

基于SWOT-PESTLE分析的中国跨境电商对部分发展中国家的竞争力研究

田雅琪

贵州大学管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月9日; 录用日期: 2025年4月23日; 发布日期: 2025年5月23日

摘要

在全球经济格局深度调整与南南合作深化的背景下, 中国与部分发展中国家(尤其工业化水平较低、经济结构转型迫切的经济体)的跨境电商合作, 成为重构全球贸易体系的重要实践。本文基于SWOT-PESTLE分析框架, 从政治、经济、社会、技术、法律和环境方面对中国跨境电商在发展中国家市场的竞争力的优势、劣势、机会和威胁进行分析, 系统探讨其特征及其演进路径。对此研究提出从“规模驱动”向“生态共建”的战略转向, 通过政企协同优化政策韧性, 以适应性技术创新破解基建瓶颈, 并通过文化嵌入与绿色价值链整合构建可持续发展模式。

关键词

发展中国家, 跨境电商, SWOT-PESTLE分析

A Study on the Competitiveness of China's Cross-Border E-Commerce in Some Developing Countries Based on SWOT-PESTLE Analysis

Yaqi Tian

School of Management, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 9th, 2025; accepted: Apr. 23rd, 2025; published: May 23rd, 2025

Abstract

Against the backdrop of profound adjustments in the global economic landscape and the deepening

文章引用: 田雅琪. 基于 SWOT-PESTLE 分析的中国跨境电商对部分发展中国家的竞争力研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 1828-1835. DOI: 10.12677/ecl.2025.1451466

of South-South cooperation, cross-border e-commerce cooperation between China and some developing countries (especially economies with low industrialization levels and urgent needs for economic restructuring) has become a significant practice in reconstructing the global trade system. Based on the SWOT-PESTLE analytical framework, this paper analyzes the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of China’s cross-border e-commerce competitiveness in developing country markets from political, economic, social, technological, legal, and environmental dimensions, systematically exploring its characteristics and evolution path. The study proposes a strategic shift from “scale-driven” to “ecological co-construction”, optimizing policy resilience through government-enterprise collaboration, breaking through infrastructure bottlenecks with adaptive technological innovation, and building a sustainable development model through cultural embedding and green value chain integration.

Keywords

Developing Countries, Cross-Border E-Commerce, SWOT-PESTLE Analysis

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/>



1. 引言

在全球经济格局深度调整的背景下，中国与部分发展中国家的经贸合作正经历结构性变革。2024 年数据显示，中国对最不发达国家(LDCs)进出口总值突破 1.4 万亿元，同比增长 7.5%，其中机电产品出口表现亮眼——船舶与工程机械增速分别达 65.9%和 28.9%，印证了中国高端制造的国际竞争力。然而，这一增长背后暗含显著分化：非洲 LDCs 贡献了中国资源类产品进口的 72.9%，而亚洲 LDCs 则以劳动密集型产品为主(如孟加拉国纺织品占中国进口份额 15.3%) [1]，形成从技术输出到资源输入的双向流动模式。这种互补性合作的另一面，是基础设施滞后、政策波动与文化差异等现实矛盾。例如非洲部分国家因公路网络缺失导致物流成本飙升，亚洲 LDCs 的频繁关税调整使企业利润承压。

Table 1. SWOT-PESTLE analysis matrix of Chinese cross-border e-commerce
表 1. 中国跨境电商的 SWOT-PESTLE 分析矩阵

SWOT-PESTLE	优势(S)	劣势(W)	机会(O)	威胁(T)
政治(Political)	中国数字丝绸之路政策支持；双边贸易协定签署	部分发展中国家政局不稳；政策执行效率低	中国与 LDCs 政府合作深化；区域自贸区建设机遇	区域战略博弈；LDCs 贸易保护主义抬头
经济(Economic)	中国供应链成本优势；跨境电商平台规模效应	LDCs 消费能力低；支付基础设施薄弱	挖掘 LDCs 蓝海市场；中国资本与技术输出机遇	汇率波动风险；LDCs 外汇管制严格
社会(Social)	中国品牌性价比认可度提升；文化包容性强	LDCs 本土文化排他性；数字鸿沟显著	培育 LDCs 消费者线上习惯；社交媒体营销渗透	文化冲突；本地化运营难度高
技术(Technological)	中国数字支付(如支付宝)技术成熟	LDCs 物流网络落后；通信覆盖率低	输出物流数字化解决方案；共建跨境数据中心	数据主权争议；技术适配成本高
法律(Legal)	中国跨境电商合规经验丰富	LDCs 法律体系碎片化；知识产权保护不足	推动中-LDCs 双边电商协议；简化海关清关流程	跨境税务争议；LDCs 政策频繁变动
环境(Environmental)	中国绿色包装技术应用；低碳物流模式探索	LDCs 环保意识薄弱；资源浪费现象普遍	推广可持续供应链合作；响应全球碳中和倡议	LDCs 环保法规滞后；碳关税潜在成本压力

