

基于SWOT-PEST分析的西南地区跨境电商竞争力研究

任雪姣

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年10月18日; 录用日期: 2024年11月18日; 发布日期: 2025年1月15日

摘要

随着中国经济由高速增长转向高质量发展, 跨境电商作为新型国际贸易模式, 正成为推动经济增长的新动力。本文以西南地区跨境电商竞争力为研究对象, 采用SWOT-PEST分析方法, 综合评估其发展现状和潜力。研究发现, 西南地区跨境电商具有政策支持、区位优势、产业基础、消费市场潜力、人力资源及大数据应用等内部优势, 但也面临政策协同不足、消费能力差异、产业配套不健全、观念保守、人才短缺和技术基础设施短板等劣势。同时, 国家战略推动、数字经济发展、社交媒体助力和技术创新驱动等外部机遇, 与贸易政策变动、地缘政治风险、贸易壁垒、汇率波动、文化差异及技术更新和数据安全压力等外部威胁并存。

关键词

西南地区, 跨境电商竞争力, SWOT-PEST

Research on the Competitiveness of Cross-Border E-Commerce in Southwest China Based on SWOT-PEST

Xuejiao Ren

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Oct. 18th, 2024; accepted: Nov. 18th, 2024; published: Jan. 15th, 2025

Abstract

With China's economy shifting from high-speed growth to high-quality development, cross-border e-commerce, as a new international trade model, is becoming a new driving force for economic

growth. This paper takes the competitiveness of cross-border e-commerce in Southwest China as the research object, and adopts SWOT-PEST to comprehensively assess its development status and potential. The study finds that cross-border e-commerce in Southwest China has internal advantages such as policy support, location advantage, industrial foundation, consumer market potential, human resources and big data application, but it also faces disadvantages such as insufficient policy synergy, differences in consumption capacity, unsound industrial support, conservative concepts, talent shortage and weak technical infrastructure. At the same time, external opportunities such as national strategy promotion, digital economy development, social media assistance and technological innovation drive coexist with external threats such as trade policy changes, geopolitical risks, trade barriers, exchange rate fluctuations, cultural differences, and technological updates and data security pressure.

Keywords

Southwest China, Cross-Border E-Commerce Competitiveness, SWOT-PEST

Copyright © 2025 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

在中国特色社会主义进入新时代背景下,我国经济正经历由高速增长阶段转向高质量的关键转型期。这一转变不仅是对社会主要矛盾变化的适应,也是对经济发展规律的遵循。在全球化和数字化时代背景下,跨境电商作为新型国际贸易模式,逐渐成为全球经济增长的新动能,对中国而言尤其如此。中国是全球电子商务发展最快的国家之一,其跨境电商的发展面临前所未有的发展机遇。作为连接中国与东南亚、南亚以及欧洲市场的重要桥梁,西南地区是中国对外开放和区域发展战略的重要组成部分。近年来,西南地区在基础设施建设、政策环境优化、产业升级等方面取得了显著进展,为跨境电商的发展奠定了坚实基础。然而,西南地区跨境电商发展也面临着物流配送体系尚不完善、专业人才相对匮乏、市场竞争日益激烈等诸多挑战。因此,系统分析西南地区跨境电商的发展现状,识别机遇与挑战,对于促进该地区跨境电商的健康发展具有重要的现实意义。

既有研究充分论述了目前全球跨境电商的发展趋势以及其对于经济发展的影响。一方面,一些研究关注到跨境电商的成本降低作用[1][2];另一方面,跨境电商对于中间品、进口消费品的贸易促进作用也受到广泛关注和验证[3]-[5]。此外,跨境电商的出现丰富了经典的出口二元边际问题[6]。进一步,围绕跨境电商竞争力的研究可以从研究主体和方法两方面予以梳理。从研究主体来看,部分学者聚焦微观跨境电商企业,分析市场资源、品牌建设等因素如何塑造跨境电商企业的竞争力,特别是在物流和制造业领域[7]-[9]。也有研究将视野拓展至国家和地区层面,如刘晓玲和杨志文以长三角地区的跨境电商综试区城市为样本探讨了区域内城市跨境电商综合竞争力以及布局特征;毕凌燕等则基于省域视角测度了各省跨境电商竞争力水平[10][11]。研究方法上,多数研究通过构建综合评价指标来衡量跨境电商竞争力,这些指标的构建通常基于波特的竞争优势理论,运用因子分析法、主成分分析法和层次分析法以识别关键竞争因素[10]-[12]。

