

数字经济背景下电商发展的机遇与挑战

黄生闯

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年9月22日; 录用日期: 2025年10月13日; 发布日期: 2025年11月12日

摘要

在数字经济快速发展的背景下, 数字化转型已成为推动产业升级和经济高质量发展的重要动力。电子商务作为数字经济的重要组成部分, 正经历着由信息化向智能化、平台化、生态化的深度转型过程。本文旨在剖析数字化转型背景下电商发展的机遇、挑战及多主体应对路径。研究发现, 数字化转型为电商带来市场拓展、商业模式创新、运营效率提升、用户体验优化及金融支付创新等机遇; 同时面临技术成本高企、数字化人才短缺、数据安全与跨境合规风险、市场竞争加剧及可持续发展压力等挑战。对此, 需要企业分阶段推进转型、强化数据治理与人才培养, 平台上加强完善治理与生态开放, 政府层面健全法规与政策扶持, 加强监管协调, 多方合力推动电商行业从规模扩张迈向高质量可持续发展。

关键词

数字经济, 电子商务, 机遇, 挑战, 可持续发展

The Opportunities and Challenges of E-Commerce Development under the Background of the Digital Economy

Shengchuang Huang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 22, 2025; accepted: October 13, 2025; published: November 12, 2025

Abstract

In the context of the rapid development of the digital economy, digital transformation has emerged as a significant impetus for driving industrial upgrading and high-quality economic development. E-commerce, as a vital part of the digital economy, is currently experiencing a profound transformation from informatization to a more intelligent, platform-based, and ecological model. This paper

endeavors to dissect the opportunities, challenges, and multi-stakeholder response strategies for the development of e-commerce in the era of digital transformation. The study reveals that digital transformation presents numerous opportunities for e-commerce, including market expansion, business model innovation, enhanced operational efficiency, optimized user experience, and innovative financial payment methods. Simultaneously, e-commerce also confronts several challenges. These include high technological costs, a shortage of digital-skilled talents, risks associated with data security and cross-border compliance, intensified market competition, and the pressure of sustainable development. To address these issues, enterprises need to promote transformation in stages, strengthen data governance and talent cultivation. On the platform, governance should be improved and the ecosystem should be more open. At the government level, laws and regulations should be improved and policy support should be strengthened. Regulatory coordination should be enhanced. Through the joint efforts of all parties, the e-commerce industry should move from scale expansion to high-quality and sustainable development.

Keywords

Digital Economy, E-Commerce, Opportunities, Challenges, Sustainable Development

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

数字经济已成为全球经济增长核心引擎，2024 年我国数字经济规模突破 50 万亿元，电子商务作为数字经济最活跃的业态之一，其发展轨迹与数字经济的技术迭代、生态完善深度绑定¹。而电子商务已成为现代商业的核心增长极与数字经济的关键基础设施，2025 年 1~8 月全国网上零售额同比增长 9.6%，其中实物商品网上零售额增长 6.4%，线上服务消费增长达 18.9%，深刻重塑着消费市场格局与经济增长模式，不仅是连接生产与消费、贯通国内与国际的数字纽带，更通过跨境电商推动我国企业全球化拓展，过去一年我国卖家在全球站点售出商品数量同比增长超 20%。在此背景下，数字化转型成为电商持续发展的核心驱动力。一方面，人工智能、大数据、区块链等技术深度渗透，通过智能推荐、全链路溯源、智能物流调度(如美团无人机累计完单超 60 万笔)优化效率与体验；另一方面，消费升级催生品质化、个性化需求，政策层面《提振消费专项行动方案》等推动数字消费提升，促使电商从“商品交易”向“全链路数智化服务”转型，形成技术赋能、需求牵引与政策支持的三重动力，支撑电商行业从规模扩张迈向高质量发展。²

随着互联网技术的迅猛发展，数字化转型已经不再局限于技术层面的升级，而是成为推动产业结构调整与企业战略变革的重要驱动力。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)的统计，截至 2025 年 6 月，我国网民规模已超过 11.2 亿人³，网络零售市场交易额连续多年位居全球首位，电子商务已深度嵌入国民经济运行的各个环节。在这一背景下，数字化转型不仅改变了企业的生产方式和经营模式，也重塑了消费者的购物习惯与价值观念。

