

数字化赋能跨境电商企业发展路径分析

冷辰阳

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

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12日

摘要

21世纪以来, 随着人工智能、大数据、区块链等数字技术的发展, 跨境电商行业在我国迅速兴起, 成为我国外贸行业新业态, 拥有广阔的发展前景。然而, 传统跨境电商企业也面临诸如数字人才缺乏、数字运营能力不足等问题, 在发展过程中机遇与挑战并存。本文以跨境电商企业在数字时代的发展路径为核心, 首先进行跨境电子商务背景的概述, 分析数字化赋能跨境电商企业的有利条件; 其次, 指出目前跨境电商企业存在的问题以及进行数字化革新和转型的重要性; 最后针对跨境电商企业现存问题较为详细地阐明政府和企业可采取的数字化举措, 为跨境电商企业未来的数字化转型和发展提供了参考借鉴。

关键词

跨境电商企业, 数字化, 数字技术, 数字贸易

Research on the Development Path of Digital Empowered Cross-Border E-Commerce Enterprises

Chenyang Leng

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

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

Abstract

Since the 21st century, with the development of artificial intelligence, big data, blockchain and other digital technology, cross-border e-commerce industry has sprung up rapidly in China, becoming China's foreign trade industry new business type, with broad development prospects. However, traditional cross-border e-commerce enterprises are also faced with problems, such as the lack of

digital talents and the lack of digital operation capacity, and there are both opportunities and challenges in the process of development. Taking the development path of cross-border e-commerce enterprises in the digital age as the core, this paper first summarizes the background of cross-border e-commerce and analyzes the favorable conditions of digitally empowered cross-border e-commerce enterprises. Secondly, it points out the existing problems of cross-border e-commerce enterprises and the importance of digital innovation and transformation. Finally, in view of the existing problems of cross-border e-commerce enterprises, the paper expounds in detail the digital countermeasures that can be taken by the government and enterprises, which provides a reference for the future digital transformation and development of cross-border e-commerce enterprises.

Keywords

Cross-Border E-Commerce Enterprises, Digitization, Digital Technology, Digital Trade

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

进入 21 世纪,随着互联网、人工智能、云计算及大数据等数字化技术的革新,一种新兴的贸易形态——数字贸易应运而生。作为一种新提出的概念,全球范围内尚未形成统一的标准。跨境电商作为一种数字贸易的早期表现形态,近年来呈现出强劲的增长势头。各种信息技术的蓬勃发展使这种贸易方式凭借其简洁高效的特性在全球市场上崭露头角,成为促进经济发展的有效工具。2024 年一季度,我国跨境电商进出口额同比增长 9.6%,其中海外仓出口额增长 11.8%。引资质量稳步提升,我国新设外资企业数同比增长 20.7%,高技术制造业引资占比同比提高 2.2 个百分点[1]。

在数字经济的背景下,传统跨境电商企业已经逐渐认识到数字化转型对于企业发展的必要性,亟需形成以数字化技术为基础、为企业赋能的新发展模式。然而,在发展过程中,企业也面临诸如数字化人才匮乏、数字化运营能力不足、供应链风险性等困境。基于此,企业和政府应采取相应举措,一切从实际出发,推动数字化转型与升级,以数字化赋能企业高质量发展。

2. 跨境电商概述

2.1. 跨境电商的模式

我国的跨境电商主要分为 B2B (企业与企业)和 B2C (企业与消费者)两种模式。B2B 模式一直占据主导地位,纳入海关一般贸易统计。企业间通过电子商务平台在线上发布商业信息和营销广告,线下完成交易和通关,在本质上仍属于传统贸易。在 B2C 这一销售模式下,其主要销售物品为个人消费品,中国企业能够直接面向海外消费者,所采用的物流形式多依赖于航空小包邮寄等,这些商品的报关通常是由快递公司或邮政负责,大多数未被纳入海关的正式登记名单中。

2.2. 跨境电商的特征

作为跨境贸易在电子商务领域的体现,跨境电商涉及不同国家和地区的贸易参与者,他们凭依互联网平台进行线上交易活动,结合物流与进出口服务来实现商业运营。在电商时代,这种模式展现出以下

