

数字丝绸之路下中国 - 东盟跨境电商协同机制研究

陆敏萱

江苏大学外国语学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年12月2日; 录用日期: 2025年12月16日; 发布日期: 2025年12月31日

摘要

在“数字丝绸之路”倡议和《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)框架推动下, 中国 - 东盟在数字贸易领域的合作日益深化。本文聚焦中国 - 东盟跨境电子商务发展, 探讨数字丝绸之路背景下技术基础、制度规则、平台生态与文化互联的协同作用, 揭示东盟各国数字生态的差异性, 分析中国与东盟双方在基础设施、规则对接与平台运营中的合作机制; 进一步从“电商 + 文化”融合视角, 探讨平台对文化互联互通与区域认同的促进作用; 最后识别合作面临的结构性挑战, 并提出本地化运营、嵌入式合规与品牌文化建设等多维对策, 以期为区域数字经济治理与跨文化平台建设提供理论参考与政策启示。

关键词

数字丝绸之路, 跨境电商, 数字基础设施, 文化互联互通

A Study on the Collaborative Mechanism of Cross-Border E-Commerce between China and ASEAN under the Digital Silk Road

Minxuan Lu

School of Foreign Languages, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: December 2, 2025; accepted: December 16, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

Driven by the Digital Silk Road initiative and the framework of the *Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP), digital economic cooperation between China and ASEAN has continued to deepen, with cross-border e-commerce becoming a key carrier of regional economic integration

and cultural interaction. This paper focuses on the development of China-ASEAN cross-border e-commerce by exploring the synergy between technological foundations, institutional rules, platform ecosystems, and cultural connectivity within the DSR context. It reveals the heterogeneity of digital ecosystems across ASEAN member states and analyzes the collaborative mechanisms between China and ASEAN in infrastructure development, regulatory alignment, and platform operations. Furthermore, from the perspective of “E-commerce + Culture” integration, this study investigates the role of platforms in promoting cultural interconnectivity and regional identity. Finally, the paper identifies structural challenges facing this cooperation and proposes multi-dimensional strategies—including localized operations, embedded compliance, and brand culture construction—aiming to provide theoretical references and policy insights for regional digital economy governance and cross-cultural platform development.

Keywords

Digital Silk Road, Cross-Border E-Commerce, Digital Infrastructure, Cultural Connectivity

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

1.1. 研究背景

“数字丝绸之路”是在“一带一路”倡议框架下提出的数字合作构想，旨在通过基础设施互联互通与数据跨境流动，推动区域贸易与产业融合。在这一背景下，中国 - 东盟跨境电子商务合作逐步成为数字丝绸之路的重要抓手，不仅体现了技术和制度红利的叠加效应，也为区域数字化转型注入了实践动能。中国 - 东盟在供应链结构与市场结构上高度互补，加之 RCEP 等区域规则提供制度便利，跨境电商迅速成为连接双方生产与消费、文化与制度的关键通道。

据商务部发布的最新一次贸易数据，截至 2025 年 1 至 7 月，中国同东盟贸易规模达 5970 亿美元，同比增长 8.2%，占同期中国外贸总额的 16.7% [1]。电商在双边数字贸易中长期占据主导地位，成为贸易结构升级与文化互通的重要支撑。与此同时，东盟数字发展水平与平台生态呈现显著多样性，数字基础设施、治理模式和平台机制各异，在统一制度平台下提供了分析不同政策工具与商业机制适应性的理想观察场域。

从区域合作视角来看，中国 - 东盟跨境电商不仅带动了经贸增长，也重塑了文化传播路径与数字治理模式。平台 + 内容的跨境组合降低了文化产品传播门槛，增强了区域内的日常互动与情感联结；双边政策对接和基础设施协同则推动了公共服务数字化和制度协同创新。基于此，本研究将从经济、文化与数字化转型的三重维度出发，系统分析中 - 东电商合作的结构逻辑与机制路径，有助于深入理解数字丝绸之路背景下区域合作的模式创新与可持续性，亦为构建具有包容性与韧性的区域数字经济共同体提供经验支撑。

1.2. 研究现状

跨境电子商务作为新型外贸业态，近年来受到国内外学者的广泛关注。研究主要聚焦三个方向：一是从交易成本与贸易引力模型 [2] 视角出发，探讨数字技术如何重构传统贸易链条、降低交易摩擦并扩大

