

新质生产力赋能跨境电商高质量发展研究

——逻辑分析、现实困境与路径选择

陆宗玥

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年10月6日; 录用日期: 2025年10月22日; 发布日期: 2025年11月28日

摘要

跨境电商作为数字经济与传统贸易融合的外贸新业态, 对全球经济一体化和国际贸易格局影响深远。新质生产力以高科技、高效能、高质量为核心特征, 为跨境电商高质量发展注入了强大动力。而在实际操作中, 跨境电商在利用新质生产力进行转型升级时面临诸多挑战。本文系统分析了新质生产力赋能跨境电商高质量发展的内在逻辑, 并从技术、数据、生态和政策四个层面梳理当前跨境电商面临的现实困境, 最后就此问题提出了降低应用门槛, 强化自主创新; 完善规则体系, 提升治理能力; 构建联动机制, 补齐人才短板; 优化扶持体系, 创新监管模式等路径选择, 以期为跨境电商借助新质生产力突破发展瓶颈、把握全球数字化机遇提供理论参考与实践方向。

关键词

新质生产力, 跨境电商, 高质量发展

Research on the Empowerment of New Productive Forces for High-Quality Development of Cross-Border E-Commerce

—Logical Analysis, Practical Dilemmas, and Path Selection

Zongyue Lu

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: October 6, 2025; accepted: October 22, 2025; published: November 28, 2025

文章引用: 陆宗玥. 新质生产力赋能跨境电商高质量发展研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 2987-2994.
DOI: 10.12677/ecl.2025.14113772

Abstract

As a new form of foreign trade that integrates the digital economy with traditional trade, cross-border e-commerce has a profound impact on global economic integration and the international trade landscape. The new productive forces, characterized by high technology, high efficiency, and high quality, have injected strong impetus into the high-quality development of cross-border e-commerce. However, in practical operations, cross-border e-commerce faces numerous challenges when utilizing new productive forces for transformation and upgrading. This paper systematically analyzes the inherent logic of new productive forces empowering the high-quality development of cross-border e-commerce, and sorts out the current practical dilemmas faced by cross-border e-commerce from four aspects: technology, data, ecology, and policy. Finally, it proposes path choices such as lowering application thresholds and strengthening independent innovation; improving the rule system and enhancing governance capabilities; constructing a linkage mechanism and addressing talent shortages; optimizing the support system and innovating regulatory models, in order to provide theoretical reference and practical direction for cross-border e-commerce to break through development bottlenecks and seize global digital opportunities with the help of new productive forces.

Keywords

New Productive Forces, Cross-Border E-Commerce, High-Quality 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

党中央在“十四五”发展规划中明确指出：“电子商务作为数字经济领域内规模最大、活跃度最高、增长势头最为强劲的新业态与新动能，构成了新发展格局蓝图中不可或缺的一环。”而跨境电商正是加速外贸新业态新模式发展，推动贸易迈向高质量阶段的关键力量。以跨境电商平台作为重要媒介，中国各类产品与服务得以突破地理空间的约束，在全球消费者面前展现其独特价值。这一过程不仅为全球范围内的消费者拓宽了选择范围，使其能够获取品质更优且价格更具竞争力的商品，同时也促进了中国经济的增长和国际形象的提升。然而，国际市场环境的复杂多变给跨境出口电商企业带来了一系列巨大挑战，如：货币汇率波动、跨国法规遵循及供应链稳定性等。

