

上海市跨境电商发展现状及问题解决策略研究

李姗姗

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年5月22日; 录用日期: 2024年6月12日; 发布日期: 2024年8月8日

摘要

随着全球化贸易的不断深入, 跨境电商已成为推动经济增长的重要力量。上海市作为中国的经济中心之一, 跨境电商发展迅速, 但同时也面临着诸多挑战。本文旨在分析上海市跨境电商的发展现状, 探讨存在的问题, 并提出相应的解决措施, 以期上海市乃至中国跨境电商的健康发展提供参考。本文主要采用文献分析法对上海跨境电商存在的问题进行分析。研究发现上海跨境电商在物流派送、支付安全、法律法规、市场竞争、合规成本、市场多元化、隐私保护与人才培养方面存在问题, 针对以上问题, 本研究提出了对应的解决措施, 上海跨境电商行业虽然面临诸多挑战, 但通过实施上述措施, 可以有效解决当前存在的问题, 推动行业的可持续发展。未来, 上海跨境电商应继续加强国际合作, 提升服务质量, 增强国际竞争力, 以适应全球化贸易的新趋势。

关键词

跨境电商, 文献分析法, 问题识别, 现状, 应对策略

Research on the Current Development Status and Problem-Solving Strategies of Cross Border E-Commerce in Shanghai

Shanshan Li

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: May 22nd, 2024; accepted: Jun. 12th, 2024; published: Aug. 8th, 2024

Abstract

With the continuous deepening of global trade, cross-border e-commerce has become an important force driving economic growth. As one of China's economic centers, Shanghai has experi-

enced rapid development in cross-border e-commerce, but it also faces many challenges. This article aims to analyze the current development status of cross-border e-commerce in Shanghai, explore existing problems, and propose corresponding solutions, in order to provide reference for the healthy development of cross-border e-commerce in Shanghai and even in China. This article mainly adopts the literature analysis method to analyze the problems existing in cross-border e-commerce in Shanghai. Research has found that cross-border e-commerce in Shanghai has problems in logistics delivery, payment security, laws and regulations, market competition, compliance costs, market diversification, privacy protection, and talent training. In response to these problems, this study proposes corresponding solutions. Although the cross-border e-commerce industry in Shanghai faces many challenges, implementing these measures can effectively solve the current problems and promote the sustainable development of the industry. In the future, Shanghai's cross-border e-commerce should continue to strengthen international cooperation, improve service quality, enhance international competitiveness, and adapt to the new trend of global trade.

Keywords

Cross Border E-Commerce, Literature Analysis Method, Problem Identification, Status, Response Strategies

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着全球化的不断深入和互联网技术的迅猛发展，跨境电商作为一种新兴的国际贸易模式，正逐渐成为推动全球经济增长的新引擎。作为中国的经济中心和国际贸易的重要窗口，上海在跨境电商领域的发展尤为引人注目。上海不仅拥有得天独厚的地理位置、完善的基础设施，还具备强大的经济实力和开放的市场环境，这些因素共同促成了上海跨境电商的蓬勃发展。

然而，跨境电商的快速发展也带来了一系列挑战和问题，如物流配送效率、支付安全、法律法规滞后、市场竞争加剧等，这些问题的存在不仅影响了消费者的购物体验，也制约了跨境电商行业的健康可持续发展。因此，深入研究上海跨境电商的发展现状、存在的问题及其解决策略，对于推动上海乃至全国跨境电商的高质量发展具有重要的理论和实践意义。

本文旨在通过系统分析上海跨境电商的发展背景、现状、存在的问题以及解决措施，为相关企业和政府部门提供决策参考。通过对上海跨境电商的深入研究，本文将探讨如何通过政策引导、技术创新、市场监管等手段，优化跨境电商的营商环境，提升物流配送效率，保障支付安全，完善法律法规，增强市场竞争力，从而推动上海跨境电商的高质量发展，为上海乃至全国的对外贸易注入新的活力。