以上研究成果为本文对西南地区跨境电商竞争力的研究提供了重要的理论基础和参考依据。然而,归纳已有研究可以发现,区域跨境电商竞争力的研究仍需深化。西南地区独特的地理位置使其在连接东南亚、南亚等地区的跨境贸易中具有战略地位,深入研究其跨境电商发展对于激发区域经济增长新动力,

推动实现高质量发展具有重要意义。然而，目前对西南地区跨境电商竞争力的全面评估相对缺乏。此外，尽管竞争优势理论强调了产业结构和企业地位等因素对竞争力的影响，但基于该理论的研究可能忽略了产业外部宏观环境因素的综合影响，导致因素考量的不全面性。

本研究旨在通过 SWOT-PEST 分析框架弥补这一不足，补充相关研究的另一思路的同时为西南地区跨境电商的发展提供全面的分析和策略建议。SWOT-PEST 分析法综合了传统 SWOT 分析框架和 PEST 分析框架，通过将分析对象的内部优劣势(Strengths & Weaknesses)、外部机会与威胁(Opportunities & Threats)细化为政治(Political)、经济(Economic)、社会(Social)、技术(Technological)四个维度来全面拆解影响竞争力的因子，全面评估企业或产业竞争力。这一分析框架因其系统性和适应性在多个领域得到广泛应用。

接下来，本文将通过识别内部优势和劣势、外部机会和威胁分析西南地区发展跨境电商的资源和能力，并分别从政治、经济、社会和技术进一步扩展分析西南地区发展跨境电商的宏观条件，进而综合评估其竞争力并提出相应的发展策略，以期西南地区借助跨境电商这一新模式开拓对外贸易新领域提供必要理论支持和实践参考。图 1 展示了本文对西南地区跨境电商竞争力的分析思路。

P 政策优势 战略地位	E 产业基础 消费市场潜力	P 政策割裂 监管滞后	E 消费参差 产业欠优
S 文化融合 人力资源潜力	T 大数据应用	S 观念保守 品牌认知度低	T 人才短缺 设施短板
P 政策东风 合作契机	E 数字赋能 产业转移契机	P 贸易政策变动 监管滞后	E 贸易壁垒 汇率风险
S 媒体助力 人才流动契机	T 创新驱动 平台助力	S 文化挑战 观念阻碍	T 数据更新压力 安全忧患

Figure 1. SWOT-PEST analysis matrix for cross-border e-commerce in Southwest China

图 1. 西南地区跨境电商的 SWOT-PEST 分析矩阵

2. 基于 SWOT-PEST 框架的西南地区跨境电商内部优势分析(S)

2.1. 政治要素优势(P)：政策优势与战略地位

近年来，西南地区的政府对跨境电商的发展给予高度重视，并出台一系列明确且具有前瞻性的政策(见表 1)，为跨境电商企业提供了广阔的空间。这些政策不仅覆盖税收优惠、资金补贴等直接经济激励措施，还涉及跨境支付、物流配送、检验检疫等多个环节的便利化改革。

此外，西南地区作为中国西部的重要经济板块，扮演着连接中国与东南亚、南亚的重要桥梁角色。在“一带一路”倡议、RCEP 等国际合作框架下，西南地区通过积极参与国际经贸合作，与沿线国家和地区建立了紧密的经贸联系，为跨境电商企业构建了广泛的合作网络，也为跨境电商的物流运输提供了便利条件。

2.2. 经济要素优势(E)：产业基础与消费市场潜力

西南地区发展跨境电商具备产业基础和成本优势。该地区特色产业丰富，如四川电子信息、重庆汽车制造、云南花卉、贵州大数据产业等，产品在国际市场具竞争力，借跨境电商平台可推向全球。此外，该地区土地、人力和物流成本较低，加之交通网络的完善，进一步实现了物流环节的降本增效，如重庆

