

数字贸易对佛山市制造业跨境电商价值链跃升的影响研究

孙俊

广州工商学院 商学院 广东广州 511363

摘要: 本文以佛山市制造业为研究对象,探讨数字贸易对区域制造业跨境电商价值链跃升的影响。研究指出,数字贸易通过技术赋能、平台协同、服务延伸与制度创新等路径,推动佛山制造业从低附加值的生产环节向高附加值的创新与品牌环节转型。文章进一步分析了数字化转型中存在的结构性问题,并从政府、企业、平台与人才培养四个层面提出优化建议,以期为区域制造业数字化升级与高质量发展提供理论参考与实践启示。

关键词: 数字贸易; 制造业转型; 跨境电子商务; 价值链跃升; 佛山市

一、数字贸易与制造业价值链跃升的关系解析

(一) 数字贸易的内涵与特征

数字贸易是指以数据为核心生产要素、以数字技术为支撑、以跨境网络平台为主要载体的贸易新形态。与传统贸易相比,数字贸易突破了时间与空间的限制,重构了国际贸易的组织方式与价值创造模式。它依托大数据、人工智能、云计算、区块链等技术,实现了信息流、资金流、物流的高效整合,使得生产、流通、销售和服务环节均可以在数字空间中实现连接与协同。

在数字贸易体系中,数据成为新的“生产资料”,平台成为资源配置的核心节点,算法成为交易效率的决定性因素。数字贸易通过网络化、平台化、智能化的方式,大幅降低了交易成本,扩大了市场半径,推动了全球价值链分工的再调整。

(二) 制造业价值链跃升的内涵与关键环节

制造业价值链跃升,是指制造业主体在全球分工体系中通过提升核心能力和拓展高附加值环节,实现由加工装配向研发设计、品牌塑造与服务延伸转变的动态过程。其本质是生产结构与产业定位的系统性优化,体现了制造业由“成本驱动”向“创新驱动”、由“生产导向”向“价值导向”的演化趋势。传统制造业依赖要素成本与规模优势,受制于技术与品牌壁垒,长期处于价值链中低端。

价值链跃升的关键在于通过技术进步、管理创新与市场拓展实现内涵式升级。企业通过强化研发与工艺优化,推动从被动生产向自主创新转变;同时延伸至设计研发、品牌营销与服务运营,构建“研发—制造—服务”一体化体系。通过品牌与渠道创新提升国际市场控

制力,实现由“制造参与”向“价值主导”的跃升,这一过程标志着产业结构与竞争优势的整体重塑。

(三) 数字贸易与价值链跃升的耦合机制

数字贸易与制造业价值链跃升之间存在紧密的耦合关系。首先,数字贸易的技术特征为制造业升级提供了新动力。大数据与人工智能的应用,使企业能够精准洞察市场需求,优化产品设计与生产决策。其次,数字平台的开放性与连接性降低了企业进入国际市场的门槛,为中小制造企业“出海”创造了条件。再次,数字贸易通过重构供应链与分销体系,推动了产业链的扁平化与高效化,使得制造企业能够以更低成本实现全球资源配置。

二、佛山市制造业与跨境电商发展的现实基础

(一) 制造业的产业格局与优势特征

佛山市作为中国典型的制造业强市,长期以来在全国产业体系中占据重要地位。其产业门类齐全、体系完备,已形成以家电、陶瓷、机械装备、金属加工、家具及纺织等为主体的多元化产业格局。佛山制造业的显著特征在于产业集聚度高、配套链条完善以及民营经济活跃,呈现出典型的区域产业集群优势。家电产业以美的集团和格兰仕集团为代表,陶瓷产业以新明珠、蒙娜丽莎等龙头企业为核心,机械装备制造领域则拥有较为成熟的零部件供应与协作体系。这种以产业集群为支撑、以龙头企业为牵引、以专业分工为特征的产业组织模式,为跨境电商的兴起与数字贸易的发展奠定了坚实的产业基础与生态支撑。

