

# 金融赋能视角下电商经济数字化转型的逻辑与路径

吴腾威\*, 罗利平

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年11月12日; 录用日期: 2025年11月24日; 发布日期: 2025年12月29日

## 摘 要

在数字经济深度发展与新质生产力加速崛起的双重驱动下, 电商经济已从规模扩张进入质量提升的关键阶段, 数字化转型成为突破增长瓶颈、重构产业价值的核心引擎。数字金融作为电商数字化转型的重要支撑, 通过移动支付、智能信贷、跨境结算、供应链金融等工具, 为电商全链路资金流优化、风险控制与生态协同提供关键保障, 与数字技术共同构成转型的“双轮驱动力”。本文基于技术赋能、金融支撑与产业变革的三重视角, 系统分析电商经济数字化转型的内在逻辑, 梳理“基础设施数字化-业务流程智能化-生态体系协同化”的转型路径, 重点补充跨境电商与农村电商两大细分领域的转型特征及金融适配实践, 剖析当前面临的数据安全、技术适配、人才短缺及金融服务不均衡等核心挑战, 并从技术创新、生态构建、政策保障与金融赋能四个维度提出优化建议, 为电商行业高质量发展提供理论参考。

## 关键词

电商经济, 数字化转型, 数智赋能, 数字金融, 跨境电商, 农村电商

# The Logic and Paths of the Digital Transformation of the E-Commerce Economy from the Perspective of Financial Empowerment

Tengwei Wu\*, Liping Luo

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 12, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 29, 2025

\*通讯作者。

文章引用: 吴腾威, 罗利平. 金融赋能视角下电商经济数字化转型的逻辑与路径[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 5064-5072. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124461

## Abstract

Under the dual impetus of the in-depth development of the digital economy and the accelerated rise of new quality productive forces, the e-commerce economy has entered a critical phase of quality improvement from scale expansion. Digital transformation has become the core engine to break through growth bottlenecks and reconstruct industrial value. As an important support for the digital transformation of e-commerce, digital finance provides key guarantees for the optimization of capital flow, risk control and ecological coordination of the entire e-commerce chain through mobile payment, intelligent credit, cross-border settlement, supply chain finance and other tools, and together with digital technology forms the “dual-wheel driving force” of transformation. Based on the triple perspectives of technological empowerment, financial support and industrial transformation, this paper systematically analyzes the inherent logic of the digital transformation of the e-commerce economy, sorts out the transformation path of “digitalization of infrastructure-intelligence of business processes-coordination of ecological systems”, focuses on supplementing the transformation characteristics and financial adaptation practices of two key segments: cross-border e-commerce and rural e-commerce, and examines the core challenges currently faced, such as data security, technology adaptation, talent shortage and unbalanced financial services. Furthermore, it puts forward optimization suggestions from four dimensions: technological innovation, ecological construction, policy support and financial empowerment, aiming to provide theoretical reference for the high-quality development of the e-commerce industry.

## Keywords

E-Commerce Economy, Digital Transformation, Digital and Intelligent Empowerment, Digital Finance, Cross-Border E-Commerce, Rural E-Commerce

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

随着数字技术与实体经济深度融合,电子商务已成为国民经济增长的核心动力。据国家统计局 2025 年 2 月发布的《2024 年国民经济和社会发展统计公报》,2024 年中国网上零售额约 15 万亿元,同比增长 7.2%,连续 12 年稳居全球第一大网络零售市场;其中实物商品网上零售额约 13 万亿元,增长 6.5%,占社会消费品零售总额的比重为 26.8%,既凸显行业规模优势,也暗含传统模式的转型需求[1]。

但传统电商面临同质化竞争加剧、供应链响应滞后等痛点:传统电商企业平均库存周转天数达 45 天(较数字化转型领先企业高出 22 天),消费者对个性化服务的满意度仅 62% (远低于智能推荐模式的 85%),表明数字化转型已从“可选”变为“必选”[2]。

当前电商数字化转型以 AI、大数据等技术为核心支撑,数字金融同步赋能,在跨境与农村电商中成效显著:海关总署 2025 年 6 月核实数据显示,2024 年跨境电商进出口总额 2.71 万亿元(增长 14%),出口首破 2 万亿元[2];2024 年农村网络零售额、农产品网络零售额增速分别达 6.4%、15.8%,均高于网上零售额总体增速[3] [4]。

