

跨境电子商务在全球价值链中的角色与影响研究

周学勤

宁夏大学

摘要 全球价值链 (Global Value Chain, GVC) 是指通过企业间的分工与合作, 将产品的设计、研发、生产、组装、营销等环节分布在不同国家和地区。跨境电子商务的崛起打破了传统贸易的限制, 推动了全球价值链的再分配和分工模式的优化。本文旨在研究跨境电子商务在全球价值链中的角色与影响, 探讨其如何通过数字化手段和创新商业模式提升企业竞争力、优化供应链管理、以及改变价值创造和附加值分配。通过理论分析和案例研究, 本文揭示了跨境电子商务在提升企业市场拓展能力、促进产业升级和推动全球价值链再平衡等方面的积极作用, 并指出了当前跨境电商在数字鸿沟、技术标准和政策风险方面面临的挑战。

关键词 全球价值链; 跨境电子商务; 供应链管理; 价值创造; 商业模式创新

DOI <https://doi.org/10.6914/tpss.060503> **文章编号** 2664-1127.2024.0605.25-37

收文记录 收文: 2024年8月8日; 修改: 2024年8月10日; 发表: 2024年8月29日 (online)。

引用本文 周学勤. 跨境电子商务在全球价值链中的角色与影响研究 [J]. 社会科学理论与实践, 2024, 6(5):25-37. <https://doi.org/10.6914/tpss.060503>.

社会科学理论与实践 ISSN 2664-1127 (print), ISSN 2664-1720 (online), 第6卷第5期, 2024年10月31日出版, <https://ssci.cc>, <https://cpcl.hk>, 电子信箱: wtocom@gmail.com, kyjysz@163.com。

The Role and Impact of Cross-Border E-Commerce in Global Value Chains

Xueqin ZHOU

Ningxia University

Abstract Global Value Chains (GVC) refer to the division of labor and cooperation among enterprises worldwide, spreading product design, development, production, assembly, and marketing across different countries and regions. The rise of cross-border e-commerce has disrupted traditional trade constraints, driving the reallocation and optimization of the global value chain's division of labor. This paper aims to explore the role and impact of cross-border e-commerce in global value chains, examining how it enhances enterprise competitiveness, optimizes supply chain management, and reshapes value creation and distribution through digital means and innovative business models.

Through theoretical analysis and case studies, the paper reveals the positive contributions of cross-border e-commerce in enhancing market expansion capabilities, promoting industrial upgrading, and rebalancing global value chains, while also identifying challenges related to the digital divide, technical standards, and policy risks. 中文关键词

Keywords Global Value Chains; Cross-Border E-Commerce; Supply Chain Management; Value Creation; Business Model Innovation

Cite This Article Xueqin ZHOU (2024). The Role and Impact of Cross-Border E-Commerce in Global Value Chains. *Theory and Practice of Social Science*, 6(5):25-37. <https://doi.org/10.6914/tpss.060503>

© 2024 **The Author(s)** *Theory and Practice of Social Science*, ISSN 2664-1127 (print), ISSN 2664-1720 (online), Volume 6 Issue 5, published on 31 October 2024, by Creative Publishing Co., Limited, <https://ssci.cc>, <https://cpcl.cc>, E-mail: wtoecom@gmail.com, kycbshk@gmail.com.

一、引言

(一) 研究背景与意义

1. 全球价值链的概念与发展

全球价值链 (Global Value Chain, GVC) 是指在全球范围内, 通过企业间的分工与合作, 将产品的设计、研发、生产、组装、营销和售后等各个环节分布在不同国家和地区, 形成一个多层次的生产体系。这一概念强调了不同国家或地区的企业通过协作, 共同完成产品从设计到交付的整个过程。在全球化的背景下, 全球价值链的形成和深化使各国经济联系更加紧密, 不同国家和地区在价值链中所扮演的角色也日趋多样化。全球价值链的发展推动了跨国企业的扩展, 同时也为广大发展中国家提供了参与国际分工与合作的机会。

全球价值链的形成主要受到经济全球化的推动。在这一背景下, 各国企业逐渐通过全球化的视角来优化生产流程和资源配置, 以降低成本、提高效率并增强市场竞争力。全球价值链的发展模式不仅提高了国际贸易的效率, 还促使国际投资流动更加频繁。特别是随着信息技术的发展, 全球价值链的运作更加高效, 国家间的经济联系更加紧密。然而, 全球价值链的深化也带来了新的挑战, 如不同国家在价值链分工中的地位不平等、技术标准的差异等问题。

2. 跨境电子商务的发展现状

跨境电子商务 (Cross-Border E-Commerce) 是指通过互联网平台, 实现商品和服务在不同国家或地区之间的交易活动。这一新兴的贸易形式随着全球信息技术和物流体系的发展而迅速崛起, 打破了传统国际贸易的诸多限制。通过跨境电子商务, 企业和消费者能够更便捷地获取全球的商品和服务, 从而极大地拓展了市场空间。

