在客户，彻底拓宽了生存与发展的市场边界，显著提升了其在市场中的生存能力。例如，在采购环节，小微企业可借助数字化平台与供应商紧密协作，实现采购流程自动化、透明化。实时掌握原材料库存、价格波动、交货期等信息，根据生产需求及时调整采购计划，降低采购成本与库存积压风险。在生产环节，要确保供应商能及时通过数字化协同供应原材料，从而确保生产的连续。同时，根据市场需求变化，小微企业可与供应商快速调整生产计划，实现柔性生产。在销售环节，数字化供应链可实现产品快速配送，提升客户满意度。通过与物流企业信息对接，实时跟踪产品配送进度，及时反馈给客户。数字经济帮助小微企业在拓宽市场渠道的同时又适当降低了部分生产及管理成本。

2. 技术创新能力提升

传统模式下，企业技术创新常受限于资源获取的地域性、稀缺性，而数字经济通过打破资源流动壁垒，为企业汇聚了更丰富、更高效的创新要素，为企业提升技术创新提供了大量的资源支持。

一方面，数据资源的丰富供给成为小微企业技术创新的核心驱动力。数字经济背景下，企业可通过数字经济赋予的数据分析能力，借助大数据、云计算等工具帮助企业进行用户行为追踪、市场动态监测，收集大量结构化与非结构化数据，通过数据分析，从而获得用户潜在需求、技术痛点、市场趋势等关键信息，帮助企业再进行改进。例如，新能源汽车企业通过车载传感器收集车辆行驶数据、电池性能数据，结合用户驾驶习惯数据，可精准定位电池续航、安全性能等技术短板，为电池能量密度提升、热管理系统优化等创新方向提供数据支撑；互联网企业通过分析用户搜索、浏览、消费数据，能快速捕捉用户对产品功能的新需求，为算法优化、产品迭代创新指明方向。另一方面，创新资源的跨域共享降低了企业创新成本。借助工业互联网平台、科技资源共享平台等数字载体，企业可突破地域与组织边界，共享科研设备、技术专利、人才资源等。中小企业无需投入巨额资金购置昂贵的实验设备，通过平台租赁高校、科研机构的精密仪器即可开展技术研发；大型企业也可通过平台开放自身技术专利，与上下游企业、科研团队共建创新联盟，实现技术资源的互补与整合。数字经济不仅为企业提供创新资源与工具，更通过优化政策支持、降低创新风险、培育创新文化，为企业技术创新构建了更友好的外部环境，让企业敢于创新、善于创新。

在政策与资源支持方面，数字经济推动政府部门构建“数字化创新服务体系”。通过大数据监测企业创新动态，政府可精准识别企业创新需求，推出针对性的扶持政策，例如对小微企业的数字化研发补贴、

对高新技术企业的税收优惠等；同时，数字政务平台简化了创新项目申报、专利申请等流程，让企业能更便捷地获取政策支持。数字技术降低了企业创新的试错成本，一方面，通过大数据预测技术，企业可提前评估创新项目的市场风险、技术风险，例如通过分析行业技术发展趋势与市场需求变化，预判某一创新方向的成功率，减少盲目投入；另一方面，数字化工具让创新过程更透明、更可控，企业管理层能实时跟踪创新项目进度，及时调整资源配置，即便项目失败，也能通过数据复盘总结经验，为后续创新积累经验。这种低风险、高反馈的环境，让企业员工更敢于提出创新想法，推动企业形成持续创新的良性循环。