然而,从价值链结构视角观察,佛山制造业整体仍存在“强制造、弱品牌”的结构性短板。相当一部分中

小企业仍停留在OEM（代工生产）或ODM（贴牌制造）阶段，产品技术含量偏低，核心知识产权积累不足，品牌塑造与高端市场开拓能力有限。

（二）跨境电商发展现状与趋势

近年来，佛山市积极响应国家数字经济发展战略，依托产业基础优势与政策机遇，加快建设跨境电子商务综合试验区，推动制造业企业借助数字化平台拓展国际市场空间。阿里巴巴国际站、亚马逊、速卖通、eBay、Shopee等全球主流跨境平台成为佛山制造业“出海”的主要渠道，助力本地企业突破传统外贸的地域与渠道限制，实现从线下贸易向线上贸易的结构性转型。从产业分布来看，家电、照明、陶瓷、卫浴、家具等传统优势行业在跨境电商领域表现尤为突出，形成了产业集聚与品牌输出并重的良性格局；从出口模式观察，B2B业务仍占主导地位，但B2C模式的增长速度显著加快，越来越多的制造企业通过建设独立站、自主品牌与海外仓网络，直接触达终端消费者，实现了从“代工出口”向“品牌出海”的转型。整体而言，佛山跨境电商生态正逐步形成以“制造为基础、平台为核心、物流为支撑、服务为延伸”的产业链体系，数字贸易正成为推动佛山制造业高质量国际化与价值链跃升的关键引擎。

（三）数字基础设施与政策支撑体系

佛山市在数字经济基础设施建设方面起步较早，发展布局较为系统。依托制造业基础与产业集聚优势，佛山加快推进5G网络、工业互联网、跨境电商园区及综合服务平台建设，完善数字化底座，推动制造业向数据驱动与智能决策方向升级。以美的集团、志高空调等龙头企业为代表，其智能工厂已实现生产流程的全链路数据化与智能化，形成“智能制造—跨境电商—数字服务”融合发展的典型样本。

三、数字贸易推动佛山市制造业价值链跃升的主要路径

（一）技术赋能路径：从生产数字化走向产业智能化

数字贸易的迅速发展正在重塑制造业的生产逻辑，使其从传统的信息化阶段迈向以数据驱动与智能决策为特征的智能化阶段。依托工业互联网、人工智能与云计算等核心技术，制造企业能够实现订单、生产、仓储与物流等环节的全流程数字化管理，从而在资源配置效率、生产响应速度与成本控制能力等方面实现显著提升。美的集团建设的“数字孪生工厂”通过与跨境电商平台的系统对接，实现了订单信息的实时传输与动态排产，形

成以自动化生产和柔性制造为核心的智能制造体系，有效缩短交货周期并满足多样化、定制化的市场需求。

（二）平台赋能路径：从单一交易走向生态协同

数字贸易平台作为全球资源配置与产业协同的核心枢纽，正重塑制造业的外贸组织模式与价值创造路径。佛山制造业企业的参与方式已由早期的“借船出海”转向以平台为核心的“共建生态”，这一转变标志着企业在数字经济体系中的角色重构。以“阿里巴巴国际站—佛山家电产业带”为例，平台功能已从单纯交易扩展至数据分析、流量分配、信用保障、跨境支付与品牌推广等综合服务，助力企业实现精准获客与高效营销，显著提升了市场响应与资源配置效率。

（三）服务延伸路径：从产品输出走向解决方案输出

传统制造业的价值创造长期集中于产品生产环节，而数字贸易的兴起正在促使制造业从“产品导向”向“服务导向”和“解决方案导向”转型。数字化工具的广泛应用，使企业能够将设计、生产、物流、销售与售后等环节整合为一体化的价值服务体系，从而实现从单一产品输出到系统化解决方案输出的跨越。以佛山的家具与陶瓷产业为例，企业通过引入虚拟现实（VR）与三维建模技术，为海外客户提供线上选型、空间模拟及个性化定制服务，显著提升了客户参与度与交易效率；家电制造企业则利用物联网设备实现远程监测、故障预警与售后维护，通过持续互动提升用户体验与品牌忠诚度。

这种由数字贸易驱动的服务延伸，不仅强化了企业与客户之间的关系黏性，也有效拓展了价值创造的边界，推动制造业从“产品竞争”走向“服务竞争”与“体验竞争”。随着数据分析与智能服务的深入应用，企业在价值链中的定位逐渐由“生产型组织”向“服务型与知识型组织”转变，形成以数据驱动、服务增值与知识创新为核心的可持续盈利模式。这一转型标志着佛山制造业正通过数字贸易实现由要素驱动向价值驱动的内涵式升级。

（四）制度创新路径：从政策支持走向规则引领

数字贸易的健康发展离不开制度创新的系统保障。佛山市在推动数字贸易与制造业融合发展的过程中，始终将制度创新作为关键支撑环节，积极探索跨境结算便利化、电子单证流转、税收减免、知识产权保护及数字合规监管等多维度制度安排，不断完善数字贸易的制度供给体系。其中，南海区率先建设的“跨境电商单一窗口”服务平台，实现了订单、支付、报关、退税等环节