市场覆盖范围；二是围绕中国跨境电商实践，总结政策试点、技术创新对外贸结构优化的推动作用，强调中小企业借助平台“轻资产出海”的适应策略[3]；三是结合数字丝绸之路与 RCEP 框架，分析东盟地区数字经济发展潜力与制度多样性带来的机遇与挑战[4]。整体而言，现有研究为理解跨境电商的经济逻辑与制度适应提供了坚实基础，但对中国 - 东盟合作机制、文化要素嵌入及区域数字生态的综合分析仍有拓展空间。

然而，现有研究多聚焦于跨境电商的物流通关、支付结算、平台运营等技术要素，较少系统分析中国 - 东盟跨境电商中的平台机制演化及其对区域文化互联的影响路径。关于“电商 + 文化”融合效应的探讨更为零散，缺乏在区域合作背景下从制度与文化双重维度出发的综合研究。本文正是试图引入平台治理与文化认同的理论视角，系统揭示电商平台在技术、规则与文化要素协同演进中的中介作用，丰富对数字丝绸之路下区域经济与文化互动机制的理解，具有一定的理论价值与现实启示意义。

2. 概念界定与理论基础

2.1. 核心概念解析

2.1.1. 数字丝绸之路

数字丝绸之路是“一带一路”倡议在数字经济领域的延伸[5]，核心是以数字基础设施建设为“硬底座”、以规则标准对接为制度保障，通过 5G/光纤网络等“硬联通”手段，叠加无纸化贸易、电子认证等“软联通”措施，构建起“规则 - 设施 - 场景”三位一体的协同推进机制。其目标是在区域内打造高效、安全的数字经贸网络，使企业和消费者能够在低成本、高效率和高可信的环境中开展跨境贸易活动。

2.1.2. 文化互联互通

文化互联互通是指数字丝绸之路框架下，通过数字技术和平台实现的跨文化传播与认同构建过程。在中国 - 东盟跨境电子商务中主要体现为两个层面：一是提升文化产品与服务的跨境流动；二是实现价值观的互译互鉴和情感认同的生成。具体表现为将文化内容与价值主张嵌入跨境电商全链条，在扩大双向市场可达性的同时，促进知识和价值观的双向流动，逐步形成区域间的情感共鸣和认同基础[6]。

2.1.3. 中国 - 东盟跨境电子商务

中国 - 东盟跨境电子商务是指中国与东南亚国家联盟(ASEAN)成员国之间，基于电子商务平台开展的商品与服务的跨境交易活动。其核心特征在于交易主体跨境、依托数字平台进行交易撮合、支付结算和物流履约[7]。作为区域数字贸易的重要组成部分，该概念涵盖了 B2B、B2C 等多种业务形态，是研究中国 - 东盟数字经贸合作的重要基础。

2.2. 理论基础

2.2.1. 交易成本理论

交易成本理论强调，通过降低搜寻、议价、履约等环节的成本，可以拓展交易边界、提高市场效率。本文运用该理论，旨在解释数字平台如何通过技术手段优化中国 - 东盟跨境电商的资源配置与制度契合，分析跨境电商平台如何系统性降低中国 - 东盟跨境交易中的信息不对称、信任壁垒与履约成本，提升中小企业参与度，推动资源配置与制度协同优化。该理论为后文探讨平台机制与制度环境的互动逻辑提供了核心分析工具。

2.2.2. 制度理论

新制度经济学理论强调，良好的制度安排能够减少不确定性、建立信任，从而促进跨国经济合作[8]。在中国 - 东盟跨境电商合作中，区域制度安排不仅提供了规则的可预期性与行为边界，也影响着企业的

参与意愿与运营方式。本文引入制度理论，旨在探讨数字丝绸之路与区域制度框架如何通过激励、规范与协同机制，推动平台企业与市场主体更高效地嵌入区域电商生态。区域制度的一致性有助于提升跨境电商的可预期性与信任水平，但东盟内部制度差异仍对企业本地化与平台机制构成重要挑战[9]。

2.2.3. 文化认同理论

文化认同理论关注群体在互动中形成共同身份和认同的过程。跨文化交往中，共享的符号、价值观和叙事能够增进不同群体间的理解与信任，逐步形成某种程度的文化共同体[10]。中国－东盟跨境电商为区域文化认同的培育提供了新途径：通过电商平台上的商品叙事、用户评价、社交媒体内容，消费者不仅在购买商品，更在接触和理解对方国家的文化元素。跨境电商降低了文化交流的门槛，使得文化认同的构建由政府主导的宏大叙事转向民间日常的微观互动。长期来看，这种由下而上的文化互融将夯实区域合作的社会根基，为中国－东盟经贸关系注入更深层次的信任与黏性。

