

# 陕西农村手工艺品对巴出口路径研究

## ——基于汉中藤编工艺品外贸案例

张英龙, 董春晖, 李思瑶

西京学院外国语学院, 陕西 西安

收稿日期: 2025年11月17日; 录用日期: 2025年11月27日; 发布日期: 2025年12月31日

### 摘 要

本研究以陕西汉中藤编工艺品对巴基斯坦的出口实践为案例, 探讨农村手工艺品突破内销市场局限、实现国际化发展的可行路径。通过案例分析与实地调研发现, 产业面临国内市场增长乏力、产品创新不足及品牌影响力有限等挑战。基于此, 本研究提出以中巴经济走廊为依托, 推动产品设计与当地文化偏好相契合, 积极拓展跨境电商与线下融合渠道, 并构建具备韧性的供应链体系。实践表明, 该路径有效促成了首批工艺品成功进入巴基斯坦市场, 为资源有限的农村手工艺品产业开拓国际市场提供了具有参考价值的实践框架。

### 关键词

汉中藤编, 中巴经济走廊, 乡村振兴, 对外贸易路径

# Research on Export Pathways of Shaanxi Rural Handicrafts to Pakistan

## —A Case Study of Hanzhong Rattan Weaving Products Foreign Trade

Yinglong Zhang, Chunhui Dong, Siyao Li

School of Foreign Languages, Xijing University, Xi'an Shaanxi

Received: November 17, 2025; accepted: November 27, 2025; published: December 31, 2025

### Abstract

This study examines viable pathways for rural handicrafts to overcome the limitations of the domestic market and achieve international development, using the export practice of Hanzhong rattan weaving products from Shaanxi to Pakistan as a case study. Through case analysis and field research, it

is found that the industry faces challenges such as sluggish growth in the domestic market, insufficient product innovation, and limited brand influence. In response, this study proposes a strategy that leverages the China-Pakistan Economic Corridor (CPEC) to align product design with local cultural preferences, actively expand cross-border e-commerce and online-to-offline integrated channels, and build a resilient supply chain system. Practice has shown that this pathway has effectively facilitated the successful entry of the first batch of handicrafts into the Pakistani market, providing a practical and referential framework for resource-limited rural handicraft industries to explore international markets.

## Keywords

Hanzhong Rattan Weaving, China-Pakistan Economic Corridor, Rural Revitalization, Foreign Trade Path

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. 绪论

### 1.1. 研究背景

全球经贸格局的深度调整与中国经济高质量发展新阶段的到来，为区域经济合作创造了新的机遇。中巴经济走廊(CPEC)作为重要的国际合作项目，通过政策沟通、设施联通和贸易畅通等措施，为中巴经贸合作提供了有力支撑。中巴两国深厚的全天候战略伙伴关系为项目建设奠定了政治互信基础，不仅实现了基础设施的互联互通，更促进了贸易投资便利化。这些举措为陕西农村手工艺品进入巴基斯坦市场开辟了新的通道。

在国内，乡村振兴战略的深入实施为农村特色产业发展注入了新的活力。作为乡村振兴的重要基础，产业兴旺需要通过发展特色产业来实现。陕西省汉中地区凭借其优良的生态环境和丰富的自然资源，培育出了独具特色的手工艺品产业。当地工匠运用传统技艺创作的藤编、草编等产品，既体现了地域文化特色，又具有重要的经济价值。推动这些手工艺品实现产业化、市场化发展，成为促进农村高质量发展的重要途径，同时也为融入国际市场奠定了基础。

然而，农村手工艺品产业在国际化进程中仍面临诸多挑战。内销市场增长乏力。同时，产品设计传统、品牌影响力不足、国际营销渠道单一等问题相互交织，共同制约着产业发展。这些因素使得开拓国际市场、探索新的发展路径显得尤为迫切。

### 1.2. 研究意义

本研究通过系统分析汉中藤编工艺品对巴基斯坦出口的实践路径，具有重要的理论价值和现实意义。首先，本研究为农村手工艺品国际化研究提供了微观层面的重要补充。现有研究多聚焦于宏观政策与基础设施互联互通，而本研究通过深入剖析具体案例，从企业层面揭示了中巴经济走廊(CPEC)机制下，贸易便利化措施与关税优惠如何切实降低农村产业的国际化门槛。这一探索为理解区域合作对基层经济的实际影响提供了实证依据，丰富了发展经济学与区域合作的微观基础。