依托长江黄金水道和中欧班列等使得跨境物流成本降低 10%以上。

Table 1. Policies related to the promotion of cross-border e-commerce development in Southwest China
表 1. 西南各地区促进跨境电商发展相关政策

省(直辖市、自治区)	主要措施与重点任务
四川省	印发《推动跨境电商高质量发展助力外贸稳规模优结构行动方案(2024~2027 年)》，明确跨境电商交易规模力争保持年均 15%增速；探索“川字号”优秀跨境电商品牌遴选活动；孵化省级跨境电商产业园，打造“N 园 + N 带”。
贵州省	打造中国贵州跨境电子商务产业园，以建设贵州口岸集结仓+海外服务仓的双仓模式为核心；推出“贵州 export”独立站平台；提供跨境支付、货代、报关等服务。
云南省	发布“中小企业数字出海行动计划”，构建东南亚中小企业数字出海网络，提供市场调研、营销、物流、法律等服务。
重庆市	《重庆市推进跨境电商高质量发展若干措施》提出产业园区建设、提升监管服务水平等 15 条举措；允许跨境电商网购保税进口商品与国内赠品“同仓存储、同车出区、同包发货”。
西藏自治区	《中国(拉萨)跨境电子商务综合试验区实施方案》，明确建设两大平台、建立七个体系、实施六项措施。

资料来源：各省(直辖市)政府网站。

西南地区的跨境电商消费市场同样展现出巨大的潜力。一方面，随着经济发展和居民收入提高，消费者对高品质、多样化进口商品需求增加，这不仅为跨境电商企业拓展国际市场提供便利，还能以直采、保税备货模式提供优质低价商品。以云南省为例，2024 年前三季度云南居民人均可支配收入达到 21,474 元，比上年同期增长 5.4%，这一增长趋势为跨境电商消费市场的发展提供了坚实经济基础。另一方面，随着“一带一路”倡议推进，西南地区与东南亚、南亚等国的地缘接近性，具有开拓国际消费市场的地缘优势。

2.3. 社会要素优势(S)：文化融合与人力资源潜力

西南地区发展跨境电商具备多元文化融合优势，跨境电商企业可以充分利用这一优势，开发特色跨境电商文化产品，拓展国际市场。作为我国少数民族聚居的重要区域，云南手工艺品、贵州服饰、四川美食等不同地区和民族的文化特色为跨境电商提供了独特的产品资源和文化吸引力。同时，西南地区与周边国家长期广泛与友好的文化交流与融合也为跨境电商的发展奠定了文化基础。

西南地区发展跨境电商具备人力资源优势。西南地区拥有庞大的人口基数，可以满足跨境电商企业物流、仓储、客服等方面的用工需求。此外，西南地区各地方政府和高校积极采取措施加强跨境电商人才的培养与引进。一些高校开设了跨境电商专业；地方政府也出台了一系列优惠政策，吸引国内外优秀的跨境电商人才到西南地区创业和发展。

2.4. 技术要素优势(T)：大数据应用

西南地区跨境电商发展的技术要素优势主要体现在大数据应用上。作为全国一体化算力网络国家枢纽节点，该地区数据资源的丰富性和算力优势使其能够有效整合西部富余算力，从而促进跨境电商数据流通和数字化转型。成渝地区已获批建设全国一体化算力网络国家枢纽节点，重庆更是建成了全国首条针对单一国家、点对点、面向“一带一路”国家和地区的中新国际数据专用通道，成为西部唯一跨境数

据专用通道枢纽节点。如此丰富的数据资源与技术优势为西南地区跨境电商产业的高质量发展奠定了坚实基础。西南地区的跨境电商企业能够充分利用大数据技术，准确把握不同国家和地区消费者的需求偏好、购买行为等要素，对国内外市场进行精准分析，同时可以及时发现异常交易行为、物流延误等风险因素，并采取相应的措施进行防范和处理。

