

跨境电商进口对消费扩容的影响效应研究

蒲鑫

江苏大学财经学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年12月2日; 录用日期: 2024年12月13日; 发布日期: 2025年1月23日

摘要

推动居民消费的增长和升级是我国经济工作的重点, 跨境电商零售进口作为连接国内消费者与全球市场的纽带, 其对居民消费的影响日益受到重视。本文在理论分析基础上聚焦于跨境电商进口对中国居民消费规模的影响, 利用2013~2022年30个省级数据, 通过固定效应模型分析发现跨境电商进口显著促进了居民消费规模扩大, 且这一效应在控制内生性后依然稳健。研究还表明, 城镇化水平强化了跨境电商进口对消费的正面影响, 而居民收入有一定的替代效应。跨境电商进口尤其在东部地区推动了消费增长, 且更倾向于促进生存型和享受型消费, 而对发展型消费的比重有所下降。基于研究结果, 本文提出了相应的政策建议, 旨在为跨境电商进口业务的发展和居民消费的扩张提供参考。

关键词

跨境电商进口, 居民消费, 消费扩容, 机制研究

Research on the Impact Effect of Cross-Border E-Commerce Imports on Consumption Expansion

Xin Pu

School of Finance and Economics, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Dec. 2nd, 2024; accepted: Dec. 13th, 2024; published: Jan. 23rd, 2025

Abstract

Promoting the growth and upgrading of consumer spending is a priority in China's economic work. As a link between domestic consumers and the global market, cross-border e-commerce retail imports are increasingly valued for their impact on consumer spending. This paper, based on the theoretical analysis of the impact of cross-border e-commerce imports on the scale of consumer spending,

文章引用: 蒲鑫. 跨境电商进口对消费扩容的影响效应研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 2879-2889.

DOI: 10.12677/ecl.2025.141362

conducts an empirical analysis using a fixed effects model with data from 30 provinces, municipalities, and autonomous regions from 2013 to 2022. The research findings are as follows: Firstly, the current cross-border e-commerce imports significantly promote the expansion of consumer spending in China, a conclusion that still holds after a series of robustness tests including endogeneity. Secondly, the level of urbanization significantly strengthens the promoting effect of cross-border e-commerce imports on consumer spending, while resident income shows a certain substitutive effect. Lastly, in terms of consumption types, cross-border e-commerce imports have promoted the growth of survival and enjoyment consumption, with the proportion of survival consumption increasing and the proportion of development consumption decreasing; in terms of regional distribution, cross-border e-commerce imports have a positive effect on the expansion of consumer spending in the eastern regions. Based on the research results, this paper puts forward corresponding policy recommendations, aiming to provide references for the development of cross-border e-commerce import business and the expansion of consumer spending.

Keywords

Cross-Border E-Commerce Imports, Resident Consumption, Consumption Expansion, Mechanism Study

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言与文献综述

2021 年，商务部联合工业和信息化部、海关总署等六部门共同发布了《“十四五”电子商务发展规划》，强调了数字化创新体系的构建和电子商务科技动力的提升，旨在推动电子商务和跨境贸易向数字化、智能化、绿色化转型。近年来，我国跨境电商行业快速发展，海关总署的数据显示，2023 年，我国跨境电商进出口总额达 2.38 万亿元，同比增长 15.4%，其中出口金额达 1.83 万亿元，增长 19.6%；进口金额为 5483 亿元，增长 3.9%。我国跨境电商生态环境的不断优化下，用户规模也得到了扩大。商务部数据显示，2023 年，我国参与跨境电商进口的消费者达到 1.63 亿人，外贸实绩企业近 65 万家，其中超 10 万家涉及跨境电商业务，社会消费品零售总额创新高，消费对经济增长贡献率超 80%，强化消费在国民经济中的基础作用。

