

数字化转型背景下跨境电商的运营模式研究

——以希音为例

张慧蓝

南京信息工程大学商学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年1月3日; 录用日期: 2025年1月17日; 发布日期: 2025年2月26日

摘要

随着数字化浪潮的兴起, 电商行业正经历深刻变革, 跨境电商企业在数字化转型中如何提升运营质量成为研究焦点。本文以跨境电商企业希音为典型案例, 通过分析其在精准营销、供应链优化和客户关系管理等方面的数字化实践, 揭示其运营模式成功的核心要素。并基于此, 提出构建数字化运营体系、强化社交媒体应用等策略, 助力跨境电商企业在数字化浪潮中增强竞争力, 实现高效可持续发展。

关键词

数字化转型, 跨境电商, 希音, 运营管理

Research on the Operation Mode of Cross Border E-Commerce under the Background of Digital Transformation

—A Case Study of Xiyin

Huilan Zhang

School of Business, Nanjing University of Information Science and Technology, Nanjing Jiangsu

Received: Jan. 3rd, 2025; accepted: Jan. 17th, 2025; published: Feb. 26th, 2025

Abstract

With the rise of the digital wave, the e-commerce industry is undergoing profound changes, and how cross-border e-commerce enterprises can improve operational quality in digital transformation has become a research focus. This article takes the cross-border e-commerce enterprise Xiyin as a typical

case, and through analyzing its digital practices in precision marketing, supply chain optimization, and customer relationship management, reveals the core elements of its successful operational model. Based on this, strategies such as building a digital operation system and strengthening social media applications are proposed to help cross-border e-commerce enterprises enhance their competitiveness in the digital wave and achieve efficient and sustainable development.

Keywords

Digital Transformation, Cross Border E-Commerce, Xiyin, Operation Management

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

随着国内电商行业竞争白热化程度加剧，跨境电商成为国内电子商务行业发展的重要方向。据 2023 年中国商务部统计，中国跨境电商的进出口交易额突破 2.38 万亿元人民币，跨境电商零售进出口额达到 1.8 万亿元，同比增长约 15.6% [1]。跨境电商规模由 2019 年的 0.7 万亿美元增加至 1.4 万亿美元，短短 5 年间增加 1 倍。这表明跨境电商领域的竞争越来越激烈，展示出跨境电商正成为经济增长新动力。在跨境电商领域，市场竞争与消费者需求的不确定性较大，传统的跨境电商模式已难以满足快速变化的市场环境和消费者个性化需求。在数字技术高度发达的今天，数字化在电子商务运营中的应用使跨境电商在商品管理、供应链协同、客户服务等方面承担起重要的角色，有效提高了其管理、运营效率与质量。但在数字化转型过程中，跨境电商仍面临诸多挑战，如技术投入巨大、跨境物流复杂、全球化运营中的文化差异等问题。尤其是在信息流、物流、资金流的融合方面，如何实现数字化与传统运营模式的有效对接，成为许多跨境电商企业亟待解决的问题。

希音(Shein)成立于 2008 年，是一家全球知名的跨境电商平台，总部位于中国广州，产业链主要布局在广东[2]。作为一家国际 B2C 快时尚电子商务公司，希音以女装为主打，同时经营男装、童装、饰品、鞋包等时尚产品，业务覆盖北美、欧洲、中东、印度、东南亚及南美等多个市场。希音早在成立之初就布局数字化运营与管理，经过近 10 年发展，希音已初步建设庞大的数字化运营网络，目前希音正推进人工智能技术在精准捕捉全球消费者方面的工作，旨在优化商品供应链和库存管理。希音通过大数据分析和人工智能技术，精确捕捉全球消费者的购买趋势，并根据实时数据优化产品设计、库存管理和供应链流程。这一数据驱动的模式使希音能够大幅提高响应速度，缩短从设计到生产的周期，成功实现了“快时尚”的精准供应。希音还在全球化物流网络布局上采用了去中心化的仓储模式，采取本地化仓库快速发货，显著降低了跨境运输时间成本。同时，在数字化营销上进行大胆创新，利用社交媒体和 KOL 合作进行精准营销，以低成本、高效率获得用户关注。这些创新不仅让希音在竞争激烈的跨境电商市场中脱颖而出，也为其他企业提供了值得借鉴的数字化转型范例。

