

跨境电商B2B平台的数字化演进与中小企业参与机制研究

王艺霖

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月22日; 录用日期: 2025年11月11日; 发布日期: 2025年12月3日

摘要

党的二十大报告提出要“加快建设贸易强国，推动数字贸易发展”，跨境电商因此成为推动我国外贸结构优化与中小企业国际化的重要路径。本文以跨境B2B平台为研究对象，梳理其数字化发展的阶段特征与功能演变，探讨数字化工具在降低交易成本、强化信用建设、拓展市场渠道和整合资源供给等方面的作用机制。研究表明，跨境B2B平台的演进呈现出由信息撮合向功能集成再到生态协同的阶段特征，数字化赋能显著改善了中小企业的市场进入条件与全球价值链嵌入程度。同时，平台治理逻辑体现出效率与合规之间的动态平衡，制度协同与技术创新成为平台可持续发展的核心驱动力。未来，应在政策、技术与生态三维度协同推进，通过完善治理体系与优化平台功能，为中小企业营造更加开放、透明且可持续发展的国际化发展环境。

关键词

跨境电商, B2B平台, 数字化赋能, 中小企业, 平台治理

The Digital Evolution of Cross-Border E-Commerce B2B Platforms and the Mechanism of SMEs' Participation

Yilin Wang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 22, 2025; accepted: November 11, 2025; published: December 3, 2025

Abstract

The report of the 20th National Congress of the Communist Party of China emphasized accelerating

文章引用: 王艺霖. 跨境电商 B2B 平台的数字化演进与中小企业参与机制研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 202-210. DOI: 10.12677/ecl.2025.14123846

the construction of a trade power and promoting the development of digital trade. Against this backdrop, cross-border e-commerce has become an important pathway for optimizing China's foreign trade structure and facilitating the internationalization of small and medium-sized enterprises (SMEs). This study focuses on cross-border B2B platforms, outlining their stages of digital development and functional evolution, and examining how digital tools contribute to reducing transaction costs, enhancing credit building, expanding market channels, and integrating resource supply. The results indicate that cross-border B2B platforms have evolved from information matching to functional integration and eventually to ecological collaboration. Digital empowerment significantly improves SMEs' market access conditions and their integration into global value chains. Meanwhile, the governance logic of such platforms reflects a dynamic balance between efficiency and compliance, with institutional coordination and technological innovation serving as the core driving forces for sustainable development. Looking forward, coordinated advancement in policy, technology, and ecosystem dimensions is essential to improving governance frameworks and optimizing platform functions, thereby creating a more open, transparent, and sustainable international environment for SMEs.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, B2B Platforms, Digital Empowerment, Small and Medium-Sized Enterprises, Platform Governance

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

党的二十大报告明确提出，要“加快建设贸易强国，推动数字贸易发展”，并强调要以数字化转型驱动外贸新优势的形成。近年来，商务部等部门先后出台《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》《数字中国建设整体布局规划》等政策文件，将跨境电商 B2B 模式视为推动外贸结构优化、支持中小企业出海的重要路径。在政策引导与制度供给的双重驱动下，跨境电商 B2B 正逐渐成为促进我国外贸稳增长和提升国际竞争力的重要力量。

随着全球数字经济的迅速扩张，电子商务 B2B 市场展现出强劲的增长潜力。AgileIntel Research 的预测表明，到 2026 年全球电子商务 B2B 规模将达到 36.2 万亿美元[1]。与此同时，我国作为全球最大的电子商务市场，跨境电商 B2B 出口规模也持续攀升。第三方机构测算表明，2022~2025 年间，我国跨境电商 B2B 出口的年均复合增长率有望保持在 15.6%，到 2025 年预计扩大至 6.9 万亿元[2]。

然而，跨境 B2B 平台的数字化发展快速推进的同时，也面临诸多挑战。一方面，智能推荐、数据治理、跨境支付等数字工具为企业拓展市场、构建信用体系提供新的机遇；另一方面，中小企业普遍存在资源有限、品牌影响力不足、合规压力较大的现实困境，导致其在平台生态中的参与程度存在明显差异。随着技术迭代和市场竞争的加剧，如何实现平台功能与企业需求的有效衔接，成为亟待解决的重要问题。