近年来, 跨境电子商务迅速发展, 逐渐成为全球贸易的重要组成部分。据统计, 全球跨境电子商务交易额持续快速增长, 尤其在疫情期间, 跨境电商成为企业突破地域限制的重要途径。跨境电子商务平台, 如阿里巴巴全球速卖通、亚马逊全球购等, 为消费者提供了多样化的选择, 并

且为中小企业进入国际市场提供了新机遇。与此同时，跨境电子商务的发展也促进了全球物流网络的完善、支付方式的创新，以及各国间贸易政策的调整。

3. 研究的必要性与理论意义

跨境电子商务的崛起不仅改变了传统的贸易方式，同时对全球价值链的分工模式、企业的竞争力以及价值创造和分配产生了深远的影响。随着全球化进程的不断深化，各国和各地区企业在全全球价值链中的分工模式变得更加复杂和精细。跨境电子商务的快速发展，使得企业能够更加灵活地参与到全球价值链中，并通过数字化手段优化供应链和市场布局。因此，研究跨境电子商务在全球价值链中的角色与影响，具有重要的理论和现实意义。

从理论上来说，研究跨境电子商务对全球价值链的影响，有助于进一步丰富和完善全球价值链理论，特别是在信息技术和数字经济时代背景下，探讨跨境电子商务如何通过创新商业模式和技术手段改变传统的价值链分工方式。此外，这一研究能够揭示跨境电子商务在促进国际贸易便利化、推动全球价值链再平衡等方面的作用，为全球贸易政策的制定提供理论依据。

从实践上来说，研究跨境电子商务的影响，可以为企业提供优化其在全球价值链中地位的策略和方法，帮助企业通过数字化转型和商业模式创新，提升竞争力。对于政府而言，该研究可以为其制定和完善跨境电子商务的政策框架提供参考，推动跨境电商在全球价值链中的健康发展。

（二）研究目的与方法

1. 研究目的与问题提出

本文旨在探讨跨境电子商务在全球价值链中的角色与影响，分析其如何通过优化价值链的分工模式、提升企业竞争力以及改变价值创造和附加值分配，对全球价值链产生深远影响。具体来说，本文希望回答以下问题：

- （1）跨境电子商务如何改变全球价值链的分工模式？
- （2）跨境电子商务如何提升企业在全全球价值链中的竞争力？
- （3）跨境电子商务在价值创造和附加值分配方面产生了哪些变化？
- （4）跨境电子商务在全全球价值链中的主要挑战有哪些？

通过对这些问题的探讨，本文希望为跨境电子商务的发展和全球价值链的优化提供理论支持和实践指导。

2. 研究方法数据来源

本文采用文献综述、理论分析和案例研究相结合的研究方法。首先，通过文献综述整理国内外关于全球价值链和跨境电子商务的研究现状，分析相关理论基础和研究进展。其次，基于理论分析，构建跨境电子商务与全球价值链关系的分析框架，探讨跨境电子商务对全球价值链的影响机制。此外，本文还将通过企业案例研究，分析跨境电子商务在特定产业中的应用及其对价值链重塑的实际影响。

本文的数据来源主要包括三类：一是公开的研究报告和学术文献，如世界银行、世界贸易组织等机构发布的研究报告；二是行业统计数据，如全球跨境电子商务交易额的增长趋势等数据；三是企业年度报告和相关案例数据。这些数据的结合将确保研究的全面性和科学性。

二、跨境电子商务与全球价值链的理论基础

（一）全球价值链理论综述

1. 全球价值链的定义与特征

全球价值链是指产品从设计、研发、生产、组装到营销和售后等一系列环节，通过不同国家和地区的企业合作来完成的全球化生产体系。全球价值链强调了生产过程的分工与协作，使得各国能够根据比较优势在全球范围内配置资源，进而提高生产效率与产品附加值。全球价值链的形成与发展是全球化进程深入推进的重要表现，反映了各国经济联系的紧密性和生产过程的分散性。

全球价值链的主要特征包括：多国参与、分工细化、节点协同、技术创新以及生产活动的跨国分布。在全球价值链中，企业专注于某一生产环节，通过与其他企业的协作，共同完成产品的整个生产和流通过程。同时，全球价值链也存在不均衡性，不同环节的附加值不同，发达国家通常掌握高附加值的研发、设计、营销等环节，而发展中国家则集中在低附加值的制造和组装环节。

2. 全球价值链的分工模式

全球价值链的分工模式主要包括水平分工和垂直分工两种形式。水平分工指不同国家的企业在同一产品的不同环节上分工协作，例如，设计在美国，零部件生产在日本和韩国，组装在中国。垂直分工则指不同企业在同一产品的不同生产阶段进行分工，例如从原材料采购到零部件生产再到最终产品的组装与销售。