特性：

第一，全球市场的开放性。得益于现代信息技术的普及，跨境电商逐渐突破传统贸易的地理界限，不再受传统商务活动的时空约束，消费者能够自由地购买世界各地的商品，随时随地、无需离开本国即可触及全球市场。通过互联网，消费者可以直接与国外卖家进行互动和交易，全球市场更为开放并紧密相连。这不仅推动了国内品牌走向国际，也让众多外来企业和品牌进入中国市场，突显出贸易的全球性、开放性的特征。

第二，产品自由选择性与不确定性。得益于发达的物流网络和便捷的进出口渠道，跨境电商扩展了消费者的商品选择范围，满足消费者的个性化需求。消费者可以跨越地理界限，对比来自全球各地的品牌和产地，自由选择他们喜欢的商品。越来越多的国内企业拓展跨境电商业务，不仅推广国内品牌也引进了国外的新产品，从而开创了新的商业机遇。然而，跨境电商也使产品具有不确定性。消费者在网络平台交易时，在购买前只能依赖商家提供的图片和视频来了解商品，缺乏直观的认识，因此也存在“实物与图片不符”的风险。

第三，价格竞争力。跨境电商的兴起促成了商品价格的公开透明，消费者能直观对比各国商品价格，选择最具有性价比的一个，购物体验的质量得到提升。在电子商务的推动下，跨境电商加剧了国内市场的生存竞争，也有力地促进了国内产业的升级转型。面对海外商家的挑战，国内商家不得不提升产品品质，压低价格，以吸引更多的消费者，并持续引入新技术，以此驱动国内经济的新一轮增长。

第四，低成本与高效率。在电子商务的时代，中介和店铺费用减少，运营成本显著降低，企业间的竞争也促进了企业技术的升级，进一步削减了各种成本。与此同时，跨境电商在物流和支付系统的更新换代，大大简化了商品交易过程，免去了中间繁琐的环节。依托便捷的互联网络，跨境电商能提供高效的交易和配送服务，消费者只需在线操作，即可享受一站式购物体验，全程购物便利，提升了交易速度和顾客满意度。

3. 数字化赋能跨境电商企业的有利条件

3.1. 国家政策的支持

中国共产党第十九次全国代表大会报告首次提出了“数字中国”的概念，并宣布其作为我国的重大发展战略；2021年7月国务院发布《国务院办公厅关于加快发展跨境电商外贸新业态新模式的意见》，文中指出加快实行跨境电子商务外贸的新业态、新模式，有利于推动经济贸易的高质量发展，发挥我国参与国际竞争与合作的新优势；我国高度重视跨境电商综合实验区的建设截至2022年1月，我国已先后分七批设立132个跨境电商综合试验区，基本上覆盖全国，充分发挥了我国城市各方面的优势，稳步扩大综合试验区的整体布局[2]。

为了推动我国跨境电商行业的发展，从中央到地方的各级政府和相关部门都在积极部署，先后出台了一系列涉及税收、物流、海外仓等多方面的扶持政策。2021年我国出台《“十四五”电子商务发展规划》支持跨境电商高水平发展，鼓励电商企业国际化全球化经营，完善与跨境电商相关的物流、支付、仓储等全球电商基础设施布局；2022年国税总局颁布相关政策支持跨境电商能够健康和持续创新发展。2023年1月，我国财政部等三部门联合发布了《关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》，出台鼓励跨境电商发展的增值税、消费税和关税免退补政策。如2023年8月22日由财政部、海关总署、税务总局联合发布的《关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》[3]。通过贯彻落实这一系列国家政策，跨境电商行业正逐步向规范化、专业化转型升级，已成为我国发展速度最快、带动能力超强、潜力最大的外贸新业态。

3.2. 数字技术的发展

21 世纪以来, 数字经济蓬勃发展, 互联网技术取得较大突破, 以区块链、人工智能、云计算等为代表的数字信息技术的全面普及推动了社会生活的变化, 跨境电商应运而生, 极大促进了人们的生活方式和商业活动方面的改变。从这以后, 各种数字化技术持续稳定地发展, 与互联网技术侧重连接不同, 数字化更着重于通过数据来驱动业务的整体融合, 消除部门或地域间的隔阂, 促进数据的自由流动。这种技术能够赋予跨境电商企业新的能力, 有助于高效整合资源并创造共享价值。近年来, 区块链等新型数字化技术日益普及, 广泛应用于日常生活和贸易各个领域, 深刻影响着人们的日常生活和生产方式。在当前全球数字经济的飞速进步中, 跨境电商企业应当将数字化置于核心战略地位, 充分挖掘数字资源的潜力, 以此驱动企业的快速成长和变革。

