

新质生产力驱动下中国与海合会国家 跨境电商高质量发展进路*

王晓宇

内容提要 海合会国家是中国与“全球南方”国家贸易数字化转型的重点合作对象，跨境电商是中海贸易数字化转型的重点领域。新质生产力以科技创新为核心，成为推动中海跨境电商高质量发展的关键驱动力。在政策支持和多领域协同发展的作用下，中海跨境电商合作促进了贸易结构优化，提升了物流效率，激活了新型商业模式，推动了支付本地化发展，而依托前沿科技赋能全链条运作，新质生产力将加快推进中海跨境电商提质升级，增强其在复杂国际市场环境中的灵活性和抗风险韧性。新质生产力背景下，中海跨境电商高质量发展，一方面得益于海合会国家的发展愿景、高消费需求、人口红利、社交电商兴起以及国际资本与技术支持所带来的市场机遇，另一方面仍面临法律制度完善、物流管理优化、支付体系升级、市场竞争加剧和文化适应等多重挑战。展望未来，中海继续致力于筑牢数字基建、拓展金融互联、优化消费体验、提升从业者技能及加强平台风险管理，持续推动跨境电商向智能化升级、全球化拓展和数字贸易深度演进，打造“全球南方”国家跨境电商高质量发展的典范。

关键词 跨境电商 中海合作 新质生产力 科技赋能 高质量发展

作者简介 王晓宇，复旦大学中东研究中心副研究员。

“跨境贸易电子商务”（简称“跨境电商”）是融合电子商务与国际贸易两种交易形式，以科技创新为驱动力，应用新技术、顺应新趋势、培育新动

* 本文系国家社科基金青年项目“高质量共建‘一带一路’背景下中阿贸易提质升级路径研究”（22CGJ025）阶段性研究成果。感谢匿名评审专家对本文提出的宝贵修改意见，文中不当之处由作者负责。

能的外贸新业态新模式。^① 中国跨境电商发展迅速，近五年规模增长超过 10 倍，以出口为主的贸易模式推动其在外贸高质量发展中的重要地位^②，2023 年出口额达 1.83 万亿元，同比增长 19.6%。^③ 海合会国家凭借高互联网渗透率、强劲的消费能力、庞大的青年人口以及日臻完善的数字基础设施，电商市场增速领跑全球，跨境电商也成为中海高质量经贸合作的重要增量。然而，从中海跨境电商的全链条运作来看，其选品、支付、物流、售后与结算等关键环节在技术创新应用方面仍有巨大的提升潜力。2023 年，习近平主席首次提出了“新质生产力”这一原创性概念。发展新质生产力需通过技术创新提升外贸竞争力，探索国际贸易新模式，拓展国际合作新领域，从而在全球贸易竞争中扩大优势。^④ 随着物联网、云计算、人工智能和区块链等技术的广泛应用，跨境电商呈现出智能化和数字化态势，而新质生产力在推动数据分析与智能决策方面展现出重要价值，为中海跨境电商向智能化、全球化和可持续方向发展注入创新动能。在新质生产力的驱动下，中海跨境电商将通过多层次、多维度的技术赋能，不断深化双方在数字经济时代的经贸合作内涵，加速构建更加高效且富有竞争力的双边贸易格局。

学界现有研究对中海跨境电商的关注不多，主要聚焦于中阿以及中海数字经济合作现状与前景，专门探讨中海跨境电商合作的学术文献仍较为稀缺。部分涉及中阿跨境电商合作的研究，更多集中于阿拉伯国家跨境电商的整体发展情况，缺乏对中海跨境电商合作的系统性和专题性分析。^⑤ 同时，自新质

① 《商务部等 9 部门关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》，载中国商务部网站：<https://m.mofcom.gov.cn/article/zwgk/gkzcfb/202406/20240603515722.shtml>，2024-12-28。

② 《跨境电商贸易规模增长超 10 倍！这个“仓”不一般》，载中国政府网：https://www.gov.cn/zhengce/202406/content_6957317.htm，2024-12-28。

③ 杜海涛：《借助互联网，去年 1.83 万亿元产品由我国销往世界各地》，载《人民日报》2024 年 1 月 22 日。

④ 高祖贵、杜立伟：《新质生产力赋能外贸国际竞争力跃升》，载《学习时报》2024 年 5 月 10 日。

⑤ 有关中阿数字经济合作研究，参见王晓宇：《新发展格局下中阿数字经济合作的基础与前景》，载《西亚非洲》2022 年第 3 期，第 88~108 页；刘磊：《阿拉伯国家数字经济发展现状与中阿数字经济合作机遇》，载《阿拉伯世界研究》2023 年第 2 期，第 25~46 页；Meng Shu and Haijie Yu, “Her’ Digital Economy in The Arab World and Its Cooperation with China, *Asian Journal of Middle Eastern and Islamic Studies*, Volume 16, Issue 3, 2022, pp. 342-354. 有关中海数字经济研究，可参见郭晓莹：《中国与海合会国家数字经济合作的现实与路径选择》，载《阿拉伯世界研究》2022 年第 5 期，第 21~41 页。中阿跨境电商研究，可参见刘彬、杨航：《中阿跨境电子商务合作的现状、挑战与对策建议》，载《阿拉伯世界研究》2023 年第 3 期，第 3~20 页。

生产力概念提出以来,学界广泛探讨了其与国内数字经济发展的关系^①,但对数字经济具体领域及其背景下国际合作的探索仍显不足。基于此,本文探索新质生产力赋能中海跨境电商高质量发展的技术路径,以及在此背景下双方深化合作的基础与前景,不仅有助于推进中海贸易模式的创新发展,也为“全球南方”国家探索跨境电商合作范式提供有益的参考。

一 新质生产力推动中海跨境电商高质量发展的内在机理

在“数字丝绸之路”合作框架的推动下,中海跨境电商成为双方优化外贸结构、稳定规模和打造国际经济合作新优势的重要引擎。新质生产力聚焦数字化、智能化和绿色化等新兴技术,强调以科技创新推动经济从“数量型”向“质量型”转型,借助新一轮科技革命带来经济形态重塑与结构变迁,推动“一带一路”数字经济合作驶向高质量发展阶段,这为中海跨境电商的数智化与全球化发展提供了重要战略指引,并加速双方合作向以技术创新为核心驱动力的深层次模式演进。

(一) 驱动供应链管理智慧升级

新质生产力是数字经济时代应运而生的先进生产力,通过优化科技创新资源,为跨境电商实现平台智能化和管理精准化提供有力支撑,特别是以“5G”、物联网、大数据、人工智能和区块链为代表的前沿技术,正依托新质生产力的发展,深刻变革跨境电商的供应链运营模式。一是推动供应链各环节的智慧化发展。电子商务供应链主要涵盖采购、物流、仓储、配送以及售后服务等环节,其中物流是跨境电商供应链管理的重要基础。以智慧物流为例,物流体系依托大数据、人工智能、物联网和“5G”技术的融合,实现全程智能化管理,借助实时数据和动态路线优化提升配送时效与精准性。^② 近年

① 朱海华、陈柳钦:《数字经济赋能新质生产力的理论逻辑及路径选择》,载《新疆社会科学》2024年第4期,第27~37页;余东华:《算力:数字经济时代的新质生产力》,载《财贸研究》2024年第7期,第1~16页;张森、温军:《数字经济赋能新质生产力:一个分析框架》,载《当代经济管理》2024年第7期,第1~9页;Fusheng Xie, Nan Jiang and Xiaolu Kuang, “Towards an Accurate Understanding of ‘New Quality Productive Forces’”, *Economic and Political Studies*, Volume 13, Issue 1, 2024, pp. 1–15.

② Damilola Oladimeji, Khushi Gupta, Nuri Alperen Kose et al., “Smart Transportation: An Overview of Technologies and Applications”, *Sensors*, <https://doi.org/10.3390/s23083880>, 2024–10–06.