然而，电商行业的快速扩张也伴随着一系列问题。一方面，新的数字技术如大数据、人工智能、区块链和云计算的广泛应用，为电商发展带来新的机遇，例如精准营销、个性化推荐和智慧物流；另一方

¹同花顺财经《我国数字经济规模超 50 万亿元》。

²网易新闻《数商云一站式全能电商平台：引领电商行业数字化转型新航向》、北京日报客户端《商务部：1~8 月全国网上零售额增长 9.6%》、中国经济网《创新驱动电商品质升级》。

³新华网 11.23 亿网民如何共享数字发展成果？——透视第 56 次《中国互联网络发展状况统计报告》。

面,行业也面临数据安全风险、监管政策滞后、平台垄断及流量红利逐渐消失等挑战。如何在机遇与挑战之间找到平衡点,成为学界与业界亟待探讨的重要议题。

数字化技术的深度渗透为电商行业带来了重构商业模式、优化运营效率的全新机遇,但同时也伴随着技术、资源、管理等多维度挑战。现有研究围绕服装、煤炭、跨境等细分电商领域,系统剖析了数字化转型中的机遇与困境,为行业突破瓶颈提供了重要参考。

数字化转型为电商发展创造了多元机遇。在业务模式创新上,服装电商可借助虚拟试衣、社区分享模块及 O2O 模式,破解纯线上体验短板,提升用户黏性与转化率[1];咖啡电商则能通过智能选品算法、直播带货及 UGC 内容生态,实现品牌传播与销售转化的双重突破[2]。财务与运营层面,煤炭电商依托区块链智能结算将周期从 7 天缩至 1 天,大数据分析还能精准定位成本控制点[3];电商企业通过数字化技术降低营收波动率,显著提升存货管理效率,且在政策不确定性高时优势更明显[4]。跨境电商领域,数字化不仅通过供应链金融、平台金融服务拓展融资渠道,还能借助多语言支付系统与海外仓布局突破地域限制[5][6];事业单位电商则可通过线上平台打破地域壁垒,实现公共服务均等化[7]。此外,跨境电商综试区政策通过加剧市场竞争,倒逼制造业加速数字化转型[8]。

与此同时,电商数字化转型面临多重挑战。技术应用层面,煤炭电商对大数据、AI 等技术的应用停留在表面,咖啡电商则受困于数据孤岛与隐私计算技术门槛,难以实现数据价值转化[2][3]。资源约束方面,中小跨境电商因数字化投入成本高、专业人才短缺,转型进程受阻[5];事业单位电商存在顶层设计可行性不足、跨部门协同弱等问题,政策落地难度大[7]。运营与合规层面,事业单位电商难以平衡公益性与市场化,导致服务效率与可持续性失衡;跨境电商需应对不同国家法规差异、供应链风险及数据安全问题,合规成本与经营风险显著增加[6]。围绕电商数字化转型,分析了其在精准对接供需、激发消费潜力等方面的机遇及数据安全、高端人才短缺、内部流程优化难等挑战,指出资金流动性紧张、成本难控、利润压缩、财务风险高的核心财务困境,并提出优化资金管理、强化成本控制、提升盈利能力、加强财务管理的防范措施,以助力电商实现数字化转型下的长期可持续发展[9]。

总之,数字化转型对各行各业的影响不一,而对电商行业的影响更是不可忽视的。了解数字化转型下电商发展的机遇与挑战,可以更好地探讨数字化转型对电商发展的影响,以及如何应对电商发展的挑战。

2. 数字化转型概述

数字化转型是数字经济在产业层面的核心实践,电商的数字化进程既是数字经济发展的缩影,也是推动数字经济落地的关键载体。

2.1. 数字化转型的概念界定

数字化转型(Digital Transformation)是指企业通过采用数字技术,实现业务流程、商业模式以及组织结构的深度重塑。它不同于早期的信息化或自动化升级,强调的是以数字技术为核心驱动力,带动价值链、生态链的整体性变革。从技术层面看,数字化转型主要依托大数据、人工智能、区块链、云计算、5G 和物联网等技术;从组织层面看,它不仅涉及技术工具的应用,更包括战略、文化和管理模式的调整。

在电商行业,数字化转型不仅仅意味着线上交易的增加,还包括智能推荐算法提升用户体验,云计算降低企业运营成本,区块链增强交易透明度,以及人工智能赋能客服与物流环节。换言之,电商数字化转型是从“买卖撮合平台”向“智能化综合服务平台”的演进过程。

