

数字经济视域下跨境电商的发展路径探析

郭 冉

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年4月6日; 录用日期: 2025年4月30日; 发布日期: 2025年6月5日

摘 要

加强数字经济和实体经济的深度融合是当下经济发展的新趋势, 在这一视域下, 中国跨境电商也迎来了新一轮的发展机遇, 同时也面临着一系列挑战。基于我国对外贸易始终秉持着和平合作、开放包容的精神, 与其他各国在友好交往中, 加大与其他的互联互通, 推动共同繁荣, 在追求自身发展的同时, 致力于让世界共享这一发展成果。本文围绕数字经济视域下跨境电商的政策扶持、市场开拓、基础设施完善这三个发展机遇, 展开论述当下跨境电商在这一背景下, 所面临的发展困境和发展路径, 以促进当前中国跨境电商贸易的繁荣发展。

关键词

数字经济, 跨境电商, 国际贸易

Analysis on the Development Path of Cross-Border E-Commerce from the Perspective of Digital Economy

Ran Guo

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 6th, 2025; accepted: Apr. 30th, 2025; published: Jun. 5th, 2025

Abstract

Strengthening the deep integration of the digital economy and the real economy is a new trend of current economic development, and in this perspective, China's cross-border e-commerce has also ushered in a new round of development opportunities, but also faced a series of challenges. Based on the spirit of peace, cooperation, openness and inclusiveness in China's foreign trade, China has increased connectivity with other countries in friendly exchanges to promote common prosperity,

and is committed to sharing the fruits of development with the world while pursuing its own development. This paper focuses on the three development opportunities of cross-border e-commerce from the perspective of digital economy: policy support, market development and infrastructure improvement, and discusses the development difficulties and development paths faced by cross-border e-commerce in this context, so as to promote the prosperity and development of China's cross-border e-commerce trade.

Keywords

Digital Economy, Cross-Border E-Commerce, International Trade

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

跨境电商是数字经济与实体经济深度融合的重要载体,改变了传统贸易发展模式,已经成为我国外贸企业开展进出口业务的重要渠道、贸易方式创新的重要趋势以及最具发展活力和潜力空间的贸易新业态[1]。在经济全球化和多极化深化发展的大背景下,数字经济时代的来临是数字革命的又一轮创新与深化,这不仅带动了我国跨境电商产业的繁荣发展,同时也极大地拉近了与其他国家的互联互通,友好交往,使我国在世界舞台上的影响力和话语权更上一层楼。但与此同时,跨境电商在日益的发展中也暴露出诸多发展问题,因此针对这些挑战,本文深入探讨了当下跨境电商在数字经济视域下,如何把握好这一发展机遇并探寻解决这些困境的发展路径,这是加快数字经济与实体经济高质量发展的应有之义,更是推动跨境电商可持续发展的必由之路。

2. 数字经济视域下跨境电商的发展机遇

2.1. 政策支持

跨境电商的发展涉及多个环节,从商品生产、销售到物流配送,再到支付结算,跨越了不同国家和地区,面临着复杂的政策法规环境和市场风险。政策支持能够为跨境电商企业营造良好的营商环境,降低企业运营成本,增强企业创新发展的动力,提升我国跨境电商在全球市场的竞争力。为推动跨境电商健康可持续创新发展,我国相关部门陆续发布了包括《国务院办公厅关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》《关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》等在内的几十余份关于跨境电商的政策文件,并自2015年开始,设立跨境电子商务综合试验区,积极发展“跨境电商+产业带”发展模式[1]。相关政策的下达和支持为跨境电商的蓬勃发展提供了强有力的导向作用。一方面通过税收政策的优惠和资金扶持能够有效降低跨境电商企业的运营成本,提高其利润空间,帮助企业扩大规模,占据市场竞争优势,从而推动企业的成长,进而不断完善跨境电商的产业链条。另一方面伴随政策和科技的发展,跨境电商所牵涉的通关流程也在不断简化,相关部门逐步实行信息一体化和共享协同处理模式,简化通关流程,优化监管模式,为跨境电商特别是一些对时效性要求高的跨境产业提供了很多帮助,使贸易便利化水平稳步提升。其次,国家不断强调创新是发展的第一要务,在对于跨境电商的创新政策扶持力度上,国家也不断给予技术和资金支持,使跨境电商的运营效率、客户体验、商业模式都不断得到优化和提升。尤其是国家对电商直播的鼓励和扶持,使得这一新业态发展模式得到稳步推进和扩大,为跨

