

数字化转型对企业跨境电商发展的影响研究

江慧君

南京林业大学经济管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年7月13日; 录用日期: 2026年7月27日; 发布日期: 2026年9月9日

摘 要

在“数字中国”建设的战略引领下, 数字化转型已成为出口企业提升跨境电商核心竞争力、实现高质量发展的核心动能。本文立足数字化转型视角, 系统分析数据价值释放、智慧运营升级、全球生态融通对出口企业跨境电商业务的深层影响, 全面梳理转型过程中面临的数据治理等现实难题, 并针对性地提出转型推进路径, 旨在为数字经济时代出口企业跨境电商数字化升级提供理论参考与实践指引。

关键词

数字化转型, 跨境电商, 生态融通

The Impact of Digital Transformation on the Development of Cross-Border E-Commerce for Enterprises

Huijun Jiang

School of Economics and Management, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: July 13, 2026; accepted: July 27, 2026; published: September 9, 2026

Abstract

Under the strategic guidance of the “Digital China” initiative, digital transformation has become the core driving force for export enterprises to enhance their core competitiveness in cross-border e-commerce and achieve high-quality development. From the perspective of digital transformation, this paper systematically analyzes the profound impacts of data value realization, smart operation upgrading, and global ecosystem integration on the cross-border e-commerce businesses of export enterprises. It comprehensively examines practical challenges encountered during the transformation process, such as data governance, and proposes targeted pathways for advancing transformation,

文章引用: 江慧君. 数字化转型对企业跨境电商发展的影响研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(9): 283-287.

DOI: 10.12677/ecl.2026.159997

aiming to provide theoretical references and practical guidance for the digital upgrading of cross-border e-commerce for export enterprises in the digital economy era.

Keywords

Digital Transformation, Cross-Border E-Commerce, Ecosystem Integration

Copyright © 2026 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

当前, 人工智能、大数据、云计算等新一代数字技术快速迭代普及, 推动全球贸易格局加速向数字化、智能化方向转型, 数据已成为驱动跨境电商创新发展的核心生产要素。数字经济深度融入外贸领域, 不仅带来技术层面的革新, 更推动我国外贸发展战略从传统贸易驱动向数字贸易引领加速转变。推进产业数字化与数字产业化, 已成为我国抢抓全球数字经济机遇、培育外贸竞争新优势、实现高水平对外开放的重要方向。在此背景下, 跨境电商作为数字贸易的重要形态, 凭借灵活高效的交易模式快速崛起, 成为外贸稳增长、促升级的关键力量[1]。

近年来, 我国跨境电商规模持续扩大, 2024年初步统计为2.63万亿元¹; 2025年正式统计为2.84万亿元, 按可比口径计算, 较上年增长4.8%²。新业态新模式不断涌现, 企业依托线上渠道拓展全球市场的能力显著增强。但快速发展的同时, 诸多深层次问题逐步显现: 不少企业仍停留在渠道线上化层面, 数据应用不足、运营效率偏低、供应链协同薄弱、跨境合规风险突出等问题普遍存在, 传统粗放式发展模式难以适应全球市场精细化、个性化、合规化的新要求。面对复杂多变的国际环境与日趋激烈的市场竞争, 推动数字化转型已成为跨境电商企业突破发展瓶颈、提升运营效能、增强长期竞争力的必然选择[2]。

数字化转型并非单一技术应用, 而是涵盖战略定位、业务流程、组织管理、资源整合的系统性变革, 能够通过数据赋能、智能运营、生态协同等方式, 全面重塑跨境电商的业务逻辑与价值创造模式。基于此, 本文以数字化转型为研究视角, 聚焦企业跨境电商发展实践, 系统分析数字化转型对跨境电商运营、创新与竞争力提升的多重影响, 剖析实践中存在的突出问题与制约因素, 并提出针对性优化路径, 以期跨境电商企业高质量转型提供理论支撑与实践借鉴, 助力我国跨境电商行业在全球数字贸易竞争中持续保持优势地位[3]。