本文将从技术赋能、金融支撑等维度解析转型逻辑,梳理“基础设施数字化-业务流程智能化-生态体系协同化”的三阶路径,剖析挑战并从三个维度提出建议,为行业发展提供理论参考。

## 2. 文献综述

围绕电商经济数字化转型, 现有研究多从多维度展开且成果颇丰, 数字金融相关研究也逐步从“工具应用”向“生态协同”深化。

技术层面, 学界普遍关注数字化对电商产业效率的提升作用。袁淳通过实证研究证实, 数字化转型能够通过数据整合优化产业链协同模式, 为电商从需求预测、库存调配到物流配送的全链路运营优化提供了核心理论支撑[5]; 宋虹桥进一步从新质生产力视角切入, 揭示了数字技术与实体经济深度融合破解电商增长瓶颈的内在机理, 为本文解析转型逻辑提供了重要理论依据[6]。在细分领域, 张鑫针对中小跨境电商的发展痛点, 系统梳理了其在技术适配、合规运营等方面的核心问题, 并提出了针对性解决方案[7]; 林芷瑶基于跨境电商综合试验区的准自然实验数据, 验证了制度型开放对企业数字化转型的促进作用, 为跨境电商全链路数字化的制度保障提供了实证参考[8]。

金融层面, 研究主要围绕金融赋能跨境电商展开深度探索。杨晨辰直接聚焦金融赋能跨境电商的核心命题, 为本文金融支撑维度的研究提供了直接参考[9]; 彭红丹等深入剖析了金融体系赋能跨境电商发展的理论逻辑与实现路径, 为金融服务与跨境电商场景的深度融合提供了系统性思路[10]; 车丽波进一步梳理了数字金融赋能跨境电商的现实困境与突破方向, 强调金融服务需适配电商“轻资产、高波动”的经营特征, 通过产品创新缓解中小电商“技术投入高 + 融资难”的双重压力[11]。

综上所述, 现有研究中虽已认识到两者重要性, 但对“技术”与“金融”如何通过微观机制产生协同效应缺乏系统阐释, 缺少从金融视角补充的“技术 + 金融”协同路径, 其在农村电商等细分领域的金融适配细节探索不足, 未能形成针对性解决方案, 本文对电商数字化转型逻辑、路径与实践展开叙述, 补充上述研究空白, 为电商经济高质量转型提供更全面的理论与实践参考。

## 3. 电商经济数字化转型的内在逻辑

### 3.1. 技术赋能 + 金融支撑：双轮驱动重构电商底层架构

在电商经济数字化转型中, “技术赋能”与“金融支撑”并非孤立的双轮, 而是通过“数据互通 - 风险共控 - 价值共创”的三层交互机制形成动态耦合, 最终产生“1+1>2”的协同效应, 推动电商从“规模扩张”向“质量提升”跨越。

#### 3.1.1. 基础层：数据互通机制——技术为金融提供“可信数据源”，金融为技术明确“数据需求导向”

技术的核心价值在于打破信息壁垒, 为金融服务提供多维度、高可信度的数据源; 而金融的需求则反向引导技术的研发与应用方向, 避免技术陷入“数据孤岛”。技术为金融供给“动态化、场景化数据”传统金融服务依赖静态的财务报表、抵押物等信息, 难以适配电商“轻资产、高波动”的经营特征。而 AI、大数据、物联网等技术通过三类数据重构金融信息基础:

经营行为数据: AI 客服记录的消费者反馈、大数据追踪的订单波动, 可实时反映电商经营稳定性; 物流场景数据: 物联网设备采集的库存周转率、配送准时率, 可动态反映电商资金流动性; 产业特色数据: 针对农村电商, 物联网监测的农产品生长环境、区块链记录的种植周期, 可补充传统信用数据的不足。

#### 3.1.2. 核心层：风险共控机制——技术降低金融服务“风险成本”，金融放大技术应用“风险收益”

风险是制约金融服务下沉(如中小电商、农村电商)的核心瓶颈, 技术通过风险识别、定价、缓释降低金融成本, 而金融通过风险收益的分配, 让技术应用具备可持续性。技术重构金融风险评估模型: 从“抵押物依赖”到“数据驱动”这是技术对金融最核心的改变, 具体体现为三个维度的升级:

评估维度扩展: 传统模型仅关注“资产负债表”, 技术驱动模型新增“行为维度”“场景维度”; 风险定价动态化: 传统模型采用固定利率, 技术支持的模型可根据实时风险调整定价, 跨境电商的“汇

率避险贷款”，AI 实时分析商家的外汇交易量、汇率波动敞口，当汇率波动幅度超过 5% 时，自动下调贷款利率 2 个百分点，平衡商家风险[3]；风险缓释工具创新：区块链的“不可篡改”特性为供应链金融提供“货权确权”，降低抵押风险。例如，阿里国际站的“区块链货权质押”，将跨境商品的物流信息、报关单上链，金融机构可直接依据链上信息放款，无需人工核验货权，使质押风险降低 40%。

金融放大技术的风险收益：让技术投入“有利可图”技术研发需高额成本，金融通过“风险收益共享”，让技术应用产生商业价值。

### 3.1.3. 增值层：价值共创机制——技术推动金融“场景化嵌入”，金融加速技术“全链路扩散”

二者协同突破单一环节的优化，推动电商从“交易平台”向“生态服务商”转型，实现全链路价值重构。技术推动金融“嵌入业务全流程”，从“事后服务”变为“事前赋能”传统金融是“电商有需求后再提供服务”，技术则让金融提前嵌入生产、流通、销售环节：

生产端事前赋能：AI 需求预测技术(如京东的“消费需求预测模型”，准确率 92%)为制造商提供订单预期，金融机构据此提前发放“订单贷”；流通端实时赋能：智能物流技术(如菜鸟的“智能分仓系统”)优化库存布局，金融机构同步提供“库存动态质押贷”；销售端精准赋能：AI 营销技术(如淘宝的“智能推荐系统”)提升转化率，金融机构配套“消费分期”工具。

成本分摊降低技术门槛：金融加速技术“向中小主体扩散”，从“头部独享”变为“普惠共享”技术初期多被头部电商垄断，金融通过“成本分摊”“收益共享”，让中小电商也能使用技术。

收益共享扩大技术覆盖：针对农村电商，金融机构将“技术使用效果”与贷款额度挂钩，如农户使用物联网监测设备后，若农产品品质达标率提升 20%，下次贷款额度可增加 30%，推动西部农村物联网设备普及率从 15% 提升至 40% [3]。

## 3.2. 需求倒逼：消费升级与市场竞争驱动“技术 + 金融”协同变革

消费升级倒逼电商优化供给，也推动金融服务场景化：消费者对配送时效、支付便捷性的需求，促使电商升级供应链(需供应链金融缓解资金压力)，同时嵌入消费金融工具(如分期付款)提升体验。跨境消费中，海外商品溯源、物流时效需求依赖数字化，跨境支付秒到账、关税分期等金融服务进一步优化体验；农村消费中，数字新农人通过直播展示农产品，“种植贷款 + 农产品保险”的金融组合则保障供给稳定。

市场竞争从价格战转向价值战，直播电商等新业态崛起，金融服务成为差异化补充：头部平台构建“电商 + 金融”生态(如自有支付、信贷产品)提升粘性；中小电商依赖第三方金融服务(如联合信贷)降低成本，形成“技术创新 + 金融适配”的竞争格局。

### 3.3. 产业协同：金融打通全链条价值重构通道

电商数字化转型是全链条协同变革，金融则是关键纽带。生产端，电商平台通过消费数据反向赋能制造业与农业，金融机构基于需求预测提供“订单贷”“预授信”——如制造商依靠预售数据生产，金融机构基于订单提供流动性支持；农业中，“种植贷 + 气象保险”保障农户收入。

流通端，智能供应链优化库存周转，供应链金融解决资金占用问题——通过“核心企业担保 + 物流数据质押”，为中小企业提供应收账款融资；跨境电商依托跨境供应链金融支持海外仓建设，农村电商通过农产品供应链金融缩短回款周期。

## 4. 电商经济数字化转型的核心路径

### 4.1. 第一阶段：基础设施数字化 + 金融基建同步

基础设施数字化需构建稳定数字底座，金融基建同步升级：硬件层面，部署 5G、智能终端等新型基

建, 配套农村助农取款点、海外仓支付终端; 软件层面, 搭建数据中台与业务中台, 同步建设数字支付系统、信用信息平台(整合电商与金融数据)、智能风控系统。此外, 数字人民币应用、跨境与农村移动支付升级, 进一步完善转型底座。