2. 跨境电商企业希音的运营实践

2.1. 数据驱动需求分析，精准预测市场需求

在跨境电商竞争环境中，能够精准预测市场需求并根据消费者行为及时调整运营策略，是提升竞争力的关键。希音通过大数据和人工智能技术，实现了对全球市场需求的精准预测，并基于此优化商品设

计、生产和库存管理，从而更好地满足消费者需求，提升了企业的运营效率和市场响应速度。2023年，希音平台全球活跃用户数已突破2亿，平台每日的商品浏览量超过5千万次，希音基于这些数据识别潜在的热门商品[3]。例如，希音通过分析用户在过去3个月内的购买历史、浏览行为和对特定产品的兴趣度，基于这些数据预测未来的需求变化。希音的智能算法可以根据地区、季节、消费习惯等因素，实时调整商品推荐和库存管理。2023年，希音通过数据分析准确预测出全球范围内1~6个月的流行趋势，提前生产并供应了126种畅销款服饰，全球销量比2022年增长了40% [4]。这种精准的市场预测能力使希音能够在全球范围内推出符合消费者需求的商品，快速获得市场份额。同时，在商品设计和生产环节，希音利用数据预测的结果调整产品策略。通过分析消费者的兴趣点，希音能够指导设计师推出符合市场需求的款式。例如，通过对欧美市场数据的分析，希音发现2022年秋冬季节，欧洲和北美市场对复古风格的需求增加25.6%。据此，希音调整了设计方向，推出了26类复古风格的服饰，并在这两个市场销售量达到2653.6万件，成功抓住了市场的流行趋势。希音的精准需求预测不仅提高了销售转化率，还减少了不必要的生产成本[5]。2023年，希音的整体毛利率同比增长了15%，其中大部分得益于精准的需求预测[6]。在大数据和智能技术支持下，希音在全球市场范围内灵活调整运营策略，快速响应市场变化，确保其在快时尚电商行业中始终保持竞争力。

2.2. 智能技术赋能管理，高效调控仓储物流

希音凭借智能技术，成功实现了对仓储物流的高效调控，提升了供应链管理效率，降低了物流成本，并在全球范围内提供了快捷的配送服务。一方面，希音使用了智能化仓储管理系统，该系统使希音的全球库存周转率达到了9次/年，而传统零售商的库存周转率通常在4~6次。希音利用AI算法对仓库进行24小时全天候监控，使各类商品在全球范围内流转率高达85%以上[7]。例如，智能仓储系统能根据全球108个地区市场需求的变化，2小时内动态调整库存，使产品在销售旺季和节假日配送率依然在95%以上，避免了不必要的库存积压。在物流方面，希音利用大数据预测全球市场的需求量，提前进行仓库分配和配送网络优化[8]。据统计，希音的全球物流配送中心布局已经覆盖了包括美国、欧洲、中国和印度在内的多个核心市场。2022年，希音通过智能物流系统实现了订单处理速度的提升，其中美国市场的订单处理时间缩短至48小时，欧洲和亚洲部分地区也在48~72小时完成配送，极大增强了消费者的购物体验。智能技术使希音的供应链变得更加灵活，通过人工智能、机器学习模型支持，每个产品的销售数据都被保存在云端，全球各地的仓储资源可在2小时内完成调配[9]。2023年，希音引入“集成调度”物流算法优化国际运输路线，跨境运输的时间成本减少了约20%，物流成本减少了约15% [10]。此外，希音还利用物联网技术(IoT)对仓库内的库存进行精准追踪，确保商品在运输过程中不会丢失或损坏。通过实时监控运输过程中的温湿度等条件，希音能够更好地控制商品的储存环境，尤其对于一些需要特殊储存条件的商品，如化妆品、电子产品等，减少了因运输不当带来的损失。整体来看，希音通过智能技术赋能管理，充分利用大数据和人工智能等前沿技术对仓储和物流系统进行精细化管理，不仅提升了全球市场的配送效率，还降低了运营成本，进一步提高了消费者的满意度。

2.3. 提供个性化推荐服务，准确锁定用户群体

在数字化转型的过程中，个性化推荐已成为提升用户体验的重要手段。希音在此方面成效显著，希音通过为全球用户提供精准的个性化推荐服务，准确锁定目标用户群体，提高了用户粘性和复购率。希音拥有高效的数据分析平台，收集并处理来自全球108个国家和地区的用户行为数据[11]。这些数据涵盖了用户的搜索记录、浏览历史、购买偏好、社交媒体互动等多个维度。2023年，希音90%的用户在购物过程中都会接触到平台的个性化推荐功能[12]。希音的推荐系统依托于深度学习和机器学习算法，通过分

