

数字经济视域下跨境电商企业转型策略探析

窦岑

山东外国语职业技术大学, 山东 日照 276826

DOI: 10.61369/VDE.2026040041

摘 要 : 随着数字经济与跨境电子商务的深度融合, 企业转型发展是提升核心竞争力的关键。本文阐述了数字经济背景下跨境电子商务企业的发展特点和机遇, 考察了数字经济对企业转型和发展的影响, 并提出了有效的对策。本研究旨在深化中国跨境电子商务领域的相关研究, 完善跨境电子商务服务体系, 有效应对和促进数字经济的挑战。

关 键 词 : 数字经济; 跨境电商; 转型发展

Analysis of Transformation Strategies for Cross-Border E-Commerce Enterprises from the Perspective of the Digital Economy

Dou Cen

Shandong Foreign Languages Vocational College of Technology, Rizhao, Shandong 276826

Abstract : With the in-depth integration of the digital economy and cross-border e-commerce, enterprise transformation and development have become the key to enhancing core competitiveness. This paper elaborates on the development characteristics and opportunities of cross-border e-commerce enterprises under the background of the digital economy, examines the impact of the digital economy on enterprise transformation and development, and proposes effective countermeasures. This study aims to deepen relevant research in China's cross-border e-commerce field, improve the cross-border e-commerce service system, and effectively address challenges and promote the development of the digital economy.

Keywords : digital economy; cross-border e-commerce; transformation and development

引言

在全球化与数字化深度融合的双重驱动下, 跨境电商企业已然成为衔接全球贸易市场的核心纽带。数字经济的快速发展不仅为跨境电商的高效运营拓展了更广阔的发展空间, 也使其面临行业竞争加剧与国际经营环境日趋复杂的双重考验。在此背景下, 探究跨境电商企业如何契合数字经济发展潮流, 顺利实现转型与现代化升级, 已成为一项重要且紧迫的研究课题。

一、数字经济对跨境电商企业转型发展的影响

(一) 数字经济背景下跨境电商企业的发展特点

近些年, 中国跨境电子商务实现快速发展, 已然成为中国外贸提质增效的新亮点与服务贸易的核心优势。2025 年, 我国跨境电商进出口规模达到 2.75 万亿元, 同比增长 4.6%。据海关总署初步统计, 作为外贸新业态的跨境电商始终保持平稳发展态势, 规模较 2020 年累计增长 69.7%。IDCA《2026 全球数字经济报告》显示, 2025 年全球数字经济占 GDP 比重达 17.3%, 规模突破 20 万亿美元, 数字经济的持续发展为跨境电商企业提供了广阔的发展空间与充足的技术支撑^[1]。数字经济借助互联网与数字技

术搭建高效的信息流交互和交易运作平台, 为跨境电子商务筑牢了基础设施保障, 助力企业便捷开展国际贸易, 同时推动移动支付与电子支付方式的全面普及。其次, 跨境电商企业能够依托大数据、人工智能等前沿技术开展精准化营销, 切实提升市场竞争力, 优化消费者的购物体验。再次, 数字经济能够有效压缩交易成本, 借助信息技术的高效运作与标准化管理精简中间环节, 提升企业整体盈利水平; 最后, 数字化供应链管理体系可实现对信息流、物流与资金流的全流程监管, 强化供应链的运行效率与稳定可靠性。

(二) 数字经济背景下跨境电商企业的转型发展机遇

社交媒体平台已然成为企业开拓海外市场的核心助力, 当前

各大主流平台纷纷上线购物相关功能，这类举措有效助力跨境电商出口业务扩张，大幅提升营销转化效率 [2-3]。TikTok 在海外市场拥有广泛的受众基础，为跨境电商企业搭建了优质的品牌宣传渠道；Instagram 作为主流图片分享平台，备受年轻消费群体喜爱，企业可借助该平台展示产品视觉内容吸引用户关注，利用标签、限时故事等功能开展线上用户互动。Twitter 作为重要的信息沟通渠道，企业可通过平台发布企业动态、更新运营资讯，及时回复客户咨询，转发正面评价强化用户沟通，辅助品牌提及度监测；Facebook 作为全球体量领先的社交媒体平台，大量跨境电商企业在平台搭建官方账号发布营销内容，通过广告投放扩大品牌辐射范围，深化与消费者的互动以精准把握需求。此外，人工智能技术助力跨境电商产业实现迭代升级，前沿技术与创新模式和外贸行业的深度融合成为行业发展新亮点。人工智能技术能够匹配跨境电商互动协作需求，优化全流程交易环节，成为企业日常运营的核心支撑 [4]。2023 年 11 月 ChatGPT 的推出掀起人工智能应用热潮，该项技术革新为跨境电商行业发展带来深刻影响。依托人工智能技术挖掘分析用户数据，能够精准预判用户消费行为并推送个性化商品推荐，不仅可以提升产品销量、强化客户黏性，优化用户购物体验与营销效率，还能实现智能化选品、提升经营决策质量，推动我国跨境电商行业实现长效稳健发展。