然而，我国经济增长的传统低成本优势不再，需调整增长动力。作为世界第二大经济体，我国经济与全球价值链深度融合，但面临世界经济复苏乏力、民粹主义泛滥、经贸摩擦增多等挑战。海关总署数据显示，2023 年我国进出口总值同比仅增长 0.2%，传统贸易对经济复苏的刺激作用较为有限。自 2020 年起，中央政府制定并实施了一系列政策以刺激国内需求和促进消费。2022 年底，中央政府发布了《扩大内需战略规划纲要(2022~2035 年)》，其中不仅提出了扩大内需的具体措施，还特别指出最终消费是经济增长的持久动力，并强调顺应消费升级趋势，培育新型消费。在多项政策推动下，我国居民的消费意愿得到了一定程度的提升。国家统计局报告中显示，2023 年，社会消费品零售总额达到了 47.1 亿元，同比增长 7.2%。然而，值得注意的是，我国居民的储蓄率仍然较高。央行公布的金融统计数据显示，2023 年上半年，我国住户部门向银行系统存入的资金高达 11.91 万亿元，同比增长了 15.3%。未来，进一步促进居民消费仍然是我国经济工作的一个重点方向。

跨境电商进口通过提供多样化和差异化的商品选择，降低了消费成本，并提升了消费品质，间接促

进了收入水平的提升。此外，跨境电商进口不仅提升了供给质量，挖掘了潜在的消费需求，还在长期内推动了居民消费习惯的变革。海外品牌的引入丰富了国内消费市场，而跨境电商的数字化商业模式为消费者带来了全新的购物体验，使得“足不出户、购遍全球”成为新时代人民美好生活的重要组成部分。那么，跨境电商进口能促进居民消费规模吗？如果能，其作用机理是什么？是否存在异质性影响？

目前学术界对跨境电商进口与居民消费关系的研究主要围绕三个核心领域：影响效应、作用机制和影响因素。

其一，跨境电商进口对居民消费的影响效应。在消费规模维度，学界普遍认可其具有扩张促进作用，后续聚焦异质性影响。在地区异质性上，彭涪皓(2024)基于 2017~2021 年 30 个省级样本研究，证实正向溢出且存在区域差异[1]。赵昕(2024)构建“消费活力”指标，发现跨境电商进口对试点地区家庭消费的提升，农村、“小城市”效果更显著[2]。张雪鹏(2023)基于 2011~2020 年面板数据，揭示中部与东部呈“倒 U”型关系[3]。在消费结构异质性上，因研究方法指标选取有别，学界观点多元，有抑制、促进及非线性关系三种看法。唐学朋(2023)根据 CHFS 问卷数据，表明综试区试点城市家庭总消费及发展型消费提升显著[4]；高笑(2022)按三类消费划分，指出跨境电商进口对部分消费类型促进，而部分不显著[5]；张赠富(2022)实证发现跨境电商进口对消费扩容正向影响显著，但对不同非生存型消费占比群体，影响各异[6]。

其二，跨境电商进口对居民消费的作用机制。在中介作用层面，黄河(2022)认为跨境电商发展会通过贸易中介渠道对中国居民消费产生影响[7]。彭涪皓(2024)的研究揭示，跨境电商通过丰富消费选择、提升消费品质、压缩消费成本与提高实际购买力等渠道促进居民消费[1]。朱峥(2023)认为市场分割现象会阻碍居民消费规模扩大和消费结构改善，还会以消费价格为中介产生间接负面影响，而电子商务有利于平抑价格波动，降低市场分割程度[8]。在直接或间接作用层面，宋颜群(2023)认为失业率下降、收入和储蓄提升分别是跨境电商改革提高地区家庭消费的间接和直接影响渠道[9]；唐红涛等(2021)认为跨境电商进口既能通过市场和企业直接影响居民消费，也能利用就业和产业间接作用于居民消费[10]。在调节效应层面，唐学朋(2023)发现跨境电商主要通过丰富消费渠道、改善家庭就业状况和纾解流动性约束来促进居民消费[4]。