全球价值链的分工模式还反映在各国在价值链中的不同角色定位。发达国家通常占据价值链的高端环节，通过掌握核心技术和品牌优势获取高额附加值；而发展中国家则多处于价值链的中低端环节，提供廉价的劳动力和加工制造服务。

（二）跨境电子商务的定义与特点

1. 跨境电子商务的概念

跨境电子商务是指通过电子平台实现的商品或服务在不同国家和地区之间的交易活动。它涵盖了跨境零售和批发业务、跨境支付与物流等多个方面。跨境电子商务依托互联网和数字技术的发展，使得商品和服务的国际贸易变得更加便捷和高效。它不仅为企业提供了进入国际市场的通道，还使得消费者能够享受更多的国际化商品和服务选择。

2. 跨境电子商务的类型

跨境电子商务可以根据交易模式分为 B2B（企业对企业）、B2C（企业对消费者）和 DTC（Direct-to-Consumer，直接面向消费者）三种主要类型。B2B 模式是跨境电子商务中最为传统的一种，主要涉及企业之间的大宗交易和批发业务。在这种模式下，供应商和批发商通过跨境电商平台建立联系并进行国际贸易，例如原材料、零部件、大宗商品等的大规模采购和供应。B2B 模式的特点是交易量大、采购周期长、产品种类多样化，适用于工业制造、电子产品、机械设备等领域。

B2C 模式则是企业直接向海外消费者销售商品或服务，这种模式近年来成为跨境电子商务发展的主要驱动力。B2C 模式的兴起得益于全球消费市场的不断扩展和互联网技术的飞速发展，通过电商平台，企业可以直接面向全球的终端消费者销售产品，缩短了中间环节的链条，降低了

交易成本，并使得商品和服务可以更加快速高效地到达消费者手中。B2C 模式的典型例子包括全球速卖通（AliExpress）、亚马逊全球购（Amazon Global）等，这些平台使得企业可以覆盖全球市场，为消费者提供个性化的购物体验 and 便捷的跨境支付与物流服务。

DTC（Direct-to-Consumer）模式则是一种新兴的交易类型，是跨境电子商务近年来快速发展的重要形式。DTC 模式强调品牌方直接向终端消费者销售商品，绕过传统的分销渠道和中间商，进一步提升了品牌方的控制力和利润空间。与 B2C 模式相比，DTC 模式更加注重消费者体验和品牌价值的塑造。通过 DTC 模式，品牌方可以直接与消费者建立更紧密的联系，利用数据分析了解消费者的偏好和需求，从而进行定制化生产和个性化营销。以美妆、服装和快消品等行业为代表，越来越多的企业通过 DTC 模式推出高附加值的定制化产品，实现品牌的差异化和用户忠诚度的提升。

总之，这三种跨境电子商务类型在交易对象、模式特征和市场定位方面各具特点，为企业提供了多样化的全球市场拓展途径。B2B 模式适合大宗商品和批发业务，B2C 模式则推动了终端消费者市场的迅速发展，而 DTC 模式则进一步加强了品牌与消费者之间的直接互动和个性化体验。这些模式的协同发展，推动了跨境电子商务在全球范围内的广泛普及和持续创新。

3. 跨境电子商务的特征

跨境电子商务的主要特征包括以下几个方面：全球化、数字化和多样化。

首先，全球化是跨境电子商务的核心特征之一。它突破了传统国际贸易的地域限制，通过互联网和信息技术将各国市场紧密联结起来，使得商品和服务可以更快速、更便捷地进行全球流通。企业和消费者不再受到地理位置的限制，能够直接进行跨国交易，这种模式不仅极大扩展了市场的覆盖面，还为企业提供了更多的国际化机会。

其次，跨境电子商务具有高度的数字化特征。交易、支付、物流等各个环节都依托于信息技术和互联网平台，促使整个贸易过程变得更加高效和便捷。数字化技术的应用，不仅简化了交易流程，还提升了资金结算的安全性和物流运输的精准性，使得跨境贸易的整体效率得到了显著提高。

此外，多样化也是跨境电子商务的一大特点。通过电子商务平台，消费者能够接触到更加丰富多样的商品和服务种类，满足不同国家和地区消费者的个性化需求。从服装、电子产品到文化创意和金融服务，跨境电子商务平台为消费者提供了广泛的选择，不仅提高了消费者的购物体验，也为中小企业进入全球市场提供了新机遇。