来,中国快递企业积极布局海合会国家市场,加速智能物流网络建设,如京东云与迪拜政府共建智慧物流园区,并在迪拜启用智能仓库,利用自主研发系统实现库存管理与配送流程的智能化升级。^①二是提升供应链管理的整体效能。不同技术在供应链管理中各有侧重,具体分工包括大数据分析预测商品需求波动以减少库存和物流延误,人工智能提升仓储分拣效率并优化配送路径^②,区块链技术则凭借信息不可篡改和可追溯的特点增强交易透明度^③,从而整体提升供应链的效率与安全性。例如,菜鸟网络在迪拜的电子物流枢纽(eHub)引入区块链技术,实现物流全程透明化管理,并与当地物流企业和海关共享实时数据,降低数据篡改风险,优化清关效率。^④

(二) 推动技术应用升级且向数字贸易深度迭代

数字技术的广泛应用正在加速中海跨境电商向数字化、智能化方向的深度转型。借助大数据、人工智能等先进技术,跨境电商平台正在重构贸易运行模式,以精准营销和智能化供应链管理为依托,进入目标市场,灵活调整产品与服务策略,实现运营效率和供需匹配能力的全面提升。据此,在新质生产力驱动下,中国跨境电商企业需加快在海合会国家市场的技术布局,聚焦云计算、人工智能、物联网、区块链分析等关键领域,通过技术赋能优化物流、支付、溯源、客户体验管理等核心环节,全面提升从销售到售后的全链条服务水平,为深化中海跨境贸易的数字化进程注入持久动力。而数字贸易作为跨境电子商务的高级形态^⑤,是中海跨境电商高质量发展的必然趋势。其影响已超越消费互联网的范畴,进一步延伸至产业互联网和工业互联网,

① Transport & Logistics Middle East, "JD Logistics Launches Second Warehouse in Dubai", <https://www.transportandlogisticsme.com/smart-technology-innovation/jd-logistics-launches-second-warehouse-in-dubai>, 2024-10-09.

② Amine Belhadi, Venkatesh Mani, Sachin S. Kamble et al., "Artificial Intelligence-driven Innovation for Enhancing Supply Chain Resilience and Performance under the Effect of Supply Chain Dynamism: An Empirical Investigation", *Annals of Operations Research*, Volume 333, 2024, p. 630.

③ 王飞:《区块链技术与促进我国跨境电商发展的新思路研究》,载《理论月刊》2019年第3期,第118页。

④ CARGO, "Emirates SkyCargo Signs Milestone Mou with Cainiao Network to Use Dubai as a Hub", <https://cargonewswire.com/emirates-skycargo-signs-milestone-mou-cainiao-network-use-dubai-hub>, 2024-09-15.

⑤ 马述忠、沈雨婷:《数字贸易与全球经贸规则重构》,载《国际经济评论》2023年第4期,第119页。

通过推动制造业与供应链的智能化升级，重塑全球经济的数字化格局。^① 在“数字丝绸之路”合作框架和新质生产力理念引领下，中国跨境电商企业正积极推动数字、智能和绿色技术的应用，促进产业升级并提高产品附加值。随着跨境电商规则的完善和技术的进步，中海跨境电商合作将不断拓展应用场景，逐步构建高效规范、互联互通的数字贸易体系，推动全球资源配置的数字化升级，最终实现向全球数字贸易的跨越式发展。

（三）提升平台精准营销能力

科技创新是新质生产力的精髓，为中海跨境电商提质升级注入新动能，其中大数据与人工智能技术正全面提升跨境电商平台的精准营销能力。首先，大数据增强平台对用户行为的洞察能力。大数据模型，尤其深度学习和复杂网络模型，突破传统推荐机制，通过分析用户的浏览、搜索和购买行为，深入挖掘兴趣偏好，生成精准用户画像，支持平台预测需求并实现个性化商品推荐。^② 这些洞察辅助跨境电商平台制定更具针对性的营销策略，极大地提高了用户黏性和市场销售业绩。随着跨境电商市场的发展，中东市场的女性青年消费者在女装、母婴和珠宝领域展现出强劲购买力，为中国垂直电商带来重要增长机遇。例如，希音（Shein）利用数据分析和人工智能算法，实时捕捉用户的浏览、点击和加购行为，尤其关注女装和珠宝等品类的需求变化，动态调整营销策略。^③ 在穆斯林斋月期间，希音更是推出专为女性青年设计的斋月礼服系列，并结合社交媒体与网红推广，极大提升了品牌在中东市场的知名度和用户忠诚度。^④ 其次，智能决策系统推动营销模式创新。智能决策系统（Intelligent Decision - Making Systems）通过整合社交媒体互动、历史销售数据等多维信息，助力跨境电商平台实现内容驱动的营销创新^⑤；同时，基于

① 马述忠、潘钢健：《从跨境电子商务到全球数字贸易——新冠肺炎疫情全球大流行下的再审视》，载《湖北大学学报（哲学社会科学版）》2020年第5期，第121页。

② Fatma M. Talaat, Abdussalam Aljadani, Bshair Alharthi et al., “A Mathematical Model for Customer Segmentation Leveraging Deep Learning, Explainable AI, and RFM Analysis in Targeted Marketing”, *Mathematics*, Vol. 11, Issue 18, 2023, <https://doi.org/10.3390/math11183930>, 2024 - 10 - 06.

③ Daxueconsulting, “Shein’s Market Strategy: How the Chinese Fast - Fashion Brand is Conquering the West”, <https://daxueconsulting.com/shein-market-strategy>, 2024 - 10 - 05.

④ UAE Moments, “Shein Launches Ramadan Collection in Collaboration with Dr. Kholoud”, <https://www.uaemoments.com/shein-launches-ramadan-collection-in-collaboration-with-drkholoud-399540.html>, 2024 - 10 - 06.

⑤ Data Ideology, “The Role of AI in Data Analytics: Transforming Data into Decisions”, <https://www.dataideology.com/ai-in-data-analytics>, 2024 - 09 - 22.

对用户需求的预测提前布局市场,推动营销模式从“被动响应”向“主动引导”转变。例如,抖音与全球速卖通联合推出的“抖音商店”(TikTok Shop)项目在中东地区采用全托管模式,平台负责定价、上架及物流管理,商家仅需在售出商品后支付费用,有效提升了商品的转化率。^①此外,抖音商店依托购物娱乐融合(Shoppertainment)模式,将短视频与直播内容无缝嵌入购物体验,结合精准推荐算法实现个性化商品推广,迅速扩大在海合会国家的市场份额。^②

(四) 提高市场渗透率且夯实业务延伸基础

提高市场渗透率是中国电商企业深耕海合会国家市场的要义,旨在扩大市场覆盖范围,增强品牌国际认知度和产品竞争力,实现从基础商品向高附加值领域的业务转型。中国跨境电商企业需要通过多元化的品类布局,优化海合会国家的商品结构,以更加贴近当地消费者的多样化需求,进一步提升在当地市场的整体吸引力和竞争力。新质生产力将助推企业强化本地化运营,通过深化与当地电商平台的合作,提升服务的针对性和灵活性,开拓细分市场与新兴领域,构建广泛覆盖且高效运作的线上线下一体化运营模式,从而有效提升市场渗透率,巩固在海合会国家的市场地位,并形成长期而稳固的市场竞争优势。

(五) 加强本地化适应与全球化运营的协同推进

本地化与全球化是有机的统一体,新质生产力为二者的协同发展提供了创新路径。在本地化适应方面,跨境电商平台依托大数据技术洞察不同市场的消费习惯与文化差异,根据用户行为数据提供个性化推荐,借助自然语言处理技术完成自动化翻译与文化适配,精准满足本地需求。这一进步有助于中国跨境电商平台尝试结合智能翻译与动态语言优化技术,实现阿拉伯语广告的精准投送,使内容更契合海合会国家的语言和文化习惯。在全球化运营方面,跨境电商企业通过整合前沿技术,优化供应链管理,实现物流全程实时监控与库存高效管理,及时预警潜在问题,确保各市场做出灵活调整。^③为

① The Low Down, “TikTok Shop Starts Copying Temu in the Middle East”, <https://thelowdown.momentum.asia/tiktok-shop-starts-copying-temu-in-the-middle-east>, 2024-09-25.

② Go-Globe, “TikTok Shops: Revolutionizing E-commerce in the Gulf Region”, <https://www.go-globe.com/tiktok-shops-revolutionizing-e-commerce-in-gulf>, 2024-09-07.

③ Fuli Zhou and Yijie Liu, “Blockchain-Enabled Cross-Border E-Commerce Supply Chain Management: A Bibliometric Systematic Review”, <https://doi.org/10.3390/su142315918>, 2024-09-22.