3. 优化竞争模式

在传统市场中，小微企业因品牌弱、规模小，难以与大型企业正面竞争；而数字经济通过需求精准匹配、细分市场挖掘，帮助小微企业找到差异化竞争路径。传统市场中，大型企业往往凭借充足的资金，广阔的资源以及深厚的品牌文化在市场竞争中超越小微企业，使得小微企业难以承担门店扩张、广告投放、加强供应链建设的高额成本，市场渐渐地被大型企业所占据，而如今数字经济的发展，逐渐打破了这一壁垒。许多小微企业在大数据工具的帮助下，逐步地出现在大众的视野里，让其有了更多的潜在消费者。例如像淘宝、京东等电商平台，让很多企业能够有更多的平台和机会来展现自己的产品或服务，外加利用抖音、快手等社交媒体，可以以低成本，高速度的方式让更多的人认识到这个企业及产品。例如，山东曹县的小型汉服企业，通过抖音直播展示汉服制作工艺，快速积累粉丝并转化订单，年销售额可突破千万元，与大型服装品牌在细分市场中形成竞争。在传统市场里，更多的只有曹县当地的人知道这个企业，这使得企业扩大市场规模的能力大大降低。而数字经济的帮助让全国人都能了解到这个企业，使得这个企业与其他大型企业有了相对公平的竞争平台。另外，市场中的信息不对称也是导致小微企业竞争难度加大的重要壁垒。大型企业凭借资源优势掌握更多市场信息，小微企业则因信息获取能力弱而处于被动状态，甚至当大型企业已经获取信息开始进入新市场，小微企业可能才刚到达获取信息的第一步。数字经济则通过各种有效工具帮助小微企业打破信息壁垒，提升了市场竞争的透明度与效率。一方面，用户评价与口碑体系让消费者能快速了解产品质量与服务水平，企业无法再通过信息垄断掩盖产品缺陷，只能通过提升产品与服务质量参与竞争；例如，每年的“315”消费者权益日逐渐成为了消费者关注的一大领域，越来越多的人更加注意生活质量。不论哪个年龄阶段的人可以通过社交媒体来获得相关的消息。若餐饮企业存在卫生问题，在消费者注视下，可以倒逼企业改进，而优质企业则能通过良好口碑获得更多客流。另一方面，市场动态监测工具让企业能实时掌握竞争对手动态与市场趋势，及时调整竞争策略：小微企业可通过监测竞争对手的产品定价、促销活动，制定针对性的应对方案；大型企业则能通过监测市场趋势，提前布局新兴领域。这种信息透明化的环境，减少了企业因信息滞后导致的竞争失误，提升了市场竞争的效率，让竞争更聚焦于企业核心能力而非信息垄断能力。

三、数字经济助力小微企业发展的对策

1. 提升人员数字素养

企业是培育人才的核心，现阶段企业需迎合数字经济的发展，打造一批高素质、高水平的，适应数字时代发展的数字化人才团队。小型企业面临着人才管理层次不高的问题，许多员工并没有及时接触到有关数字化信息的资讯，这既不利于人才的培育，也不利于公司未来的持续发展。因此，小型企业应重视提升员工的数字化素养，比如积极响应并参加由政府或专业培训机构举办的有关于数字经济的培训活动，或其他高等院校开展有关数字经济课程的校企合作计划，共同开发新技术，探索新的市场机会。通过与其他机构的合作，企业不仅可以从外部获得新的知识和技术，还可以通过与外部资源整合，增强自身数字化转型的能力，进而企业能够在未来更好地面临与接受数字经济的挑战，加强可持续发展。例如，构建数字经济虚拟学习平台，学习并利用人工智能工具，加强对员工数字技能的培训力度，提升员工数字素养，激发

员工在人工智能方面的创新想法,此外,企业也要主动提供必要的资源支持,为员工创办更加具有创造性的基础支持。公司也应时刻留意政府相关政策和市场动态。政策的发布或变动可能会为公司在数字化转型上带来发展机遇。

2. 建立数字化管理机制

传统的管理费时费力,而且成本较高,对于企业管理成本控制非常不利。而现阶段许多企业在企业管理的时候,可以引入人工智能这类的辅助工具来进行企业管理工作,提高企业管理水平的同时,也可以降低企业的人力投入成本,这样在提高工作效率的同时还可以节省企业的成本。企业也要重视轻量级、SaaS化的数字工具应用。比如,利用企业微信或者钉钉建立内部工作沟通群,完成每日考勤、审批和资料文档的分享;用ERP或金蝶精斗云类的软件来代替复杂系统的购买费用,让企业的所有部门都可以在集于一体的ERP里去实现功能操作,加快部门之间的信息对接速度,也能使各个部门得到及时准确的数据信息。企业还要基于数字工具进行企业管理流程的重构,打破传统部门间的壁垒。比如企业可以通过ERP系统,对流程实现生产过程智能化。具体可以从订单接收、采购加工到产出产品,将这些都放到线上的系统中,既实现了每步流程的信息透明化,又减少人工传递的差错率。企业还可以使用新技术,把数字化贯穿于产业链的所有环节,并将数字化应用到产品从研发到废弃的整个周期管理中。可以将服务业公司的客户服务流程通过小程序或者CRM系统串联起来,在提高响应速度的基础上对员工数字技能加以培养,开展面向岗位、实际工作的培训。例如:教财务人员运用人工智能软件实现自动报税,教销售从业人员应用客户关系管理软件记录跟进信息等,通过调动积极性,增强员工使用数字工具的主动性。同时做好基础风控措施,对包括但不限于客户资料、财务数据等在内的敏感数据内容做到按角色分权限进行管理,用到有自动备份功能的办公软件,并且定期检查是否符合数据安全标准、流程规范,确保平台数字化管理体系稳定运行,并逐步跟进业务的发展需要进行修改完善。