3. 中国－东盟跨境电商合作现状与机制分析

中国－东盟跨境电子商务合作在数字丝绸之路和 RCEP 的双重背景下取得了显著进展，呈现出良好的发展态势和独特的运行机制。

为系统解释中国－东盟跨境电商协同机制的内在逻辑，本文在交易成本理论、制度理论与文化认同理论的基础上，构建“技术－制度－平台－文化”四维联动的整合性分析框架，并从效率提升、制度兼容与价值共创三个维度对协同机制进行衡量。

第一，效率提升维度主要体现为数字技术通过平台化运行对跨境交易成本的系统性压缩，包括信息搜寻成本、交易履约成本、支付清算成本与物流协调成本等。制度环境通过关税规则、通关流程、数据合规与支付监管等具体安排，对技术应用所能实现的效率边界形成直接调节作用，制度透明度与一致性越高，技术降本增效的边际效果越显著。

第二，制度兼容维度强调不同国家制度规则在平台运行中的可嵌入性与可对接性。跨境电商平台并非单纯的技术载体，而是规则执行与制度转译的中介节点。区域规则的一致性有助于降低企业合规适配成本，而制度差异则通过增加重复认证、数据合规审查与支付牌照约束，抬升隐性交易成本，影响平台跨境扩展的节奏与路径选择。

第三，价值共创维度侧重平台策略对文化产品接受度与区域认同形成的影响机制。平台不仅配置商品与服务，还通过内容推荐、用户评价、社交传播等机制持续塑造消费者对跨境商品与文化符号的理解方式。平台策略的本地化程度、叙事方式与内容生态建构，直接影响文化产品的市场接受度，并通过日常消费行为推动区域认同的渐进生成。

上述三个维度在运行中并非线性关系，而是呈现“制度调节技术效率、平台中介制度执行、文化反向塑造市场规模”的循环耦合结构。该整合性框架为后文分析中国－东盟跨境电商合作的现实机制、结构性困境与优化路径提供统一的逻辑支点。

3.1. 合作发展现状

近年来，中国－东盟跨境电商合作持续升温，呈现出快速扩张的发展态势。2022 年中国－东盟贸易额达 9753.4 亿美元[11]，东盟连续多年为中国第一大贸易伙伴；同年中国对东盟跨境电商出口一度同比增长近 98.5%。庞大的线下贸易基础叠加线上渠道的迅猛发展，为电商合作奠定了坚实基础，也使电子商务日益成为双边经贸关系的重要增长引擎。庞大的线下贸易规模与线上渠道的高速扩展相叠加，为中国－东盟电商合作奠定了坚实基础，也使电子商务日益成为双边经贸关系的重要增量引擎[12]。

3.2. 合作机制分析

在中国 - 东盟跨境电商的发展过程中, 技术基础、制度安排与平台生态形成了三大核心支撑机制, 分别对应“硬联通”“软联通”和“经贸联”三个维度, 协同推进数字贸易的规模化与制度化发展。

在技术与基础设施协同方面, 双方合作部署了亚太光缆 APG 等多条海底光缆与跨境陆地光纤, 建设了多路径冗余的数据链路, 显著提升跨境数据传输的带宽与稳定性; 区域数据中心和云节点布局不断完善, 物流网络与履约系统加快成型, 共同夯实了电商运行的底层能力基础。

在制度与规则对接方面, 中国 - 东盟通过多边、区域与双边三个层面协同推进: 在多边层面推动 RCEP 协定中的电子商务章节落地; 在区域层面依托《东盟数字总体规划 2025》和《东盟数字转型框架(2024 - 2030)》; 在双边层面积极落实制度衔接与政策协同。针对成员国发展差异, 采取差异化合作策略: 与数字成熟国家合作探索数据通道与合规机制; 与发展中国家推进产业数字化转型; 对基础较弱国家加强基础设施建设。这些“软联通”举措逐步降低了制度壁垒, 提升了跨境经营的可预期性与合规可行性。

在平台与生态融合方面, 电商平台成为连接双边市场的重要枢纽。平台间的竞争促使企业不断强化本地化运营与技术服务能力, 推动“交易 - 履约 - 内容 - 信任”系统优化。平台机制的市场化演进与政府层面的制度协同形成良性互动, 带动中小企业、品牌商与消费者共同参与, 构建出制度支持与平台驱动融合的区域电商生态。