跨境电商的可持续发展不断培育新的增长点。

2.2. 市场广阔

跨境电商的发展不仅依托于数字经济和数字革命的支撑，这些参与到跨境贸易的众多国家和地区区域的人口基数庞大，使跨境电商的市场潜力无限，如此庞大的人口基数，宛如一座蕴藏着无限可能的消费宝藏，孕育着难以估量的消费潜力，为跨境电商构筑起了巨大的潜在市场。随着沿线各国经济在政策引导、国际合作以及自身产业升级的驱动下逐步发展，民众收入水平稳步提高，消费观念也随之发生转变，对高品质、多样化商品的需求呈现井喷式增长，这一消费需求也使电商跨境贸易的市场得到进一步的发展。随着数字经济的不断发展，线上购物已成为当下普遍的购买方式，因此我国与其他国家贸易往来愈发频繁，为跨境电商也开拓了广阔的市场空间。以 Kilimall 平台为例，其 2014 年创立，总部位于湖南长沙，业务覆盖肯尼亚、坦桑尼亚、乌干达等多个非洲国家，历经 10 年发展，Kilimall 拥有超 8000 个卖家、1.2 万余个店铺，年度活跃用户超 720 万，在非洲市场，尤其是东非市场长期保持 50% 以上的占有率[2]。借助跨境电商平台，中国优质商品能更便捷地进入这些市场，满足当地消费者需求，同时为中国企业拓展海外市场开辟新渠道。

2.3. 基础设施完善

数字革命和国家政策给跨境贸易带来的不仅仅是政策和市场的支持，沿线基础设施的建设成果也为跨境电商的发展添砖加瓦。在交通基础设施方面，中欧班列的开通显著降低了不同区域间的运输成本，不仅可以改善传统贸易的通达条件，也为中心地区与落后外围地区的经济联动与要素流通提供了有利条件[3]。另外，中老铁路的开通更是为中国与老挝之间的贸易往来带来了革命性变化，跨境电商物流时效性显著增强。其次，通信基础设施的完善也为跨境电商发展注入了强大动力。近年来，随着科技的发展促使其他国家大力推进信息通信基础设施建设，4G 网络覆盖率大幅提升，部分国家已开始布局 5G 网络。网络覆盖率的提升为跨境电商平台的稳定运营、线上交易的顺利开展提供了坚实保障，让商家与消费者的沟通交流更加顺畅无阻。在非洲，一些国家在与中国企业合作建设通信网络后，当地电商平台的访问量和交易量均出现了显著增长，消费者能够更流畅地浏览商品信息、下单购买，商家也能及时处理订单、提供售后服务，极大地促进了跨境电商业务的发展。基础设施的完善不仅为跨境贸易其他国家的交通设施进行了升级，同时也带动了通信设施的发展，有力推动了中国与其他国家的友好交往。

3. 数字经济视域下跨境电商的发展现状

3.1. 产品同质化严重，创新发展意识薄弱

数字经济的不断创新与进步使跨境电商正在蓬勃发展，但其跨境产品同质化严重、创新力度不足的问题日益凸显。尤其是在众多跨境电商平台上，相似款式的服装、功能相近的电子产品等大量涌现，消费者常常面临选择困难，在浏览众多店铺时，看到的产品似乎千篇一律，究其成因，在于跨境电商产品层出不穷的相似性。“同质化”指的是产品之间在视觉形象、文化内涵及营销方式等诸多方面缺少明显差异[4]。一方面，部分跨境电商企业缺乏自主研发投入，倾向于跟风市场爆款，当某类产品在市场上取得一定销量后，大量商家迅速涌入，复制产品进行销售，导致市场上同类产品泛滥。另一方面，一些中小企业受限于资金、技术和人才，难以开展独立创新研发，只能依赖于模仿成熟产品维持运营，产品创新不足主要体现在其功能、设计及营销模式上。具体而言，在功能方面许多电子产品虽外观略有差异，但核心功能相似，缺乏真正能满足消费者新需求的创新功能。设计上，服装、家居用品等产品设计风格单一，缺乏融合不同文化元素、展现独特个性的创新设计，营销模式也多为传统的打折促销，缺乏利用

新兴技术。因而，产品同质化严重、创新力度不足，严重制约了数字经济视域下跨境电商行业的进一步发展。这也加剧了价格竞争，压缩了企业利润空间，使得跨境电商难以在国际市场树立独特品牌形象，降低了消费者的购物体验和对平台的忠诚度。