析每个用户的历史行为，生成个性化的购物推荐。这种基于用户偏好的个性化推荐系统，使消费者能快速找到自己感兴趣的商品，极大提高了购物效率和转化率。根据希音年报数据可知，个性化推荐已成为推动销售的重要因素之一。2023年，希音的个性化推荐系统的转化率比传统的展示广告高出约30% [13]。具体而言，用户在浏览商品时，如果看到与自己兴趣相关的推荐商品，其购买转化率比没有个性化推荐的商品高出40%以上。此外，希音的复购率也在个性化推荐的推动下得到了显著提高，80%的复购用户表示是通过平台的个性化推荐再次购买的商品。为了提高推荐的精准性，希音不断优化其推荐算法，通过持续的数据反馈迭代算法模型。每个用户的行为和反馈都会被实时传送到希音的算法系统中，以更新用户画像，从而提供更加个性化的推荐。例如，希音会根据用户的浏览和购买历史推测其未来的需求，并在用户登录时展示相关商品，进一步激发其购买欲望。此外，希音还结合用户的地理位置、季节变化和社交媒体趋势，进行推荐优化，使推荐更加契合用户的实际需求。希音还通过社交化的推荐策略进一步增强了用户粘性。在平台上，用户可以查看其他消费者的穿搭分享和评价，并根据这些社交互动获得商品推荐。希音通过分析用户的社交行为和互动，进一步优化推荐算法，使用户能够在平台内找到更多与自己相似的消费者。这种社交化的个性推荐不仅增加了用户的参与感，还提升了品牌的社交属性，进而增强了品牌忠诚度。

2.4. 关注商品社交属性，打造独特品牌价值

在当今竞争激烈的跨境电商市场，商品的社交属性和品牌价值已成为影响企业脱颖而出的重要因素。希音通过深入挖掘商品社交属性，成功构建了独特的品牌价值，不仅在产品设计上吸引消费者，还通过社交平台的互动与分享，增强了品牌的影响力和用户粘性。希音从2008年成立之初便关注社交属性，并大力建立网上社区，2023年希音的社交平台互动量达到超过3亿次，用户在平台上分享的购物体验 and 搭配灵感成为品牌传播的重要渠道，超过70%的用户在购买商品后会在Instagram、TikTok等分享自己的穿搭照片或视频[14]，这种社交互动不仅增加了品牌的曝光度，还增强了消费者对品牌的认同感和忠诚度。希音的“社交电商”模式通过结合社交媒体平台与电商平台的优势，实现了品牌价值的快速传播。2023年，希音通过与全球KOL和网红的合作，将产品与消费者的生活方式、时尚潮流紧密结合，成功塑造了一个富有活力和时尚感的品牌形象。例如，希音与数千名Instagram和TikTok上的时尚博主合作，通过他们的穿搭分享和商品推荐，让品牌在全球范围内获得了广泛的曝光。2023年希音年报显示，通过社交媒体营销所带来的转化率约为30% [15]，这些社交传播为希音带来了大量的新用户。希音的品牌营销不仅仅依赖于名人效应和博主的推广，还注重UGC的影响力。希音鼓励用户在平台和社交媒体上分享自己的穿搭心得和购买体验，并给予用户奖励。这一举措大大提高了用户参与感，使得用户自发成为品牌的推广者。据统计，希音的UGC内容每年超过3500万条，这些内容有效增加了品牌的可信度和亲和力，同时也为新用户提供了真实的购买参考[16]。这种注重商品社交属性的营销模式，使希音成功在全球范围内构建了一个具有独特价值的时尚品牌，尤其是在北美和欧洲市场，成为年轻消费群体中最受欢迎的快时尚品牌之一。

3. 跨境电商企业希音的成功运营经验

3.1. 数据分析是数字化运营的前提条件

数据分析在数字化运营中是基础性工作，其能够为跨境电商企业提供精准的决策依据。对于同类电商而言，数据分析的启示在于，它能显著提升运营决策的效率，避免盲目操作。希音在数据分析上的成功经验表明，通过实时监控消费者行为、产品销售数据及市场趋势，电商平台可以迅速识别市场变化并做出反应，精准调整商品组合和库存策略，避免因供需不匹配带来的库存积压或缺货问题。例如，希音