从理论研究来看，国内外学界围绕技术创新、数字贸易与产业升级的关联已形成丰富成果。在技术创新领域，Porter (1990)的“钻石模型”提出技术进步是提升产业国际竞争力的核心要素，其观点为后续研究奠定了技术驱动产业升级的理论基础[1]；国内学者洪银兴(2024)进一步指出，新质生产力作为创新主导的先进生产力质态，是突破传统产业增长路径的关键，这一论述明确了技术创新与新质生产力的内在关联[2]。在数字贸易研究方面，UNCTAD (2023)《数字经济报告》强调，跨境数据流动与数字平台重构了全球贸易链路，但其规则碎片化问题制约了贸易效率提升[3]；王磊(2024)则聚焦跨境电商场景，提出价值链重塑视角下数字技术对贸易环节的优化作用，却未深入探讨新质生产力的系统性赋能机制[4]。在产业升级维度，Gereffi(2005)的全球价值链理论指出，产业升级需依托技术整合与环节协同[5]，而曲维玺等(2021)针对中国跨境电商的研究发现，当前产业升级面临技术应用不足与生态协同缺失的双重瓶颈[6]。

现有研究虽已关注技术、数字与产业的互动关系，但尚未将新质生产力作为独立变量，系统分析其对跨境电商“技术－数据－生态－政策”全维度的赋能逻辑。习近平总书记创造性地提出了新质生产力这一概念并指明“发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点”。新质生产力凭借其高效能、高质量、高科技的特征，借助数字化、智能化及绿色化策略，促进了生产效率的飞跃与商业模式的革新，对跨境电子商务的演变产生了深远影响。因此，新质生产力赋能跨境电子商务既能为跨境电商开辟转型升级的新路径，又能为其拓展国际市场、实现品牌全球化奠定坚实的基础。

2. 新质生产力赋能跨境电商高质量发展的逻辑分析

2.1. 新质生产力的内涵与特征

新质生产力已经成为当今社会各界学者研究的热点。新质生产力是创新起主导作用，摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径，符合新发展理念的先进生产力质态。其特征可概括为“三高”：一是高科技，其发展根本依赖于新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源等战略性新兴产业的驱动。二是高效能，表现为通过数字化、智能化手段，实现资源配置效率、生产运营效率的极致优化。三是高质量，其产出和服务具备更高的技术含量、品牌价值、绿色低碳水平和经济效益，最终服务于人民对美好生活的需要和经济社会的高质量发展。新质生产力以现代化产业体系为载体，而跨境电商正是数字技术与传统贸易深度融合的产物，是这一体系的重要组成部分。在跨境电商领域，新质生产力突出体现为数字化、智能化、绿色化手段的深度运用，及其带来的生产效率与经济效益双提升。

2.2. 跨境电商的发展现状

世贸组织发布的《2025 年世界贸易组织年度报告》显示，2024 年全球贸易有一定增长，商品贸易量增长 2.9%，商业服务贸易额增长 6.8%。然而，受关税上升和贸易政策不确定性影响，2025 年全球商品贸易量预计将收缩 0.2%，前景不容乐观。在此背景下，中国跨境电商表现突出。据海关总署最新数据，2024 年我国跨境电商进出口规模达 2.71 万亿元，同比增长 14%，增速高出同期货物贸易整体增速 9 个百分点，展现出其作为外贸新动能的强劲活力。在全球贸易格局深刻调整的背景下，跨境电商正在重塑中国制造的出海路径，为外贸高质量发展注入新动能。整体而言，中国跨境电商现阶段正处于高速发展时期，同时也交织着诸多挑战与潜在机遇。首先，在经济全球化持续推进的背景下，跨境电商行业的高速发展受到不同国家政策条款及法律体系的约束：跨国支付体系本身的复杂特性、汇率波动引发的市场风险，以及跨境支付环节中伴随产生的高额手续费等因素，均为跨境电商的支付与结算流程增添了多重挑战。其次，由于跨境电商的业务本质涉及商品的跨国界流通，其物流运输线路普遍存在路径较长、操作流程繁琐的特点，这一现状不仅直接延长了商品的整体运输周期，也在很大程度上推高了企业的物流运营成本。最后，不同国家及地区在文化传统与消费习惯上存在显著差异，这种差异使得各地消费者在价值取向、审美偏好及支付选择倾向等方面呈现出明显的多样性，这都对跨境电商的营销策略与商品销售策略产生了直接影响[7]。

