

跨境电商赋能下新能源汽车出口韧性提升机制研究

梁倩雯

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2026年8月4日; 录用日期: 2026年8月17日; 发布日期: 2026年10月27日

摘 要

在全球经贸格局深度调整、外部贸易风险频发的现实背景下, 出口韧性成为衡量中国新能源汽车产业国际竞争力与可持续发展能力的核心指标。跨境电商作为数字经济时代国际贸易的新型业态, 凭借数字化渠道、全链路服务、数据化运营等核心优势, 为新能源汽车出口突破传统贸易瓶颈、抵御外部风险、实现稳定增长提供了全新路径。文章以跨境电商赋能为核心研究视角, 立足国际贸易韧性理论与数字贸易理论, 系统剖析跨境电商赋能新能源汽车出口韧性的内在逻辑与作用路径, 重点从电商平台运营、数字化渠道搭建、跨境供应链协同、数据驱动决策、合规化风控等电商核心维度, 阐释其对出口稳定性、恢复力、转型力的提升机制。结合当前新能源汽车跨境电商出口的发展现状, 梳理产业发展面临的现实困境, 最终提出针对性优化策略。研究结论既能丰富数字贸易与制造业出口的交叉理论研究, 也能为新能源汽车企业依托跨境电商实现高质量出海、提升出口风险抵御能力提供实践指引, 助力中国新能源汽车产业在全球市场实现稳健发展。

关键词

跨境电商, 新能源汽车, 出口韧性, 数字化贸易, 供应链协同

Research on the Improvement Mechanism of New Energy Vehicle Export Resilience Empowered by Cross-Border E-Commerce

Qianwen Liang

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: August 4, 2026; accepted: August 17, 2026; published: October 27, 2026

文章引用: 梁倩雯. 跨境电商赋能下新能源汽车出口韧性提升机制研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(10): 663-671.
DOI: 10.12677/ecl.2026.15101166

Abstract

Against profound global economic and trade shifts and frequent external trade risks, export resilience serves as a core indicator of the international competitiveness and sustainable development capacity of China's new energy vehicle industry. As a new form of international trade in the digital economy era, cross-border e-commerce provides a new path for new energy vehicle exports to overcome traditional trade bottlenecks, withstand external risks, and maintain steady growth via digital channels, full-chain services, and data-based operations. Based on international trade resilience and digital trade theories, this paper takes cross-border e-commerce empowerment as its core research perspective and systematically examines the internal logic and functioning paths of cross-border e-commerce empowering new energy vehicle export resilience. It focuses on explaining the promotion mechanism for export stability, recovery, and transformation capacity from aspects including platform operation, digital channel construction, cross-border supply chain collaboration, data-driven decision-making, and compliance risk control. The paper, in light of the current state of new energy vehicle exports through cross-border e-commerce, also summarizes the practical difficulties facing the industry's development and finally puts forward targeted optimization strategies. The findings can not only enrich the interdisciplinary theoretical research on digital trade and manufacturing exports, but also provide practical guidance for new energy vehicle enterprises to rely on cross-border e-commerce to achieve high-quality going global and enhance their ability to withstand export risks, thereby helping China's new energy vehicle industry achieve steady development in the global market.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, New Energy Vehicle, Export Resilience, Digital Trade, Supply Chain Collaboration

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

1.1. 研究背景

现有文献多从传统贸易模式、产业链竞争力、外部风险冲击等视角探讨新能源汽车出口韧性提升路径，侧重宏观产业分析与传统贸易框架；部分研究关注跨境电商对出口效率、供应链优化的赋能作用，但多集中于轻工、消费类产品，鲜有研究将跨境电商新业态与新能源汽车这一高端制造品类相结合，系统剖析其对出口韧性的作用机制与实现路径[1]。

近年来，中国新能源汽车产业实现跨越式发展，凭借技术迭代、成本优势与产业链完善性，成为“中国智造”走向全球的核心代表，出口规模连续多年保持高速增长，远销欧洲、东南亚、拉美、中东等全球多个地区。但在全球经济复苏乏力、贸易保护主义抬头、地缘政治冲突加剧、海外市场标准壁垒不断升级的多重压力下，传统新能源汽车出口模式暴露明显短板：过度依赖海外经销商等线下一渠道、贸易中间环节冗长、市场信息不对称、供应链响应速度迟缓、风险抵御能力薄弱，导致出口规模易受外部冲击波动，出口韧性不足问题日益凸显。