的系统联通与数据共享，大幅提升了通关效率与贸易便利化水平，为区域制造业企业参与国际市场提供了制度性保障。

同时，佛山市在区域数字经济治理体系中逐步具备规则引领能力。通过积极参与粤港澳大湾区数字经济协同机制建设，佛山在数字身份认证、数据安全标准化、跨境信息互信及平台治理等方面积累了可推广的实践经验。地方政府在制度创新与政策协调中发挥了“先行试验—区域扩散—标准引领”的作用，为佛山制造业企业在国际数字贸易规则竞争与价值链再分工中赢得了更大主动权。由此，佛山正从政策扶持的“制度追随者”逐步转向制度供给与规则创新的“区域引领者”，展现出在数字贸易治理体系中的结构性跃升。

四、数字贸易赋能下佛山市制造业价值链跃升的成效与问题

（一）显著成效

1. 产业附加值水平明显提升

在数字化转型与跨境电商融合发展的推动下，佛山制造业的产品附加值显著提升。数字贸易重塑了制造业的价值创造方式，使企业逐步摆脱对低成本代工的依赖，转向以技术创新和品牌运营为核心的高附加值竞争。家电、陶瓷等传统支柱产业借助跨境电商平台的数据分析与消费者反馈机制，在产品的设计阶段即导入差异化与定制化理念，从而提升了产品的技术含量和市场适配性。

同时，企业通过独立站建设、海外仓布局及本地化营销网络实现品牌出海，完成了由OEM向自主品牌出口的战略转型。数字化技术的嵌入还优化了生产与管理环节，通过工业互联网与大数据分析实现精准调度与质量控制，进一步增强了价值链的创造能力。总体来看，佛山制造业正在由“成本优势”向“价值优势”转变，形成以数字贸易驱动的内涵式增长路径。

2. 创新能力与品牌影响力增强

数字贸易的兴起显著强化了佛山制造业企业的创新驱动与品牌塑造能力。借助跨境电商平台的大数据分析与智能算法，企业能够精准捕捉海外市场需求与消费行为特征，将实时数据反馈融入产品研发与设计改进中，实现由经验导向向数据导向的创新转型。这种基于数字信息的市场洞察机制，推动企业在技术研发、产品功能优化与工艺革新方面持续投入，形成以创新驱动为核心的竞争优势。

与此同时，数字贸易平台为佛山企业提供了全球化

品牌传播的新渠道。企业通过社交媒体、跨境直播、独立站及内容营销等多元化方式进行品牌叙事与形象塑造，显著提升了品牌的国际能见度与市场认同度。美的、蒙娜丽莎等代表性企业已实现从“制造品牌”向“文化品牌”的跃升，在国际市场中逐步形成稳定的品牌影响力与溢价能力。由此，佛山制造业的竞争重心正由单纯的产品输出转向以创新能力和品牌价值为核心的综合竞争力构建。

3. 市场空间不断拓展

依托数字贸易平台的全球网络效应，佛山制造业企业的国际市场布局显著拓展。数字贸易突破了传统外贸在地域、渠道和信息上的限制，使企业能够以更低成本实现对多元市场的精准触达。在东南亚等传统优势市场保持稳定增长的同时，欧洲、美洲及中东等新兴市场逐渐成为出口的新增长极，产业外向型格局由区域集中型向全球分布型转变。

数字贸易平台的应用还优化了市场进入路径与资源配置方式。通过跨境电商平台的数据分析与智能匹配机制，企业能够快速识别目标市场的需求特征与消费偏好，灵活调整产品结构与营销策略，从而实现高效的市场渗透。此外，数字化交易模式显著降低了中间环节成本与汇率风险，增强了企业在复杂国际环境下的韧性与抗风险能力。总体来看，数字贸易正在推动佛山制造业从“市场跟随型”向“市场主导型”转变，企业国际化的广度与深度均实现了实质性跃升。

4. 产业生态体系逐步完善

随着数字贸易体系的深化发展，佛山市逐步形成了由政府、平台、企业与专业服务机构多主体协同构建的数字贸易生态系统。政府在顶层设计与政策供给方面发挥引导作用，通过制度创新和公共服务平台建设，为产业数字化转型营造良好环境；平台企业在资源整合与技术赋能上充当核心枢纽，推动产业链、供应链与创新链的协同联动；制造企业则在生产、营销与品牌环节积极应用数字技术，实现价值链的纵向延伸与横向拓展；同时，跨境物流、数字金融、品牌运营与数据服务等配套环节不断完善，形成了支撑制造业可持续升级的系统性生态。