3. 大力发展数字化营销

数字化营销是决定小微企业能否做大的重要手段之一,它是改变原有营销方式、扩大营销渠道,帮助企业管好自己、做好自己的根本方法。数字化营销的关键在于要有好的规划。要对目标人群、定位、优势等方面有透彻了解,并通过整合内容营销、社交媒体、搜索引擎优化、电子邮件营销及付费广告等各方面的形式,来做适合自身发展的组合。对于企业来说以前都是通过线下的方式来传递信息,但是如今已经能够明确自身的目标市场了,这是企业自身的一个特点,而且对自身所在的市场也有了了解,并且会对经营的对象群体有了解,并掌握相关的信息。如:某一家从事零售或餐饮行业的公司就可以使用微信小程序生成电子版的线上店铺,通过微信的视频号来展现自家产品的生产加工过程或者是自己店内的活动等环节,来实现吸引当地的消费者;又如:大型的服务性企业就可以通过在知乎或者是行业内的一些社群上面上传一些自己的专业的介绍文字以及通过百度推广的方式找到合适的自己所需要的服务对象,这样就能够避免出现较大的成本投入的问题。在万物皆可被查看的移动化时代,了解和把握各个客户的兴趣点,正是通过营销渠道为客户源源不断送入自己喜欢的内容,在日渐热闹的市场场景中抢占一席之地。小微企业可以通过微博、社交媒体贴文、网红视频等形式将产品推荐给粉丝,要想做好内容,首先企业要打造优质的内容,在符合产品调性的前提下,产出能够为用户带来价值的内容,其次,企业需要依托各种数据分析工具,持续跟进营销效果,及时调整营销计划,才能保证数字化营销的高效推进。

结语

本文从数字经济发展角度,对小微企业发展路径进行探析,在总结目前小微企业生存现状的基础上,指出现有人才、团队不稳定及运营成本高;缺乏资金用于开展数字化投入以及应对突发事件;生产经营成本高,降低企业收益;小企业外部市场拓展难,无法突破地域限制和品牌壁垒等问题都是制约小微企业实

现高质量发展的主要障碍。但是数字经济的蓬勃发展也给小微企业注入新生力量，一是开拓市场边界，打破行业垄断、地区封锁、数据壁垒等，开拓小微企业线上渠道，给小微企业发展带来新商机；二是提供数字资源供给、共享创新资源；三是进行精准匹配需求、信息公开，使小微企业的竞争方式获得优化，有助于小微企业与大企业在某些领域的竞争方式上区别对待。为此，在此基础上本文提出了小微企业的数字化转型核心对策：一是将提升人员数字素养作为人才支撑，从政策借力、校企联合和内部激励三个方面建立数字化人才团队；二是以建立数字化管理机制作为经营保证，借助轻量级的工具重构业务流程、提高配置效率；三是将大力建设数字化营销作为成长引擎，利用数字化营销技术找准目标人群并运用相应工具实现销售转换。其路径一方面立足于小微企业的资源特点，一方面抓住了小微企业从事数字经济发展过程中的主要痛点问题，有助于小微企业的实际落地操作。数字经济对于小微企业发展具有重要推动作用，需要小微企业发展成广大数字经济新兴实体，并紧紧抓住数字经济红利，弥补自身发展短板，不断激发企业的积极性，充分发挥民营经济优势，在数字经济中补齐短板，努力挖掘新的增长空间。

基金项目 1. 山东省社科规划课题：新时代山东人口发展的趋势特点及对经济社会发展的影响研究（项目编号：21CPYJ34）；2. 2025 年山东省人文社科“在研项目库”课题：山东省县域城乡融合高质量发展机制与路径优化研究。