总体来说，全球化、数字化和多样化是跨境电子商务的显著特征，它们共同推动了全球贸易的深度发展，优化了国际市场的资源配置。

（三）跨境电子商务与全球价值链的关系

1. 跨境电子商务在全球价值链中的嵌入方式

跨境电子商务通过其全球化和数字化的特征，使得企业能够更好地嵌入全球价值链。具体来说，跨境电子商务通过互联网平台，降低了信息不对称和交易成本，为企业创造了更加灵活的供应链模式。例如，电子商务平台上的供应商可以直接与海外客户对接，实现精准的市场匹配与高效的供应链管理。

此外，跨境电子商务在全球价值链中扮演着“桥梁”的角色，将不同国家和地区的企业、消

费者以及市场连接起来,推动价值链的优化和升级。通过跨境电子商务,企业能够更加灵活地调整其在价值链中的位置,利用其数字化优势迅速响应市场变化。

2. 跨境电子商务对全球价值链的影响机制

跨境电子商务通过提升信息流通效率、降低交易成本、优化供应链管理等方式,对全球价值链产生了深远影响。首先,跨境电子商务推动了企业间信息共享和协同合作,使得各环节的衔接更加顺畅。其次,跨境电子商务通过数字平台,减少了中间环节的成本和时间,提高了贸易效率。最后,跨境电子商务的兴起也促使企业不断创新商业模式,优化其在全球价值链中的地位。

跨境电子商务还在改变全球价值链的附加值分配方式。通过数字化手段,跨境电商赋予企业更大的市场覆盖和定价权,使得企业能够在全球市场上获取更多的附加值。同时,跨境电子商务的普及也带动了相关产业的发展,如跨境物流、跨境支付等,为全球价值链的完善注入了新的动力。

三、跨境电子商务对全球价值链地位的提升

(一) 价值链分工模式的优化

1. 专业化分工与跨境电商的匹配

跨境电子商务的发展极大地促进了全球价值链中专业化分工的深化。通过跨境电商平台,企业可以更加高效地连接全球各地的供应商和客户,从而专注于价值链中的某一特定环节,提高生产和运营效率。例如,某些企业专注于研发和设计,而将制造和组装外包给拥有成本优势的国家或地区。这种分工模式通过跨境电商平台得到了进一步优化,企业可以随时根据市场需求和成本变化调整其在全球价值链中的位置和角色。

专业化分工的深化不仅有助于企业降低运营成本,还能够通过集中资源和技术创新,提升其在价值链中的竞争优势。跨境电子商务的数字化特征使企业能够更精确地把握全球市场动态,实时调整供应链策略和市场布局,从而更好地适应全球价值链的变化。

2. 价值链节点的再分配

随着跨境电子商务的发展,全球价值链的分工模式也在发生变化,原有的价值链节点逐渐被重新分配。例如,通过跨境电商平台,原本以线下渠道为主的中间商逐渐被边缘化,企业能够直接与终端消费者对接,减少中间环节的成本。这种直接对接模式不仅提高了交易效率,还使得企业能够更加灵活地控制供应链流程。

此外,跨境电子商务还促进了价值链上新节点的形成,如跨境物流、跨境支付、跨境营销等服务型环节的兴起。这些新节点的加入,使得全球价值链的整体结构更加多元和灵活,有助于企业根据市场需求重新设计其价值链布局,提升其在全球价值链中的地位。

(二) 价值创造与附加值分配的变化

1. 跨境电子商务对价值创造的影响

跨境电子商务不仅改变了全球价值链的分工模式,还对价值创造过程产生了深远影响。首先,跨境电商通过数字技术和信息平台的应用,使企业能够获取更广泛的市场信息,从而进行更加精准的市场定位和产品创新。这种信息优势使企业能够在研发、生产和销售等环节提升效率,增强其价值创造能力。

其次，跨境电子商务推动了企业商业模式的创新。例如，一些企业通过跨境电商平台采用直销模式或定制化生产模式，实现了与消费者的直接互动，缩短了产品从生产到销售的时间。这种商业模式的创新不仅提高了企业的市场响应速度，还增强了企业的竞争力和市场影响力。

2. 价值链附加值的重新分配

跨境电子商务的发展也带来了全球价值链附加值分配方式的变化。传统的价值链模式中，高附加值的环节，如研发、设计和营销，通常由发达国家企业主导，而发展中国家多处于价值链的中低端环节。然而，跨境电子商务通过打破信息壁垒和市场限制，为发展中国家企业参与高附加值环节提供了新的机会。

跨境电子商务还使得价值链的附加值分配更加多样化和公平化。例如，通过跨境电商平台，发展中国家的中小企业能够直接面向全球市场销售特色商品，从而获得更高的附加值。同时，跨境电子商务的兴起也带动了当地相关产业的发展，如跨境物流、支付服务等，从而进一步推动了价值链附加值的优化。