利用大数据分析消费者的购物历史和浏览记录，快速预测出最受欢迎的商品类型，并基于这些数据进行产品优化和生产调度。这使希音不仅能在短期内满足消费者需求，还能根据市场趋势调整生产计划，从而缩短了商品的上架周期并提高了库存周转率。这种数据驱动运营模式帮助希音在快时尚市场中快速响应需求变化，保持了高效的运营节奏。对于其他电商平台，希音的经验表明，数据分析可以帮助精准预测消费者需求和市场趋势，减少库存风险和资源浪费。结合历史销售数据，电商企业可以优化产品设计、调整定价策略、精确制定营销计划，从而提升运营效率和客户满意度[17]。简而言之，数据分析是实现个性化运营、精准预测市场变化并确保供应链灵活性的重要工具。

3.2. 个性化服务是决定数字化运营效果的关键因素

个性化服务是数字化运营的重要驱动力，能够显著提升用户体验和品牌忠诚度。对于跨境电商而言，个性化服务不仅提升了平台的竞争力，还帮助企业增加了消费者的转化率和复购率。希音通过利用消费者数据进行个性化推荐，不仅满足了个体需求，也成功增强了客户的黏性，提升了平台的销售转化率。希音的个性化服务主要通过 AI 推荐系统和大数据分析实现。其能够根据消费者的购买历史、浏览记录及偏好信息，推荐符合其兴趣和需求的商品。希音的 AI 算法不断学习和调整，使推荐结果更加精准，带动了平台的消费热潮。例如，基于用户的地理位置、历史购买数据以及社交媒体上的行为，希音在不同区域推出定制化广告，提升了品牌的曝光度和产品的适销性，希音的个性化推荐提升了至少 30% 的转化率。对于其他电商企业而言，个性化服务能够通过精准的产品推荐增加用户购买的可能性，进一步提高平台的销售额和用户粘性。特别是在跨境电商中，由于文化、语言和消费习惯的差异，个性化服务能够更好地满足不同市场的需求，增加跨境电商的全球竞争力[18]。因此，电商企业应该通过大数据和人工智能技术，不断优化个性化推荐系统，提升用户的购物体验，促进销量增长。

3.3. 智能技术是保障数字化运营质量的重要内因

智能技术是数字化运营能够高效运作的核心支撑。在跨境电商运营中，智能技术能够极大地提升企业的供应链效率、仓储管理能力以及客户服务质量。希音通过智能技术，大幅提高了物流配送效率，也在产品生产和质量监控方面实现了创新。其成功经验为同类电商企业提供了宝贵的参考，尤其是在智能仓储、物流自动化以及生产调度方面，推动了跨境电商快速发展。希音在智能技术应用方面主要体现在智能仓储、自动化物流系统方面。通过引入自动化的仓库管理系统，希音在全球范围内快速调配库存，提高了订单处理和商品配送效率。例如，希音的智能仓库能够根据订单情况自动调整库存量，减少了人工干预，大幅缩短了配送时间。希音还通过智能化供应链系统，在产品生产环节通过大数据预测消费者需求，快速调整生产计划，确保商品能够及时上市。对于跨境电商企业而言，希音的经验表明，智能技术可以有效提升运营效率，尤其是在全球化布局下，自动化仓储和物流的效率提升对扩大市场份额、降低成本和提高客户满意度至关重要。电商企业应积极投入智能化设备和技术，优化仓储管理、生产调度和物流配送环节，以提高运营质量和服务水平。智能技术的有效运用不仅能够提升整体效率，还能在激烈的市场竞争中为企业持续提供竞争优势。

3.4. 重视用户反馈是优化数字化运营效果不可忽视的内容

在数字化运营的过程中，用户反馈的收集与分析对优化运营效果具有重要意义。用户反馈不仅能够为企业和产品服务改进的依据，还能帮助电商企业及时识别问题并优化客户体验。希音高度重视用户反馈，建立了快速响应机制，根据消费者的需求和建议快速调整产品设计、配送方式和服务质量，这为其持续改进运营效果和增强市场竞争力提供了有力支持。希音在收集和分析用户反馈方面，采用了多

种途径，例如在线评论、社交媒体互动、客户服务热线等。通过这些渠道，希音能够了解消费者对商品质量、尺寸、款式等方面的反馈，并迅速做出响应[19]。例如，在服装产品上，用户提出尺码不准的反馈后，希音立即调整了尺码标准，并在后续的生产中加大了对质量的把控。通过这种及时响应用户反馈的方式，希音成功提高了产品的市场接受度和客户满意度。对于其他跨境电商企业来说，希音的做法启示企业应建立健全的用户反馈机制，及时收集并分析客户的意见。通过对反馈的分析，不仅可以提升用户体验，减少退货率，还能够增强品牌的信誉和用户忠诚度。

