

数字经济背景下中国对拉美西语国家跨境电商 发展困境与路径研究

许雯琳, 王义*

吉林外国语大学, 吉林 长春 130117

DOI:10.61369/SE.2026070037

摘 要 : 数字经济推动跨境电商交易方式、企业经营和资源配置持续数字化。文章聚焦中国对拉美西语国家跨境电商的发展, 分析了催生新型贸易业态, 扩大国际市场规模、推动产业数字转型, 提升企业竞争能力、促进资源高效配置, 释放经济发展动能的三方面促进作用, 同时指出规则对接滞后加剧合规压力、支付渠道单一滋生结算风险、物流网络薄弱拖累履约效率三重发展困境, 据此从规则衔接、跨境支付和物流履约三个环节提出发展路径, 旨在为中国跨境电商开拓该区域市场提供更具针对性的分析。

关 键 词 : 数字经济; 拉美西语国家; 跨境电商; 发展困境

Research on the Development Challenges and Paths of Cross-border E-commerce between China and Spanish-speaking Countries in Latin America in the Context of Digital Economy

Xu Wenlin, Wang Yi*

Jilin International Studies University, Changchun, Jilin 130117

Abstract : The digital economy has continuously digitized the transaction methods, business operations and resource allocation of cross-border e-commerce. This article focuses on the development of cross-border e-commerce between China and Spanish-speaking countries in Latin America, analyzing the three aspects of promoting the emergence of new trade forms, expanding the scale of the international market, promoting the digital transformation of industries, enhancing the competitiveness of enterprises, and facilitating efficient resource allocation, which have a positive impact. At the same time, it points out the three development challenges: the lag in rule alignment intensifies compliance pressure, the single payment channel breeds settlement risks, and the weak logistics network hinders the efficiency of performance. Based on these, it proposes development paths in three links: rule alignment, cross-border payment, and logistics performance, aiming to provide more targeted analysis for the development of cross-border e-commerce in this region for China.

Keywords : digital economy; Spanish-speaking countries in latin America; cross-border e-commerce; development challenges

引言

数字经济加快向国际贸易领域渗透, 跨境电商逐渐成为连接国内供给与海外消费市场的重要贸易形态^[1]。随着数字平台、大数据和人工智能等技术持续应用, 中国跨境电商企业对海外市场的触达能力不断增强, 拉美西语国家也逐步成为企业拓展国际业务的重要市场。与传统贸易相比, 跨境电商在市场连接、经营管理和资源配置方面呈现出更强的数字化特征, 但不同国家在规则体系、支付方式和物流条件上的差异, 也增加了企业跨市场经营的复杂程度^[2]。在数字经济持续发展的背景下, 分析其对跨境电商发展的促进作用, 梳理中国企业进入拉美西语国家市场面临的现实困境, 并探讨相应的发展路径, 有助于进一步认识中拉跨境电商发展的内在逻辑与现实需求。

一、数字经济对跨境电商发展的促进作用

（一）催生新型贸易业态，扩大国际市场规模

数字经济加速信息、商品与服务在线融合，使跨境电商由统一平台交易向社交电商、直播电商、独立站经营等多元经营形态延伸，国际贸易的时空边界随之弱化。在中国与拉美西语国家经贸往来中，数字平台汇集消费偏好、搜索热度和交易反馈，缩短供需双方的信息距离，使中小外贸企业以较低的渠道拓展成本接触墨西哥、智利、哥伦比亚、秘鲁等西语消费市场。移动互联网普及后，商品展示、询盘、订购和售后逐步迁移至数字空间，部分零售型跨境交易呈现线上化、小批量和多批次等特点^[3]。市场接触渠道增加，中国商品与品牌能够进入更加分散的消费场景，境内供给与拉美需求之间的连接范围持续扩大，跨境电商的国际市场空间得到进一步拓展。从区域市场规模看，拉丁美洲主要电子商务市场在2022年至2027年仍具有明显的扩张预期，其中墨西哥在西语国家中规模突出，哥伦比亚、智利、秘鲁等市场也保持增长（见图1）^[4]。这说明数字平台不仅扩大了市场触达范围，也为中国企业形成多层次、国别化的市场布局提供了需求基础。