二、数字经济背景下跨境电商企业转型发展面临的问题

（一）传统营销模式效率欠佳

面对潜力巨大的海外市场，跨境电商企业应紧跟时代发展步伐，主动采用新型数字化营销模式推进市场开拓。但多数跨境电商企业依旧采用发放优惠券、平台站内广告推送等传统营销方式。在数字经济时代，国际贸易格局发生了根本性转变，消费者获取信息的途径已从线下实体渠道转向线上网络渠道。与此同时，消费群体呈现出愈发分散的特征，个性化需求逐渐成为行业发展的主流趋势。只有借助数字化工具开展精准化营销，才能从根本上提升企业的营销运作效率 [5-6]。此外，与国内市场相比，海外市场的经济发展环境与消费者消费心理存在显著差异。若依旧将国内适用的传统营销模式照搬至海外市场，会导致营销效果持续下滑，给海外市场拓展带来极大阻碍。

（二）服务管理能力有待提升

数字经济时代，跨境电子商务的服务管理水平直接决定消费者的购物体验，也关系到企业在市场中的核心竞争力 [7]。当前阶段，部分跨境电商企业在服务管理层面仍存在突出短板，这一问题成为限制企业转型发展、提升核心竞争优势的关键因素。一方面，个性化服务供给不足是造成服务管理水平偏低的主要原因。尽管部分头部平台在服务质量与响应效率上具备一定优势，但与国际同行相比，在产品丰富度、服务管控与问题反馈处理等方面仍存在一定差距。这类差距使得消费者在消费过程中难以获得专属定制化服务，无法适应当前消费群体分化后的多元需求，降低消费者的满意度与忠诚度，影响企业客户留存效果。另一方面，

服务体系不完善是服务管理水平不足的另一重要原因。部分企业采用生产、管理、服务、售后全流程独立承担的运营模式，该模式虽能提升服务响应速度，但灵活性与定制化程度不足，导致消费者遇到问题时难以得到高效妥善处理，进而大幅影响购物体验。消费者咨询产品细节或办理退换货业务时，常常遇到响应迟缓、处理效率低下等问题，这类问题不仅会降低单个消费者的购物体验，更会损害企业品牌形象，不利于企业在国际市场中稳步发展。

（三）物流企业数字化水平较低

跨境电商与国内电商均依托互联网平台完成商品的筛选与购买环节。企业接到订单后，开展产品生产、包装并配送至消费者手中。在整个运营流程中，保障物流体系高效畅通是核心基础 [8]。对于国际物流来说，运输环节繁杂、行业集中度偏低，数字化建设程度远不及国内物流体系。各家物流企业均拥有独立的流通渠道，因此难以对每一票货物进行数字化标识，这使得跨境电商商务企业面临妥投率偏低、配送周期长、货物易丢失等诸多问题。此外，由于缺少货物运输的实时追踪信息，跨境电商企业无法及时规避或化解潜在运营风险。这进而引发配送延迟、妥投效率低、货物损耗率高等问题。这些数据指标会影响企业在跨境平台的店铺排名，进而对企业的营收与利润造成不利影响。

（四）跨境电子商务企业普遍缺乏数字化人才

在数字经济发展背景下，大数据、物联网与智能技术等新一代信息技术为企业转型升级提供了核心驱动力。跨境电商企业以互联网为运营基础，更需要这类技术提供赋能支持，才能进一步提升发展质量与运营效率。但是，结合中国跨境电子商务行业的发展现状来看，由于行业准入门槛较低、盈利空间广阔，大量企业与个人在短期内涌入市场，其中部分从业者不具备相关行业经验，这类市场主体普遍缺少配套的专业技术人才 [9-10]。当前跨境电商行业市场格局较为分散，中小微企业是行业主要构成部分。这类企业普遍缺少大数据、物联网及智能技术领域的专业管理与技术操作人员，难以有效支撑数字化转型工作的落地推进。同时，受资金实力与财务状况限制，中小跨境电商企业无法提供与大型电商企业持平的薪酬福利与职业发展平台，导致数字技术人才吸引力较弱，进一步加剧了行业数字化人才短缺的难题。