3. 基于 SWOT-PEST 框架的西南地区跨境电商内部劣势分析(W)

3.1. 政治要素劣势(P)：政策割裂与监管滞后

西南地区在跨境电商发展受限于政策协同的不足。区域内各省市跨境电商政策重点、扶持力度及实施细则存在差异，使企业跨区域发展时面临政策衔接难题。具体而言，税收优惠和物流补贴的不一致性导致企业在运营成本和 market 机遇上面临差异。此外，部门间的协调不畅，商务、海关等多部门合作问题，由于职责划分不明确和政策执行的不一致性，影响了通关效率和监管效果，进而增加企业成本和风险。

西南地区的跨境电商监管机制有待优化。一方面，监管标准的不一致性导致不同部门和地区对跨境电商的监管要求存在差异，这不仅影响了市场的公平性和监管的有效性，也使得企业难以适应，容易引发市场混乱。另一方面，监管措施的滞后性、传统方法的低效率及其固有缺陷，以及新技术应用的初期阶段，均与发达地区存在显著差距，难以满足跨境电商业务的迅速发展需求。

3.2. 经济要素劣势(E)：消费参差与产业欠优

西南地区的贫富差距较大，消费能力存在明显差异。昆明某豪华汽车品牌 4S 店 2023 年的销售量可以达到上千辆，而在一些偏远地区的地级市，同品牌 4S 店的年销量仅几十辆，消费能力的差距可见一斑。高收入群体对跨境商品的需求相对较高，但数量有限；低收入群体消费能力有限，对跨境商品的需求较低。这种贫富差距使得跨境电商市场的规模受到一定限制，难以实现快速扩张。

西南地区跨境电商产业结构存在不完善之处。一方面，产品结构较为单一，主要集中在农产品和特色手工艺品上，这些产品附加值低且竞争力有限，缺乏高端制造业和高科技产品出口，使得贸易结构不优，难以实现跨境电商的可持续发展。另一方面，产业配套服务不足，包括物流、支付、金融等领域，这些服务的不完善会增加企业运营成本，降低整体效率。

3.3. 社会要素劣势(S)：观念保守与品牌认知度较低

在西南地区，消费观念相对保守成为跨境电商发展的阻碍之一。部分消费者受传统购物习惯影响，更青睐实体店铺，对跨境电商存在诸多疑虑。他们担心商品质量无保障、售后服务不到位以及物流配送不及时等问题。同时，对跨境支付安全和海关监管政策的不了解，也导致风险认知偏差，使得消费者对跨境电商望而却步，限制了市场的拓展。

西南地区跨境电商本土品牌较少且影响力有限。与其他知名品牌相比，本土品牌在产品质量、品牌形象和市场推广等方面存在差距。消费者在选择跨境商品时，往往倾向于选择国内外知名品牌，而对本土品牌关注较少。

3.4. 技术要素劣势(T)：人才短缺与设施短板

西南地区在跨境电商领域的专业技术人才相对短缺。一方面，整体上看，西南地区缺乏具备跨境电商平台运营、数据分析、网络营销等专业技能的人才，不少企业表示即使待遇优厚也难以招到合适的跨境电商专业人才；另一方面，目前西南地区的高等院校和职业教育机构在跨境电商人才培养方面还存在不足，课程设置与市场需求脱节，实践教学环节薄弱，难以培养出符合企业实际需求的专业人才[13]。

西南地区的仓储智能化建设尚处于发展阶段，其管理水平与沿海发达地区相比存在一定差距，这在一定程度上限制了跨境电商业务的效率和响应速度。根据戴德梁行统计数据，2023 年上半年西南地区高标仓空置率达到 20.2%，与国内其他地区相比处于最高水平。

4. 基于 SWOT-PEST 框架的西南地区跨境电商外部机遇分析(O)

4.1. 政治要素机遇(P)：政策东风与合作契机

国家战略带来新机遇。“一带一路”倡议持续推进，为西南地区跨境电商发展创造了极为有利的外部政治环境。国家积极推动基础设施互联互通，包括建设跨境铁路、公路、港口等，极大地改善了西南地区的物流条件。如中老铁路的开通便为西南地区与老挝等东南亚国家的贸易往来提供了高效便捷的运输通道。