其三，消费扩容的影响因素。在经典的“收入-消费”理论下，学界普遍认同工资性收入是影响居民消费的关键因素。张青(2023)发现“营改增”从供需两端刺激居民消费[11]。收入分配公平共享是共同富裕工程促进居民消费升级的路径之一，收入效应可以推动非同质消费者在国内商品和进口商品之间的偏好转换(龙少波 2023, Desi 2023, Andrews 2022, 苏冬蔚 2021, Bems 2016)[12]-[16]。内需是我国经济发展的源泉，城镇化建设作为助力内需增长的最大潜力，也是学术界关注的焦点话题。刘莹(2023)指出城乡财富差距影响消费平衡性[17]。张宁(2022)通过实证研究发现，针对于居民消费，新型城镇化的促进作用强于人口老龄化的抑制作用[18]。信息技术为传统的消费模式带来革新，优化了居民的消费体验，提升了交易效率，姜奇平(2023)、宁文泽(2022)、Priscilla(2021)等学者认为其是促进居民消费扩容升级的重要因素之一[19]-[21]。此外，少儿抚养比[22]、家庭购房支出[23]、政府财政支出[24]等也影响居民消费扩容。

从总体上看，尽管已有部分研究探讨了跨境电商进口对居民消费的影响，但仍存在若干研究空白。首先，实证分析相对欠缺。由于数据获取的限制，大多数研究倾向于对跨境电商对居民消费影响进行定性分析或理论探讨，而在有限的实证研究中，一些学者仅通过基础的回归分析或中介效应测试就断定变量间的因果联系，这在实证逻辑上可能存在缺陷。其次，对影响机制的探讨不够深入。许多文献集中讨论了跨境电商进口对居民消费的影响效果，但对于其具体作用机制的深入研究相对较少，导致提出的政策建议往往较为宏观，缺乏针对性和可操作性，需要进一步细化和完善。

鉴于此，本文结合理论分析，基于 2013~2022 年间 30 个省、市、自治区的面板数据，建立固定效应模型研究跨境电商进口对消费扩容的影响效应及其作用机理，并深入探讨居民收入与城镇化在其发挥的

调节作用,对比分析不同消费类型与区域分布的异质性,不仅为学术界提供了新的视角,有助于深化对居民消费扩容的理解,而且为政府根据实际情况制定跨境电商政策和促进消费的措施提供了理论支持。

2. 模型设定与变量选取

2.1. 模型设定

为了探究跨境电商进口对居民消费规模的影响,并检验居民收入与城镇化水平的调节作用,整理了2013~2022年间中国大陆30个省级行政区的数据(不包括台湾、西藏、香港和澳门)。通过豪斯曼检验确定采用固定效应模型进行分析,针对消费规模构建了基础回归模型,并运用交乘项方法检验了居民收入和城镇化水平的调节效应。

$$Sca_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 CBEC_{it} + \alpha_2 C1_{it} + \mu_i + \tau_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

上式中, Sca_{it} 表示消费规模, $CBEC_{it}$ 表示跨境电商进口规模, $C1$ 为影响居民消费规模的控制变量组, μ 为地区固定效应, τ 为时间固定效应, ε 为随机扰动项。

$$Sca_{it} = \alpha_{s_1} + \alpha_{s_2} CBEC_{it} + \beta_1 CBEC_{it} * I_{it} + \beta_2 I_{it} + \alpha_{s_3} X_{it} + \mu_i + \tau_t + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

$$Sca_{it} = \alpha_{s_4} + \alpha_{s_5} CBEC_{it} + \beta_3 CBEC_{it} * U_{it} + \beta_2 U_{it} + \alpha_{s_6} X_{it} + \mu_i + \tau_t + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

其中, I_{it} 表示居民收入, U_{it} 表示城镇化水平, (2)、(3)式分别检验居民收入、城镇化在跨境电商进口影响居民消费规模过程中的调节效应。

2.2. 变量选取

2.2.1. 被解释变量

文章的被解释变量是居民消费规模。参考学界现有研究,文章采用城镇居民人均消费支出额来衡量消费规模。

2.2.2. 解释变量

文章的核心解释变量是跨境电商进口规模。首先,参考张锡宝(2020)的思路[25],使用“国际及港澳台快递收入”作为衡量跨境电子商务规模的近似指标,再引入“境内目的地和货源地进出口总额”和“有电子商务交易活动的企业数”两个指标,对跨境快递收入进行分解,以反映各省对外贸易和电商经营主体规模对跨境电商的影响,通过这种方式,可以在更精确的尺度上替代跨境电商规模这一指标,公式如下:

$$Package_{it} = \alpha + \beta Company_{it} + \gamma Trade_{it} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