2.2. 全球数字化发展趋势

数字化转型已成为全球范围内企业和国家竞争的新高地。欧美国家较早布局数字化战略,美国的亚

马逊、苹果和谷歌等企业依托技术创新构建了强大的生态体系；欧洲在数字治理和数据保护方面走在前列，如《通用数据保护条例》(GDPR)的出台，为全球数字经济治理提供了范本。东亚国家如韩国、日本在移动支付和智能物流方面积累了丰富的经验。

从全球电商平台的发展来看，Amazon 依靠人工智能和云计算构建全球供应链与推荐系统；Shopify 则通过提供 SaaS 工具赋能中小企业实现快速上线与跨境扩展。与此同时，元宇宙、沉浸式购物、跨境数字支付等新趋势不断涌现，推动电商行业向多样化、个性化和全球化方向演进。

2.3. 我国数字化转型背景

我国电商的数字化转型具有独特的制度与市场背景。首先，国家战略层面高度重视数字经济发展，“十四五”规划明确提出要建设“数字中国”，推动产业数字化转型；其次，我国拥有完善的基础设施条件，包括高速发展的 5G 网络、全球领先的移动支付体系，以及覆盖广泛的智慧物流网络；再次，我国消费者年轻化、移动化和社交化的特征显著，为新型电商模式的兴起提供了土壤，例如直播电商和社区团购。

值得注意的是，我国电商数字化转型已不仅仅局限于一线城市市场，而是向农村与下沉市场延伸。拼多多、抖音等电商平台通过社交裂变与内容驱动的方式，打破了传统电商“流量瓶颈”，为中小商家和农产品上行提供了新的机遇。与此同时，数字人民币的试点应用、绿色供应链管理以及跨境电商政策创新，也为我国电商的数字化转型注入了新的动力。

3. 数字化转型对电商发展的机遇

在数字经济成为全球经济增长核心引擎的背景下，数字化转型作为电商融入数字经济的核心路径，为其带来市场拓展、效率提升等多维度机遇，具体体现在以下方面。

3.1. 市场拓展与规模增长

数字化转型推动了电商行业的市场扩展，使得电子商务突破了传统地域与时间的限制，形成全天候、无国界的交易模式。首先，在跨境电商领域，数字化支付、物流和合规工具的应用极大降低了国际交易的门槛，使企业能够快速进入海外市场。以阿里巴巴的速卖通和京东的国际站为例，这些平台依托大数据分析和智能物流，实现了跨国交易的高效匹配。其次，数字化推动了农村和下沉市场的电商渗透。拼多多和抖音电商借助移动互联网的普及和社交传播机制，成功打开了三四线城市及农村地区的消费潜力，为农产品上行和消费品下沉提供了新的增长点。

我国电子商务研究中心的数据显示，2023 年农村电商交易规模突破 2.5 万亿元⁴，成为电商市场新的增长引擎。数字化不仅帮助农产品快速对接城市市场，还推动了农村供应链和物流体系的完善。这一趋势表明，数字化转型正在改变电商市场的结构，使之更加多元和广阔。

3.2. 商业模式创新

数字化转型的一个显著特征是推动了电商商业模式的不断创新。在传统的 B2C、C2C 模式之外，出现了 C2M (客户直连制造)、S2B2C (供应商赋能平台服务商再到消费者)等新型模式。这些模式的共同点在于，借助大数据和智能分析，实现供需精准对接，减少中间环节，提升效率和用户满意度。

此外，直播电商和社交电商的兴起是近年来最具代表性的创新模式。直播电商通过“人货场”的重新组合，强化了消费者的沉浸感和互动感，推动了“边看边买”的消费新习惯。社交电商则利用微信、短视频平台等社交关系链，实现了用户裂变式传播。例如，抖音电商依托短视频算法推荐，构建了内容驱

⁴中国报告大厅《2024 年农村电商行业规模分析：我国农村电商市场零售额达到 2.49 万亿元》。

动的电商模式，既提升了商品曝光率，也增强了用户黏性。

更前沿的创新则体现在元宇宙电商和虚拟现实购物中。部分平台开始探索通过 VR/AR 技术打造沉浸式购物体验，为消费者提供更加个性化、场景化的互动式购物空间。虽然这一模式仍处于探索阶段，但其未来潜力不容忽视。

