

电商经济对中国GDP增长的驱动效应研究

李昇铭

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年5月25日; 录用日期: 2025年6月13日; 发布日期: 2025年7月9日

摘要

本研究聚焦电商经济对中国GDP增长的驱动效应, 通过理论机制分析与实证检验相结合的方法, 深入探讨电商经济影响GDP增长的内在逻辑与实际效果。研究发现, 电商经济主要通过降低交易成本、优化资源配置、促进产业融合、创造新消费需求等机制推动GDP增长。基于2011~2023年省级面板数据的实证分析表明, 电商经济发展水平每提高1%, 能够显著推动GDP增长2.18%。本研究为进一步推动电商经济高质量发展, 释放其对GDP增长的更大潜能提供了理论依据与政策参考。

关键词

电商经济, GDP增长, 作用机制, 实证检验

Research on the Driving Effect of E-Commerce Economy on China's GDP Growth

Shengming Li

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 25th, 2025; accepted: Jun. 13th, 2025; published: Jul. 9th, 2025

Abstract

This study focuses on the driving effect of the e-commerce economy on China's GDP growth. Through a combination of theoretical mechanism analysis and empirical testing, it deeply explores the internal logic and practical effect of the e-commerce economy on GDP growth. Research findings show that the e-commerce economy mainly promotes GDP growth through mechanisms such as reducing transaction costs, optimizing resource allocation, promoting industrial integration, and creating new consumer demands. Empirical analysis based on provincial panel data from 2011 to 2023 shows that for every 1% increase in the development level of the e-commerce economy, it can

文章引用: 李昇铭. 电商经济对中国 GDP 增长的驱动效应研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 519-525.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1472198

significantly promote GDP growth by 2.18%. This research provides a theoretical basis and policy reference for further promoting the high-quality development of the e-commerce economy and releasing its greater potential for GDP growth.

Keywords

E-Commerce Economy, GDP Growth, Mechanism of Action, Empirical Test

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

在数字技术迅猛发展的时代浪潮下，全球电商经济呈现出蓬勃发展的强劲态势[1]。据 Statista 数据显示，2024 年全球电子商务销售额已突破 7 万亿美元大关，预计到 2028 年将超过 11 万亿美元，年均复合增长率保持在 10% 以上。作为全球最大的电子商务市场，中国在这场数字经济变革中占据着举足轻重的地位[2]。从 2003 年淘宝成立开启中国电商发展新纪元，到如今直播电商、社区团购、跨境电商等新业态层出不穷，中国电商经济实现了从萌芽到爆发式增长的华丽蜕变。2023 年，中国网络零售额突破 15 万亿元，连续多年位居世界第一，占社会消费品零售总额的比重超过 30%；跨境电商进出口规模达到 2.38 万亿元，同比增长 15.6%，成为推动外贸增长的新引擎。与此同时，中国 GDP 总量也从 2010 年的 41.21 万亿元攀升至 2022 年的 121.02 万亿元，经济发展质量不断提升，在全球经济格局中的影响力持续增强。

电商经济的繁荣不仅深刻改变了人们的消费习惯和生活方式，更在国民经济发展中扮演着愈发重要的角色[3]。以“双十一”购物节为例，2023 年天猫“双十一”总成交额达 5403 亿元，京东“双十一”下单金额超 4915 亿元，这些庞大的数字背后，是电商经济对消费市场的强大拉动作用。此外，电商经济还通过带动物流、支付、大数据等相关产业发展，促进传统产业数字化转型，为实体经济注入新的活力[4]。在乡村振兴领域，农村电商蓬勃发展，使得农产品上行渠道更加畅通，许多偏远地区的特色农产品通过电商平台走向全国乃至全球市场，有效带动了农民增收和农村经济发展[5]；在跨境贸易方面，跨境电商打破了传统国际贸易的时空限制，让众多中小企业能够参与全球市场竞争，推动中国贸易结构不断优化[6]。