进行回归处理后,各省的跨境电商规模表示为“ $\beta Company_{it} + \gamma Trade_{it}$ ”。之后,沿用唐红涛的方法,通过使用权重来区分跨境电商进口与出口规模[10],设置各省“境内目的地进口总额”与对应“进出口总额”之比为权重,再将跨境电商规模的替代指标乘以该权重,最终实现对跨境电商进口规模的近似替代。

2.2.3. 调节变量

参考既有文献确定了跨境电商对居民消费的两个潜在作用机制:居民收入与城镇化水平。由于城乡统计口径不同,选取城镇居民人均可支配收入衡量居民收入。各省市直接公布的城镇化率存在明显年份缺失,故采用年末城镇常住人口占总人口的比重进行替代。

2.2.4. 控制变量

考虑到居民消费影响因素复杂,为了保证回归结果的稳健性,减少由于变量遗漏造成的误差,基于

既有研究，采用逐步回归法筛选控制变量，见表 1。

2.3. 数据说明

数据来源包括国家统计局、商务部、各地邮政管理局、EPS 数据库以及网经社电子商务研究中心的电商大数据库，同时参考了公开发布的数据、《中国电子商务报告》、地方统计年鉴、地方国民经济和社会发展统计公报以及地方邮政行业发展统计公报。对于缺失数据，运用了线性插值、回归填补以及近似平均等多种有效的替代方法。数据筛选和替代完成后，进一步进行了 1%水平缩尾处理。在实证运算中，对全体数据进行标准化处理。另外，对于调节效应模型交乘项涉及的变量，为了避免多重共线性问题，对有关变量进行中心化处理后再生成交乘项，使其更符合模型的假设条件。变量的描述性统计见表 2。

Table 1. Control variable table
表 1. 实证模型控制变量表

变量名称	所属模型	衡量指标	符号	单位
财政支出	消费规模	财政一般预算支出增长率	gov	
经济增长	消费规模	人均生产总值增长率	gdp	
贸易开放程度	消费规模	进出口总额占地区生产总值比重	open	%
老龄化程度	消费规模	65 岁以上人口占总常住人口比重	old	
产业结构升级	消费规模	第三产业增加值占第二产业增加值比重	inds	

资料来源：作者整理。

Table 2. Descriptive statistical results
表 2. 描述性统计结果

变量类型	变量名称	样本数量	均值	标准差	最小值	最大值
被解释变量	sca	298	24,087	7034	13,670	47,446
解释变量	cbec	298	301,313	369,936	4987	1,653,034
调节变量	i	298	36475	11983	20708	81971
	u	298	61.36	11.34	40.38	89.34
	gdp	298	0.0823	0.0412	-0.0237	0.195
	old	298	0.114	0.0282	0.0695	0.183
控制变量	open	298	0.243	0.235	0.0116	1.112
	gov	298	0.0742	0.0626	-0.112	0.269
	inds	298	1.424	0.755	0.713	5.126

资料来源：作者基于 Stata17 输出结果整理。

3. 结果与分析

3.1. 基准模型回归结果分析

使用 Stata17 分别对模型(1)进行双向固定效应回归估计，结果见表 3。跨境电商进口规模对居民消费规模具有显著正向影响。列(1)结果显示，跨境电商进口规模对居民消费的影响系数为 0.4625，在 1%水平下显著，且在列(2)加入控制变量后显著性不变。