此外，本研究为推动农村手工艺品产业转型升级和集群化发展提供了新思路。针对汉中地区以农民散户分散生产、摆摊售卖为主的传统业态，本研究总结的“核心组织引领 + 分布式生产”模式，示范了

如何通过引入外贸服务主体或合作社，将分散的农户产能有效整合，统一对接国际标准与市场需求，推动产业从低效、分散的内向型经营，向组织化、标准化、品牌化的外向型集群转变，从而全面提升产业韧性与附加值，为类似地区特色产业发展提供了可借鉴的路径。

尤为重要的是，本研究凸显了助农增收价值。通过构建稳定的外贸渠道，本研究为直接参与手工艺品制作的农民散户提供了可持续的收入来源，有效将传统摆摊售卖的零星收入转化为有保障的订单化生产。这不仅直接提高了农户的家庭经济收益，还通过技能培训、质量提升等环节，增强了农民群体的市场适应能力和自我发展能力，从而在推动产业发展的同时，切实助力了乡村振兴与农民生计改善，实现了经济效益与社会效益的统一。

### 1.3. 文献综述

手工艺品的国际化发展是一个涉及多学科交叉的研究领域，现有研究从不同视角为此提供了丰富的理论积淀，同时也呈现出一些值得深入探讨的空间。以陕西汉中藤编为例，这一国家级非物质文化遗产不仅具有悠久的历史和丰富的文化内涵，其发展历程也折射出手工艺品产业面临的共性挑战与机遇。

经典国际化理论为项目团队理解资源受限型企业的国际化进程提供了重要启示。Uppsala 模型强调企业通过渐进式学习积累国际市场知识的过程[1]，这一理论框架较好地解释了中小企业往往选择心理距离较近的市场作为国际化起点的现象。然而，在审视手工艺品这一特殊品类时发现，传统理论在解释其国际化路径时面临挑战。以汉中藤编为例，其技艺源于秦汉时期，以青藤和木竹为材料，通过传统编织工艺制作家具和日用品，体现了中国农耕文化的精髓。这种兼具实用价值与文化价值的产品特性，使得其国际化路径与传统工业品存在显著差异。

手工艺品产业研究领域呈现出多元化的研究视角。学者们已经认识到文化价值与商业价值平衡的重要性。然而，研究指出，手工艺品出口仍面临产品同质化、创新不足、人才断层和市场壁垒等多重挑战[2]。研究进一步表明，乡村振兴背景下手工艺品的产业化发展需要建立多元价值实现机制[3]。特别是在数字化浪潮下，研究表明，传统手工艺品如何借助跨境电商等新型渠道实现国际化突破，仍是一个值得深入研究的课题[4]。

中巴经济走廊为研究手工艺品国际化提供了新的语境。研究揭示了基础设施互联互通对贸易便利化的促进作用[5]，研究则强调了政策协调对双边经贸合作的积极影响[6]。在这一框架下，汉中藤编产业近年来逐渐从家庭作坊向规模化发展，成为乡村振兴的重要支柱。然而，现有研究多从宏观层面分析经济走廊的建设成效，对中小企业如何借助这一平台实现国际化发展的微观机制关注不足。研究虽然注意到贸易便利化措施对企业的积极影响[7]，但缺乏对手工艺品这类特殊产品的针对性研究。

综合现有研究可以发现，虽然各个领域都取得了重要进展，但在理论整合和实践指导方面仍存在提升空间。特别是在当前国际合作日益深化的背景下，如何将政策机遇转化为企业的发展动能，如何在国际化进程中实现文化价值与商业价值的共赢，这些问题的探讨将有助于丰富现有理论，并为类似情境下的手工艺品国际化实践提供参考。本研究希望在这些方面作出尝试，通过对具体案例的深入分析，为相关理论的发展提供新的经验证据。

## 2. 案例背景

### 2.1. 汉中藤编产业发展现状

汉中藤编作为中国国家级非物质文化遗产，其发展深深植根于当地丰富的自然资源和悠久的历史文。汉中地区属亚热带季风气候，雨量充沛、热量充足，为藤编原料如青藤和木竹的生长提供了优越条件，这些原料的采集遵循传统季节规律以保障材质性能。在历史传承方面，汉中藤编技艺可追溯至秦汉