与此同时，跨境电商凭借互联网技术的数字化优势，打破了传统国际贸易的时空限制与渠道壁垒，重构了跨境贸易流程与价值链体系，在降低企业出海成本、拓展海外市场渠道、提升贸易效率、强化风

险管控等方面展现出独特价值,已成为推动中国外贸稳规模、优结构的重要力量。相较于传统出口模式,跨境电商实现了交易流程线上化、市场需求数据化、供应链服务一体化,能够帮助新能源汽车企业精准对接海外市场、灵活调整出口策略、构建自主可控的跨境贸易体系。在此背景下,探究跨境电商赋能新能源汽车出口韧性的内在机制,破解传统出口模式的韧性短板,对于推动新能源汽车出口高质量发展、提升产业全球竞争力具有重要的现实意义。

1.2. 研究意义

1.2.1. 理论意义

本文将跨境电商新型贸易模式与出口韧性理论相结合,聚焦数字贸易赋能制造业出口的核心议题,系统构建跨境电商赋能新能源汽车出口韧性的理论分析框架,细化跨境电商各核心环节对出口韧性的作用路径,弥补现有研究偏重传统贸易模式、忽视数字电商业态赋能作用的不足,进一步丰富国际贸易韧性理论与数字贸易理论的研究内涵,为跨境电商与高端制造业出口融合发展的相关研究提供理论参考。

1.2.2. 实践意义

本文立足新能源汽车出口与跨境电商发展的现实场景,精准剖析跨境电商赋能新能源汽车出口韧性的实践路径与现存问题,提出的优化策略兼具针对性与可操作性,能够为新能源汽车企业依托跨境电商平台优化出海模式、降低贸易风险、提升出口稳定性提供实践指导;同时,也能为相关部门制定跨境电商与汽车产业融合发展的支持政策提供决策参考,助力中国新能源汽车产业突破外部困境,实现出口贸易的可持续、高质量发展。

1.3. 研究内容与方法

1.3.1. 研究内容

本文首先界定跨境电商、新能源汽车出口韧性等核心概念,梳理相关理论基础;其次分析中国新能源汽车出口现状与跨境电商赋能产业出海的发展态势,明确传统出口模式的韧性短板;再次重点剖析跨境电商赋能新能源汽车出口韧性的具体机制,从渠道、成本、数据、供应链、风控五大电商核心维度展开深入分析;随后梳理当前跨境电商赋能新能源汽车出口韧性过程中存在的现实问题;最后提出针对性的优化提升策略,为产业发展提供可行路径。

1.3.2. 研究方法

本文采用理论分析与实践分析相结合的研究方法,通过文献研究法梳理跨境电商、出口韧性相关研究成果,奠定理论基础;通过归纳分析法总结新能源汽车跨境电商出口的发展特征与赋能机制;结合产业实际发展数据与市场现状,剖析现实问题并提出落地性对策,提升研究内容与产业实践的契合度。

2. 核心概念与理论基础

2.1. 核心概念界定

2.1.1. 跨境电商

跨境电商即跨境电子商务,作为新的贸易业态与模式,已成为外贸稳增长、强韧性的新动能,其核心作用体现为通过削减贸易成本、提升产品质量与减缓供应链不确定性来增强企业出口韧性[2],再通过跨境物流体系完成商品配送、实现交易闭环的新型国际贸易模式。其涵盖 B2B、B2C、独立站、产业带跨境电商等多种业态,核心特征是贸易流程数字化、渠道线上化、运营数据化、服务全链路化,本质是通过数字技术重构跨境贸易体系,降低贸易门槛、提升贸易效率、优化贸易体验。

2.1.2. 新能源汽车出口韧性

新能源汽车出口韧性是指新能源汽车出口贸易体系在面对海外市场需求波动、贸易壁垒、物流中断、政策变动等外部冲击时，展现出的风险抵御能力、快速恢复能力、结构优化能力与转型升级能力[3]。具体表现为出口规模的稳定性、出口市场的多元化、出口渠道的可控性、供应链的灵活性以及应对外部冲击的快速调整能力，是衡量新能源汽车出口贸易可持续发展的核心指标。