西南地区与周边国家区域经济合作加强，为跨境电商带来新机遇。中国与东盟自贸区等区域经济一体化组织使得西南地区可参与其中借鉴先进经验，为跨境电商发展创造良好国际环境，推动西南地区跨境电商迈向新台阶。

4.2. 经济要素机遇(E)：数字赋能与产业转移契机

当前数字经济蓬勃发展，为西南地区跨境电商带来机遇。技术驱动变革，大数据、云计算等新兴技术为跨境电商各环节提供支撑。社交电商、直播电商等新商业模式的涌现可以为跨境电商拓展市场渠道，提高品牌知名度，推动西南地区跨境电商创新发展。

产业转移为西南地区跨境电商发展提供机遇。随着制造业向内陆地区转移，西南地区迎来新贸易机会，可利用本地承接的制造业优势，将优质产品通过跨境电商平台出口。同时，物流、金融等服务业的转移，将进一步促进了电商生态系统的完善，提升西南地区跨境电商的服务效率和市场竞争力。

4.3. 社会要素机遇(S)：媒体助力与人才流动契机

社交媒介为西南地区跨境电商带来新机遇。一方面，跨境电商企业可利用微信、抖音等平台拓展营销渠道，推广产品和建设品牌，如分享海外商品心得推荐吸引潜在消费者。另一方面，消费者在社交媒体分享购物体验 and 评价可以为跨境电商企业增强消费者互动，企业从而关注反馈调整产品服务，提高满意度，增强信任感。

人才流动为西南地区跨境电商创造机遇。通过吸引海外及沿海地区的专业人才回流，西南地区能够利用这些人才的先进理念和技能，推动本地跨境电商的创新和发展。此外，与国内外企业和教育机构的合作，为本土人才的培养和提升创造了条件，为跨境电商的长远发展储备人力资源。

4.4. 技术要素机遇(T)：创新驱动与平台助力

西南地区发展跨境电商面临技术创新带来的机遇。物流技术进步方面，智能仓储、无人机配送等先进技术提升跨境物流效率和质量。西南地区可借此缩短物流时间、降低成本，提高配送速度和准确性。如利用智能仓储系统提高仓库运营效率。支付技术创新方面，新型支付方式使跨境支付更安全快捷，为消费者提供更好体验，降低支付风险。

数字平台发展为西南地区跨境电商提供机遇。根据网经社所发布的 2023 年跨境电商平台数据，已有 13 家跨境电商平台壮大，成为行业“独角兽”，总估值达到 6622 亿元。西南地区企业可借此将特色产品推向国际，提高知名度和销售额。数字贸易平台兴起，整合贸易流程提供服务，为企业营造便捷高效贸

易环境。西南地区应积极参与，利用平台优势提升跨境电商发展水平。

5. 基于 SWOT-PEST 框架的西南地区跨境电商外部威胁分析(T)

5.1. 政治要素威胁(P): 贸易政策挑战与地缘风险

西南地区发展跨境电商面临贸易政策变动威胁。一方面，政策调整频繁，国际形势变化使各国不断调整跨境电商相关政策，如提高关税、加强限制等，增加企业运营成本和市場不确定性。另一方面，不同国家地区政策不同且差异可能扩大，增加企业合规成本和运营难度，如税收、知识产权保护差异影响竞争环境。

西南地区跨境电商受地缘政治风险威胁。其一，地区冲突影响，可能干扰物流通道和贸易往来，如边境冲突致跨境物流受阻，增加成本和时间。其二，政治关系变化也有影响，关系紧张会加强贸易限制、减少合作机会。企业需关注国际政治关系，调整策略降低不利影响，增加了企业管理成本。

5.2. 经济要素威胁(E): 贸易壁垒与汇率风险

西南地区发展跨境电商面临贸易保护主义威胁。一方面，关税壁垒增加，全球贸易保护主义抬头，一些国家提高进口关税，使西南地区跨境电商企业进口成本上升，产品价格竞争力下降，市场份额受压缩。如特定商品高关税让企业成本压力大增。另一方面，非关税壁垒限制，技术标准等要求增加企业运营难度和风险，企业需花费更多时间成本满足要求。