然而，尽管电商经济对中国经济增长的积极作用已得到广泛认可，但在学术研究层面，关于电商经济如何具体驱动 GDP 增长的研究仍存在诸多有待深入挖掘之处。现有研究多聚焦于电商经济与经济增长的相关性分析，对其内在驱动机制的系统性研究相对不足；在实证检验方面，样本数据的时效性和研究方法的创新性也存在一定局限。深入探究电商经济对中国 GDP 增长的驱动效应，不仅有助于从理论层面丰富数字经济与经济增长关系的研究，更能为政府制定科学合理的电商经济发展政策、推动数字经济与实体经济深度融合、实现经济高质量发展提供重要的决策依据。基于此，本文将通过系统的理论机制分析与严谨的实证检验，深入剖析电商经济对中国 GDP 增长的驱动效应，以期为该领域的研究贡献新的视角和成果。

2. 电商经济对中国 GDP 增长的驱动机制分析

2.1. 降低交易成本机制分析

电商经济通过信息革命、效率革命和模式革命，系统性降低了交易成本，形成“消费扩容 - 投资拉

动-效率提升”的增长闭环。2024 年电商对 GDP 增长贡献率达 28%，预计 2025 年将突破 30%。其本质是通过数字技术重构资源配置方式，推动中国经济向全要素生产率驱动的高质量发展阶段跃迁。未来需进一步优化政策协同、深化技术赋能、拓展全球布局，持续释放电商经济的增长潜力。而电商平台凭借互联网技术，构建起庞大的商品信息数据库。消费者只需在搜索框输入关键词，便能瞬间获取海量商品信息，不仅能快速对比同一商品在不同商家的价格差异，还能通过用户评价、销量数据等多维度参考，全面了解商品质量和使用体验。电商激活了县域及农村消费潜力。2024 年农产品网络零售额达 71 亿单，农村居民可支配收入增速较城镇快 2.3 个百分点。消费升级带动 GDP 增长约 1.2 个百分点，其中电商贡献占比超 40%。据相关研究测算，电商模式使消费者信息搜寻成本降低[7]，这种成本的大幅下降，有效提升了消费者的购物效率和满意度，进而刺激消费需求，拉动 GDP 增长。在谈判成本方面，传统交易中，买卖双方需面对面进行价格协商、交易条款确定等谈判过程，期间可能因沟通不畅、利益诉求差异等问题，耗费大量时间和精力，甚至导致交易失败。电商平台则通过标准化的交易规则和流程，简化了谈判环节[8]。商品价格、规格、售后政策等信息在商品详情页清晰呈现，消费者只需确认下单即可完成交易，无需与商家进行复杂的谈判。电商基础设施投资形成显著乘数效应。2024 年快递业务量突破 1.1 亿件，通过电商带动物流园区投资超 50 亿元，撬动制造业投资 200 亿元。全国电商相关产业吸纳就业近 7000 万人，较 2019 年增长 40%，劳动力要素投入对 GDP 增长贡献率提升至 28%，进一步降低了交易成本，促进了市场交易的顺利开展，为电商经济的繁荣和 GDP 增长奠定了坚实基础。