2.2. 理论基础

2.2.1. 交易成本理论

交易成本理论认为，国际贸易过程中存在信息搜寻、谈判磋商、合同履行、监督管控等各类交易成本，直接影响贸易效率与贸易稳定性[4]。跨境电商通过线上化平台整合全球贸易资源，实现供需双方精准对接，缩减中间代理环节，简化贸易磋商与通关流程，大幅降低信息不对称、渠道冗余等带来的交易成本，从源头提升跨境贸易的效率与效益，为出口韧性提升奠定成本基础。

2.2.2. 全球价值链理论

全球价值链理论强调，国际贸易主体通过占据价值链高附加值环节、优化价值链布局，提升自身核心竞争力与风险抵御能力[5]。跨境电商打破了传统汽车出口价值链的环节壁垒，推动新能源汽车企业从单纯的产品出口，向线上营销、品牌运营、售后服务、数据管理等高附加值环节延伸，重构出口价值链体系，提升企业在全球贸易中的话语权，增强出口贸易的抗风险能力。

2.2.3. 出口韧性理论

出口韧性理论聚焦贸易体系应对外部冲击的能力，将出口韧性拆解为抵御、恢复、转型、升级四个维度[6]。在国际贸易环境不确定性加剧的背景下，出口韧性理论要求贸易主体通过优化贸易模式、多元化市场布局、强化供应链协同、提升风控能力，降低外部冲击对贸易的影响，实现出口贸易的稳定可持续发展，为本文研究提供核心理论框架。

2.2.4. 平台生态理论

跨境电商平台作为整合贸易资源的核心载体，构建了涵盖营销推广、跨境支付、物流配送、通关报关、合规服务、金融支持的全链路生态体系[7]。平台生态内各环节协同联动，为出口企业提供一体化贸易服务，帮助企业整合资源、降低运营风险、提升贸易效率，形成协同赋能效应，是跨境电商赋能新能源汽车出口韧性的重要支撑。

3. 跨境电商与新能源汽车出口发展现状

3.1. 中国新能源汽车出口发展态势

近年来，中国新能源汽车产业技术不断突破，整车性能、电池技术、智能配置等核心指标逐步达到国际先进水平，出口规模实现跨越式增长[8]。据海关统计，2023 年我国新能源汽车出口量达 120.3 万辆，同比增长 77.6%，但出口仍面临贸易保护主义、技术标准与认证要求等合规挑战[9]。

但与此同时，新能源汽车出口面临的外部挑战日益严峻：海外部分国家出台严苛的技术认证、环保标准、贸易壁垒，贸易保护主义加剧；传统出口模式依赖海外经销商、线下展会等单一渠道，企业对海外渠道缺乏自主掌控权，市场信息获取滞后；供应链冗长且协同性不足，面对物流中断、需求波动等冲击时，调整能力薄弱；海外售后服务体系不完善，影响出口市场的长期稳定。这些问题直接导致新能源汽车出口韧性不足，难以实现持续稳健发展。

3.2. 跨境电商赋能新能源汽车出口发展现状

随着数字贸易的快速发展，跨境电商逐步成为新能源汽车及零部件出口的新型渠道，越来越多的新能源汽车企业开始布局跨境电商业务，依托第三方跨境电商平台、自建独立站等模式拓展海外市场，跨境电商赋能新能源汽车出口的效应逐步显现。跨境电商通过缓解信息不对称与减少资金占用，显著提升了企业供应链效率，正成为优化供需匹配、拉动新能源汽车出口增长的新引擎[10]。

在渠道布局方面，阿里巴巴国际站、中国制造网等 B2B 跨境电商平台成为新能源汽车企业对接海外采购商的核心渠道，速卖通、亚马逊等平台则助力企业直面海外终端消费者，独立站模式帮助企业搭建自主可控的线上营销渠道，实现品牌化运营；在运营模式方面，大数据分析、线上直播营销、数字化精准推广等电商运营手段，帮助企业精准洞察海外市场需求，提升营销转化效率；在服务体系方面，跨境电商平台整合海外仓、跨境物流、通关报关、跨境结算等配套服务，逐步构建起覆盖贸易全流程的数字化服务体系。