在此背景下，探讨跨境电商 B2B 平台的数字化演进逻辑及其对中小企业参与机制的影响，既具有重要的理论价值，也具有现实的政策意义。一方面，有助于深化对平台赋能中小企业国际化路径的理解；另一方面，可为平台治理优化和中小企业提升竞争力提供可行的参考。

基于此，本文将以跨境 B2B 平台为研究对象，梳理其数字化发展的阶段特征，分析数字化工具在降低交易成本、强化信用建设、拓展市场渠道和整合资源供给等方面的作用机制，并结合人工智能、区块

链与虚拟展会等新兴趋势，评估未来发展中可能面临的机遇与挑战。研究旨在为跨境电商平台的制度建设与中小企业国际化发展提供理论支撑与实践启示。

2. 研究现状与问题

2.1. 跨境电商与企业国际化

现有研究普遍认为，跨境电商的兴起显著地推动了企业国际化进程。其核心作用在于通过数字化手段重构交易流程，降低信息搜寻成本与市场进入门槛，为企业特别是中小企业开拓海外市场提供了更加高效的路径[3][4]。相较于传统外贸模式，跨境电商以线上撮合、数据匹配和智能支付为特征，重塑了企业进入国际市场的成本结构与竞争逻辑。

在制度层面，跨境电商综合试验区的建设成为推动外贸结构优化与企业国际化的重要制度创新。研究表明，综试区通过通关便利、税收优惠和金融支持，优化了企业营商环境，促进供应链配置多元化与抗风险能力提升[5][6]。政策体系的持续完善，使企业在稳定外贸增长的同时，实现了数字化与国际化的协同推进。

跨境电商平台的数字赋能机制是企业国际化的重要中介。平台在交易撮合和服务集成中提升效率的同时，通过信用体系建设、品牌赋能和数据分析等功能，增强了中小企业的国际化能力与外部资源整合水平[7]。跨境电商的网络外部性为企业提供了新的社会资本基础，平台形成的关系网络和信任机制提升了企业在全球价值链中的嵌入深度与协同能力[8]。

总体来看，跨境电商的国际化效应体现为政策制度与平台机制的双重作用。国家层面的制度创新为企业提供外部支撑，平台的数字化功能强化了内生增长能力，二者共同推动我国企业国际化路径由“要素驱动”向“数字赋能”转型。

2.2. B2B 平台功能的演进

B2B 平台的发展经历了由信息撮合向全流程服务再到生态协同的演进过程，其核心特征在于数字化功能的持续扩展与价值创造逻辑的重构[9]。在早期阶段，平台的主要功能集中于供需信息匹配与交易撮合，数字化程度较低，企业间的交易关系以短期、低信任为主[10]。随着支付、物流、金融等服务的逐步嵌入，B2B 平台开始形成涵盖采购、结算、仓储与售后等环节的综合性服务体系，推动交易链条的数字化贯通[11]。

在这一过程中，平台的功能定位由“撮合者”转向“赋能者”。通过大数据分析、智能推荐和信用评价机制，平台实现了交易效率与信任机制的双重提升，为中小企业提供了更低成本、更高频次的国际化参与机会[12]。同时，平台通过整合上下游资源，构建以“平台 + 供应链 + 生态伙伴”为特征的协同网络，使服务边界从交易环节延伸至生产、融资与运营管理等领域[10]。

这一演进趋势不仅增强了平台的价值创造能力，也在一定程度上改变了企业的竞争逻辑。B2B 平台从单纯的交易渠道转变为数字基础设施，成为推动中小企业转型升级和重塑产业组织方式的重要力量。平台的生态化发展使企业能够在数据共享、供应链协同与资源共创中实现更深层次的嵌入，从而拓展了参与全球竞争的新路径。

2.3. 中小企业的参与差异

中小企业在 B2B 平台中的参与表现出显著差异，这种差异不仅源于企业规模与产品特征，也与其数字化能力、资源禀赋及组织学习水平密切相关[13]。不同地区和行业的中小企业在平台使用深度与服务依赖度上存在显著分化，数字化基础设施和经营管理能力成为影响其平台参与程度的关键因素[14]。

B2B 平台通过信息服务与竞争情报功能,有助于弥补中小企业在信息获取和市场判断方面的不足。相关研究指出,平台提供的市场数据、客户信用和行业情报支持,能够提升企业应对外部不确定性的能力,改善其市场决策效率[15]。这使得中小企业能够在资源受限的情况下,通过平台实现更精准的市场匹配与策略调整,从而提升竞争敏感度与外向型灵活性。

