

2025 世界互联网大会 跨境电商实践案例集





2025世界互联网大会跨境电商实践案例集

前言

随着信息技术和互联网技术的发展，大数据、人工智能、区块链等数字技术在外贸领域的应用逐渐深入，推动外贸流程、贸易内容、交易方式、监管方式等做出巨大调整。跨境电商作为新型外贸业态，发展迅速、潜力大、带动作用强，已成为全球贸易发展的重要力量。然而，各国在数字基础设施、物流配送设施、数字技术应用、带动传统贸易企业转型等方面的能力差异显著。向全球传播先进的跨境电商创新案例，有利于促进互学互鉴，推动跨境电商发展的优秀实践成果惠及全球。

2025年，世界互联网大会组织开展全球跨境电商实践案例征集活动，并从申报案例中遴选出87个优秀实践案例，涵盖数字平台、贸易企业、物流配送、综合服务、融合创新、国际合作及政府引导七个领域。政府部门、高校和科研机构、各类企业、第三方机构等积极参与申报，每部分案例均依据首字母排序。

世界互联网大会对优秀实践案例进行总结提炼，形成《世界互联网大会跨境电商实践案例集(2025年)》，希望借此推动行业交流互鉴，推动全方位国际合作，促进跨境电商包容性发展，助力全球更多中小微企业更好地利用跨境电商拓展国际市场。

01 数字平台 / 开展多元创新，助力全球拓展 ····· 01

国际化服务 ·····	02
多元模式创新 ·····	06
赋能全产业链 ·····	07
数字支付 ·····	08
专家说 ·····	10

02 贸易企业 / 促进品牌化发展，提升国际形象 ····· 11

品牌化发展 ·····	12
数字化转型 ·····	14
专家说 ·····	14

03 物流配送 / 建设智慧物流，优化本土服务 ····· 15

国际物流通道 ·····	16
智慧仓储网络 ·····	16
数字化供应链 ·····	18
专家说 ·····	20

04 综合服务 / 开展集成创新，促进降本增效 ····· 21

业务合规化服务 ·····	22
多元化金融服务 ·····	23
综合服务创新 ·····	24
专家说 ·····	28

05 融合创新 / 加强技术赋能，促进共生共融 ····· 29

数智化营销 ·····	30
AI 赋能全链路 ·····	32
弥合数字鸿沟 ·····	33
专家说 ·····	35

06 国际合作 / 深化交流互鉴，促进共同发展 ····· 36

产业链供应链合作 ·····	37
人才培养国际合作 ·····	39
专家说 ·····	40

07 政府引导 / 加强制度创新，促进协同发展 ····· 41

监管创新 ·····	42
协同发展 ·····	42
服务创新 ·····	44
赋能产业带 ·····	45
专家说 ·····	46

○ 案例索引 ····· 47

○ 致谢 ····· 50

○ 研究团队 ····· 50

01

数字平台 开展多元创新 助力全球拓展

数字平台是企业开展跨境电商的基础和载体，本领域案例聚焦交易平台在国际化服务、模式创新和赋能产业链数字化转型方面的创新举措，以及支付平台在支付结算方面的创新举措。数字平台通过应用AI等新技术和完善产业生态，为中小企业拓展国际市场提供支持。

国际化服务

案例 01 得物打造“丝路电商”品质生活平台，助力“丝路电商”伙伴国从事优质产品贸易

中国上海识装信息科技有限公司旗下的“得物”是时尚类产品电子商务平台，覆盖10多个“丝路电商”伙伴国家，聚焦伙伴国优质产品贸易。

自研AI鉴别垂类大模型。得物建立国家级认证的科研级鉴别实验室，创新海外仓“先鉴别、后发货”交易履约模式，将商品鉴别流程前置到海外仓，每件商品从海外仓发给消费者前，会经过鉴别师及AI系统的严格查验和鉴别。

建设智慧仓储供应链系统。得物自建集交易、物流、质检、鉴别、履约、分析等于一体的数智化平台和智慧仓储供应链系统，为海外商家提供一站式服务。研发全球API匹配及托管定价工具，方便全球商家自动化识别库存和出价售卖，并免除商家90%流量费用。

加强前沿科技应用。得物利用AIGC、虚拟现实、增强现实等技术，进行商品3D展示、虚拟试穿试戴、多语言产品介绍，提升消费者体验；适时生成特定营销策略和广告内容，显著提高销售转化率。

意大利箱包、奥地利水晶、新西兰奶粉、智利红酒等特色产品在中国的品牌价值显著提升。2024年交易额超过亿元的13个海外品牌中，意大利品牌有10个。



案例 02 eBay（亿贝）聚焦欧洲蓝海，助力汽配产业扬帆起航

eBay是为全球用户提供物美价优、精选商品的国际平台，在德国、英国等国家具备领先的汽配产品交易优势，汽配产品年交易额超过100亿美元。针对流量、运营、物流和合规等问题，eBay制定汽配出海专项激励计划，从多个维度精准赋能汽配卖家高效拓展欧洲市场。

开展线上线下营销。线上方面，eBay在德国、英国、法国等欧洲主要站点加码推出卖家专属促销活动，为优质汽摩配商品带来精准流量。线下方面，举办年度汽配出海大会，现场搭建供需对接平台，助力卖家高效连接优质供应链资源。

大数据选品。eBay依托平台强大的交易与车辆数据，帮助卖家深度洞察欧洲从主流车型到热销品类的市场需求，助力卖家精准定位欧洲市场高需求产品。

定制化培训。eBay提供定制化培训内容，涵盖从选品、合规、运营到物流多个环节，通过线上直播和线下峰会形式，全面提升卖家拓展欧洲市场的核心能力。

案例 03 谷歌中国启动跨境电商加速计划

为促进跨境电商产业实现高质量发展，谷歌中国启动“谷歌跨境电商加速计划”，全面推动独立站模式的发展，赋能中小企业成功实现全球化拓展与品牌建设。

设立跨境电商加速中心。跨境电商加速中心作为企业、合作伙伴和行业进行交流与协作的关键枢纽，通过举办各类活动，吸引众多企业参与。后续跨境电商加速中心将转化为一站式服务平台，通过整合多方资源，持续为出海企业提供培训、项目孵化与成长扶持。

培育独立站（DTC）专业人才。针对跨境电商行业独立站领域人才和生态伙伴相对稀缺问题，谷歌中国与政府和相关行业机构合作，通过专业的培训、认证项目以及产学研结合，系统培养独立站领域的专业人才。为满足企业在独立站运营过程中的

关键需求，谷歌中国积极识别、吸引并赋能优质的本地服务合作伙伴，共同构建综合性、一站式的独立站生态伙伴平台，提升综合服务能力。



案例 04 国能e商，以煤为主的大宗商品供应链数字化协同平台

国家能源集团e商平台聚焦煤炭、化工产品、运输三大板块，通过构建全链条数字化交易体系，推动能源产业要素高效配置。

加强技术创新与商业模式双轮驱动。e商平台构建业务数据湖与BI分析系统，整合交易、物流、金融等多源数据，日均处理量2TB，支持物流态势毫秒级响应；建立“大数据+供应链金融”技术架构，通过智能合约实现交易全流程可信存证，运用大数据动态匹配全球供需资源，推出“e保理+e信贷”金融服务。

打造全球能源生态共赢体系。e商平台为全球中小企业提供标准化、智能化的跨境交易服务，带动近3万家煤炭、化工用品、运输上下游企业融入全球供应链。截至2024年，通过竞价交易实现煤炭销售吨煤溢价30.9元/吨，累计为平台客商实现18亿元的产品溢价。

截至2024年年底，e商平台注册企业突破2.9万家，活跃用户超4500家，覆盖34个国家和地区，累计完成现货交易量32.3亿吨，交易额突破1.1万亿元。



案例 05 杭州速卖通面向跨境电商的AI解决方案Marco

杭州速卖通信息咨询有限公司凭借自主研发的AI技术，为全球中小企业提供信息本地化、商品批量运营、低成本获客、全球无障碍客服等解决方案。

支持多语言，打破语言和文化壁垒。Marco由基础设施层、数据层、模型层、产品层、AI解决方案层构成。模型层由面向不同任务的多个AI模型组成，如多语言增强的基座模型、翻译模型、多模态理解模型和理解生成一体模型。面向生产规模的大型翻译模型Marco-MT具备高质量、低幻觉与高效率等核心优势，已应用于220多个国家的100多个语向。

智能化多环节监管，提升用户转化效率。Marco构建的全场景电商解决方案，覆盖流量智能分发、精准化导购决策、全渠道客户服务等关键环节，为中小微企业提供物流、铺货、跨平台营销、售后、供应链等多场景的AI解决方案，包括多样化内容生成、多语言翻译、图像理解和生成、视频理解和生成、场景化Agent等。

Marco已落地60多个电商场景，服务全球50万家中小企业。利用Marco，企业广告成本可降低8%，投放ROI提升5%，用户退款满意度提升3%。

案例 06 Jumia（卓米亚）助力中国商品畅销非洲

卓米亚技术服务（深圳）有限公司是非洲本土跨境电商平台，业务覆盖非洲9个国家及地区，通过建设数字化物流体系、开发移动支付、加强AI应用等方式打造非洲一站式跨境电商解决方案，为国外企业开拓非洲市场提供可靠路径。

建设智慧物流体系。Jumia针对非洲物流基础设施薄弱、末端物流配送服务商缺乏等问题，构建智慧化末端网络物流体系，打造12万平方米自建仓库、超1500个自提网点，并应用AI算法配置末端配送需求，有效解决非洲“最后一公里配送”的难题。

完善支付生态。Jumia Pay整合移动支付、电子钱包等多种支付方式，构建非洲移动支付生态，引入美元以及非洲本土多币种回款服务商，为国外卖家境外收款提供多元化服务。Jumia还依托平台数据优势，利用AI算法，搭建Mirakl推广平台和非洲市场运营解决方案。

2024年，Jumia的GMV超7亿美元，共有七万余活跃卖家，超五百万活跃非洲消费者，助力传音、小米等企业在非洲提升品牌国际影响力。



案例 07 快手打造巴西电商项目Kwai Shop

为解决拉美地区电子商务发展面临的基础设施薄弱、商家数字化能力不足、传统零售转型缓慢等问题，北京快手科技有限公司打造“巴西全闭环短视频+直播电商平台”，实现线上消费体验的重构与商品流通效率的提升。

科技驱动巴西本土电商模式创新。Kwai Shop充分利用快手的AI大模型能力、推荐算法、音视频技术和互联网产品开发经验，为巴西消费者构建“观看—互动—购买—复购”的全新购物体验。通过开放API接口，为巴西等全球1.5万余名开发者及企业提供技术支持。

数字化赋能中小企业日常经营。Kwai Shop依托自研系统，实现内容推荐、交易履约及数据中台的全链路技术整合，为商家提供完善的店铺管理、订单处理、聚合支付以及售后支持解决方案，提高商家日常运营效率和业务增长动力。

至2025年7月，Kwai Shop累计交易额近23亿元人民币，累计吸引近6000家巴西本土商户入驻，直接创造就业岗位1000多个。

案例 08 Newegg（新蛋）用AI赋能跨境电商，助力品牌商高效出海

Newegg是以科技产品为主的电子商务平台，通过AI赋能和生态构建，为中小卖家参与国际竞争提供公平的技术支持。

开展多平台整合与自动化管理。Newegg推出SellingPilot运营工具，通过API对接Amazon、Walmart、TikTok等北美电商平台，实现商品信息一键搬家、订单自动化处理和库存统一管理，提升运营效率30%以上。

利用AI自动生成所需内容。Newegg集成GPT-4o模型，自动生成符合目标市场语言习惯的商品描述，支持多语种适配；基于Stable Diffusion技术，自动生成场景化产品图，如将耳机图片嵌入不同使用场景（办公、运动等），提升转化率；采用数字

人换脸技术，同一主播形象可快速生成多语言版本营销视频，降低跨境直播成本。

数据驱动决策优化。Newegg利用AI工具自动提取用户评论中的情感倾向，识别产品优劣势，帮助卖家快速调整策略；实时分析竞品价格、促销活动等数据，为卖家提供市场趋势洞察和定价建议。



案例 09 Ozon（悠自隆）全球高效赋能商家开拓俄罗斯及独联体市场

作为Ozon平台旗下跨境业务核心板块，Ozon全球通过整合平台全品类资源优势，打造覆盖选品、物流、支付的全链路解决方案，为商家提供俄罗斯及独联体国家的一站式电商出海服务。

建设物流仓储体系。Ozon全球在当地布局智慧物流网络，打造商品揽收点网络和FBP半托管仓储网络。同时，推出空运、陆运、铁运及陆空联运等多种端到端物流解决方案，实现跨境订单最快5日从中国送达俄罗斯本地。

提升本地化服务水平。Ozon全球积极推动与本地主流跨境电商ERP系统的对接，推出合规安全的多钱包支付结算方案，支持人民币直接结算。为了更好地服务本地卖家，Ozon全球自建本地化的卖家培训中心与客服中心。

目前，Ozon全球成功服务超过10万个中国卖家，其中包括多个行业头部品牌，持续推动中俄跨境电商生态的创新发展。

多元模式创新

案例 10 焦点科技打造AI麦可, 创新跨境电商全流程智能解决方案

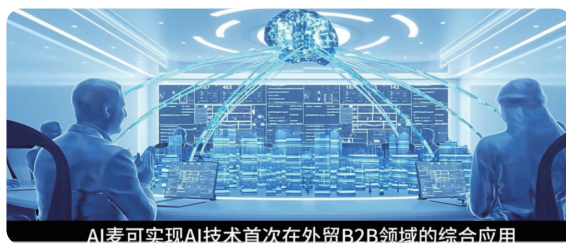
焦点科技股份有限公司推出AI麦可外贸全流程智能解决方案, 覆盖内容生成、产品发布、客户服务、商机挖掘等环节, 解决产品发布效率低、买家信息获取困难、数字化内容创作瓶颈以及全流程协同能力薄弱等难题。

建设智能产品发布系统。系统可一键生成多语言标题、关键词及详情描述, 同时支持图片批量处理。基于中国制造网9200万条产品数据构建行业知识图谱, 系统可优化语义匹配, 大幅提升产品发布的效率和质量。

全天候AI客户服务。系统支持15种语言实时翻译与AI自动回复, 通过动态数据同步技术对算法进行优化, 将人工客服受时差限制导致的平均21分钟

回复时间压缩至45秒, 买家回复率提升2%。

商机智能分析与营销系统。通过数据挖掘与分析, 系统能够自动追踪买家行为, 解析全网企业信息, 生成动态客户画像; 结合行业知识图谱, 系统能够推荐高潜力客户, 辅助外贸企业制定定向营销策略, 使商机转化率提升35%。



案例 11 SHEIN (希音) 以技术创新提质增效, 助力产业高质量出海

SHEIN通过构建“自主品牌+平台”双引擎模式, 打造数字化按需柔性供应链模式, 助力时尚行业品牌出海。

在自主品牌方面, SHEIN持续深入技术创新与绿色发展, 全链条推进可持续时尚。2025年, SHEIN持续推动产业数智化、绿色化升级, 联合东华大学研发推出新一代聚酯中聚体循环利用解决方案, 创新再生涤纶技术; 与传化化学合作成立联合实验室, 打造纺织印染技术创新中心; 投资建设智慧供应链, 以及集智能分拣中心、订单分拨中心及智能制造工厂等于一体的智慧化园区。