此，跨境电商企业通过与物流企业合作，布局本地仓储与配送中心，缩短交付时长并提升配送效率，如菜鸟快递位于迪拜的海外仓依托智能物流系统，实现商品品类、库存及配送流程的全程可视化与精准管控，平均实现商品三日达，最快次日达。^① 另外，在支付与结算环节，跨境电商平台通过优化跨境支付流程，降低货币兑换与结算成本^②，如微信支付、支付宝等移动支付工具在海合会国家的推广应用，将极大便利中海消费者在跨境电商平台上的支付操作，推动全球支付体系的互联互通，促进全球市场的协同发展。

综上，新质生产力为中海跨境电商向数字化和智能化的深度转型注入强劲动力。在此背景下，中海跨境电商高质量发展不仅强调超越单一的数量增长，更注重全方位的质量提升与效能优化。这一进程既涵盖平台规模扩张与市场份额增长，也体现在贸易模式创新、供应链智能化、品牌竞争力提升及平台运营效率优化等多维度的综合进步，最终实现向数字贸易的深度迭代。其中，科技创新是新质生产力的核心要素。^③ 随着大数据、人工智能和云计算等技术的深度应用，新质生产力正成为推动跨境电商智能化、精细化、高效化和全球化发展的关键驱动力，不仅能够提升中海跨境电商运营效率和资源配置能力，还为其高效运行和市场拓展提供强有力的支撑。其核心在于，数字技术的创新驱动作为推进跨境电商可持续发展的长效动力，在中海跨境电商高质量发展中发挥着全域赋能的重要作用。

二 中海跨境电商合作的特点

由于海合会国家在消费品自我供给方面能力有限，其电商市场对进口商品高度依赖，从而迅速崛起为全球跨境电商竞相争夺的蓝海，因此中海跨境电商也以拓展海合会国家的电子商务市场为主。^④ 在数字经济浪潮与政策支持

① 《618 菜鸟在阿联酋迪拜加开海外仓，最快可实现“次日达”》，载中国科技报道网站：<http://www.kejibaodao.com/html/202306/1486.html>，2024-09-22。

② Sijin Lu, Simeng Liang, Qing Xue et al., “Enhancing Cross – Border Payments: The Convergence of AI And Blockchain for Currency Exchange Optimization”, *Applied and Computational Engineering*, Volume 75, Issue 1, 2024, p. 160.

③ 张新宁：《科技创新是发展新质生产力的核心要素论析》，载《思想理论教育》2024年第4期，第20页。

④ 刘彬、杨航：《中阿跨境电子商务合作的现状、挑战与对策建议》，第6页和第12页。

的共同推动下，中海跨境电商合作不断提升质量与效能，呈现出市场深度布局与多领域协同进步相结合的发展特点，成为双边构建平衡互利经贸格局、加强科技创新伙伴关系的重要领域。

（一）发展愿景与政策对接双轮驱动

海合会国家政治上秉持大国间“战略对冲”，在经济上通过实施多项转型战略，致力于摆脱对石油经济的依赖。为推动经济多元化发展，海合会国家先后出台卡塔尔“2030 年国家愿景”（2008 年）、巴林“2030 年愿景”（2013 年）、沙特“2030 年愿景”（2016 年）、阿曼“2040 年愿景”（2016 年）、科威特“2035 年愿景”（2017 年）以及阿联酋“2071 百年计划”（2017 年）。这些战略愿景均明确将数字经济发展列为重要目标，不仅吸引了众多国际电商企业的入驻，还推动了当地跨境电商产业的蓬勃发展，也为中海跨境电商的高质量发展提供了更加稳定和有利的政策环境。

中国与海合会国家政府领导人高度重视跨境电商合作。作为中阿数字经济合作的重要组成部分，跨境电商最初依托“数字丝绸之路”框架展开。2017 年，第四届世界互联网大会上，中国、沙特、阿联酋等七国共同发起了《“一带一路”数字经济国际合作倡议》，明确将电子商务纳入双方数字经济合作的重点领域。2018 年，中阿合作论坛第八届部长级会议再次强调，加快“网上丝绸之路”建设，推动网络基础设施和电子商务领域的深度合作。随着中阿数字经济合作不断深入，跨境电商逐渐从“数字丝绸之路”框架中独立出来，成为中阿经贸发展的新增长点。中国已先后与科威特（2018 年）、阿联酋（2018 年）和巴林（2024 年）3 个海合会国家签署了双边电子商务合作备忘录，致力于促进公私部门对话、联合研究，营造良好的电商发展环境，为双边跨境电商提供了更加稳固的合作平台，推动双边贸易模式从传统形式向数字化、智能化转型。2022 年 12 月，首届中国—海湾阿拉伯国家合作委员会峰会（以下简称“中海峰会”）明确提出，中海共建一批创新创业孵化器，围绕跨境电商合作和通信网络建设等领域实施 10 个数字经济项目^①，体现出跨境电商在拓展创新科技合作新领域中的重要作用。2024 年 5 月，习近平主席在中阿合作论坛第十届部长级会议上提出构建“五大合作格局”，其中一环是构建“更为平

^① 《习近平出席首届中国—海湾阿拉伯国家合作委员会峰会并发表主旨讲话》，载中国政府网站：https://www.gov.cn/xinwen/2022-12/10/content_5731120.htm，2024-12-28。

衡的经贸互惠格局”，强调要拓展跨境电商、海外仓等新兴合作领域^①，彰显首届中海峰会关于深化跨境电商合作的战略部署。中海双方不仅推动跨境电商在全球市场的战略布局，还增强区域产业的互补性，把跨境电商作为中海高质量共建“一带一路”的合作样板。

（二）贸易结构优化促进市场消费升级

从海合会国家消费能力和市场需求看，海合会国家长期以石油和石化产业为经济支柱，本土制造业相对薄弱，导致国内商品种类有限，难以满足消费者日益多元化的需求，对进口商品产生高度依赖。同时，海合会国家总人口超过 6 000 万，经济总量达到 2.1 万亿美元，人均国内生产总值达 3.4 万美元，约为世界人均国内生产总值（1.1 万美元）的 3 倍，并显著高于新兴市场经济体的平均水平（1.4 万美元）。^② 据此，在电商市场占有率方面，海合会国家已成为阿拉伯世界跨境电商市场的核心区域，其中阿联酋、沙特、阿曼和卡塔尔分别占阿拉伯地区电商市场总规模的 53%、14%、12% 和 10%^③，且以强劲的增长潜力推动区域电商市场迅速扩张。海合会国家凭借旺盛的消费需求和巨大的消费潜力，正成为区域跨境电商市场崛起的重要推动力量，为中海跨境电商的蓬勃发展营造了充满活力的市场氛围。

随着海合会国家跨境电商需求的日益多样化，中国跨境电商在扩展日用品、服装等传统商品类别的同时，不断增加母婴、3C 数码、奢侈品等高附加值商品的供给。中国全品类电商速卖通（AliExpress）和富蒂尔（Fordeal），以及专注于时尚类服装的垂直电商希音等，凭借丰富的产品持续提升在海合会国家市场的渗透率，同时增强了中国时尚、家居和母婴类品牌在当地市场的占有率。贸易结构的优化是跨境电商品质升级的前提。通过多元化的品类布局，中国电商公司不仅丰富了海合会国家消费者的选择，促进了民生改善，而且有力推动了中国商品从“基础型”向“高端型”的升级，促进当地市场商品结构的整体优化。

① 《商务部：三大举措推动中阿经贸合作实现更大发展》，载环球网：<https://world.huanqiu.com/article/4I66FjFgC7h>，2024-12-28。

② 《转型中的中东经济》，载毕马威网站：<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/cn/pdf/zh/2023/08/the-middle-east-economy-in-transition.pdf>，2024-09-03。

③ Mohammed Abdo Ahmed Aqlan, “Research on the Status Quo and Countermeasures of Cross-Border E-Commerce Development in Arab Countries”, *Open Journal of Business and Management*, Volume 8, Issue 4, 2020, p. 1538.