3.2. 产品质量水准不一，缺乏高质量发展引领

随着数字经济和实体经济融合速度的加快，我国跨境贸易日益蓬勃，并且受通货膨胀的持续发酵，欧美地区多数国家的物价快速上涨，加之《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)等宏观利好政策接连落地，中国近年来的跨境出口环境持续向好，对外贸易额加速增长[5]。虽然跨境电商蓬勃发展，为我国和其他国家带来巨大贸易机遇，交易规模持续攀升，但部分跨境电商产品存在严重质量缺陷。以服装为例，一些出口到其他国家的服装，面料实际成分与标注不符，容易引发皮肤过敏等问题，做工粗糙，线头多且缝合不牢固，严重影响穿着体验。在电子产品领域，一些小型家电产品，如电水壶，实际功率与产品说明不符，存在安全隐患，使用寿命也远低于正常标准。这种质量问题不仅损害消费者权益，还严重阻碍了行业得可持续发展，并且消费者对低质量产品的负面评价，会降低其对跨境电商平台乃至整个中国跨境电商产品的信任度，导致市场份额流失。另外，产品质量不佳也破坏了中国产品在跨境贸易行业中的形象，影响我国与其他国家的长期贸易合作关系。因此，在高质量发展成为时代主题的当下，跨境电商行业急需提升产品质量，以高质量发展理念为引领，打造优质产品，才能在跨境贸易市场中站稳脚跟，实现长期繁荣。

3.3. 综合服务能力不足，企业品牌信用意识淡薄

跨境电商虽然依托于数字经济和国家政策的扶持，发展规模日益蓬勃，但相对应地对于出口产品的销售服务、售后服务、流通服务等方面，仍存在诸多问题。这不仅影响跨境电商的发展，同时也反映出我国电商企业对于自身品牌建设和企业诚信等方面意识的缺失，不利于可持续发展。一方面，在物流配送方面，跨境电商贸易涉及的国家众多，地理环境与基础设施差异巨大，导致部分国家交通网络不完善，物流配送效率低下，导致货物运输时间长，平均配送时长较发达国家高出 3~5 天。而且，物流信息跟踪系统在一些地区覆盖不全，货物运输途中信息时常中断，商家与消费者难以实时掌握货物动态。最重要的是，我国国际货运物流对外依存度达 70%，这对我国跨境出口电商行业转型升级和话语权提升极为不利，还将无形中增加我国供应链断链风险[6]。在物流方面的综合服务欠缺，始终会影响着国际买家对我国电商企业的信任度，不利于电商企业或商家的品牌建设。另一方面，售后服务能力也亟待提升，跨境电商涉及跨国售后，沟通成本高、流程复杂，当产品出现质量问题，退换货流程繁琐，处理周期长，平均处理时间超过 20 天，远高于国内售后处理时长。这不仅降低了消费者满意度，还影响了商家的口碑与复购率。综合来看，跨境电商综合服务能力不足，严重阻碍了跨境电商国际贸易业务的高效拓展与长期发展。

4. 数字经济视域下跨境电商的发展路径

4.1. 加大技术创新，构建高效供应链系统

在全球商业一体化的大趋势下，以及关于国际贸易政策扶持下的跨境电商行业已成为当下热门产业，其竞争也愈发激烈，此时，加大创新力度，从产品的日益同质化趋势中退离，为跨境电商企业提供全方位的技术支持，已成为提升行业整体竞争力、深度拓展国际市场渠道的核心所在。一方面，着力研发先进的支持跨境贸易的信息技术平台，让相关部门及行业机构应积极鼓励并全力支持跨境电商企业大胆引入云计算、大数据、人工智能等前沿科技，搭建起具备高效处理能力与智能交互功能的跨境电商平台，

使企业轻松应对业务高峰期的海量数据处理难题。另一方面，提升对大数据、互联网、AI 技术的使用，对于跨境电商产品的库存、售卖、运输、售后等产业链做到步步清晰，加强对这些环节的追踪与服务，从而建设高效的跨境贸易的供应链系统。技术创新的应用不仅可以提高运营效率，还能通过数据驱动的运营支持系统，帮助企业精准把握市场动态[7]。同时也是提升中国跨境电商企业的国际形象，加强其可持续发展的必要途径，使得跨境电商的成交效率和售后服务都得到稳步增长。

4.2. 加强质量检测，营造电商高质量发展氛围

要有效加强数字经济视域下对跨境电商的质量检测，在跨境电商中营造高质量发展的友好氛围，就需要政府、行业协会以及企业三方协同发力。政府作为市场的监管者，应充分发挥主导作用。一方面，制定统一、严格且与国际接轨的跨境电商产品质量检测标准，另一方面，我国应聚焦研发创新、创意设计及产品市场推广策略的深度优化，充分利用数字基建推动跨境电商产业链向服务化转型与升级[8]。借助大数据技术，对海量的产品交易数据进行分析，筛选出高风险产品进行重点检测，通过物联网技术，对生产、运输、仓储等环节进行实时监控，确保产品质量在整个供应链过程中得到有效保障。行业协会则要积极履行监督职责，发挥桥梁纽带作用。定期组织企业开展质量培训活动，引导企业树立正确的质量观念，加强行业自律，加大在质量检测设备、专业人才培养等方面的投入，从原材料采购、产品设计、生产加工到成品出厂，对每一个环节进行严格把控。只有通过各方的共同努力，加强质量检测工作，才能营造出良好的电商高质量发展氛围，为我国跨境电商的持续健康发展奠定坚实基础，使其在国际市场竞争中占据有利地位，实现可持续的繁荣发展。