尽管如此,中小企业在品牌建设、信用积累和合规管理方面仍存在结构性短板。研究发现,资源约束与制度适应能力不足,使部分企业在平台生态中的嵌入深度有限[16]。在跨境 B2B 场景下,这种限制更为明显,企业在国际规则理解、数据合规和信用建设等方面的能力差异,决定了其能否持续利用平台实现国际化拓展[14]。

国际经验表明,中小企业在平台化进程中的参与差异具有普遍性。Oclloo 的研究显示,B2B 电子商务的采用程度与企业竞争优势密切相关,但这一关系受到组织资源、技术能力及外部环境的共同影响[17]。类似的规律也出现在国内研究中,表明中小企业的数字化嵌入路径具有明显的阶段性与资源依赖特征。

总体来看,B2B 平台在降低交易门槛与拓展市场空间的同时,也放大了企业间在资源禀赋、数字能力与制度适应上的差距。平台赋能的效果因此呈现差异化,体现出中小企业在资源约束、能力积累和制度适应过程中的演进逻辑。

2.4. 平台治理与制度挑战

跨境电商规模的扩大使平台治理与监管问题日益突出。交易真实性难以验证、商品质量风险与信息追溯不足,是制约跨境 B2B 平台可持续发展的关键因素[18]。跨境交易的虚拟性与制度差异使传统监管体系难以覆盖,治理在对象界定与责任划分上面临挑战。

平台治理的核心在于效率与合规的平衡。数字化技术提升了撮合效率与市场透明度,但同时要求强化数据安全和合规审查。如何在防范风险与保持创新之间实现平衡,成为平台治理体系的关键课题。

制度差异导致平台治理效果存在区域分化。东部地区在监管协同和制度创新方面具有先发优势,而中西部地区因政策执行力不足和资源有限,平台生态扩张受到制约[19]。制度适配性成为影响平台长期发展的重要变量。数字化技术为治理创新提供新工具。人工智能与区块链推动监管由静态审批向动态监测转变,风险预警和信用追溯效率显著提升[20]。社会共治机制正在成为治理体系的重要组成部分。研究认为,引入消费者反馈和声誉评价机制能有效约束商家行为,提升交易诚信度,形成以平台、商家与消费者为主体的多元互动结构[21]。

跨境 B2B 平台的治理正在由单一监管向制度协同与技术赋能并重的方向演进。制度协调、技术创新与社会参与的共同推进,是实现效率提升与风险防控平衡的关键。

2.5. 研究不足与拓展方向

尽管现有研究在跨境电商与 B2B 平台方面已取得较多成果,但仍存在不足。其一,研究多集中于宏观政策和市场规模,对平台数字化演进如何影响中小企业参与缺乏系统分析;其二,对中小企业差异化嵌入的微观机制探讨不足,尤其是资源约束、信用积累与合规适应等问题关注不够;其三,对于人工智能、区块链、虚拟展会等新兴技术如何重塑 B2B 平台功能与治理逻辑的前瞻性研究仍较为薄弱。这些不足为本文的研究提供了切入点和深化空间。

3. 理论基础与分析思路

3.1. 理论基础

在探讨跨境 B2B 平台数字化发展及其对中小企业参与的影响时,可从交易成本理论、资源基础理论、

平台生态理论与制度理论四个视角加以阐释。

1) 交易成本理论

交易成本理论最早由科斯提出,并由威廉姆森加以系统化,强调市场交易除价格外还存在搜寻、谈判、监督与履约等成本。该理论认为,企业的组织边界取决于在市场交易与内部管理之间的成本比较[22][23]。在跨境场景下,这些成本因空间距离、制度差异而更高。B2B 平台的数字化工具,如大数据撮合、智能推荐、在线合同与跨境支付系统,能够在一定程度上降低交易成本,减少信息不对称和履约风险,从而提升中小企业进入国际市场的可行性。

2) 资源基础理论

资源基础理论由巴尼提出,认为企业的竞争优势取决于其拥有的稀缺性、不可模仿性与难以替代的资源。内部资源(如技术、人力、品牌)与外部网络资源的整合能力,是企业持续竞争力的关键[24]。对中小企业而言,其资金、品牌与技术积累往往有限。B2B 平台通过提供信用保障、竞争情报和供应链协同,帮助中小企业获取外部资源,弥补内生性不足。平台数字化程度越高,这种外部资源整合功能越突出。