2.3. 新质生产力赋能跨境电商高质量发展的内在逻辑

2.3.1. 新质生产力以数字化与智能化技术重构跨境电商全链路效率

新质生产力的核心技术赋能，正通过数字化工具与智能化算法重构跨境电商“选品－履约－运营”全链路，优化供应链结构，提升企业生产效率与经济效益[8]。在选品环节，传统跨境电商依赖经验判断，易导致库存积压或品类滞后，而新质生产力下的大数据分析技术可整合全球消费数据(如亚马逊 Best Seller 榜单、海关清关数据等)，精准定位市场需求，缩短选品周期；在履约环节，智能物流系统与跨境仓

储技术的应用实现“降本增效”，提升物流时效；在运营环节，AI驱动的多语言客服、智能广告投放进一步提升转化效率。例如：作为跨境电商头部企业的希音(Shein)，将新质生产力运用于全球供应链的搭建过程中，以“小单快反”作为核心导向构建柔性供应链枢纽。通过这一模式，其产品上新周期被压缩至7天，该速度大幅领先于行业内其他品牌，既增强了企业对市场的响应效率与适应能力，也有效降低了库存积压所产生的成本。此外，Shein还引入了智能化客服系统。这一系统除能够实时对接并回应消费者的咨询诉求外，还能有效搜集并解析消费者所反馈的问题，据此对供应链管理和产品质量进行针对性地改进，最终达成成本控制与效益增长的双重目标。

2.3.2. 新质生产力通过数据要素化构建跨境电商新型协作关系

新质生产力以数据作为核心生产要素，打破跨境电商传统“单链路合作”模式，构建“企业-平台-供应链-消费者”协同联动的新型生产关系，推动商业模式从“流量驱动”向“数据协同”创新。传统跨境电商中，品牌方、代工厂、跨境平台、物流商之间信息割裂：代工厂仅按订单生产，无法获取终端消费反馈；品牌方难以实时调整供应链，易出现“供需错配”。而新质生产力下，数据要素的流通与共享实现了全链条协同：以阿里巴巴国际站的“数字供应链平台”为例，平台将海外买家的实时订单数据、终端消费评价同步至国内代工厂，代工厂可根据数据动态调整生产计划；同时品牌方可通过平台数据联动物流商、支付机构，实现“订单下达-生产-发货-收款”全流程可视化，将订单处理周期从48小时缩短至12小时，资金回笼速度提升50%。此外，数据要素还推动C2M(用户直连制造)模式落地，如拼多多Temu通过收集全球用户的个性化需求(如东南亚市场偏好的大码服饰、中东市场的防晒材质)，反向指导国内工厂定制生产，实现“按需生产”的商业模式创新。

2.3.3. 新质生产力依托绿色技术推动跨境电商可持续发展转型

新质生产力的绿色化技术应用，正推动跨境电商突破“高能耗、高污染”的传统发展瓶颈，通过产业环节的低碳转型实现可持续发展，同时契合全球“碳中和”趋势下的市场需求。在跨境物流环节，传统海运、空运依赖燃油动力，碳排放高且易受环保政策限制，而新质生产力下的绿色物流技术有效解决这一问题：例如马士基航运推出的“绿色集装箱船队”，采用生物燃料动力+轻量化集装箱设计，单箱海运碳排放较传统船舶降低30%。在包装环节，新质生产力推动“可循环+可降解”包装技术普及，如京东国际联合国内材料企业研发的玉米淀粉可降解快递袋，替代传统塑料包装，降解率达90%以上，同时获得消费者“绿色偏好”加持，复购率提升15%。此外，绿色技术还推动跨境电商“碳足迹溯源”，如沃尔玛全球电商要求入驻商户提供商品全链路碳足迹报告，而新质生产力下的区块链碳溯源技术可实时记录生产、运输、仓储的碳排放数据，实现“环保合规”与“市场拓展”的双重收益，进而有效降低能耗和污染，推广绿色减碳措施，促进可持续发展[9]。