但整体来看，新能源汽车属于大宗耐用消费品，与普通跨境电商商品相比，具有货值高、物流特殊、售后复杂、合规要求高等特点。当前，跨境电商与新能源汽车出口的融合仍处于初级阶段，电商赋能效应尚未完全释放，在数字化运营、物流配套、合规风控、人才支撑等方面仍存在诸多短板，制约出口韧性的进一步提升。

4. 跨境电商赋能新能源汽车出口韧性的提升机制

跨境电商依托数字化核心优势，从渠道、成本、数据、供应链、风控五大核心维度，全方位赋能新能源汽车出口。魏龙等的研究表明，开展跨境电商业务能够通过供应链安全水平提升与运营效率优化双重路径，显著提升企业供应链韧性，并在外部不确定性冲击下缓解系统性风险的负面冲击，增强企业在风险冲击下的抵抗与恢复能力，为新能源汽车出口构建起多维度、全流程的韧性提升机制[11]。

4.1. 数字化渠道拓展机制：提升市场布局韧性

跨境电商打破了传统线下渠道的地域限制，构建起线上多元化、自主化的出口渠道体系，从渠道层面破解单一市场依赖的痛点，提升新能源汽车出口的市场布局韧性[12]。一方面，跨境电商平台覆盖范围较广，企业可通过平台对接全球潜在客户，降低线下网点布局成本，加快进入东南亚、拉美、中东等新兴市场，推动出口市场多元化，降低单一市场波动带来的贸易风险；另一方面，企业通过搭建独立站、运营社交电商渠道，降低对海外经销商的依赖，构建自主可控的线上渠道，直接获取客户资源与市场信息，提升渠道主导权。线上线下渠道融合进一步拓展出口路径，提高新能源汽车出口渠道的灵活性与抗风险能力，夯实市场布局韧性基础。

4.2. 交易成本压缩机制：提升贸易效率韧性

基于交易成本理论，跨境电商通过数字化贸易流程，大幅压缩新能源汽车出口全流程交易成本，提升贸易效率与盈利稳定性，强化出口效率韧性。信息搜寻环节，电商平台通过大数据匹配与智能检索帮助企业对接目标客户，降低线下展会、实地考察等信息获取成本；贸易磋商环节，线上即时沟通、电子合同签订等方式缩短谈判时间，降低沟通成本，简化交易流程；通关与物流环节，跨境电商平台对接一站式通关服务与海外仓备货模式，优化物流路线，降低通关与物流成本。交易成本下降有助于扩大新能源汽车出口利润空间，增强企业应对外部价格波动、贸易成本上升等冲击的能力，保障出口贸易高效稳定运行。

4.3. 数据驱动运营机制：提升决策调整韧性

数据是跨境电商的核心生产要素。徐乾宇的研究表明，跨境电商综合试验区建设主要通过数字化转

型赋能与供应链协同增效两大路径,推动企业供应链配置多元化、降低供应链集中度,从而为新能源汽车企业优化供应链布局、提升决策调整韧性提供支撑[13]。跨境电商平台沉淀的用户数据、交易数据、市场数据,有助于企业准确把握海外市场需求变化,及时调整出口产品结构、定价策略与营销方案;针对海外政策法规、贸易壁垒的变动,企业可通过数据监测提前预判,调整出口市场与产品合规方案,降低政策变动带来的贸易损失;同时,数据化需求预测有助于企业合理安排生产与库存,减少产能过剩或库存不足问题,实现按需生产与柔性供给,提高出口贸易对市场变化的适应能力。

4.4. 全链路供应链协同机制:提升供应链韧性

跨境电商构建的数字化供应链体系,实现新能源汽车出口供应链的可视化、协同化、柔性化,有效破解传统供应链冗长、响应迟缓、易断裂的短板,提升供应链韧性[14]。一方面,跨境电商联动零部件供应商、生产企业、物流企业、海外仓等主体,搭建数字化供应链协同平台,实现订单、库存、物流信息的实时共享,提高供应链各环节协同效率;另一方面,海外仓备货模式实现新能源汽车及零部件本地仓储与配送,缩短交货周期,在应对物流中断、港口拥堵等突发情况时,可通过本地库存调配保障订单交付[6];此外,数字化供应链管理实现物流与库存全程追踪,及时识别供应链风险,提高供应链应急响应与快速恢复能力,保障出口贸易连续性。

