

数字经济背景下国际贸易模式的创新与挑战

——以跨境电商为例

文 ◆ 对外经济贸易大学 李龙锐

引言

信息技术的快速演进，正推动数字经济深度嵌入全球体系，成为驱动世界经济增长的核心引擎。通过数字化知识与信息资源的广泛渗透，其不仅重构了传统生产与消费逻辑，还在国际贸易领域催生系统性变革——资源配置效率提升、产业结构优化，日益成为支撑贸易高质量发展的关键力量^[1-2]。在此进程中，跨境电商作为数字经济落地的关键载体，正加速从边缘走向主流，深刻重塑全球贸易格局。其打破了传统“中介密集、流程冗长”的贸易路径，依托平台化运营、数据驱动决策与跨境无界连接，为全球市场注入更强包容性与运行效率，开辟了前所未有的发展路径^[3]。因此，聚焦跨境电商，探讨数字经济如何驱动贸易模式创新、面临的现实瓶颈，具有重要的理论价值与实践紧迫性。本文旨在系统梳理其转型机制，剖析当前制度、技术与协同层面的主要挑战，并提出针对性应对策略，以期为我国在数字时代构建更具韧性、与竞争力的外贸体系提供参考。

1 数字经济兴起前后国际贸易模式对比

1.1 传统国际贸易模式

在数字经济尚未兴起时，传统国际贸易主要依赖线下操作，流程繁琐、周期冗长。买卖双方通常需借助进出口代理商、银行等中介机构，完成合同签署、支付结算以及物流运输等关键环节，过程中大量依赖纸质单据的制作与流转，不仅抬高操作成本，还严重降低交易效率。营销推广方面，传统国际贸易主要依赖线下渠道，如国际展会、产品目录册等，信息覆盖窄、更新慢，难以快速响应全球市场变化，错失需求窗口的情况屡见不鲜^[4]。供应链管理则高度集中于大型跨国企业，中小企业因信息壁垒与资源门槛，参与度低。整个供应链系统缺乏灵活性和透明度，容易引发库存积压、响应迟滞或者供应断链等结构性问题，对全球贸易体系的整体运行效率产生了制约。

1.2 数字经济下国际贸易模式的变革

数字经济的兴起深刻重塑了国际贸易模式，尤其在交易流程、营销

方式与供应链管理三方面表现突出。在交易流程上，数字化操作已逐步取代传统线下模式。跨境电商平台依托互联网，集成在线签约、电子支付、智能报关与物流追踪等功能，大幅削减了人工与纸质环节，显著提升了跨境交易效率与便利性。在营销方式上，数字技术催生了精准化、全球化的营销体系。社交媒体推广、SEO优化、基于用户画像的大数据营销等手段，不仅扩大了市场覆盖面，还支持企业根据消费行为动态调整推荐策略，灵活应对全球市场的碎片化与多样化需求。在供应链管理方面，智能化技术推动其向高效、柔性演进。大数据助力企业实时感知需求波动、优化库存；AI用于趋势预测与产能调度，提升生产计划前瞻性。各环节协同性增强，资源配置更精准，整体响应力与抗风险能力同步提升。

2 跨境电商在数字经济背景下的模式创新

2.1 交易流程数字化简化

跨境电商依托数字化工具，大幅简化了传统国际贸易中繁琐

【作者简介】李龙锐（1980—），男，四川达州人，本科，对外经济贸易大学世界经济高级课程研修班在读，正高级工程师，研究方向：世界经济学、高分子材料科学与工程。

的交易流程，显著提升整体效率。随着在线交易平台普及，买卖双方可跨越地域限制，直接完成商品展示、询价、报价与订单确认，有效压缩中间环节，节省时间与资源成本^[5]。电子支付的广泛应用，则为跨境结算提供了安全高效的解决方案，支持多币种实时兑换与秒级到账，不仅缩短了交易周期，还缓解了汇率波动带来的不确定性^[6]。值得一提的是，区块链驱动的智能合约正逐步落地，通过预设条件自动履约，既增强了交易透明度，也大幅减少了人为操作引发的履约争议。这些技术协同发力，正推动构建一个高效、可信、低摩擦的跨境交易生态，为全球贸易便利化提供坚实支撑。