3. 新质生产力赋能跨境电商高质量发展的现实困境

新质生产力为跨境电商高质量发展注入新动能，二者融合是行业升级的重要方向。当前，新质生产力在跨境电商领域的赋能作用受多重因素制约，其现实困境主要体现在以下四个核心层面。

3.1. 技术层面：应用瓶颈与自主可控不足

新质生产力的核心支撑是前沿技术，但当前跨境电商领域在技术应用和自主可控上面临“用不起”和“控不住”的双重瓶颈，中小企业尤为突出。首先，从技术落地成本看，AI、区块链等关键技术的部署需要大量资金投入，包括硬件采购、系统开发、人员培训等，远超中小跨境电商企业的承受能力。以AI技术为例，一套适配跨境电商选品、智能客服、物流调度的定制化AI系统，初期开发成本普遍在50

万~200 万元, 每年维护费用还需 10 万~30 万元, 而我国跨境电商企业中 90%以上为中小微企业, 年均净利润多在 50 万元以下, 根本无力承担此类投入[10]。据 2023 年中国跨境电商协会调研数据, 仅 12%的中小跨境电商企业尝试应用 AI 选品, 多数企业仍依赖人工选品、线下对账, 这直接导致技术落地率极低。其次, 从自主可控角度看, 跨境电商关键技术的“卡脖子”问题明显, 核心技术高度依赖外部。例如, 跨境物流数字化系统中, 智能路径规划、海外仓库存动态预测的高端算法, 主要被美国 UPS、亚马逊 FBA 等企业垄断, 国内企业使用的多为基础版算法, 仅能实现简单的物流信息跟踪, 无法根据实时路况、关税政策调整运输方案。此外, 海外仓管理系统的核心模块(如库存周转率预测、多渠道订单同步)也多依赖 SAP、Oracle 等国外软件, 不仅每年需支付高额授权费, 还存在数据安全风险。

3.2. 数据层面：流通障碍与价值释放受限

数据作为新质生产力的核心要素, 在跨境电商领域面临“流不动”和“用不好”的困境, 严重限制了赋能效果。在流通层面, 各国数据跨境传输、确权、安全保护的规则不明确, 导致“数据孤岛”现象突出——欧盟 GDPR 将用户消费记录列为敏感数据, 要求本地存储; 东南亚部分国家禁止跨境传输物流数据; 中国实行数据分类分级管理; 而针对跨境电商场景的数据规则尚未统一, 信息孤岛现象削弱了供应链的实时响应与协同能力[11]。同时, 企业间的数据壁垒也十分明显, 据艾瑞咨询《2024 跨境电商平台数据生态报告》统计, 平台型跨境电商(如亚马逊、阿里巴巴国际站)掌握着 70%以上的用户数据和交易数据, 但出于竞争考虑, 拒绝向第三方卖家开放核心数据, 最终形成“平台垄断数据、卖家无数据可用”的孤岛格局。另一方面, 数据价值释放受限于企业治理能力不足, 难以将数据转化为核心竞争力。新质生产力要求数据从“资源”转化为“资产”, 但多数跨境电商企业缺乏数据治理的意识和能力。例如, 广州某主营家居用品的跨境电商企业, 年交易数据量达 500 GB, 涵盖订单、物流、用户评价等 10 余类数据, 但因未建立统一的数据标准, 数据混乱无法整合。同时, 企业未配备专业数据分析师, 仅靠运营人员用 Excel 简单筛选数据, 导致企业数据处于“零散存储、无法复用”状态, 无法挖掘数据价值。