3) 平台生态理论

平台生态理论源于生态系统理论,摩尔认为平台不仅是交易场所,更是由多主体互动、共同创造价值的复杂生态系统。平台通过规则设计、资源整合与信任协调,连接供给端与需求端,形成开放共生的网络结构[25]。在跨境 B2B 平台中,平台方、供应商、买家、物流与支付服务商共同构成生态网络。平台的数字化演进推动生态关系从交易导向转向协同导向,重塑了中小企业在国际分工体系中的嵌入路径。

4) 制度理论

制度理论由迪马吉欧与鲍威尔提出,强调制度环境对组织行为的约束与塑造作用。组织在面对不确定性时,会通过模仿、规范与强制三种同构机制来获得合法性[26]。跨境 B2B 平台需要在不同国家和地区的制度差异下运行,涉及信用规则、合规要求和数据治理等方面。中小企业的参与不仅受市场逻辑驱动,也受到制度逻辑约束。数字化治理机制能否有效嵌入监管框架,直接决定企业参与的稳定性与可持续性。

3.2. 分析思路

基于上述理论,本文的分析思路可以概括为以下几个方面:

首先,梳理跨境 B2B 平台数字化发展的阶段性特征,揭示其由信息撮合向综合服务,再向生态系统演化的逻辑。

其次,分析平台数字化工具在降低交易成本、强化信用建设、拓展市场渠道和整合资源供给方面的作用机制,阐明其如何影响中小企业的国际化路径。

再次,结合中小企业在资源禀赋、信用积累和合规适应上的差异,探讨企业在平台生态中的嵌入程度和实现方式,揭示数字化发展与企业参与之间的互动关系。

最后,评估制度与治理因素对平台与企业互动的制约,并结合人工智能、区块链、虚拟展会等新兴趋势,展望跨境 B2B 平台未来可能的演进方向及其对中小企业国际化的潜在影响。

4. 跨境 B2B 平台的数字化发展阶段与特征

跨境 B2B 平台的数字化发展并非一蹴而就,而是伴随市场需求、技术条件与制度环境的变化逐步演进。总体来看,其发展大致经历了由信息撮合到功能集成,再到生态协同的三个阶段,每一阶段均体现出不同的运行逻辑与核心特征,构成了平台数字化演进的基本路径。

4.1. 信息撮合阶段

在早期阶段,跨境 B2B 平台主要以信息发布与撮合为核心功能,侧重为供需双方提供产品目录、价格信息与联系方式。这一时期的数字化水平有限,平台的角色更接近于“电子黄页”,交易环节高度依赖线下沟通与线下履约。其特征表现为信息聚合能力突出,但交易闭环不完善,信用保障与风险控制机制薄弱,中小企业更多依赖低成本的信息扩散进入国际市场。

4.2. 功能集成阶段

随着支付、物流与金融服务的逐步嵌入,B2B 平台逐渐实现从信息撮合到交易闭环的转型。平台通过在线支付、跨境物流跟踪、合同履行保障以及供应链金融产品,为企业提供覆盖交易全过程的服务。在这一阶段,数字化特征表现为服务链条延伸与功能整合。对中小企业而言,平台不仅是市场信息渠道,也是进入国际市场的“综合服务商”,能够降低跨境交易过程中的制度性成本与运营风险。

4.3. 生态协同阶段

近年来,跨境 B2B 平台进入以生态构建为导向的阶段。借助人工智能、大数据与区块链等新技术,平台不仅提供交易与服务,更通过生态伙伴网络实现资源整合与价值共创。其主要特征在于:一是通过智能推荐与精准营销提升交易效率;二是通过信用体系与数据追溯增强信任机制;三是通过线上展会、社交媒体嵌入与 SaaS 工具形成企业多维度参与渠道。对中小企业而言,这一阶段提供的不仅是交易与服务,还包括能力赋能与生态嵌入,帮助其突破传统资源约束,进入更广阔的国际市场。