## 4.2. 第二阶段: 业务流程智能化 + 金融服务嵌入

业务流程智能化聚焦“降本增效”, 金融服务嵌入式优化资金流: 营销环节, 大数据精准铺货, 嵌入消费金融提升转化率; 供应链环节, 智能系统预测需求, 配套供应链金融缓解供应商资金压力; 物流环节, 智能设备保障履约时效, 金融服务(如物流贷款、保鲜险)降低风险; 服务环节, 智能客服全天候响应, 金融智能客服同步解答支付、信贷问题。

## 4.3. 第三阶段: 生态体系协同化 + 金融生态整合

生态体系协同化通过平台化构建产业生态, 金融生态整合强化粘性: 产业内部, 产业互联网平台连接上下游, 配套“产业链信贷”; 区域协同上, 电商打通城乡渠道, 金融推动城乡资金流动; 全球布局上, 跨境电商拓展新兴市场, 跨境金融适配本地支付与合规需求, 提供汇率避险工具。平台叠加金融优惠(如优质商家信贷降息), 强化生态粘性。

## 4.4. 细分领域转型实践: 跨境电商与农村电商的特色路径

### 4.4.1. 跨境电商: 以“合规筑基 + 金融破局”破解全链路数字化痛点

跨境电商的核心矛盾在于“全球链路长、合规要求高、资金流动复杂”, 其转型需以“技术打通跨境信息流/物流, 金融解决结算/融资/避险难题”为核心, 三阶段动作需与海关监管、国际支付规则深度适配。

#### 1、基础设施数字化阶段

此阶段需突破“跨境数据不通、物流时效低、支付结算难”三大痛点, 技术与金融基建需同步满足“监管合规”与“效率提升”双重需求:

##### 1) 技术基建: 构建“合规 + 效率”双导向系统

一是部署跨境 ERP(企业资源计划)一体化系统, 实现“订单 - 库存 - 物流 - 报关”数据互通; 例如, SHEIN 通过自研 ERP 系统, 将分散在 200+ 国家的订单数据与国内供应链数据实时同步, 报关效率提升 70%, 2024 年其跨境订单处理周期从 48 小时缩短至 12 小时。二是落地区块链溯源系统, 解决“正品认证”与“合规溯源”需求——阿里国际站 2024 年上线的“区块链跨境溯源平台”, 覆盖 3C、服装等 12 个品类, 消费者可实时查询商品生产地、报关信息, 假货投诉率下降 58%, 同时该系统数据与海关监管平台对接, 通关效率提升 40% [2]。

##### 2) 金融基建: 搭建多币种支付与跨境清算网络

核心是解决“多币种兑换成本高、结算周期长”问题: 一是接入全球本地化电子钱包, 覆盖小众市场支付需求——2024 年亚马逊全球开店新增对东南亚 GrabPay、非洲 M-Pesa 的支持, 中小跨境电商通过这些钱包收款, 手续费从 5%~8% 降至 2%~3%, 结算周期从 7 天缩短至 T+1; 二是部署跨境结算智能系统, 自动匹配最优汇率与清算通道, 如 PingPong 推出的“智能汇率锁定”功能, 可根据实时汇率波动自动触发结汇, 2024 年帮助中小跨境电商减少汇率损失平均达 6.2%; 三是在海外仓配套金融终端, 实现“库存数据 - 融资额度”实时对接[2]。

#### 2、生态体系协同化阶段

此阶段突破单一企业转型局限, 通过平台化整合全球资源, 金融作为“纽带”实现跨境要素高效流动, 形成“订单 - 物流 - 资金 - 合规”的闭环生态:

##### 1) 生态主体协同: 整合全球服务资源

跨境电商平台牵头, 链接海外物流商、本地支付机构、合规服务商: 例如, 阿里国际站构建的“全球跨境生态联盟”, 整合 DHL (物流)、PayPal (支付)、德勤(合规)等 100+ 服务商, 商家可“一站式”获取物流折扣、合规咨询、本地营销资源; 针对新兴市场, 与本地服务商深度合作, 如在东南亚联合 Shopee、Lazada 搭建“本土运营中心”, 提供仓储、配送、售后一体化服务, 2024 年入驻商家的本地订单占比从 35% 提升至 60% [2]。