在研究方法上，本文将采用文献分析研究方法，结合国内外跨境电商的发展趋势和上海的实际情况，对上海跨境电商进行全面、深入的分析。同时，本文还将关注上海跨境电商的创新模式和成功经验，为其他地区跨境电商的发展提供借鉴和启示。

2. 文献综述

跨境电商作为一种新兴的国际贸易模式，近年来在全球贸易中的地位日益凸显，特别是在数字经济的推动下，其发展速度和规模不断扩大。本文综述了五篇关于跨境电商的研究文献，以期理解跨境电

商的运作机制、影响因素及其对全球贸易的影响提供全面的视角。

首先,刘宪立和杨蔚探讨了跨境电商供应链面临的挑战,如恐怖主义、自然灾害、政治危机等,以及这些挑战对供应链韧性的影响。文章建立了一个包含供应链效率能力、供应链适应能力和供应链演化能力的跨境电商供应链韧性影响因素体系,并运用集成模糊 DEMATEL-ISM 方法和结构方程模型(SEM)进行了实证检验。研究结果表明,供应链演化能力直接影响跨境电商供应链韧性,而供应链效率能力和供应链适应能力则通过不同途径间接影响韧性[1]。

潘彤等人则从市场和产品两个维度分析了跨境电商平台对企业出口多元化的影响。研究发现,跨境电商平台的应用显著提升了企业的出口市场分布和产品多样化,这一效应主要通过降低搜寻成本和缓解融资约束实现。此外,文章还发现,跨境电商平台对不同类型企业、不同行业以及具有不同特征(如入驻时间、信誉、企业家精神)的企业影响存在异质性[2]。

王琦和王琴梅则从数字贸易改革的角度出发,研究了其对城市经济韧性的影响。文章利用 2010~2021 年中国 287 个地级及以上城市的面板数据,构建了多时点 DID 和空间 DID 模型。研究结果表明,数字贸易改革显著提升了城市经济韧性,并且这种影响在不同地理区位和城市发展等级上表现出异质性。同时,数字贸易改革还对邻近城市产生了正向的空间溢出效应,促进了周边城市经济韧性的提升[3]。

王艳和盛小丹则聚焦于“一带一路”沿线国家的数字经济发展对中国跨境电商出口的影响。通过构建多维面板数据,研究发现沿线国家的数字经济发展通过直接和间接两个渠道促进了中国的跨境电商出口。直接影响表现在数字经济发展提升了跨境电商出口,间接影响则通过降低贸易成本和提高制度质量作为调节因素发挥作用。此外,研究还发现沿线国家的数字经济发展对中国跨境电商出口具有空间溢出效应[4]。

马述忠等人探讨了跨境电商中的质量认证如何作为声誉机制,通过传递质量信号来缓解信息不对称问题。利用 Wish 平台的数据,研究发现质量认证显著提升了产品的销量和价格,并且这种效应对于质量不确定性较大的产品更为明显。此外,研究还发现认证效应存在不对称性,失去认证会导致产品价格下降,但对销量影响不显著。认证还可能提高消费者的质量预期,导致评分下降,并且不会对同企业的其他产品产生溢出效应,但会使得同行业非认证产品的销量下降[5]。

夏瑞含和潘权富探讨了 RCEP 背景下黑龙江省跨境电商发展存在的问题与对策。RCEP 为跨境电商提供了开放和便利的贸易环境,促进了经济合作和互利共赢。然而,黑龙江省在物流成本、企业竞争力、人才短缺和产业集聚效应方面面临挑战。为解决这些问题,提出加强物流体系建设与合作、提高企业竞争力、加大人才培养和引进力度以及加快产业集聚步伐等对策。通过这些措施,可以充分利用 RCEP 带来的机遇,推动黑龙江省跨境电商产业的健康发展[6]。