2. 数字化转型与跨境电商

2.1. 数字化转型的概念

数字化转型是依托人工智能、大数据、云计算、物联网等新一代数字技术, 以数据为关键生产要素, 对企业战略方向、业务流程、组织架构、管理模式与价值体系进行全方位、系统性重构的深度变革过程, 其核心是用数字能力重塑生产要素配置方式与价值创造路径[4]。数字化转型并非单纯的技术引入或业务线上化, 而是由技术革新驱动, 贯穿决策、运营、协同、创新全链条, 推动企业从传统经验驱动转向数据驱动、从封闭独立运作转向开放协同、从静态稳定运营转向动态敏捷响应, 最终实现效率提升、模式创

¹http://www.customs.gov.cn/customs/2025-01/14/article_2025121410054190807.html#1

²http://cws.customs.gov.cn/customs/2026-06/16/article_2026061616113889190.html

新与核心竞争力增强。

在跨境电商场景下,企业数字化转型更具场景化与国际化特征,是围绕跨境贸易全流程开展的数字化升级实践。企业通过整合跨境交易、物流、支付、营销、合规、客户服务等环节数据,打通内外部业务系统,优化跨境运营流程,提升市场洞察、供应链协同、风险防控与全球服务能力,进而适应跨境贸易的多元规则、跨文化需求与动态市场环境,实现跨境电商业务可持续、高质量发展[5]。

2.2. 跨境电商业务模式

跨境电商业务模式是企业开展跨国界线上贸易的组织形式与运营体系,其核心是依托数字平台与网络渠道完成商品展示、在线交易、跨境物流、支付结算及售后服务等全流程运作[6]。随着数字技术与外贸场景深度融合,跨境电商业务模式已从传统单一渠道形态,逐步演进为渠道多元化、运营数字化、服务生态化的复合型体系,不再局限于线上销售渠道的简单选择,而是围绕资源整合、能力协同与风险控制形成的系统化运营方案。

从当前实践来看,跨境电商主流业务模式可依据运营主体、渠道控制权与资源整合方式划分为两大类,并呈现出数字化融合特征。一类是自主运营模式,企业独立搭建线上交易渠道、负责全流程运营管理,通过自建数据体系、自主掌控供应链与客户资源,形成稳定的品牌运营与用户积累,数字化重点在于构建一体化业务中台与数据管理能力[7]。另一类是平台依托模式,企业借助第三方跨境电商平台完成市场接入、流量获取与交易履约,利用平台的标准化服务降低运营门槛与前期投入,更适合快速拓展海外市场,数字化核心在于高效对接平台生态、实现数据互通与流程协同。

在数字化转型背景下,两类模式的边界逐渐模糊,企业更多采取混合式、生态化的业务布局,兼顾自主可控与平台效率。跨境电商业务模式的本质已从“渠道选择”转向“数字能力集成”,企业通过整合平台服务、物流资源、支付工具与合规体系,形成适配自身发展的柔性运营模式,以更低成本、更高效率对接全球市场,这也成为数字化时代跨境电商业务模式的核心特征[8]。

3. 数字化转型对企业跨境电商发展的影响分析

3.1. 数据价值释放,筑牢精准运营根基

数据价值释放以数据采集、治理、分析与应用为核心,将分散、碎片化的跨境贸易信息转化为可支撑决策的核心要素,为跨境电商全流程精准化运营提供底层支撑。在市场研判环节,企业借助多维度数据分析,精准把握海外消费趋势、竞品布局与区域需求特征,推动选品、定价、营销从经验判断转向数据驱动,有效降低市场试错成本[9]。在客户管理层面,通过整合用户行为、交易记录、服务反馈等数据,企业能够实现客户分层运营与个性化触达,提升用户粘性与复购率[10]。在风险防控方面,数据监测可实时捕捉海外政策、汇率、物流等外部变化,实现风险提前预警与动态应对,显著提升跨境经营的稳定性与安全性[11]。