3.3. 生态层面：协同不足与支撑体系滞后

新质生产力赋能跨境电商需要技术服务商、电商企业、供应链主体形成协同生态, 但当前各主体间协同机制缺失, 且支撑体系(尤其是人才)滞后, 严重制约生态效能。从协同机制看, 各主体多处于“各自为战”状态, 缺乏统一的协同平台和利益共享机制。例如, 技术服务商在开发产品时, 往往仅关注技术功能, 未结合跨境电商的实际需求——2023 年杭州某技术公司推出的 AI 选品系统, 虽能分析亚马逊热销品类, 却未考虑大件产品海运成本和清关难度, 误选了一款“热销但需特殊清关”的羽绒服, 货物到美国后因未办理 FDA 认证被扣押, 损失超 80 万元。同时, 供应链主体(如海外仓、物流商)与电商企业、技术服务商的数据也未打通, 海外仓无法将实时库存数据同步至电商企业的销售系统, 导致电商企业“超卖”。从支撑体系看, 仍存在引进与使用相脱节的问题, 人才供应滞后性凸显: 一方面, 教育培训体系滞后, 现行教育机制往往侧重于传统国际贸易或电子商务知识的理论传授, 而针对跨境电商这一新兴领域的专业课程设置和授课内容相对滞后。另一方面, 高等院校在人才培养过程中, 与跨境电商之间缺乏紧密的协同合作, 这直接导致教学内容与行业实际需求出现脱节。当前, 跨境电商亟需的是兼具丰富实践经验、且能快速适配新技术应用的复合型人才, 而现有的人才储备往往缺乏专业素养和实操能力, 难以满足企业要求[12]。

3.4. 政策层面：制度保障与监管适配性不够

适配新质生产力的政策支持和监管体系, 未能跟上跨境电商发展节奏。在政策保障层面上, 专项扶

持政策碎片化,缺乏系统性设计。当前适配新质生产力的扶持政策,多分散于地方“数字经济补贴”、“技术改造资金”等通用类政策中,与跨境电商相关的电子认证、在线交易和跨境支付等方面的标准规范尚未建立。且补贴条件普遍严苛,据商务部《2024 跨境电商政策实施评估报告》,多数要求企业年营收超千万元、技术投入占比达标,导致 80%以上的中小跨境电商企业被排除在外,无法获取技术升级所需资金。同时,政策协同性差,企业申请技术相关补贴时,需向商务、科技、税务等多部门重复提交材料,流程繁琐且审批周期长,常错过技术部署的关键窗口期。在监管适配性上,突出矛盾是规则空白与方式滞后。针对跨境直播电商、AI 生成内容营销等新兴模式,现行《电子商务法》《跨境电子商务零售进口商品清单》等法规,未明确 AI 营销内容界定、跨境数据流动监管等新质生产力相关规则,企业面临“不知如何合规”的困境。同时,监管仍以“事后处罚”为主,未建立“事前政策引导、事中动态监测”的机制,企业在应用 AI 优化物流路线、区块链简化通关等技术时,因缺乏提前报备渠道和官方沟通路径,常因流程不明确导致运营风险,既制约技术应用探索,也增加合规成本。

4. 新质生产力赋能跨境电商高质量发展的路径选择

为破解新质生产力赋能跨境电商的现实困境,需从技术、数据、生态、政策四大维度精准发力,打通新质生产力与跨境电商的融合堵点,推动行业实现高质量发展,具体路径如下。

4.1. 技术赋能路径:降低应用门槛,强化自主创新

技术赋能需从“降成本”和“强自主”双轨发力,破解跨境电商技术应用困境。一方面,要推动技术供给侧轻量化转型,降低中小企业应用门槛。政府可通过专项资金引导技术服务商,针对中小跨境电商的需求和成本承受力,开发模块化、按需付费的“轻量化”解决方案——例如将 AI 选品系统拆解为“市场分析”“竞品监测”“库存预警”等独立功能模块,企业按使用频次付费,单模块月均成本控制在千元以内;同时支持行业协会搭建技术共享平台,整合 AI 客服、区块链溯源等通用技术资源,中小企通过平台共享使用,大幅降低硬件采购和维护成本,提升技术应用率。另一方面,需聚焦核心技术自主可控,构建产业赋能生态。这需要鼓励大型企业发挥资金、人才与研发优势,聚焦关键核心技术攻关,在高端芯片、工业软件、人工智能算法等“卡脖子”领域加大研发投入,突破技术壁垒,提升自主可控能力。同时引导大型企业从“自身创新”向“生态赋能”延伸,将自身成熟的技术体系、研发经验转化为可对外输出的技术服务能力,通过搭建产业协同平台、开放技术接口等方式,为产业链上下游的中小企业提供技术支持,形成“大企业引领创新、中小企业协同发展”的产业格局。