吕新福基于胜任素质模型,研究了高校跨境电商人才培养模式。胜任素质模型包括内在动机、知识技能、自我形象和社会角色特征等要素。研究通过行为事件访谈法提取胜任素质特征,并提出了包括市场导向、协调沟通、学习发展等在内的胜任素质特征。高校应构建完善的课程体系、推行混合式学习、建立产教融合教学模式和设计科学评价机制,以培养符合企业需求的跨境电商人才[7]。

罗文婷的研究聚焦于东南亚地区跨境电商直播的发展机遇与挑战。东南亚数字经济增长迅速,特别是在新冠疫情后,电商销售额增长显著。直播电商作为一种新型营销模式,在东南亚地区具有巨大的市场潜力。然而,该地区也面临语言多样性、货币不统一、政府监管严格、物流基础设施落后以及第三方支付普及度低等挑战。为促进跨境电商直播的稳步发展,需要提高本地化运营能力、加强生态体系建设与风险管理、完善物流基础设施、拓展物流业务以及建立第三方支付系统[8]。

姚璟等人的报道强调了智慧海关建设在跨境电商迭代发展中的作用。海关通过深化综合改革,推进智慧化监管,保障了进出口产品质量安全和通关便利。杭州跨境电商综试区的发展展示了跨境电商如何

满足消费者多样化需求，同时助力国内产品走向世界。海关的监管创新，如“现场 + 远程”争议化解模式，有效提升了争议处理效率。此外，跨境电商 B2B 出口模式为企业提供了新的贸易通道，有助于传统外贸企业的转型升级[9]。

孟杨在其研究中指出，随着经济全球化和科技进步，企业数字化转型成为必然，跨境电商平台需利用大数据等技术提供综合服务，以适应数字经济发展需求。中国跨境电商发展迅速，但面临诸多挑战，如需要政府政策支持和技术创新。数字化技术对跨境电商的影响显著，大数据和云计算等技术有助于优化产品策略、提高物流效率，并建立信任机制[10]。

笙婷婷的研究聚焦于我国跨境电商物流运作模式。她指出，跨境电商物流是行业发展的关键环节，目前存在直营仓和海外仓两种主要模式。然而，物流缺乏充足性、政策支持不足、物流体系不完善和运输中易发生破损等问题亟待解决[11]。

余春阳在其研究中指出，“一带一路”倡议为江苏跨境电商企业带来了前所未有的机遇。江苏跨境电商主要以出口为主，B2B 和 B2C 模式并存，中小企业参与度高。政策支持力度大，跨境电商综合试验区和产业园建设取得显著成效。然而，市场结构相对单一，物流成本较高，政策法规问题突出，客户服务面临挑战[12]。

陈旭探讨了跨文化视域下我国跨境电商企业营销策略。他指出，用户黏性偏低、产品缺乏特色、功能价值单一以及知识产权保护挑战是当前跨境电商企业面临的主要问题[13]。

石菲报道了店匠科技如何利用 AI 技术推动跨境电商行业发展。店匠科技服务的跨境商家超过 36 万家，通过 GenAI 营销素材创作平台、智能 AI 客服等创新应用，显著提升了运营效率和降低了成本[14]。

胡庭珩分析了数字经济背景下我国跨境电商企业面临的挑战，包括供应链风险、物流发展滞后、跨境支付风险以及专业人才缺失等。他强调，信用保障体系的欠缺导致交易风险加大[15]。

综上所述，这些研究文献从不同角度分析了跨境电商的多个方面，包括供应链韧性、出口多元化、数字贸易改革、“一带一路”倡议下的影响效应以及质量认证对市场交易的影响。这些研究不仅为理解跨境电商的复杂性提供了理论基础，也为跨境电商平台、企业和政策制定者提供了宝贵的经验和实践指导。