在带动产业带和第三方商家出海方面, SHEIN

拓展至服装、鞋类箱包、珠宝配饰等20多个品类, 通过分析掌握当季趋势, 指引卖家定向开发具有潜质的优质商品。目前, 平台涌现出一批年销上亿元人民币的优质商家, 带动中国近400城产业带商家出海。



案例 12 天猫国际开创跨境消费服务新模式, 实现“跨境纠纷不出境”

天猫国际联合杭州市余杭区消费者权益保护委员会(以下简称消保委), 在市场监督管理局和浙江省消保委指导下, 经过与香港消费者委员会的深入沟通与多轮磋商, 成功探索出一条跨境消费纠纷协同处理的新路径。

分阶段精准破解跨境消费纠纷难题。第一阶段正式建立“跨境消费服务站”, 构建“政府指导+平台协同”的创新服务机制, 统一受理纠纷咨询, 引入专业调解力量促成和解, 定期向监管部门反馈结果。第二阶段浙江省消保委与香港消费者委员会正式签署《关于建设天猫国际跨境消费纠纷调解机制的合作备忘录》。

在跨境纠纷境内化解决方面成效显著。一是调解跟进率达到100%。所有进入调解程序的案例均能在24小时内得到调解员的有效跟进, 确保了消费者诉求“事事有回音”。二是纠纷和解成功率高达77.27%。

赋能全产业链

案例 13 广州哆啦科技有限公司“Fordeal”平台赋能全链路生态, 助推中国产业出海

“Fordeal”跨境电商平台在中东针对产品难以适配当地消费需求、当地仓储物流等基础设施相对落后等问题, 打造创新解决方案。

赋能产业链创新。平台通过“跨境电商+产业带工厂”模式, 重塑适配中东需求的商品体系。平台深度联动中国产业带工厂, 聚焦产品研发升级, 以创新设计与品质优化重塑供应链; 打破传统外贸中生产企业与消费者的信息壁垒, 将分散的上下游企业整合为协同创新的生态链, 带动产业带升级, 提升产品竞争力。

国际化服务创新。平台自建仓配生态体系, 破解商家选择单一化、体验欠佳的服务困局。自主研发一种基于机器视觉的商品包裹智能分拣方法、系统及计算机存储介质, 针对性解决跨境物流轨迹统一性、标准化地址管理、签收率预估体系等方面的主要问题。

“Fordeal”平台已助力超4.5万家中国企业拓展海外市场, 业务覆盖中东和欧洲等地区的30多个国家。



案例 14 鞋捕头创新“鞋靴B2B平台+SaaS电商ERP”模式, 助力鞋靴产业带数字化发展

泉州市鞋捕头信息科技有限公司打造的鞋捕头平台作为鞋靴产业带采购批发一站式平台, 助力中国鞋靴产业带优质商家将商品销售至海外市场。

鞋捕头平台打造“鞋靴B2B平台+SaaS电商ERP”双平台模式, 整合鞋靴产业带资源, 链接国内外主流电商平台, 提供一站式采购、一键铺货多平台、订单履约及售后等服务。平台自主研发推出SaaS电商ERP云果仓, 其中, 供应商版帮助供应商实现从生产、销售、仓库管理等环节的数字化经营; 同时结合鞋捕头平台商品下载、铺货、采购等数据, 订单覆盖的客户类型、地域、渠道等经营数据, 以及来自多平台的汇总数据, 为鞋靴中小企业提供生产建议。采购商版可对鞋靴中小企业的客户终端渠道信息进行一站式数据化管理。

平台现已整合6000家鞋靴产业供应商, 年销超3亿双鞋靴, 帮助5000家中小企业数字化转型, 推动鞋靴产业带“以销带产”升级。



案例 15 义乌市合道电子商务有限公司RAKUMART平台数字化解构碎片订单，智能化重组贸易生态

义乌市合道电子商务有限公司依托义乌“世界小商品之都”的产业优势，自主研发并运营B2B数字化贸易平台RAKUMART，以“数字化展示+在线交易撮合+全链路贯穿服务”模式，助力中小企业拓展国际市场。

打造自主可控的数字化贸易闭环。 RAKUMART自主研发数字化营销、订单操作、资金结算、业务分拨管控、智能物流追踪等系统，实现全流程贸易数字化。建立供应商资源筛选模型体系，高效精准匹配全球采购商的个性化需求。供应商商品统一进入指定仓库，根据货量匹配最优物流方案。通过平台数据反哺上游工厂，推动3000家合作工厂平均产品良率从65%提升至85%。建立海外需求大数据分析中心，实时反馈海外市场的消费趋势，帮助供应商优化设计，产品开发周期缩短60%。

重视业务合规化。 平台将知识产权保护作为常态业务重点，在报价、采购、品检和打包发货等环

节落实检查要求，结合数字化识别技术，阻止各种存在侵害知识产权风险的商品流出。



数字支付

案例 16 菲律宾跨境电商支付综合服务平台Payso

PAYSO INC是一家持有菲律宾支付牌照的企业，为跨境电商企业提供多元化支付服务。

在本地收款方面，Payso提供菲律宾当地所有的法币收款产品方式。同时，为客户在不同场景下的收款方式，提供更为合理的建议。此外，携手合作伙伴，逐步开放对数字币收付的支持。在本地付款方面，提供菲律宾当地常见的付款方式。

在智能分账方面，Payso提供基于订单、日结算金额等维度，或按照商户设定分账方及分账比例，自动进行资金分拨收款地换汇。

在资金出境/资金回国方面，Payso提供由菲律宾境内向全球主要贸易国发起跨境汇款的功能。Payso携手银行和支付公司，向客户提供从菲律宾一站式资金结汇回国的服务。

截至2025年6月，Payso已累计服务数千家不同规模的出海企业，服务跨境电商平台头部企业数十家。



图示 1：方案总览示意图

案例 17 连连数字打造一站式全球跨境资金解决方案

连连数字科技股份有限公司是中国数字支付解决方案提供商，为了满足广大中小企业的出海需求，解决海外开户难、收款周期长、成本高等行业痛点，推出集“收、付、兑、管”于一体的一站式全球跨境资金解决方案。

打造“智付+”产品矩阵。连连数字通过“Global Accounts Service”，构建全球账户体系，提供多币种收付、账户管理、资金归集、汇率管理等服务；通过“Global Payouts Service”，串联全球支付网络，提供定制化的服务解决方案，实现全球范围内快速、准确付款；利用AI、大数据等技术手段对支付流程进行全面优化，实现支付的高效与智能化。

构建互联互通的贸易生态。连连数字发起成立“数智出海零门槛生态共建项目”，发挥整合信息、资源、行业经验、技术和服务等能力，打破贸易壁垒和信息差，助力更多商家拓展全球市场。

连连数字已获得全球66张支付及相关牌照，提供的服务覆盖100多个国家和地区，支持130多种货币进行交易，显著提升了国际资金结算效率。

案例 18 蚂蚁国际Antom支付与数字化服务助跨境电商快速展业

Antom是蚂蚁国际旗下领先的商家支付与数字化服务平台，打造的一站式支付解决方案全方位响应不同行业各类商户的支付需求，帮助商户接入300多种支付方式，支持100余种货币的交易。

技术驱动支付与运营模式革新。Antom打造普适性支付方案，Antom全球支付管家帮助商户批量集成多种支付方式，提高支付渠道管理效率，快速落地新市场。商户可跨渠道统一进行支付追踪、交易监控、对账结算等。Antom还开发了针对不同行业的专属解决方案，提供精准细分的服务。

Antom始终坚持技术创新。面向商户的AI助理Antom Copilot可根据商户需求，精准推荐支付方式、收单产品与技术方案，同时通过专业分析优化支付成功率，并提供争议处理以及风控策略配置服务。基于AI和隐私计算技术打造的A+Rewards流量增长引擎具有多种营销能力，可帮助商户提高流量转化。依托蚂蚁国际的生态体系，Antom借助人工智能和区块链结算技术，帮助商户实现资金快速、安全、透明流转，并采用蚂蚁国际外汇鹰序时序预测大模型，预测商户现金流和外汇敞口，准确率超过90%。



案例 19 香港杰汇有限公司打造巴西本土店收付款解决方案

香港杰汇有限公司针对拓展巴西市场的中国卖家遇到的收结汇难题, 基于一站式跨境支付平台“CoGoLinks结行国际”, 打造了巴西雷亚尔与人民币直接结汇的资金通道。

实现巴西雷亚尔与人民币直接结汇。香港杰汇通过“CoGoLinks结行国际”的数字化管理后台, 向布局巴西本土店的中国跨境电商企业提供数字收款账户, 收款账户直接归属于跨境电商经营者, 实现了与巴西本土合作企业法人的隔离, 有效规避收款账户管理风险并解决了巴西本土跨境资金结算的税务合规性等问题。商家在其跨境电商店铺后台直接绑定“CoGoLinks结行国际”的收款账户, 可实现巴西雷亚尔的快捷收款入账, 大幅度提升资金运转效率。

打通多个头部电商平台资金回流。“CoGoLinks结行国际”与Mercado、Shopee、Amazon、TikTok等知名电商平台对接, 基本实现了巴西本土头部电商平台的全线接入, 实现多平台巴西本土店的直连收付款, 免去卖家手动提交结汇材料的繁杂操作, 大幅提升商家的运营效率。

“CoGoLinks结行国际”已累计为中国出海巴西市场的商家节省跨境资金结算成本超千万人民币, 资金结算效率提升90%以上。



专家说

中国国际电子商务中心首席专家李鸣涛针对“数字平台”, 提出如下观点:

跨境电商平台是跨境电商生态的核心, 本次入选的跨境电商平台创新案例, 全面展现了数字经济时代全球贸易的革新路径。

一是利用AI等技术赋能产业需求和场景应用成为平台创新焦点。得物的AI质检创新海外仓“先鉴别、后发货”交易履约模式, 速卖通AI解决方案Marco提升跨境卖家精细化运营能力, 焦点科技的“AI麦可”实现了跨境流程的智能化再造, Newegg则通过AI算法大幅提升了品牌出海的精准度, 连连支付、蚂蚁Antom等支付平台也集成AI技术提升服务能力。这些创新不仅降低了中小企业的出海门槛, 更推动了跨境电商从“流量驱动”“价格竞争”向“效率驱动”“精准服务”的转型。

二是平台企业多元化市场布局有利于跨境电商开拓新增量。在服务网络构建方面, 案例呈现出“全球化布局+本地化深耕”的双重特征。快手在巴西开通KwaiShop平台引领巴西本土电商模式创

新, Ozon对俄罗斯及独联体市场的深耕则验证了本地化服务的商业价值, Jumia加速非洲市场电商基础设施投入, Fordeal深耕中东市场, Payso聚焦菲律宾电子支付, 香港杰汇打造巴西本土店收付款解决方案, 得物打造“丝路电商”平台以品质为纽带连接伙伴国市场。区域性平台的崛起为跨境电商带来了新的市场选择。

三是跨境电商在产业链协同创新方面呈现出巨大的服务空间价值。鞋捕头的“鞋靴B2B平台+SaaS电商ERP”均通过数字化手段实现了产业链各环节的高效协同, 希音构建起的小单快反供应链都为服装等传统产业出海提供了可复制的范本; 义乌合道B2B数字化贸易平台RAKUMART“全链路贯穿服务”助力中小企业拓展国际市场。跨境平台在发挥市场、技术、数据等优势赋能产业链过程中也在实现自身价值的最大化。

这些案例共同印证了一个趋势: 跨境电商平台正从单纯的交易中介, 进化为集技术赋能、生态构建、全球资源配置于一体的数字基础设施。这种进化不仅重塑了国际贸易格局, 更为企业参与全球竞争提供了全新的方法论。

02

贸易企业

促进品牌化发展

提升国际形象

贸易企业是跨境电商的市场主体。当前中小微外贸企业开展跨境电商面临运营能力不足、品牌意识缺乏、数字技术应用能力不够等问题。本部分案例涉及汽摩配件、智能设备、干果、非遗工坊、文创、健身器材等行业，企业通过利用跨境电商加强多元销售渠道布局、品牌建设、本地化运营、数字化转型等，实现品牌化数字化发展、交易规模的扩大和国际影响力的提升。

品牌化发展

案例 20 北京融创云集团数字化多品牌出海

北京融创云信息技术有限公司业务涵盖“智能电网设备与能源互联网技术服务”和“消费类电子智能设备”两大板块,通过多维创新实现集团品牌全球化和子品牌协同发展。

建设统一品牌内容体系。集团公司建立内容共创机制,推动子公司内容按主品牌策略统一产出;制定统一内容日历与编辑规则,确保跨平台更新一致性。

打造国际传播主阵地。公司优化LinkedIn主页结构,强化主品牌定位,增加技术类、行业洞察型内容占比;加强跨公司协同推广,实现主品牌账号与子品牌账号之间内容联动;精准广告投放,通过职业标签、公司类型、地区定位等实现B2B客户精

准触达。LinkedIn粉丝增长150%,品牌影响力显著提升。

建立全球媒体矩阵战略。在原有官网基础上,公司构建“Google SEM+LinkedIn+Facebook”多维媒体体系,统一品牌语调,广告投放成本下降22%。



案例 21 甘肃千里丝路国际贸易有限公司赋能干果类企业数字化出海

甘肃千里丝路国际贸易有限公司秉承“小工厂、大贸易”的愿景,以“一带一路”共建国家为目标市场,专注于各类干果和果干的生产加工和跨境销售,年产值达5000余吨。

对接跨境电商平台。公司在阿里巴巴国际站等跨境电商平台开设店铺群,常态化开展跨境电商直播,以跨境电商形式将产品销往乌兹别克斯坦、土耳其、伊拉克、俄罗斯等国家和地区。

建设海外仓。在俄罗斯莫斯科市和土耳其加济安泰普市建设海外仓和海外展厅。与俄罗斯、乌兹别克斯坦、土耳其、伊拉克等国家的企业达成常年合作协议,拥有稳定且大量的下游销售渠道,在业内积累了良好的口碑。



案例 22 麦瑞克以软硬服联动, 重塑健身器材全球化路径

浙江麦瑞克针对家庭健身器材智能化程度低、产品出海“水土不服”、内容营销缺乏等问题, 以数字化为引擎、内容电商为突破、全球化品牌为目标, 推动中高端智能健身器械出海, 实现从“价格取胜”向“价值取胜”的跃升。

打造“智能终端+课程内容+游戏社区”三位一体的产品生态。麦瑞克定位中高端智能健身器械, 自主研发“MERIT超燃脂”APP及大型竞技游戏健身APP, 构建软件、硬件、服务等于一体的智能健身体验, 多年蝉联天猫、京东健身器械类目销售第一。

构建“内容种草+达人带货+直播电商”营销模式。麦瑞克以Tiktok为品牌出海主阵地, 建立完整的内容矩阵; 重点培养中小型垂直领域KOC, 倡导“教育式营销”; 通过短视频、直播展示产品功能和使用效果, 快速触达全球用户。

2024年, 麦瑞克跨境收入达7亿元。2025年, 在全球跨境电商交易博览会上荣获“十周年跨境电商新锐企业”和“跨境电商标杆企业”。

案例 23 望远见微信息咨询(海口)公司利用跨境电商赋能非遗工坊国际化发展

望远见微信息咨询(海口)公司推出“一站式出海服务+全矩阵品牌营销+轻量化盈利模式”解决方案, 借力跨境电商推动非遗产品出海。

打造一站式出海服务方案。选品方面, 公司建立海外市场需求数据库, 分析热销品类、设计风格及价格区间, 打造热销单品。清关方面, 与多家国际知名货代公司建立深度合作, 由物流公司代理清关。