3.3. 数字平台的构建

在传统的国际贸易中, 生产者往往无法即时性地准确获取消费者的信息, 生产者接收消费者的一些特定需求时常常出现延迟, 因此, 生产商倾向于提供大众化的商品和服务, 难以满足个性化的需求。然而, 数字平台的兴起有效地解决了这一问题。作为一种关键的交易媒介, 跨境电商平台对消费者、进出口生产企业、及监管者都至关重要, 并且借助各种数字化技术持续改进。例如, 大数据技术的利用能实现精确的市场定位, 创建智能物流网络, 及时识别和处理问题, 显著提高了跨境电商操作的整体效率。

跨境电商平台借助丰富的网络数据, 能深入剖析消费者的购物模式、喜好和特定需求, 从而定制个性化的营销策略。同时, 通过运用大数据分析, 可以构建智能化的全球物流系统, 缩短配送时间, 提高服务效率, 以增强顾客的满意度。除此之外, 大数据技术也能够为各类市场参与者提供详细且多样的技术支援, 以进行全面的进出口业务管理。与此同时, 区块链技术在此扮演着重要角色, 它构建了一个安全可信的信息共享网络, 保证了商业活动、物流运作和信息传递的顺利进行, 也让海关、税务等机构能便捷获取必要信息。这些数字化工具的使用极大地促进了跨境电商流程的优化, 明显提升了交易效率和整体服务品质。

4. 跨境电商企业发展中存在的数字化问题

4.1. 数字技术重视度不足

在当前跨境电商发展现状下, 数字化的重要性日益凸显。但遗憾的是, 多数企业对数字技术并没有足够的重视。一些中小型企业的运营之路充满挑战, 他们普遍认为开发和应用数字技术成本高昂, 且短期内难以见到显著的回报。为了寻求生存和发展, 这些企业往往不得不削减成本, 其中包括在高科技研发上的投入。

实际上, 忽视对数字技术的投资是短视之举, 从长远来看, 其潜在的经济效益是巨大的。这些企业面对自身规模小、资金短缺的困境, 单单依靠国家宏观政策的支持是远远不够的, 更必要的是获得数字技术的支撑。例如, 大数据和区块链等先进数字技术为跨境电商开辟了新的可能, 但多数企业由于自身能力和认知局限, 未能充分认识到产业数字化技术的价值, 未能有效地将这些新技术融入业务中, 以创新消费者的购物体验。这种现象不仅增加了企业发展的困难, 也可能限制它们的长期增长潜力。

4.2. 数字化人才缺乏

在当前数字贸易的背景下, 跨境电商行业正面临前所未有的发展机遇。然而, 现有的电子商务专业人才无论在数量还是能力上都无法充分应对这一领域的蓬勃发展, 现有的专业人才明显供不应求。从目前该行业企业发展现状来看, 跨境电商准入门槛较低, 加上其所获得的高额利润有很大的吸引力, 在短

期时间内会有大批传统外贸企业和个人参与其中，因此迫切需要对从事跨境电商的工作人员进行新技术的培训和提升。此外，多数跨境电商企业的规模较小，资金匮乏，无法自主开展深度的人才培养。同时，他们的薪酬福利与国内大型电商企业相比存在差距，导致数字专业人才流动性大，流失率高，进一步加剧了企业数字化人才的短缺问题。

4.3. 数字化运营能力不足

尽管跨境电商与国内电子商务平台在运营模式上有诸多相似之处，如线上预览、选购和支付过程，但当消费者完成线上交易后，商品的交付依赖于物流服务。这一环节的关键在于提供快速且便利的配送。遗憾的是，当前全球物流网络并未充分实现数字化升级，处理复杂运输流程的能力有限，导致行业整合度下降。各企业联系不够紧密，缺乏对每个包裹的全面数字化跟踪，这不仅削弱了跨境物流的运营效率，还时常造成货物遗失的问题。此外，跨境电商普遍采用保税进口和海外直邮的方式，现有的物流基础设施和服务未能跟上需求，进一步降低了跨境物流供应链的效能，从而对消费者的购物满意度产生负面影响。