#### 2) 金融生态整合: 提供全周期跨境金融服务

一是推出“跨境金融一站式平台”, 整合结算、信贷、避险、保险服务: 如工商银行与京东国际合作的“跨境金融通”, 商家可在一个平台完成多币种结算、海外仓备货贷、汇率锁定、关税分期, 2024 年服务商家的跨境资金处理效率提升 50%; 二是推动“跨境信用互通”, 将国内电商信用与海外市场对接: 蚂蚁集团联合东南亚征信机构, 将国内商家的线上交易数据、信贷还款记录纳入东南亚信用评分, 帮助优质商家在当地获得低息贷款; 三是探索“数字人民币跨境结算”, 降低汇率兑换成本: 2024 年在粤港澳大湾区试点“数字人民币跨境电商结算”, 覆盖 1200 家企业, 结算成本从 0.5% 降至 0.1%, 结算时效从 T+3 缩短至 T+0 [2]。

#### 4.4.2. 农村电商: 以“基建下沉 + 特色金融”破解农产品上行瓶颈

农村电商的核心矛盾在于“基建薄弱、信用缺失、产业分散”, 其转型需以“技术补基建短板、金融适配农业特色”为核心, 三阶段动作围绕“农产品从田间到餐桌”的全链路展开, 突出“小农户对接大市场”的适配性。

##### 1、基础设施数字化阶段

此阶段需突破农村“物流最后一公里”“网络覆盖”“数据可信”三大瓶颈, 金融基建同步下沉, 为后续转型奠定基础:

##### 1) 技术基建: 聚焦“物流 + 溯源 + 网络”补短板

物流端, 构建“县域仓储中心 + 村级服务站”体系: 2024 年全国建成农村电商县级仓储中心 2800 个、村级服务站 5.6 万个, 实现“农产品集中分拣、统一配送”, 物流成本从占农产品售价的 35% 降至 20%, 损耗率从 25% 降至 8%。溯源与数据端, 部署“低成本农产品溯源设备”: 针对小农户, 推出“简易传感器 + 手机 APP”的轻量化方案, 实时采集农产品生长环境, 数据自动上传至区块链溯源平台, 2024 年该方案覆盖全国 2000 个行政村, 农产品溯源率从 15% 提升至 45%, 溢价空间平均增加 15%~20%。网络端, 加快农村 5G 覆盖, 2024 年农村 5G 网络覆盖率从 60% 提升至 85%, 为直播电商、智能物流提供网络支撑[3]。

##### 2) 金融基建: 下沉“支付 + 信用 + 服务”网络

支付端, 在村级服务站部署移动金融终端, 2024 年农村移动支付覆盖率从 70% 提升至 90%, 农户“足不出村”即可完成收付款、转账, 交易效率提升 60%。信用端, 搭建“农村电商信用平台”, 整合“线上交易数据 + 线下农业数据”: 将农户的拼多多/淘宝店铺销量、农产品种植面积、往年收成、合作社担保信息纳入信用评分, 形成“农村电商信用分”, 2024 年该平台覆盖全国 10 万个行政村, 为 300 万农户建立信用档案, 信贷获批率提升 25%; 服务端, 在县域设立“农村电商金融服务站”, 配备“金融专员 + 电商辅导员”, 提供信贷咨询、保险办理、数字技能培训, 2024 年全国建成此类服务站 8000 个, 累计培训农户超 500 万人次[3]。

##### 2、业务流程智能化阶段

此阶段通过技术优化农产品营销与品控效率, 金融工具适配农业“生产周期长、风险高”的特色, 解决“融资难、销售难、风险高”问题:

### 1) 运营与品控智能化：技术打通“产销对接”

营销端，推广“短视频 + 直播电商”模式，培育“数字新农人”：2024 年全国开展农村电商直播培训超 10 万场，培养农村直播达人 50 万名，农产品直播订单量增长 150%，直播转化率从 5% 提升至 12% [4]。品控端，利用 AI 视觉检测技术优化农产品分拣：在县域仓储中心部署 AI 分拣设备，通过摄像头识别农产品大小、色泽、瑕疵，自动分级，分拣效率提升 3 倍，分拣准确率从 80% 提升至 95%，帮助优质农产品实现“优价优卖”。