3.3. 运营效率提升

数字化转型为电商企业带来的显著机遇还有运营效率的提升。

大数据技术构建“需求 - 供应链”精准匹配体系，通过挖掘用户浏览、购买等海量数据，个性化推荐算法准确率可提升至 95% 以上，淘宝等平台借此实现部分品类点击率提升 30%、转化率提高 15% 的效果；同时机器学习模型结合市场动态预测库存，助力亚马逊等企业将库存周转率提高 20%，缺货率降低 15%，从源头减少资金占用与资源浪费。⁵

人工智能技术重构服务与营销效率，基于自然语言处理的智能客服(如京东“京小智”)可同时处理百万级咨询，响应时间缩短至 3 秒内，解决率超 80%，人力成本降低 40% 的同时用户满意度提升 25%；AI 虚拟主播则突破时间限制，某美妆品牌通过其实现单场直播观看超 10 万人次，有效延长销售链路覆盖时长。⁶

物联网技术打通“仓储 - 物流”可视化闭环，智能仓储设备通过传感器实时监控货物状态，使盘点准确率提升至 99.8%，较传统模式降低近 50% 的人为误差；物流环节通过物联网与调度系统联动，实现货物全程追踪，推动运输时效平均缩短 20%，大型电商企业更借此将运输损耗降低 15%。三者协同叠加云计算能力后，还能实现系统弹性扩展，支持峰值流量提升 300%，保障大促等关键节点的运营稳定性，形成“精准预测 - 智能执行 - 高效履约”的效率提升闭环。⁷

借助大数据和人工智能，企业可以对消费者行为进行精准分析，从而优化营销策略和库存管理。例如，京东依托智能推荐算法，能够根据用户的浏览和购买记录进行个性化推荐，大大提升转化率。

在供应链环节，智能物流和无人仓储的应用大幅提高了配送效率，降低了运营成本。京东、菜鸟网络等企业通过布局智能仓储和无人配送系统，实现了“分钟级”甚至“秒级”的配送体验。与此同时，区块链技术也在电商供应链管理中发挥作用，通过可追溯机制提升了产品的透明度与可信度。

从企业管理角度看，数字化转型推动了组织内部的流程再造和效率优化。企业通过云计算平台实现资源共享和协同办公，提升了决策效率与响应速度。这些变化使得电商企业能够在激烈竞争中保持高效运营和持续创新。

3.4. 用户体验优化

消费者是电商发展的核心驱动力，而数字化转型为用户体验的优化提供了多样化的路径。首先，个性化推荐成为提升用户体验的关键手段。平台通过对用户行为数据的深度挖掘，能够精准推送符合用户偏好的商品和服务，从而提升购买满意度和复购率。

沉浸式购物体验也正在逐步普及。虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术使消费者能够在虚拟环境中“试穿”服装、“摆放”家具，从而提高购物的直观性和互动性。此外，AI 客服的普及使消费者能够享受到全天候、快速响应的服务，大大提升了消费体验。

社交化互动也是用户体验优化的重要方向。通过评论区、弹幕、直播间互动等功能，消费者不仅是

⁵CSDN 博客《AI 赋能电商深度观察：从精准营销到虚拟主播带货，重塑电商运营新生态》。

⁶CSDN 博客《AI 赋能电商深度观察：从精准营销到虚拟主播带货，重塑电商运营新生态》。

⁷人人文库《智慧电商技术应用——洞察及研究》。

被动的购买者，还成为内容生产者和传播者，形成了“消费即社交”的新模式。这种转变使用户的参与度和忠诚度显著提高。

3.5. 金融与支付创新

数字支付和金融创新为电商发展提供了坚实支撑。移动支付的普及使交易更加便捷和安全，支付宝、微信支付已成为我国消费者的主流支付方式。此外，数字人民币的试点应用为未来电商支付体系提供了新的可能，特别是在跨境支付和金融监管方面具有积极意义。

区块链技术的引入不仅提升了支付的安全性，还为供应链金融提供了新模式。通过智能合约，平台能够实现交易自动结算和风险控制，降低中小企业的融资难度。与此同时，电商金融服务的创新(如花呗、白条等消费信贷产品)进一步释放了消费者的购买力，推动了市场需求的增长。