这一多层协同的生态体系有效促进了信息流、资金流与物流的高效耦合，显著提升了区域产业的综合竞争力与创新活力。通过数字贸易生态的内生演化，佛山制造业逐步实现了由单点突破向系统集成、由分散创新向

协同创新的转变，为价值链持续跃升提供了稳定而持久的动力。

（二）主要问题

1. 中小企业数字化转型不足

尽管佛山制造业整体数字化水平持续提升，但中小企业在数字化转型过程中仍面临显著瓶颈。受资金投入能力、技术储备与人才支撑不足等因素制约，相当一部分中小企业仍停留在传统外贸或OEM（代工）阶段，数字化改造意愿与实施能力相对有限。多数企业在生产管理、订单处理、客户服务等环节尚未实现系统化数字运营，对云计算、数据分析、跨境电商运营等数字工具的掌握程度较低，难以形成与龙头企业相匹配的协同创新能力。

此外，中小企业普遍存在对数字化投资回报周期认知不足、数字安全意识薄弱、外部技术服务体系不健全等问题，导致转型动力不足、路径选择不清。由此，区域制造业数字化升级呈现出明显的结构性不平衡：一方面龙头企业通过数字化实现高质量增长，另一方面大量中小企业仍处于价值链低端，未能充分参与数字贸易带来的增值环节。这种“数字分化”趋势在一定程度上削弱了佛山制造业整体的创新协同与价值链跃升速度。

2. 平台规则话语权缺乏

在全球数字贸易体系中，平台规则的制定权与治理能力已成为决定企业竞争地位的重要因素。然而，佛山制造业企业在参与国际主流跨境电商平台的过程中，仍以入驻型卖家为主，缺乏对平台制度与交易规则的主导权。由于对平台的高度依赖，企业在市场定价、客户获取及品牌推广等方面受制于平台算法与政策调整，议价空间有限，利润率长期处于压缩状态。部分企业虽然通过投放广告或优化店铺运营提升曝光度，但仍难以摆脱“平台流量红利”向“平台成本依赖”转化的困境。与此同时，自主平台建设投入高、周期长，制约了企业在平台之外形成独立竞争力的能力。这种规则参与度不足与平台依附性过强的结构性矛盾，削弱了佛山制造业在全球数字贸易体系中的议价能力与长期利润稳定性，不利于其在价值链高端环节的持续嵌入与提升。

3. 数据安全与合规风险突出

随着跨境数据流动的规模与频率不断提升，佛山制造业企业在数字贸易过程中面临的数据安全与合规风险日益凸显。跨境电商交易中涉及大量企业经营数据、客户隐私信息及供应链核心数据，而不同国家和地区在数

据主权、隐私保护与网络安全监管方面的法律体系差异显著，导致企业在数据传输、存储与使用环节易触及合规边界。部分企业由于缺乏系统的合规管理机制与专业技术支持，存在数据泄露、违规收集与信息滥用等潜在风险，增加了运营不确定性与法律责任成本。

与此同时，知识产权保护与数字内容合规问题也逐渐成为制约企业“出海”的重要障碍。佛山部分制造企业在品牌建设及产品创新过程中，对海外专利、商标及版权制度了解不足，容易在国际市场上遭遇侵权指控或被动维权困境。再加之欧美等主要经济体陆续强化数字贸易监管、隐私保护及跨境数据审查政策，进一步加剧了企业的法律与政策壁垒。总体而言，数据安全与合规治理已成为佛山制造业数字化国际化过程中亟需强化的关键环节，其治理水平将在相当程度上影响企业在全域数字贸易体系中的持续竞争力与信誉积累。

五、推进佛山市制造业跨境电商价值链跃升的策略建议

（一）政府层面：完善数字贸易生态与政策支撑体系

政府在推动数字贸易与制造业融合发展中应发挥顶层设计与制度供给的引领作用，构建具有区域特色的数字贸易发展框架。一方面，应加快数字基础设施建设，推动工业互联网、跨境电商园区与数据交易平台的互联互通，形成覆盖研发、生产、交易与服务的数字化基础网络，为制造业价值链跃升提供硬件支撑。另一方面，应建立完善的数字贸易统计与监测体系，强化数据采集、分析与反馈功能，为政府决策、政策评估及企业布局提供科学依据。