3.2. 智慧运营升级,提升全链路运行效能

智慧运营升级依托人工智能、物联网、流程自动化等数字技术,对跨境电商交易、物流、供应链、客服等关键环节进行智能化重构,推动运营效率与服务质量同步提升。在供应链与物流环节,智能调度与可视化追踪技术实现库存动态优化、路径智能规划与节点实时监控,有效缩短履约周期、降低物流成本[12]。在通关与结算环节,智能化工具简化单证处理、支付核验与税务申报流程,提升跨境流通的便捷性与规范性。在客户服务层面,多语种智能客服打破时差与语言壁垒,实现全天候响应与需求快速处理,推动服务模式从被动应答转向主动预判,持续改善海外用户体验。

3.3. 全球生态融通，拓宽全球化发展格局

全球生态融通强调企业通过数字化接口与开放平台，深度嵌入跨境电商全球服务体系，实现资源、能力与市场的高效对接。在市场拓展方面，企业借助数字生态快速进入不同国家与区域市场，降低海外市场准入门槛，拓宽销售渠道与品牌辐射范围。在资源协同方面，企业可灵活对接物流、支付、金融、营销、合规等第三方专业服务，以轻量化方式补齐自身能力短板，构建高效协同的外部合作网络。在模式创新方面，生态融通推动企业从单一线上销售，向品牌化、本土化、全链路运营升级，助力企业在全球竞争中形成差异化优势，实现长期稳健发展。

4. 存在的问题与对策建议

4.1. 存在的问题

出口企业在推进跨境电商数字化转型过程中，受内外部条件制约，整体转型成效尚未充分显现，突出问题集中体现在数据治理、运营效能、生态协同三大方面。

一是数据要素治理体系不完善，价值赋能效能偏弱。企业内部数据采集、处理、应用缺乏统一标准，交易、物流、客户、供应链等多源数据相互割裂，数据孤岛现象显著。数据治理流程不规范，数据质量、完整性与可用性偏低，难以支撑跨境电商全流程精准决策。同时，企业数据安全保障机制与跨境数据流动合规能力不足，面对全球数据监管与贸易规则约束，数据应用风险较高，数据要素的核心价值难以有效转化为竞争优势。

二是智慧运营融合应用不充分，全链路运行效率偏低。多数企业数字化建设仍停留在业务线上化与工具浅层应用阶段，人工智能、物联网、流程自动化等数字技术未能与跨境贸易全流程深度融合。传统信息系统架构封闭，与新型数字技术兼容性不足，系统集成成本高、落地难度大。供应链数字化水平整体不高，库存管理、物流调度、通关履约、客户服务等环节智能化程度不足，运营响应速度慢、成本管控能力弱，难以适配全球化、精细化、动态化的市场竞争要求。

三是全球生态协同机制不健全，合规风险与路径依赖突出。企业对第三方跨境电商平台依赖度较高，自主渠道、自主品牌与私域流量建设滞后，运营自主性与议价能力不足。各国在税务征管、海关监管、数据隐私、产品标准等方面规则差异显著，企业跨境合规成本高、风险管控难度大。跨境物流、支付结算、金融服务、合规服务等全球数字基础设施衔接不畅，生态协同效率偏低，制约企业全球化布局与可持续发展能力提升。

4.2. 对策建议

针对上述三大核心问题，结合数字化转型内在逻辑，从数据治理、智慧运营、生态协同三个维度提出对应对策，推动出口企业跨境电商高质量转型。

一是健全数据全生命周期治理体系，激活数据要素价值。构建企业统一的数据标准与管理规范，搭建数据中台打通内外部数据壁垒，实现多源数据整合、互通与高效共享。聚焦市场研判、精准营销、风险预警等关键场景，强化数据分析与智能模型应用，推动决策模式由经验驱动向数据驱动转变。完善数据安全与跨境合规机制，建立数据分级分类管理、风险预警与应急处置体系，在合规框架内最大限度释放数据要素赋能效应。

二是深化全链路智慧运营建设，推动技术与业务深度融合。采用开放兼容的技术架构对现有信息系统进行渐进式改造，推进业务流程数字化再造，提升运营自动化与标准化水平。优先在智能客服、物流可视化、智能通关、库存优化等关键环节落地应用，提升跨境履约效率与服务质量。加快供应链数字化