作为对外贸易的新形态，跨境电商进口充分利用了电子商务的便捷性，并在政策的扶持下，显著提升了居民获取海外商品的便捷性。在商品种类方面，跨境电商进口为国内市场带来了更多样化的商品供应，这在很大程度上满足了消费者之前因体制和机制限制而未能实现的消费需求，为居民消费开辟了新的增长空间。在商品价格方面，一些跨境电商进口商品相较于国内同类商品具有更高的单价，这可能导致消费者在购买这些商品时产生更高的交易额，从而促进消费总额的提升。

Table 3. Baseline regression results
表 3. 基准回归结果

variables	(1)	(2)
	sca	sca
cbec	0.4625*** (0.0583)	0.3654*** (0.0584)
gdp		-0.0010 (0.0176)
old		-0.0508 (0.0375)
open		-0.2903*** (0.0635)
gov		-0.0110 (0.0146)
inds		0.2829*** (0.0563)
_cons	-0.0000 (0.0104)	-0.0000 (0.0096)
province FE	yes	yes
year FE	yes	yes
adj. R ²	0.9682	0.9730
N	298	298

注：括号内为标准误差。*、**、***分别表示为在 10%、5%和 1%水平上显著。

3.2. 调节效应检验结果分析

基于基准回归结果，使用 Stata17 分别对模型(2)和模型(3)进行回归，以检验在跨境电商进口拉动居民消费规模提升的过程中，居民收入与城镇化调节效应，回归结果见表 4。其中(1)、(3)列为未加入交乘项的结果，(2)、(4)列为加入交乘项后的结果，“interv_i”、“interv_u”分别为居民收入、城镇化的调节交互项。

(1)和(2)列验证了居民收入的调节效应，居民收入水平能够调节跨境电商进口对居民消费规模的影响。值得注意的是，跨境电商进口这一核心解释变量在未加入交乘项的模型中不显著，但在加入交乘项的模型中变得显著，并且符号从负变为正。这可能是因为居民的可支配收入是实现更高层次消费的基础[26]。因此，当跨境电商进口与居民收入一起回归时，尽管跨境电商进口单独对居民消费规模有显著的促进作

用，但与收入一同考虑时，收入对消费的强烈影响可能掩盖了跨境电商进口的效果。如果将居民收入视为核心解释变量，而将跨境电商进口作为调节变量，可以更深入地解释这一现象。在主效应模型中，居民收入的系数显著为正，表明其对居民消费规模有正面推动作用。当加入交乘项后，交乘项系数为负，表明存在负向调节效应，即跨境电商进口减弱了居民收入对消费规模的正面影响。进一步分析显示，此时跨境电商进口的系数显著为正，说明居民收入与跨境电商进口在对居民消费规模的正面影响中存在一定程度的替代效应，产生了协同效应小于预期的结果。

(3)和(4)列检验了城镇化水平的调节效应，城镇化建设能够调节跨境电商进口对居民消费规模的影响。结果显示，在主效应模型中，跨境电商进口对居民消费规模的正向影响显著，而加入交乘项后，系数仍然显著为正，这表明城镇化建设在跨境电商进口促进居民消费规模提升的过程中起到了加强作用。城镇化建设涵盖了电子商务发展所依赖的基础设施，如道路和网络，同时也吸引了更多的劳动力和投资，为跨境电商的发展提供了支持。通常情况下，城镇化进程中的这些因素能够提高居民的购买力和消费选择，从而增强跨境电商进口对居民消费规模的正面影响。

Table 4. Regression results of moderating effects on consumption scale
表 4. 对消费规模的调节效应回归结果

variables	i		u	
	(1)	(2)	(3)	(4)
cbec	-0.0352 (0.0601)	0.1845** (0.0854)	0.3563*** (0.0614)	0.1134 (0.1064)
i	0.7504*** (0.0683)	0.8492*** (0.0726)		
interv_i		-0.1031*** (0.0284)		
u			-0.0582 (0.1281)	0.1114 (0.1405)
interv_u				0.1703*** (0.0612)
_cons	0.0000 (0.0082)	0.0000 (0.0073)	0.0000 (0.0096)	-0.0000 (0.0097)
control var	controlled	controlled	controlled	controlled
province FE	yes	yes	yes	yes
year FE	yes	yes	yes	yes
adj. R ²	0.9820	0.9838	0.9709	0.9717
N	298	298	298	298