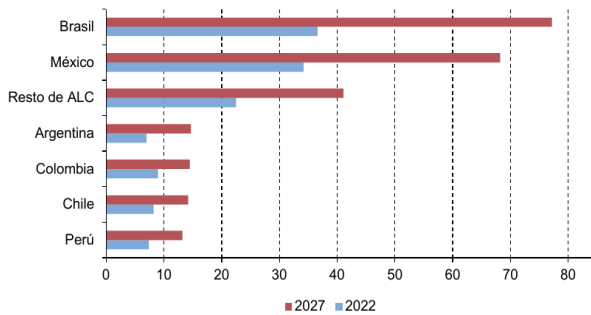


图1 拉丁美洲国家主要经济体电子商务市场收入（2022年与2027年预测值，单位：十亿美元）

（二）推动产业数字转型，提升企业竞争能力

数字技术持续进入生产、经营和营销环节，企业组织方式与业务流程随之变化。面向拉美西语国家市场，中国企业借助大数据分析和人工智能技术，能够较快识别消费偏好与需求变化，并将相关信息反馈至产品设计、生产排期和营销活动，使商品供给与当地消费特征保持较高匹配度。在经营端，数字化管理系统整合订单、客户和销售数据，减少信息分散造成的管理损耗，企业内部协同效率随之提升。智能翻译、内容生成等工具也能改善日常西语商品信息制作、客户沟通和品牌传播质量^[5]。数字技术在业务环节持续渗透，企业的产品调整、经营管理和市场识别能力逐步增强，数字化能力正成为中国跨境电商企业参与拉美市场竞争的优势来源之一。拉美本土平台的实践进一步说明了数字化能力如何转化为企业竞争优势。以 Mercado Libre 为例，其 Global Seller 项目将多国商品上架、支付、物流和商户支持整合到统一平台，国际卖家可面向墨西哥、智利、哥伦比亚等市场开展经营；平台生态中的数据分析工具还能汇集多国商品与需求信息，利用人工智能和大数据形成实时分析与需求预测^[6]。这一案例表明，平台化的数据闭环能够降低企业跨国经营中的信息分散和流程切

换成本，也为中国企业进入拉美市场提供了“平台接入—数据反馈—供应调整”的数字转型路径。

（三）促进资源高效配置，释放经济发展动能

数据要素进入跨境电商交易链条后，生产能力、商品供给和库存等资源之间的匹配效率得到改善。中国企业面向拉美西语国家开展跨境业务时，订单变化、库存状态与销售节奏能够形成连续的信息反馈，企业据此安排产能和备货规模，减少资源闲置与重复占用。数字化系统还加强生产商、平台商、仓储服务商等主体之间的信息联系，使不同环节能够根据订单变化调整资源投入，降低信息分散形成的配置损耗。随着数据在采购、生产、销售等环节持续流动，相对割裂的资源信息逐渐形成联动，供给端对市场变化的调整更加及时^[7]。资源组合效率提升后，有限投入能够形成更高经营产出，为中国对拉美西语国家跨境电商增长释放新的发展动能。

二、数字经济背景下中国对拉美西语国家跨境电商的发展困境

（一）规则对接滞后加剧合规压力

中国与拉美西语国家跨境电商往来涉及多个法域，部分国家在电子交易、数据管理、税收征管、消费者权益保护和商品认证等方面制度安排不同，规则标准与执行口径存在差异。中拉跨境电商合作不断深化后，交易模式更新较快，而不同国家相关制度之间的协调程度并不一致，一些电子交易凭证、数据处理、税务申报和商品认证事项仍要由企业分别识别和适配。不少企业还要处理大量西班牙语法律文本和当地监管文件，规则理解、资料审核与合规认证占用较多人力和时间。对同时进入多个西语国家市场的企业而言，不同法域要求叠加后，统一经营流程较难直接套用，制度适配工作随市场覆盖范围扩大而增加。规则衔接程度有限，使部分中国跨境电商企业承担较高的合规识别与适配压力。

（二）支付渠道单一滋生结算风险

拉美西语国家消费者的支付习惯差异明显，银行卡、银行转账、电子钱包及本地支付工具的使用程度并不相同。与消费端支付方式较为多元相比，部分中国跨境电商企业实际接入的跨境收款渠道相对集中，对少数国际支付平台或银行卡结算体系存在较高依赖。跨境收付还涉及当地货币与结算货币之间的兑换，汇率变化会影响实际回款金额，不同收款通道在手续费、汇兑成本和到账周期方面也存在差别。对交易频次较高的中小企业而言，大量小额订单持续累积后，通道费用和到账时间的不确定性会增加资金管理难度。消费者支付偏好分散与企业收款渠道集中同时存在，使部分企业在拉美西语市场经营中面临更明显的结算风险。与此同时，拉美本地金融科技生态快速扩张（见图2）：2017年至2023年金融科技企业由703家增至3069家，增幅超过340%，支付与汇款类企业占总数21%^[8]。这表明当地支付供给已超多元，若中国企业仍主要依赖少数国际通道，便难以充分适配消费者分散的支付偏好。