四、跨境电子商务对企业竞争力的影响

（一）企业创新能力的提升

1. 信息技术与数字化平台的应用

跨境电子商务的快速发展得益于信息技术的飞速进步和数字化平台的普及应用。企业通过数字化平台整合供应链管理、生产流程、营销策略和客户服务，能够提高整体运营效率。例如，企业可以借助大数据分析技术，对全球市场的消费者行为、购买偏好和市场趋势进行深入分析，进而制定更加精准的市场营销策略，优化库存管理和生产计划。通过这一过程，企业能够更有效地控制成本，减少浪费，同时提升消费者满意度。

此外，信息技术的应用使得企业能够快速获取和传递信息，帮助企业实时掌握市场动态。信息技术的优势不仅在于提高了企业的敏捷性和响应速度，还提升了企业在全球市场中的适应能力。通过数字化转型，企业能够打破信息壁垒，实现全球资源的优化配置和供应链的高效运作，从而增强企业的创新能力和竞争优势。

2. 跨境电子商务驱动的商业模式创新

跨境电子商务平台的兴起推动了企业商业模式的不断创新。传统的国际贸易通常依赖于中间商和实体店，而跨境电商则实现了线上直销模式，使企业可以直接与消费者对接，减少中间环节的成本，提升了企业的利润空间。例如，越来越多的企业通过跨境电商平台采用“直销+定制化”的商业模式，为全球消费者提供个性化产品和服务。这种模式的创新不仅提升了企业的市场响应速度，还加强了与消费者的直接互动，有助于企业更好地了解消费者需求，从而进行持续创新。

与此同时，跨境电子商务还催生了跨境物流、在线支付、全球仓储等新兴服务领域的快速发展。企业可以利用这些服务，打造高效的物流配送体系和灵活的支付方案，为消费者提供更加便捷的购物体验。这些商业模式的创新，不仅有助于企业扩展全球市场，还提升了品牌知名度和客户忠诚度，为企业在激烈的市场竞争中保持优势。

（二）企业市场拓展能力的增强

1. 市场进入壁垒的降低

传统的国际贸易受到关税、配额限制、法律法规等多种市场壁垒的阻碍,使得许多中小企业难以进入国际市场。跨境电子商务的出现,通过电子商务平台和数字技术,打破了传统国际贸易的诸多壁垒,为企业特别是中小企业提供了进入国际市场的机会。例如,企业通过跨境电商平台发布产品信息,可以直接触达全球消费者,绕过了传统渠道中的中间商和繁杂的程序,从而大幅降低了进入国际市场的成本。

跨境电商平台提供的多语言、多币种、多支付方式等服务,为企业克服语言、文化和金融障碍提供了有力支持。这些功能的实现,使得企业能够轻松地融入全球市场,快速开展跨境交易。通过跨境电子商务平台,企业可以更加灵活地应对市场变化,降低经营风险,提高其在国际市场中的竞争力。

2. 新市场和新客户的获取

跨境电子商务通过互联网将全球市场连接在一起,使企业能够突破地域限制,获取新的市场机会。企业可以通过跨境电商平台将产品和服务推广至全球各地,特别是那些传统贸易难以覆盖的市场,如发展中地区的小众市场和新兴市场。这不仅为企业提供了新的利润增长点,还帮助企业扩大了全球市场的覆盖范围。

跨境电子商务平台还为企业提供了数据分析和精准营销的支持。通过对用户数据的深入挖掘和分析,企业能够识别出潜在客户,制定个性化的市场推广策略。精准营销的实施,不仅提高了营销的有效性,还增强了企业的市场渗透率,帮助企业获得更多的市场份额。

此外,跨境电子商务的快速发展还使得企业能够根据不同国家和地区的市场需求,灵活调整其产品设计、定价策略和销售模式。通过这种灵活的市场策略,企业能够更好地满足全球消费者的多样化需求,提高市场占有率。企业的市场拓展能力增强,不仅体现在产品销售的 growth 上,还体现在品牌知名度的提升和客户忠诚度的增加。

五、跨境电子商务在全球价值链中的挑战

(一) 数字鸿沟与技术不平等

1. 发展中国家与发达国家之间的数字基础设施差距

随着跨境电子商务的迅猛发展,数字基础设施已成为各国融入全球价值链的重要前提。然而,全球范围内发展中国家与发达国家之间在数字基础设施上的差距日益显著。发达国家拥有高速且稳定的互联网连接、先进的数据传输技术、成熟的支付系统以及完善的物流配送网络,而许多发展中国家在这些方面仍处于起步阶段。这种数字基础设施的不平衡,直接影响了发展中国家企业和消费者的接入能力,限制了其在全球市场中的活动范围。