跨境电商持续高速增长。《全球数字贸易发展趋势报告》显示,近年来,跨境电商交易规模不断扩大[2],作为连接中国与发展中国家的核心纽带,既承载着技术赋能的机遇,也面临本土化运营的深层挑战。SWOT分析法是以研究对象所处的环境为基础,对其自身存在的优势(S)、劣势(W)、面临的机遇(O)及挑战(T)(即 Strengths、Weakness、Opportunities、Threats)进行分析的方法[3]。利用这种方法,我们可以帮助企业在自己的优势和机会最多的地方聚集资源和行动,让企业的战略变得清晰。在此基础上,PESTLE方法有助于详细了解多个因素的影响。PESTLE法从六个方面入手:政治、经济、社会、技术、法律和环境。公司战略的制定离不开宏观环境。PESTLE分析可以更好地从各个方面把握宏观环境的现状和变化趋势,有利于及早发现对经济环境的威胁[4]。本文试图回答一个关键命题:在“南南合作”的新阶段,中国电商企业如何从“单向输出”转向“共生共赢”,为全球贸易格局重构提供更具韧性的中国方案。下面展示了本文对中国跨境电商竞争力的分析思路,见表1。

2. SWOT-PESTLE 内部优势分析

2.1. 政治协同与产业链整合的乘数效应

中国跨境电商的核心竞争力植根于“数字丝绸之路”框架下的政策协同与国内产业链的深度耦合。研究[5]指出,尽管存在贸易壁垒,但全球化趋势不可逆转,而中国通过了“数字丝绸之路倡议与区域自贸协定(如 RCEP)”制度性优势,例如中非电子清关系统的互联互通[6],显著降低了企业的制度性交易成本。这种政策协同与国内产业集群驱动的弹性供应链(如珠三角 3C 产业集群)形成共振——政策驱动的数字基建(如非洲 5G 网络覆盖)为商品流通提供物理通道,而产业集群的规模化生产则确保高性价比商品持续供给[7]。二者的相互作用不仅巩固了中国在发展中国家市场的先发优势,更通过“政策协同与产能输出”振效应重构本地零售生态,形成对市场准入的长期控制力。

2.2. 技术赋能与社会网络的动态适配

中国跨境电商的技术优势并非孤立存在,而是通过数字化工具与本地社会资本的嵌合实现价值转化。徐慧超等人研究[8]强调,全球数字服务贸易格局的演变依赖于技术进步,中国金融科技公司 PalmPay 在尼日利亚正式运营,主要开展移动支付业务[9],中国移动支付技术的输出本质上是对发展中国家金融包容性痛点的精准响应[10]。与此同时,社交媒体营销(如 TikTok 直播电商)与社群经济的结合,将中国流量运营经验植入本地文化场景,通过 KOL 激活非洲熟人社会的信任传递链条。这种技术工具与社会网络的嵌合创新使中国企业能够绕过传统渠道壁垒,直接接触消费者心智,形成非对称竞争优势。然而技术工具需与社会网络深度适配——在文化多样性显著的东盟市场[11],标准化算法可能因价值观差异失效,需通过本地化运营调整技术逻辑。

2.3. 合规能力与绿色转型的制度性沉淀

中国跨境电商的持续竞争力源于将合规压力转化为制度性壁垒的能力。储小磊研究[12]指出,品牌保护的法律协同机制是跨境电商竞争力的关键,而中国通过主动构建跨境数据流动合规框架(如《数据出境安全评估办法》),不仅降低法律风险,更通过标准输出影响发展中国家政策制定(如非洲多国参照中国电商法修订本地法规)。在环境维度,谢非和董宸硕的研究[13]提出的“新能源人民币”体系揭示了绿色转型对国际贸易的影响,中国新能源技术(如光伏储能系统)与绿色物流实践的结合,既规避了碳关税风险,又通过技术标准绑定(如中非共建低碳仓储协议)形成差异化竞争力。这种法律合规与绿色转型的协同机制创新实质上构建了非对称优势,使竞争对手难以在短期内复制完整的合规生态。