4. 数字化转型背景下跨境电商的运营建议

4.1. 重视数字化运营体系建设工作

数字化运营体系是跨境电商企业在现代市场竞争中的基础。为了确保运营高效且可持续，跨境电商企业需要构建一个全面集成的数字化运营体系，涵盖数据收集、分析、决策支持以及执行的各个环节。企业需要搭建一套集中的数字化管理平台，集成订单管理、库存管理、支付系统、CRM 等功能模块，通过技术平台优化各个环节的业务流程，减少人工干预，提升运营效率。例如，基于云计算的 SaaS 平台提供了高度的灵活性和可扩展性，使企业能够根据业务需求的变化，快速调整和升级系统。SaaS 平台通常具备模块化设计，可以无缝集成不同的业务模块，如商品信息管理、客户服务、订单处理、支付结算、物流跟踪等，形成一个统一的管理系统。这不仅减少了系统间的孤立和数据不一致，还提升了各个环节的协同效率。企业可通过平台上传并管理商品信息，包括价格、描述、库存等，确保全球多个市场的商品数据实时同步。当客户下单后，平台自动确认订单、生成订单编号并推送到库存系统。系统根据订单信息自动分配仓库和物流方式，确保高效处理[20]。平台集成了 PayPal、信用卡、支付宝等多种跨境支付方式，可实时处理国际支付，自动转换货币并更新订单状态。企业可根据自身需求选择该平台的功能，以此满足自身运营需求。

4.2. 发挥社交媒体在运营中的作用

社交媒体是跨境电商品牌营销的重要渠道，尤其是在年轻消费者群体中，社交平台已成为主要的购物入口。跨境电商企业应充分利用社交媒体的影响力，通过与消费者的互动、内容营销和社交广告等手段，提升品牌知名度和市场渗透力。跨境电商企业可以建立 Instagram、Facebook、TikTok 等社交媒体，发布与产品相关的创意内容，吸引潜在消费者的关注。例如，美妆电商可通过发布化妆教程、产品试用视频、用户评价等内容，展示产品效果和使用体验。邀请美容博主进行合作推广，分享化妆技巧并使用自家产品，激发粉丝购买兴趣。结合流行的挑战和话题，如美妆教程，增加曝光度；服装电商可利用时尚搭配、穿搭分享、季节性促销等创意内容吸引消费者。在 Instagram 和 TikTok 上展示穿搭搭配和短视频，突出产品特色，搭配流行的标签和挑战，通过 UGC 鼓励消费者晒穿搭照，增加品牌的社交互动；日用品电商可通过实用性内容展示产品的多功能性和高性价比，如家庭清洁、厨房用品的使用技巧等。可以制作简短的生活小窍门视频，搭配产品推荐，引发消费者兴趣。此外，社交媒体平台提供的精准广告投放功能可以帮助跨境电商根据用户画像、行为和兴趣进行精准定向，降低营销成本并提高转化率。通过数据分析平台，企业可以实时监测广告投放的效果，灵活调整广告策略，实现营销投入的最大化回报。例如，跨境电商可以通过分析年龄、性别、地理位置用户画像和浏览历史、购买记录、兴趣爱好等行为数据进行精准推荐。基于用户的购买习惯，推送相关产品或优惠信息。利用 Facebook、Instagram 等平台的 AI 算法，精准向潜在消费者投放广告，减少无效曝光，提高点击率和转化率[21]。

4.3. 引入智能化物流与仓储管理工具

物流和仓储管理是跨境电商运营中的重要环节，直接影响到配送效率和客户体验。在数字化转型的

背景下,引入智能化物流与仓储管理工具已成为提升运营效率、降低成本的关键措施。企业可以通过物联网(IoT)和人工智能技术,优化仓储管理和物流配送。例如,跨境电商企业可以通过自动化仓库管理和机器人搬运来提高库存管理的效率。借助IoT技术,仓储设施可以实时监控库存水平、货物状态、订单进展等信息,帮助管理者随时了解库存情况并做出调整。对于大宗商品,自动化机器人能够通过预定的路线在仓库内高效搬运,减少人工操作,提高处理速度。在物流配送方面,跨境电商可以通过智能物流平台进行路线优化和动态调度,确保运输效率和降低运输成本[22]。例如,采用AI技术预测和优化运输路线,避开交通堵塞和天气干扰,降低运输时间。同时,借助数据分析,跨境电商可以对物流服务商的绩效进行评估,优化物流供应链,确保产品能够及时、准确地送达消费者手中。引入智能化物流和仓储管理工具不仅可以提升运营效率,还能提高客户满意度,增强平台的竞争力。通过高效的物流系统,跨境电商能够提供快捷的配送服务,满足全球消费者对快速、可靠配送的需求。