2.2. 促进产业融合机制分析

电商经济打破了传统产业间的壁垒，推动零售业与互联网技术深度融合，催生出全新的商业模式。零售业主要依赖线下实体店铺进行商品销售，受地域、营业时间等因素限制明显。随着电商的兴起，传统零售企业纷纷“触网”，开展线上业务。电商经济带动了物流[9]、金融[10]、信息技术[11]等相关产业的协同发展。在物流领域，电商的爆发式增长为快递行业带来前所未有的发展机遇。电商平台通过数据驱动实现供需精准匹配，重塑传统产业链条。这种数字化协同使制造业从“推式生产”转向“拉式生产”，2024 年制造业 B2B 电商市场规模突破万亿美元，成为产业升级的关键抓手。电商催生新型经营主体，重塑产业组织模式。“平台 + 农户”模式打破传统产销分离，使农业生产端直接对接消费端需求，推动农村一二三产业融合。2024 年农村网络零售额达 2.5 万亿元，同比增长 9.4%，农村网商数量突破 1853 万家。在金融方面，电商平台催生了互联网金融新业态。蚂蚁集团推出的支付宝，最初为解决电商交易中的信任问题而生，如今已发展成为集支付、理财、信贷等功能于一体的综合性金融服务平台。电商金融为中小微企业和个人提供便捷的融资服务，如京东金融推出的供应链金融产品，基于电商平台的交易数据，为供应商提供快速贷款，缓解企业资金压力，促进产业供应链的稳定发展。信息技术产业更是与电商经济紧密相连，云计算、大数据、人工智能等技术为电商平台的运营提供强大支撑。阿里云为众多电商企业提供云计算服务，保障平台在购物节等流量高峰时期的稳定运行；电商平台通过大数据分析消费者行为，实现精准推荐和个性化营销，推动信息技术产业不断创新。产业融合不仅优化了制造业的生产模式，还带动了上下游产业链的协同创新，促进产业结构向中高端迈进，为 GDP 增长提供新动能。

2.3. 创造新消费需求机制分析

电商平台创新的促销模式，打造出一个个消费狂欢节点，持续刺激消费市场。“双十一”“618”等购物节已成为全民消费盛宴，电商平台通过提前预热、满减优惠、限时抢购、消费补贴等多样化的促销策略，营造出紧张刺激的购物氛围，激发消费者的购买热情。在“双十一”期间，消费者不仅能享受大幅的价格优惠，还会因限时折扣、限量商品等营销手段，产生“不买就亏”的心理，从而增加消费支出。

同时，电商平台还不断拓展促销场景，如推出“超级品牌日”“品类专场活动”等，针对不同品牌和商品品类进行精准营销，满足消费者多样化的购物需求。如天猫的“超级品牌日”与众多知名品牌合作，通过专属优惠、限量新品首发等活动，吸引消费者关注，助力品牌提升销量和市场影响力。同时，越来越多的电商企业提供定制化服务[12]，从服装的个性化定制，到家居产品的尺寸、款式定制，消费者可以根据自己的需求和喜好打造专属商品，这种个性化、定制化的消费模式进一步激发了消费者的消费意愿，拓展了消费市场的深度和广度，为 GDP 增长注入强劲动力。

3. 研究设计

3.1. 变量选取与数据来源

被解释变量：选取各省份 GDP 取对数作为衡量经济增长的指标，反映电商经济对 GDP 增长的总体影响。

核心解释变量：采用电子商务交易额取对数表示电商经济发展状况。

控制变量：人口密度：当地人口与城市面积之比、金融发展水平：金融业增加值取对数、科技发展水平：地方财政科学技术支出取对数、就业保障：地方财政社会保障和就业支出取对数。

数据来源于《中国统计年鉴》《中国电子商务报告》及各省份统计年鉴，时间跨度为 2011~2023 年，其缺失值采用插值法进行补齐，见表 1。

Table 1. Descriptive statistics
表 1. 描述性统计

变量	N	mean	sd	min	max
GDP	403	9.811	1.011	6.416	11.818
ECO	403	16.648	1.666	9.126	20.091
人口密度	403	2904.640	1134.585	515	5821
就业保障	403	6.410	0.728	4.055	7.813
金融发展水平	403	7.126	1.080	3.431	9.453
科技发展水平	403	4.345	1.171	1.218	7.064

3.2. 模型构建

为检验电商经济对中国 GDP 增长的驱动效应，构建如下面板数据回归模型：

$$GDP_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 ECO_{it} + \alpha_2 K_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it}$$

其中， i 表示省份， t 表示年份， GDP_{it} 为 i 省份在 t 年份的 GDP， ECO_{it} 为 i 省份在 t 年份的电商经济发展水平， K_{it} 分别为相应的控制变量， α_0 为常数项， α_1 为回归系数， μ_i 为个体固定效应， ε_{it} 为随机误差项。