4.5. 电商合规风控机制:提升风险抵御韧性

跨境电商平台依托成熟的贸易服务体系,为新能源汽车出口提供全流程合规与风险管控服务,构建起完善的风险抵御机制,提升出口贸易的风险防控韧性。针对海外市场技术认证、环保标准、税务合规等要求,跨境电商平台整合专业合规服务资源,协助企业完成产品认证、报关报税、知识产权保护等工作,降低合规风险;跨境结算环节,平台提供多元化跨境支付、汇率避险、信用担保等金融服务,降低汇率波动、货款拖欠等金融风险;同时,平台运用大数据风控模型对海外客户信用、贸易纠纷等进行预判与处理,降低交易风险。全方位合规风控服务有助于新能源汽车企业规避外部风险,保障出口贸易安全稳定,强化风险抵御韧性。

5. 跨境电商赋能新能源汽车出口韧性存在的问题

5.1. 企业跨境电商数字化运营能力不足

当前,多数新能源汽车企业仍以传统线下出口模式为主,对跨境电商的认知与布局较为滞后,缺乏专业的数字化运营能力[15]。企业数字化转型显著降低了出口退出风险、提高了出口稳定性,其作用机制包括创新效率提升、要素配置改善与市场规模扩大,而多数新能源汽车企业尚未达到这一转型深度[16];企业内部缺乏数字化贸易管理体系,线上线下业务未能有效协同,无法充分发挥跨境电商的数据赋能与渠道赋能优势,难以通过电商模式实现出口韧性的有效提升。

5.2. 跨境电商物流配套体系不完善

新能源汽车整车及零部件具有体积大、货值高、运输要求特殊等特点,对跨境物流、仓储、配送的要求远高于普通商品。刘会政等的研究表明,以工业机器人为代表的智能制造技术应用,能够通过提升企业全要素生产率与深化人力资本,显著增强制造业企业的出口韧性,这为新能源汽车企业通过数字化与智能化手段弥补跨境物流短板、提升供应链响应能力提供了理论依据[2];专业化跨境汽车物流企业较少,物流成本居高不下;海外仓布局规模不足,且多以普通商品仓储为主,缺乏汽车整车与零部件的专业化仓储、配送、售后能力;跨境物流链路追踪、应急调配体系不完善,面对物流拥堵、运输中断等突发

情况，难以快速响应，直接影响出口供应链的稳定性与韧性。

5.3. 跨境电商出口合规风控体系不健全

新能源汽车出口涉及全球多个国家和地区，各国技术标准、环保法规、数据安全、税务政策差异较大，合规要求复杂多变。而新能源汽车跨境电商出口尚处于发展初期，企业缺乏专业的海外合规团队，对各国贸易政策、标准法规了解不全面；跨境电商平台针对汽车品类的专业化合规服务不足，难以提供全流程合规指导，导致企业面临较高的合规风险，易因政策变动影响出口贸易，削弱出口风险抵御韧性。

5.4. 复合型专业人才供给短缺

跨境电商赋能新能源汽车出口，需要兼具跨境电商运营、国际贸易、汽车专业技术、海外合规、小语种等多领域知识的复合型人才。目前，高校与行业内此类复合型人才供给严重不足，现有电商运营人员缺乏新能源汽车专业知识，汽车行业从业者又不熟悉跨境电商运营规则与海外市场规则，人才短板直接制约新能源汽车跨境电商业务精细化运营，影响电商赋能效应的释放，难以支撑出口韧性持续提升^[17]。

5.5. 品牌化电商运营水平偏低

新能源汽车出口韧性提升离不开品牌竞争力的支撑，但当前多数新能源汽车企业在跨境电商运营中，仍以产品销售为主，缺乏品牌化运营意识。线上营销手段单一，品牌推广力度不足，未能通过跨境电商平台打造国际化品牌形象；对海外用户售后、口碑维护等品牌运营工作重视不够，导致品牌海外认可度不高，出口市场粘性不足，面对竞品冲击与市场波动时，难以依靠品牌优势稳定出口规模，影响出口长期韧性。

