

我国服务贸易数智化转型策略和实现路径研究

王锦泽

南京师范大学商学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年11月30日; 录用日期: 2025年12月23日; 发布日期: 2025年12月31日

摘要

我国服务贸易正加速向着数智化转型, 平台化、数字化、智能化逐渐成为我国经贸的核心发展趋势, 推动服务贸易数智化转型是提升我国国际竞争力、建设贸易强国的关键。当前我国服务贸易规模持续扩大, 但数智化转型过程中面临平台生态碎片化、跨境协同困难、技术应用深度不足、标准化与隐私保护缺位、国际经贸规则制定中的参与度与影响力较弱等多重困境。本文系统剖析我国服务贸易数智化转型的现实障碍, 结合数字技术的发展趋势, 从平台生态构建、数据要素改革、制度型开放、平台治理规范四个维度提出协同发展策略, 并探索从需求到价值交付的平台一体化、技术与场景结合的支撑体系创新实现路径, 为破解转型瓶颈、占据全球服务贸易核心竞争地位提供理论与实践支撑。

关键词

数字服务贸易, 国际贸易, 贸易数字化转型, 服务贸易

Research on the Transformation Strategies and Implementation Paths of China's Service Trade Digital Intelligence

Jinze Wang

School of Business, Nanjing Normal University, Nanjing Jiangsu

Received: November 30, 2025; accepted: December 23, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

China's trade in services is accelerating its transformation towards digital intelligence, with platformization, digitalization, and intellectualization gradually becoming the core development trends of China's economy and trade. Promoting the digital and intelligent transformation of trade in services is key to enhancing China's international competitiveness and building a strong trading nation.

At present, the scale of China's trade in services continues to expand, yet its digital and intelligent transformation faces multiple challenges, including fragmented platform ecosystems, difficulties in cross-border coordination, insufficient in-depth application of technologies, lack of standardization and privacy protection, as well as low participation and influence in the formulation of international economic and trade rules. This paper systematically analyzes the practical obstacles to the digital and intelligent transformation of China's trade in services. Combined with the development trends of digital technologies, it proposes a coordinated development strategy from four dimensions: platform ecosystem construction, reform of data factors, institutional opening-up, and standardized platform governance. It also explores innovative implementation paths for platform integration from demand to value delivery and a supporting system that combines technology with scenarios, providing theoretical and practical support for breaking the bottlenecks of transformation and seizing the core competitive position in global trade in services.

Keywords

Digital Services Trade, International Trade, Digital Transformation of Trade, Trade in Services

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. 问题的提出

随着云计算、人工智能、大数据分析等数智技术的深度渗透，全球服务贸易正经历由数字化向数智化方向转型的浪潮，平台化、生态化、智能化成为服务贸易发展的新趋势。总书记在二十大报告中明确提出“加强建设贸易强国”，要“创新服务贸易发展机制”，推动我国服务贸易数智化转型正是契合全球经济发展趋势，提升我国服务贸易国际竞争力的关键。2024年中国国际服务贸易交易会“企业数字化转型论坛”中进一步指出，“数智技术是重构服务贸易模式、提升运营效率的关键引擎”，由此可见，数智化转型是当下值得深入探讨的研究方向。当前，我国服务贸易规模持续扩大，但数智化转型面临诸多困境，存在平台生态碎片化、跨境协同困难、技术应用深度不够、国际规则制定中的参与度与影响力较弱等现实问题，服务贸易场景的单一性、人工智能的基础统计难以支撑服务创新、在国际规则制定中参与度及影响力不足等缺陷不利于我国服务贸易数智化的进一步转型。在此背景下，系统化地探究我国服务贸易数智化的转型策略与实现路径，对于破解服务贸易转型瓶颈、占据全球服务贸易核心竞争地位具有重要的理论和现实意义。