三、数字经济背景下跨境电商企业转型发展的策略

（一）数据驱动的精准化营销

在跨境电商实际运营过程中，企业既要严格把控产品质量，也要强化产品营销推广工作。传统营销模式已无法满足消费者的真实需求，跨境电商平台可借助大数据技术对平台沉淀的各类数据信息开展深度挖掘分析，提供精准的数字化营销方案，助力平台商家开展产品研发与市场销售。将大数据技术融入跨境电商运营，能够精准锁定目标客户群体，切实把握消费者的实际需求，预判其消费倾向。平台可向消费者实时推送产品宣传内容与购买链接，结合个体需求定制化推送，实现精准广告投放与个性化营销服务。这不仅能提升消费者的满意度，还能缩短产品筛选

时间，为消费者提供更优质的产品与更丰富的选择，最终有效提升交易达成率。

（二）用户导向的个性化服务

跨境电商企业可借鉴国内外行业的成熟运营经验，整合联合采购销售与协同运营模式，持续丰富产品品类，为海外用户提供更广阔的选择空间。这类方式能够让企业在保障经济效益的基础上拓展多元化运营渠道，进而提升自身核心竞争优势。企业可依托数字技术分析终端用户消费喜好，为用户提供更具针对性的产品讲解与服务支撑。同时，企业可搭建智能客服体系，提供全天候 24 小时在线咨询服务，保障用户遇到问题时能够及时获得回应与协助。这些举措不仅能够提升企业的经济效益，还能为消费者带来更优质的服务体验，进一步强化用户满意度与品牌忠诚度。

（三）打造高效的跨境物流体系

数字经济时代，为推动跨境物流行业良性发展，需要统筹协调跨境电商平台、商家与政府部门等多方主体的利益，坚守数字化发展方向，协同解决物流成本管控与线路规划等核心问题，搭建高效运转的跨境物流体系。跨境电子商务企业应搭建专属物流信息系统，及时采集、追踪与反馈物流信息，并同步更新至线上管理系统。同时，应安排专人进行实时监管，及时上报物流异常情况并告知交易双方，便于快速化解矛盾。企业还可通过分析物流合作方商提供的数据，高效对接物流供需双方，实现物流资源的快速匹配，提升物流体系运作效率。此外，企业可运用人工智能技术搭建智能物流配送体系，人工智能的核心依托是信息与通信

技术。各家物流服务企业在运营过程中会产生海量数据，企业可借助人工智能技术分析这些数据，搭建数字化物流运作体系，实现跨区域、跨文化的国际物流协作，研发适配海外市场需求的智能物流配送系统，强化海外跨境物流服务供给能力。

（四）强化数字化技术人才梯队建设

在跨境电商实际运营环节，依托大数据、物联网等创新技术工具，能够精准研判国际市场主流消费品类，为产品研发、生产升级、市场销售与跨境通关提供科学参考。海量数据的处理与应用需要专业技术人才提供支撑，跨境电商企业应加快搭建专属数字化运营团队。企业一方面要主动引进数字化领域专业人才，深化校企协同培养合作，吸纳优秀应届专业毕业生加入团队。另一方面定期组织内部员工开展数字化技能提升培训，完善考核评价机制，快速打造稳定的专业人才队伍，助力企业数字化转型升级工作稳步推进

四、结论

经济全球化浪潮与科技革新交织并进，企业数字化转型已从选择题变为生存题。置身数字经济浪潮，跨境电商发展路径发生深刻变化，单纯承载商品陈列与资金结算功能的传统平台，难以契合当下发展节奏。为回应时代之需，跨境电商企业须依托大数据等数字工具，构建覆盖营销推广、数据服务、支付结算、物流配送及通关服务的全链条生态，以此完成自身转型升级。

参考文献

[1] 吴光双. 数字经济趋势下跨境电商企业的转型发展路径 [J]. 广东经济, 2025(09):19-22.
[2] 李仰光. 大数据背景下我国跨境电商发展创新路径探究 [J]. 山西农经, 2021(05).
[3] 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.
[4] 张路. 数字经济背景下跨境电商企业转型升级研究 [J]. 商展经济, 2022(09):24-26.
[5] 周晗. 基于数字经济背景下跨境电商企业转型升级的路径研究 [J]. 襄阳职业技术学院学报, 2021(06):114-117.
[6] 方皓, 郑厚天. 跨境电商赋能农业产业数字化转型的逻辑遵循与实践机制 [J]. 农业经济, 2024(3):132-134.
[7] 李蕊. 数字经济时代中国跨境电商高质量发展路径研究 [J]. 全国流通经济, 2024(04):52-55.
[8] 侯振兴, 黄晓瑞. 基于“政策工具—行业生态”二维视角的我国跨境电商政策分析 [J]. 兰州财经大学学报, (2024)1-9.
[9] 楚方元, 汪鲁宁, 提峰, 等. 中小外贸企业跨境电商转型发展的现状分析及路径探究 [J]. 中国商论, 2025(07):089-092.
[10] 田静, 沈佳瑜. 中小外贸企业向跨境电商转型的问题与对策 [J]. 营销界, 2023(16):44-46.