4.4. 阶段比较与趋势启示

纵向比较三个阶段,可以发现跨境 B2B 平台数字化发展的核心逻辑在于“由信息单点供给向服务闭环,再向生态协同”不断演进。信息撮合阶段注重“有无”,功能集成阶段强调“完善”,生态协同阶段追求“高效与共赢”。未来,随着人工智能、Web 3.0 与虚拟展会等新兴技术的应用,平台可能呈现以下趋势:其一,平台智能化水平进一步提升,推动交易撮合向个性化与预测性演化;其二,平台信用与合规体系趋向标准化与国际化,提升跨境交易的制度韧性;其三,平台与产业集群、供应链金融和数字贸易规则的联动更加紧密,为中小企业提供多层次、多渠道的国际化支持。

5. 数字化赋能与中小企业参与机制

跨境 B2B 平台的数字化进程不仅改变了交易方式,也深刻影响了中小企业的国际化路径。通过降低交易成本、强化信用建设、拓展市场渠道和整合资源供给,平台在多维度上推动中小企业嵌入全球价值链。

5.1. 成本降低机制

跨境交易长期面临信息不对称、履约难度大和中介费用高等问题。B2B 平台通过大数据撮合、智能推荐和在线合同管理,将信息搜寻与谈判环节数字化,显著降低了搜寻和议价成本。同时,跨境支付与数字化物流服务的应用减少了交易延迟与资金占用风险。对中小企业而言,这种成本降低直接提升了进入国际市场的可行性,使其能够以较低的边际成本扩展海外业务。

5.2. 信用增进机制

信用不足是制约中小企业参与国际市场的主要障碍。数字化平台通过建立买卖双方的履约记录与评价体系,形成可迁移、可量化的信用凭证,并借助区块链溯源、第三方认证与保险服务增强交易透明度。

信用体系的完善不仅提升了跨境交易的信任度，也为中小企业创造了融资便利条件。例如，平台生成的信用数据可以成为银行与金融机构开展贸易融资的重要依据，从而缓解中小企业的融资约束。

5.3. 市场拓展机制

传统中小企业的市场开拓往往受限于渠道、品牌与营销能力。跨境 B2B 平台的数字化功能，如多语种信息处理、精准算法推荐与社交媒体嵌入，能够帮助企业触达更广泛的海外客户群体。虚拟展会、在线直播和数字展陈带来了低成本的国际推广新模式，使企业能够突破地域限制，实现品牌曝光与客户积累。由此，中小企业在国际市场的可见度与竞争力得到显著增强。

5.4. 资源整合机制

中小企业在资金、技术与人才等方面普遍存在短板。数字化平台通过整合物流、支付、关检报税、法律合规和 SaaS 工具，形成“一站式”服务体系，缓解了企业单打独斗的困境。与此同时，平台通过生态伙伴网络实现供应链协同与资源共享，使中小企业能够获得接近大型企业的资源配置能力。这种资源整合不仅改善了运营效率，也提升了中小企业在国际市场中的可持续发展能力。

5.5. 综合分析

总体而言，跨境 B2B 平台的数字化赋能机制主要体现在四个方面：在交易层面，通过降低成本提升效率；在信用层面，通过数据化信任强化融资支持；在市场层面，通过数字营销拓展渠道；在资源层面，通过生态整合提升能力。这四种机制相互作用，构成了中小企业嵌入跨境电商生态的动态体系。然而，机制的发挥效果仍受企业自身数字化能力、平台治理水平和外部制度环境的影响。未来，应在政策与制度层面提供更完善的数字化支持与治理保障，以实现平台赋能与企业成长的良性循环。

6. 治理逻辑与未来趋势

跨境 B2B 平台的数字化发展不仅是技术进步的结果，也深受制度环境与治理逻辑的影响。随着跨境交易规模持续扩大，交易真实性、数据安全与合规管理等问题日益凸显。如何在促进创新与防范风险之间实现平衡，成为平台治理的重要议题。人工智能、区块链和大数据等技术的应用，也在推动治理模式的持续更新。

6.1. 治理逻辑的总体框架

平台治理的核心逻辑在于实现效率与合规的动态平衡。数字化手段的应用使交易撮合、支付结算、信用评估与物流追踪等环节显著提效，为企业尤其是中小企业提供了高效的国际市场接入机制。然而，跨境交易的复杂性决定了治理体系必须同时承担风险防控与合规审查职能。若监管不足，平台可能沦为欺诈与假冒行为的载体；若监管过度，则可能抑制创新、削弱中小企业的市场活力。有效的治理体系应当在风险可控与创新激励之间找到平衡点。一方面，需要通过规则明确化与技术透明化强化市场纪律；另一方面，也应保障企业的灵活参与空间，形成兼顾包容性与可持续性的治理格局。平台治理的目标不仅是维护秩序，更是构建开放、包容与可持续的数字贸易生态。