国内外众多学者对于服务贸易数智化转型提出了多种不同观点和看法。(1) 数智技术对服务贸易的驱动作用。数字技术通过重塑价值链来改变增加值的分配，其增加值在服务业中份额高于整体行业，并且增长最快，服务业中三个贸易路径的数字技术相关增加值份额高于整体行业(Gao, Y.等[1], 2023)。中国服务贸易的蓬勃发展得益于服务业持续扩大开放和中国科技创新水平的不断提高，数字技术从根本上改变了整个全球贸易生态环境(王莉莉[2], 2022)。利用数智化技术，将传统线下经营业务改为线上，或线上线下结合，重塑商业模式，显著提高企业效率与质量，进而提升竞争力与发展力，即产业数智化(韩向东、余红燕[3], 2021)。数智技术驱动服务创新，促使企业重构价值链，提供更高附加值的服务(Ou, C.等[4], 2024)。数字化和自动化贸易流程显著提高了效率，降低了交易成本。通过应用区块链技术优化供应链管理，减少了中间环节，加快了贸易流程(Li, J. X.等[5], 2024)。(2) 平台生态与数据要素的核心价值。数字内容平台应确保其价值主张和目标用户群体需求相匹配，价值模式是商业模式的逻辑起点，驱动平

台的成长能力(曾蔚、赵泽译[6], 2025)。平台通过整合多种服务,能够促进供需双方的匹配,提高交易效率(Wang, Z.等[7], 2022)。平台企业和实体产业是平台生态的核心驱动要素。平台企业肩负着资源调配、规则制定、合作协同等多重职能(沈一嵒、安俊[8], 2025)。企业需要利用数据分析来理解客户行为,利用人工智能优化供应链,并利用云计算实现跨区域的无缝数据管理(Yang, Y.等[9], 2023)。数据要素在推动服务贸易发展中具有重要作用。高质量发展服务贸易离不开数据要素的驱动(Zhou, L.等[10], 2023)。(3)服务贸易数智化转型的壁垒与国际规则的制约。对数据安全和隐私的担忧可能会阻碍企业和服务提供商采用数字技术,并限制跨境数据流动(Zhang, L.等[11], 2025)。数字服务贸易壁垒可能限制企业获取外部技术和开展研发创新活动,进而抑制数字服务贸易增长(马述忠、杜特[12], 2025)。针对数字服务的税收问题是国际规则制定的难点之一,一些国家试图对跨国数字企业征收数字税,但缺乏统一的国际共识和规则,容易引发贸易摩擦和投资障碍(Duan X. [13], 2025)。监管政策的异质性可能导致市场分割和贸易壁垒的加剧,从而抑制数字服务贸易的全球化进程(孙军、金文琪[14], 2025)。不同行业在数字化转型方面存在显著差距,部分传统服务行业在采用新技术方面进展缓慢,导致整体转型进程受阻(Raza, Z.等[15], 2023)。现有的国际服务贸易法律框架在处理数字化服务贸易的新问题(如数据所有权、责任归属、消费者保护等)方面存在不足,亟需更新和完善(Li L. [16], 2024)。

结合以上文献,可以看出,当前国内外对于服务贸易数智化转型的研究较为深入,但以上观点均存在不足:(1)现有研究主要聚焦数智技术对于服务贸易发展的推动作用,分析了技术创新与数字化技术对于服务贸易发展的优势,对我国服务贸易技术水平的提升有着借鉴意义,但其缺少了结合我国服务贸易数智化转型的困境进行研究,没有做到针对我国数智化转型痛点给出相关发展方向;(2)现有研究主要研究了平台生态对于服务营销及服务贸易的重要性,肯定了数智化平台创造价值的能力和数据要素的支撑作用,但其未结合我国平台经济碎片化的具体情况进行分析,同时欠缺了对于数智化转型策略的研究,对我国数智化转型的效率帮助有限;(3)现有研究主要剖析了服务贸易数智化转型下的国际规则与交互壁垒,数字、数据壁垒作为数智化背景下的新困境,其研究有利于增强全球服务贸易的效率,降低壁垒成本,但其缺少了对于我国如何减缓服务贸易壁垒等问题的探讨,也并未给出适合我国服贸发展的路径。因此,现有研究对于我国服务贸易数智化转型的困难分析较为薄弱,针对我国服务贸易发展现状给出的发展策略及路径也缺乏系统性。因此,本文具体研究在数智技术加速迭代与全球贸易格局重构的背景下,我国服务贸易数智化转型面临的具体困境,进而分析如何构建系统性策略与实现路径,以突破数智化转型壁垒,提升我国服务贸易的国际竞争力。