4.4. 传统供应链体系的风险性

跨境电子商务涉及跨国界、跨领域的复杂供应链网络，这种体系往往难以实施有效的风险管理。一个供应链的是否健全对于推动跨境电商的成功至关重要，因为任何供应链中断都会带来显著的风险，主要表现在两个方面：首先，缺乏有效支撑的供应链将会导致电商公司的经营风险增加，从而阻碍其成长。这种情况常常源于企业在采购时未充分考虑市场动态，常备库存大量商品，但市场需求变化、消费者偏好等因素可能导致商品销量低迷，进而产生库存积压的问题。其次，为了避免过度库存，跨境电商可能选择少量进货，但这又可能在需求突然增长时引发生意机会的错失，货物短缺会影响客户满意度，而临时加急采购又可能因物流延迟等问题让顾客转向竞争对手，从而丧失市场份额。因此，对于一个企业的长期发展，建立一个稳定且适应性强的供应链体系是至关重要的。

5. 跨境电商企业数字化转型举措

5.1. 数字技术的升级与应用

跨境电商企业应加强对数字技术研发的重视，加大在科研领域的投入，推动数字技术在支付、物流、营销等环节的升级与应用。

首先，支付的数字化升级。数字支付主要凭依的是区块链技术。区块链的特点包括去中心化、不可篡改、透明、安全和可编程性[4]。区块链技术到跨境电商中，能有效处理支付过程中的难题，保障交易资金的安全性。面对跨境支付中的汇率波动难题，区块链技术可以支持创建一种被多国接纳的数字货币。首先，买方会在使用区块链技术的跨国电商平台上发起支付请求。随后，系统会确认并披露买家的相关信息，并借助其内置的货币转换工具，将支付金额转化为电子货币转交给卖家。卖家可以将接收到的电子货币兑换成他们所需的实体货币。在这个过程中，智能合约等先进技术对整个区块链系统的运作起到了至关重要的支撑作用[5]。

其次，物流的数字化升级。跨境物流在跨境电商中扮演着至关重要的角色，其运输效率将直接与消费者的购买意愿和购物满意度挂钩。优化的物流网络能提高运输效能，降低运营成本，同时优质的物流服务能增强消费者对商品和品牌的正面印象。在当前的数字时代，平台能利用物流公司的数据资源，分析整合，结合自身的大数据优势，精确连接物流的需求者和供应者，确保供需协调，促进物流运输的高效整合。

最后，营销的数字化升级。跨境电商企业发展不仅仅需要关注商品的质量，同样强调创新的市场推广策略。传统的促销手段日渐难以迎合消费者的期待，如发送优惠券等。数字时代下大数据技术的介入揭示了其在跨境电子商务领域的潜力。电商平台能够通过对大数据的整合利用制定精确的数字营销策略。其中首要任务是最大化地利用大数据在平台中的功能。鉴于大数据已经在众多行业展现出广泛的应用价值，尤其是在预测分析方面，能够通过与其他领域的融合，精准定位消费者群体，预测他们的购买偏好。因此，将此类技术应用于跨境电商，能有效指导定制化的市场推广活动[6]。

5.2. 数字化人才的培养

得益于近年来互联网、大数据等数字技术在跨境电商行业的广泛普及和应用，企业能精确地把握消费者的消费偏好，并据此针对性地进行设计、生产、销售等方面的优化。面对海量的数据分析工作，跨境电商企业亟需大量专业的数字人才。一方面，企业可以聘请相关领域专家，提高技术人才的薪酬待遇标准；同时，企业需加强与高等教育机构的合作，招聘相关专业的优秀毕业生。另一方面，为了推动跨境电商企业的变革和升级并尽快打造一支强大的数字技术团队，企业也需要对现有员工定期开展数字技术领域的培训，建立有效的考核机制，从而调动员工学习积极性，加快专业学习进度。