3. 上海市跨境电商发展现状

3.1. 市场规模的快速增长

上海市跨境电商市场规模实现了显著的增长，从百亿级跃升至千亿级。根据中国政府网报道，上海“丝路电商”已成为跨境贸易的新引擎，不仅在进博会后迅速崛起，而且随着中国持续扩大开放和消费升级，越来越多的“一带一路”特色小众商品选择经跨境电商渠道试销中国。2022 年，上海跨境电商进出口额达到 1841 亿元，同比增长 38.6%¹，显示出市场的强劲增长势头。上海跨境电商市场的快速增长得益于多方面因素的共同作用。首先，上海作为中国的经济中心和国际贸易的重要港口，具有得天独厚的地理优势和成熟的商业环境。其次，随着全球电子商务的蓬勃发展，上海市政府积极响应国家政策，通过出台一系列扶持措施，如税收优惠、资金扶持、便利化服务等，极大地激发了市场活力。此外，上海强大的消费市场和消费者对跨境商品的旺盛需求，也为跨境电商市场的增长提供了坚实的基础。未来，随着上海自贸区的进一步开放和更多创新政策的实施，预计跨境电商市场规模将继续保持快速增长的势头。

3.2. 政策环境的优化与支持

上海作为“丝路电商”合作先行区，其建设开局良好，国际数据服务等五项对接高标准国际经贸规

¹数据来源于统计年鉴。

则的先行先试举措已率先落地见效。上海市政府对跨境电商的支持不仅限于财政和税收优惠，还涵盖了全方位的服务体系构建。例如，《上海市推进跨境电商高质量发展行动方案(2023~2025年)》中提出的五大方面18项重点工作任务，涵盖了从企业培育、模式创新到科技赋能、监管服务、国际合作等多个层面。这些政策的实施，不仅为跨境电商企业提供了良好的发展环境，也为上海打造国际化、法制化的营商环境奠定了基础。政策的连续性和稳定性，将进一步增强企业的发展信心，吸引更多的国内外跨境电商企业来沪发展。

3.3. 基础设施与服务体系的完善

上海在跨境电商基础设施建设方面取得了显著成就。海外仓的建设和运营，不仅提高了物流效率，降低了成本，还增强了上海跨境电商企业的国际竞争力。上海企业累计建设的海外仓数量和面积的增加，反映了上海跨境电商企业在全局市场的布局和拓展能力。同时，上海还积极推动智慧物流、供应链金融等现代服务业的发展，为跨境电商企业提供了更加完善的服务体系。这些基础设施和服务体系的完善，将进一步提升上海跨境电商的市场竞争力和可持续发展能力。

3.4. 市场辐射与品牌建设

上海跨境电商的市场辐射能力不断增强，这不仅体现在进口商品的来源地和出口市场的覆盖范围上，更体现在上海跨境电商企业的品牌影响力上。通过实施“出海优品”行动计划，上海积极培育和支持本土品牌走向国际市场，提升了上海品牌的国际知名度和竞争力。此外，上海还通过举办各类展会、论坛等活动，加强与国际市场的交流合作，进一步扩大了上海跨境电商的国际影响力。随着上海品牌国际化战略的深入实施，预计未来上海跨境电商的品牌建设和市场辐射能力将得到进一步提升。

尽管上海跨境电商市场发展迅速，但也面临着国际贸易环境变化、国内外市场竞争加剧、消费者需求多样化等挑战。

4. 问题分析

4.1. 市场规模快速增长面临的挑战

上海跨境电商市场的快速增长背后隐藏着一系列挑战。首先，市场增长的可持续性是一个问题。随着市场的不断扩大，新的进入者不断涌入，导致市场竞争日益加剧。这种竞争不仅体现在价格上，还体现在产品质量、品牌影响力、服务水平等多方面。企业为了争夺市场份额，可能会陷入价格战，从而影响整个行业的健康发展。其次，随着交易量的增加，企业的运营压力也在增大。如何处理大量的订单、保证物流配送的效率、提供优质的客户服务等，都是企业需要面对的问题。此外，随着业务的扩张，企业需要更多的资金投入，包括仓储、物流、营销、人才等方面，资金链的管理成为企业的一大挑战。再者，跨境电商涉及的问题远不止交易本身，还包括跨境支付、税收、法律法规遵守等复杂问题。企业需要不断适应不同国家和地区的政策变化，合规经营，这对企业的管理能力和应变能力提出了更高的要求。最后，随着消费者需求的多样化和个性化，企业需要不断创新，以满足不同消费者的需求。这不仅需要企业具备敏锐的市场洞察力，还需要企业具备快速的产品迭代能力和创新能力。然而，创新往往伴随着高风险和高成本，这对许多企业来说是一个不小的挑战。