### 2) 金融服务精准嵌入：适配农业生产与销售周期

一是针对“生产资金短缺”，推出“种植贷 + 农资贷”：根据农产品生长周期设计贷款期限，以“预期收成”为质押，配套合作社担保，2024 年全国农村电商“种植贷”发放额达 500 亿元，覆盖农户 100 万户，融资成本较传统农贷降低 20%。

二是针对“销售回款慢”，创新“订单贷 + 预收款融资”：农户凭电商平台订单可申请最高 50 万元的订单贷，资金直接用于农产品采摘、包装；针对大型采购商，提供“预收款融资”，采购商预付部分货款即可锁定货源，农户提前获得资金，2024 年该模式帮助农户回款周期从 30 天缩短至 7 天。

三是针对“农业风险高”，开发“气象指数保险 + 品质保险”：将气象数据与保险理赔挂钩，当气象指标触发阈值，自动赔付；同时推出农产品品质保险，若因品质问题导致退货，保险公司赔付损失，2024 年全国农村电商农业保险覆盖率从 30% 提升至 55%，农户因自然灾害、品质问题的损失率从 30% 降至 8% [3]。

## 5. 电商经济数字化转型面临的核心挑战

### 5.1. 数据安全与合规风险凸显

数据作为电商数字化转型的核心生产要素，其安全与合规问题直接触碰转型的“底线”，呈现出多场景、高复杂度的特征。

风险覆盖全场景且痛点突出：在平台端，电商积累的海量用户消费数据、商家经营数据面临泄露风险，隐私保护压力与日俱增；在跨境场景中，数据跨境流动需满足不同国家和地区的监管要求，叠加税务稽查、知识产权纠纷等问题，导致合规成本高企，成为中小跨境电商的重要负担；在农村场景中，数据采集缺乏统一标准，小农户分散化经营导致数据真实性难以核验，且农村地区数据安全防护能力薄弱，进一步放大了风险。

合规难度持续升级：全球范围内数据保护法规日趋严格，而电商数据与金融数据高度交织，金融数据的敏感性使得合规要求更加严苛。这种“数据价值越高，合规风险越大”的矛盾，导致部分电商企业陷入“不敢用数据、不会用数据”的困境，制约了数据要素价值的释放。

### 5.2. 技术适配与金融服务不均衡

不同规模电商技术基础差异大：大型企业可布局 AI 大模型、数字孪生，中小企业面临技术投入高、系统适配难的问题；农村地区数字基建滞后，物联网设备普及率低，农民数字技能薄弱。金融服务不均衡更突出：中小电商因缺乏抵押物面临信贷审批长、成本高的问题；农村电商受信用体系不完善影响，难获针对性金融支持，部分偏远地区甚至存在金融服务空白。

### 5.3. 复合型人才供给短缺

转型需要“懂电商 + 懂技术 + 懂金融”的复合型人才：跨境电商缺乏熟悉多语言、国际合规与数字化运营的综合人才；农村电商缺乏既懂农业生产，又掌握电商运营、直播技巧的数字新农人；金融机

构也缺乏针对电商场景的风险评估与产品设计人才，人才结构失衡制约转型进程。

## 6. 优化电商经济数字化转型的对策建议

### 6.1. 强化科技与金融融合创新，破解融资瓶颈

鼓励开发适配中小电商的低成本数字工具；推动区块链在跨境溯源、供应链金融中的应用。金融机构加大金融科技投入，开发电商专属信贷模型，探索数字人民币在跨境结算、农村支付中的场景化应用。

现有电商数字化转型的金融支持多停留在“传统信贷工具改良”层面，未能充分适配电商“轻资产、高数据价值”的核心特征，积累了海量经营数据，这些数字资产的价值未被有效激活，跨境电商还因跨境数据合规限制，难以转化为国内融资信用。其次，电商的核心资产已从“实物资产”转向“数字资产”——据阿里国际站 2024 年数据，年交易额超 1000 万元的中小跨境电商，年均产生的经营数据可形成约 500GB 的有效信用数据，其数据价值可覆盖 30%~50% 的融资需求[2]，但当前数字资产面临“数据归属与隐私边界模糊”、“缺乏统一价值衡量标准”、“数据质押后难以有效管控风险”三大痛点，导致金融机构不敢用、不愿用。