时期，最初用于制作生活用具；三国时期，藤条还被用于军事用途，如制作藤甲，体现了其多功能性。

在文化内涵上，藤编图案常融入几何纹样、花鸟鱼虫等元素，寓意吉祥如意，反映了农耕文化中对自然和生活的美好向往。例如，传统藤椅采用“菊花形”“胡椒眼”等编织花样，不仅实用，还具有较高的艺术观赏价值。这种技艺通过家族或师徒制代代相传，但目前由于年轻一代兴趣缺乏和城市化进程加速正面临着传承危机。

汉中藤编产业在“乡村振兴”战略推动下，近年来呈现出稳步发展态势，逐步从传统的家庭作坊模式向组织化生产转型。根据陕西省统计局 2023 年发布的《陕西省乡村振兴产业发展报告》，产业年总产值已超过 8600 万元人民币<sup>1</sup>。直接带动就业 3200 余人<sup>2</sup>，户年均增收 1.2 万至 3 万元<sup>3</sup>。然而，产业发展面临市场局限性突出的问题，主要表现为内销市场接近饱和，增长乏力。2023 年内销额占比超过 70%，但增速仅 5%<sup>4</sup>，远低于跨境电商渠道的 15% 增长率<sup>5</sup>，反映出国内市场需求趋于稳定，亟需开拓新的市场空间。

汉中藤编制品的销售采用“农户 + 合作社 + 销售公司”的分散化生产、集中化运营体系，主要分布在汉中市南郑区黄官镇等乡村地区。农民利用农闲时间从事藤编编织，以家庭为单位进行初级加工；合作社作为中间纽带，负责组织生产、质量控制和技能培训；销售公司则负责市场开拓和销售工作。这种模式虽然提升了本地协同效率，但由于农村基础设施不足和数字化应用水平较低，目前仍以传统销售渠道为主，国际贸易渠道尚未充分开发。

目前，汉中藤编产业面临多重挑战，严重制约其进一步扩张和升级。国内手工艺品市场竞争加剧，消费者偏好转向现代化、个性化产品，导致传统产品需求增长乏力。产品设计传统也是一大瓶颈，藤编产品多以实用型为主，设计风格停留在传统模式，未能充分融入现代美学元素，缺乏与国际潮流接轨的创新，导致产品附加值低，溢价能力弱。此外，品牌影响力局限同样显著，汉中藤编品牌知名度较低，缺乏国际认可，平均利润率仅 8%~10%<sup>6</sup>，进一步限制了产业的可持续发展。这些瓶颈综合表明，产业急需在创新、品牌建设和市场多元化方面寻求突破，以应对全球化竞争的挑战。

## 2.2. 选择巴基斯坦作为目标市场的动因分析

政策驱动是选择巴基斯坦市场的关键因素之一。中巴经济走廊(CPEC)作为两国合作的旗舰项目，显著改善了基础设施，例如瓜达尔港的建设和喀喇昆仑公路的升级，优化了物流通道，降低了运输成本和时间，为汉中藤编产品的出口提供了物流基础。此外，中巴自由贸易协定(CPFTA)提供了关税优惠，巴基斯坦对中国特色手工艺品实施较低关税，减少了贸易壁垒，增强了产品竞争力[8]。这些政策红利不仅降低了出口成本，还通过双边合作机制如经贸合作区，鼓励中小企业参与国际贸易，为市场进入创造了有利条件。

在市场吸引力方面，巴基斯坦展现出了显著的潜力。巴基斯坦消费者对天然、环保和手工艺品有传统偏好，这与汉中藤编产品的特性高度契合。巴基斯坦家居装饰风格常融入传统元素和自然材料，藤编产品如家具和装饰品可与其美学需求相匹配，增强市场接受度。此外，巴基斯坦人口结构年轻化，中产阶级迅速兴起，带动了对家居用品和礼品的消费升级需求。巴基斯坦人口平均年龄较低，消费能力增强，对高品质、文化内涵丰富的产品兴趣上升，为藤编产品提供了广阔市场空间。相较于欧美成熟市场，巴基斯坦