政策协同为技术输出和产业链整合提供制度保障,数字化工具通过社会网络渗透加速市场占领,而

合规能力则构建长期准入壁垒。三者形成政策驱动、技术创新与生态协同的联动效应，将中国的体制优势转化为可持续的市场控制力。李晓宏研究[14]提及的中非合作论坛南商合作典范进一步印证，这种系统性优势的构建需依托政治互信与经济互补的深度绑定，而非单一维度的资源投入。

3. SWOT-PESTLE 内部劣势分析

3.1. 政治与经济脆弱性

尽管中国与发展中国家签署多项电商合作协议，但政策执行效率受制于目标国的治理能力缺陷[15]。更深层矛盾在于，部分发展中国家将电商合作视为单向资源输入，缺乏本土化配套政策。莫桑比克 2023 年实施的《外资电商平台管理法》，强制要求中国企业将服务器本地化，但因电力供应不稳定，直接导致平台月均宕机时长超过 40 小时[16]。这种制度性摩擦暴露出国家战略、企业实践和本地规制的三重脱节。中国供应链的规模效应在部分发展中国家市场面临结构性挑战。以撒哈拉以南非洲为例，末端配送成本占商品总价的比重显著高于国际平均水平，其核心矛盾源于市场的碎片化特征：区域内不同地区的物流成本差异悬殊，迫使企业依赖高成本的多级分销体系以覆盖分散需求。此外，中国跨境电商长期依赖的低价策略可能引发市场反噬效应。部分国家本土零售商普遍认为，低价商品的涌入对中小商户生存空间造成挤压，促使当地政府考虑通过税收政策调整来平衡市场竞争。这些矛盾表明，传统成本优势的边际效益正在减弱，亟需探索更具可持续性的市场适配路径。

3.2. 社会认知与法律黑洞

跨境电商意味着在贸易中应对不同的文化差异，如境外的消费习惯和法律要求[17]。基于文化维度理论，中国与典型 LDCs 在权力距离等核心文化指标上存在显著差异，导致消费者决策逻辑与平台设计不匹配。例如在伊斯兰文化区，部分电商平台因未严格区分清真商品与常规商品，显著影响用户转化效率。此外，数字鸿沟问题进一步加剧运营挑战，偏远地区消费者对在线购物流程的认知不足，导致退货率居高不下。部分发展中国家(LDCs)法律环境的高度不确定性显著抬升了中国跨境电商的合规成本，其核心矛盾集中于税收规则冲突与数据主权压力：部分国家要求跨境电商代缴消费者税款，但跨境征税技术支持的缺失导致企业频繁陷入重复纳税困境；同时某些国家强制推行数据本地化政策，然而本地基础设施承载能力不足，迫使企业额外投入资源自建存储设施。此类法规的频繁变动使得中国企业的合规管理体系长期处于被动调整状态，形成应对性修补的恶性循环，进一步加剧了合规成本与运营风险的双重压力。

3.3. 技术移植与环保责任困境

中国数字技术在向部分发展中国家(LDCs)梯度转移的过程中，面临显著的基础设施代际落差与认知失配矛盾。在通信基础设施薄弱的地区，例如刚果(金)，企业被迫采用混合型物流方案以应对网络覆盖不足的问题，但这一策略导致物流成本显著攀升。技术适配的挑战不仅限于物理环境，更深层的矛盾体现在用户认知层面：部分发展中国家的农业群体对智能技术的信任度较低，仍倾向于依赖传统交易模式。这种技术超前但认知滞后的冲突在医疗等专业领域尤为突出，例如某些数字化医疗工具因未能融合当地文化元素，导致用户接受度有限，难以形成可持续的应用生态。中国电商的环保实践在部分发展中国家遭遇制度性消解。化学循环技术可突破物理回收率瓶颈，但其规模化依赖政策支持与产业链协同。全生物降解材料虽能实现零污染降解，但成本与消费习惯制约其市场渗透。

中国跨境电商在这些发展中国家市场的内部劣势，本质上是全球化 4.0 时代南南合作制度缺陷的微观映射。这些劣势并非孤立存在，而是通过“政策 - 市场 - 技术”的负向循环相互强化。要突破此困局，需构建更具弹性的双循环适配模型：在宏观层面建立风险共担的政企协作机制，在中观层面发展渐进式