构建从“文化展示”到“商业转化”的品牌营销方案。公司采用文化解码与场景化内容营销, 将非遗技艺拆解为可融入现代生活的“文化IP”, 通过TikTok、Instagram等平台发布“非遗技艺+现代生活”场景视频; 为每个非遗品牌量身打造多语言独立站, 突出匠人故事和文化内涵, 通过“关键意见领袖+社群运营”精准触达用户。

实施轻量化盈利模式。公司创新采用“基础服务费+销售分成”模式, 前期仅收取3000元基础服务费, 当销售额破1万美元门槛后收取10%~15%的销售分成。同时, 采用“买手店寄卖+产品图册”模式, 与全球多家高端买手店建立寄卖合作, 使用英文产品图册展示, 降低非遗产品库存压力。

案例 24 浙江桐庐莱雅文教用品公司开创文具定制化新模式

浙江桐庐莱雅文教用品公司通过深度融合本地产业优势, 强化核心能力建设, 拓展线上分销渠道, 成为“阿里巴巴国际站优质供应商”“桐庐制笔行业优秀制造企业”。

深度融合本地产业优势。公司利用分水镇“制笔之乡”的产业集群优势, 整合本地优质供应链资源, 实现了原材料采购、零部件加工等环节的高效协同。公司吸纳经验丰富的技术工人, 针对不同笔型的材质特性和印刷适配要求, 为客户提供定制化产品。

强化专利和技术创新。公司建造500多个规格品种的产品线, 拥有40余项技术专利, 提升了快速响应客户个性化需求的能力; 设立UV印刷车间, 配备激光雕刻、丝印移印等先进机器, 构建了多元化的生产印刷体系。

深化校企合作。公司依托阿里巴巴国际站平台, 扶持38家店铺上线, 构建高效的线上分销网络; 与浙江工商大学杭州商学院建立产教融合创业孵化基地, 搭建企业与高校之间人才培养、技术创新的桥梁。

数字化转型

案例 25 思必驰打造“AI+跨境电商”模式, 助力吸顶麦拓展全球会议市场

思必驰科技股份有限公司业务涵盖智能汽车、智能家居、智能办公、智慧金融。通过跨境电商平台, 思必驰不仅实现了自身产品的出海, 还带动了产业链上下游企业的国际化发展。

加强品牌产品研发。面对国际品牌产品的激烈竞争, 思必驰发挥AI技术实力, 打造AI会议办公产品, 多款产品在高端会议设备领域占据重要市场份额。思必驰针对不同地区的特殊需求开发定制化解决方案, 通过智能声学算法优化、全方位清晰拾音等为高标准教学场景提供稳定的音频支持。

对接跨境电商平台。思必驰在Amazon建立店铺, AI会议麦克风产品通过跨境电商渠道实现了全球化布局, 成功进入美国、欧洲、中东、印度、新

加坡等国际市场, 其中吸顶麦解决方案服务于新加坡国立大学的案例为其打开了巨大的高校市场。



专家说

对外经济贸易大学王健教授针对“贸易企业”, 提出如下观点:

企业是跨境电商的市场主体, 也是市场创新的源泉和市场价值的创造者。跨境电商为全球中小企业提供了发展的机遇和条件。对于很多传统企业, 跨境电商意味着企业数字化转型, 重塑企业发展战略, 改变企业的经营方式。品牌赋能、数字营销、创新产品和服务等已经成为越来越多的企业选择。从这次案例征集的情况看, 至少企业创新发展可以从以下三个方面看出:

一是企业利用互联网进行网络营销和渠道推广。具体包括网络营销推广(案例20), 寻找市场拓展空间(案例21); 推动民族特色产品和品牌产品出海(案例23)。

二是跨境电商推动企业加快数字化转型。具体包括传统企业加快数字化转型(案例21), 通过跨境电商平台布局全球业务并创新产品, 与AI等新的网络信息技术融合创新产品(案例25), 加快企业的数字化转型。

三是跨境电商推进企业产品和服务创新。具体包括通过跨境电商针对客户个性化需求, 快速市场反应, 创新产品设计(案例24); 利用跨境电商渠道创新产品和服务推出软件硬件和服务一体化的产品生态(案例22)。

越来越多的企业看到跨境电商带来的各种商业机会, 但又感觉这种企业战略和经营方式的改变给企业带来很大挑战。很多企业把跨境电商仅仅理解为把产品卖到海外的最终消费者, 主要目标聚焦于产品的营销推广。然而, 实际上跨境电商已发展到帮助企业建立新的基于网络的全球合作的生态体系, 促进企业经营方式和整体战略的变革, 带来产品和服务的创新。

03

物流配送 建设智慧物流 优化本土服务



物流配送是跨境电商的关键环节之一。为适应跨境电商对物流的多样化需求，跨境电商物流模式多元化协同并进。为提升本地消费者体验、促进供应链降本增效、增强企业海外抗风险能力，企业积极搭建物流配送网络，布局海外仓，加强信息技术和自动化设施投入，利用AI、区块链等新技术提升智慧化水平。本领域案例聚焦于跨境电商国际通道互联互通、物流网络化智能化、供应链数智化等方面的创新举措。

国际物流通道

案例 26 深圳市盐田国际打造跨境电商协同发展物流保障体系

盐田国际为跨境电商提供优质港口服务, 通过有效整合港口、铁路物流节点及夯实海运资源, 为跨境电商发展创造出“货源高效集拼、国际航线无缝衔接”的有利条件。

构建立体化物流网络。盐田国际构建了“港口枢纽+铁路动脉+内陆节点”物流体系, 依托海铁联运33条线路、20个内陆港, 17条驳船支线、15个组合港资源, 联动香港葵青港, 形成覆盖全球的航线网络, 实现“内联外通”高效协同。

开展高效集疏运模式。盐田国际开展“港口—铁路—内陆节点”一体化运营, 创新集装箱不落地装船模式, 实现铁路与水路高效协同, 集港环节缩短3天以上; 开展内陆港预渡柜模式, 解决内陆集装箱匮乏问题, 为客户实现降本增效。

树立智慧和绿色标杆。盐田国际落地深圳首个“海铁联运-重箱出口”区块链场景, 对接国家航运贸易数字化平台, 升级海铁联运智慧化服务; 践行“双碳”发展战略, 四次荣获“全球最佳绿色集装箱码头”。



智慧仓储网络

案例 27 菜鸟物流科技加速出海, 交付自动化分拣中心

菜鸟物流科技加速出海布局, 截至目前, 已在全球28个国家落地超过600个菜鸟自动化和数字化项目。

菜鸟物流在巴西交付南美地区技术最先进的跨境物流分拨中心。分拨中心采用菜鸟自研的智能分拣系统和数字化系统, 覆盖300余个分拣目的地, 具备承重检测、体积测量、高精度识别等模块, 并全面兼容欧洲CE标准。通过数字化系统实时生成分拣图像、运营报表及数据分析, 可以帮助客户精准管控全链路效率。

菜鸟物流在越南交付越南南部最大自动化分拨中心。该分拨中心系统由菜鸟自研, 集成了单件分

离、多套双层交叉带分拣机和小型分拣机器人等设备。通过应用AI 等数字技术, 分拨中心实现了成堆包裹的逐一区分, 大件、小件和异形件的同时处理, 并能实时在线跟踪包裹分拣, 保障分拣准确率超过99%。

菜鸟物流在罗马尼亚交付四座直线窄带分拣机。四座自动化分拨中心使用了菜鸟针对欧洲市场研发的直线窄带分拣机, 能应对大小件混合分拣等复杂场景, 并在有限的空间内实现100多个流向的高速自动分拣, 分拣效率可提升30%。菜鸟摆轮分拣机峰值效率可达到7200件/小时。

案例 28 上海交赋科技打造智能仓储物流协同创新模式

为解决传统海外仓人工成本高、协同效率低、信息化和智能化水平较低等问题, 上海交赋科技有限公司联合其他公司打造跨境电商智能仓储物流解决方案, 旨在通过技术创新优化跨境仓储物流全流程。

公司开发拆零拣选机器人系统, 通过机器人自动导航, 智能分拣商品。该系统采用模块化设计, 故障时仅需仓库工人自行更换组件。公司建立跨境电商集拼公共仓, 帮助企业节省仓库建设与管理成本; 为跨境电商物流打造SaaS协同管理平台, 链接卖家、买家、货代、报关行、尾程快递/邮政公司、海外仓等, 实现全链路数据互通和精细化管理。

在英国部署的伯明翰仓从新仓到全部部署完成用时5天, 分拣单量显著上升。



案例 29 西邮物流建设美国智慧仓网&欧洲特色资质仓群, 助力中国品牌出海

深圳市西邮智仓科技有限公司以“智慧仓网+特色资质仓群”双轮驱动模式, 为中国品牌出海欧美市场提供高效物流解决方案。

美国智慧仓网依托美西、美东、美中、美南、美东南五大仓群, 形成“区域覆盖+快速响应”的仓储网络架构, 覆盖美国核心经济带与消费区域。通过自研WMS系统的大数据智能分仓算法, 实现高频商品前置存储与成本最优仓的自动匹配。构建“全国布仓—区域分仓—本地发货”三级协同模式, 降低末端成本、提升库存周转效率, 将尾程配送时效从7~15天缩短至2~5天, 同时建立自有派送渠道WPGround, 进一步强化尾程运力, 保障旺季稳定运营。

欧洲特色资质仓群以德国仓为核心, 打造“海外监管仓+保税仓”双重资质体系, 通过标准化设施、规范化流程及合规化数据管理, 帮助卖家满足欧洲市场严格的合规要求及多平台运营特性。

WESTERN
POST

Western Post for Large Cargoes



数字化供应链

案例 30 大森林物流美线一站式供应链服务实践

大森林全球物流（深圳）有限公司针对物流时效不稳定、物流成本高、资质不合规等问题，打造涵盖海运、清关、仓储、末端配送在内的一站式供应链服务，助力商家降本增效、合规出海。

构建跨境物流服务链。企业整合美线运输资源，与美森、以星、合德等船司合作，覆盖主流航线，打造快船、普船、特惠船等多种运输方案。在中国主要海运出口港口以及20余个重点城市，搭建完善的拼箱仓库和网点，确保与客户无缝衔接。自建海外仓网络，在美国、加拿大、英国、法国、德国等共设17个自营仓，面积超10万平方米，可实现多仓联动。通过实时跟进美国CBP、EPA、CPSC等机构的最新政策，为卖家提供专业的报关和清关服务。企业自主研发物流系统，打通中国仓库、港口、船公司、海外仓、末端配送等全流程信息，客

户可随时掌握物流动态。

2024年，大森林物流自营拼箱航线超50条，拼箱产品价格较市场平均水平低5%~10%，帮助客户有效节约物流成本。



案例 31 泛鼎国际打造全球一体化供应链服务

泛鼎国际集团核心业务板块包括跨境头程物流、海外仓配业务以及跨境供应链业务。

泛鼎国际拥有业内稀缺的危险品操作资质、海关监管仓资质、大件货物维修认证和FDA认证食品包装资质，在全球拥有20多家子公司，布局60多个自营海外仓（总面积600多万平方英尺），使用自研的智能仓库管理系统，为客户提供高品质物流服务。除核心仓储和配送功能外，泛鼎国际还提供一系列增值服务，包括逆向物流、多语言客服、售前产品展示以及售后退换货管理。

此外，泛鼎国际还在全球建立分销网络，实现“全渠道”销售，触达终端零售商和经销商。泛鼎国际的服务对象包括清洁能源、智能制造、汽车、家具家居和高端消费品等行业的领军企业和上市公司。



案例 32 顺丰科技助力构建高价值生鲜跨境数智化供应链

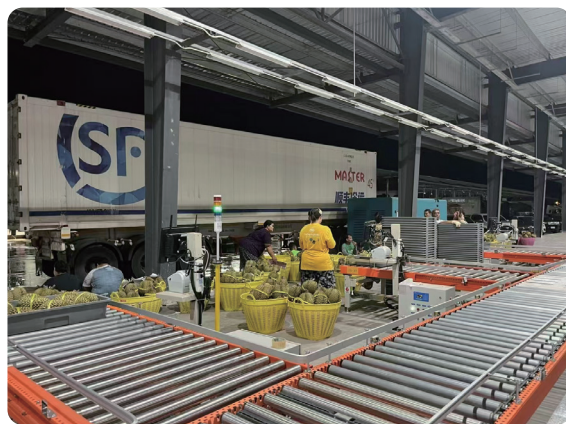
顺丰集团与泰国某客户签署战略合作协议, 为 其在泰国的超级工厂规划和实施了榴莲从收果到发 货的智能软硬件一体化作业解决方案, 并与物流服 务融合, 提供数智化供应链综合服务。

创新销售模式。顺丰集团助力客户开创“海外 水果直达C端”新模式, 跳过多层经销环节, 将榴 莲从泰国产地直达消费者, 时间从15~20天缩短至 2~7天, 让消费者享受更新鲜的产品。

推动泰国当地榴莲产业的升级。顺丰集团构建 以消费者订单处理系统、工厂运营管理系统、分拣 管理系统为核心的软硬件一体化集成方案。消费者 订单处理系统负责接入并筛选订单; 工厂运营管 理系统负责工厂内的作业管理, 主要完成榴莲称重、 计费, 以及将榴莲与客户订单精准匹配等; 分拣管 理系统负责管理分拣设备, 根据运单的目的流向 完成分拣任务。该方案通过标准化流水线与数字化 升级, 实现榴莲全流程自动化、不落地的高效流 转, 使榴莲从入厂到变成一个包裹的时间从以天为

计缩短为以分钟为计。

包裹前置分拣, 与物流无缝衔接。该方案通过 使用自动化分拣技术, 实现了每小时6000个、全 天60000多个榴莲包裹的分拣和输送。通过提前分 拣, 进一步降低了物流作业过程的复杂度。



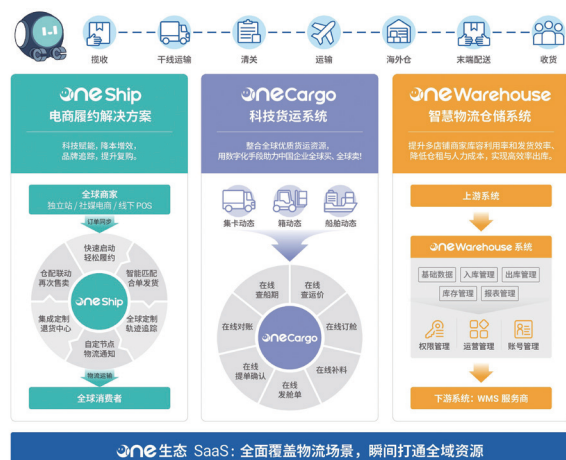
案例 33 深圳商链ONE智慧物流生态解决方案, 助推全球物流高效可持续发展

为解决跨境电商物流资源整合难、定制化缺 失、合规风险高等问题, 深圳商链物流有限公司以 “技术+生态” 双轮驱动, 打造智慧物流生态解决 方案。

构建模块化服务矩阵。ONEPost (资源整合中 枢) 聚合全球250多个港口、120个物流商资源, 提供国际专线、快递、邮政小包、海外仓等15种 方案, 支持高货值商品“保价专线”等定制服务; ONEShip (智慧履约平台) 依托数字化管理系统实现 一键比价、合并发货、批量管理、独立站建站、 电商平台串接和地址算法智能匹配等功能, 提升发 货效率与客户体验; ONECargo (科技货运系统) 整合全球优质货运资源, 一站式解决清关难题, 降 低商家被“甩柜”的风险; ONEWarehouse (智 能仓储网络) 采用“AGV分拣+智能托盘系统”, 通过智能仓储管理服务帮助商家高效分拣出货; ONEStarClub (生态协同平台) 为商家打造专属积 分商城, 与商家协同成长, 并降低中小商家履约门