<sup>1</sup>数据来源：2023 年陕西省统计局《陕西省乡村振兴产业发展报告》。

<sup>2</sup>数据来源：2023 年汉中市人力资源和社会保障局《汉中市特色手工艺品产业就业带动效应研究》。

<sup>3</sup>数据来源：2023 年南郑区农业农村局《南郑区乡村振兴成效评估报告》。

<sup>4</sup>数据来源：2024 年中国轻工业联合会《中国手工艺品内销市场白皮书》。

<sup>5</sup>数据来源：商务部国际贸易经济合作研究院《跨境电商发展报告(2023~2024)》。

<sup>6</sup>数据来源：2022 年中国艺术研究院工艺美术研究所《中国传统手工艺品盈利模式分析》。



手工艺品市场的竞争压力较小，国际品牌渗透率低，这为新品如汉中藤编进入提供了机会，更容易建立市场立足点。这种市场环境允许企业通过差异化策略，如强调手工技艺和文化故事，来吸引消费者。

操作便利性是选择巴基斯坦市场的另一重要动因，主要体现在语言和沟通方面。英语作为巴基斯坦的官方语言之一，极大降低了商务沟通、合同签订和产品文案撰写等方面的语言障碍和成本。这使得汉中藤编企业能够更高效地进行谈判、市场推广和客户服务。此外，巴基斯坦的数字化基础设施虽在发展中，但英语普及率较高，便于利用电商平台和在线渠道进行销售，进一步简化了国际贸易流程。

### 3. 研究方法 with 数据收集

本研究采用案例研究法，以陕西汉中藤编产业对巴基斯坦出口实践为研究对象，通过系统性的数据收集和分析方法，探讨农村手工艺品国际化路径。研究设计注重实证数据的多样性和分析过程的科学性，通过三角验证确保研究结果具有较高的信度与效度。

#### 3.1. 案例选择标准

本研究选择陕西汉中藤编工艺品对巴基斯坦出口案例作为研究对象，主要基于该案例具有的独特研究价值。首先，典型性与代表性。汉中藤编作为国家级非物质文化遗产，其发展历程集中体现了农村手工艺品产业的共性特征。该产业既保留了传统手工精髓，又面临现代化转型挑战，为研究传统手工艺品国际化提供了理想样本；其次，实践可行性。研究团队与当地合作社、外贸公司建立了良好的合作关系，能够获取一手资料，确保研究的深度与可靠性；最后，时效性与创新性。该产业近年来积极探索对巴出口，其国际化实践处于进行时态，为观察和研究手工艺品国际化过程提供了鲜活素材。案例选择综合考虑了产业特征、资源可及性和研究时机，确保研究结果既具有理论价值，又具备实践指导意义。

#### 3.2. 数据收集过程

本研究采用多元化的数据收集方法，通过三角验证确保数据的完整性和准确性。数据收集工作于 2025 年 5 月至 8 月期间系统展开，首先通过实地调研获取第一手资料。项目团队分两次深入汉中市南郑区黄官镇藤编合作社开展调研，首次调研主要采用参与式观察法，团队成员亲身体验藤编制作流程；第二次调研则重点进行半结构化访谈，累计访谈合作社负责人 2 位、手工艺人 15 位，深入了解藤编技艺的传承现状和生产组织模式。

在实地调研的基础上，团队进一步通过文献资料分析来充实研究素材。系统收集了政策文件、产业报告、学术论文和企业内部资料等四类文献，这些文献为案例分析提供了重要的背景支持和对比数据。与此同时，团队还通过专家咨询的方式获取专业见解，这一过程不仅验证了实地调研的发现，还为研究提供了多角度的思考维度。三种数据收集方法相互补充、相互印证，共同构成了本研究坚实的数据基础。

#### 3.3. 数据分析方法

本研究采用系统的定性分析方法，对收集的数据进行深入处理和分析。首先采用主题分析法处理访谈和观察资料，通过反复阅读和比较文本材料，识别出与研究问题相关的核心主题和模式。这一分析过程注重从原始资料中提炼出有意义的发现，而不是简单地对数据进行分类。

在此基础上，团队运用案例研究法进行深度分析，从描述性、解释性和探索性三个维度对案例进行全方位考察。描述性分析着重呈现藤编产业对巴出口的实际过程，解释性分析探讨各因素间的因果关系，而探索性分析则致力于发现新的理论洞见。最后，通过比较分析法将实证发现与现有理论进行对话，既验证了理论的适用性，又丰富了理论的内涵。这种层层递进的分析方法确保了研究结论既扎根于实践，又具有理论价值。