2.2 营销方式多元化变革

在数字经济背景下，跨境电商营销方式呈现多元化变革趋势，为拓展市场范围提供关键支撑。社交媒体营销成为跨境电商企业触达目标客户的关键渠道，依靠在 Facebook、Instagram、TikTok 等平台发布个性化内容，企业能精准定位潜在消费者并建立品牌认知度，大数据技术应用使精准营销成为可能，依靠分析海量用户行为数据，企业可了解消费者偏好与需求，据此制定个性化推广策略，提高转化率^[7]。内容营销、影响者营销以及搜索引擎优化等新型营销手段也在跨境电商领域广泛应用。这些多元化营销方式帮助企业突破传统广告投放地域限制，提高与全球消费者互动能力，在全球市场占据更有利地位。

2.3 供应链管理智能化升级

智能化技术应用为跨境电商供应链管理带来革命性升级，提升了供应链效率与灵活性。大数

据分析技术凭借实时监控与预测市场需求、库存水平以及物流状态等数据，帮助企业优化资源配置，减少库存积压并提高资金周转率^[8]，人工智能算法应用于订单处理、仓储管理和配送路径规划，使供应链各环节操作更自动化和精准化，降低人为错误发生率，物联网设备部署实现对货物运输全过程实时追踪，提高了物流透明度，为企业应对突发情况提供即时数据支持。区块链技术引入提高供应链可信度，借助分布式账本记录所有交易信息，保证数据不可篡改性和可追溯性。这些智能化技术综合应用，让跨境电商企业在复杂多变的国际市场中能快速响应需求变化，提升整体竞争力。

3 跨境电商面临的挑战

3.1 数字贸易规则不完善

在数字经济的大背景下，跨境电商呈现出快速发展的态势，对现有的数字贸易规则提出了更高层次的要求。然而，当下全球范围内的数字贸易规则存在着诸多问题，如规则缺失以及标准不统一等现象，给跨境电商的发展造成了障碍^[9]，一方面，鉴于数字经济有技术驱动的特性，传统的国际贸易规则难以契合新型贸易模式的需求，在跨境数据流动、电子合同效力以及税收征管等方面缺少明确的规定。另一方面，不同国家和地区在数字贸易规则上的标准差异较为明显，致使跨境电商企业在全 球化运营过程中面临复杂的合规挑战。此外，数字贸易规则的不完善还体现在争端解决机制较为薄弱，在跨境交易纠纷中，缺少高效且被普遍认可的解决机制，加大了企业的经营风险。

3.2 数据安全与隐私保护难题

跨境电商作为数字经济的关键构成部分，其运营过程中会涉及大量用户数据的收集、存储以及使用，使其面临严峻的数据安全与隐私保护挑战^[10]。随着信息技术持续发展，网络攻击和数据泄露事件频繁发生，跨境电商平台的数据安全性受到严重威胁。例如，未经授权的数据访问或者恶意篡改会致使用户信息泄露，损害企业的声誉并引发法律诉讼。在数据跨境传输过程中，不同国家和地区对数据隐私保护的 法律要求存在差异，增加了企业的合规难度。例如，欧盟《通用数据保护条例》对个人数据的保护提出了高标准要求，而其他地区缺乏类似的严格规定。这种差异使得跨境电商企业在数据管理方面需要投入更多资源以保证合规性。消费者对于数据隐私的关注度日益提升，一旦企业未能妥善处理用户数据，会直接导致客户信任度下降，影响企业的市场竞争力。

3.3 物流配送滞后性

物流配送是跨境电商运营中的关键环节。然而，其滞后性问题长期制约了行业发展。跨境电商的物流链条一般较长，囊括多个国家和地区的运输、清关以及配送环节，这种复杂的流程容易造成运输时间延长和配送不稳定。例如，国际运输中的天气因素、港口拥堵或者海关检查延误等问题都会影响货物的及时交付，降低客户满意度。物流成本高昂也是跨境电商面临的一大挑战。与国内电商相比较而言，跨境电商需支付更高的运输费用、关税以及清关手续费。这些额外成本压缩了企业的利润空间，还会转移到消费者身上，致使产品价格竞争力降低。物流基础

设施不完善在一定程度上也加剧了配送滞后性问题。在一些新兴市场，物流网络覆盖不足、仓储设施落后以及信息化水平较低等状况，使跨境电商企业难以达成高效的供应链管理。而优化物流配送体系、提高配送效率并降低成本，成为跨境电商亟须解决的关键问题。