2. 我国服务贸易数智化转型的困境分析

我国的服务贸易数智化建设旨在以平台型价值创造为核心,依托服务贸易平台进行境外营销。当下,大数据分析技术、用户的需求创新、人工智能对于服务贸易数智化发展的赋能等因素正重构着我国国际贸易模式及业态,平台经济、数智技术对于服务贸易数智化转型的影响较为深刻,我国在平台生态构造、模式创新等领域存在不足,在转型实践中,我国数智化服务贸易的发展面临诸多困境。

(1) 平台生态构建与跨境协同壁垒

服务贸易数智化转型的核心在于构建覆盖供求两端、连接境内外的平台生态。服贸平台起到整合全球客户,创新服务产品的作用,但我国平台功能碎片化现象较为严重,平台生态建设效果较差,多数平台聚焦单一服贸场景,缺乏融合供应链协同创新、大数据分析、用户画像精确定位的一体化服务能力。以阿里巴巴国际站为例,其服贸平台难以将用户行为数据反映至境外物流、跨境支付等环节,且其服务场景分散,服务产品与会员体系割裂,这导致其服务链条的断裂。同时,我国服务贸易存在跨境协同能力较低的困境,平台对于本地化法律政策与跨境服务贸易要求的不兼容与矛盾日益凸显,难以做到跨境

贸易中，我国与贸易对象国的完全匹配。此外，平台对于境外文化的适配能力较弱，这使得我国服贸平台很难做到精准化的境外营销，平台跨境协同的壁垒也成为抑制我国服务贸易数智化转型的重要因素。

(2) 服务贸易数智化的标准化和隐私保护的缺位

我国服务贸易的本质是对境外的无形营销，服务贸易数智化转型须以标准化和隐私保护体系为基础，但当前我国在此方面存在显著短板。无形服务贸易的标准化程度较低，金融、文化、跨境医疗等数字服务内容缺乏统一标准，数智平台难以通过数据及评论的量化提取得到统一标准，使得境外用户对服务的预期与实际存在差距，影响服务贸易中客户的体验感，不利于跨境营销的进一步发展。数智平台构建过程中，大数据的普及使得客户隐私成为阻碍发展的困境，隐私保护体系尚未健全，境外用户对于自身信息安全较为担忧，这削弱了海外用户对我国服务贸易产品及平台的信任度，减缓了服务贸易数智化转型的速度。

(3) 数智技术应用场景设计的深度及创新性不足

服务贸易数智化转型对于数智技术的依赖性较大，我国在技术深度应用场景设计与智能化数据处理上存在双重短板。我国人工智能及大数据分析多停留在用户行为统计层面，对于服务创新、场景化模拟、需求预测的支撑有限，数据价值挖掘能力的不足，难以形成一体化数据深度匹配，使得数智化转型的速度受到限制。云计算、人工智能算法等核心技术创新能力较弱，过于依赖进口技术，这阻碍了我国服务贸易数智化的自主发展，在跨境贸易中需支付较高的技术费用，压缩了企业服务贸易的利润额。同时，技术的依附性导致平台的构造缺乏独特性，无法创造额外价值，难以在国际贸易过程中产生服务优势，形成差异化竞争。