技术移植路径，在微观层面培育跨文化商业素养。唯有通过制度创新弥合能力缺口，方能在这些发展中国家市场实现从“规模扩张”向“价值共生”的范式跃迁。

4. SWOT-PESTLE 外部机遇分析

4.1. 人口红利与消费转型的双重张力

中国跨境电商在非洲市场的机遇与挑战，本质上是人口红利、供应链效率与制度壁垒的动态博弈。非洲 60%人口低于 25 岁的年轻结构虽为市场扩容奠定基础[18]，但短期需直面消费习惯转型滞后与基础设施薄弱的双重夹击：超 60%消费者依赖货到付款的习惯迫使企业承担高额资金周转成本，而公路密度仅为中国 1/6 的物流网络则使配送成本占比超 30%，甚至吞噬商品利润。为破局，头部平台如 Kilimall 通过自建 1500 个自提点、绑定本土支付系统(如 M-Pesa)逐步建立信任[19]，但中小商家仍困于“低价走量”的生存模式，利润空间被压至临界点。长期来看，年轻人口红利将随移动支付普及(如肯尼亚 M-Pesa 用户达 3000 万)转化为可持续需求，但需同步解决劳动力技能断层——中非合作的“鲁班工坊”正通过数字技能培训，试图将人口优势转化为适配电商生态的人力资本[20]。

4.2. 供应链效率与技术适配的博弈困局

成本压力与供应链韧性矛盾凸显，义乌日均超 3000 万件的发货能力虽彰显中国制造的规模优势[21]，却也在国际压价竞争中暴露脆弱性：部分商品出口单价逼近成本线，企业利润空间被压缩至临界点[22]，倒逼企业转向自动化生产与品牌化升级。技术输出成为破局关键，例如菜鸟智能分拨中心通过自动化分拣显著降低履约成本，极兔通过优化运输路线降低排放，但服务质量短板制约其品牌溢价。这些技术迁移都需深度本土化适配——非洲市场对超长待机手机的需求、社群经济中的熟人信任链，均要求企业重构产品逻辑与运营模式，否则可能陷入“有效率无粘性”的陷阱。

4.3. 制度壁垒与绿色规制的动态平衡

政策与环境的双重规制进一步复杂化竞争格局。中非合作的数字化清关系统(如肯尼亚电子窗口)虽将货物停留时间从三天缩短至一天[23]，但部分国家数据本地化政策(如南非要求数据出境审批)推高合规成本，形成对中小企业的挤出效应。与此同时，欧盟碳关税(CBAM)等外部压力迫使中国电商提前布局绿色供应链，如在撒哈拉以南地区推广光伏冷链仓储，既规避电力短缺风险，又为未来规制升级预留接口。这些动态表明中国跨境电商的竞争力已从规模扩张转向系统韧性，唯有将短期成本投入转化为长期规则话语权，方能在新兴市场实现从野蛮增长到价值共生的跨越。

5. SWOT-PESTLE 外部挑战分析

5.1. 政治与经济风险交织

中国跨境电商在拓展发展中国家市场时，面临的系统性威胁根植于多维度的结构性矛盾。区域战略冲突与贸易保护主义抬头的双重压力，不仅可能切断区域市场准入，更迫使企业承担政策突变的高昂试错成本。部分 LDCs 为保护本土产业频繁调整关税税率，导致跨境商品的终端价格波动剧烈，削弱了“中国制造”的性价比优势。此外外汇管制与汇率波动形成“利润漏斗”——企业即使完成销售，也可能因货币兑换限制或贬值(如安哥拉宽扎近年多次出现显著贬值)导致实际收益缩水，这种金融脆弱性直接威胁商业模式的可持续性。

5.2. 社会与技术适配的深层冲突

文化差异并非仅停留在消费习惯层面，更折射出价值认知的断层：当中国电商平台将“双十一”促

销模式移植到宗教节日主导消费周期的国家时，可能因文化符号错位引发用户排斥。技术领域的数据主权争议则暴露更复杂的博弈——发展中国家要求数据本地化存储虽出于国家安全考量，却迫使企业重构 IT 架构(如南非《个人信息保护法》要求数据出境需政府审批)，这种合规成本对中小跨境电商形成挤出效应。而技术适配的高成本不仅体现在硬件改造(如为电力不稳定地区设计低功耗系统)，更在于算法逻辑与当地社会结构的匹配度，例如在社群经济主导的非洲市场，单纯依靠平台流量分发的模式难以激活熟人网络效应。