槛。

该方案已服务于全球超过30000商家, 实现中 小商家运输成本优化20%~35%, 库存周转率提升 30%~50%, 错发率降至0.5%, 人工核对时间减少 90%。



中国国际电子商务中心首席专家李鸣涛 针对“物流配送”，提出如下观点：

本次入选的物流供应链案例，深刻映射出跨境电商物流从“运+仓+配”的环节服务向“全流程一站式智慧协同生态”演进的进阶轨迹，为行业高质量发展提供了多维范式。

国际物流及分销通道的创新突破体现跨境物流服务新方向。盐田国际通过整合港口运营、电商平台与物流企业资源，构建“港口+电商+物流”联动机制，有效破解舱位紧张、清关滞缓等痛点，为跨境电商提供了稳定高效的海运通道支撑，凸显了基础设施枢纽在全球物流网络中的核心价值；泛鼎国际“海外仓+本土分销网络”一站式解决跨境仓储与渠道营销问题，创新物流供应链服务新模式。

智慧仓储网络的实践呈现“技术赋能+本地化布点”的鲜明特征。菜鸟物流的自动化分拣中心，依托 AI 算法与机器人技术将分拣效率提升300%以上；西邮物流的智慧仓配及本地化合规服务从技术和两个维度解决卖家的本土化难题。这些案例共同验证了智慧化与本地化结合对跨境物流时效的革命性提升，为中小企业出海扫清了仓储配送及本地化能力障碍。

数字化供应链的升级重构成为关键突破口。顺丰科技的生鲜跨境数智化方案，借助物联网溯源与区块链技术，实现高价值生鲜全链路可视可控；深圳商链 ONE 的智慧生态，通过整合全球运力资源，构建动态调度、智能预警的数字化网络，使跨境物流成本降低15%~20%。这些创新标志着跨境物流已从单一环节优化，迈向全链条的数字化协同。

总体而言，这些案例勾勒出跨境物流的未来方向：以技术为基、以网络为脉、以生态为要，以服务为纲，通过数字化手段打破时空壁垒，以本地化服务为跨境电商高质量发展提供坚实保障，也为全球贸易效率提升贡献了中国智慧。

04

综合服务

开展集成创新

促进降本增效

除在线支付和物流配送之外，跨境电商还涉及保险、通关、税收、结汇、知识产权保护、仲裁等多个服务环节，各环节服务的集成化综合化是中小微企业便利化开展跨境电商的重要支撑。本部分案例聚焦于金融服务、合规化服务和综合服务等方面的创新性举措。

业务合规化服务

案例 34 北京反侵权假冒联盟协助跨境卖家应对海外知识产权敲诈

为解决跨境电商卖家经常遭遇的知识产权侵权滥诉问题，北京反侵权假冒联盟代理中国移动空调套件卖家，成功打破针对商家的滥诉敲诈。

创新应对模式。联盟采取“集体应诉+行业联动+中美律师协同”的策略，组织涉诉企业联合反击，通过整合中美律师资源，制定统一抗辩策略，解决单个企业应诉能力不足问题，人均诉讼成本降至常规案件的1/10。该案例锁定原告专利存在系统性无效问题，利用美国专利商标局（USPTO）认定的签名专利冒签缺陷，直击诉讼核心漏洞，从源头上否定侵权指控。

动态诉讼策略调整。初期尝试和解未果后，联盟果断发起案件分立、撤销禁令动议，在原告施压时战略性上诉，最终实现资金解封并反诉索赔，化被动为主动。

取得突破性司法成果。该案例创下首例支持SAD案件分离动议、撤销临时限制令（TRO）并认定专利无效、判决滥用禁令者赔偿保证金，相关判例收录于Lexis数据库，成为行业标杆。该案例在一定程度上遏制了海外专利滥诉趋势，为中小卖家提供了可复制的维权范式。

案例 35 广州仲裁委员会制定《数字化金融产品互联网仲裁电子数据要素规范》

广州仲裁委员会针对数字金融产品纠纷数量庞大、个案标的小、证据内容琐碎且形式不规范等问题，制定了《数字化金融产品互联网仲裁电子数据要素规范》。

坚持以用户需求为导向。该规范重点关注数字化金融产品纠纷解决在快捷性、专业性和前沿性等方面的特别需求，促进快速、高效、低成本化解金融纠纷。

促进仲裁流程规范化、标准化。该规范对金融纠纷案件审理全过程中所需的关键性要素和信息仲

裁流程进行规范化、标准化，包括案件材料准备、存证、证据表现形式、提交仲裁等环节。

批量化线上智能审理案件。运用区块链、大数据等技术手段完成系统的智能批量对接，减少仲裁时间和成本。通过集约化、专业化处理同类型案件，全方位提升金融仲裁服务水平。

目前广州仲裁委员会已为400多家银行、证券、基金等金融机构提供仲裁服务，相比传统案件办理时间节省超三分之二。



案例 36 麦德通商务打造一站式跨境电商知识产权智能合规SaaS管理平台

深圳麦德通商务代理有限公司针对跨境电商企业出海面临的商标抢注、专利侵权等知识产权合规难题，推出一站式知识产权智能合规SaaS管理平台，提升企业知识产权管理效率和合规水平。

以AI驱动智能合规服务。麦德通自主研发AI智能商标、AI外观检索等工具。AI智能商标支持3700万个商标数据库秒级查询，3秒完成近似商标检索，自动识别高风险商标，提升企业注册成功率。AI外观检索支持基于全球171个受理局近2亿外观数据库和前沿AI智能技术，为品牌安全构筑有力保障。

API直连国际知识产权局系统。平台与美国USPTO、日本JPO等多个海外官方系统的API直连，使商标状态、宣誓时间等信息可一键查询。用

户可快速获得回执和状态信息，这提高了企业对海外知识产权局系统的响应速度。

平台上线以来，已累计服务超20万家企业，覆盖全球220多个国家和地区，将知识产权案件处理时长平均缩短30%，商标注册通过率提升70%。



多元化金融服务

案例 37 国泰财产保险推出跨境电商保险服务平台“店小保”，护航品牌全球化

国泰财产保险有限责任公司为满足跨境电商场景下的保险需求，推出一站式跨境电商保险服务平台“店小保”，以保险助推品牌的全球化发展。

开展数智化品控服务。“店小保”整合跨境各环节资源，为商家提供跨境退货险、知识产权侵权险等多种保险服务，形成“跨境—保险—科技”良性循环，为品牌全球化保驾护航。

搭建数字化运营平台。“店小保”为商家搭建数字化运营平台，通过数字化指标指引商家了解海外买家消费需求，推动商家拓展全球业务；同时提供专属店铺标识“FREE RETURN”，提高店铺复购率及流量到店转化率。“店小保”还依托互联网技术，聚合电商平台、商家、买家、上下游服务商等跨境生态链，促进商家实现产品创新和差异化竞争。

目前“店小保”服务已覆盖24个国家，累计服务国内10万余跨境商家、保障超3.5亿笔订单、覆盖超500亿元出口额。



案例 38 中国建设银行常州分行利用金融科技赋能贸易企业

中国建设银行常州分行聚焦跨境电商轻资产、高成长、融资难痛点，创新推出“入园进阶贷”。

开展融资创新。在数据赋能授信方面，整合企业平台交易流水、跨境收汇记录等数字资产，替代传统抵押担保；在定制风控模型方面，结合企业资质、平台服务合同等信用支撑，设计“经营稳定性+成长潜力”双维评估体系；在打通审批堵点方面，联动政府跨境电商白名单试点企业资质，以信用贷款形式完成500万元资金投放。

加强金融科技融合。加大在金融科技领域的投入，构建数字风控新范式。应用区块链技术，验证企业交易流水、海关申报数据的真实性与连续性。建立AI动态授信模型，基于历史销售周期、平台信用评级、海外仓周转率等20多个维度数据，构建成长型企业专属评估模型。

综合服务创新

案例 39 飞来汇FlyLink利用数字技术助力跨境商家全球展业

FlyLink是专注于跨境电商出口企业的极速独立站平台，利用数字技术将建站、支付、分销集于一体，通过系统化、模块化操作，降低运营成本，提升业务效率。

快速搭建独立站。用户可一键开通FlyLink，即刻完成标准模板建站，快速上架商品。FlyLink提供精选模板库，用户可轻松“装修”独立站。同步支持多语言、多货币智能适配，满足本地化运营需求。

提供一站式跨境支付服务。FlyLink拥有一站式全球收单收款能力，支持国际卡、本地卡、电子钱包等6种支付类型，包含59种支付方式。同时，配备了实时支付状态监控、支付风险预警等功能，帮助商家降低跨境资金风险。

目前，采用FlyLink一体化服务的跨境商家平均降低29%运营成本，团队人力资源效能提升达14%，整体业绩提升37%。



案例 40 广大通开展面向跨境电商的“GWAN+智能网络服务”

广州广大通电子科技有限公司针对跨境电商平台与卖家在网络服务方面面临的网络性能不达标、专线成本与部署周期高、全球节点覆盖不足、运维不便等痛点，提供一体化智能网络服务。

高效部署全球节点。广大通与中国移动、中国电信深度合作，在东南亚、欧美、中东等地区部署30余个节点，贴近跨境仓储、集货中心及直播基地，实现“本地接入+全球转发”网络拓扑。节点部署周期由45天缩短至7天，100余家企业在14个主要市场实现“7天建网”。

多链路聚合与动态调度。边缘CPE同时接入MPLS、互联网、4G/5G等多种线路。利用自研毫秒级智能调度引擎，实现按业务优先级动态分流。CPE内置AES256 IPsec硬件加速与国密算法，保障数据在跨国传输中的机密性与完整性。

打造可视化统一运维平台。平台实时展示全球网络拓扑、链路质量、业务流量分布与故障告警；集成AI运维助手，自动定位故障原因，平均MTTR缩短至15分钟。

2024年，“GWAN+全球网络”累计服务跨境客户超500家，直接创造网络服务收入超6000万元。

案例 41 广州若羽臣打造“总代+经营权买断+合资品牌”创新合作模式

广州若羽臣科技有限公司打造“总代+经营权买断+合资品牌”三大创新合作模式，助力全球优质品牌进入中国市场。

技术赋能全球大健康领域合作。若羽臣与挪威公司Zooca Calanus达成独家合作，成为红宝石油在大中华区的总代理；联合AI技术公司开发定制原料，缩短研发周期。

本土化运营助力品牌破圈。若羽臣凭借从供应链管理（全球30多个仓库）、数字化营销（700余种商业分析工具）到消费者数据资产沉淀的全链路服务体系，形成“全球采购—属地销售—精准运营”的闭环。若羽臣帮助澳洲洗护品牌SHEVEU赛逸分析市场需求，重塑品牌定位，结合AI营销工具精准触达目标人群。

共建开放包容的数字生态。若羽臣与挪威、澳大利亚、美国等合作，以数字化能力弥合市场差异，推动全球资源优化配置；为宝洁旗下品牌提供全渠道精细化运营服务。若羽臣还整合DeepSeek R1等技术，自研数字化系统，优化品牌库存管理，预测热销品类，实现高效全球采购与备货。



案例 42 海仓科技打造“丝路互联 数智赋能”新模式

浙江海仓科技有限公司针对跨境电商各环节存在的瓶颈问题, 开展“直播+数字选品+供应链服务”模式, 赋能跨境电商新发展。

打造保税仓直播。打造多功能保税仓公共直播间, 提供“拎包入住”的一体化场景和配套服务, 结合综合保税区物理定位提供“云溯源”背书, 提升消费者信任度与购买意愿。

建设数字选品中心。构建线上一站式跨境数字选品中心, 搭建线下数字化展播中心, 叠加AI荐品、AI导览、数字人直播等科技互动体验, 营造品牌孵化、商品展示、跨境交易、直播销售、数智供应链、人才培养等于一体的跨境生态。

提供全链路一站式服务。海仓科技4段18个环

节的全链路一站式服务, 涵盖市场推广、销售、跨境通关、仓配物流、数字平台等, 助力品牌实现从生产端到消费端的高效衔接。

截至2024年底, 海仓科技已承接近千场保税仓播活动, 仓播总GMV突破6亿元; 数字化选品中心已链接2000余个品牌方与渠道方; 开设的“丝路好物”频道能有效捕捉国际合作机遇与消费市场对异域商品的需求热点。



案例 43 青岛跨境公服平台打造一体化跨境服务新模式

青岛跨境公服平台针对跨境电商产业链中的配套服务资源分散割裂、质量参差不齐、缺乏评估机制等问题, 整合多部门资源, 打造涵盖金融支撑、数据协同与增信服务的一体化跨境服务新模式。

构建多元金融服务体系。青岛跨境公服平台构建“数据增信+线上办理+产品多元”的跨境金融支撑体系, 已上线20种“青岛特色”跨境电商金融产品。与8家金融机构建立战略合作, 推动金融服务从“单点支持”向“全链条覆盖”转变。

加强税收和知识产权合规服务。青岛跨境公服平台联合青岛市商务局、税务局等多部门, 构建

“数据自动采集+智能校验+多部门协同”的一体化退税支撑体系, 实现退税资料的自动归集与智能匹配; 同时引入实时监控与预警机制, 有效防控退税合规风险。与青岛市知识产权公共服务平台建立战略合作, 实现跨平台互联互通、资源共享, 为企业提供贯穿“注册—管理—保护—维权”全链条的一站式知识产权服务。



案例 44 前海九米打造一站式跨境电商综合服务数字平台

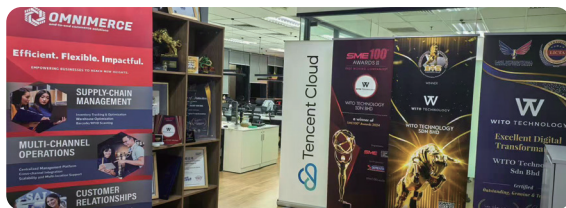
深圳市前海九米信息技术有限公司作为深圳跨境电商阳光化试点推动者, 搭建跨境电商综合服务数字平台, 一站式解决物流、报关、收结汇、税务、跨境金融服务等问题。

搭建跨境电商综合服务数字平台。打通监管部门、平台及企业数据接口, 运用跨链融合的轻量型区块链技术实现底层可信数据流转, 构建海关、金融、税务、外管、仓储、物流等多流汇聚的全链条跨境电商数据资源平台, 实现物流、资金流、信息流(如订单信息)等多维数据的实时互通、全流程透明和交叉验证。这既能满足监管要求, 又能保障跨境电商高效出口。

建立“银行+外综服数字平台”深度合作模

式。前海九米联合建设银行、中信银行, 发挥自身数字平台的资源优势, 以及银行的大数据风控模型、外汇智能合规管理系统、智能核查系统等金融科技优势, 为跨境电商企业提供安全便捷的出口收汇、资金结算、跨境金融等综合服务。

2024年, 前海九米累计服务企业超500家, 其中上市公司和行业龙头占70%。



案例 45 泉州（晋江）优品全球购一站式服务平台构建跨境电商生态系统

泉州（晋江）优品全球购一站式服务平台采用线上线下结合的方式，整合社媒营销、展厅展示及物流服务，构建综合性跨境电商生态系统，推动跨境电商业务发展。

构建线上营销体系。在TikTok平台精心构建“晋江优品”产业带集合号，集中展示产品特色。入驻TikTok、eBay等国际电商平台，已在7个国家开设TikTok店铺。

