数字经济时代跨境电商拓展策略研究

方梦娟　付桂祥　孔　轩　刘楚璇　孟佳俊　邱　景

赣南科技学院，中国·江西　赣州　341000

【摘　要】在数字经济蓬勃发展的当下，跨境电商作为外贸增长的新业态、新引擎与新动能，展现出巨大的发展潜力。本文聚焦数字经济时代背景，深入剖析跨境电商的拓展策略，从拓展市场空间、强化物流保障、创新服务模式以及优化贸易环境四个关键维度展开系统研究，旨在为跨境电商在新经济形势下实现可持续发展提供理论支持与实践指导。通过研究发现，跨境电商需积极探索新的市场领域，升级服务贸易；优化物流模式，提升物流时效；借鉴国内电商经验，运用新技术创新服务；对接国际标准规则，营造良好贸易环境，以此提升自身竞争力，在全球市场中占据有利地位。

【关键词】数字经济；跨境电商；拓展策略

随着数字技术的迅猛发展，全球经济正加速向数字化转型，数字经济成为世界经济增长核心驱动力[1]。在这一浪潮中，跨境电商作为数字经济与国际贸易深度融合的产物，打破了传统贸易的时空限制，以其便捷、高效、低成本等优势，重塑了全球贸易格局。海关数据显示，2023年我国跨境电商进出口2.38万亿元，增长15.6%，其中出口1.83万亿元，增长19.6%，成为国际经济低迷背景下唯一持续保持较高增长的产业，为我国外贸发展注入了强劲动力。然而，在跨境电商快速发展的同时，也面临着诸多挑战，如市场竞争激烈、物流配送不畅、服务模式滞后、贸易规则复杂等。因此，深入研究数字经济时代跨境电商的拓展策略具有重要的现实意义。

1　拓展跨境电商市场空间

1.1 从“卖产品”向“卖服务”升级

数字经济浪潮下，跨境电商传统领域竞争白热化，陷入红海。企业突围需加速服务贸易数字化转型，实现从“卖产品”到“卖服务”的跃升，开拓跨境电商新蓝海。

一方面，传统外贸企业要深耕产品文化赋能。当前商品同质化严重、功能差异小，文化附加值成竞争关键。打造“跨境+文化”特色IP，能帮企业树立独特品牌形象，赢得消费者认可。如中国传统手工艺品融入文化故事与创意设计后，在跨境电商平台受海外消费者青睐，既提升产品溢价，又传播中华文化。

另一方面，推进贸易全链条数字化势在必行。推动贸易磋商、执行和服务等重点环节数字化，可显著提升效率、降低成本。同时，放宽服务业市场准入，推进跨境服务贸易开放，能将分散消费和生产行为汇聚成大规模贸易流量与数据资源，形成以数据为核心的新跨境电商产品序列。例如，企业通过大数据洞察消费需求，可精准开发定制化服务产品，增强客户粘性。

1.2 培育新的贸易增量

除服务贸易数字化升级外，跨境电商企业还需谋划新兴贸易增长点。全球消费格局重塑下，绿色循环、健康养生、智能科技领域需求激增，已成跨境贸易新风口，企业应敏锐捕捉趋势、加大全球推广布局，可精准发力——绿色领域推可再生能源设备、环保制品，健康赛道布局营养保健品、智能健身器材，科技市场拓智能家居、穿戴设备、小型无人机；培育这些新贸易增量领域，既能满足全球消费升级需求、拓展市场版图，又契合可持续发展理念，助力企业塑造品牌优势、增强国际竞争力。

2　优化“中欧班列+海外仓”模式[2]，夯实跨境电商物流根基

2.1 促进中欧班列转型与线路优化

物流是跨境电商产业链关键环节，效率与成本直接影响行业发展。随着“一带一路”深入推进，“中欧班列+海外仓”模式应运而生，有效提升物流时效、解决物流“痛点”，但仍有优化空间，需进一步完善以适配行业需求。

中欧班列网络是开拓欧亚市场的关键通道，提升运营效率需刻不容缓优化线路、整合资源。一方面，依托集结中心与海外仓建设，推动班列向“枢纽对枢纽”转型，构建高效集疏运体系；整合“小、散、乱”线路，打造以海外仓为核心的综合物流方案，助力中小企业“借船出海”，同时加强与国内枢纽联动、优化开行计划，实现降本增效。

2.2 培育引进跨境综合服务企业

依托中欧班列，培育引进跨境综合服务企业至关重要。这类企业可为跨境电商提供物流、报关、信保、融资、收汇、退税等一站式服务，搭建覆盖全球、布局合理、协同发展的跨境电商基础设施网络；还能丰富中欧班列单一运输功能，推进集结中心、开放口岸与枢纽产业、城市的融合，强化跨境电商平台的枢纽作用。以跨境电商为纽带，可推动制