4.2. 数据赋能路径:完善规则体系,提升治理能力

数据赋能的核心是打通“流通堵点”与“转化难点”,释放数据要素价值。在数据流通层面,需构建适配跨境场景的规则体系[13]。一是由国家层面推动建立跨境电商数据跨境流通“白名单”制度,明确非敏感数据(如商品交易数据、物流状态数据)的流通标准,与欧盟、东南亚等主要贸易伙伴开展数据规则互认谈判。针对欧盟,聚焦其对敏感数据的严格管控,优先将非敏感信息数据纳入“白名单”,在谈判中明确数据匿名化处理标准,简化合规流程;针对东南亚,结合其数据监管政策分散的特点,将跨境订单数据、用户非隐私消费偏好数据纳入范围,同步协助建立区域统一数据标准,为后续全域互认奠定基础。二是规范平台型企业数据开放义务,通过立法明确亚马逊、阿里国际站等平台需向第三方卖家开放关键词排名、用户点击转化率等核心运营数据,保障中小卖家获取公平的数据使用权益,降低“盲选品”试错成本。在数据价值转化层面,需引导企业提升数据治理能力。政府可联合行业协会开展数据治理专项培训,针对跨境电商企业常见的数据口径混乱、存储分散等问题,制定《跨境电商数据治理指南》,明确

订单、物流、用户反馈等数据的统一统计标准。同时支持第三方机构为中小企提供轻量化数据治理服务，帮助企业搭建简易数据整合平台，实现数据的分类存储与关联分析；此外，鼓励企业引入基础数据分析师岗位，通过补贴薪资、开展校企合作定向培养等方式，解决企业“不会用数据”的问题，让数据真正成为选品、运营的决策支撑。

4.3. 生态协同路径：构建联动机制，补齐人才短板

生态协同需打破主体壁垒、补齐人才缺口，形成“技术－电商－供应链”联动发展格局。在协同机制构建上，要搭建多方联动的合作平台。由政府或行业协会牵头，建立“跨境电商企业＋技术服务商＋供应链主体”协同联盟，明确各方权责与利益分配规则——技术服务商需根据跨境电商的实际场景定制技术工具，避免“闭门造车”；海外仓、物流商需与电商企业打通数据接口，实时同步库存、物流状态数据，杜绝“超卖”“库存积压”等问题，推动三方从“各自为战”转向“利益共享、风险共担”的共同体，提升生态整体效率。在人才培养上，需打造“产学研用”一体化的复合型人才供给体系。针对“懂技术＋懂跨境”的人才缺口，推动高校优化跨境电商专业课程设置，将AI选品、跨境数据合规、智能物流调度等新质生产力相关内容纳入核心课程；同时要加强跨境电商企业与高校、职业院校的产教融合[14]，与技术服务商共建实训基地。企业提供真实业务场景，高校按企业需求定制培养方案，实现“在校学习－企业实训－就业上岗”无缝衔接。此外，针对企业“招不到、留不住”核心人才的问题，政府可对企业引进的技术运营、数据合规等高端人才给予安家补贴，降低企业用人成本，缓解人才供需错配，为生态协同提供人力支撑。