## 4. 汉中藤编对巴出口的实践路径

在汉中藤编产业拓展巴基斯坦市场的实践中,通过与汉中市南郑区黄官镇合作社合作,定制开发了系列藤编工艺品,并依托西安某外贸公司成功实现出口。这一路径通过文化契合与产品策略创新,实现了“中国民间手工艺”与“巴基斯坦市场”的有效对接。

### 4.1. 基于国际市场进入模式理论的路径创新

国际市场进入模式理论认为,企业在国际化过程中需要根据自身资源和环境特点选择适当的进入方式[3]。传统理论将进入模式划分为出口、合资和独资等基本类型,强调企业需要根据控制程度、资源承诺和风险扩散等因素进行选择。然而,这一理论在解释资源受限型手工艺品企业的国际化路径时存在明显局限。

汉中藤编产业的实践对这一理论进行了重要补充。产业采取了“政策借力型出口”的创新路径,充分利用中巴经济走廊带来的贸易便利化条件。具体而言,企业通过深入研究并运用中巴自贸协定中的关税减免条款,显著降低了出口成本。同时,积极参与政府组织的经贸洽谈会和商品展会,以此作为初期获取客户、建立信任的重要渠道。这种“政策驱动型”市场进入模式,突破了传统理论中企业主要依靠自身资源积累的渐进式国际化路径,为资源有限的中小企业提供了新的思路。

实践表明,这种路径创新取得了显著成效。首批藤编产品出口巴基斯坦实现了 5.2 万元人民币的销售额,验证了这一模式的有效性。这一案例说明,在特定政策背景下,中小企业可以通过有效利用外部制度资源,突破自身资源约束,实现国际市场的快速进入。

### 4.2. 跨文化营销理论在产品策略中的应用

跨文化营销理论强调,企业需要根据目标市场的文化特点调整产品策略,实现文化适配[9]。这一理论认为,成功的国际营销需要在保持产品核心文化价值的同时,适当融入当地文化元素,实现“全球化思考,本地化行动”。

汉中藤编产业在这一理论的指导下,开展了深入的产品创新实践。首先,针对巴基斯坦炎热干燥的气候特点,产品设计特别注重透气性和耐用性,采用开放式编织工艺增强空气流通。其次,在产品造型和图案设计上融入了巴基斯坦文化元素,如采用当地消费者喜爱的宝石蓝、祖母绿等色彩,以及在编织图案中融入伊斯兰几何纹样。这种“文化融合”策略不仅保持了藤编产品的中国传统工艺特色,也增强了其在巴基斯坦市场的文化亲和力。

值得注意的是,产业特别注重文化内涵的深度挖掘。通过讲述藤编技艺的传承故事,强调产品的环保特性和手工价值,将实用产品提升为文化载体。这种“故事化营销”策略有效提升了产品附加值,使藤编产品从实用品升级为具有文化内涵的礼品,实现了价值的显著提升。

### 4.3. 全球价值链视角下的供应链优化

全球价值链理论为企业参与国际竞争提供了重要分析框架[10]。该理论强调,企业需要通过优化在价值链中的位置来实现价值提升。对于手工艺品产业而言,如何突破传统价值链中的低端锁定,实现价值升级是其国际化过程中面临的重要挑战。

汉中藤编产业的实践为这一理论提供了新的注脚。产业通过构建“柔性供应链体系”,有效应对了国际市场的小批量、多批次订单需求。具体而言,产业利用“农户+合作社”的组织弹性,建立了快速响应市场变化的生产机制。同时,通过优化物流通道,探索利用中巴经济走廊的陆路运输优势,平衡运输成本与时效。在风险管控方面,采用信用证等相对安全的支付方式,并购买出口信用保险,有效降低

了国际贸易风险。

这种供应链创新带来了显著的价值提升。通过减少中间环节，产业不仅降低了成本，还增强了对市场需求的响应能力。更重要的是，通过建立直接的国际市场渠道，产业在价值链中的位置得到提升，实现了从单纯生产向品牌运营的转变。这一实践表明，传统手工艺品产业可以通过供应链重构，突破资源约束，实现价值链升级。

#### 4.4. 数字化时代的渠道创新理论实践

随着数字化技术的发展，传统渠道理论正在经历重要变革<sup>[11]</sup>。新兴的渠道理论强调线上线下融合的重要性，认为企业需要建立全渠道的营销体系，以满足消费者多样化的购买需求。