建设海外展厅和海外仓。在美国、阿联酋、澳大利亚、越南、泰国、马来西亚等国家租赁优质

展厅，配备高清展示屏幕、专业直播设备，可实时进行产品展示与直播销售。已举办直播活动100多场。同时，在上述国家建设海外仓，并与国内集货仓联动，提供仓储、物流配送、一件代发及售后维修等服务。物流配送时效平均缩短2天，客户满意度提升至99%。



案例 46 上海网杉助力韶音科技实现全渠道一体化平稳运营

上海网杉信息技术有限公司帮助韶音科技实施Oracle NetSuite系统，解决全渠道销售一体化流程管理和个性化补货等难题。

全渠道一体化管理。上海网杉针对B端较大商户，通过Oracle NetSuite EDI对接订单全流程，确保订单确认、发票等流程配置的准确性与高效性。针对B端小型商户，利用Oracle NetSuite E-Commerce模块化海外订货网站，实现客户的统一管理和运营。通过自研产品“微易连”对接各跨境电商平台和第三方仓库，确保数据流通和业务协同。

个性化系统开发。上海网杉利用Oracle NetSuite的PaaS平台，满足多系统灵活对接和个性化管理的需求。通过制定各渠道的针对性补货计划，结合Oracle NetSuite的库存管理系统，实现全

渠道的个性化补货管理，满足国内外各渠道的及时补货需求。

目前，韶音科技通过Oracle NetSuite系统实现了全球化业务的高效部署与合规运营、同一订单跨公司主体的自动拆分，供应链与成本管控能力升级。新站点部署周期压缩至35天，主体切换14天完成数据闭环。



案例 47 深跨协举办多元化市场活动，助力跨境电商产业发展

深圳跨境电商协会加强与企业合作，提供跨境电商行业最新信息，制定行业标准，发挥行业引领作用，助力营造竞争有序的良性发展氛围。

推动产业资源供需对接和跨境生态合作。协会先后支持举办2024东北亚（中俄）跨境电商对话会、2024江西省跨境电商高质量发展大会、黑龙江省跨境电商企业对接会等，促进各地产业资源供需对接。举办TikTok Shop全托管招商会、TEMU百城千企招商大会等，推动全球各大跨境平台招商入驻，促进跨境卖家、源头工厂、跨境生态全链路企业资源对接。

推动人才孵化和加强品牌宣传。协会提供跨境

人才引入、新手独立站卖家培训、总裁班课程、本地高效师资队伍培训和搭建等服务。与超5000家媒体合作，举办线下品牌宣讲、线上品牌直播，运用公众号、视频号广泛推广。

截至2025年7月，深圳跨境电商协会累计主办活动1300余场次，协办1600余场次，服务超过5万家跨境电商企业。



案例 48 山西盛世高科推动跨境电商全链路协同发展创新

山西盛世高科技集团有限公司针对中小企业数字化转型困难、行业人才短缺等问题，依托阿里巴巴国际站等数字化平台，从企业服务和人才培育两个维度提出“全链路赋能+产教融合”的双轨解决方案，助力更多传统企业数字化转型。

全链路数字化赋能中小企业出海。盛世高科整合报关、物流、财税、法律等资源，提供外贸全流程托管，让中小企业只需专注生产和供货，有效解决了中小企业外贸经验缺乏和能力不足等问题。为传统外贸企业提供数字化运营培训，涵盖平台搭建、国际站运营、数据分析等，2024年累计服务企业600余家。

加强产教融合破解行业“人才荒”。盛世高科与山西工商学院合作，开展跨境电商培训，采用“6个月理论+实操”培养模式。联合政府、高校、企业设立“跨境电商人才联盟”。

目前盛世高科已服务山西省内500家企业，2024年实现线上成交额5亿元人民币，企业平均线上营收增长超35%，物流成本降低18%，订单处理效率提升50%。

案例 49 亿迈打造数字化创新及精细化供应链

深圳市亿迈信息技术有限公司构建跨境电商综合服务平台，深度融合数字化系统、供应链管理、仓储物流、财税合规等关键领域，搭建高效、便捷、安全的跨境交易环境。

建设数字化智能系统。系统的一键刊登至亚马逊全站点功能，可以实现商品的批量刊登，一分钟能处理上万条商品listing，并能智能核算最优价格、批量调整价格。24小时侵权排查功能可进行智能风控，排查知识产权侵权风险，严格把控品质监测。

加强精细化供应链管理。智能备货系统采用AI大数据算法，可分析历史销售数据、市场实时数据，给出合适的备货建议。亿迈依托自研ERP系统和WMS云仓系统，能够监测发货，让物流轨迹可视化呈现；通过建立物流应急机制，应对货物在运输途中的突发状况；布局20万平方米全球仓储，不断提高库存准确率。

案例 50 粤新链（琴澳）产业出海服务平台服务数智化出海

为解决中小企业出海面临的调研决策难、资源对接散、资金风险高等问题，粤新链平台以“数智化技术为引擎、成果化订单为导向、本地化运营为核心”，构建中小企业出海全链条服务体系。

建设数智化决策系统，破解调研低效难题。自研AI大模型，整合政策、文化、供需趋势等千万级全球贸易数据，实现3秒生成FOB最优报价；自动计算物流、关税、汇率，输出含合规条款的报价单，误差率小于0.5%。

构建全球资源双网，突破渠道分散困境。构建“代理商网络+政府资源网”双轨体系，筛选中东、拉美等地区的优质代理商，通过“资质审核+履约担保”机制，降低渠道欺诈风险。与卡塔尔投资促进局、印度尼西亚两国双园等机构直连，开通“政策绿色通道”，获客成本降低75%。

产业生态共建，聚合高势能伙伴。联合高新技术企业等12家战略伙伴，打造“出海共同体”，共享AI模型、区块链节点等技术模块，降低企业技术开发成本30%；共建海外展厅，企业参展成本显著降低。

粤新链已链接3000多家海外代理商，推动10类中国制造（医疗设备、建材等）进入新兴市场，调研成本降80%，获客成本降75%。

案例 51 中国移动助力温州市政府打造“跨境电商大脑”

针对政府监管难度因跨境电商交易模式复杂而增加的问题, 中国移动凭借先进的技术和服务能力, 积极助力温州市政府打造“跨境电商大脑”, 为中小企业出海赋能。

开展数据驱动的精准管理。整合海关、税务、外汇等多部门政务数据420万条, 叠加企业备案、交易等第三方数据580万条, 构建统一数据平台, 打破数据壁垒, 实现政务数据与市场数据深度融合, 为政府精准监管和决策提供科学依据。

赋能企业数字化发展。推出“一网通”系统, 提供智能仓储、市场分析、品牌推广等工具, 覆盖物流、营销、供应链全场景。运用AI技术优化库存管理, 精准预测市场趋势, 优化企业产品与营销策

略, 并联动跨境物流、海外仓资源, 提升供应链效率。

推动跨境电商生态发展。搭建跨境物流、海外仓、培训等生态服务, 并联合第三方专业机构提供知识产权保护、品牌建设支持。



专家说

商务部国际贸易经济合作研究院王惠敏研究员针对“综合服务”，提出如下观点：

跨境电商产业链条长, 涉及环节众多。将各环节服务集成后一站式提供有助于提升服务效率、降低贸易成本, 有助于中小微外贸企业将精力集中于产品创新和质量提升。本领域的实践案例在合规化服务、金融服务和综合服务方面开展了一系列创新。

在业务合规化方面, 服务企业建立智能合规管理平台, 通过标准化和数字化手段, 降低企业合规成本和难度。如第三方机构制定数字化金融产品互联网仲裁电子数据要素规范; 企业自主研发AI智能商标工具, 与国外官方系统对接, 快速识别高风险商标; 采取“集体应诉+行业联动+国内外律师协同”的方式, 解决单个企业知识产权侵权应诉能力不足问题。

在金融服务方面, 支付企业和保险机构打造一

站式服务平台, 整合各环节资源, 提供便利化的收付款、收结汇、跨境退货险、知识产权侵权险等服务。

在综合服务方面, 服务企业整合不同政府部门、不同环节的企业资源和第三方机构资源, 搭建跨境电商综合服务平台, 提供通关、税务、收结汇、国际物流、数字营销、海外仓储、海外展示、市场分析与预测、网站建设、资源对接等综合服务, 并利用整合的数据资源和新一代数字技术不断提升服务效率和水平。

未来, 企业将会进一步加强AI和区块链等新技术应用, 完善综合服务平台, 集成更多环节的资源, 提升供应链数字化水平, 通过优化资源配置和创新服务模式, 提供更加高效、智慧化和个性化的服务。

05

融合创新

加强技术赋能

促进共生共融

随着信息技术和互联网技术的发展，生成式人工智能、区块链等数字技术在跨境电商领域的应用逐渐深入，促进跨境电商与传统产业、数字服务贸易等深度融合。本领域案例聚焦于数智化营销、AI赋能全链路、弥合数字鸿沟等方面的创新性举措。

数智化营销

案例 52 北京宜选科技智能营销系统助力外贸企业出海

宜选网是外贸B2B营销服务平台, 通过搭建AI全程驱动的智能营销系统, 消除时差与语言障碍, 有效降低中小企业的外贸推广成本, 帮助企业拓展国际市场。

宜选科技的技术创新呈阶梯式演进。2016年, 推出智投平台, 实现广告自动化投放。2023年, 推出智能询盘系统, 用AI技术突破外贸业务中的沟通壁垒。2025年, 推出为生成式AI引擎设计的优化策略GEO(Generative Engine Optimization)增强模式, 帮助外贸企业网站符合生成式AI引擎的标准与规范, 使网站产品及公司信息更易被主流生成式AI引擎收录, 从而获得更多买家资源和商机。

目前, 宜选科技累计服务4万家中国外贸企业, 拥有200余项自主知识产权, 服务的采购商覆盖150多个国家和地区。



案例 53 广州易海创腾信息科技有限公司打造一站式AI营销系统, 助力家具出海

为破解中国企业出海面临的品牌建设与管理困境, 易海创腾采用自主研发的品牌海外建站及AI内容营销管理系统, 为“四海家具”打造一站式出海营销解决方案, 助其从传统外贸升级为数字驱动、精准渗透的全球化品牌。

打造品牌官网与视觉体系。结合四海家具“53年木艺传承”的核心价值, 易海创腾为其独家定制海外官网视觉, 采用开源代码保障数据主权, 并通过SEO驱动官网成为长期数字资产, 实现持续自然流量沉淀。

搭建一站式AI内容营销管理系统。该系统整合Facebook、Instagram、LinkedIn等跨平台营销数据, 包括广告数据、网站数据、社媒数据等, 提供精准的量化洞察, 优化谷歌广告、内容营销等数字营销的ROI。利用图文生成功能、跨社媒平台一

键分发功能及评论自动回复功能, 降低内容营销成本, 提升运营效率。

通过视觉定制站建设、精准锁定海外室内设计师群体, 以及一站式AI内容营销管理系统的支持, 四海家具有效降低营销成本, 品牌在海外设计师群体中的认知度显著提升。



案例 54 杭州互向科技有限公司打造影伙引擎AI, 创新营销视频创作服务

为解决营销环节面临的文化适配难、制作效率低、内容迭代慢等问题, 影伙引擎利用AI技术, 提供高效率、低成本、高适配性的营销内容创作方案。

人物形象本地化。采用视频人脸融合技术, 将国内达人视频素材与目标市场的本地模特人像图片进行高精度融合, 生成本地化人物形象的营销视频。

语言表达本地化。通过集成高精度AI翻译模型、文本转语音技术、字幕无痕擦除替换、唇音同步驱动算法, 精准生成符合目标市场语言习惯、口型自然的本地化视频, 消除语言文化障碍。

口播数字人创作服务。基于形象、音色克隆等算法, 快速创建品牌专属数字人形象及音色, 实现海量个性化营销视频的批量化生产。

影伙引擎的AI营销视频创作服务节省了海外模特佣金、翻译配音外包等费用, 节省了90%以上人力。



案例 55 米多多科技创新数智出海营销服务

福建米多多网络科技有限公司为解决跨境电商营销难等问题, 加强技术赋能, 为出海企业提供多元营销服务。

开展大数据选品和专业展交易。基于全渠道大数据分析, 挖掘品类数据背后的市场增长方向, 提出选品建议。开展以选品交易为主题的线下展会, 邀请全球供需双方线下展示和选购。

开展数智化营销。米多多为企业提供更精准的海外营销全套方案, 包括广告投放、内容营销、达人合作、策略规划、网站搭建等。利用智能化系统, 引导用户基于数据动态优化投放策略, 快速响应海外营销变化。利用AI前沿技术, 快速批量生成个性化的营销内容, 高效生产丰富的商品素材, 大幅降低达到海外本土化标准的内容的制作成本。

米多多的合作对象包括世界知名互联网媒体和跨境电商平台。截至2025年上半年, 米多多服务

GMV累计100多亿元, 先后助力中国超万家企业实现品牌出海。



AI 赋能全链路

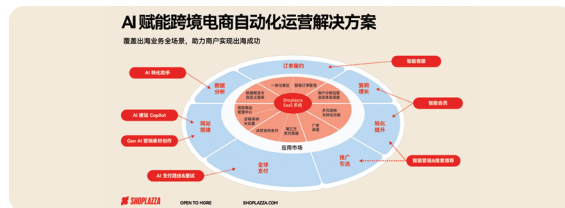
案例 56 店匠科技打造全场景AI增效解决方案

店匠科技 (Shoplazza) 作为独立站SaaS平台, 为解决商家在海外建站、用户触达、客户运营等环节面临的问题, 构建贯穿电商全链路的智能工具矩阵, 推动产业链智能升级与协同。

打造全场景AI增效解决方案。平台利用AI技术, 在网站建设、广告投放优化、支付等方面开发智能化工具。平台支持商家通过AI实现一键生成商品标题与描述; 支持根据商家设定的预算自动生成多种优惠方案; 支持基于用户行为建模进行精准推送; 可智能判断最优支付通道, 根据目标市场提供本地化支付方式配置。智能会员系统基于用户生命周期模型进行人群分层与专属权益设计, 提供自动

化分析与运营建议。

该方案被广泛应用于文创IP、服饰、家居等领域, 覆盖超过50万家独立站商户, 取得显著成效, 如建站效率提升40%, 投放转化率提升15%~30%, 部分客单价增长超过25%, 更多商家从依赖平台流量转型为自建品牌阵地。



案例 57 美图设计室开发AI设计工具, 赋能跨境电商降本增效与新品孵化

针对传统选品模式依赖竞品模仿、中小卖家商品图制作质量参差不齐等问题, 美图设计室开发智能化解决方案助力卖家提升产品竞争力。

AI自定义生图模式破局设计同质化。打造智能视觉生成、多平台尺寸适配一体化解决方案, 创新AI自定义生图模式, 通过关键词输入生成差异化商品视觉方案, 颠覆传统竞品模仿模式。支持上传产品图后批量生成节日营销、生活场景等多类视觉素材, 单次耗时不足10分钟, 效率较传统摄影提升90%。

关键技术突破驱动效果提升。采用高仿真渲染技术实现商品与虚拟场景无缝融合, 图片点击率提升40%; 多平台适配引擎一键生成符合Amazon、Shopee、Lazada、TikTok等平台规范的素材, 降低运营复杂度。

小微商家专项赋能。在义乌、石狮等产业带推出AI设计培训与定制模板, 将商品图制作成本压缩至传统模式的1/5, 助力超千家小微卖家降低运营成本30%, 订单转化率提升25%。