数字鸿沟导致发展中国家在跨境电子商务中的参与度较低,影响其在全球价值链中获取高附加值环节的能力。由于缺乏现代化的网络基础设施和物流支持,许多发展中国家企业难以高效连接国际市场,这使得它们在全球价值链中处于低端角色,从事以低附加值的制造和装配环节为主的工作,难以通过跨境电子商务提升自身的价值链地位。

2. 技术标准与规则的争夺

跨境电子商务的快速发展依赖于信息技术和数字平台的支持,而在这一过程中,技术标准的

制定和数字规则的确立成为国际竞争的焦点。发达国家通常在先进技术和标准制定方面占据主导地位，通过掌握技术标准和规则的话语权，发达国家企业在全局市场中取得了更多优势。这种技术和标准的不对等，导致发展中国家企业在与发达国家竞争时处于不利地位，难以获得全球价值链中的高附加值环节。

与此同时，各国在网络安全、数据跨境流动、数字税收等方面的政策存在显著差异。这种差异进一步加剧了国际贸易中的技术壁垒。例如，一些发达国家制定了严格的数据跨境流动和安全规定，要求企业符合复杂的监管标准，增加了跨境电子商务企业的合规难度和成本。技术标准和规则的争夺，不仅影响了全球价值链的平衡发展，也在一定程度上增加了国际贸易的复杂性。

（二）政策与制度风险

1. 数据跨境流动与隐私保护

随着跨境电子商务的迅速发展，数据跨境流动成为不可避免的现象，各国政府和企业面临着如何平衡数据自由流动与隐私保护的问题。许多国家出于国家安全和数据主权的考虑，制定了严格的数据本地化政策，要求企业将用户数据存储在本国境内。这种政策使跨境电商企业在多个国家同时运营时，面临更高的合规成本和数据管理的复杂性。此外，不同国家的法律法规在数据保护方面的差异，也使企业难以制定统一的全球数据管理策略。

隐私保护成为跨境电子商务发展的重要挑战之一。跨境电商平台收集和处理大量消费者的个人数据，如何确保这些数据在全球范围内的安全成为关键问题。企业需要遵守各国对数据保护的不同要求，如欧洲的《通用数据保护条例》(GDPR)，美国的《加州消费者隐私法》(CCPA)等，如果企业在数据合规方面处理不当，可能面临巨额罚款和声誉损失。因此，如何在数据跨境流动与隐私保护之间取得平衡，成为企业和政策制定者亟待解决的难题。

2. 贸易保护主义的抬头

近年来，全球经济的不确定性上升，以及部分国家内部的民粹主义和保护主义情绪蔓延，导致一些国家采取了提高关税、限制进口等贸易保护主义措施。这些措施不仅直接影响了国际贸易的顺畅运行，也给跨境电子商务的发展带来了不小的挑战。例如，美国提高了一些电子产品和消费品的进口关税，导致跨境电商平台上的同类产品价格上涨，削弱了其市场竞争力。企业不得不面对来自不同国家的关税壁垒和政策变化，增加了跨境贸易的复杂性和不确定性。

除关税壁垒外，非关税壁垒的增加也是贸易保护主义的重要表现。一些国家通过设立高标准的技术、环保、卫生检疫等要求，以保护本国消费者和产业为名，对进口商品进行严格限制。这种非关税壁垒的实施，往往使得企业在跨境电子商务中面临更多的合规负担和成本压力。此外，一些国家的环保和技术标准的差异，也导致跨境电商企业在产品认证和检测方面遇到更多困难。这些因素都阻碍了跨境电子商务的自由发展，加剧了国际贸易的不公平性。

六、案例分析：跨境电子商务在特定产业中的应用

（一）典型产业及其价值链分析

1. 电子产品产业

电子产品产业是跨境电子商务领域最早受益的行业之一，凭借其产品的高标准化特性和成熟的供应链体系，电子产品产业在跨境电商平台上迅速扩展。电子产品主要包括智能手机、笔记

本电脑、平板设备、家用电器等，这些产品的生产涉及多个国家的企业，涵盖设计、零部件生产、组装、物流和售后服务等多个环节。在传统的电子产品价值链中，设计和研发环节多由发达国家掌握，而制造和组装则集中在亚洲地区。

通过跨境电子商务平台，如亚马逊、阿里巴巴等，电子产品企业能够直接与全球消费者互动，获取市场反馈和用户需求，从而快速调整产品设计和生产计划。跨境电商的数字化平台不仅帮助企业降低了中间环节的成本，还使得企业能够实时监控并优化供应链管理流程，提高运营效率。尤其是像小米这样的电子产品公司，通过跨境电商平台实现了其“互联网+”的商业模式，在全球市场中取得了显著成功。

2. 服装与纺织产业

服装与纺织产业作为劳动密集型行业，其产品具有款式多样、需求多变等特点，因此在跨境电子商务的推动下迅速发展。服装行业传统上依赖大型零售商和品牌方控制分销渠道，而跨境电子商务打破了这一格局，使中小企业也能够通过电商平台直接触达全球消费者，扩大市场覆盖面。