注：括号内为标准误差。*、**、***分别表示为在 10%、5%和 1%水平上显著。

3.3. 异质性检验结果分析

3.3.1. 消费类型

为了探究跨境电商进口对消费的影响在不同消费类型中的差异性，分别整理出生存型、发展型与享

受型三类消费的规模与占比的数据，带入基准模型回归，结果见表 5。

跨境电商进口对居民消费中的生存型和享受型消费有显著的正面促进作用，而对于发展型消费虽然同样呈现正面影响，但其统计显著性并不强。这一现象进一步揭示了跨境电商进口推动消费规模增长的具体途径，即主要通过增加生存型和享受型消费的数量或提高相关商品的客单价，从而带动居民消费规模的整体增长。

当前，跨境电商进口对生存型消费的影响较为显著，它不仅能够增加这类消费的规模，还能提升其在整个消费结构中的比重。这表明跨境电商进口在国内同类生存型消费品市场中起到了重要的补充作用，而非简单的替代。由于跨境电商进口提供了更多样化、更新潮、更优质的基础产品，这有助于挖掘生存型消费的新增长点，从而提高其在消费中的比重。同时，跨境电商进口对享受型产品消费的促进作用也很明显，但这种影响尚未达到提升其在整个消费结构中占比的程度，这暗示着国内享受型消费市场仍有很大的发展潜力。最后，由于跨境电商进口对生存型和享受型产品规模的正面影响，相对地，它可能会减少发展型消费在整体消费中的比重。

3.3.2. 地理区位

为了探讨跨境电商进口对消费影响的区域差异性，本研究根据国家统计局的分类标准，将涉及的 30 个省级样本按地理位置划分为东部、中部、西部和东北部四个区域。东部地区涵盖了北京、河北、天津、江苏、山东、浙江、广东、福建、上海和海南；中部地区包括江西、安徽、湖北、河南、山西和湖南；西部地区的省份有内蒙古、重庆、四川、贵州、宁夏、陕西、甘肃、广西、云南、青海和新疆。通过对这四个区域的消费规模的整理分析，可以深入理解跨境电商进口在不同地区的具体影响，回归结果见表 6。

根据研究结果，跨境电商进口在不同地区的消费影响存在显著差异。东部地区由于消费水平较高和电子商务基础设施完善，跨境电商进口能有效促进消费规模增长。中部地区因人口基数大且消费需求增长快，对跨境电商进口产品的需求也较为旺盛。东北地区面临产业转型和经济发展动能不足的挑战，跨境电商进口可能成为改善生存型消费的选择，但由于东北地区省份较少，可能会放大统计学上的影响。西部地区则因交通等因素导致电商物流成本较高，且地区平均消费水平不足以支撑跨境电商业态的持续发展，目前跨境电商进口对消费的拉动作用不明显。

Table 5. Regression results of consumption type heterogeneity
表 5. 消费类型异质性回归结果

variables	消费规模		
	生存型	发展型	享受型
cbec	0.4965***	0.0224	0.2415**
	(0.0625)	(0.0893)	(0.1053)
control var	controlled	controlled	controlled
province FE	yes	yes	yes
year FE	yes	yes	yes
adj. R ²	0.9672	0.9342	0.9082
N	298	298	298

注：括号内为标准误差。*、**、***分别表示为在 10%、5%和 1%水平上显著。

Table 6. Regression results of geographical location heterogeneity
表 6. 地理区位异质性回归结果

变量	消费规模			
	东部	中部	西部	东北部
cbec	0.2343** (0.1066)	0.1415 (0.1252)	-0.1102 (0.1462)	-0.2884 (0.2393)
control var	Controlled	controlled	controlled	controlled
province FE	yes	yes	yes	yes
year FE	yes	yes	yes	yes
adj. R ²	0.9683	0.9532	0.9395	0.9516
N	99	59	110	30