案例 58 商线科技以AI驱动跨境电商独立站全链效能进化

SHOPLINE总部位于新加坡, 专注于通过独立站助力跨境电商品牌出海。商线科技 (深圳) 有限公司利用SHOPLINE AI跨境电商助手, 深度赋能跨境电商独立站全周期管理运营。

创新独立站建站模式。企业应用SHOPLINE AI建站, 仅需选择售卖品类、网站风格、需生成的规则页面等信息, 5分钟完成建站。

提供智慧营销方案。SHOPLINE AIGC功能运用自然语言处理技术和深度学习算法, 可模仿真人写作的模式和风格, 为独立站运营提供更多的内容创意和写作灵感。根据用户选择的商品关键词和文案风格, 自动输出带有实时营销热点的高匹配产品描述。可快速捕获网站大促、节日营销等热点, 轻松

扩写或优化品牌故事信息页, 一键生成精美的营销主题活动页, 提升网站转化效果。

截至2024年, SHOPLINE全球累计服务超过60万商家, 众多品牌商家通过SHOPLINE AI跨境电商助手, 精准实施精细化的活动与流量运营策略。一些企业实现了20%的复购率。



案例 59 珍岛集团Marketingforce平台助力新能源企业数智出海

为应对海外市场众多、营销平台分散、规则较为复杂等挑战, Marketingforce平台通过一站式数智化工具和AI营销助力企业实现海外数智化转型。

运用AI技术建设与优化品牌独立站。在网站搭建过程中, 通过AI赋能, 抓取分析网站上的内容和关键词, 从而实现自动化的TKD (标题、关键词、描述) 部署, 并根据用户行为数据, 智能优化独立站的TKD配置, 提供更好的用户浏览体验。

建立全链路的海外营销管理体系。Marketingforce平台帮助企业构建海外营销体系, 打通各个营销环节, 将粗放式营销转向精细化营销。平台借助AI的智能分析和创作能力, 准确把握海外流行热点, 为企业匹配合适的营销内容; 运用AI技术, 根据客户信息和需求自动生成个性化内容, 自动分析客户行为, 识别潜在销售机会, 提供个性化建议和行动计划。

Marketingforce平台赋能新能源锂电池企业数智化转型, 使其运营效率整体显著提升, 企业口碑、市场抗波动能力也逐步增强。

弥合数字鸿沟

案例 60 杭州碳友科技有限公司重构跨境电商助残价值链

为解决残障群体因语言障碍、技术能力缺失难以参与跨境电商的问题, 杭州碳友科技有限公司探索利用数字技术弥合能力鸿沟, 既解决弱势群体就业痛点, 又提升农产品跨境流通效率。

加强技术融合。召集东南亚在中国的留学生开发越语、英语等课程, 并配套“数字人跨境翻译系统”(支持手语实时转换), 解决东南亚残障主播的语言障碍。按残障类型定制岗位, 如听障者专注数据分析、肢体障碍者运营网店库存。在东南亚与相关企业共建培训孵化基地, 培训残障主播结合本土文化开展电商直播。

双轨制就业。联合农业科研机构筛选耐储种子, 输出至东南亚试种后反向采购, 形成“中国育种—海外种植—跨境销售”循环。残障主播可选择成为“合伙人制员工”或“员工制合伙人”, 保障长期收益。企业38%的利润投入公益以保障可持续性。

残障群体通过直播电商与网店运营, 平均收入提升, 并由就业者转变为创业者。首年跨境直播助农GMV达317万元, 其中东南亚热带水果占比提升。

案例 61 加纳电力有限责任公司数字化转型项目

为解决长期以来面临的计费延迟或不准确、客户服务渠道受限、缺乏数字化服务渠道等问题, 加纳电力有限责任公司 (Electricity Company of Ghana Ltd, ECG) 启动一项多维度的数字化转型战略, 核心聚焦于升级版电力应用程序和现场计费系统。该数字化改革获得2023年PMI加纳卓越奖、2024年MTN商业世界科技创新奖。

ECG采用以问题为导向、以用户为中心的方式来重塑其数字服务。转型过程以敏捷项目交付、利益相关者参与和集成技术解决方案为核心。电力应用程序被重新开发为多功能自助服务平台, 具备数字支付、服务请求、多语言界面、实时反馈等功能。在多语言界面方面, 帮助客户适应当地语言偏好, 提高包容性。

在系统集成与治理结构方面, 新系统无缝集成至ECG内部平台, 如工作流系统和计费引擎, 避免重复建设, 提升可扩展性。同时, ECG开展全国范围内的宣传活动, 教育用户使用新工具, 建立数字信任。

案例 62 尼日利亚农村赋能与气候技术倡议推动弥合数字鸿沟

在尼日利亚许多农村地区, 社区普遍面临缺乏互联网基础设施与数字技能、青年与女性难以接触数字经济机遇等问题。农村赋能与气候技术倡议 (REACT Initiative) 聚焦于数字包容与可持续发展, 旨在解决边缘化社区中的数字鸿沟与气候脆弱性问题。

REACT加强数字工具应用, 增强连接能力与创新力。 REACT在服务不足的农村社区建立移动式和半永久性的数字培训中心, 配备低成本设备和太阳能互联网, 并专门面向青年与女性提供数字素养、网络安全与数据隐私意识、数字创业技能等课程, 还为年轻女性开设数字叙事、绿色创业等专属课程。这些创新得益于当地学校、农业合作社、技术志愿者、可再生能源供应商的合作支持。

REACT还将数字工具与气候智慧型农业结合, 培训小农户使用AI种植日历、农产品市场平台, 推广通过数字化技术加强的农业生态实践。

目前, REACT培训超1200名农村青年与女性, 协助100多名受益人创办数字型微型企业, 超过65%的受训青年进入数字岗位或自由职业领域, 带动农村家庭收入增长。

案例 63 硕腾科技助力巴基斯坦完成历史性首次全国数字普查

深圳市硕腾科技有限公司 (Soten) 与巴基斯坦国家数据库和注册局 (NADRA) 紧密合作, 为巴基斯坦首次全国数字人口与住房普查提供坚实的技术与硬件基础。

Soten提供了126,000 台专为严苛环境设计的P80加固型移动数据采集终端。P80终端与NADRA的基于安卓自主开发的普查应用程序实现了无缝集成。该应用程序结合了生物识别、RFID、GPS与GIS地理信息系统, 能够对采集数据进行实时验证, 并为所有建筑结构进行地理标记, 从技术上确保了普查数据的准确性、完整性和时效性。

此次数字普查的成功实施有助于巴基斯坦的治理效能显著提升, 也体现了“中国智造”的品牌影响力, 双方共同推动社会包容与普惠发展。



案例 64 坦桑尼亚社区森林防护网络组织搭建平台, 提升东非青年参与数字贸易的能力

坦桑尼亚社区森林防护网络组织 (Tanzania Community Forest Conservation Network) 通过搭建结构化平台和政策影响力论坛, 提升青年参与数字贸易的积极性与能力。

利用多元化平台加强信息传播。 通过网络研讨会、数字手册、短视频及社交媒体平台向青年群体普及数字贸易、电子商务等领域的简明信息, 弥合青年创新者与政策制定者之间的信息鸿沟。

加强专业技能培训。 邀请青年人员参与系列培训, 内容包括跨境数字贸易、电子商务基础设施建设等。为支持精通技术的青年群体开发并推介跨境电商、物流追踪系统、移动支付解决方案和数字身份识别系统等项目, 并设立创新实验室。

搭建政策对话与青年倡导平台。 通过正式会议和青年圆桌论坛提交立场文件和政策简报, 呼吁消除数据本地化要求、支付系统互操作性不足和跨境电子签名认可度低等数字壁垒。

该案例已在坦桑尼亚、肯尼亚、乌干达和卢旺达等多个东非国家产生影响, 已使东非地区超过3000名青年了解数字贸易和跨境电商等内容。

案例 65 亚历山大大学“智能社区数字包容计划”倡议减少城乡数字鸿沟

埃及亚历山大大学（Alexandria University）商学院提出“智能社区数字包容计划”社会技术倡议，以弥合服务不足的城乡社区之间的数字鸿沟。

该倡议面向青年、女性和边缘群体，提供量身定制的无障碍数字教育、经济实惠的联网解决方案和实践培训计划。通过与地方政府、科技公司和非政府组织建立战略合作伙伴关系，建立创新中心，提供从基础到高级的数字素养课程、新兴技术（人工智能、物联网、网络安全）研讨会、设备与互联网服务接入、导师指导与创业机会等服务，培养掌握参与数字经济所需的技术和知识的人才，为更智

慧的城市发展作出贡献，建设更具韧性、包容性的社会。



专家说

中国社会科学院李勇坚研究员针对“融合创新”，提出如下观点：

本节入选的案例体现了新一代数字技术已深入应用到跨境电商领域，推动跨境电商各个环节全面融合创新。

一是全过程全场景赋能。以人工智能、大数据等为代表的新技术，使跨境电商的流程更为流畅，成本更低（例如，案例56）。还能够对企业的产品设计、新品孵化等提供助力（例如，案例57）。

二是全业态覆盖。社交电商等新业态新模式在跨境电商领域快速发展，一些跨境电商服务企业，已在文本生成、视频制作等方面为跨境电商提供新的支持（例如，案例54），从而为这些新业态赋能。

三是技术融合推动跨境电商创新。移动互联

网、人工智能、大数据等数字技术通过深度融合，聚焦于跨境电商的全链路精准化营销（例如，案例52，53），并推动独立站等模式快速发展（例如，案例59）。

四是普惠性。新技术应用带来的融合创新极大地降低了跨境电商的门槛，推动更多的中小企业、特殊人群使用跨境电商（例如，案例60，64），并有助于发展中国家利用跨境电商实现跨越发展（例如，案例61，62，63，65）。

可以预期，在未来，大语言模型、大数据、区块链等技术在跨境电商的应用将更为深化，从而降低跨境电商全链路的成本，并使跨境电商更为普惠，成为推动国际贸易发展的强劲动力。

06

国际合作 深化交流互鉴 促进共同发展

全球电子商务快速发展，但各个国家或地区的跨境电商发展水平差异显著。一些国家因数字基础设施不足、贸易便利化水平不够、专业人才缺乏等问题，企业开展跨境电商业务的能力非常有限。本领域聚焦跨境电商产业链供应链合作、人才培养国际合作等方面的创新性举措，案例通过基础设施共建、多元化人才培养、数字化工具应用等，推动跨境电商共同发展。

产业链供应链合作

案例 66 湖南省商务厅“非洲好物网购季”实践案例

湖南省商务厅、长沙市人民政府联合举办“非洲好物网购季”系列活动，积极实施“中非携手推进现代化十大伙伴行动”，深化中非“丝路电商”合作。

“购非洲 够特别”品牌破圈。全球首发“非洲好物（Quality African Products）”中英文公共标识，人民日报等30余家主流媒体深度报道，海外网、新华社法文版等多语种平台同步扩散。

近5万人次参与线下快闪。打造300平方米“可买、可品、可赏、可玩”的沉浸式消费体验新空间，中非经贸博览会吉祥物华宝和非宝文创系列周边产品首发首秀，200余款优质产品集中亮相。

大使直播助推好物消费。卢旺达驻华大使詹姆斯·基莫尼奥走进抖音直播间，推介辣酱、咖啡等特色产品，近万人在线互动观看。依托抖音、小红书等直播电商平台开设账号上线“非洲好物专

区”。

构建长效合作协同网络。打造“非洲好物网购季生态合作伙伴”协同网络，授予首批13家非洲源头企业公共品牌。联动沃尔玛等知名商超以及京东、美团等电商平台构建产销对接通道。



案例 67 京东数字技术赋能中新跨境合作

京东全球购携手新加坡企业发展局打造“国家馆·新加坡海外馆”项目，为新加坡品牌提供进入中国市场的一站式解决方案。

构建政企合作“信任铁三角”。在平台端，京东全球购定制“新品牌孵化计划”，提供搜索算法加权、品类补贴及头部主播推广资源。在政府端，新加坡企业发展局基于供应链成熟度、文化代表性及品控标准，筛选具备“新加坡基因”的优质企业。在运营端，指定唯一运营方，完成商品合规、品控、仓储物流、KOL内容营销等全链路落地。

全渠道精准营销。一是构建线上场景，打造“狮城风味馆”虚拟街区，融合鱼尾狮光影动画、娘惹瓷纹样，营造新加坡食尚氛围；通过直播厨师烹饪“辣椒螃蟹”“海南鸡饭”等新加坡国菜制作过程，结合抖音挑战话题“舌尖上的狮城”，话题

播放量达8.3万。二是丰富线下体验，在一线城市商圈举办南洋美食节。该项目实现品牌溢价30%以上，带动东南亚食品GMV三年增长470%。



案例 68 上合示范区管委会举办“上合云品”电商直播系列活动

上合示范区举办“上合云品”电商直播系列活动，以“上合好物”为主题，推动上合组织国家共享中国电商大市场，深化中国—上合组织国家“丝路电商”合作。

举行2025“上合云品 好品山东”电商直播活动启动仪式。上海合作组织秘书处副秘书长、阿富汗驻华大使、马尔代夫驻华大使、尼泊尔驻华大使、阿塞拜疆驻华特命全权大使等嘉宾出席活动并致辞。22位驻华使节、50余位上合组织国家驻华商协会和企业代表出席仪式。

打造多平台电商直播矩阵。驻华使节带领消费者领略各自国家的特色商品及风土人情，形成“视觉社交+话题营销”传播模式。依托抖音、快手、

微信视频号等直播平台，邀请阿富汗、伊朗驻华商协会、企业家及主播同屏带货。累计举办17场直播，总观看量达540万人次。

线下设立沉浸式展销场景。在青岛上合之珠国际博览中心设置上合组织国家国别元素展示区，覆盖俄罗斯、伊朗、印度、尼泊尔、乌兹别克斯坦、巴基斯坦等20余个上合组织国家上千种特色商品。



案例 69 苏豪亚欧互联集团以数字赋能丝路合作，构建中国—中亚发展新格局

江苏苏豪亚欧互联科技集团有限公司利用数字技术创新打造跨境电商生态体系，推动中国与中亚经贸合作迈入智能互联新时代。

数字基建：构建互联互通的跨境服务网络。建设南京江苏中亚中心，将其作为“丝路电商”合作先行区的核心载体，打造“线下体验+线上下单”的数字化购物新模式，设立中国—中亚贸易畅通合作平台。设立阿斯塔纳中亚江苏中心，规划建设智能化服务综合体，嵌入跨境电商大数据分析模块。建设智能物流双仓体系。霍尔果斯智慧边境仓集智能仓储、跨境物流、数字关务等功能于一体，成为

中亚商品进入中国的数字化“绿色通道”；阿拉木图智能海外仓通过搭建“智慧物流+数字贸易”一体化标杆仓，助力中国品牌高效出海中亚五国及俄罗斯市场。

数字人文：构建技术赋能的文明对话范式。深化数字教育合作，依托智能匹配系统，为中亚留学生提供个性化实习和就业服务。依托“一带一路”青年荟等载体，开展青年交流营、非遗工坊等系列活动。在京东平台开设哈萨克斯坦国家馆，依托大数据选品技术精准对接中国消费需求。

案例 70 深圳产业出海联盟与马来西亚建设中马双园区

深圳产业出海联盟与马来西亚合作建设中马国际高科技生态产业园，结合深圳的资源优势与马来西亚的产业基础，打造具有高科技产业特色的双园区。

加强产业链供应链合作。通过“中马两国双园”合作模式，将深圳的高端技术研发与马来西亚的制造能力结合，形成“研发在外、制造在外、市场在外”的“深圳研发+马来西亚制造”垂直分工模式。大疆、比亚迪电子等28家企业已经入驻，集研发、生产、销售于一体的产业生态初步形成。