升级,构建需求预测、生产协同、物流调度、售后反馈一体化智能体系,增强全链路韧性与运行效能。

三是完善全球生态协同机制,强化合规能力与自主发展。深度嵌入全球跨境电商服务生态,整合物流、支付、金融、营销、合规等专业化资源,构建轻量化、弹性化外部协同网络。将跨境合规纳入核心能力建设,运用数字化工具实现税务、海关、数据、产品认证等流程自动化处理,提升风险精准防控能力。优化渠道结构,加快独立站、自主品牌与私域流量建设,降低平台依赖,提升全球化运营的自主性与可持续竞争力。

5. 结论

在数字中国建设与全球贸易数字化转型的双重背景下,数字化转型已成为出口企业提升跨境电商竞争力、实现高质量发展的核心路径。本文以数字化转型为视角,系统分析数据价值释放、智慧运营升级、全球生态融通三大维度对企业跨境电商业务的深层影响,深入剖析转型过程中存在的数据治理滞后、智慧运营融合不足、全球生态融通受限等突出问题,并针对性提出完善数据治理、深化智慧运营、优化生态协同的对策建议,为出口企业跨境电商数字化升级提供理论参考与实践指引。

研究表明,数据价值释放能够为跨境电商精准运营与风险防控提供底层支撑,智慧运营升级可显著提升全链路效率与服务体验,全球生态融通有助于企业拓宽市场边界、整合全球资源。与此同时,数据孤岛、技术与业务融合不充分、跨境合规复杂及平台依赖过强等问题,共同制约着数字化转型效能的充分释放。出口企业只有同步推进数据治理、技术应用、组织优化与生态协同,才能真正突破转型瓶颈,实现跨境电商业务可持续发展。

未来,随着人工智能、区块链、物联网等数字技术持续深化应用,跨境电商数字化转型将朝着更智能、更协同、更合规的方向演进。企业应持续强化数字能力建设,主动适应全球监管与市场变化,走合规化、品牌化、生态化发展道路。本文研究可为跨境电商企业数字化转型提供思路借鉴,也为相关部门完善政策支撑、推动跨境电商行业高质量发展提供参考。

参考文献

- [1] 马述忠,郭继文.制度创新如何影响我国跨境电商出口?——来自综试区设立的经验证据[J].管理世界,2022,38(8): 83-102.
- [2] 张鹏杨,刘维刚,唐宜红.贸易摩擦下企业出口韧性提升:数字化转型的作用[J].中国工业经济,2023(5): 155-173.
- [3] 陈威如,王节祥.依附式升级:平台生态系统中参与者的数字化转型战略[J].管理世界,2021,37(10): 195-214.
- [4] 彭焘,史恩义.数字贸易背景下跨境电商服务平台化(PaaS)路径探索[J].商业经济研究,2023(11): 124-127.
- [5] 段敬毅.传统外贸跨境电商数字化转型实践研究[J].现代商业,2024(18): 31-34.
- [6] 欧志敏.人工智能赋能下新电商选品策略研究[J].商场现代化,2025(9): 23-26.
- [7] 李彦洁,王兰辉.AI营销赋能中小企业跨境电商发展的应用研究[J].中小企业管理与科技,2025(11): 134-137.
- [8] 张玉,王迪.数字化转型对跨境电商盈余持续性的影响研究——基于企业规模的中介效应[J].中小企业管理与科技,2023(20): 73-75+130.
- [9] 程子昂,方齐云,赵当如.供应链数字化建设如何赋能企业国际化——基于供应链创新与应用试点工作的准自然实验[J].国际贸易问题,2024(8): 19-35.
- [10] 陈泽金,栾尚祯,苏秀英.智能体技术赋能国际贸易“单一窗口”数智化转型[J].中国海关,2025(6): 86-87.
- [11] 田晓燕,黄东斌,张婷婷.数字化背景下我国跨境电商企业智能运营策略分析[J].商业经济研究,2021(8): 152-155.
- [12] 徐保昌,李涵,闫文影.跨境电商综试区设立能否赋能企业数字化转型?[J].国际贸易,2024(5): 15-28.