(4) 国际竞争与服贸数智化标准制定权相对被动

服务贸易的发展离不开国际规则的支持，我国在国际标准制定中参与度与影响力的不足制约了我国服务贸易数智化的转型升级。据统计，美国主导的云计算平台占据全球 70% 的市场份额，我国企业在进行数字服务贸易过程中被迫接受其技术与数据标准，这增加了我国开展服务贸易的合规成本，不利于服务贸易数智化的更新升级。其次，在人工智能、数据跨境流动等关键领域，我国提出的国际政策与规则提案受认可程度远低于欧美等发达国家，致使我国平台型服务贸易在国际竞争中影响力不足，影响了服务贸易数智化转型的效率与潜力。

3. 我国服务贸易数智化转型策略分析

面对服务贸易数智化转型过程中的机遇与人工智能对服务贸易的挑战，推动服务贸易数智化转型的策略研究成为亟需探讨的议题。2024 年 9 月 13 日，中国国际服务贸易交易会“企业数字化转型论坛”在北京首钢园举行，论坛以“数智共创，笃行致远”为主题，共同探讨了数智化转型新格局，用数智技术提升企业的运营效率，依靠平台经济的联通推进企业的数智化转型。由此可见，世界对于服务贸易数智化转型的高度重视，因此研究适合我国的数智化转型策略至关重要。

(1) 构建平台型服务贸易生态体系

① 打造大型枢纽性平台。我国应充分利用自身基础设施、数字化算力建设的优势，整合云计算、区块链等技术，构建覆盖全球的数智化服务贸易平台。目前，各类云服务体系不断兴起，已经成为全球各种经济体热衷投资的新兴产业领域，发展枢纽性云服务平台是我国服务贸易进一步拓展，占领广阔国际市场的关键。我国需鼓励企业创新发展平台型服务贸易，实现企业对跨境数据流动的监管、对支付清算的处理、对物流运转的追踪，促进服务贸易全流程的数智化升级。通过大型枢纽性平台的构建连接企业与客户，可以进一步提升我国服务贸易的效率。

② 培育“平台 + 生态”新模式。当下，服务贸易数智化的本质是平台的建设，平台的服务生态决

定了客户数量及黏性。我国企业利用人工智能设计跨境营销平台时，应确保界面的简洁性、灵活性与便利性，用户在系统内查询时，需做到查询内容与不同模块相结合，实现对于用户针对性查询需求的有效满足，提升海外客户的体验感与满意度。同时，我国须拓展平台服务范围，提升平台服务资源一体化，吸引海外市场客户使用。以 TikTok 海外市场为例，TikTok 通过搭建短视频生态，充分连接客户与平台。可视化、便捷化的人机交互使其拥有了庞大的用户群体，大数据服务推送使其对海外市场客户的黏性极强。这证明了我国应采取枢纽性平台建设，平台 + 生态布局的策略，为服务贸易的数智化转型提供新生动力。

(2) 深化数据要素市场化改革

① 完善平台数据产权及流通制度。生成式人工智能不断强化的进程中，平台数据安全是亟需关注的焦点。平台中大量碎片化的客户信息及数据，需要进行保护，建立相关数据隐私机制对服务贸易数智化转型相当关键。我国须尽快将数据隐私分级化处理，对于公共数据、企业数据、客户个人数据等数智化平台中的各种数据，应设立分类分级机制，保障数据的安全性。在我国部分数据要素流通密集的地区，更应加强数据产权的界定，理清不同级别数据的流通路径，保证客户的隐私安全，增强客户与平台间的互信度，提升平台的客户量。

② 数据要素赋能服务贸易创新。我国需利用大数据画像技术精准分析境外客户群体，通过对境外客户技术数据与行为数据的海量碎片化信息进行收集和分析，我国能更加准确地了解和把握消费者的需求和意愿。基于此，企业可以为服务贸易对象提供个性化、定制化的服务创新，提高产品价值的适应性和购买的便利性，最终实现“一对一”的精准营销目标。以我国文化服务贸易输出为例，我国可以根据海外市场的不同，分析海外用户偏好，匹配相应喜好，定向输出戏剧、艺术创作、非遗等服务内容，传播中华文化，精准营销以做到增强每一位用户的体验感，依靠平台中的数据要素推动服务贸易的转型与创新。