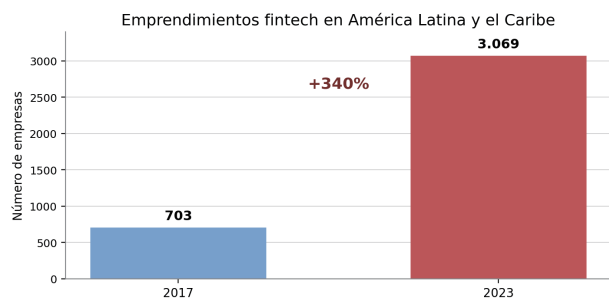


图2 拉丁美洲金融科技企业数量变化（2017—2023年）

（三）物流网络薄弱拖累履约效率

中国跨境电商商品进入拉美西语国家，需要经历国际干线运输、口岸清关、仓储中转和末端配送等多个环节，整体物流链条较长。部分市场的仓储节点和配送网络覆盖有限，不同城市之间的物流服务能力也存在差异，一些订单在目的国境内转运阶段耗时间较多。中国与拉美地理距离较远，不少跨境包裹还要经历较长运输周期，运输、清关与仓储节点衔接不够紧密时，货物交接、申报处理和订单状态更新效率都会受到影响。对于不少小批量、高频次的零售型跨境订单而言，多环节运输增加了履约过程的复杂程度。仓储覆盖、口岸衔接、节点转换与末端配送能力相互关联，使部分中国跨境电商企业在拉美西语市场的订单履约周期偏长，整体服务效率受到一定制约。

三、数字经济背景下中国对拉美西语国家跨境电商的发展路径

（一）消除规则衔接痛点，降低企业合规成本

中国对拉美西语国家跨境电商持续拓展，企业进入不同市场前，需要处理电子交易、税务申报、商品认证和数据处理等多类规则。商务部、海关总署、国家税务总局和国家互联网信息办公室应加强国别规则整理、事项比对、数据合规和专业服务衔接，建立面向重点西语国家的双语规则信息体系，使企业尽早掌握目标市场要求，减少重复核验和多头适配。

具体落实中，商务部可结合跨境电商综试区建设，按墨西哥、智利、哥伦比亚、秘鲁等重点市场整理“一国一表”合规档案，将适用主体、办理事项、提交材料、主管机构和更新日期列入统一目录，并支持公共服务平台配置中西双语检索、政策变动提醒和材料示例。针对电子单证、税务申报、商品认证等高频事项，商务部应会同海关总署、国家税务总局开展国别比对，把共通要求、差异要求和特殊要求分项列示，对重复使用较多的材料可探索统一字段和电子凭证复用。国家互联网信息办公室可结合跨境电商业务场景细化数据出境分类指引，推动企业建立分类台账，并同步标注目标市场的数据采集、存储和授权要求。商务部还应支持商协会、律师事务所和专业机构建设拉美西语国家合规专区，提供双语法规摘要、事项办理指引和高频业务预审清单；对名称不同但要求相近的事项，可增加中西术语对照和材料映射，减少企业反复查找。高频认证、税务和数据问题还应纳入动态规则库，并按政策变动及时修订。对企业反映的办理障碍，商

务部可形成专题指引，使合规准备前置到市场进入阶段，降低制度适配成本。

（二）破解跨境支付难点，增强资金结算能力

跨境交易从下单走向完成，消费者付款、企业收款和多币种结算共同构成资金循环链条。针对拉美西语国家支付偏好多元、回款节奏不一的特点，中国人民银行和国家外汇管理局应完善本地支付接入、跨境收款、结售汇和资金对账服务，推动银行、支付机构与跨境电商企业形成稳定衔接，增强小额高频交易下的资金周转能力。