4.3. 提升跨境贸易平台服务水平，打造企业品牌效应与价值

针对数字经济视域下跨境电商平台综合服务能力不足，忽视电商企业品牌价值和诚信建设的问题，需要跨境电商主体完善平台服务，重视企业品牌价值的建设，发挥企业品牌效应，满足国际消费者的各方面服务需求，才能获得消费者的认可和自身的长远发展。跨境电商的重要服务之一就是物流工作，精准且及时的物流信息服务，能够让消费者全程监控商品运输轨迹，当消费者能清晰看到商品从商家发货，历经各个中转站点，直至送达自己手中的全过程时，他们会对商家的履约能力产生信任。因此，跨境电商平台应与专业物流企业深度合作，特别是通过大数据分析技术，对物流运输路线进行优化，从而提高运输效率，使企业服务能力获得消费者认可，从而加强企业的品牌价值构建。另外，在支付方面的服务能力加强也是获得消费者认同和占据市场竞争力的关键。因此电商平台要积极与国际知名金融机构协作，搭建先进的支付结算系统，提供多种货币实时汇率转换服务。同时，引入多种新兴支付方式，如电子钱包、移动支付等，满足不同消费者的支付需求。此外，建立科学合理的企业诚信评价体系也是至关重要的，跨境出口电商平台可依托自身强大的流量优势与市场规模，不断吸引、聚集更多服务商，形成更牢固的合作共赢关系[9]。最后，电商平台还可根据企业的商品质量、发货速度、售后服务质量、交易纠纷处理情况等多个维度进行评分，对诚信经营的企业给予流量扶持，将其商品优先展示在平台首页，同时降低交易佣金，减轻企业运营成本。反之，则在平台显著位置予以曝光，限制其商品推广，情节严重的甚至暂停或终止其平台入驻资格，以此营造诚信经营的良好氛围，使跨境电商们重视自身的品牌价值建设和维护，从而推动跨境电商的健康、可持续发展。

5. 结语

总之，随着数字革命和数字经济的袭来和发展，跨境电商作为连接中国与其他国家的重要贸易形式，展现出强劲的发展势头和广阔的市场前景。虽然当下各种机遇都为跨境电商的发展提供了诸多条件，但其存在的许多困境和挑战也极大的影响着其当下和未来的持续健康发展。因此，本文结合政策条件和科

技优势为跨境电商所存在的诸如创新不足、质量问题、售后服务等问题提出了相应的解决对策，这也是当下我国依托数字经济的蓬勃发展下跨境电商企业们所共同面对的发展痛点。未来这一跨境电商国际贸易区域仍有无限的发展潜力，所以为实现其高质量、可持续、体系化的健康发展，而不断探寻其发展路径，是切合时代发展需求的必经之路。

参考文献

- [1] 吕越, 于喆宁. 数字经济时代下如何更好地稳就业——基于跨境电商空间溢出效应的经验证据[J]. 商业经济与管理, 2024(9): 5-18.
- [2] 新华丝路. Kilimall: 生长于非洲本土的中国电商平台[EB/OL]. <https://www.imsilkroad.com/news/p/513610.html>, 2023-10-17.
- [3] 裴长洪, 刘斌. 中国对外贸易的动能转换与国际竞争新优势的形成[J]. 经济研究, 2019, 54(5): 4-15.
- [4] 毛弘. 设计管理视角下文创产品的同质化问题及对策研究[J]. 美与时代(上), 2022(3): 68-70.
- [5] 王燕芳. 跨境出口电商高质量发展的现实困境及路径创新——基于区块链赋能视角[J]. 商业经济研究, 2024(23): 136-139.
- [6] 刘斌, 顾聪. 跨境电商对企业价值链参与的影响——基于微观数据的经验分析[J]. 统计研究, 2022, 39(8): 72-87.
- [7] 李箐. 新发展格局下跨境电商驱动经济高质量发展的路径——评《跨境电商经济发展与研究》[J]. 国际贸易, 2024(11): 98.
- [8] 齐爽. 全球跨境电商发展趋势分析及应对策略研究[J]. 商展经济, 2024(24): 23-26.
- [9] 张文敬. 中小外贸企业跨境电商出口模式思考[J]. 时代经贸, 2022, 19(5): 90-93.