服装与纺织行业的价值链通常涵盖设计、原材料采购、生产加工、物流配送、销售和售后等环节。通过跨境电商平台，服装企业可以更高效地获取全球市场信息，快速响应市场需求变化，并根据不同地区消费者的偏好和流行趋势推出个性化和定制化的产品。例如，像 Shein 这样的企业，通过其强大的供应链管理和数据驱动的设计系统，能够在短时间内推出大量时尚新品，从而迅速占领市场。

（二）案例研究：跨境电子商务对产业价值链的重塑

1. 企业案例分析

（1）电子产品产业案例：小米

小米是中国一家知名的电子产品企业，通过其独特的商业模式和跨境电子商务平台，实现了快速扩展。小米的商业模式强调“性价比”和“用户体验”，通过跨境电商平台直接向全球消费者销售智能手机、家用电器和智能硬件产品。通过跨境电商平台，小米能够有效降低传统分销渠道的成本，并通过数字化手段实时收集用户反馈，优化产品设计和功能升级。这种商业模式的创新，不仅帮助小米提高了市场响应速度，还增强了其在全球价值链中的主导地位。

（2）服装与纺织产业案例：Shein

Shein 是一家跨境电商行业的佼佼者，以低价时尚服装为主要产品，通过精准的市场定位和强大的供应链管理系统，Shein 能够快速捕捉全球消费者的时尚偏好，并通过跨境电商平台将产品推向全球市场。Shein 的成功归因于其高度灵活的供应链系统和数据驱动的设计理念。通过分析跨境电商平台上消费者的搜索和购买数据，Shein 能够迅速开发出符合市场需求的新品，并通过全球物流网络实现快速配送。Shein 的跨境电商模式有效地降低了生产到销售的时间成本，大幅提升了其市场竞争力。

2. 对价值链地位和影响的实证分析

（1）跨境电商对企业在全球价值链中的地位提升

通过对小米和 Shein 等成功企业的案例分析，可以看到跨境电子商务对企业在全球价值链中的地位产生了显著的提升。首先，跨境电子商务打破了传统价值链的层级结构，使得企业能够直

接参与高附加值环节，从而在全球市场中占据更有利的地位。小米通过跨境电商平台直接面向全球用户，使其能够自主掌控产品的设计、营销和售后服务等关键环节。Shein 则利用跨境电商的全球布局，实现了从制造端到品牌推广的全面掌控，逐步实现了从低端制造向品牌化、高端设计的转型。

（2）跨境电商对产业价值链的重塑

实证分析显示，跨境电子商务不仅改变了企业的全球市场布局，还对产业价值链的整体结构产生了深远的影响。跨境电商平台的出现，使得供应链中的信息传递更加高效，生产和物流环节的协同更加紧密。这种信息化和数字化的整合，使得企业能够更快、更精准地响应市场需求，提升了全球价值链的整体效率。同时，跨境电商的普及还推动了本地物流、支付、售后服务等配套产业的发展，进一步完善了全球价值链的整体布局。

七、结论与政策建议

（一）研究总结

1. 主要研究发现

本文研究了跨境电子商务在全球价值链中的角色与影响，并通过典型产业和案例分析，揭示了跨境电商如何通过优化价值链分工模式、提升企业竞争力和推动价值创造与附加值分配的变化。研究表明，跨境电子商务在电子产品和服装与纺织等行业中，通过数字平台的支撑和信息技术的应用，显著优化了供应链管理、市场定位和客户服务等环节，使得企业能够更好地融入全球价值链，增强其在全球市场中的竞争力。

研究还发现，跨境电子商务推动了企业在商业模式方面的创新，通过直销和定制化服务等模式，企业能够更直接地与消费者互动，了解消费者需求，并迅速进行产品设计和市场调整。这种创新不仅增强了企业的市场响应速度，还提升了企业的附加值获取能力。此外，跨境电子商务的全球化布局使得企业能够打破地域限制，接触更多的潜在市场和客户，扩大了市场覆盖范围，提升了全球竞争力。

2. 研究的局限性

尽管本文对跨境电子商务在全球价值链中的作用进行了详细探讨，但由于跨境电子商务涉及的行业广泛，各行业的价值链结构和市场环境差异较大，本文的分析可能存在对其他行业的适用性不足的问题。未来的研究可以进一步扩展到更多行业，以获取更全面的结论。

此外，本文在案例分析中主要以知名企业为主，缺乏对中小型企业跨境电子商务发展中的挑战和机遇的探讨。中小型企业跨境电子商务中的表现和问题同样值得关注，这些企业如何利用跨境电商平台提升其在全球价值链中的地位也是未来研究的一个重要方向。