中国人民银行可以从支付环节入手，通过支持持牌支付机构与目标市场银行、收单机构、电子钱包运营方建立合作，将银行卡、账户转账和电子钱包等方式纳入跨境电商收款体系，并按照平台店铺、独立站等场景完善差异化接口。针对企业收款渠道偏集中的情况，应推动支付机构丰富境外收单和资金回收路径，形成主通道与备用通道组合，并根据订单金额、币种和到账速度匹配收款方式。国家外汇管理局可支持银行完善币种分类、汇率提示和批量结售汇工具，鼓励企业按周或按月归集小额订单，结合回款周期安排结售汇批次，并将手续费、到账净额等项目纳入统一核算。资金对账环节，应推动银行、支付机构与跨境电商公共服务平台统一字段和账单格式，将订单、退款、手续费和到账信息归集至同一界面。中国人民银行还可组织支付机构按市场制作支付方式适配表，列明到账时效、主要费用、退款路径和适用场景；对交易规模较小的企业，可鼓励银行提供简化对账模板和批量入账识别服务，减少人工核对和重复录入，使不同支付工具与企业资金管理形成稳定衔接。对于到账周期差异较大的市场，还可按交易类型提供回款周期提示，帮助企业合理安排资金使用，提升跨境资金结算效率。

（三）打通跨境物流堵点，提升全链履约效率

商品从国内出库到境外签收，要连续经过国际运输、口岸清关、海外仓储和末端配送。针对中国与拉美距离较远、运输节点较多的特点，交通运输部、海关总署和商务部应从干线运力、申报衔接、仓储节点、末端配送和信息管理等环节完善服务，减少货物在不同节点之间的等待时间，增强履约链条的连续性。

在实际履约环节中，交通运输部可支持物流企业按照商品体积、货值和时效要求优化海运、空运及多式联运组合，鼓励其为高周转品类配置较稳定的舱位资源，并结合季节性商品销售周期提前匹配运力。进入口岸环节后，海关总署应推动跨境电商综合服务平台整合订单、物流和申报信息，支持企业在货物到港前完成商品编码、申报材料 and 订单数据预核验，减少重复录入与节点等待。海外仓布局方面，商务部可结合重点市场订单密度，支持企业以共建、租赁等方式配置区域仓和前置仓，推动产业带企业共享仓储资源，并按销量、周转天数和目的地分布优化货位。重点综试区还可整理主要西语市场的仓储与配送服务目录，将覆盖城市、处理时效和仓租等信息分类展示，帮助企业选择履约节点。末端配送方面，商务部可统筹公共服务平台汇集当地配送资源，提供邮编识别、配送范围和时效比对工具；同时应推动国内出库、国际运输、清关、仓内处理和末端派送状态接入统一订单

界面，海关总署同步衔接清关状态信息并设置异常提示。干线、清关、仓储和配送信息实现连续贯通后，可减少各节点之间的信息断层和等待时间，使订单状态更加清晰，提升中国对拉美西语国家跨境电商的全链履约效率。

四、结语

数字经济持续改变国际贸易的组织方式，也为中国与拉美西

语国家跨境电商合作拓展了新的发展空间。随着数字技术与跨境交易不断融合，市场联系、企业经营和资源配置效率得到提升，中拉跨境电商逐步成为双边经贸往来中的活跃力量。与此同时，不同市场在制度环境、支付体系和物流条件上的差异，也使跨境经营呈现出更强的复杂性。推动相关制度、金融服务与履约体系形成更加稳定的衔接，有助于降低企业进入拉美西语市场的经营成本，增强跨境交易的连续性与稳定性，为中拉数字经贸合作的深化奠定更扎实的基础。

参考文献

[1] 王艳，盛小丹.“一带一路”沿线国家数字经济发展对中国跨境电商出口的影响效应研究[J]. 现代财经(天津财经大学学报), 2024, 44(05): 22-44.

[2] 米军，杨裕杰. 非洲国家数字经济发展对中国跨境电商出口的影响效应研究[J]. 中国西部, 2025(03): 85-96.

[3] 郭霞萍. RCEP 成员国数字贸易发展对我国跨境电商出口的影响效应[J]. 商业经济研究, 2024(15): 137-140.

[4] AGUIRRE E. Tecnologías innovadoras digitales en apoyo a la participación de las pymes en el comercio electrónico transfronterizo[R]. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2024.

[5] 马述忠，李彦陈，张道涵，等. 数字服务贸易壁垒与跨境电子商务出口——来自中国跨境电商运单数据的证据[J]. 国际经贸探索, 2024, 40(11): 40-56.

[6] BID, FINNOVISTA. Fintech en América Latina y el Caribe: un ecosistema consolidado con potencial para aportar a la inclusión financiera regional[R]. Washington, D.C.: BID, 2024.

[7] 芦思恒. 全球南方弥合数字鸿沟的现实逻辑与实践理性[J]. 拉丁美洲研究, 2024, 46(04): 76-95.