5. 总结

综上所述,希音在数字化转型过程中,通过数据驱动、智能技术赋能、个性化服务和社交媒体营销等多项创新,成功实现了高效运营目标,并在全球市场中脱颖而出。希音精准的市场需求预测、智能化的仓储物流管理、个性化的用户推荐和社交化的品牌建设,为跨境电商行业提供了宝贵的经验和启示。在数字化技术的支撑下,跨境电商不仅能够提高运营效率、降低成本,还能更好地满足全球消费者日益个性化的需求。未来,随着技术的不断进步,跨境电商的运营模式将更加智能化、精细化,企业需要持续优化数字化体系,提升用户体验,以保持市场竞争力。

参考文献

- [1] 陈建兰. 跨境电商 SHEIN (希音)模式驱动传统制造业数字化转型的路径研究[J]. 中国商论, 2024, 33(24): 12-15.
- [2] 郭芳. 产业转型视角下物流产业链与跨境电商融合发展创新研究[J]. 中国商论, 2024, 33(24): 98-101.
- [3] 韦安琪. “双循环”新发展格局下“数字化”四维应用促进广西跨境电商企业高质量发展的研究[J]. 商场现代化, 2025(2): 62-64.
- [4] 金贵朝. 跨境电商人才能力(PGSD)模型构建与培养策略探究[J]. 商展经济, 2024(24): 158-161.
- [5] 叶丹, 周人果, 程鹏. 希音求“精” [N]. 南方日报, 2024-07-19(B01).
- [6] 刘雪松, 谭戡玉, 李飞星. 企业跨越边界的数字化管理: 基于希音(SHEIN)公司的案例研究[J]. 科技管理研究, 2024, 44(12): 114-122.
- [7] 李映泉. 嘉诚国际中标希音仓储配送及质检外包项目[N]. 证券时报, 2024-05-14(A06).
- [8] 张雪梅. 希音超快时尚花开墙外[J]. 企业管理, 2024(4): 30-33.
- [9] 潘奕祺, 朱文文, 周智航, 等. 快时尚企业供应链战略分析——以希音为例[J]. 中国市场, 2024(6): 82-85.
- [10] 程永帅, 梁文玥. 希音公司的电商营销策略研究[J]. 销售与市场, 2024(6): 116-118.
- [11] 张泳, 闫芊伊. 数字时代下跨境电商数据流动规制: 现状、困境与对策[J]. 中国国际私法与比较法年刊, 2022, 31(2): 21-36.
- [12] 宋琦. 独角兽企业希音公司的大环境分析[J]. 现代商业, 2023(16): 39-42.
- [13] 任静. 跨境电商企业供应链管理优化研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2023.
- [14] 张萌. 功能对等理论指导下的希音公司商务口译实践报告[D]: [硕士学位论文]. 大连: 辽宁师范大学, 2023.
- [15] 顾丽梅, 朱晶, 田艳萍. 数字化社会跨境电商海关监管创新研究[J]. 复旦公共行政评论, 2022(2): 228-250.
- [16] 王影, 梁祺, 吴白云. 数字经济背景下跨境电商人才培养体系研究[J]. 科技创业月刊, 2022, 35(12): 81-84.
- [17] 石海娥. 希音: 国产快时尚为何风靡海外市场? [J]. 光彩, 2022(8): 34-35.
- [18] 于兆艳. 浅析我国跨境电商存在的问题与对策[J]. 现代商业, 2020(36): 94-96.
- [19] 曾帅. 跨境电商现状分析及趋势探究[J]. 现代营销(下旬刊), 2020(12): 264-265.

- [20] 于姝, 马亮亮. 跨境电商人才培养探索与实践[J]. 人才资源开发, 2020(24): 10-11.
- [21] 陈丹. 基于跨境电商发展环境下的国际物流模式研究[J]. 现代营销(下旬刊), 2017(12): 224.
- [22] 李海菊. 基于产教融合的跨境电商岗位群人才需求分析[J]. 管理观察, 2017(36): 38-40.