6. 跨境电商赋能新能源汽车出口韧性的优化策略

6.1. 强化数字化运营，深化跨境电商赋能应用

新能源汽车企业需转变贸易理念，将跨境电商作为出口核心渠道之一，构建专业化电商运营团队，加大数字化运营投入。深度依托跨境电商平台大数据分析工具，精准洞察海外市场需求，开展精准营销、个性化产品适配与柔性化生产，实现数据驱动的精细化运营；推动线上线下业务协同融合，整合第三方平台、独立站、线下体验店等多渠道资源，构建全渠道出口体系，充分发挥跨境电商渠道与数据赋能优势，夯实市场布局与决策调整韧性。

6.2. 完善跨境物流体系，提升供应链协同韧性

政府与企业协同发力，完善新能源汽车跨境电商物流配套体系。鼓励物流企业搭建专业化汽车跨境物流渠道，优化中欧班列、海运专线等物流路径，降低跨境物流成本；加大海外仓建设支持力度，建设专业化汽车整车与零部件海外仓，完善仓储、配送、售后一体化服务；搭建数字化跨境物流协同平台，实现物流信息全程追踪、库存动态调配与应急调度，提升供应链可视化与应急响应能力，保障出口供应链的稳定性与灵活性。

6.3. 健全合规风控体系，筑牢风险抵御防线

针对跨境电商出口合规需求，构建企业、平台、政府三方协同的合规风控体系。企业加强海外政策法规研究，组建专业合规团队，提前做好产品认证、税务申报、知识产权保护等工作；跨境电商平台完善汽车品类专业化合规服务，搭建政策信息数据库，为企业提供实时政策解读、合规指导与风险预警；政府完善跨境电商合规支持政策，加强与海外国家的贸易合作，推动标准互认，为企业提供合规培训与

法律援助，全方位降低出口合规风险，提升风险抵御韧性[18]。

6.4. 加强人才培养，夯实产业发展人才支撑

高校、企业与行业协会联动，加快复合型专业人才培养。高校增设跨境电商、国际贸易、汽车工程、海外合规等交叉学科专业，培养兼具多领域知识的应用型人才；企业开展内部专项培训，提升现有员工跨境电商运营与海外贸易实操能力；依托行业协会搭建人才交流平台，引进海外高端电商与汽车贸易人才，构建专业化人才队伍，为跨境电商赋能新能源汽车出口韧性提升提供人才保障。

6.5. 推进品牌化电商运营，提升出口长期韧性

新能源汽车企业依托跨境电商平台，推进国际化品牌化运营，打造自主出口品牌。通过线上直播营销、社交平台推广、海外用户运营等电商营销手段，强化品牌海外宣传；完善线上售后服务体系，提升用户购物体验，积累品牌口碑；依托跨境电商数据，精准优化产品与服务，塑造差异化品牌优势，提升品牌全球竞争力。通过品牌化运营，增强出口市场粘性，实现出口贸易的长期稳定发展，全面提升出口长期韧性。

7. 结论与展望

7.1. 研究结论

本文围绕跨境电商赋能新能源汽车出口韧性提升机制展开系统研究，得出以下结论：第一，跨境电商通过数字化渠道拓展、交易成本压缩、数据驱动运营、全链路供应链协同、电商合规风控五大核心机制，从市场布局、贸易效率、决策调整、供应链、风险抵御五个维度，全方位提升新能源汽车出口韧性，是破解传统出口模式短板、推动新能源汽车高质量出海的重要路径；第二，当前跨境电商与新能源汽车出口融合发展过程中，仍存在企业数字化运营能力不足、物流配套不完善、合规风控不健全、复合型人才短缺、品牌化运营水平偏低等问题，制约了电商赋能效应的充分释放；第三，需通过强化数字化运营、完善物流体系、健全合规风控、加强人才培养、推进品牌化运营等针对性策略，破解现存问题，进一步强化跨境电商赋能作用，全面提升新能源汽车出口韧性[19]。