（三）新型商业模式激发市场增长活力

随着社交电商和直播电商成为跨境电商发展的新亮点，消费者行为正从满足基本购物需求向追求愉悦体验的精神需求转变。跨境电商平台通过重塑购物文化和创新消费生活方式，在深度互动的基础上逐步建立与消费者的信任，从而推动品牌与消费者之间的紧密连接。

当前，社交媒体的高普及率正推动“社交电商”蓬勃发展。海合会国家的互联网平均普及率超过 95%，移动设备渗透率超过 100%^①，遥遥领先于其他阿拉伯国家乃至全球平均水平，为社交媒体的深度渗透提供了强大支持。社交媒体已成为当地居民获取新闻、娱乐及商品信息的主要渠道，其中麦塔（Meta，原“Facebook”）、照片墙（Instagram）和“X”（原“Twitter”）等社交平台在阿联酋、沙特和卡塔尔的用户覆盖率极高，并在消费决策、品牌推广和市场营销中扮演着重要角色。据统计，阿联酋和卡塔尔的社交媒体使用率高达 99%，位居地区前列；科威特和巴林紧随其后，使用率分别为 98% 和 92%；沙特和阿曼的使用率相对较低，分别为 75% 和 55%，但具有较大的增长潜力。^② 海合会国家的网络与终端优势为电商企业推广移动端购物应用和线上服务创造了有利条件，加速了本地“社交电商”模式的兴起。

值得一提的是，抖音在海合会国家用户增长迅猛，凭借内容创新和独特的互动模式，逐渐超越照片墙，成为下载量最大的应用软件^③，广受“千禧一代”和“Z 世代”用户的青睐。这一趋势吸引众多品牌通过该平台的网红和内容创作者推广产品，并取得了显著的营销成效。特别是在服装、化妆品和电子产品等领域，社交媒体已成为海合会国家跨境电商的主要营销工具，通过精准的广告推送快速触达目标用户，将社交互动高效转化为实际购买行为，提升该地区移动端购物的普及率和使用率，进一步推动中海跨境电商销量快速增长。与此同时，中国电商企业如希音、跨境版拼多多（Temu）等，利用

① 《联合国电子政务调查报告 2022》，载联合国经济和社会事务部网站：<https://desapublications.un.org/sites/default/files/publications/2023-01/UN-E-Government-Survey-2022-Chinese-Web-Version.pdf>，2024-09-13。

② Mitsui & Co., Mitsui Global Strategic Studies Institute, “Overview of Saudi Arabia’s Vision 2030 and Its Economic Strategy”, https://www.mitsui.com/mgssi/en/report/detail/_icsFiles/afiedfile/2019/06/25/1903e_mashino_e.pdf，2024-10-13。

③ 《疫情后 TikTok 在中东海湾国家逆风飞扬》，载中国商务部网站：<https://m.mofcom.gov.cn/article/i/jyjl/k/202009/20200902997726.shtml>，2024-09-12。

社交媒体和关键意见领袖（KOL）推广等创新营销模式，加深与当地消费者的互动，增强了中国品牌在海合会国家市场的知名度。例如，希音通过跨文化营销策略组织线上互动活动，拉近与当地消费者的距离，提升了中国时尚女装和家居品牌的美誉度，缩短了中国品牌从产品曝光到消费者购买的营销链路，打造出安全高效的营销生态。毋庸置疑，社交媒体已成为品牌落地和与消费者互动的重要渠道，这一趋势推动中海跨境电商进一步整合社交媒体资源，依托成熟且覆盖广泛的平台拓展营销机会，助力跨境电商品牌实现国际化发展。

（四）物流和金融服务优化助力中海跨境电商提质增效

为应对海合会国家快速增长的跨境电商需求，中国物流企业积极推进当地物流网络建设，如菜鸟网络在迪拜建立全球智能物流枢纽，顺丰速运在阿联酋和沙特部署本地化配送网络，极兔速递（J&T）和艾麦（iMile）则专注于优化当地的末端配送环节。^① 这些布局有效缩短了配送时间，满足了当地消费者对物流速度和服务质量的高标准需求，还助力中国企业在全球供应链中构建起更高效、更灵活的商品流通体系。同时，蚂蚁集团与阿联酋本地移动支付平台佩拜（PayBy）合作，通过其商户网络整合支付宝（Alipay+）全球跨境数字支付与营销解决方案，支持当地支付宝用户的无缝支付。^② 物流网络的布局是跨境商品高效流通的基础保障，2024年6月，中国政府相关部门专门出台了《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》^③，为推进中海跨境电商海外仓的高质量发展提供了明确指导。

此外，金融科技企业合作助推支付本地化发展。海合会国家的支付系统主要依赖国际支付平台，中国金融科技公司不断深化与当地银行和支付机构合作，通过引入电子钱包和移动支付等方式，逐步推动支付系统的本地化发展，降低跨境交易成本。例如，微信支付已在阿联酋实现合规化应用，消费者在境外商家网站使用微信支付时，可直接用人民币结算，款项通过合作银

① 周逸斐：《中国快递巨头争夺中东市场》，载界面新闻网站：<https://www.jiemian.com/article/8492329.html>，2024-12-03。

② Arab News, “Saudia Cargo, Cainiao, and WFS Partner to Boost Global Logistics”, <https://www.arabnews.com/node/2420311/corporate-news>, 2024-05-05.

③ 《商务部外贸司负责人解读〈关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见〉》，载中国商务部网站：<https://m.mofcom.gov.cn/article/zwgk/gkzcjd/202406/20240603516863.shtml>，2024-12-28。

行完成购汇并结算至商户账户。^① 腾讯公司还与阿联酋数字支付企业网络国际公司 (Network International) 联手, 在当地普及微信支付。^② 同时, 蚂蚁集团与阿联酋本地移动电子钱包佩比合作, 通过其商户网络整合支付宝 (Alipay+) 全球跨境数字支付与营销解决方案, 支持当地支付宝用户的无缝支付。^③ 未来, 中海双方需进一步加大金融支持力度, 打通跨境电商企业融资渠道, 优化跨境资金结算服务, 促进中海跨境支付的便利化和安全性。

当下, 中国是海合会国家最大的贸易伙伴国, 2023 年双方贸易额为 2 860 亿美元。^④ 然而, 长期以来中海贸易以石油和天然气等线下交易商品为主, 结构单一; 与传统的线下能源贸易相比, 双方跨境电商合作方兴未艾。据估计, 2025 年海合会国家电商市场规模将达到 1.773 万亿美元, 电商市场收入达 339.7 亿美元; 到 2029 年, 海合会国家电商用户达 3 070 万人, 用户渗透率将提高到 49%。^⑤ 面对这一巨大的市场潜力, 中国应充分发挥新质生产力的优势, 深化与海合会国家在技术赋能、市场布局 and 平台运营等领域的合作, 推动建立更加紧密的跨境电商合作关系, 充分释放双方经贸合作的增长潜能。

三 中海跨境电商高质量发展面临的主要挑战

海合会国家依托丰富的石油财富, 大规模投资传统基建和新基建, 并凭借完善的网络条件和强劲的经济实力, 为中海跨境电商合作奠定了良好的发展基础。然而, 要推进中海跨境电商的高质量发展, 仍需应对法律制度、物流管理、支付体系、市场竞争以及文化适应等多重挑战。这些问题不仅制约了中海跨境电商合作潜力的充分释放, 也对在新质生产力背景下深化双边合作提出了更高要求。

① 《微信支付 - 跨境支付 - 解决方案》, 载腾讯网: https://act.weixin.qq.com/static/merchant_overseas/introduction.html, 2024 - 12 - 28。

② Gulf Business, “Network International to launch WeChat Pay in the UAE”, <https://gulfbusiness.com/network-international-to-launch-wechat-pay-in-the-uae>, 2024 - 12 - 28。

③ Gulf Business, “UAE: Astra Tech, Ant Group to launch Digital Payments Solution Aimed at Tourists, visitors”, <https://gulfbusiness.com/astra-tech-ant-group-partner-on-digital-payments>, 2024 - 12 - 28。

④ 《中国同海湾阿拉伯国家合作委员会关系》, 载中国外交部网站: https://www.fmprc.gov.cn/gjhdq_676201/gjhdqzz_681964/lhg_682782/zghgzz_682786, 2025 - 01 - 03。

⑤ Statista Market Forecast, “Ecommerce - GCC”, <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/gcc>, 2025 - 01 - 03。