同时，应完善跨境结算、电子支付、数据安全与隐私保护等配套法规，提升数字贸易环境的透明度与法治化水平，营造公平、可预期的营商环境。此外，佛山应积极融入粤港澳大湾区数字经济一体化建设，推动区域间在标准体系、监管机制与政策规则方面的协调联动，形成“跨区域协同、制度互认、要素共享”的一体化发展格局，从而为数字贸易生态的持续优化与制造业高质量发展提供坚实制度保障。

（二）企业层面：加速数字化转型与品牌国际化

佛山制造业企业应主动拥抱数字化变革，将数字技术视为提升核心竞争力与重塑价值链结构的关键动能。首先，应加快企业内部信息系统的数字化升级，通过整合ERP、CRM、MES等管理系统，实现生产、销售与客户管理的一体化运作，推动决策流程的数据化与精细化

管理,从而提升运营效率与资源配置能力。其次,应强化品牌建设及海外营销能力,依托社交媒体、独立站、跨境直播及内容营销等新兴渠道,构建多语种、多平台的品牌传播体系,提升国际市场中的品牌识别度与影响力。

企业应加大海外仓建设与本地化服务网络布局,完善售后支持体系与供应链末端配送能力,以增强客户体验和市场响应速度,提升国际业务的持续性与粘性。最后,应充分利用数字贸易平台的大数据资源,通过市场洞察与数据分析驱动产品创新,精准识别消费趋势与差异化需求,形成以技术创新与品牌价值为核心的竞争优势。通过数字化转型与品牌国际化的协同推进,佛山制造业企业有望实现由“制造输出”向“价值输出”的战略跃升。

(三) 平台层面: 优化资源配置与赋能中小企业

跨境电商平台在推动佛山制造业价值链跃升中发挥着核心枢纽作用,其功能已从单一的交易撮合转向产业协同与创新赋能的综合服务体系。首先,应加大对中小企业的培训与流量扶持力度,帮助其提升数字化运营能力与跨境市场拓展水平。平台可通过提供数据分析、市场洞察与智能选品等增值服务,降低中小企业的进入门槛与试错成本,促进其在国际市场中的快速成长。

不断完善信用评价体系与知识产权保护机制,建立覆盖企业注册、交易履约、售后服务等环节的全链条信用记录,增强市场信任与交易安全。同时,应强化平台对原创设计、品牌内容的版权保护与侵权追溯机制,营造公平竞争的数字贸易环境。鼓励平台企业与地方政府共建产业数字化服务中心,依托数据资源与产业集群优势,打造集品牌孵化、海外推广、跨境支付与供应链金融为一体的服务体系,为中小企业提供全生命周期的数字化赋能。

结论

数字贸易的兴起为佛山市制造业的转型升级提供了

前所未有的机遇。它不仅重塑了传统制造业的生产逻辑与商业模式,更推动了产业链从“制造驱动”向“数据驱动”的深度变革。通过数字技术的赋能、平台生态的协同以及制度创新的保障,佛山制造业正在逐步实现从“成本优势”向“价值优势”、从“生产导向”向“创新导向”的跨越。

未来,佛山应继续以数字贸易为牵引,加快制造业与数字经济的深度融合,构建开放、智能、绿色的产业体系,打造具有全球影响力的数字制造高地。通过强化政府引导、企业创新、平台赋能与人才支撑的多维合力,佛山市有望在新一轮全球产业竞争中实现价值链的全面跃升,形成以“数字贸易推动制造业高质量发展”的区域典范。

参考文献

- [1]陈娟: 跨境进口电商直播营销策略研究[J]. 老字号品牌营销, 2022(16): 27-29.
- [2]黄炫洲: 中国出口企业开展跨境直播营销的难点剖析及解决方案[J]. 投资与创业, 2022, 33(14): 44-46.
- [3]谭名钧: 佛山市小微企业跨境电商营销现状与策略研究——以佛山机电行业为例[J]. 国际公关, 2019(09): 289-290.
- [4]余东华. 制造业高质量发展的内涵、路径与动力机制[J]. 产业经济评论, 2020(01): 13-32.
- [5]李春梅. 中国制造业发展质量的评价及其影响因素分析——来自制造业行业面板数据的实证. 经济问题, 2019(08): 44-53.
- [6]任保平, 王子月. 数字新质生产力推动经济高质量发展的逻辑与路径. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2023(06): 23-30.
- [7]王琴梅, 杨军鸽. 数字新质生产力与我国农业的高质量发展研究. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2023(06): 61-72.