5.3. 数字化运营能力的提高

在当前的数字化时代，多数跨境电商企业亟需强化自身的数字化转型和升级，提升企业的数字化运营能力非常关键。企业迫切需要构建一个涵盖产品和服务的全方位运营模式，依据产品特征、交易规模频率以及消费者行为，系统性地收集并针对性分析销售和消费数据，从而提升公司业绩。与此同时，跨境电商企业应采取更多元化的经营策略，不仅仅局限于采取线上线下这两种运营模式，而是致力于提升其数字技术和运营能力以推动跨境电商行业的创新和转型。

凭依现代数字技术和网络工具，跨境电商企业可以建立一套高效的企业运营架构来与客户建立深度联系，通过对产品销售和消费者行为的详细观察与分析，基于商品特性与用户特性，对产品和客户群体进行分级管理，以达到改善产品运营指标和增强营销成果的目标。基于对数据的分析，我们可以优化产品策略，提升产品的实用价值和市场营销的效果。

5.4. 稳定的数字化供应链的构建

相较于传统供应链体系的风险性，建立稳固的跨境电商体系关键在于其可靠的供应链管理。在这一体系中，跨境电商企业扮演着中介角色，需与上游供应商和下游物流服务提供商建立并维持长期的合作关系，以形成利益共同体。构建一个稳定且高效率的供应链对于跨境电商的成长至关重要。相较于其他传统企业，它们的独特性在于跨越国界运营，因此需要与产品提供者、物流伙伴以及海外零售商建立持久的合作纽带，通过法律和监督管理措施合同保障共同利益。同时，企业应秉持可持续发展的理念，推动科技进步，整合各方利益。利用大数据和物联网等技术收集信息后，深入分析以指导下一季度的产品采购决策，如商品种类和数量，以此优化库存管理，防止过度积压或供应短缺的情况发生。数字化的供应链有助于推动跨境电商企业实现有效的转型和升级。

6. 结语

综上所述，目前数字经济已开启新的时代转型，跨境电商企业面临新一轮的发展机遇与挑战。基于数字化视野，跨境电商企业绿色化转型将是必然趋势，如何正确看待并运用数字技术赋能自身是企业发展的关键所在。当前我国跨境电商企业发展存在现有产业数字技术重视度不足、缺乏专业人才、数字化运营能力不足等问题，而结合跨境电商企业特点与发展现状，采取加大产业数字化技术投入应用、提高

物流企业数字化运营水平、培育跨境电商数字化专业人才及构建稳定高效性的供应链体系的措施，可以推动跨境电商的进一步发展。然而，数字化赋能跨境电商发展路径这一主题仍有待后续的理论与实践结合的深入研究。从发展趋势而言，数字平台资本逻辑创造了现代文明，也必将遭遇自身的界限[7]，而数字化赋能跨境电商企业发展，同样需要促成人文精神与经济交融互动、融合发展[8]。

基金项目

江苏省高校哲学社会科学研究重大项目“党的十八大以来高校‘云端思政课’建设基本经验研究”(2023SJZDSZ008); 江苏科技大学 2022 年本科教改课题“基于‘金课’建设的高校思政课融合式教学改革研究”(XJG2022049)。

参考文献

- [1] 中共国家统计局党组. 我国经济回升向好、长期向好的基本趋势没有改变[J]. 求是, 2024(3): 48-52.
- [2] 王子心, 武悦. 新发展格局下我国跨境电商高质量发展的机遇与挑战[J]. 新经济, 2023(5): 80-83.
- [3] 张希颖, 金兰兰, 刘梦威. 数字经济背景下我国跨境电商发展困境及对策研究[J]. 商业经济, 2023(12): 14-16+56.
- [4] 孙溢. 区块链安全技术[M]. 北京: 北京邮电大学出版社, 2021.
- [5] 徐梦柯. 数字化业务赋能跨境电商平台企业发展深化研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2022.
- [6] 刘世成, 张东霞, 朱朝阳, 李维东, 卢文冰, 张敏杰. 能源互联网中大数据技术思考[J]. 电力系统自动化, 2016, 40(8): 14-21+56.
- [7] 王志刚. 唯物史观城市叙事的逻辑变迁及正义构想[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2023, 44(2): 20-28.
- [8] 李晓乐. 人文经济学: 中国式现代化的文化自觉[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2024, 45(3): 19-27.