作者简介 朱翌卿，女，1998 年出生，汉族，山东济南人，硕士研究生，齐鲁理工学院商学院助教，研究方向：数字经济。刘淑华，女，1976 年出生，汉族，山东梁山人，硕士研究生，齐鲁理工学院商学院，副教授，研究方向：数字化转型与中小企业成长、区域经济；郭亚荣，女，1999 年出生，汉族，山东泰安人，硕士研究生，齐鲁理工学院商学院助教，研究方向：数字经济。郜瑾瑾，女，1997 年出生，汉族，山东菏泽人，硕士研究生，齐鲁理工学院商学院助教，研究方向：数字经济。

- [1] 韩岚岚、李百兴：《企业数字化转型对创新持续性影响研究》，《会计之友》2025 年第 10 期。
- [2] 刘晨、王俊秋、花贵如：《供应链溢出效应下企业数字化转型的动因研究》，《管理学报》2024 年第 6 期。
- [3] 高凯：《数字经济时代生鲜电商企业商业模式创新研究》，《商业经济研究》2024 年第 11 期。
- [4] 陈春明、李朝阳、陈佳馨：《数字经济、技术进步与制造业转型升级》，《经济问题》2024 年第 4 期。
- [5] 蒋勇、解晓燕、刘西国：《产品多元化、数字化转型与企业创新绩效》，《会计之友》2023 年第 20 期。
- [6] 吴烨、罗芮钰、郁玉兵等：《数字化转型、创新能级与竞争优势》，《财经论丛》2024 年第 7 期。
- [7] 黄宇虹、吕玲、任迎伟、张冰然：《数字化经营对小微企业生存能力的影响——基于寻租与信息不对称理论》，《电子科技大学学报（社科版）》2023 年第 6 期。
- [8] 朱丽红：《发展数字经济赋能小微企业高质量发展对策研究》，《老字号品牌营销》2023 年第 20 期。
- [9] 张琬、张玉洁、贾冀南：《数字经济背景下小微企业数字化转型路径研究》，《现代商业研究》2025 年第 8 期。
- [10] 王禹舜：《数字经济赋能企业创新发展》，《现代商业》2024 年第 17 期。
- [11] 穆婵、李苏芳：《数字经济背景下小微企业发展路径研究》，《产业创新研究》2024 年第 10 期。

引用本文 朱翌卿, 刘淑华, 郭亚荣, 郜瑾瑾. 数字经济背景下小微企业发展路径研究 [J]. 产教融合研究, 2025, 7(5):115-122. <https://doi.org/10.6938/iie.070517>.

Cite This Article Yiqing ZHU, Shuhua LIU, Yarong GUO, Jinjin GAO (2025). A Study on the Development Pathways for Small and Micro Enterprises in the Digital Economy Era. *Integration of Industry and Education*, 7(5):115-122. <https://doi.org/10.6938/iie.070517>

A Study on the Development Pathways for Small and Micro Enterprises in the Digital Economy Era

Yiqing ZHU, Shuhua LIU, Yarong GUO, Jinjin GAO

Qilu Institute of Technology

Abstract The digital economy, as a transformative economic paradigm, is sweeping the globe at an unprecedented pace. In China, small and micro enterprises (SMEs), which are large in number, play a vital role in national economic development. They make significant contributions to economic growth, technological innovation, job creation, and the improvement of people's livelihoods. Examining issues related to SMEs within the context of this digital shift is therefore highly significant. Firstly, it is crucial to recognize the opportunities presented by the digital economy, such as the expansion of corporate boundaries, the scaling of operations, and enhanced operational efficiency. Secondly, it is equally important to confront the challenges inherent in digital transformation, including financial constraints, technological deficits, and talent shortages. This analysis culminates in a summary of strategic methods and measures for the digital transformation of SMEs. These include the precise positioning of digital strategies, active integration into digital ecosystems, strengthened application of digital technologies, and seizing favorable opportunities. Theoretically, this framework aims to support, guide, and empower SMEs, thereby facilitating their development and growth.

keywords Small and Micro Enterprises; digital economy; digital transformation

(责任编辑: 孙强 Email: cpcl@cpcl.hk)