综上, 中国 - 东盟跨境电商合作机制展现出“技术协同 - 制度嵌合 - 平台推动”的多层耦合特征, 为后续实现规则一体化、市场一体化与文化互联互通奠定了良好基础。

4. 中国 - 东盟跨境电商发展的结构性困境

虽然中国 - 东盟跨境电子商务合作快速发展并取得显著成效, 但在实践中仍面临一些结构性的困难和约束。

4.1. 市场准入与文化差异障碍

东盟各国在文化、风俗习惯、语言环境和监管制度上存在较大差异。这些差异为中国企业和产品进入东盟市场设置了隐性门槛。一方面, 文化习俗差异会影响消费者偏好与信任建立, 品牌在产品设计、营销语言与传播内容上需因地制宜, 以提升接受度与文化契合度。另一方面, 大部分出海东盟的中国电商企业以中小型为主, 在东道国往往缺乏常设机构和本地团队, 与当地政府缺少直接沟通渠道。这导致企业在市场准入手续、营业执照办理、税务合规、外汇结算等环节容易遇到信息不对称, 可能付出额外成本, 甚至错过优惠政策窗口[13]。

4.2. 物流与支付的结构瓶颈

跨境物流和支付体系的不完善是制约中国 - 东盟电商进一步发展的关键因素之一。物流方面, 东盟内部各国基础设施发展水平参差不齐, 干线运输与支线、末端配送衔接不畅, 导致周期长、成本高、体验差的问题; 在支付方面, 虽然东盟正在推进二维码支付和快速支付跨境互通试点, 但区域内多币种清算机制尚不完善, 跨境支付手续费和汇兑成本较高。在退单退款、金融审查审查等环节, 不同国家标准不一, 平台和商家需要投入额外精力适配各国要求。这些物流和支付环节的瓶颈如果得不到有效解决, 将持续影响消费者的跨境购物体验 and 商家的运营成本, 不利于跨境电商规模的进一步扩大。

4.3. 数字监管趋严与合规成本上升

在全球数字经济监管持续细化的背景下, 数据安全、个人信息保护、内容合规与数字支付监管要求

不断提高，对中国－东盟跨境电商平台与企业形成持续的制度压力。一方面，各国围绕跨境数据流动、用户隐私保护与平台内容责任的监管边界不断细化，平台在数据存储、调用、跨境传输等环节需同步满足不同法规要求，合规设计成本显著上升。另一方面，在数字支付与电子钱包领域，各国对外资准入、业务范围与技术安全的审查日趋严格，牌照获取周期拉长，合规运营门槛提高。

上述监管变化虽然有助于提升市场秩序与消费者保护水平，但在短期内抬升了平台与企业的制度适配成本，也对中小企业的跨境进入能力形成一定约束。如果缺乏系统性的合规嵌入机制与风险缓冲方案，企业经营稳定性与平台扩展节奏将受到明显影响。

5. 协同机制优化与可持续发展路径

面对上述挑战，中国－东盟需要从规则、技术和生态多维度协同发力，优化跨境电商合作机制，探索可持续的发展路径。

5.1. 深度本地化与多层次伙伴网络

中国－东盟跨境电商的可持续发展有赖于企业在本地市场建立稳固的运营根基与文化认同机制。应推行以本地化组织架构、多元合作机制和品牌文化融合为核心的深度本地化战略，构建嵌入式伙伴网络与文化适应型运营体系。通过区域中心与本地团队加强市场响应能力，联合本地企业与内容创作者打造协同生态，提升文化契合度与用户黏性。同时，在品牌运营中融入社会价值与可持续理念，推动商业运营与区域文化的深度融合，培育长效的市场信任机制与区域品牌共同体。

5.2. 打造内外联动的跨境风险治理体系

在数字贸易监管趋严与地缘不确定性上升的背景下，中国－东盟跨境电商企业亟需构建由内部设计驱动与外部协同支撑的治理体系。一方面，应将“合规即设计”作为治理理念核心，将数据保护、内容审核、交易规则等要求内嵌于平台架构与业务流程中，提升合规敏感性与制度适配能力。另一方面，应主动对接区域规则演进，通过政府间合作平台与行业组织构建常态化政企沟通机制，提升政策响应效率，协助企业及时获取制度红利与支持资源。同时，通过分布式服务架构、市场多元化布局等方式建立风险对冲机制，降低对单一市场和制度环境的依赖，增强整体业务的稳健性与抗冲击能力，实现跨境运营的可持续治理。