汇率波动给西南地区跨境电商带来风险。其一，利润不确定性，涉及多种货币结算，汇率波动影响企业收入成本和盈利能力，本币升值可能使出口企业利润减少。其二，市场风险增加，企业难预测汇率变化易决策失误，且影响消费者购买行为，使市场需求不稳定。跨境电商企业应关注汇率变化，采取措施降低风险，实现稳定发展。

5.3. 社会要素威胁(S): 文化挑战与观念阻碍

西南地区发展跨境电商面临文化差异障碍威胁。一方面，语言和沟通障碍是主要问题。不同国家地区语言文化背景各异，企业拓展国际市场需投入时间资源进行翻译和适应，否则易因误解致交易失败。例如，产品描述和客户服务不准确会影响消费者购买决策。另一方面，价值观和消费习惯的差异对企业的产品选择和营销策略构成挑战，需深入了解需求偏好制定策略，避免产品不符需求致销售不佳。

消费观念的差异也对西南地区跨境电商构成威胁。其一，品牌认知差异显著，企业拓展国际市场可能面临品牌知名度不高、形象不符需求问题，需加强品牌建设推广。其二，消费信任建立困难，尤其是在跨境交易中，消费者信任度普遍较低，对于新兴市场而言，这种疑虑尤为明显。

5.4. 技术要素威胁(T): 数据更新压力与安全忧患

西南地区发展跨境电商面临技术更新压力威胁。技术迭代的快速步伐要求企业不断更新其跨境电商技术，以保持竞争力。未能及时更新的企业可能会在市场竞争中落后。例如，物流追踪技术的滞后会导致信息不透明，影响客户体验。此外，技术更新需要资金投入，这对于资金紧张的中小企业来说是一个重大压力，不仅限制了他们的投资能力，还压缩了利润空间，从而影响企业的生存和发展。

数据安全挑战同样威胁西南地区跨境电商发展。一方面，网络攻击的风险日益增加，企业必须应对黑客攻击和恶意软件的威胁，数据泄露不仅会造成直接损失，还会损害企业的信誉。例如，客户信息的泄露会降低客户对企业的信任。另一方面，随着数据监管的加强，企业需要遵守多样化的法规标准，这增加了合规成本和运营复杂性，尤其是在跨国业务拓展方面。

6. 研究结论与启示

6.1. 研究结论

本文在 SWOT-PEST 这一经典框架下分析了西南地区跨境电商发展的竞争力。内部优势包括政策支持、区位优势、产业基础、消费市场潜力、多元文化、人力资源以及大数据应用。然而，政策协同不足、消费能力差异、产业配套不健全、观念保守、人才和技术基础设施短板等内部劣势也不容忽视。此外，西南地区跨境电商发展迎来的外部机遇主要体现在国家战略的推动、数字经济的发展、社交媒体的助力以及技术创新的驱动；其所面临的外部威胁则包括贸易政策的变动、地缘政治风险、贸易壁垒、汇率波动、文化差异以及技术更新和数据安全的压力。

6.2. 研究启示

在全球经济一体化的时代背景下，跨境电商作为国际贸易的新引擎，正发挥着日益重要的作用。西南地区跨境电商的发展不仅对地区经济增长有着重大现实意义，也为我国对外贸易格局的优化提供了新的契机。根据上述研究结论，本文针对政府、企业、高校三大主体提出以下几点研究启示。

政府在西南地区跨境电商发展中应发挥主导作用，以应对当前面临的机遇与挑战。第一，针对政策割裂与监管滞后问题，需建立跨部门协调机制，整合各类跨境电商相关政策，形成统一且连贯的政策体系，确保政策的有效实施与协同推进。第二，着眼于基础设施薄弱环节，通过规划建设高效的物流枢纽和运输通道，提升物流配送的时效性和覆盖范围等举措加大对物流、通信等基础设施建设的投入力度。第三，各地政府应当积极采取走访调研等多元形式全面且深入了解辖区内跨境电商产业以及相关市场主体的实际需求状况，以精准施策推动跨境电商产业的健康发展，通过移动互联网平台普及政策知识，确保企业准确理解政策要点。