6.2. 治理体系的结构构成

6.2.1. 制度约束与协同需求

跨境交易涉及海关、税收、外汇、产品标准和数据合规等多维度制度约束。由于不同国家和地区在监管标准与执行上存在差异，中小企业在跨境参与过程中往往面临较重的合规负担。在此背景下，制度

协同成为平台治理优化的关键方向。纵向上，应通过国家层面的统一规则制定与地方层面的差异化试点相结合，实现标准化与灵活性的统一；横向上，应推动海关、税务、市场监管和金融等部门与平台、金融机构以及第三方服务商之间的数据共享和联合监管，提高治理透明度与执行力。通过构建跨层级、跨领域的协同体系，平台治理才能兼顾合规要求与发展弹性。

6.2.2. 技术赋能下的治理创新

数字化技术的应用为平台治理提供了新的工具与路径。人工智能风控模型能够实现交易过程的实时监测和异常识别，提升风险预警能力；区块链溯源与智能合约技术有助于强化商品信息与履约数据的可验证性，增强信用体系的透明度；跨境支付数字化与虚拟展会等新模式，则推动治理功能与交易服务的深度融合。这些创新手段不仅缓解了中小企业在合规和信用方面的压力，也为治理机制的精准化和可持续发展提供了条件。

6.3. 治理的未来发展趋势

跨境 B2B 平台治理正由制度协调向技术融合演进。

1) 智能化升级。平台将更多依赖人工智能与预测算法，实现撮合的个性化和前瞻性。

2) 制度国际化。跨境电商规则与信用标准有望逐步趋于统一，国际治理协同水平不断提升。

3) 生态融合。平台将与产业集群、供应链金融及数字贸易规则形成更紧密的联动，为企业提供多维度的国际化支持。

4) 合规数字化。合规流程将更加全面地嵌入平台运行，实现从事后监管向过程监管的转变。

制度协调与技术创新的协同，将成为跨境 B2B 平台治理的主线。通过制度规则的完善与数字化治理的深化，平台能够在效率提升与风险防控之间实现动态平衡，为中小企业创造更加透明、公正与可持续发展的国际化环境。

7. 结论与启示

本文以跨境 B2B 平台的数字化发展为研究对象，梳理了平台功能的演进特征，探讨了数字化工具在中小企业国际化过程中的作用机制，并分析了治理逻辑与未来发展趋势。研究表明，跨境 B2B 平台的发展具有阶段性特征，经历了由信息撮合到功能集成，再到生态协同的转变。数字化技术不仅提升了交易效率，也在信用建设、市场拓展和资源整合方面发挥了显著作用，从而推动中小企业逐步融入全球价值链。

从实践层面看，跨境 B2B 平台的数字化赋能在多个维度改善了中小企业的参与境况：通过降低交易成本提升市场进入的可行性，通过信用体系建设增强跨境交易的信任基础，通过多元渠道拓展扩大市场触达范围，并通过生态化服务体系缓解企业的资源短板。这些机制的综合作用，使得中小企业能够在国际市场中获得新的发展空间。然而，机制效能仍受到企业自身数字化能力不足、外部合规压力增大以及平台治理水平参差不齐等因素的制约。

从治理逻辑看，平台的可持续发展依赖于效率与合规之间的平衡。跨境交易的复杂性决定了平台必须在降低交易成本与防控风险之间进行动态调节。未来，制度与技术的双重塑造将成为平台治理的主线：一方面需要推动规则标准化与部门协同，降低中小企业的合规成本；另一方面要依托人工智能、区块链和大数据等技术工具，提高平台运行的透明度与可追溯性。

综合以上分析，本文提出以下几点启示：其一，平台建设应进一步强化数字化功能，推动由单一交易撮合向生态协同转型；其二，中小企业需提升自身的数字化应用与合规管理能力，主动融入平台生态；其三，政策层面应加快跨境规则的统一与监管协同，为企业营造透明、公正的制度环境。未来研究可结