(3) 推动服务贸易制度型开放

① 对接国际服务贸易规则。在世贸组织 WTO 的框架下，我国联合金砖国家提出了“数据跨境流动安全评估互认”倡议，推动建立全球数据安全与数据智能化格局。金砖国家的试点性尝试，鼓励我国积极主动地参与到全球服务贸易规则的建设中去，对接全球数字服务贸易规则，探究有利于推动全球服务贸易数智化共同合作的方针，创新全球服务贸易规则，将数智化规则融入全球服务贸易治理中，促进全球进一步将人工智能与服务贸易紧密联系，降低服务贸易成本，为我国服务贸易数智化转型提供强大动力。

② 参与国际数字安全的协同治理。在服务贸易数智化转型的创新路径中，生成式人工智能的介入使得数字安全风险对于国际贸易的威胁日益突出。我国应展现出基于服贸进出口大国地位履行相应的国际责任，积极推动国际信息共享与技术交流，与国际社会合作，推出数字安全合作协议，共同应对数字安全风险给服务贸易带来的影响。数字安全的规范管理是数智化技术下的主要策略，国际合作对于促进各国服务贸易数智化转型都有较好的帮助，但是部分国家出于自身利益考虑，阻碍数字安全合作的深度展开，基于此，我国应与国际各国保持良好的双边贸易关系，鼓励更多国家参与到数字安全规范治理中来，我国服务贸易定能稳定地向着数智化的方向不断迈进。

(4) 规范数智化服务平台治理模式

① 建立多元协同治理机制。我国企业及政府部门应充分合作，实现“政府 + 平台 + 客户”的多元共治体系。清晰各方在服务贸易平台中的权责。政府负责制定平台的规范与标准；平台作为核心部分落实主体的职责；客户负责对服务进行监督反馈，以此形成三方共同构建的数字服务贸易体系。通过运行这种服务贸易平台治理策略，我国可以提升相关数智平台的国际知名度，加强平台的稳定性，推动平台型服务贸易的深层次构建，提升我国数字服务贸易的水平。

② 完善跨境平台争议解决范式。跨境服务贸易及平台模式出口到境外难免会产生国际性纠纷，在平台型服务贸易中引入区块链技术是必不可少的，针对不同国家地区的差异化法律制度，区块链技术可以有效认知当地制度背景，合理解决纠纷。同时，我国应支持平台线上仲裁技术的建设，提升服务贸易出口的效率与解决问题的能力，在数智化贸易加快服务贸易进出口速度的背景下，进一步增强海外群体的体验感与安全感。

4. 我国服务贸易数智化转型路径分析

数字技术不断发展壮大背景下，服务贸易平台化趋势更加明显，人工智能、大数据技术在服务贸易中的占比也在不断提升。在 2025 年全国商务会议中，对“培育外贸新动能，加快建设贸易强国”的具体部署中提出我国要创新数字服务贸易的发展路径。服务贸易数智化的创新发展路径决定了我国数智化转型的发展方向，对于我国服贸转型升级起着至关重要的作用。

(1) 创新“需求洞察 - 服务创新 - 价值交付”的平台一体化模式

在人工智能、大数据技术对于服务贸易数智化平台的深度赋能下，动态需求预测系统运用结构性联邦学习技术构建跨境客户的数据、行为、需求网络。京东国际作为一站式外贸平台，覆盖 100 余个国家，其通过分析 3 亿+海外用户的行为数据，建立了包含多场景的消费者需求预测模型，该模型提前 6 个月预测到欧洲市场对于我国智能家居产品及服务的需求，从而在短时间快速进行市场布局，帮助我国相关服务贸易企业抢占了欧洲市场超 30% 的市场份额。数智化平台通过对于客户信息的洞察，运用生成式人工智能 AIGC 技术驱动个性化与互动式跨境营销，通过深度数据分析，洞察用户的兴趣和行为模式，动态调整服务内容，进行服务创新，使得每位用户接触的信息更符合自身需求，提升服务的价值转化率。