7.2. 研究展望

本文从理论层面剖析了跨境电商赋能新能源汽车出口韧性的机制与优化策略，未来可进一步拓展实证研究，通过量化分析模型，实证检验跨境电商各核心要素对新能源汽车出口韧性的影响程度；也可针对不同海外市场、不同规模新能源汽车企业，开展差异化跨境电商出海模式研究；随着人工智能、区块链等数字技术在跨境电商领域的深度应用，未来可进一步探究新技术赋能下，新能源汽车出口韧性提升的全新路径与机制，为产业发展提供更具有前瞻性的理论与实践支撑，推动中国新能源汽车出口贸易持续稳健发展，不断提升全球市场竞争力。

参考文献

- [1] 邸强, 赵昌平, 隋静. 中美贸易冲突对中国新能源汽车产业出口韧性影响研究——基于双重机器学习方法的新证据[J]. 经济问题, 2026(9): 37-44.
- [2] 康茂楠, 马然, 刘娟. 跨境电子商务与制造企业出口韧性——兼论“数实”融合稳出口的现实路径[J]. 国际商务(对外经济贸易大学学报), 2025(3): 96-117.
- [3] 刘钧霆, 董丹丹, 李凯杰, 等. 数字经济赋能企业出口韧性[J]. 财贸研究, 2024, 35(4): 28-42.
- [4] 马述忠, 郭继文, 张洪胜. 跨境电商的贸易成本降低效应: 机理与实证[J]. 国际经贸探索, 2019, 35(5): 69-85.

-
- [5] 鞠雪楠, 赵宣凯, 孙宝文. 跨境电商平台克服了哪些贸易成本?——来自“敦煌网”数据的经验证据[J]. 经济研究, 2020, 55(2): 181-196.
- [6] 张洪胜, 潘钢健. 跨境电子商务与双边贸易成本: 基于跨境电商政策的经验研究[J]. 经济研究, 2021, 56(9): 141-157.
- [7] 刘玥, 刘能毓, 沈鸿. 探索企业出口贸易网络发展新路径——来自中国跨境电商平台的微观证据[J]. 财经研究, 2024, 50(12): 107-121.
- [8] 许朝凯, 刘宏曼. 多元化风险、策略调整与出口韧性[J]. 国际商务(对外经济贸易大学学报), 2023(4): 54-68.
- [9] 黄心深, 李浩. 我国新能源汽车出口面临的挑战及应对措施[J]. 中国海关, 2024(10): 20-23.
- [10] 余典范, 贾咏琪, 王超. 跨境电子商务与企业供应链效率——基于跨境电商政策的经验研究[J]. 国际贸易问题, 2024(10): 53-69.
- [11] 魏龙, 闫晗, 蔡培民, 等. 跨境电商提升了中国企业供应链韧性吗?——基于安全与效率双重路径的分析[J]. 经济与管理研究, 2025, 46(9): 56-73.
- [12] 周利梅, 刘卓. 中国新能源汽车海外市场开拓的影响因素——基于 ISM-AHP 模型分析[J]. 重庆交通大学学报(社会科学版), 2024, 24(1): 36-45.
- [13] 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.
- [14] 陈童, 李正达, 杨锐垭. 中国新能源汽车“一带一路”出口路径研究[J]. 物流科技, 2025, 48(16): 72-76.
- [15] 曲鸣宇. 我国跨境电商防范出口风险的对策[J]. 河北企业, 2022(5): 57-59.
- [16] 范黎波, 郝安琪, 吴易明. 制造业企业数字化转型与出口稳定性[J]. 国际经贸探索, 2022, 3(12): 4-18.
- [17] 刘会政, 孙逸天, 苗馨月. 智能制造与企业出口韧性——基于工业机器人应用的经验证据[J]. 经济与管理评论, 2025, 42(2): 70-82.
- [18] 魏昀妍, 龚星宇, 柳春. 数字化转型能否提升企业出口韧性[J]. 国际贸易问题, 2022(10): 56-72.
- [19] 苏杭, 卢笑同. 数字经济发展提升了城市出口韧性吗[J]. 技术经济, 2023, 42(9): 67-82.