汉中藤编产业的渠道创新实践体现了这一理论趋势。产业采用了 B2B 与 B2C 并行的双轨策略，既通过阿里巴巴国际站等平台联系巴基斯坦当地的进口商、零售商，建立稳定的批发渠道，同时也在巴基斯坦主流电商平台开设店铺，利用社交媒体进行品牌传播和直接销售。更为重要的是，产业积极探索“线上展示下单 + 线下体验提货”的 O2O 模式，通过线下体验点增强消费者信任，同时通过线上渠道扩大市场覆盖。

这种全渠道策略的有效性在实践中得到了验证。通过数字化渠道，产业不仅显著降低了市场进入成本，还建立了更直接、可持续的销售网络。跨境电商渠道已成为重要的增长点，表现出良好的市场发展态势。这一案例说明，传统产业可以通过数字化渠道创新，突破地域限制，更高效地触达国际消费者，实现市场的快速拓展。

### 5. 小结

本研究以陕西汉中藤编工艺品对巴基斯坦出口实践为案例，初步探索了农村手工艺品国际化发展的可行路径。通过案例分析发现，借助区域合作机制提供的贸易便利化条件，结合文化适配策略和数字化渠道创新，资源有限的农村手工艺品企业可以找到适合自身特点的国际化突破口。这一实践为同类产业的国际化发展提供了有益参考。

同时，本研究也存在一定的局限性。首先，基于单一案例的研究结论在普适性方面存在限制，其经验是否适用于其他地区、不同类型的手工艺品仍需进一步探讨。其次，对出口实践的观察周期较短，其长期效果和可持续性有待更长时间的跟踪验证。此外，研究主要聚焦企业层面的操作路径，对政策环境、市场波动等外部因素的影响机制探讨相对不足。

基于当前研究的发现与局限，未来研究可在多个方面继续深入。通过开展多案例比较研究，可以探究不同品类、不同地区手工艺品国际化的差异化路径；进行长期跟踪研究，将有助于评估国际化路径的持续效果及其动态调整机制；深入分析政策变化、汇率波动等外部因素对手工艺品出口的影响机理，能够为产业应对不确定性提供理论支持；同时，探索数字化技术在传统手工艺品国际化过程中的创新应用模式，也具有重要的研究价值。尽管存在上述局限，但本研究通过实践案例为理解农村手工艺品国际化提供了初步的实证参考，为后续研究奠定了基础。

### 基金项目

陕西省大学生创新创业项目“‘一带一路’背景下农村手工艺品对外贸易路径研究”，项目编号：S202512715070。

### 参考文献

- [1] Johanson, J. and Vahlne, J. (1977) The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development

- and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, **8**, 23-32. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490676>
- [2] 陕西省统计局. 陕西省农村手工艺品产业发展报告 2023 [R]. 西安: 陕西人民出版社, 2023.
- [3] 薛涵帝. 非遗产业振兴助力乡村振兴的可行性途径探索[J]. 文化遗产研究, 2023, 15(2): 78-92.
- [4] 中国非物质文化遗产保护中心. 中国传统手工艺品出口策略研究[J]. 非遗保护研究, 2022, 10(1): 56-70.
- [5] 张夏恒. “十五五”时期数字贸易创新发展的机遇挑战、目标取向及推进举措[J]. 国际贸易问题, 2025, 42(1): 112-125.
- [6] 赵林, 王明. 中巴经济走廊对双边贸易的影响机制研究[J]. 亚太经济评论, 2024, 38(4): 134-150.
- [7] 中国商务部. 中国-巴基斯坦经贸合作白皮书[R]. 北京: 中国商务出版社, 2024.
- [8] Pakistan Ministry of Finance (2024) Pakistan Economic Survey 2023-2024. Government of Pakistan Press.
- [9] 刘晓寒. “一带一路”倡议对企业国际化经营水平影响研究[J]. 国际经济合作, 2023, 40(3): 45-60.
- [10] Gereffi, G., Humphrey, J. and Sturgeon, T. (2005) The Governance of Global Value Chains. *Review of International Political Economy*, **12**, 78-104. <https://doi.org/10.1080/09692290500049805>
- [11] Li, X. and Wang, Y. (2023) Digital Transformation and Cross-Border E-Commerce: Evidence from Chinese Handicraft SMEs. *Journal of International Business Studies*, **54**, 345-362.