4 应对跨境电商挑战的策略

4.1 政府层面的政策制定与规则协商

在数字经济背景下，跨境电商的发展离不开政府的政策支持以及国际规则的协调。为应对数字贸易规则不完善的情况，政府要制定和完善相关政策法规，以此营造有利于跨境电商发展的外部环境。例如，我国已借助《中华人民共和国电子商务法》等法律法规，逐步推动跨境电商行业的制度化和规范化发展^[1]。政府还应积极参与国际数字贸易规则的制定与协商，争取在全球贸易治理中占据主动地位。例如，在跨境支付体系建设方面，政府可以借助国际合作促使跨境支付标准统一化，降低跨境交易的风险和成本。针对数据安全与隐私保护等全球性议题，政府应加强与主要贸易伙伴的沟通与协作，共同制定统一的数据保护标准，为跨境电商企业提供更稳定和透明的国际贸易环境。凭借这些举措，政府可以有效缓解当前数字贸易规则缺失对跨境电商发展的妨碍，并为其长期健康发展奠定坚实基础。

4.2 企业自身的技术提升与风险管理

跨境电商企业在面对数据安全、隐私保护以及物流配送滞后性等挑战时，需依靠技术提升和风险管理来提高自身的应对能力。企业应加强数据安全治理，采用先进的加密技术和访问控制机制，保证客户信息在收集、存储和使用过程中的安全性。针对物流配送问题，企业可借助智能化技术优化供应链管理。例如，利用大数据分析预测市场需求，合理安排库存和运输计划，减少物流成本并提高配送效率。企业还应积极探索新技术的应用，如区块链技术，以实现跨境交易全程的可追溯性和透明性，提升贸易效率与信任度。借助上述技术升级与管理优化措施，跨境电商企业可有效应对当前面临的各种挑战，还可以在未来的竞争中占据更有利的位置。

结语

数字经济的蓬勃发展正以前所未有的深度和广度重塑全球贸易体系，而跨境电商作为其最具代表性的实践形态，已成为推动国际贸易模式变革的核心力量。本文通过分析数字经济对交易流程、营销方式与供应链管理的重构作用，揭示了跨境电商在提升效率、拓展市场、优化资源配置等方面的显著创新价值。同时，系统梳理了当前其发展所面临的制度性瓶颈，包括数字贸易规则滞后、跨境数据治理分歧、争端解决机制缺位等现实挑战。研究表明，跨境电商不仅打破了传统贸易的时空壁垒与中介依赖，还通过平台化、数据化、智能化手段，为中小企业参与全球市场开辟了新路径，推动全球贸易向普惠化、碎片化、柔性化方向演进。然而，规则标准的不统一、合规成本的上升以及技术应用的不均衡，也在一定程度上制约了其可持续发展。因此，未来应从三方面协同发力。一是加快构建包容、

协调、前瞻性的国际数字贸易规则体系，推动数据跨境流动与隐私保护的平衡；二是鼓励企业深化人工智能、区块链等技术融合应用，提升运营韧性与全球响应能力；三是强化政府间政策对话与多边合作机制，为企业提供稳定、透明、可预期的制度环境。^[2]

引用

- [1] 方文廷.数字经济视角下我国国际贸易转型升级路径[J].老字号品牌营销,2024(15):45-47.
- [2] 邓宗兵,曹宇芙,肖沁霖,等.数字经济发展、企业家精神与对外贸易韧性[J].经济经纬,2024,41(3):68-81.
- [3] 唐心阳.数字经济时代下跨境电商对国际贸易格局的重塑[J].老字号品牌营销,2024(12):54-56.
- [4] 胡庭珩.数字经济背景下我国跨境电商企业面临的挑战及对策研究[J].商场现代化,2024(9):56-58.
- [5] 孟杨.数字经济背景下跨境电商的发展趋势研究[J].商业观察,2024,10(15):113-116.
- [6] 郭建芳,刘颖.浅谈数字经济背景下跨境电商企业转型及升级[J].全国流通经济,2022(33):4-7.
- [7] 张威.数字经济背景下跨境电商发展的创新路径研究[J].全国流通经济,2023(18):76-79.
- [8] 韩嘉祥.数字经济推动国际贸易转型升级的策略研究[J].中小企业管理与科技,2023(2):150-152.
- [9] 王可怡.数字经济背景下我国国际贸易发展的问题与对策[J].中小企业管理与科技,2023(12):154-156.
- [10] 翟华锋.数字经济背景下我国跨境电商面临的挑战及对策研究[J].中小企业管理与科技,2020(34):30-31.
- [11] 罗涵秋.后疫情时代数字经济下我国进出口企业应对探析[J].国际商务财会,2022(12):88-90.