4.2. 政策环境优化存在局限性

尽管上海市政府出台了一系列支持跨境电商发展的政策，但这些政策的优化也存在一定的局限性。首先，政策的制定和实施需要时间，可能无法及时应对市场快速变化的需求。此外，政策的覆盖面和针

对性也可能存在不足,无法满足所有企业的个性化需求。其次,政策的执行力度和效果也面临挑战。在实际操作中,可能会出现政策执行不到位、监管不严等问题,影响政策效果的发挥。此外,政策的连续性和稳定性也是企业关注的问题,政策的频繁变动可能会给企业带来不确定性,影响企业的长期规划和发展。再者,政策的公平性和普惠性也是一个问题。在政策制定和实施过程中,可能会出现资源向大企业倾斜的现象,中小企业可能无法享受到同等的政策支持,这可能会加剧行业的两极分化,影响行业的健康发展。最后,政策的国际协调也是一个挑战。跨境电商涉及多个国家和地区,不同国家的政策环境和法律法规存在差异,如何协调不同国家的政策,实现互利共赢,是一个需要解决的问题。

4.3. 基础设施与服务体系完善遇到瓶颈

上海跨境电商的基础设施和服务体系虽然在不断完善,但仍存在一些瓶颈问题。首先,物流配送是跨境电商的一个重要环节,但目前仍存在一些制约因素。例如,跨境物流的效率和稳定性仍有待提高,物流成本也相对较高,这对企业的运营成本和利润空间构成了压力。其次,海外仓的建设和运营面临诸多挑战。海外仓的选址、建设和管理都需要专业的知识和经验,这对许多企业来说是一个难题。此外,海外仓的运营成本也较高,包括租金、人员、管理等方面的成本,这对企业的财务状况提出了更高的要求。再者,跨境电商的支付和结算问题也是一个瓶颈。跨境支付涉及多种货币,需要处理汇率变动、资金安全、结算周期等问题,这对企业的财务管理能力提出了更高的要求。此外,不同国家和地区的支付习惯和法律法规存在差异,企业需要不断适应和调整。最后,跨境电商的售后服务也是一个挑战。由于涉及跨境交易,售后服务的响应速度和处理效率可能会受到影响。此外,不同国家和地区的消费者权益保护法律法规存在差异,企业需要不断学习和适应,以提供优质的售后服务。

4.4. 市场辐射与品牌建设存在难题

上海跨境电商的市场辐射能力强,但在品牌建设方面仍面临一些难题。首先,品牌认知度的提升是一个长期而艰巨的任务。在国际市场上,上海品牌的认知度和影响力还有待提升。这需要企业投入大量的时间和资源,通过品牌推广、市场营销等手段,逐步树立品牌形象。其次,品牌差异化是一个挑战。在激烈的市场竞争中,如何塑造独特的品牌个性和价值主张,以区别于竞争对手,是企业需要思考的问题。这不仅需要企业具备敏锐的市场洞察力,还需要企业具备创新能力和执行力。再者,品牌国际化是一个复杂的过程。不同国家和地区的文化、消费习惯、法律法规等存在差异,企业需要不断学习和适应,以实现品牌的国际化。这不仅需要企业具备国际化的视野和战略,还需要企业具备跨文化沟通和管理的能力。最后,品牌忠诚度的培养也是一个难题。在消费者需求日益多样化和个性化的背景下,如何通过优质的产品和服务,赢得消费者的信任和忠诚,是企业需要面对的问题。这需要企业不断提升产品和服务的质量,优化客户体验,建立长期的客户关系。