（一）电子商务法律体系的动态更新仍需提速

在健全电子商务法律方面，海合会国家先后出台相关法律：阿曼《电子交易法》（2008 年）、卡塔尔《电子商务和交易法》（2010 年）、科威特《电子交易法》（2014 年）、巴林《电子通信和交易法》（2018 年）、沙特《电子商务法》（2019 年）以及阿联酋《通过现代技术手段进行商业（电子商务）法》（2023 年）；在加强数据隐私保护方面，上述国家也相继出台了卡塔尔《个人数据隐私保护法》（2016 年）、巴林《数据保护法》（2019 年）、科威特《数据隐私保护条例》（2021 年）、阿联酋《个人数据保护法》（2021 年）、沙特《个人数据保护法草案》（2021 年）以及阿曼《个人数据保护法》（2022 年）。此外，海合会国家正积极推动区域电子商务法律体系一体化建设，如 2023 年海合会贸易合作委员会首次探讨统一电子商务立法框架的可行性，并于 2024 年 4 月在部长级会议上进行深入讨论，力求推动区域电子商务市场的协调发展。^①

海合会国家在电子商务法律体系建设方面虽已取得初步成效，但整体法律框架缺乏动态性，更新速度未能跟上市场的快速发展。各国在法律修订和政策支持方面存在明显滞后，发展进度参差不齐。阿联酋是海合会国家中电子商务发展的“领跑者”，却直到 2020 年才通过修订《消费者保护法》（第 15 号联邦法），将电子商务纳入联邦监管体系^②，并于 2023 年出台专门的电子商务法律^③，立法进程明显滞后于国际市场实际需求。卡塔尔至今尚未制定系统性的电子商务政策，对本地和国际中小企业缺乏充分支持和保障。^④ 沙特虽在 2021 年启动了电商快递保险服务，但由于配套政策不完善，部分地区的仓储和运输条件仍未达到国际标准，影响了物流环节的安全性及效率。^⑤ 此外，尽管海合会国家已陆续出台数据保护和消费者保护相关法律，但在跨境

① MENAFN, “GCC Inches Towards Unified E – Commerce Legislative Framework: Unified Law for Commercial Franchise”, <https://menafn.com/1108129136/GCC-Inches-Towards-Unified-E-Commerce-Legislative-Framework-Unified-Law-For-Commercial-Franchise>, 2024-09-23.

② 《2020 年〈消费者保护法〉（第 15 号联邦法）》（阿拉伯文），载阿联酋经济与旅游部网站：<https://www.moet.gov.ae/federal-law-no-15-of-2020-on-consumer-protection>, 2024-09-22。

③ 《经济部利用现代技术手段审查商业法及其在提升商业环境竞争力方面的作用》（阿拉伯文），载阿联酋经济与旅游部网站：<https://www.moet.gov.ae/-/القانون-التجاري-من-خلال-وسائل-التقنية>, 2024-09-22。

④ 《卡塔尔电子商务市场规模 2021 年达 23 亿美元》，载中国贸促会网站：<https://www.ccpit.org/gulf/a/20211006/20211006syzn.html>, 2024-10-06。

⑤ 王俊岭：《携手并进，让共赢蛋糕更大更甜》，载《人民日报》2023 年 10 月 31 日。

电商的数据隐私保护、网络纠纷处理及售后服务保障等关键领域，仍存在法律空白和执行力不足的问题。^①这不仅影响了电子商务市场的规范性与透明度，也对深化中海跨境电商合作构成了阻碍。

（二）物流体系管理与配送网络效能亟待完善

尽管海合会国家拥有相对完备的物流基础设施，但在智能化管理、清关流程和“最后一公里”配送方面仍存在明显短板。一是地址与邮政体系管理存在缺陷。随着电商市场的快速扩张，物流配送需求激增，但部分海合会国家的邮政编码系统尚未健全，严重影响了配送效率。例如，沙特虽采用五位数字的邮政编码系统，但由于地址信息不完整，实际应用效果有限，增加了额外配送成本^②；阿联酋则依赖于传统邮政信箱而非具体街道地址，导致送货上门难以精准定位，阻碍配送顺利进行。^③二是清关环节流程复杂且成本高企。海合会国家普遍存在繁琐的清关手续和严格的监管标准，容易造成货物积压，增加损坏或丢失风险，并由此产生额外的仓储和运输费用。例如，在沙特，进口商品需提供详细的货物信息和沙特阿拉伯标准组织（SASO）的认证证书，否则可能被退回或延误，从而加剧企业的运营风险，削弱整体配送网络的运营效率。^④三是末端物流配送网络运行不畅。作为直接影响消费者体验的关键环节，“最后一公里”配送在海合会国家面临诸多挑战，除具体地址模糊问题外，还包括物流企业自动化水平低、配送人员素质参差不齐等问题。阿联酋的末端配送失败率高达 15%，而沙特甚至达到 40%。^⑤此外，由于配

① IAPP, “Amid Evolving Privacy Regulation in the Middle East, Stalling on Compliance Is No Longer an Option”, <https://iapp.org/news/a/amid-evolving-privacy-regulation-in-the-middle-east-stalling-on-compliance-is-no-longer-an-option/>, 2024-08-24; The Bench, “Recent Data Protection Developments in the GCC”, <https://www.thebenchlaw.com/post/recent-data-protection-developments-in-the-gcc>, 2024-07-29.

② Esri, “Saudi Arabia Implements New Postal Code System Based on GIS Analysis”, <https://www.esri.com/about/newsroom/arcnews/saudi-arabia-implements-new-postal-code-system-based-on-gis-analysis>, 2024-09-22.

③ 《阿联酋邮政三项战略扩大国际市场》，载中国国家邮政局网站：<https://www.spb.gov.cn/gjyzj/c200007/202110/49d2c130cd4feabbcb9fcb634fa3bf.shtml>, 2024-10-25。

④ CSA Group, “Saudi Arabia (SASO) Implemented Saudi Product Certification Scheme (SALEEM)”, <https://www.csagroup.org/global-certification-regulatory-update/saudi-arabia-saso-implemented-saudi-product-certification-scheme-saleem>, 2024-09-22.

⑤ 《FODEL：中东首家采用快递驿站模式的电商物流公司》，载厦门经贸信息网：<http://sme.dyyseo.com/FODEL-zhong-dong-shou-jia-cai-yong-kuai-di-yi-zhan-mo-shi-de-dian-shang-wu-liu-gong-si>, 2024-09-22。

送网络缺乏高效整合且末端通达度较低，沙特的国内物流成本是中国的 20 倍。^① 这些问题不仅加重跨境电商企业的运营负担，还会严重削弱其市场竞争力，限制其长远发展。

（三）跨境支付的效率与区域适配性有待提升

海合会国家消费者对数字支付的信任度稳步提升，但跨境电商支付仍面临多重挑战。一是支付习惯固化，电子支付普及力度不足。尽管海合会国家在电子支付基础设施上投入巨大，但现金支付仍占主导地位，货到付款（Cash on Delivery, CoD）方式尤为普遍^②，尤其在外来劳工和中低收入群体中，支付方式的选择受限，导致电子支付普及水平不均衡。因此，推动支付方式的多样性和提升电子支付的接受度，仍是实现便捷支付的重要任务。二是跨境支付流程复杂，结算效率低下。海合会国家的跨境支付体系涉及多种货币和支付系统，繁杂的中介网络增加了交易的繁琐性与不确定性，导致交易时间延长并推高支付成本。现有支付基础设施与配套服务尚未完全打通，严重阻碍跨境支付的高效结算。三是本地化合作有限，区域适配性不强。尽管支付宝、微信支付等中国支付企业已进入海合会国家市场，但在国际化程度和服务水平上，明显落后于阿联酋的“塔比”（Tabby）支付、沙特的“马达”（Mada）支付以及科威特的“塔”（TAP）支付等地区主流平台。这些本土平台凭借深度本地化优势，占据了区域内较强的市场竞争地位。中国支付企业在市场准入、法律合规及本地化合作等方面遇到诸多壁垒，如沙特严格的市场准入要求和较长的注册周期，可能降低中国支付企业的进入意愿。

（四）国际巨头与本土电商双重挤压加剧竞争

在国际电商巨头与本土电商双重竞争压力下，海合会国家的电商市场竞争日趋激烈（见表 1），恐将从“蓝海”演变为“红海”。跨境电商企业纷纷通过差异化策略、创新服务和品牌推广寻求突围，而经济民粹主义和地方保护主义的抬头进一步加剧了市场分化，推动竞争格局向更加复杂和多层次的方向发展。

首先，国际巨头的强势进入构成难以抗衡的竞争压力。亚马逊、易趣

^① Wamda, “Why Are Chinese Investors and Startups so Excited about Saudi Arabia?”, Wamda, <https://www.wamda.com/2022/12/chinese-investors-startups-excited-saudi-arabia>, 2024-09-22.