(2) 构建“数据 - 平台 - 生态”三位一体创新路径

运用大数据技术采集、整理服务贸易对象及出口国的深度信息，通过数智化服务贸易平台的运行，对数据进行智能化处理。同时，生成式人工智能对于平台数据的实时化分析与监管，推动了我国服务贸易的运作效率。用户画像个性化推荐、动态化精准定价、客户与平台间人机交互体验优化、智能平台供应链管理赋能等服务贸易新兴数智化技术提供了我国服贸数智化转型全新的路径与动力。数据显示，我国中小企业智能化营销渗透率已达 63%，但真正产生效益的不足 27%，因此数据、平台、生态的一体化创新极为关键，平台须结合数据，深悉客户行为信息，依托客户需要进行精准化服务匹配，从而提升企业数智化水平，提升平台的点击率与价值的转化率。

(3) 建设“技术 + 场景”的创新型支撑体系

大数据技术与平台操作系统相结合，针对服务贸易海外市场进行专项点对点服务，精准匹配市场需求。运用生成式人工智能 AIGC 技术，构建服务贸易数智化场景，通过模拟不同国家及外贸对象的跨境服务场景，我国企业可以预测贸易额、交易流程及相关地区的贸易潜力等。以我国跨境医疗的服务贸易出口为例，我国运用“AI + VR”技术构建医疗场景，跨境提供医疗方案设计，应用生成式人工智能模拟手术过程，提供高效手术建议，突破了医疗资源地域限制，降低了医疗类服务贸易的成本。将数智化技术赋能场景建设，拓展了我国服务贸易的渠道和领域，为数字服务贸易提供了高附加值，是我国服务贸易数智化转型的关键创新路径。

5. 研究结论

本文围绕我国服务贸易数智化转型的策略与实现路径展开研究，通过分析我国数智化转型中面临的现实困境，结合数智技术的创新与发展趋势，得出以下结论。

(1) 我国服务贸易数智化的转型已经进入关键阶段，但仍面临多重系统性困境。平台碎片化导致服务

链条断裂，跨境协同中法律适配与文化融合能力不足；无形服务标准的缺失与数字化贸易背景下隐私保护体系的不健全降低了海外客户的信任程度；数智技术的应用停留在表面，核心技术的创新能力极为薄弱，制约了服务贸易附加值的提升；国际规则制定中的参与度与影响力不足致使我国在全球服务贸易数智化竞争中影响力较低。这些困境是我国亟需解决的贸易发展障碍，制约着我国服务贸易数智化的转型升级。

(2) 我国服务贸易数智化转型需构建多维协同的发展策略。在平台生态层面上，应打造枢纽性服务贸易平台，培育“平台+生态”的全新模式以提升跨境贸易的协同效率；在数据要素层面上，我国需通过制度的分级化处理与海外客户隐私安全机制的建立，来促进智能化服务贸易的发展，实现点对点的精准化营销；在制度性开放层面，我国应主动对接数智化国际贸易规则，参与数字安全协同治理，增强我国的国际规则制定参与度与影响力；在平台治理层面上，我国须建立“政府+平台+客户”的多元治理模式，推动平台的深层次构建，保障数智化平台的稳定运行。

(3) 支持服务贸易数智化转型的实现路径创新。通过“需求洞察-服务创新-价值交付”的平台一体化模式，依托大数据分析与生成式人工智能技术实现动态需求预测与个性化服务，提升交易的响应速度，增加客户满意度；我国企业需以“数据-平台-生态”三位一体路径打通数据流通、平台运营与生态构建的全链条，解决服贸企业数智化营销效益偏低的问题；我国应构建“技术+场景”的支撑体系，将人工智能技术与跨境医疗、文化贸易等场景深度融合，为服务贸易数智化转型提供中介性实践载体。