4.5. 创新投入不足

面对国际贸易环境的不确定性、国内外市场竞争的加剧等挑战,上海跨境电商企业需要不断创新,提升自身的竞争力。然而,创新往往伴随着高风险和高成本,这对许多企业来说是一个不小的挑战。首先,创新需要投入大量的资金,包括研发、市场调研、产品测试等方面的投入。这对于资金实力较弱的中小企业来说,是一个较大的负担。其次,创新的成功率并不总是有保证。许多创新项目可能因为市场接受度不高、技术难题无法攻克等原因而失败。这种风险对于企业来说是一个考验,需要企业具备一定的风险承受能力和应变能力。再者,创新需要企业具备一定的技术实力和人才储备。在当前的技术快速发展和市场竞争日益激烈的背景下,企业需要不断引进和培养人才,提升自身的技术实力。然而,人才

的引进和培养需要时间和成本，这对企业来说是一个挑战。最后，创新需要企业具备开放的心态和合作精神。在当前的全球化背景下，企业需要与不同国家和地区的企业、科研机构等进行合作，共同推进创新。然而，跨文化沟通和合作需要企业具备一定的国际化视野和能力，这对许多企业来说是一个难题。

5. 解决措施

5.1. 提升市场竞争力和可持续性

针对市场规模快速增长带来的挑战，上海跨境电商企业需要采取一系列措施来提升自身的市场竞争力和可持续性。首先，企业需要加强市场研究，深入了解消费者需求和市场趋势，以便开发出更具竞争力的产品和服务。其次，企业应该注重品牌建设，通过高质量的产品和服务，树立良好的品牌形象，从而提高客户忠诚度和市场占有率。此外，企业还应该加强供应链管理，通过优化库存控制和物流配送，提高运营效率，降低成本。同时，企业应该积极探索新的市场和客户群体，实现市场多元化，以降低对单一市场的依赖和风险。在应对国际贸易环境的不确定性方面，企业需要加强合规管理，严格遵守各国的法律法规，减少政策变动带来的风险。同时，企业可以通过多渠道营销和多平台运营，分散市场风险，提高市场适应能力。

5.2. 减少政策依赖，加强自主创新

面对政策环境优化的局限性，企业需要减少对政策的依赖，加强自主创新能力。企业应该建立自己的研发团队，加大研发投入，通过技术创新来提升产品和服务的竞争力。同时，企业可以通过市场创新，探索新的商业模式和营销策略，以适应市场的变化。企业还应该加强与政府的沟通和合作，积极参与政策的制定和调整，争取更多的政策支持。此外，企业可以通过建立行业协会或联盟，共同争取政策支持，维护行业利益。在政策的国际协调方面，企业可以通过参与国际商会或行业组织，加强与国际市场的交流和合作，争取国际政策的支持和便利。同时，企业应该加强国际化人才培养，提升企业的国际化运营能力。

5.3. 优化基础设施和服务体系

为了解决基础设施和服务体系完善的瓶颈问题，上海跨境电商企业需要采取一系列措施来优化基础设施和服务体系。首先，企业可以通过合作或合资的方式，共同建设海外仓，降低单个企业的资金压力和风险。其次，企业应该加强海外仓的管理，引进先进的物流技术和管理方法，提高海外仓的运营效率。同时，企业可以通过与国际物流公司合作，提高物流配送的效率和服务质量。在支付和结算方面，企业可以通过与国际支付平台合作，提供多元化的支付方式，满足不同国家和地区消费者的支付需求。同时，企业应该加强与金融机构的合作，提供安全、便捷的支付和结算服务。在售后服务方面，企业应该建立完善的售后服务体系，提供及时、高效的售后服务。同时，企业可以通过与当地服务商合作，提高售后服务的响应速度和处理效率。