5.3. 法律与环境规制的不确定性

LDCs 政策频繁变动导致跨境税务争议常态化，如印度尼西亚对进口电商商品加征增值税的追溯性执行，迫使企业重构财务核算体系。环境领域则面临双重夹击：一方面，发展中国家环保法规滞后导致供应链污染风险积聚(如电子垃圾处理标准缺失)；另一方面，发达国家推行的碳关税机制(如欧盟 CBAM)将间接抬高中国商品进入 LDCs 市场的成本，因其生产过程中的碳排放可能被转嫁为关税壁垒。这种跨区域规制的连锁反应，要求跨境电商必须在绿色转型与成本控制间寻找新平衡点，否则将陷入合规即亏损的困局。

6. 提升竞争力的策略建议

6.1. 政策共建

中国跨境电商在深化与发展中国家政策共建时，需构建政府、企业与本地机构三方协同的长效机制，重点通过规则衔接与风险缓冲提升合作韧性。政府可牵头搭建多边政策协商平台，联合目标国商会及国际组织(如中非合作论坛电商工作组)，建立动态预警机制，实时追踪贸易壁垒变动趋势，例如针对非洲频繁调整的关税政策，提前制定分级应对预案。企业层面应推动海外仓 + 保税功能融合试点，探索弹性关税管理模式，还可以通过税款担保、分期缴纳等灵活机制降低资金链压力。同时依托中卢旺达数字经济合作等成熟项目，联合制定数据跨境流动白名单、简化原产地认证流程，逐步形成可复制的规则标准化模板，既规避政策突变风险，又通过制度输出强化对中国供应链的路径依赖。此举需鼓励头部企业参与规则设计，确保政策创新与商业实践深度适配。

6.2. 技术下沉

面对新兴市场数字化基础设施薄弱的挑战，跨境电商企业需通过“技术下沉”策略打造兼具实用性与韧性的解决方案。针对网络频繁中断的痛点开发集成断电续传功能的离线技术包，确保交易数据在网络波动时自动保存，避免用户流失；针对语言与文化差异制作本地化音视频说明书，以斯瓦希里语等方言直观演示产品使用方法，降低操作门槛；针对低网速环境推出轻量化应用，通过极简安装包与低资源占用设计，适配 2G 网络覆盖区域。

6.3. 文化共生

为破解“中国方案”在海外市场的文化隔阂，跨境电商企业需构建“本土根系”深度融入策略。一方面通过招募当地意见领袖担任选品顾问与品牌大使，精准捕捉消费需求与文化偏好，例如在南亚某国农村地区，企业培训女性社区主播以方言直播母婴产品使用场景，结合传统节日设计促销活动，成功激活下沉市场潜力，并获得政府颁发的社会创新奖项。另一方面在社区设立多功能服务中心，整合退货维修、现金存取、生活缴费等服务，将商业触点转化为便民节点，逐步构建“商业 - 社会”双向信任网络。这种“需求洞察 + 服务嵌入”的双轨模式，既避免了单向输出导致的“水土不服”，又通过赋能本地社群实

现商业价值与社会价值的共振，最终推动中国电商模式与当地文化肌理的自然融合，形成长期竞争力。

6.4. 绿色突围

创建“碳足迹抵消联盟”：联合发展中国家政府将包装回收量折算为碳积分，可用于抵扣关税。同步输出中国光伏技术，在非洲建设“太阳能物流村”，既解决能源问题，又培育新增长点。

新时代背景下，要实现以创新为动力的高质量发展、以低碳为标准的绿色化发展、以公平为特征的共享型发展[24]。从“机会收割”到“价值共生”，中国跨境电商在发展中国家市场的未来，不在于简单复制国内模式，而在于构建“硬实力 + 软连接”的新型生态。通过政策共建化解制度摩擦，技术下沉突破基建桎梏，文化共生重建信任纽带，最终实现从商品输出到标准输出、从市场占领到生态培育的质变。这条路注定充满挑战，但正如肯尼亚马赛马拉的角马迁徙——唯有适应环境者，才能抵达新草原。