4.4. 政策保障路径：优化扶持体系，创新监管模式

政策保障需从“精准扶持”和“科学监管”两端发力，为新质生产力应用保驾护航。在扶持体系优化上，要构建靶向明确、流程简化的政策框架。一是出台跨境电商新质生产力专项扶持政策，取代当前分散的通用补贴，重点对企业技术改造、数据治理平台搭建、协同生态参与等场景给予补贴，降低中小企准入门槛。二是建立“一站式”政策申报平台，整合商务、科技、税务等部门的补贴申请通道，企业一次提交材料即可跨部门审批，将审批周期从3个月缩短至1个月内，避免错过技术部署窗口期。在监管模式创新上，需建立“包容审慎”的动态监管机制。针对跨境直播电商、AI生成内容营销等新兴模式，由监管部门联合行业协会制定《跨境电商新质生产力应用合规指引》，明确AI营销内容界定标准、跨境数据流动边界等，为企业提供清晰的合规依据；同时改变“事后处罚”的传统模式，建立“事前引导＋事中监测”体系——事前通过举办合规培训、开通咨询热线，提前告知企业技术应用的备案流程和注意事项；事中利用大数据监测企业运营数据，对潜在合规风险实时预警，引导企业整改。通过“疏堵结合”的监管方式，既降低企业合规风险，也为新质生产力在跨境电商领域的应用探索留足空间。

5. 结语

在当今全球经济一体化的浪潮中，跨境电商行业面临前所未有的机遇与挑战。随着科技革命的加速和市场环境的不断变化，新质生产力以其数字化与智能化技术重构跨境电商全链路效率，通过数据要素化构建跨境电商新型协作关系，依托绿色技术推动跨境电商可持续发展转型，成为跨境电商实现高质量发展的重要驱动力。然而当前赋能过程仍面临着技术层面的应用瓶颈与自主可控不足；数据层面的流通障碍与价值释放受限；生态层面的协同不足与支撑体系滞后；政策层面的制度保障与监管适配性不够等现实阻碍。因此，需从四维度精准发力：技术端推动轻量化应用与产学研协同创新，数据端构建流通规则与提升企业治理能力，生态端搭建协同联盟并完善人才培养体系，政策端优化扶持与创新“包容审慎”

监管。未来，随着数字技术深化与全球规则融合，新质生产力将持续为跨境电商高质量发展提供新的动能和机遇。面对这一趋势，跨境电商应顺应时代发展之势，将新质生产力深度融入企业战略与运营流程之中，唯有如此，方能在激烈的市场竞争中保持优势，实现可持续发展，最终开拓更为广阔的发展前景。

参考文献

- [1] Porter, M.E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- [2] 洪银兴. 新质生产力及其培育和发展[J]. 经济学动态, 2024(1): 3-11.
- [3] United Nations Conference on Trade and Development (2023) *Digital Economy Report 2023* UNCTAD.
- [4] 王磊. 新质生产力赋能跨境电商高质量发展研究: 基于价值链重塑视角[J]. 湖北经济学院学报, 2024(5): 110-118.
- [5] Gereffi, G. (2005) *The Global Value Chain Perspective: A Primer*. Duke University Center on Globalization, Governance & Competitiveness.
- [6] 曲维玺, 王惠敏. 中国跨境电子商务发展态势及创新发展策略研究[J]. 国际贸易, 2021(3): 4-10.
- [7] 潘思捷. 经济全球化背景下跨境电商的发展趋势与机遇探讨[J]. 商展经济, 2024(19): 21-24.
- [8] 杨胜刚, 谢晋元, 成程. 跨境电商、供应链优化和企业国际化: 基于大数据文本分析的经验证据[J]. 国际贸易问题, 2023(10): 1-18.
- [9] 梁雅楠, 张成, 王小广. 以新质生产力赋能民营企业转型发展: 困境、溯源和对策[J]. 当代经济管理, 2024(12): 34-41.
- [10] 中国电子技术标准化研究院. 人工智能在跨境电商领域的应用成本研究报告[R]. 2024.
- [11] 葛欣. 新质生产力赋能跨境电子商务路径研究[J]. 营销届, 2025(5): 28-30.
- [12] 郑春花, 李志锋. 山西跨境电商企业的发展困境及对策研究[J]. 上海商业, 2023(11): 44-46.
- [13] 殷雪儿. 新质生产力与电子商务融合发展研究[J]. 商展经济, 2025(11): 65-68.
- [14] 吴淑芳. 新质生产力驱动下的电子商务高质量发展路径研究[J]. 现代商业, 2024(24): 72-75.