造业、物流业及现代服务业协同，实现全产业链海外布局。实践中，部分跨境综合服务企业通过整合物流资源提供定制方案、保障货物高效流转，同时发挥金融优势提供融资支持、破解资金瓶颈，助力跨境电商稳健发展。

3 顺应“AI+外贸”技术变革，创新跨境电商服务模式

3.1 突破传统电商桎梏，革新服务模式

随着跨境电商的深入发展，传统电商即货架电商逐渐遭遇流量瓶颈[3]，新兴电商如内容电商、兴趣电商以其独特的互动体验和价值获得感引领了新消费潮流。在此形势下，跨境电商服务模式的创新与自我更新迫在眉睫。

跨境电商可借鉴国内电商发展经验，跳出以低价为单一卖点、“展示-购买”的线性运营模式。引入价值种草、兴趣引流等新命题，增加消费者与产品之间的多维连接，促进跨境电商服务模式的不断迭代更新。例如，在跨境电商平台发布专业产品评测、实用使用教程、创意搭配方案等优质内容，激发消费者的兴趣和购买欲望；借助海外社交媒体平台开展品牌营销，与用户深度互动，增强消费者对品牌的认知和认同感。

3.2 依托新技术赋能，优化服务品质

“AI+外贸”、ChatGPT等智能技术，为跨境电商B端与C端服务升级提供新路径。它们可智能生成产品展示、依据用户浏览行为与偏好精准推荐，还能提供全天候即时响应，改善语言障碍、时空差异带来的不良消费体验。

引入全托管模式也是提升跨境电商服务水平的重要抓手。该模式将设计、营销等全产业链环节分工托管，让企业专注生产、缩小运营规模，降低出海门槛，助力更多中国企业“走出去”。通过新技术与新服务匹配，突破价格竞争局限，持续提升跨境电商海外渗透率。例如，部分平台用AI实现智能客服，快速准确回应用户、提高服务效率；采用全托管模式的企业，借专业团队优化设计与营销，收获良好市场反响。

4 主动接轨国际标准规则，优化跨境电商贸易环境

4.1 对标国际经贸高标准

2024 年政府工作报告强调，要深化高水平对外开放，推进制度型开放，主动对接国际高标准经贸规则。我国凭借庞大的跨境电商市场规模与坚实的产业基础，在制度型开放探索中具备先发优势。

我国应进一步对标世界银行新营商环境评估框架、《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（C PTPP）和《数字经济伙伴关系协定》（DEPA）等高水平国际经贸规则。在规则、规制、管理、标准等方面率先开展与国际接轨的试点工作，构建与高标准国际经贸规则相衔接的制度体系和监管模式。着力推动产权保护、市场准入、公平竞争、社会信用等方面制度规则的统一，为跨境电商的发展营造公平、透明、稳定的制度环境。严打跨境电商平台侵权，完善知识产权纠纷处理机制；简化审批流程，降低准入门槛，吸引多元主体参与跨境电商业务，营造公平透明的制度环境。

4.2 完善监管规则与制度生态

出台公平竞争审查行政法规，完善重点领域、新兴领域、涉外领域的监管规则，解决数据跨境流动、平等参与政府采购等问题。持续建设市场化、法治化、国际化一流营商环境，激发各类经营主体的活力，为我国跨境电商的高质量发展构筑良好的制度生态。

针对不可避免的数据跨境流动趋势，建立安全评估机制；同时完善政府采购政策，明确跨境电商企业参与规则，保障公平竞争，推动行业规范发展。

5 结论

数字经济时代为跨境电商的发展带来了前所未有的机遇，同时也使其面临诸多挑战。通过拓展市场空间，实现从“卖产品”向“卖服务”的升级，培育新的贸易增量；优化“中欧班列+海外仓”模式，强化物流保障；积极响应“AI+外贸”技术变革，创新服务模式；主动对接国际标准规则，优化贸易环境等一系列拓展策略的实施，跨境电商能够在激烈的市场竞争中不断提升自身竞争力，实现可持续发展。在未来的发展中，跨境电商企业应密切关注数字经济的发展趋势，积极适应市场变化，不断创新和优化业务模式，政府部门也应加强政策支持和引导，为跨境电商的发展创造更加有利的条件，共同推动我国跨境电商在全球市场中取得更大的发展成就。

参考文献：

[1]韩君,赵甜甜,尉昊.数据资产信息披露能否赋能新质生产力[J].贵州财经大学学报,2024(04):1-12

[2]常佩佩,陈岱莲,郑爱敏.浅析涉农院校应用型物流人才培养的守正与创新[J].中国航务周刊,2025(35):99-101.

[3]周丽丽.嘉兴外贸“韧”力量背后的三重密码[N].嘉兴日报,2025-07-30(001).