开展机制创新。深圳市政府采购ISO9001质量管理体系被延伸至马来西亚园区，推动了马中两国在质量标准上的相互认同。马来西亚还建立了“清

真认证快速通道”，将认证周期从180天缩短至45天，大大提升了跨境贸易效率。同时，跨境数字关务平台的创设实现了“一次申报、两地通关”，显著减少了通关时间和成本。



案例 71 中国—东盟特色商品汇聚中心的数字化实践

中新南宁国际物流园与中国—东盟博览会秘书处搭建中国—东盟特色商品汇聚中心，建设线上线下一体化商贸平台，推动中国与东盟国家深化“丝路电商”国际合作。

数字化平台：打破时空限制，促进贸易畅通。

汇聚中心将线上数字化平台与线下展馆沉浸式商贸体验相结合。B2B和B2C线上平台覆盖从商品入驻、展示到交易的全流程，为商家提供高效、便捷的数字化服务，促进中国和东盟国家特色商品贸易。线下主题展馆内铺设“扫码听音”二维码，来访嘉宾通过手机扫码即可获取对应语言的语音讲解，让文化交流从静态展示升级为动态交互。

一站式服务：构建国际化营商环境。为降低企业跨境贸易门槛，汇聚中心为入驻企业提供涵盖公司注册、小语种翻译、政策解读等一站式服务，吸

引全球超5000多种特色商品入驻。各展馆配备专业馆长和营销团队，帮助外国商家快速适应中国市场。例如，为马来西亚Topfruit公司榴莲产品设计“冷冻出口+全年供应”创新模式，打造“汇聚中心榴莲心意”专属品牌和全域营销网络。



人才培养国际合作

案例 72 中国电子商会跨境电商工作委员会开展全球跨境电商人员培训

中国电子商会跨境电商工作委员会（跨境委）通过与各国政府机构、国际商会组织深入对接，同中国各行业协会、领先企业以及相关院校合作，开展跨境电商业务培训。

跨境电商业务培训将理论与实践结合，培训内容涵盖跨文化市场、电商数据分析、跨境电商供应链、跨境电商直播等方面，由资深专家全方位讲解，同时结合实际案例和企业参访，让学员们能够深入了解跨境电商的理论和实践经验。

跨境电商业务培训使得中国学员开拓了国际视野，同时也让国际学员更深入地了解中国的商业环境和优势，多名学员获得实习企业的正式录用或创业支持。

案例 73 浙江出海云技术打造“一带一路”国际人才数字创新创业基地

浙江出海云技术有限公司与嘉兴大学携手共建“一带一路”国际人才数字创新创业基地，探索经贸合作和数字人才交流的新模式。

搭建三维培育体系。基地通过“走进工厂”“学习电商”“辅导创业”等方式帮助学生学习和实践数字技能、深度了解中国制造，并为国际数字人才提供创业服务。基地专注于培育“一带一路”共建国家的国际学生，为创业的国际人才提供全方位支持，帮助其依托自身资源和优势，在中国或回国开展创业活动。

加强文化和经贸交流。举办“数字媒体大赛”“走进工厂”等活动，以国际学生视角展现中国优质的产品和美好的文化。这既推动了“中国制造”出海，又促进了跨文化交流。

基地累计已有236位来自乌兹别克斯坦、越南、摩洛哥等36个国家的大学生参与活动，先后组织国际学生深入50余家中国工厂，以“探厂直播”等形式直观展示中国制造，累计吸引1200万人次在海外观看。

案例 74 遵义师范学院开展黔货出海跨境电商直播人才培养

中国贵州省遵义师范学院发挥学科专业和语言资源优势, 聚焦跨境电商人才培养与地方产业国际化协同发展, 整合多方资源, 培养具有扎实的跨境电商专业知识和技能的复合型人才。

建设跨境电商产教融合共同体。在校企合作框架下, 探索“学科/专业+跨境电商”和“留学贵州+跨境电商”的育人模式。以市场需求为导向, 反向设计构建教学课程体系, 推动传统学科调整和专业改革。通过“师徒带训制”“以赛带训”“学工结合”等方式, 坚持能力目标导向, 探索项目化和即战性的实训实操新路径。

通过校企合作, 建设跨境电商人才培训基地

和国际交流合作平台。截至2025年7月, 组织了近500人次培训, 孵化了12个留学生主播团队和34个中国学生主播团队。



专家说

中国商务部国际贸易经济合作研究院服务贸易研究所所长李俊针对“国际合作”, 提出如下观点:

跨境电商作为链接国内外市场和全球供需的重要平台, 在各国增强产业发展能力和人民生活福祉方面发挥着重要作用。虽然各国都有发展电子商务产业的愿望, 但部分国家发展电商产业的能力和人才基础欠缺, 亟待通过加强国际合作, 提升发展电商产业的能力和产业生态。

扩大电商出口是各国发展电商产业的重要目的, 但进口电商对于提升人民福祉, 平衡双边经贸关系也具有重要意义。“非洲好物网购节”就是专门针对非洲好物进入中国电商市场提供一系列促进与服务支持; 京东全球购为新加坡品牌商品进入中国市场提供一站式解决方案等案例, 是相关国家对华电商出口的典型代表, 相关做法值得借鉴和推广。

人才是跨境电商产业的重要支撑, 也是中外电商产业合作的重要内容。相关国家电商产业发展滞后, 人才匮乏是重要制约因素。浙江出海云技术公司与嘉兴大学联手打造国际数字人才创新创业基地, 来自36个国家数百位电商人才参与交流活动; 遵义师范学院提供的黔货出海跨境直播电商人才培养案例, 将留学遵义与跨境电商相结合, 为中外电商人才培养合作模式创新提供了参考, 值得相关国家在强化电商人才培养方面借鉴。

07

政府引导 加强制度创新 促进协同发展

政府引导与支持是跨境电商快速健康发展的重要保障。政府部门通过开展跨境电商制度创新、服务创新，推进跨境电商协同发展，打造良好的跨境电商发展环境。同时，政府部门还加强国际合作，促进伙伴国优质产品贸易，推动国际人才流动更加便利。本领域案例聚焦政府部门在跨境电商监管创新、服务创新、协同发展以及赋能产业带转型升级方面的成功举措。

监管创新

案例 75 杭州市打造“外籍跨境电商人才综合服务平台”

为解决跨境电商人才难认定、留学生难实习等问题, 杭州高新区(滨江)商务局打造“外籍跨境电商人才综合服务平台”。

平台推出人才服务线上直办功能, 通过集成电子签章、智能填报等功能简化企业申报操作, 并与公安、商务、科技等部门的系统对接, 实现从资料提交到结果反馈的全程在线化、无纸化操作。平台搭建了高校、企业、留学生三方互通互联的桥梁, 通过对接各监管部门信息系统, 外籍人才、高校和留学生均可在线提交人才认定申报和实习加注申请, 为企业留用外籍人才提供了有力支持。平台解决了外籍跨境电商人才认定周期长、认定证明材料多、提交烦等堵点, 将人才认定时间从至少3个月缩短至最快1个月。

案例 76 深创建前海监管中心建设智能分汇流系统, 赋能高效清关

深圳深创建控股集团有限公司旗下深圳跨境贸易物流监管中心有限公司(简称“深创建前海监管中心”)针对原有的货物分拣模式存在分拣效率低下、操作错误频发、响应速度滞后、人工依赖度高且成本控制困难等问题, 上线T-Cross智能分汇流系统, 实现包裹快速、准确分流。

T-Cross系统设计有四条独立的上线口, 同时处理四条不同线路的包裹。CT(X光)机采用非接触式扫描技术, 生成包裹内部的三维图像; 不同检测线或处理区域的包裹通过CT(X光)机安全检测后, 被送入智能汇流系统, 实现包裹统一传输; 分拣系统迅速解析条码中的信息, 根据预设的算法和

规则, 将包裹分配到对应的分拣路径; 各种自动化设备精确地将包裹送到相应的下线口。

采用T-Cross系统后, 查验车辆的平均等待时间由3小时缩短至2.5小时, 效率提升达16%; 平均通关时间缩短到不超过30分钟。



协同发展

案例 77 江苏省连云港打造“数字丝路”合作新模式

江苏省连云港创新打造“线上平台+赛事赋能+会展融合”三维发展模式, 构建“平台支撑、人才培养、产业融合”的生态闭环。

搭建“丝路云商”平台, 整合全球20余个“一带一路”共建国家的5000SKU特色商品和连云港本地10000余款名优商品。

以电商直播大赛为载体, 培育跨境电商人才。设置“丝路云品”赛道, 来自中国、哈萨克斯坦、老挝等“一带一路”共建国家的24名选手同台竞技, 并推动本地企业签约来自刚果的优秀选手。

构建“线下体验、线上转化、直播引流”的立体消费场景。依托“一带一路”数字产业园, 建设

特色电商展区, 带动“一带一路”共建国家的产品销售。活动期间, “丝路云商”平台销售额超300万元。



案例 78 上海市商务委建设“丝路电商”国家馆，赋能贸易畅通与人文交流

“丝路电商”国家馆是经“丝路电商”伙伴国政府机构授权认证的官方特色商品展示交易平台。上海建设有两个“丝路电商”国家馆集聚区，集聚24个“丝路电商”国家馆，助力伙伴国优质产品贸易和数字能力提升。

在国家馆建设国别直播平台（G-ONAIR），打造“国家馆场景+网红客商+专业主播+运营机构”生态。“丝路电商”国家馆为“丝路电商”伙伴国入驻企业提供通关、数字营销策略、多渠道线上零售等服务；为来自近30个发展中国家的近百名学员，提供电子商务运营、数字供应链管理、跨境电商实务等培训。

开展伙伴国电商直播和文化交流活动。匈牙利、新西兰、智利、巴基斯坦等伙伴国驻华使领馆官员走进直播平台，讲解本国文化，推介特色商品。“丝路电商”国家馆举办塞尔维亚美酒节、巴基斯坦主题日、“醉美丝路”美酒节、亚美尼亚文化周等活动，运用数字工具，生动展现伙伴国特色商品及文化。

2024年“丝路电商”国家馆实现销售额4683万元，举办经贸、文化促进活动超60场，带动进口超10亿元，并成为生动传递各国文化遗产的“数字文化之窗”。

案例 79 上海市商务委打造“丝路云品”品牌，赋能伙伴国优质商品贸易

上海市商务委以创建“丝路电商”合作先行区为契机，打造“丝路云品”品牌，推动伙伴国优质产品贸易和文化交流。

举办“丝路云品”主题活动。2023年以来，线上线下共举办200多项跨境电商主题活动，如泰国、乌兹别克斯坦等国别主题日，东南亚咖啡节、丝路美食节、中亚风情文旅节等，20多个“丝路电商”伙伴国参与，涉及近万种优质商品。

开展“丝路云品”商贸对接。围绕“一带一路”共建国家的优质商品，组织贸易机构、电商平台、直播企业等举办“丝路云品”商贸对接活动20余场，如“南美葡萄酒节对接会”。

建立“丝路云品”合作机制。来自政府机构、“丝路电商”国家馆、电商平台、服务机构的23家单位共同成立“丝路云品”联盟，发挥公共服务功能，开展相关信息、服务对接，组织举办各类活动。

案例 80 陕西省西咸新区打造“丝路电商”临空发展新高地

陕西省西咸新区通过建设国际贸易通道、打造跨境电商载体、创新跨境监管模式等方式，加速构建跨境电商产业生态圈，扩大对外开放。

聚焦枢纽建设，拓宽贸易通道。扩建西安咸阳国际机场，累计开通国际货运航线28条，2024年新开2条跨境电商航线，开通西安至哈萨克斯坦TIR国际跨境公路货运线路。

聚焦载体建设，促进产业聚集。构建跨境电商产业格局，建成跨境电商海关监管公共仓，面积2400平方米；建成跨境电商国际快件产业园、国际快件监管区、邮政跨境电商产业园和跨境电商直播基地。

聚焦监管创新，优化服务环境。联合海关推行“互联网+进口快件”通关监管模式，实现海关监

管自动判图、自动报警、无异常自动放行，清关时效缩短至最快6秒。建立新型国际邮件运营中心，将国际邮件、国际快件、跨境电商的监管场所和监管系统统一，可节约1/2的通关时间和1/3的成本。



服务创新

案例 81 埃塞俄比亚德雷达瓦贸易工业和投资局通过跨境电商增强中小企业能力

为解决埃塞俄比亚迪雷达瓦地区中小企业参与跨境电商时面临的物流网络分散、国际支付系统使用受限、数字素养水平偏低等问题, 德雷达瓦贸易工业和投资局构建可扩展的模式, 加强本土化创新、战略合作伙伴关系和能力建设, 增强企业的数字能力。

建设数字化物流走廊。通过地方运输合作社与区域物流企业合作, 打造从迪雷达瓦直达吉布提的高效运输通道。采用GPS追踪技术及AI路线优化系统, 显著缩短配送时间并提升服务可靠性。在迪雷达瓦设立集中式物流枢纽, 整合货物运输资源, 降低中小企业的运营成本。

开发移动支付整合方案。与金融科技初创企业合作开发支持多币种交易的移动钱包。运用区块链验证工具确保支付安全透明。与支付宝、维萨网等国际平台对接, 使埃塞俄比亚卖家能接收海外买家付款。

中小企业数字化赋能计划。推出系列工作坊和在线课程, 为本地企业家提供电商基础、数字品牌建设和客户服务培训。持续培训与导师指导助力中小企业自主推进数字化转型。

案例 82 福建省泉州市搭建“政产校企联动+临床式实训”, 创新跨境电商人才培养模式

福建省泉州市通过政府、高校、企业和产业园区共建跨境电商人才实训基地, 创新人才培养体系。

精准岗前培训和在岗培训。根据学生意愿, 分组安排学生进入不同企业的不同岗位进行实训, 着重培养技能实操与问题解决能力。企业通过给予学生实训补贴、交通补贴等奖励制度, 吸引学生留用。为重点敏感岗位员工定制课程, 以实例操作和任务驱动为导向, 培养实战型、创新型团队人才。

加强学生就业指导, 推荐学生就业。为有创业基础和成绩优秀的学生提供平台资源对接、供应链金融、财税合规等精准辅导, 助力学生创业。搭建

人才供给服务平台, 实现院校、师生、企业之间的信息对接, 提供精准服务。

该基地每年培养1200多名高校人才, 服务250家企业, 孵化70余个创业项目。



案例 83 福建省泉州石狮市创新跨境电商孵化机制, 助力企业跨境出海

福建省泉州石狮市以跨境电商公共服务中心为平台, 为传统制造企业、外贸企业和个人卖家提供一站式全流程综合服务。

构建分层孵化机制。在企业种子期, 提供公益基础扶持, 包括公益基础培训、案例教学实操和众创空间。在成长期, 提供导师定制服务, 邀请成熟卖家为其提供创业指导、优质供应链和天使投资。在成熟期, 提供规模化资源对接, 如纺织服装、运动器械等产业带资源、采购集散中心等。