综上，数字化转型不仅拓展了电商的市场边界，还推动了模式创新、效率提升和用户体验优化，为行业发展注入了新的动能。

4. 数字化转型对电商发展的挑战

数字经济推动电商通过数字化转型实现快速发展的同时，也因转型过程中的技术投入、数据治理、市场竞争等问题，使电商面临多重挑战，主要包括以下几方面。

4.1. 技术与成本压力

虽然数字化转型带来诸多机遇，但其技术和成本压力不容忽视。首先，先进技术的应用需要大量资金的投入。例如，建设智能仓储系统、部署 AI 算法以及引入区块链技术，均需要企业具备雄厚的资本实力。企业因资金紧张无法及时升级物流管理系统，导致物流效率低下，影响企业的经营业绩和信用状况，进而在向金融机构申请融资时会遇到困难。对于中小型电商而言，这种高昂的技术成本往往难以承担，导致其在数字化转型过程中落后于大型平台。

其次，数字化转型还需要大量专业人才的支撑。然而，数据科学家、人工智能工程师、区块链技术人才等数字人才在市场上供不应求，在人才招聘和培养方面面临巨大压力，导致电商企业数字化转型受阻，无法充分发挥数字化技术的优势。此外，人才短缺导致企业在数字化项目实施过程中出现失误，增加成本和风险，影响企业的融资能力。这不仅增加了运营成本，也影响了转型的进度与成效[5]。

4.2. 数据安全和隐私保护

在电商交易过程中，消费者的个人信息和支付数据是最为敏感的内容。一旦出现泄露，不仅会损害消费者权益，还会严重打击平台的声誉。近年来，电商数据泄露事件频发，显示出行业在数据治理方面存在明显短板。其中，跨境电商企业在数字化转型的过程中收集了大量的敏感数据，包括客户信息、交易数据等，也进一步加剧了数据安全问题。不同国家对数据跨境流动、数据安全和隐私有不同的法律法规，例如欧盟的《通用数据保护条例》(GDPR)和中国的《数据安全法》。如何在满足不同国家监管要求的同时，保持跨境交易的顺畅，是电商企业亟需解决的问题[5]。部分平台过度采集用户数据，用于精准广告和商业获利，容易引发隐私争议。这要求企业在追求商业利益的同时，必须平衡数据使用的合理性和合法性。

4.3. 市场竞争加剧与环境压力

电商市场逐步成熟，行业竞争愈发激烈。首先，流量红利逐渐见顶，获取新用户的成本持续上升。大量平台依靠补贴和低价策略争夺用户，导致行业利润空间被进一步压缩；其次，头部平台凭借资本和

技术优势形成规模垄断，中小企业生存空间被挤压，市场格局出现“马太效应”。新兴模式的快速崛起也加剧了竞争。例如，直播电商和短视频电商的兴起，使传统电商平台面临流量分流和用户流失的挑战。

可持续发展方面，随着“双碳”战略的推进，电商行业面临新的挑战。快递包装的过度使用和物流运输的碳排放，已经成为环境保护的重要议题。如何推动绿色包装、循环利用和低碳物流，是电商行业必须承担的社会责任。此外，数字化转型过程中也可能加剧社会的数字鸿沟。大型企业凭借资金和技术优势快速转型，而中小企业和欠发达地区则可能因缺乏资源而被边缘化。这种差距不仅影响行业的公平竞争，也可能带来社会层面的不平衡发展。

4.4. 消费信任与监管难题

电商行业在快速发展的同时，也伴随着诸多诚信问题。假冒伪劣产品、虚假宣传和“刷单”行为屡禁不止，严重损害了消费者的信任。直播电商中，部分主播夸大宣传甚至销售假货的现象频频发生，导致行业口碑受损。此外，数据滥用问题也引发了消费者的担忧。

监管体系的不完善也是一大难题。电商行业发展速度远超监管政策的更新速度，导致监管出现滞后和空白。跨境电商在商品溯源、税收征管和知识产权保护方面，仍存在诸多灰色地带。如何在保障行业创新活力的同时，建立健全的监管框架，是政策制定者亟需解决的问题。