5.4. 加强品牌建设和市场辐射

针对市场辐射与品牌建设的难题，上海跨境电商企业需要加强品牌建设和市场辐射能力。首先，企业需要制定清晰的品牌战略，明确品牌定位和价值主张，通过一致的品牌信息和形象，提高品牌认知度。其次，企业应该加强品牌推广和市场营销，通过多渠道、多平台的品牌推广，提高品牌的知名度和影响力。同时，企业可以通过参加国际展会、举办品牌活动等方式，提升品牌的国际形象。在市场辐射方面，企业应该积极探索新的市场和客户群体，实现市场多元化。同时，企业应该加强与当地企业的合作，了

解当地市场的需求和特点, 提供符合当地市场的产品和服务。在市场竞争力方面, 鼓励企业通过创新和差异化策略, 提高自身的竞争力。建立公平竞争的市场环境, 打击不正当竞争行为。制定跨境电商市场准入和退出标准, 防止市场无序竞争。提供政策和资金支持, 支持中小企业通过技术创新发展, 提升企业核心竞争力。

6. 结论

上海跨境电商行业要保持健康快速发展, 需要企业、政府和行业组织共同努力。企业要加强自身能力建设, 政府要提供有力的政策支持和服务, 行业组织要促进交流合作, 共同构建一个开放、合作、共赢的跨境电商生态系统。通过这些措施, 上海跨境电商行业可以克服现有挑战, 实现长远的稳定发展。

参考文献

- [1] 刘宪立, 杨蔚. 跨境电商供应链韧性影响因素的作用机制[J]. 国际商务研究, 2024, 45(3): 16-29.
- [2] 潘彤, 刘斌, 包雅楠. 跨境电商平台与企业出口多元化: 基于市场和产品双重视角的经验分析[J]. 世界经济研究, 2024(5): 63-74.
- [3] 王琦, 王琴梅. 数字贸易改革、空间溢出与城市经济韧性——基于跨境电商综合试验区的准自然实验[J]. 经济问题探索, 2024(5): 93-107.
- [4] 王艳, 盛小丹. “一带一路”沿线国家数字经济发展对中国跨境电商出口的影响效应研究[J]. 现代财经(天津财经大学学报), 2024(5): 22-44.
- [5] 马述忠, 贺歌, 郭继文. 如何缓解跨境交易中的信息不对称?——来自跨境电商质量认证的经验证据[J]. 数量经济技术经济研究, 2024, 41(6): 88-110.
- [6] 夏瑞含, 潘权富. RCEP 背景下黑龙江省跨境电商发展存在的问题与对策[J]. 中国商论, 2024(10): 17-20.
- [7] 吕新福. 基于胜任素质模型的高校跨境电商人才培养模式研究[J]. 商展经济, 2024(10): 144-148.
- [8] 罗文婷. 东南亚地区跨境电商直播发展机遇、挑战与对策研究[J]. 中国商论, 2024(10): 34-37.
- [9] 姚璟, 樊杭强, 边江澎, 等. 以“智”提质 赋能跨境电商迭代发展[J]. 中国海关, 2024(5): 12-24.
- [10] 孟杨. 数字经济背景下跨境电商的发展趋势研究[J]. 商业观察, 2024, 10(15): 113-116.
- [11] 笙婷婷. 数字经济背景下我国跨境电子商务物流运作模式研究[J]. 商场现代化, 2024(11): 38-40.
- [12] 余春阳. “一带一路”背景下江苏跨境电商发展现状、问题与对策研究[J]. 现代商贸工业, 2024, 45(11): 45-47.
- [13] 陈旭. 跨文化视域下我国跨境电商企业营销策略[J]. 商场现代化, 2024(11): 59-61.
- [14] 石菲. 跨境电商新篇章, AI 赋能引领新风潮[J]. 中国信息化, 2024(5): 24.
- [15] 胡庭珩. 数字经济背景下我国跨境电商企业面临的挑战及对策研究[J]. 商场现代化, 2024(9): 56-58.