两年来, 共协助企业注册101个海外商标, 搭

建16个品牌海外独立站, 培育54家跨境电商品牌企业, 新增跨境电商交易额超200亿元。



赋能产业带

案例 84 甘肃省陇南特色产业带依托跨境电商实现国际化发展

为解决销售渠道单一、品牌影响力不强、产业链协同不足等问题, 陇南市利用跨境电商推动特色农业从“本地生产”向“全球供应”转型。

搭建服务体系。商务、海关、税务等部门联合建立一站式服务窗口, 优化跨境服务流程。为跨境电商企业提供免费场地入驻与孵化服务, 培育龙头企业, 推动传统外贸企业转型。支持企业在越南、阿联酋、孟加拉等国家建立海外仓, 设立海外展示中心, 提供产品体验与售后支持。举办全球减贫伙伴研讨会, 发布“陇南共识”, 推出“电商发展陇南倡议”。

推动品牌升级。鼓励企业参加国内外展会, 打造“陇南核桃”“陇南花椒”等国际品牌。构建

“农特产品(中药材)+轻工制品(豆制品)+文创商品(草编工艺品)”的立体化选品池。

2025年, 陇南跨境电商备案企业增长超过100%, 中药材直接出口占比显著提升, “陇南特产”远销美国、俄罗斯、土耳其等20余个国家。



案例 85 江苏省宿迁市以“跨境电商+产业带”赋能源头工厂出海

江苏省宿迁市通过政策创新、平台搭建和生态优化, 推动传统制造业与跨境电商深度融合, 助力宿迁优质产品出海。

加强供需对接。举办跨境电商推介会、跨境电商走进产业带等活动50余场, 搭建跨境电商选品对接会平台, 邀请Amazon、希音、TEMU、速卖通等国内外知名跨境电商平台企业对接洽谈。

创新公共服务。梳理12个跨境电商产业带、超560家源头工厂名录, 汇编成《宿迁跨境电商产业带源头工厂手册》, 向全国发布跨境电商产业带分布乡镇、企业主营产品和企业跨境电商需求等信息, 推动跨境电商平台、服务商、跨境贸易企业与源头工厂对接。

2024年, 宿迁跨境电商增长27%, 培育了跨境

电商产业带12个, 其中纺织服装、家具家居、汽车零部件、木制品、智能家电5个特色产业带培育跨境电商企业400余家。



案例 86 江西省新余市推动跨境生态协同共建

新余市为扭转跨境电商发展困局, 积极发挥政府引导作用, 推动跨境生态协同共建。

加强政策支持。出台跨境电商发展专项扶持政策, 支持综合服务平台、跨境电商产业园、综合服务中心等建设, 给予跨境电商企业入驻主流平台、

商标注册、专利申请、品牌推广等支持。

深化“跨境电商+产业带”模式。依托碳纤维、五金工具、鞋业等产业园, 搭建“跨境电商+产业带”展区, 为企业提供集对接洽谈、选品采购、意向签约等于一体的供采对接服务, 吸引125

家本土企业参展。2025年, 鞋业产业跨境电商渗透率约80%, 五金工具、碳纤维等产业跨境电商渗透率超60%。

探索商品出海“陆空新通道”。建设国际陆港, 日处理快递件能力提高到30万件。研判物流路线, 成功探索新余—鄂州跨境电商物流通道, “陆空联运”通关模式使物流耗时缩短约50%。



案例 87 山东省威海跨境电商综试区推动“跨境电商+渔具产业带”融合发展

威海跨境电商综试区通过集群培育、生态共享、品牌赋能等举措, 推动渔具产业数字化出海。

加强产业集群和共享生态培育。培育碳纤维、鱼竿、鱼饵等渔具产业体系, 集原材料生产、钓具及配套产品生产、跨境电商销售等于一体。在环翠区建设11.8万平方米的钓具共享平台基地, 提供加工、营销、物流、仓储等服务。在韩国、日本等市场布局公共海外仓。

加强质量管理和商标品牌培育。鼓励龙头企业主导或参与制定国家和行业标准, 推动82%的钓具企业建立质量管理体系。构建“集体商标+个体商标”品牌推广模式, 注册国内钓具行业首个集体商标“威海钓具”, 累计注册钓具类商标9500余件,

其中国际商标26件。

2024年, 威海渔具年产值超100亿元, 全球市场占有率达60%; 出口额35.4亿元, 同比增长16.9%。



专家说

对外经济贸易大学王健教授针对“政府引导”, 提出如下观点:

跨境电商的发展离不开政府的引导和政策的推动, 也使得政府在贸易监管方式方面获得了创新发展。地方政府竭力打造适合跨境电商创新发展的环境, 帮助企业融入全球数字化浪潮。从案例征集的情况看, 至少反映政府引导跨境电商发展的三个主要方面:

(1) 政府积极营造跨境电商发展的氛围。具体包括组织活动, 举办竞赛, 连接沟通国内外资源; 挖掘地方优质产品, 创造条件, 做好供需对接; 支持产教融合, 培养国际化跨境电商人才; 打造跨境电商为核心的国际经贸合作与人文交流渠道。

(2) 地方政府努力构建跨境电商产业生态体系。主要包括推动支持跨境电商与产业带融合; 完善地方跨境电商基础设施建设, 包括陆港、空港、多式联运, 以及国际邮件、国际快件等国际新通

道; 建立跨境电商产品质量标准体系。

(3) 政府推动监管创新, 提升公共服务水平。具体包括探索贸易便利化和监管创新, 推动无纸贸易和单一窗口建设; 建立公共服务平台, 提升外贸综合服务水平; 试点精简流程, 创建综合服务平台, 创新外籍跨境电商人才管理, 提升外籍青年参与跨境电商能力, 促进中外合作新方式。

就目前跨境电商发展现状看, 政府引导和推动仍然起到很大的作用, 特别是在跨境电商基础设施建设和监管创新方面, 任何国家的中央和地方政府还可以加大力度, 为推进跨境电商健康发展创造更好的法规环境, 包括平台治理, 协同创新, 以及提升本地的营商环境, 为市场数字化转型提供法律制度环境的保障。

案例索引

案例 01	得物打造“丝路电商”品质生活平台，助力“丝路电商”伙伴国从事优质产品贸易···	02
案例 02	eBay（亿贝）聚焦欧洲蓝海，助力汽配产业扬帆起航·····	02
案例 03	谷歌中国启动跨境电商加速计划·····	03
案例 04	国能 e 商，以煤为主的大宗商品供应链数字化协同平台·····	03
案例 05	杭州速卖通面向跨境电商的 AI 解决方案 Marco·····	04
案例 06	Jumia（卓米亚）助力中国商品畅销非洲·····	04
案例 07	快手打造巴西电商项目 Kwai Shop·····	05
案例 08	Newegg（新蛋）用 AI 赋能跨境电商，助力品牌商高效出海·····	05
案例 09	Ozon（悠自隆）全球高效赋能商家开拓俄罗斯及独联体市场·····	05
案例 10	焦点科技打造 AI 麦可，创新跨境电商全流程智能解决方案·····	06
案例 11	SHEIN（希音）以技术创新提质增效，助力产业高质量出海·····	06
案例 12	天猫国际开创跨境消费服务新模式，实现“跨境纠纷不出境”·····	06
案例 13	广州哆啦科技有限公司“Fordeal”平台赋能全链路生态，助推中国产业出海·····	07
案例 14	鞋捕头创新“鞋靴 B2B 平台+SaaS 电商 ERP”模式，助力鞋靴产业带数字化发展···	07
案例 15	义乌市合道电子商务有限公司 RAKUMART 平台数字化解构碎片订单，智能化重组贸易生态·····	08
案例 16	菲律宾跨境电商支付综合服务平台 Payso·····	08
案例 17	连连数字打造一站式全球跨境资金解决方案·····	09
案例 18	蚂蚁国际 Antom 支付与数字化服务助跨境电商快速展业·····	09
案例 19	香港杰汇有限公司打造巴西本土店收付款解决方案·····	10
案例 20	北京融创云集团数字化多品牌出海·····	12
案例 21	甘肃千里丝路国际贸易有限公司赋能干果类企业数字化出海·····	12
案例 22	麦瑞克以软硬服联动，重塑健身器材全球化路径·····	13
案例 23	望远见微信息咨询（海口）公司利用跨境电商赋能非遗工坊国际化发展·····	13
案例 24	浙江桐庐莱雅文教用品公司开创文具定制化新模式·····	13
案例 25	思必驰打造“AI+ 跨境电商”模式，助力吸顶麦拓展全球会议市场·····	14
案例 26	深圳市盐田国际打造跨境电商协同发展物流保障体系·····	16
案例 27	菜鸟物流科技加速出海，交付自动化分拣中心·····	16
案例 28	上海交赋科技打造智能仓储物流协同创新模式·····	17

案例 29	西邮物流建设美国智慧仓网 & 欧洲特色资质仓群，助力中国品牌出海·····	17
案例 30	大森林物流美线一站式供应链服务实践·····	18
案例 31	泛鼎国际打造全球一体化供应链服务·····	18
案例 32	顺丰科技助力构建高价值生鲜跨境数智化供应链·····	19
案例 33	深圳商链 ONE 智慧物流生态解决方案，助推全球物流高效可持续发展·····	19
案例 34	北京反侵权假冒联盟协助跨境卖家应对海外知识产权敲诈·····	22
案例 35	广州仲裁委员会制定《数字化金融产品互联网仲裁电子数据要素规范》·····	22
案例 36	麦德通商务打造一站式跨境电商知识产权智能合规 SaaS 管理平台·····	23
案例 37	国泰财产保险推出跨境电商保险服务平台“店小保”，护航品牌全球化·····	23
案例 38	中国建设银行常州分行利用金融科技赋能贸易企业·····	23
案例 39	飞来汇 FlyLink 利用数字技术助力跨境商家全球展业·····	24
案例 40	广大通开展面向跨境电商的“GWAN+ 智能网络服务”·····	24
案例 41	广州若羽臣打造“总代 + 经营权买断 + 合资品牌”创新合作模式·····	24
案例 42	海仓科技打造“丝路互联 数智赋能”新模式·····	25
案例 43	青岛跨境公服平台打造一体化跨境服务新模式·····	25
案例 44	前海九米打造一站式跨境电商综合服务数字平台·····	25
案例 45	泉州（晋江）优品全球购一站式服务平台构建跨境电商生态系统·····	26
案例 46	上海网杉助力韶音科技实现全渠道一体化平稳运营·····	26
案例 47	深跨协举办多元化市场活动，助力跨境电商产业发展·····	26
案例 48	山西盛世高科推动跨境电商全链路协同发展创新·····	27
案例 49	亿迈打造数字化创新及精细化供应链·····	27
案例 50	粤新链（琴澳）产业出海服务平台服务数智化出海·····	27
案例 51	中国移动助力温州市政府打造“跨境电商大脑”·····	28
案例 52	北京宜选科技智能营销系统助力外贸企业出海·····	30
案例 53	广州易海创腾信息科技有限公司打造一站式 AI 营销系统，助力家具出海·····	30
案例 54	杭州互向科技有限公司打造影伙引擎 AI，创新营销视频创作服务·····	31
案例 55	米多多科技创新数智出海营销服务·····	31
案例 56	店匠科技打造全场景 AI 增效解决方案·····	32
案例 57	美图设计室开发 AI 设计工具，赋能跨境电商降本增效与新品孵化·····	32
案例 58	商线科技以 AI 驱动跨境电商独立站全链效能进化·····	32

案例 59	珍岛集团 Marketingforce 平台助力新能源企业数智出海	33
案例 60	杭州碳友科技有限公司重构跨境电商助残价值链	33
案例 61	加纳电力有限责任公司数字化转型项目	33
案例 62	尼日利亚农村赋能与气候技术倡议推动弥合数字鸿沟	34
案例 63	硕腾科技助力巴基斯坦完成历史性首次全国数字普查	34
案例 64	坦桑尼亚社区森林防护网络组织搭建平台，提升东非青年参与数字贸易的能力	34
案例 65	亚历山大大学“智能社区数字包容计划”倡议减少城乡数字鸿沟	35
案例 66	湖南省商务厅“非洲好物网购季”实践案例	37
案例 67	京东数字技术赋能中新跨境合作	37
案例 68	上合示范区管委会举办“上合云品”电商直播系列活动	38
案例 69	苏豪亚欧互联集团以数字赋能丝路合作，构建中国—中亚发展新格局	38
案例 70	深圳产业出海联盟与马来西亚建设中马双园区	38
案例 71	中国—东盟特色商品汇聚中心的数字化实践	39
案例 72	中国电子商会跨境电商工作委员会开展全球跨境电商人员培训	39
案例 73	浙江出海云技术打造“一带一路”国际人才数字创新创业基地	39
案例 74	遵义师范学院开展黔货出海跨境电商直播人才培养	40
案例 75	杭州市打造“外籍跨境电商人才综合服务平台”	42
案例 76	深创建前海监管中心建设智能分汇流系统，赋能高效清关	42
案例 77	江苏省连云港打造“数字丝路”合作新模式	42
案例 78	上海市商务委建设“丝路电商”国家馆，赋能贸易畅通与人文交流	43
案例 79	上海市商务委打造“丝路云品”品牌，赋能伙伴国优质商品贸易	43
案例 80	陕西省西咸新区打造“丝路电商”临空发展新高地	43
案例 81	埃塞俄比亚德雷达瓦贸易工业和投资局通过跨境电商增强中小企业能力	44
案例 82	福建省泉州市搭建“政产校企联动+临床式实训”，创新跨境电商人才培育模式	44
案例 83	福建省泉州石狮市创新跨境电商孵化机制，助力企业跨境出海	44
案例 84	甘肃省陇南特色产业带依托跨境电商实现国际化发展	45
案例 85	江苏省宿迁市以“跨境电商+产业带”赋能源头工厂出海	45
案例 86	江西省新余市推动跨境生态协同共建	45
案例 87	山东省威海跨境电商综试区推动“跨境电商+渔具产业带”融合发展	46

致谢

自2025年6月《世界互联网大会跨境电商实践案例集(2025年)》工作启动以来,世界互联网大会跨境电商工作组深入福州、厦门、泉州和深圳等地开展实地调研,同时,通过多种渠道向全球开展案例征集宣传和动员。我们收到了来自各方的积极响应,案例申报主体覆盖跨境电商有关政府机构、高等院校、科研单位、国际组织、行业协会及各类企业,案例内容丰富多元,国际化特色显著,充分展现了跨境电商行业的蓬勃活力。感谢所有参与案例申报的单位和企业给予的支持和信任,分享宝贵的实践经验。

征集截止后,我们对申报案例进行了分类梳理、总结提炼,希望将每一个案例的最佳亮点呈现给读者。在《案例集》编写过程中,北京师范大学薛虹教授、对外经济贸易大学王健教授、中国社会科学院李勇坚研究员、中国国际电子商务中心李鸣涛先生、杭州市商务局潘思蔚女士、联合国国际贸易中心市场发展司赵全先生、中国国际贸易促进委员会商业行业委员会熊粲欣先生、世界电子贸易平台政策研究中心林婉媿女士等专家对《案例集》的完善提供了专业权威的意见建议。

在此,对所有参与及支持《案例集》前期调研、案例申报、研讨、编辑等的单位、企业及专家致以诚挚的谢意!期待这份案例集能为跨境电商行业的发展提供有益的参考和启示,助力全球更多中小微企业更好地利用跨境电商拓展国际市场。

研究团队

世界互联网大会

任贤良 秘书长
梁 昊 常务副秘书长
张雪丽 副秘书长
康彦荣 发展研究部主任
程 蒙 发展研究部高级干事
林雯懿 发展研究部干事

商务部国际贸易经济合作研究院

王惠敏 信用研究所研究员
许荻迪 信用研究所研究员
洪 勇 信用研究所副研究员
戴明锋 信用研究所副研究员
赵新泉 信用研究所副研究员
陈 聪 信用研究所助理研究员