参考文献

- [1] 海关总署. 2024 年我国对最不发达国家进出口增长 7.5% 单边扩大开放推动 12 月份进口值创新高[EB/OL]. <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/zfxgk/2799825/302274/jcyjfxwz39/index.html>, 2025-03-17.
- [2] 马静, 刘永强. 数字贸易背景下中小企业国际化路径[J]. 山西财经大学学报, 2025, 47(S1): 145-147.
- [3] 杨绮梦, 李甲贵, 党国芳, 等. 基于 SWOT-PEST 模型的新疆葡萄酒品牌发展现状及对策分析[J]. 中国酿造, 2025, 44(2): 294-298.
- [4] Wang, L., Zhao, F. and Zhang, G. (2022) Analysis on the Impact of Large-Scale Sports Events on Regional Economy Based on SWOT-PEST Model. *Journal of Mathematics*, 2022, Article ID: 7769128. <https://doi.org/10.1155/2022/7769128>
- [5] 贸易壁垒挡不住经济全球化[N]. 环球时报, 2025-04-09(014).
- [6] 张矜若, 庞革平, 沈小晓. 以利相融, 中越经贸合作成果丰硕[N]. 人民日报, 2025-04-13(003).
- [7] 刘红, 邓铭宣, 邵仲文. 国际贸易网络地位与绿色产品出口[J/OL]. 消费经济, 1-15[2025-04-19]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/43.1022.F.20250407.1742.002.html>
- [8] 徐慧超, 赵彦云. 基于网络视角的全球数字服务贸易格局分析[J]. 统计与信息论坛, 2025, 40(3): 42-55.
- [9] 邹松, 姜宣. 中非企业加强移动支付合作[N]. 人民日报, 2021-11-16(017).
- [10] 乐为, 冯妍. 电信产品贸易网络对技术进步的影响研究——基于社会网络视角的分析[J]. 价格理论与实践, 2024(6): 160-165.
- [11] 韦永贵, 秦斌, 李静怡. 文化多样性、国家政治风险与出口贸易增长——以中国-东盟区域为例[J]. 世界地理研究, 2025, 34(3): 54-69.
- [12] 储小磊. 跨境电商中品牌保护的法律协同机制探析[J]. 中国品牌与防伪, 2025(4): 38-40.
- [13] 谢非, 董宸硕. “新能源人民币”货币体系构建内在逻辑及实现路径研究——来自共建“一带一路”新能源国际贸易的经验证据[J/OL]. 重庆大学学报(社会科学版), 1-20[2025-04-19]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/50.1023.C.20250410.0915.002.html>
- [14] 李晓宏. 中非合作论坛是南南合作的典范[N]. 人民日报, 2024-09-06(010).
- [15] 商务部国际贸易经济合作研究院. 中非电商合作项目执行评估报告(2022-2023) [EB/OL]. <http://www.mofcom.gov.cn/article/ae/ai/202301/20230103387889.shtml>, 2023-12-15.
- [16] 莫桑比克能源部 2023 年全国电力供应稳定性公报[EB/OL]. <http://www.energy.gov.mz/statistics>, 2024-02-18.
- [17] 邢光远, 史金召, 路程. “一带一路”倡议下中国跨境电商的政策演进与发展态势[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2020, 40(5): 11-19.
- [18] 每日经济(韩国代表财经媒体). 非洲最大的魅力在于它是世界上最年轻的大陆[EB/OL]. 2024-06-03. <https://www.mk.co.kr/cn/world/11032373>, 2025-04-19.
- [19] 人民网. 抓契机 掘商机 育新机——中国跨境电商“跑”出加速度[EB/OL]. 2024-12-24. <https://news.ifeng.com/c/8fZL62yZLnV>, 2025-04-21.

-
- [20] 人民日报. 抓契机 掘商机 育新机——中国跨境电商“跑”出加速度[EB/OL]. 2024-12-24.
<https://finance.eastmoney.com/a/202412243277397489.html>, 2025-04-19.
- [21] 经济日报. 不靠海不沿边, 这里的快递业为何领跑全国[EB/OL]. 2023-03-20.
https://f.sdnnews.com.cn/bkjd/202303/t20230320_4200331.htm, 2025-04-19.
- [22] 21 世纪经济报道. “金九银十”遇上原材料涨价潮, 东莞外贸企业如何闯关成本? [EB/OL]. 2024-09-29.
<https://finance.eastmoney.com/a/202409293194302720.html>, 2025-04-19.
- [23] 世贸通外贸专家组. 肯尼亚物流危机! 全国货物无法清关! 大量货物滞留港口[EB/OL]. 2023-04-19.
<https://cccme.org.cn/news/details.aspx?id=07C94684571CBCCAE4D4E2C1C749B175&classid=8C92359A9456952E&xgid=F868932F64EB7AAF>, 2025-04-19.
- [24] 张宏磊, 宋瑞, 靳诚, 等. 中国现代旅游业体系建设中的旅游资源创新开发: 理论认知与应用创新[J]. 自然资源学报, 2025, 40(4): 855-875.