企业作为跨境电商市场的主体，应积极采取措施提升自身竞争力，把握机遇并应对挑战。品牌建设上，企业应充分挖掘并利用西南文化和资源优势，打造独特品牌形象，注重产品质量与创新研发，通过多渠道营销提升市场的认知度和美誉度。市场拓展方面，企业应紧跟政策和市场趋势，积极利用国家政策支持 and 国际合作契机拓展市场渠道，与电商平台合作增加产品曝光，建立线下实体店探索 O2O 模式提升购物体验。同时，企业应重视人才培养，建立内部培养和激励体系，吸引优秀人才，增强运营和创新能力。面对贸易壁垒、汇率风险等外部挑战，企业应建立风险管理体系，加强市场调研和风险预警，采取优化产品结构、合理运用金融工具等策略降低经营风险。

高校在西南地区跨境电商人才培养和科研创新方面具有重要作用。在专业设置与教学方面，高校应根据行业需求调整课程，强化实践教学，培养学生的操作能力和创新思维，同时推进校企共建实习基地项目，帮助学生适应市场需求。在科研方面，高校需聚焦文化融合、技术创新等跨境电商关键问题进行专项研究，通过学术研讨和项目合作，加强国内外交流，促进学术创新和成果转化。同时，高校要注重培养跨文化交流能力，通过课程和文化交流活动提高学生对多元文化的理解，支持企业国际业务。

参考文献

- [1] 鞠雪楠, 赵宣凯, 孙宝文. 跨境电商平台克服了哪些贸易成本?——来自“敦煌网”数据的经验证据[J]. 经济研究, 2020, 55(2): 181-196.
- [2] 张洪胜, 潘钢健. 跨境电子商务与双边贸易成本: 基于跨境电商政策的经验研究[J]. 经济研究, 2021, 56(9): 141-157.
- [3] 魏悦羚, 张洪胜. 跨境电商与出口产品质量升级: 基于进口中间品搜寻视角的分析[J]. 宏观质量研究, 2022, 10(3): 79-91.
- [4] 吕希, 戴小红, 张洪胜. 跨境电子商务与消费品质量升级关系研究——兼析跨境电商综试区设立降低贸易成本

- 效应[J]. 价格理论与实践, 2023(7): 178-182.
- [5] 周科选, 韩永辉, 余林徽. 跨境电商产业政策对中国进口产品质量的影响研究[J]. 兰州学刊, 2023(2): 41-58.
- [6] 马述忠, 房超. 跨境电商与中国出口新增长——基于信息成本和规模经济的双重视角[J]. 经济研究, 2021, 56(6): 159-176.
- [7] 温丽琴, 卢进勇, 杨敏姣. 中国跨境电商物流企业国际竞争力的提升路径——基于 ANP-TOPSIS 模型的研究[J]. 经济问题, 2019(9): 45-52.
- [8] 周艳. 跨境电商第三方物流企业核心竞争力研究[J]. 价格月刊, 2019(6): 72-76.
- [9] 刘晋飞. 制造业跨境电商企业竞争力的指标体系构建与评估[J]. 改革, 2018(5): 97-106.
- [10] 刘晓玲, 杨志文. 长三角区域跨境电商竞争力评价与布局研究——基于跨境电商综试区城市样本[J]. 商业经济研究, 2024(16): 185-188.
- [11] 毕凌燕, 李紫忆, 李丹丹. 我国省域跨境电商产业竞争力评价与聚类分析[J]. 商业经济研究, 2019(14): 78-81.
- [12] 周芳. 区域跨境电商产业竞争力评价指标体系的研究[J]. 重庆理工大学学报(自然科学), 2019, 33(1): 201-209.
- [13] 赵凯. “中文+电子商务”跨境电商人才培养途径的思考——以重庆市为例[J]. 华东科技, 2023(3): 143-145.