注：括号内为标准误差。*、**、***分别表示为在 10%、5%和 1%水平上显著。

4. 研究结论与建议

4.1. 研究结论

跨境电商进口对居民消费规模的增长起到了积极作用。城镇化的调节作用表明，它能够增强跨境电商进口对消费扩容的正面影响。同时，分析发现，在居民收入增加推动消费规模增长的同时，跨境电商进口在一定程度上替代了这一作用。此外，跨境电商进口的影响在不同消费类型和地区间表现出差异性。具体来看，东部地区的居民生存型消费规模因跨境电商进口而显著增长，而东北地区的发展型消费则受到了抑制。

4.2. 政策建议

4.2.1. 制定地区差异政策

跨境电商进口对消费的影响存在显著的地域性差异，因此在政策制定时需考虑这一差异，以促进跨境电商与居民消费政策的有效结合。东部地区居民消费水平较高，国内市场供应充足，跨境电商进口商品的竞争力相对较弱，建议在该地区放宽对高品质、特色产品及奢侈品的跨境电商进口限制，减少市场同质化竞争，激发新的消费增长点。中部地区消费升级受跨境电商进口的积极影响，可以通过模式创新引导这一趋势，扩大“即买即提”和“前店后仓”等模式的试点，创造更多贴近生活的进口产品消费场景，并在进口品类上向享受型和高端生存型商品倾斜，以满足中部地区居民的消费需求。东北地区跨境电商进口主要影响生存型商品消费，除了提供高质量的食品和服饰外，可以考虑引入部分性价比高的发展型商品，逐步推动消费升级。西部地区应优先完善电信物流等基础设施，培养消费者对跨境购物模式的接受度。

4.2.2. 提升居民消费能力

跨境电商进口有潜力提高市场供应的质量，但仅凭提供高品质商品还不足以实现居民消费结构的优化。核心在于加强居民的消费能力与信心，实现供需两端的互动。一方面，需要改进收入分配制度，缩小社会收入差异，提升中低收入群体的可支配收入，增强整体消费能力。另一方面，应重视提高居民财产性收入，发展多元化的财富管理和投资途径，提供便捷优惠的消费信贷服务，激励居民将闲置资金投入实体经济和金融市场，促进消费投资，激活消费潜力。同时跨境电商平台应该增加商品品类，满足消费者的多重需求，强化个性化和定制化服务。

4.2.3. 持续完善监管制度

当前跨境电商进口的监管主要依据海关的通知文件执行,尚未形成专门的监管法规,且存在跨部门协调不畅的问题。监管部门为了税制管理和规范行业发展,设定了跨境电商零售进口的人均限额,但实际操作中出现了额度借用、盗用甚至买卖等行为,这要求监管环节的数据监测需进一步加强,提升部门间的协调能力。此外,跨境电商进口的假冒伪劣问题依然存在,进口商品溯源机制未能全面覆盖,消费者在购买前难以辨别商品质量,在购买后维权也相对被动,这一局面需要被解决。针对生存型、发展型和享受型消费,制定差异化政策,如对生存型消费提供税收优惠,对享受型消费加强市场监管。