合企业异质性与国际比较,进一步揭示不同企业在平台生态中的嵌入路径及其对全球市场适应性的影响。

参考文献

- [1] 商务部国际贸易经济合作研究院. “跨境电商 + 产业带”高质量发展报告[R]. 北京: 商务部国际贸易经济合作研究院, 2024.
- [2] 艾瑞咨询. 中国跨境出口 B2B 电商行业发展洞察[Z]. 北京: 艾瑞咨询, 2023.
- [3] 李小平, 余娟娟, 余东升, 吴俊豪. 跨境电商与企业出口产品转换[J]. 经济研究, 2023, 58(1): 124-140.
- [4] 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.
- [5] 徐乾宇. 跨境电商能否助力企业供应链配置多元化: 基于跨境电商综试区的准自然实验[J]. 世界经济研究, 2025(9): 120-134+137.
- [6] 徐保昌, 张善金, 李涵. 跨境电商综合试验区设立的企业国际化驱动效应研究[J]. 国际贸易, 2025(8): 47-60.
- [7] 金泉, 苏庆新. 跨境电商平台赋能中小企业国际化的机制研究[J]. 国际贸易, 2022(10): 68-76.
- [8] 严子淳, 王伟楠, 李欣, 陈劲. 企业国际化扩张中的跨境电商平台利用——基于社会网络的研究[J]. 南开管理评论, 2021, 24(6): 140-152.
- [9] 田敏, 张闯, 斯浩伦. B2B 电商平台: 研究现状、分析框架与未来研究方向[J]. 管理现代化, 2024, 44(3): 181-193.
- [10] 黄婷. 基于“平台 + 配送”视角的快速消费品 B2B 平台电商发展模式形成与选择研究[D]: [硕士学位论文]. 郑州: 郑州大学, 2018.
- [11] 孙亮, 张琰. 基于 B2B 模式创新的中小企业转型升级研究[J]. 东南大学学报(哲学社会科学版), 2014, 16(S2): 30-32.
- [12] 徐苗倩, 杨奎奇. 淮海经济区 B2B 平台经济发展优势与趋势——以 1688 平台为例[J]. 江苏师范大学学报(自然科学版), 2024, 42(1): 20-26.
- [13] 胡芳, 徐赟, 詹敏学, 李大鹏. 中小企业 B2B 电子商务使用行为的探索性研究[J]. 系统管理学报, 2017, 26(3): 473-484.
- [14] 孟祥铭, 王俊杰. 基于自贸区辽宁中小企业跨境电商 B2B 应用研究[J]. 辽宁工业大学学报(社会科学版), 2018, 20(2): 39-41.
- [15] 宋新平, 梅强, 田红云, 谢振宇. 基于 B2B 平台的中小企业竞争情报服务模式研究[J]. 情报杂志, 2010, 29(4): 75-79.
- [16] 陈万灵, 王斐. 参与跨境电商平台如何影响企业出口策略?——基于 B2B 平台多样性视角[J]. 国际商务研究, 2025, 46(2): 16-33.
- [17] Ocloo, E.C. 加纳制造型中小企业 B2B 电子商务采用程度及其对竞争优势的影响研究[D]: [博士学位论文]. 镇江: 江苏大学, 2019.
- [18] 张顺, 费威, 佟烁. 数字经济平台的有效治理机制——以跨境电商平台监管为例[J]. 商业研究, 2020(4): 49-55.
- [19] 禹淼. 跨境电商平台生态扩张与区域产业升级的制度适配性研究——基于平台权力与产业政策协同视角[J]. 中国经贸导刊, 2025(16): 142-144.
- [20] 饶叶玲, 罗震东. 数字化转型与深度扩散: 基于 B2B 电商企业的长三角产业空间演化研究[J]. 城市规划学刊, 2021(3): 82-89.
- [21] 王丹丹, 营利荣, 付帅帅. 考虑消费者反馈共治的跨境电商平台商家信用监督治理[J]. 计算机集成制造系统, 2023, 29(3): 989-1000.
- [22] Coase, R.H. (1937) The Nature of the Firm. *Economica*, 4, 386-405. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>
- [23] Williamson, O.E. (1985) The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting. Free Press.
- [24] Barney, J. (1991) Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- [25] Moore, J.F. (1993) Predators and Prey: A New Ecology of Competition. *Harvard Business Review*, 71, 75-86.
- [26] DiMaggio, P.J. and Powell, W.W. (2000) The Iron Cage Revisited: Isomorphism in Organizational Fields. *Advances in Strategic Management*, 48, 147-160.