^② Checkout, “Digital Transformation in MENA 2022”, <https://www.checkout.com/resources/research/digital-transformation-in-mena-part-1#contact-text-form>, 2024-09-22.

(eBay) 等电商巨头凭借强大的品牌影响力、完善的全球供应链和成熟的运营经验,迅速占据海合会国家市场,并通过领先技术和高标准服务提高行业门槛,以压倒性优势拉大与当地中小电商企业在资源配置和市场规模上的差距。其次,本土平台的崛起对国际电商构成有力挑战。近年来,努恩(Noon)、纳姆什(Namshi)、妈咪世界(Mumzworld)等阿拉伯本土电商平台快速崛起,依托雄厚的资金实力、对本地文化与消费趋势的准确理解以及成功的本地化运营策略,吸引了大量消费者,并凭借更高的市场灵活性和适应性巩固了本地市场地位,成为国际电商的强劲对手。再次,分散的市场格局加剧了竞争。海合会国家的电商市场呈现高度分散的特点,既有传统零售商推进数字化转型,也有国际巨头与本土平台之间的激烈博弈。这种缺乏规模效应的竞争结构加大了市场份额争夺的难度,推高了跨境电商企业的运营成本和决策风险,迫使其依赖产品差异化和服务创新谋求突破,进而激化市场竞争。最后,经济民粹主义和地方保护主义抬高准入壁垒。随着经济民粹主义和地方保护主义在中东地区的抬头,部分阿拉伯精英将外资企业视为经济文化“入侵者”,并推出限制性政策,加大国际电商企业的市场准入难度。努恩平台创始人穆罕默德·阿拉巴尔(Mohamed Alabbar)曾公开表示,本土企业需在外资涌入时更好地保护民族品牌和产业。^①

表 1 海合会国家域内外主要电商平台一览表

平台	主营范围	类型	总部
努恩 (Noon)	电子产品、时尚服饰、美妆个护、家居家电、健康健身、日用品、母婴玩具、书籍文具等	全品类	沙特(利雅得) ^②
贾里尔书店 (Jarir Bookstore)	教育与文化、科技与电子、办公用品、艺术与创意等产品	办公类	沙特(利雅得)
妈咪世界 (Mumzworld)	婴儿护理、孕产妇用品、儿童服饰、玩具、健康护理和儿童家居等	母婴类	阿联酋(迪拜)

^① Gulf Today, “Alabbar Urges Industry Leaders to Focus on More Innovation”, <https://www.gulftoday.ae/business/2024/06/09/alabbar-urges-industry-leaders-to-focus-on-more-innovation>, 2024-09-09.

^② 根据公开信息,努恩于 2017 年在沙特阿拉伯成立, see <https://help.noon.com/portal/ar/kb/%D9%86%D9%88%D9%86-one>, 2024-10-22.

(续表)

平台	主营范围	类型	总部
纳姆什 (Namshi)	时尚服饰、美妆、家居用品和运动休闲品等	时尚类	阿联酋(迪拜)
莱茨探戈 (LetsTango)	电子产品、家电、家居用品、健康美容、游戏娱乐及办公设备等	电子与家电类	阿联酋(迪拜)
欧娜斯 (Ounass)	服装、鞋子、箱包、配饰和珠宝等	奢侈品类	阿联酋(迪拜)
巴沙拉关护 (Basharacare)	保健品、个护品、化妆品和药品等	美容护肤类	阿联酋(迪拜)
亚马逊 (Amazon)	家居用品、时尚美妆、母婴用品、日用品、书影音、游戏娱乐、电子产品等	全品类	美国(西雅图)
易趣 (eBay)	时尚美容、医疗保健、电子设备、家电、汽车及配件,以及古董收藏等非市场商品	全品类	美国(加州)
沃尔玛 (Walmart)	礼品、玩具、食品和饮料、保健品、杂货、电子设备、服装和游戏配件等	全品类	美国(阿肯色州)
百思买 (BestBuy)	消费电子、家电、游戏娱乐、智能家居、办公设备、通信产品及健康设备等	电子消费品类	美国 (明尼苏达州)
乐天 (Rakuten)	机票预订、旅行计划和在线购物服务	旅游类	日本(东京)
自由市场 (MercadoLibre)	家具、厨房用具、家居装饰配件、服装、电子产品以及个护产品等	全品类	阿根廷 (布宜诺斯艾利斯)
速卖通 (AliExpress)	电子产品、时尚服饰、美妆个护、家居装饰、健康运动、汽车配件、母婴玩具及日用品等	全品类	中国(杭州)
希音 (Shein)	服饰、鞋包配饰、美妆个护、家居用品、运动装备及特殊场合服饰等	快时尚类	中国(南京)
富蒂尔 (Fordeal)	服装、电子、家居、鞋包、美妆、图书等	全品类	中国(广州)

资料来源:笔者根据公开资料整理制作而成。

（五）本地化运营与文化适应需更深层次布局

中国跨境电商企业在进入海合会国家市场时，面临文化差异、语言障碍、品牌认知度低以及本地化团队力量薄弱等主要挑战。首先，文化差异导致市场需求错位。中国与海合会国家在文化背景和消费习惯上存在明显差异，尤其在产品质量、售后服务和支付方式等方面，海合会国家消费者表现出独特的市场偏好。例如，海合会国家半数以上人口的年龄在 30 岁以下^①，其年轻化人口结构为电商市场注入了强劲的增长动能。这些年轻消费者对电子商务和移动支付的接受度极高，更倾向于通过智能手机进行线上购物。随着网络购物习惯的普及，这一群体逐渐成为海合会国家电商市场的消费主力军，尤其在服装、电子产品和时尚领域，对多样化和个性化商品的需求尤为强烈。鉴此，简单的“产品搬运”模式无法满足这一多样化需求，中国跨境电商企业需要深入了解当地文化，通过制定个性化策略和精准定位市场，高效触达目标客户。其次，语言障碍阻滞高效沟通。海合会国家的母语是阿拉伯语，而大多数中国电商平台仍以中文或英文为主，双方语言差异不仅对沟通、营销和售后环节造成巨大阻力，还削弱品牌传播效果，最终影响消费者的沟通体验。再次，品牌认知与市场信任存在局限。受“物美价廉”刻板印象的影响，海合会国家消费者对中国品牌的认知度普遍较低，对产品质量和售后服务的信任度也相对薄弱。这一局限倒逼中国跨境电商企业在品牌建设上加大投入，通过提升产品质量，优化售后服务体验以及塑造富有吸引力的品牌故事等措施，树立优质的品牌形象和独特的品牌价值，进而增强消费者认可度，争取更稳定的市场份额。最后，本地化运营团队的缺失制约市场响应能力。由于缺乏熟悉目标市场政策、理解文化差异且具备专业技能的本地化运营团队，部分中国跨境电商企业在海合会国家市场面临营销策略不精准、客户沟通不顺畅以及市场响应能力不足等问题，严重削弱了其在激烈竞争中的灵活应变能力。

四 中海跨境电商高质量发展的推进路径

当前，以全球速卖通、希音、抖音商店和拼多多为代表的中国电商平台，

^① Abdulrazak Abyad, “Demographic Changes in the GCC Countries: Reflection and Future Projection”, *Middle East Journal of Age and Ageing*, Volume 15, Issue 1, 2018, p. 20.