综上所述，我国服务贸易的数智化转型是一项系统性工程，企业需以破解结构性困境为转型导向，以策略创新为支撑，以路径的创新优化为核心。通过数智化转型策略的协同发力，逐步突破转型壁垒，提升服务贸易的全球竞争力，为我国建设成为数智化服务贸易强国提供坚实保障。

参考文献

- [1] Gao, Y., Li, M., Yu, A. and Pan, H. (2023) Digital Global Value Chains: An Analysis from the Perspective of a Value-Added Decomposition. *Journal of Digital Economy*, **2**, 162-174. <https://doi.org/10.1016/j.jdec.2023.12.003>
- [2] 王莉莉. 数智双循环成为“一带一路”服务贸易新动能[J]. 中国对外贸易, 2022(10): 8-12.
- [3] 韩向东, 余红燕. 企业数字化转型的构念及实现路径[J]. 管理会计研究, 2021, 4(5): 6-12.
- [4] Ou, C., Chen, X., Hu, K., Cao, Y. and Shao, Y. (2024) Factors Influencing the Digital Intelligence Transformation of Offshore Wind Power Enterprise. *Ocean & Coastal Management*, **259**, Article ID: 107463. <https://doi.org/10.1016/j.ocemoaman.2024.107463>
- [5] Li, J.X., Sindakis, S. and Showkat, S. (2024) Chain Shareholders and Enterprises Digital Transformation: Empirical Evidence from Listed Companies in China. *Journal of the Knowledge Economy*, **16**, 7281-7324. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-02167-6>
- [6] 曾蔚, 赵泽译. 数字内容平台商业模式驱动企业价值创造研究[J]. 财会通讯, 2025(14): 100-107.
- [7] Wang, Z. and Xu, R. (2022) Price Controls and Platform Ecosystem: A Comparative Analysis of Parking Applications between Beijing and London. *Sustainability*, **14**, Article 5485. <https://doi.org/10.3390/su14095485>
- [8] 沈一嵒, 安俊. 数字生态建设与多主体平台价值共创路径——一种商业银行数字化转型新模式[J]. 新金融, 2025(6): 55-63.
- [9] Yang, Y., Chen, N. and Chen, H. (2023) The Digital Platform, Enterprise Digital Transformation, and Enterprise Performance of Cross-Border E-Commerce—From the Perspective of Digital Transformation and Data Elements. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, **18**, 777-794. <https://doi.org/10.3390/jtaer18020040>
- [10] Zhou, L., Xia, Q., Sun, H., Zhang, L. and Jin, X. (2023) The Role of Digital Transformation in High-Quality Development of the Services Trade. *Sustainability*, **15**, Article 4014. <https://doi.org/10.3390/su15054014>
- [11] Zhang, L. and Zhang, X. (2025) Impact of Digital Government Construction on the Intelligent Transformation of Enterprises: Evidence from China. *Technological Forecasting and Social Change*, **210**, Article ID: 123787. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123787>
- [12] 马述忠, 杜特. 全球数字服务贸易壁垒与贸易网络演化[J]. 广东社会科学, 2025(4): 29-43, 284.

- [13] Duan, X. (2025) Study on the Influence of Digital Trade Barriers on International Trade and Countermeasures. *Economics & Business Management*, **1**, 23-31. <https://doi.org/10.63313/ebm.9037>
- [14] 孙军, 金文琪. 中国服务贸易出口的数字服务贸易壁垒跨越——基于《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)成员国样本的深入分析[J]. 江苏大学学报(社会科学版), 2025, 27(3): 89-101, 124.
- [15] Raza, Z., Woxenius, J., Vural, C.A. and Lind, M. (2023) Digital Transformation of Maritime Logistics: Exploring Trends in the Liner Shipping Segment. *Computers in Industry*, **145**, Article ID: 103811. <https://doi.org/10.1016/j.compind.2022.103811>
- [16] Li, L. (2024) Literature Review of Digital Trade Rules. *International Journal of Global Economics and Management*, **3**, 252-258. <https://doi.org/10.62051/ijgem.v3n3.29>