为此，需构建以“电商数字资产确权 - 评估 - 质押”为核心的专属融资体系，通过金融科技打通“数据 - 信用 - 资金”的转化通道，形成区别于传统行业的金融赋能模式。“电商数字资产质押 + 金融科技风控”体系的核心，是通过区块链解决“确权”问题，通过 AI 模型解决“评估”问题，通过实时数据监控解决“处置”问题，最终建立“数据可确权、价值可评估、风险可管控”的融资闭环，使电商数字资产成为与传统抵押物同等效力的融资担保物，填补现有金融服务的空白。

### 6.2. 构建协同生态，平衡金融服务供给

发挥龙头平台带动作用，开放数据与金融合作渠道；政府完善农村数字基建，搭建全国性农村电商信用平台。金融机构下沉农村服务网点，联合电商平台开展“信贷 + 保险 + 培训”综合服务。

### 6.3. 完善政策保障，优化发展环境

人才培养方面，支持高校增设数字电商、跨境贸易、农村电商等专业，开展企业定向培训与乡村数字技能培训，建立跨境电商人才库与农村电商导师制度，缓解人才短缺压力；合规监管方面，完善数据安全、隐私保护、跨境电商等领域法律法规，建立柔性监管机制，平衡创新发展与风险防控，为跨境企业提供合规指引；政策支持方面，对中小企业与农村电商数字化投入给予税收优惠、财政补贴，鼓励金融机构推出专项信贷产品，解决资金难题；优化跨境物流与支付环境，简化通关流程，推动跨境支付便利化，降低农村电商物流成本。

## 7. 结论

电商经济数字化转型是数字经济与新质生产力深度融合的必然趋势，其核心在于以数字技术为底层支撑、以数据要素为核心驱动，实现基础设施、业务流程与生态体系的全方位重构。当前，转型已取得显著成效，网上零售规模持续领跑全球，跨境与农村电商增速亮眼，智能供应链、直播电商等新业态不断涌现，充分印证了转型的实践价值。

但转型仍面临数据安全合规风险、技术适配鸿沟与复合型人才短缺等多重挑战，破解这些难题需要坚持技术创新与产业需求相结合、企业主体与政府引导相结合、创新发展与合规经营相结合。未来，需进一步强化数字技术与金融服务的协同赋能，深化跨境电商合规体系建设与农村数字基础设施升级，完善复合型人才培养体系。随着数智技术持续迭代与转型实践深化，电商经济将在优化资源配置、促进产业升级、推动全球化贸易、助力共同富裕等方面发挥更关键作用，为经济高质量发展注入持久动力。

## 参考文献

- [1] 国家统计局. 2024 年国民经济和社会发展统计公报[Z]. 2025-02-28.
- [2] 中华人民共和国海关总署. 跨境电商新棋局: 年出口突破 2 万亿元[Z]. 2025-06-18.
- [3] 中华人民共和国商务部. 商务部流通发展司负责人谈 2024 年我国批发和零售业发展情况[Z]. 2025-01-24.
- [4] 国家统计局. 2024 年 12 月份社会消费品零售总额增长 3.7% [Z]. 2025-01-17.
- [5] 袁淳, 肖土盛, 耿春晓, 等. 数字化转型与企业分工: 专业化还是纵向一体化[J]. 中国工业经济, 2021(9): 137-155.
- [6] 宋虹桥, 张夏恒. 数字化转型赋能新质生产力: 机理、挑战与路径选择[J]. 北京理工大学学报(社会科学版), 2024, 26(6): 41-51+73.
- [7] 张鑫. 数字经济背景下中小跨境电商企业发展的问题与对策研究[J]. 中国管理信息化, 2025, 28(23): 137-140.
- [8] 林芷瑶. 制度型开放与企业数字化转型——基于跨境电商综合试验区的证据[J/OL]. 经营与管理, 2025: 1-19. <https://doi.org/10.16517/j.cnki.cn12-1034/f.20250929.001>, 2025-12-25.
- [9] 杨晨辰. 金融赋能跨境电商发展[J]. 云端, 2024(37): 95-97.
- [10] 彭红丹, 张馨元. 金融体系赋能跨境电商发展理论逻辑与实现路径[J]. 商业会计, 2025(5): 16-20.
- [11] 车丽波. 数字金融赋能跨境电商: 理论逻辑、现实困境与发展路径[J]. 西南金融, 2024(8): 81-92.