凭借其较强的技术实力和运营能力，覆盖了海合会国家 80% 的互联网用户^①，推动该地区电商的增速领跑全球。在新质生产力的推动下，跨境电商领域的技术创新日益显现。未来，中海跨境电商将依托“5G”、云计算、大数据、人工智能和区块链等先进技术，深入探索更加智能化、可持续的发展路径，实现从“规模驱动”向“效率驱动”模式转型，构建智能、高效、可持续的电商生态系统，解决上述重点和难点问题。

（一）夯实跨境电商的数字基础设施建设

数字基础设施是新质生产力发挥作用的物质基础^②，也是跨境电商平台实现高效运营、智能决策和灵活资源调配的坚实基础。在新质生产力推动经济社会智能化、精准化和高效化发展背景下，持续夯实跨境电商的数字基础设施建设，将助力中海跨境电商平台实现更安全、更高效的供应链运营。一是推进“5G”与物联网深度融合，提升物流智能化水平。“5G”技术与物联网的结合赋予跨境电商物流智能监控与动态调度的能力。通过物联网设备，物流平台可实时采集货物的位置信息、运输状态和环境数据，确保商品高效、安全送达。此外，“5G”网络凭借其高带宽、低延迟和广连接的特性，为跨境电商提供稳定且高速的通信基础设施，通过支持物流数据的实时上传，实现运输路线的快速调整和供应链的优化调度，从而提升全球商品流转效率和市场响应的精准性。^③二是拓展云计算中心布局，增强平台数据处理能力。作为跨境电商全球化运营的核心技术，云计算通过提供弹性计算和大规模存储支持，大幅提升数据管理和计算资源调配效率，确保平台灵活应对业务需求变化，尤其在高峰期保持流畅运行。^④云计算的全球数据中心布局进一步优化了用户访问和订单处理流程，提升响应速度和处理效率。^⑤例如，阿里云与沙特电信公司（STC）合资成立的沙特云计算公司（SCCC），结合阿里云的技

① 沈小晓：《中东电子商务发展势头强劲》，载《人民日报》2022 年 7 月 25 日。

② 艾硕、江新雨：《数字经济为新质生产力蓄势赋能》，载光明网：https://economy.gmw.cn/2024-03/13/content_37201971.htm，2024-10-09。

③ Carlos A. Gutierrez, Oscar Caicedo and Daniel Ulises Campos-Delgado, “5G and Beyond: Past, Present and Future of the Mobile Communications”, *IEEE Latin America Transactions*, Volume 19, Issue 10, 2021, pp. 1709, 1726.

④ World Economic Forum, “How Businesses Can Realize the Benefits of the Cloud”, <https://www.weforum.org/agenda/2021/04/how-businesses-can-realize-the-benefits-of-the-cloud>, 2024-10-12.

⑤ Michael Armbrust, Armando Fox, Rean Griffith et al., “A View of Cloud Computing”, *Communications of the ACM*, Volume 53, Issue 4, 2010, pp. 51, 53.

术优势和沙特本地资源,提供涵盖计算、存储、网络和数据库等内容的灵活服务^①,这将进一步增强中海跨境电商的数据处理能力。三是深化大数据中心应用在跨境电商中的决策支持能力。大数据中心在跨境电商运营中承担着重要职能,通过分析用户行为数据和市场趋势,帮助平台精准制定市场策略^②,特别是在节假日或促销季节,可以预测需求变化,优化库存管理和产品调度。同时,大数据分析能够深度挖掘消费者需求特征,推动平台个性化营销和差异化服务的升级。未来,中海跨境电商平台应进一步夯实“5G”、云计算和大数据等数字基础设施建设,整合智能技术与传统物流体系,提升数据分析与追踪能力,优化供应链效率,打造具有竞争力的数字化全球运营模式。

(二) 拓展支付系统互联与跨境金融合作

随着全球电子商务在世界各地的迅速发展,电子钱包已成为交易的重要工具,占据全球交易份额的 44.5%,2025 年,全球电子钱包用户数将突破 48 亿,约占全球总人口的 60%。^③在此背景下,海合会国家在电子支付领域不断取得进展,呈现出强劲的增长势头。例如,作为最早推出数字支付服务的海合会国家,巴林在支付行业实现了迅速增长^④,预计 2025 年,其市场规模将达到数十亿美元^⑤;阿联酋通过推广即时支付平台和本土数字钱包,不断提高电子支付的普及率^⑥;沙特电子支付使用率在零售领域已达到 70%^⑦,并在《支付和支付服务法实施条例》^⑧及“2030 愿景”框架下的金融业发展计划(FSDP)^⑨

① Pandaily, “Alibaba Cloud’s JV Opens Two Data Centers in Saudi Arabia”, <https://pandaily.com/alibaba-clouds-jv-opens-two-data-centers-in-saudi-arabia>, 2024-10-07.

② 李文莲、夏健明:《基于“大数据”的商业模式创新》,载《中国工业经济》2013 年第 5 期,第 93 页。

③ GlobeNewswire, “Study: More than Half of the World’s Population Will Use Mobile Wallets by 2025”, <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2021/07/08/2259605/0/en/Study-More-than-half-of-the-world-s-population-will-use-mobile-wallets-by-2025.html>, 2024-09-08.

④ 管克江:《海湾国家数字支付快速增长》,载《人民日报》2022 年 11 月 28 日。

⑤ 《巴林支付行业发展进展、市场规模及重点厂商》,载丝路印象网站: <https://www.zcqtz.com/news/2129526.html>, 2024-12-18.

⑥ 王俊鹏:《阿联酋数字支付高速发展》,载《经济日报》2022 年 10 月 8 日。

⑦ Saudi Central Bank, “SAMA: E-Payments Share Reached 70% of Total Payments in 2023”, <https://www.sama.gov.sa/en-US/News/Pages/news-1017.aspx>, 2024-12-12.

⑧ Saudi Central Bank, “Implementing Regulations for Law of Payments and Payment Services”, https://www.sama.gov.sa/en-US/LawsRegulations/DocLib/Implementing_Regulations_for_Law_of_Payments_and_Payment_Services-EN.pdf, 2024-09-08.

⑨ KPMG, “Unlocking the future: An overview of the FinTech opportunity in Saudi Arabia”, <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/sa/pdf/2024/09/unlocking-future-fintech-sa.pdf>, 2025-01-24.

推动下，将加快与国际支付标准的对接，持续推进全国支付体系的建设与优化。

近年来，中国与海合会国家在金融科技平台的技术合作为双方在电子支付和跨境金融服务领域带来了广阔的合作前景。例如，阿布扎比全球市场（ADGM）与中国平安的金融壹账通（OneConnect）合作，整合区块链和人工智能技术，共同开发多边技术平台，推动中东北非地区的金融科技创新，为跨境业务提供更加可信的运营环境。^① 同时，数字人民币的应用进一步简化了中海跨境支付流程，如义乌与阿拉伯国家完成的首单跨境人民币支付，标志着数字人民币在促进中阿贸易便捷化中的巨大潜力。^② 此外，阿联酋推出的“数字迪拉姆”突破跨境支付瓶颈，通过缩短结算周期和降低交易成本，提升了跨境支付的透明度和安全性。^③ 这一进展表明，随着中海跨境电商交易直通率的提升，数字人民币与数字迪拉姆在跨境支付领域的合作将迎来更多机遇，推动中海金融技术创新和支付系统互联，从而进一步提升双方跨境支付的便捷性与安全性，共同打造高效、安全的金融生态体系。

（三）构建“体验驱动增长”的核心竞争力

随着粗放式增长模式逐步退出海合会国家，深入洞察消费者需求并提供卓越体验已成为企业从“增长”迈向“卓越”的必经之路。研究显示，25%的客户仅因一次糟糕的服务体验便会流失，而舒适的消费体验既能加速吸引新客户，还能切实提升老客户的终身价值。^④ 推动消费者体验转型已成为跨境电商突围竞争的重要战略。首先，“社媒+”策略成为跨境电商竞争力提升的突破口。通过直播带货和“关键意见领袖”等营销方式，电商平台不仅增强消费者对商品的信任度，还满足他们对互动性和体验感的需求。例如，全球速卖通在沙特和阿联酋通过与本地网红和媒体合作开展营销推广，推送融入当地文化元素的视频内容，成功吸引了大量青年消费者，并提升了品牌影响力和市场占有率。^⑤ 在新质生产力的驱动下，中国企业可进一步发挥数字营销

① Fintech News Network, “Abu Dhabi Collaborates with a Chinese Fintech Giant”, <https://fintechnews.ae/4570/abudhabi/abu-dhabi-collaborates-with-a-chinese-fintech-giant>, 2024-08-02.