5. 应对路径与发展对策

5.1. 主动提升竞争力

电商企业需加强数字化能力建设，包括数据分析、人工智能应用和供应链数字化。企业需主动施策：一是分阶段推进转型，结合资金实力与业务需求，优先优化订单处理等核心痛点系统，再逐步升级供应链管理；二是与技术服务商建立长期合作，通过租赁设备、采用软件即服务(SaaS)模式，将一次性大额投入转化为长期小额支出；三是融资时重点向金融机构展示数字化转型项目，明确前景与预期收益，争取专项贷款或投资以补足资金需求。

跨境电商企业可通过多途径破解数字化人才短缺问题：其一，深化校企合作，联合高校开设跨境电商数字化相关专业或课程，共建实习基地，借助实习、产学研合作提供实践机会，助力学生成长，为企业定向培养人才；其二，增强外部引才竞争力，依据市场行情提供有竞争力的薪酬福利，设计清晰职业晋升路径，以良好发展空间吸引人才；其三，强化内部人才培育，通过内部培训、在线学习平台提升员工数字化素养，鼓励员工参与数字化转型项目积累实践经验，逐步填补人才缺口。此举既能提升企业数字化运营能力，也可增强其融资能力。

5.2. 强化数据治理与隐私保护

跨境电商企业可从多维度强化数据安全治理：其一，采用先进加密技术，覆盖数据存储与传输全环节，保障信息保密性；建立严格访问控制机制，仅授权必要人员访问敏感数据，记录访问活动以备审计(如用多因素身份验证保护核心数据系统)。其二，需向客户、金融机构明确数据收集、使用、存储及共享规则，收集客户数据前必须获得同意并告知保护与使用方式，同时定期审查更新数据隐私政策，适配法规变化。其三，强化员工培训，定期开展数据安全与隐私保护课程，提升员工安全意识，确保日常工作合规。其四，与金融机构合作时，确保数据共享合规且符合双方约定，共享前签订详细保密协议，明确双方数据安全责任，保障融资评估全流程数据安全。

5.3. 加强低碳绿色发展

平台作为连接商家与消费者的重要枢纽，需要承担更多治理责任。一方面，应通过开放生态与技术

赋能,支持中小商家的发展,避免市场过度集中。另一方面,平台应建立健全的信用评价和质量控制体系,提升用户信任。此外,企业应在商业模式上不断创新,探索社交电商、跨境电商、绿色电商等多元化路径,扩大自身优势。平台还需积极推进绿色发展,如推广环保包装、建设低碳物流网络,以实现经济效益与社会效益的统一。

5.4. 加强多方面监管

政府在推动数字化转型过程中发挥着重要作用。首先,应加快完善数字经济相关法规,特别是在数据安全、跨境数据流动和反垄断方面,建立统一、透明的法律框架;其次,政府通过税收优惠(如减免企业数字化设备与软件采购税)、财政补贴(如设立专项基金扶持符合条件的转型项目),帮助跨境电商减轻数字化技术应用的资金压力,支持中小企业的数字化转型;再次,政府应加强跨境电商的国际合作,推动规则对接和监管互认,提升我国电商的国际竞争力。最后,社会组织、行业协会可以发挥监督和协调作用,推动行业自律与规范。

参考文献

- [1] 王慧敏. 数字化转型背景下服装电商平台发展的创新策略研究[J]. 化纤与纺织技术, 2025, 54(5): 85-87.
- [2] 殷可澄. 数字化转型驱动下的咖啡电商企业发展路径探析[J]. 中外企业文化, 2025(7): 103-105.
- [3] 张冉冉. 数字化转型下煤炭交易电商平台的财务创新与实践[J]. 中国电子商情, 2025, 31(10): 34-36.
- [4] 胡霞. 数字化转型对电商企业存货管理效率的影响研究[J]. 财会通讯, 2025(12): 44-48.
- [5] 伏星. 数字化转型对跨境电商融资渠道的影响分析[J]. 商场现代化, 2025(14): 47-49.
- [6] 杨静, 闫琴. 高质量发展背景下的跨境电商数字化转型路径探析[J]. 产业创新研究, 2025(7): 77-79.
- [7] 刘永哲. 数字化转型下事业单位电商市场服务体系建设政策路径[J]. 活力, 2025, 43(14): 106-108.
- [8] 王毅达, 饶梦媛. 跨境电商综试区政策对制造业数字化转型的影响研究[J]. 物流科技, 2025, 48(16): 82-86, 119.
- [9] 王琳, 许芳. 电商数字化转型中的财务困境突围[J]. 中国商人, 2025(12): 32-33.