4. 实证结果分析

4.1. 回归结果分析

表 2 回归结果显示，电商经济发展水平的回归系数为 0.0218，且在 1% 的显著性水平上显著。这表明电商经济发展水平每提高 1%，能够显著推动 GDP 增长 2.18%，验证了电商经济对中国 GDP 增长具有显著的驱动效应。同时，固定资产投资、劳动力投入、产业结构和技术进步等控制变量也对 GDP 增长具有显著影响，符合理论预期。

Table 2. Regression results**表 2.** 回归结果

变量	(1)	(2)
	GDP	GDP
ECO	0.0173** (0.00816)	0.0218*** (0.00695)
控制变量	未控制	控制
个体固定效应	控制	控制
时间固定效应	控制	控制
常数项	9.040*** (0.123)	7.118*** (0.292)
观测值	403	403
R ²	0.947	0.963

注：括号内为标准误，*、**、***分别表示在 10%、5%、1%的水平下显著。

4.2. 稳健性检验

为确保回归结果的可靠性，采用以下三种方法进行稳健性检验。第一，为消除数据异常值对估计结果的干扰，对被解释变量实施 1%水平的双边缩尾处理，见表 3 中第一列与第二列；第二，调整估计窗宽，通过删除首尾年份数据以排除特殊年份影响，见表 3 中第三列与第四列；第三，考虑到北京、天津、上海、重庆 4 个直辖市与其他地级市在社会经济发展水平、政策环境等方面存在显著差异，剔除上述样本后重新进行回归估计，见表 3 中第五列与第六列。

Table 3. Robustness test**表 3.** 稳健性检验

变量	(1)	(2)	(3)	(5)	(6)	(7)
	GDP	GDP	GDP	GDP	GDP	GDP
ECO	0.0293*** (0.00918)	0.0321*** (0.00783)	0.0195* (0.0105)	0.0203** (0.00880)	0.0143 (0.00890)	0.0182** (0.00744)
控制变量	未控制	控制	未控制	控制	未控制	控制
个体固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
时间固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
常数项	8.873*** (0.139)	7.357*** (0.299)	9.108*** (0.162)	7.237*** (0.308)	9.025*** (0.133)	6.958*** (0.307)
观测值	403	403	341	341	351	351
R ²	0.949	0.964	0.943	0.961	0.944	0.962

注：括号内为标准误，*、**、***分别表示在 10%、5%、1%的水平下显著。

5. 结论与政策建议

5.1. 研究结论

本研究通过理论机制分析与实证检验,深入探讨了电商经济对中国 GDP 增长的驱动效应。研究表明,电商经济通过降低交易成本、促进产业融合和创造新消费需求等机制,对中国 GDP 增长具有显著的驱动作用。实证结果显示,电商经济发展水平每提高 1%,能够推动 GDP 增长 2.18%。

5.2. 政策建议

5.2.1. 加强基础设施建设

政府应加大对中西部地区网络通信、物流等基础设施的投入。在网络通信方面,加快 5G 网络、千兆光纤宽带的全覆盖进程,提升网络速率和稳定性,降低网络使用成本,为电商经济发展提供坚实的网络基础。在物流基础设施建设上,合理规划建设区域性物流枢纽、智能仓储中心,完善县、乡、村三级物流配送体系,推广共同配送、集中配送等模式,提高农村地区物流配送效率,缩小区域间电商经济发展差距,充分发挥电商经济对中西部地区 GDP 增长的驱动作用。同时,加强交通基础设施建设,优化交通网络布局,提升货物运输的时效性和便捷性,进一步降低物流成本。