参考文献

- [1] 彭涪皓. 跨境电商发展对我国居民家庭消费的溢出效应——基于 2017-2021 年家庭追踪调查数据的实证[J]. 商业经济研究, 2024(2): 71-74.
- [2] 赵昕. 跨境电商综合试验区政策的消费活力释放效应分析[J]. 商业经济研究, 2024(3): 146-149.
- [3] 张雪鹏. 跨境电商进口对我国居民消费的非线性影响[J]. 商业经济研究, 2023(9): 57-60.
- [4] 唐学朋, 余林徽, 王怡萱, 等. 跨境电子商务与中国家庭福利——基于家庭消费视角的实证研究[J]. 数量经济技术经济研究, 2023, 40(11): 137-157.
- [5] 高笑. 跨境电商进口对我国国内消费的影响效应及结构异质性分析[J]. 商业经济研究, 2022(12): 56-59.
- [6] 张赠富. 跨境电商进口贸易对居民消费的影响[J]. 商业经济研究, 2022(13): 154-157.
- [7] 黄河. 扩大开放视域下我国跨境电商发展对居民消费的影响效应分析[J]. 商业经济研究, 2022(1): 55-59.
- [8] 朱崢. 新发展格局下市场分割对居民消费的溢出效应——基于消费价格中介效应的检验[J]. 商业经济研究, 2023(11): 59-63.
- [9] 宋颜群, 胡浩然. 发展跨境电商能刺激改革地区的家庭消费吗? [J]. 消费经济, 2023, 39(1): 18-32.
- [10] 唐红涛, 胡婕妤. 跨境电商进口对居民消费的影响: 促进或抑制? [J]. 消费经济, 2021, 37(6): 60-70.
- [11] 张青, 周全林. 双循环新发展格局下税收激励与居民消费扩容提质——来自“营改增”的经验证据[J]. 当代财经, 2023(6): 29-41.
- [12] 龙少波, 李洁雨, 左渝兰. 推进共同富裕对居民消费升级的影响机制研究[J]. 烟台大学学报(哲学社会科学版), 2023, 36(4): 60-75.
- [13] Yuniarti, D., Rosadi, D. and Abdurakhman, (2023) Application Estimator Robust in Unbalanced Panel Data of Indonesian Household Consumption Expenditure. *AIP Conference Proceedings*, Yogyakarta, 27-28 August 2021, Article 050001. <https://doi.org/10.1063/5.0110071>
- [14] Okwae, A., Abotsi, A.K. and Richardson, T.E. (2022) Additional Income and Consumption Expenditure at Retirement in Ajumako-Enyan-Essiam District (AEED) in the Central Region of Ghana. *International Journal of Social Economics*, 49, 1739-1751. <https://doi.org/10.1108/ijse-10-2021-0616>
- [15] 苏冬蔚, 叶菁菁. 收入不平等对家庭消费升级的影响——基于机会不平等与努力不平等的视角[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2021, 45(2): 74-82.
- [16] Bems, R. and di Giovanni, J. (2016) Income-Induced Expenditure Switching. *American Economic Review*, 106, 3898-3931. <https://doi.org/10.1257/aer.20160251>
- [17] 刘莹. 共同富裕背景下城乡居民财富差距对消费不平衡的影响——基于消费规模差距与质量差距的比较[J]. 商业经济研究, 2023(12): 51-54.
- [18] 张宁. 新型城镇化、人口老龄化与居民消费的动态作用研究[J]. 商业经济研究, 2022(6): 58-61.
- [19] 姜奇平, 刘宇洋, 许滨鸿. 产业数字化转型与居民消费结构升级——效应、路径与机理[J]. 产业经济评论, 2023(4): 67-89.
- [20] 宁文泽, 魏泽龙. 电商发展对我国居民消费升级的影响效应——基于供给端和需求端的研究[J]. 商业经济研究, 2022(12): 48-51.
- [21] Twumasi Baffour, P., Abdul Rahaman, W. and Mohammed, I. (2020) Impact of Mobile Money Access on Internal Remittances, Consumption Expenditure and Household Welfare in Ghana. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 37, 337-354. <https://doi.org/10.1108/jeas-04-2020-0045>

-
- [22] 孙若玉. 区域人口年龄结构变动对城镇居民消费的影响——基于房价中介效应的实证[J]. 商业经济研究, 2023(13): 188-192.
- [23] 黄煌, 张瀚月. 购房支出对城镇居民消费需求的影响研究[J]. 调研世界, 2023(10): 71-79.
- [24] 林木西, 邝思宁, 李橙. 公共支出、税收政策对居民消费结构的影响[J]. 科学决策, 2022(11): 110-125.
- [25] 张锡宝, 石以涛, 徐保昌. 贸易便利化与我国跨境电商发展——基于双重差分法的实证分析[J]. 华东经济管理, 2020, 34(2): 94-103.
- [26] 周绍杰, 张泽邦, 薛婧. 理解中国消费问题: 典型事实、影响因素及政策建议[J]. 云南社会科学, 2023(4): 23-31.