② 《外交部发言人：中阿经贸合作不断迈上新台阶》，载《人民日报》2022年12月10日。

③ 张志文：《阿联酋加强金融互联互通》，载《人民日报》2024年2月6日。

④ 叶海、Will Enger、张晓筱、蔡李超、王子超：《客户体验：中国市场中的增长神器》，载麦肯锡咨询公司网站：<https://www.mckinsey.com.cn/客户体验：中国市场中的增长神器>, 2024-12-15。

⑤ Business News, “AliExpress Introduces Affiliate Program to Connect Digital Creators in the GCC”, <https://www.businessnews.com/2024/03/05/aliexpress-introduces-affiliate-program-to-connect-digital-creators-in-the-gcc>, 2024-10-05.

和技术创新方面的优势，深度融合直播、短视频与社交互动，推动线上购物从功能性消费向体验型消费升级。其次，差异化产品开发是增强市场竞争力的重要策略。针对海合会国家消费者的需求，中国跨境电商平台可以利用大数据分析精准预测市场动向，开发符合当地宗教信仰和生活习惯的特色商品。同时，结合季节性需求和文化习惯，跨境电商可通过优化包装设计和营销策略等本土化调整方案，提高产品的本地化适应性，增强品牌辨识度并扩大市场覆盖面。再次，数字技术重塑消费体验是驱动市场增长的重要引擎。人工智能、自然语言处理和“5G”等技术的广泛应用，改善了跨境电商平台在本地化运营和用户体验方面的表现。例如，通过部署智能客服系统，平台不仅能够高效支持全球用户多语言交流需求，更好地契合当地语言和文化习惯，还能克服时差带来的服务延迟问题。^① 这些技术创新将进一步提升中国跨境电商品牌在海合会国家的本地适应性和市场竞争力，一方面通过优化用户界面、提供多语言支持、简化购物流程和强化支付安全性，打造流畅便捷的购物环境；另一方面借助智能翻译与动态语言优化技术，平台能够提升多语言广告推送的精准度，从而增强用户体验和品牌价值，推动中海跨境电商市场规模的稳步拓展。

（四）提升从业者技能与平台风险管理水平

中海跨境电商的高质量发展依赖于高素质从业者与智能化风险管理的共同支撑。具备数字技能、专业技术、管理经验与跨文化沟通能力的复合型电商人才，是促进跨境电商行业提质升级的重要资源；完善的风险管理机制，是保障跨境电商平台在复杂市场环境中稳定发展的关键举措。推进两者并行发展，有助于中海跨境电商合作行稳致远。

一方面，提升跨境电商从业者综合技能，培育复合型电商人才。新质生产力的发展源于新质劳动者使用先进劳动工具作用于创新型劳动对象的过程。^② 随着技术革命和产业变革的加速，系统化的数字技能培训已成为中海跨境电商应对行业数字化与智能化转型的关键环节。2023 年，极兔速递与沙特

^① Mohaimenul Azam Khan Raiaan, Md. Saddam Hossain Mukta, Kaniz Fatema et al., “A Review on Large Language Models: Architectures, Applications, Taxonomies, Open Issues and Challenges”, *IEEE Access*, Volume 12, 2024, pp. 26844, 26851.

^② 管智超、付敏杰、杨巨声：《新质生产力研究进展与进路展望》，载《北京工业大学学报（社会科学版）》2024 年第 3 期，第 128 页。

物流学院签署合作培养协议，计划通过3年的定向培训，为沙特物流行业培养80名专业人才。^① 此类培训不仅提高了本地从业者的数字化水平，增强其在电商环境中的适应能力，还为中海双方的人才培养合作积累了宝贵经验。与此同时，跨境电商从业者还需深入了解本地文化和市场需求，特别是在中海合作框架下，培养既具备阿拉伯文化认知又熟悉电商规则的复合型人才尤为重要。全球速卖通和希音在海合会国家市场的成功经验表明，兼备数字技能与跨文化能力的电商从业者是推动中海跨境电商高质量发展的重要因素。2024年，中国出台相关政策，鼓励高校通过全日制和非全日制开设“跨境电商+小语种”课程，为跨境电商出口企业开拓新兴市场提供人才支持。^② 未来，中海双方可以通过制定标准化培训计划和派遣专家指导，培养契合市场需求的高素质复合型人才，进一步推动业务拓展。这一“技术+人才”的双重驱动模式，有助于跨境电商行业应对数字化与智能化转型的挑战，同时打造具备跨文化理解和技术创新能力的专业团队，为中海跨境电商在全球数字经济中建立长期竞争优势提供人力资源支撑。

另一方面，构建智能化风险管控体系，提升平台风险管理水平。随着技术赋能的深入，中海跨境电商平台正通过大数据、人工智能和区块链技术，构建智能化、透明化的风险管理机制，全面提升风险管理的准确性和响应速度。在政策风险管控方面，跨境电商平台通过实时监测和解读海合会国家的政策法规变动，进行风险识别与评估，有效规避政策风险。在预警机制建立方面，平台实时监测市场环境和交易数据，搭建自动化风险预警系统，并利用人工智能算法分析历史数据和市场趋势，精准预测潜在风险，快速应对市场波动和政策变化。在数据安全性与合规管理方面，区块链技术通过智能合约和不可篡改记录，确保交易过程的透明性和数据安全，同时减少人为干预的可能性。此外，云计算和大数据技术实现了数据的本地化存储与合规管理，保障业务合规并持续推进。特别是2021年《中阿数据安全合作倡议》的发布，从政策层面为中海跨境电商的数据安全与风险管控提供了信任保障，并

① 《极兔速递与沙特交通和物流服务部签订战略合作协议》，载电商报网站：<https://www.dsb.cn/229006.html>，2024-09-27。

② 《商务部等9部门关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》，载中国商务部网站：<https://m.mofcom.gov.cn/article/zwgk/gkzcfb/202406/20240603515722.shtml>，2024-12-15。

明确了双方在数据治理领域的合作方向。^① 未来，中海跨境电商借助新质生产力的赋能，在政策研究、风险管控、交易安全和数据合规等方面持续优化，不断提升应对复杂市场环境的能力，为中海跨境电商实现长期稳定发展筑牢根基。

五 结语

海合会国家凭借独特的市场环境和大国平衡的政策优势，不断增强区域市场的吸引力，迅速崛起为全球电商市场中不可忽视的新兴力量，成为中国跨境电商新的增长极，为中海跨境电商的稳步发展提供了有利的市场条件。新质生产力背景下，这些优势条件将得到进一步激活和放大，推动双方在数字技术赋能、贸易模式创新和电商生态建设等领域深化合作，全面提升跨境电商合作的质量和水平，引领中海跨境电商从“数量扩张”向“质量提升”转型，推动合作模式向精细化管理和智能化运营方向升级，为构建灵活高效的中海跨境电商合作体系提供强大动能。在第四次工业革命背景下，中国跨境电商企业应积极探索智能化、科学化发展路径，通过多元化品类布局和本地化运营策略，不断优化海合会国家市场结构，提升品牌认知度，进一步在精准营销、智能供应链管理、全链条服务效率等领域实现突破。与此同时，技术驱动和模式创新不断拓展中海跨境电商的数字化和智能化应用场景，不仅推动物流网络、支付体系和用户服务的智慧化升级，还助力其在风险管理、合规运营、差异化产品开发及电商人才培养等方面取得突破，这为中海跨境电商高质量发展注入源源不断的动力。

随着高科技的不断进步，数字经济和实体经济的深度融合正加快推进全球经济的转型，为新质生产力赋能跨境电商提供了全新的发展维度与前景。这一趋势有助于巩固中海合作在数字经济时代的竞争优势，引领中海跨境电商向数字贸易升级，在传统的线下能源贸易存量基础上做大跨境电商贸易新增量，为“全球南方”国家贸易数字化转型和“一带一路”高质量发展树立创新示范。

（责任编辑：樊小红 责任校对：詹世明）

^① 《中阿数据安全合作倡议》，载中国政府网：https://www.mfa.gov.cn/web/ziliao_674904/1179_674909/202103/t20210329_9180823.shtml，2024-12-15。