5.2.2. 推动技术创新与应用

设立电商经济技术创新专项基金,鼓励电商企业加大在大数据、人工智能、区块链、物联网等关键技术领域的研发投入。支持企业与高校、科研机构开展产学研合作,建立联合实验室和创新孵化平台,加速科研成果向电商应用场景的转化。例如,在智能仓储、精准营销、供应链优化等方面,推动新技术的落地应用,提升电商运营效率和服务质量。同时,加强对电商技术创新的知识产权保护,完善相关法律法规,营造良好的创新环境,进一步释放电商经济对 GDP 增长的潜能。

5.2.3. 促进产业融合发展

制定产业融合发展规划和配套政策,引导电商经济与实体经济深度融合。对于传统制造业企业,提供数字化转型补贴和税收优惠,鼓励企业利用电商平台实现柔性生产、个性化定制,推动制造业向智能化、高端化升级。支持电商平台与农业企业、合作社合作,发展农村电商,打造农产品品牌,完善农产品上行供应链体系。加强电商与金融、物流、教育等产业的协同创新,鼓励金融机构开发适合电商企业的金融产品和服务,支持物流企业建设智慧物流园区,推动电商职业教育发展,培养适应产业融合需求的复合型人才,形成产业协同发展的良好局面,推动 GDP 高质量增长。

5.2.4. 优化政策支持体系

完善电商经济发展的政策法规,针对直播电商、社交电商等新业态,制定专门的监管办法,规范市场秩序,加强对虚假宣传、假冒伪劣商品、侵犯消费者权益等行为的打击力度,营造公平竞争的市场环境。建立电商企业信用评价体系,加强信用监管,对诚信企业给予政策扶持和奖励,对失信企业进行联合惩戒。同时,出台税收优惠、财政补贴等政策,支持中小微电商企业发展,如对初创期电商企业给予税收减免,对电商企业的技术研发、市场拓展等活动提供财政补贴,激发市场活力。

参考文献

- [1] 汪子泉,关兵.我国制造业企业新一轮出海潮的现状特点、风险挑战与应对策略[J].中国流通经济,2025,39(6): 81-91.
- [2] 王鹏,尹伟贤.实体经济和数字经济深度融合的制度要件与构筑路径——学习宣传贯彻党的二十届三中全会精神[J].甘肃行政学院学报,2024(4): 15-23, 125.

-
- [3] 李贤, 崔博俊. 国内经济大循环视角下的“电商直播”[J]. 思想战线, 2020, 46(6): 56-63.
 - [4] 戚聿东, 褚席. 数字经济发展、经济结构转型与跨越中等收入陷阱[J]. 财经研究, 2021, 47(7): 18-32, 168.
 - [5] 夏英, 赵彩云, 段震. 数字赋能农产品产销体系建设: 融合模式与发展对策[J]. 蔬菜, 2024(12): 1-11.
 - [6] 马述忠, 王晔辰, 刘锴. 数字贸易壁垒对中国跨境电商出口产品质量的影响——来自长尾市场需求的新解释[J]. 宏观质量研究, 2025, 13(3): 1-15.
 - [7] 欧纯智, 贾康, 张晓. 平台存在的意义在于促进更广泛的低成本交易——我国平台经济的反思与前瞻[J]. 上海商学院学报, 2025, 26(1): 31-44.
 - [8] 姜照, 董超. 高质量视域下推进我国内外贸一体化发展研究[J]. 国际贸易, 2023(2): 3-11.
 - [9] 陈东华. 电子商务背景下企业物流与供应链管理创新研究[J]. 中国航务周刊, 2025(16): 69-71.
 - [10] 赵燕, 王瑾, 肖涵晨. 电子商务如何影响数字普惠金融发展?——基于“创建国家电子商务示范城市”的准自然实验[J]. 新经济, 2025(2): 72-87.
 - [11] 张凌. 电子商务环境下企业财务管理信息化体系构建[J]. 商业 2.0, 2024(36): 87-89.
 - [12] 姚舒旻, 李嘉慧, 余利群. 电子商务背景下企业贸易经济管理的分析研究[J]. 商场现代化, 2024(23): 82-85.