5.3. 供应链与支付体系的双轮提效

高效、稳定的供应链与支付体系是跨境电商持续增长的重要支撑。中国－东盟电商合作应通过优化海外仓布局、强化区域物流协同，提升履约链条的响应速度与柔性能力；同时，推动支付方式本地化与跨境互联互通，提升交易便利性与安全性。在此基础上，引入风险防控与信用保障机制，将运营稳定性与用户信任感相结合，实现跨境运营成本的降低与服务体验的全面升级。

5.4. 智慧基建与生态共营

在平台主导、多边合作持续深化的背景下，中国－东盟跨境电商合作正步入“基础共建－规则共识－生态共营”的纵深发展阶段。一方面，应继续夯实海底光缆、数据中心、智慧物流等底层数字基础设施，提升跨境履约效率与服务可得性；另一方面，通过政府间合作机制与行业组织平台，推动区域规则对接与合规便利，强化对数据保护、电子支付和消费者权益的制度响应。与此同时，鼓励平台、品牌与消费者共建跨境电商生态，拓展文化内容、知识产品等软连接场景，增强区域合作的人文基础与系统韧性。

6. 结语

本文围绕数字丝绸之路背景下中国 - 东盟跨境电商的发展路径与合作机制进行了系统分析。研究发现, 数字基础设施建设与区域制度协同构成了跨境电商的双重底座, 为中小企业参与国际贸易创造了技术和规则条件; 中国 - 东盟电商合作呈现出中间品嵌入产业链与终端消费品扩展市场的双层结构, 促进了生产分工与消费连接的同步升级; 电商平台不仅降低交易成本, 更通过文化内容传播, 承担起推动区域认同与人文互联的功能。面向未来, 仍需正视文化适应、制度差异、物流支付短板等挑战, 通过本地化运营、内嵌式合规、供应链提效与平台赋能等路径, 不断优化跨境电商生态。

参考文献

- [1] 国务院新闻办公室. 国新办举行新闻发布会介绍中国-东盟经贸合作情况暨第 22 届中国-东盟博览会、中国-东盟商务与投资峰会有关情况文字实录[EB/OL].
<http://www.scio.gov.cn/live/2025/37169/qwxz/202509/P020250909535800918469.pdf>, 2025-11-24.
- [2] Isard, W. (1954) Location Theory and Trade Theory: Short-Run Analysis. *The Quarterly Journal of Economics*, **68**, 305-320. <https://doi.org/10.2307/1884452>
- [3] 徐佳琪, 黄娟, 贾康愉. 面向东盟的农产品跨境电商出口问题及对策研究——以广西农产品为例[J]. 商展经济, 2025(15): 92-95.
- [4] 张晓君, 陈彬睿. RCEP 背景下中国-东盟“数字丝绸之路”面临的挑战与对策[J]. 经济与社会发展, 2023, 21(6): 1-8.
- [5] 习近平. 在第十七届中国-东盟博览会和中国-东盟商务与投资峰会开幕式上的致辞[N]. 人民日报, 2020-11-28(002).
- [6] Primawanti, H., Subagyo, A. and Dermawan, W. (2022) Asean 4.0. Era: Development in Digital Economy and Trade Sector. *Jurnal Dinamika Global*, **7**, 329-345. <https://doi.org/10.36859/jdg.v7i02.1279>
- [7] 张娜. 数字丝绸之路背景下学术出版数字化走进东盟的机遇、挑战与路径[J]. 传播与版权, 2025(20): 58-61.
- [8] North, D.C. (1990) *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press, 92.
- [9] Chen, X. (2024) The Regime Complex for Digital Trade in Asia and China's Engagement. *Asia Europe Journal*, **23**, 393-413. <https://nul.repository.guilde.ac.uk/id/eprint/2199/>
- [10] Winter, T. (2022) Geocultural Power and the Digital Silk Roads. *Environment and Planning D: Society and Space*, **40**, 923-940. <https://doi.org/10.1177/02637758221118569>
- [11] 戴艳. 东盟国家跨境电商发展水平对我国出口贸易的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西师范大学, 2024.
- [12] 唐敏. 外贸新业态背景下跨境电商对双边贸易成本的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广东外语外贸大学, 2024.
- [13] 彭健, 白佳倩. 数字丝绸之路建设下的中国数字企业出海[J]. 经济论坛, 2024(5): 98-104.