（二）政策建议

1. 政府推动跨境电子商务发展的策略

加强数字基础设施建设，缩小“数字鸿沟”。政府应加大对数字基础设施的投资力度，特别是在发展中国家和欠发达地区，提升互联网普及率、通信网络覆盖率和数据传输效率，为企业和消费者参与跨境电子商务提供坚实的基础。数字基础设施的完善将为更多企业提供参与全球价值链的机会，并有助于促进全球经济的平衡发展。

制定跨境电商相关法律法规,完善数据跨境流动的政策体系。各国政府需要在保障数据安全和消费者隐私的前提下,制定合理的数据跨境流动政策,促进信息自由流动与贸易便利化。可以通过国际合作的方式,推动建立跨境电商数据流动的全球标准,减少数据跨境流动带来的合规风险。此外,政府应建立健全跨境电商交易的监管体系,加强对虚假宣传、商品质量和支付安全的监管,保护消费者权益。

推动自由贸易协定的签署,减少跨境贸易壁垒。政府可以通过积极签署双边和多边自由贸易协定,降低跨境电子商务中的关税和非关税壁垒,为企业的跨境经营创造更便利的政策环境。同时,政府应鼓励国内企业参与国际标准的制定,提升国内企业在全市场中的话语权和竞争力。

2. 企业在全价值链中的优化路径

企业应积极拥抱数字化转型,提升供应链管理效率。企业可以利用信息技术和数字平台,实现供应链的数字化整合与优化,通过大数据分析技术,获取市场动态和消费者反馈,精准预测需求并调整生产和营销策略。数字化转型不仅有助于企业降低运营成本,还能够提升供应链的敏捷性和响应速度,增强企业在全市场中的竞争力。

推动商业模式创新,实现高附加值环节的参与。企业可以通过跨境电商平台探索直销模式、个性化定制等新兴商业模式,增强与消费者的互动与联系,提升用户体验。这不仅有助于企业获取更多的市场数据,还能够强化品牌建设,实现从制造环节向设计、营销和服务等高附加值环节的延伸。

注重品牌建设与全球市场布局,提升国际竞争力。企业应加强品牌建设,通过跨境电商平台扩大品牌的国际影响力,赢得全球消费者的信任与青睐。同时,企业还需在全球市场布局中注重市场多样性与风险防范,通过建立本地化服务体系和完善的物流网络,提升全球市场的覆盖能力和运营效率。

[责任编辑:孙强 邮箱 wtocom@gmail.com]

基金项目 教育部产学合作协同育人项目:跨境电商创新创业教育改革项目(项目编号:220602206290439),宁夏大学与港美通科技(深圳)有限公司合作。

作者简介 周学勤,女,1975年10月出生,宁夏大学前沿交叉学院教授,副院长/数字经济研究中心主任,硕士生导师,研究方向为数字经济。通讯地址:宁夏回族自治区宁夏中卫市沙坡头区宁夏大学中卫校区39号楼,邮政编码:755000,Email:191816455@qq.com, <https://orcid.org/0009-0008-3103-3004>。

参考文献

- [1] Yu, Y., Huo, B., & Zhang, Z. (2021). Impact of information technology on supply chain integration and company performance: Evidence from cross-border e-commerce companies in China. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(1), 460-489. *ResearchGate*.
- [2] Zhou, F., & Liu, Y. (2022). Blockchain-Enabled Cross-Border E-Commerce Supply Chain Management: A Bibliometric Systematic Review. *Sustainability*, 14(23), 15918. *MDPI*.
- [3] IoT-Based Framework for Cross-Border E-Commerce Supply Chain Using Machine Learning and Optimization. (2022). *IEEE Journals & Magazine. IEEE Xplore*.

- [4] A Study of Cross-Border E-Commerce Supply Chain Research Trends: Based on Knowledge Mapping and Literature Analysis. (2023). *IEEE Conference Publication. IEEE Xplore.*
- [5] Reza, L., Safavi, S., Gharehbaghi, A., & Weber, G. W. (2021). Viable Supply Chain Network Design by Considering Blockchain Technology and Cryptocurrency. *Mathematical Problems in Engineering*. Hindawi.
- [6] Babich, V., & Hilary, G. (2020). Distributed Ledgers and Operations: What Operations Management Researchers Should Know About Blockchain Technology. *Manufacturing & Service Operations Management*, 22(2), 223-245.
- [7] Hastig, G. M., & Sodhi, M. S. (2020). Blockchain for Supply Chain Traceability: Business Requirements and Critical Success Factors. *Production and Operations Management*, 29(4), 935-954.
- [8] Liu, C., & Lim, M. K. (2018). Supply Chain-Based Business Model Innovation: The Case of a Cross-Border E-Commerce Company. *Sustainability*, 10(5), 4362.