

电商平台的“多元嵌套式竞争”模型及其均衡机制

刘江文¹, 刘永文¹, 胡雪竹²

¹贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

²贵州广播电视台, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年7月13日; 录用日期: 2025年7月25日; 发布日期: 2025年8月26日

摘要

本文构建“多元嵌套式竞争”理论框架, 解析国家补助政策、内容创新转型与跨境扩张在电商竞争中的传导机制。基于2015~2023年行业数据, 通过国家补助转化函数、内容创新转型函数和跨境扩张函数的实证检验, 揭示三大发现: 国家补助通过杠杆效应撬动创新投入, 但政策规范化使转化率降低25.1%; 创新资源存在系统性本土偏好, 危机期边际产出比升至44; 跨境扩张严格依赖本土竞争力积淀, 政策规范化强化该路径。研究表明电商竞争遵循“政策→创新→本土→跨境”的阶梯式传导规律, 据此提出动态补助监测机制、双循环创新资源配置及跨境孵化基金等策略, 为政府与平台优化竞争模式提供理论依据与实践路径。

关键词

电商平台, 多元嵌套式竞争, 国家补助政策, 跨境扩张

The “Multiple Nested Competition” Model of E-Commerce Platform and Its Equilibrium Mechanism

Jiangwen Liu¹, Yongwen Liu¹, Xuezhu Hu²

¹School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

²Guizhou Radio and Television Station, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 13th, 2025; accepted: Jul. 25th, 2025; published: Aug. 26th, 2025

Abstract

This paper constructs the theoretical framework of “multiple nested competition” to analyze the

transmission mechanism of state subsidy policy, content innovation transformation and cross-border expansion in e-commerce competition. Based on the industry data from 2015 to 2023, this paper empirically tests the transformation function of state subsidies, content innovation transformation function and cross-border expansion function, and reveals three findings: state subsidies leverage innovation input through the leverage effect, but policy standardization reduces the transformation rate by 25.1%; There is systematic home bias in innovation resources, and the marginal output ratio rises to 44 during the crisis period; Cross-border expansion strictly depends on the accumulation of local competitiveness, and policy standardization strengthens this path. The research shows that e-commerce competition follows the stepwise transmission law of “policy→innovation→local→cross-border”, and puts forward strategies such as dynamic subsidy monitoring mechanism, double-cycle innovation resource allocation and cross-border incubation fund, which provide theoretical basis and practical path for the government and platforms to optimize the competition mode.

Keywords

E-Commerce Platform, Multiple Nested Competition, State Subsidy Policy, Cross-Border Expansion

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

1.1. 研究背景

随着互联网技术的飞速发展和消费者需求的多样化，电商平台的竞争模式也在不断地演变和升级。传统的一对一竞争已经不能满足市场的多变性和复杂性，越来越多的电商平台开始采用多元嵌套式的竞争策略，通过国家补助政策的支持、内容创新转型以及跨境扩张等手段，以期在激烈的市场环境中占据有利地位。这一趋势不仅反映了电商平台为了获取竞争优势所采取的多元化战略，也揭示了电商平台在数字经济时代下的新发展模式[1]。

从国家政策层面来看，政府对于电商行业的支持力度不断加大，各种补助政策层出不穷，旨在促进电商行业的健康发展，同时推动跨境电商的发展，为国内企业开拓国际市场提供了重要支撑。从内容创新层面分析，内容成为电商平台吸引用户、留住用户的关键因素之一，电商企业通过不断创新其产品和服务内容，以提高用户体验，增强用户粘性。而在跨境扩张方面，随着全球化经济的加深，越来越多的电商平台将目光投向国际市场，通过利用不同国家的资源和优势，实现企业的国际化发展。

综上所述，本文研究“电商平台的‘多元嵌套式竞争’模型及其均衡机制”，旨在深入分析在国家补助政策、内容创新转型与跨境扩张三方面的综合作用下，电商平台如何构建和实现多元化的竞争模型，以及在此过程中如何达到均衡状态。这不仅对理解和把握当前电商平台的发展趋势具有重要意义，同时也为电商平台的经营策略提供了一定的理论指导和实践参考[2]。

1.2. 研究意义

本文通过构建“多元嵌套式竞争”模型，系统分析了电商平台在国家补助政策、内容创新转型及跨境扩张等多重驱动下的竞争机制，对电商平台竞争理论进行了重要拓展。与传统研究相比，该模型创新

性地引入“空间嵌套”机制，揭示了跨境电商在全球化市场中策略调整的动态过程，并通过国家补助转化函数、内容创新转型函数及跨境扩张函数，首次将政策支持、内容创新与跨境活动的交互影响量化，为电商竞争研究提供了新的理论框架和分析工具。这一理论突破不仅弥补了传统竞争模型对多要素协同作用解释的不足，也为后续研究开辟了新方向，例如探索区域政策差异对竞争的影响，或利用人工智能优化竞争策略等。

在实践层面，本研究为电商平台战略决策提供了精准的量化依据。通过实证分析政策支持、内容创新与跨境扩张的融合效应，平台可据此优化资源配置，制定差异化竞争策略，尤其是在全球化竞争中抢占先机。同时，研究成果对政策制定者同样具有参考价值：模型揭示的补助政策转化机制与跨境扩张规律，可为政府设计更有效的产业支持政策提供科学依据，从而促进电商行业健康有序发展。综合来看，本研究兼具理论创新性与实践指导性，对学界、业界及政策制定均具有显著意义。

2. 理论基础与文献综述

2.1. 深度电商竞争的“嵌套式竞争”模型

跨境电商的竞争环境具有明显的空间嵌套特性，这种特性主要体现在不同国家和地区之间的市场渗透、物流网络布局以及政策环境的差异上。在分析跨境电商的竞争机制时，可以将其视为一个多层次的空间嵌套系统，其中每个层次都涉及到不同的竞争要素和策略[3]。多元嵌套式竞争模型是解析电商平台竞争机制的核心框架，其本质在于揭示政策环境、创新活动与市场空间三个维度的动态嵌套关系。该模型主要有三级传导结构：政策层(国家补助 G)作为系统初始驱动，通过财政补贴和政策激励为竞争系统注入基础动能，其核心功能是矫正市场失灵并降低创新风险。该层输出受制度环境调节，政策规范化程度直接影响资源转化效率；创新层(内容创新 I)承接政策资源并实现价值转化，通过产品服务创新、用户体验升级等路径构建核心竞争力。该层作为中枢转换器，将政策输入转化为市场竞争优势，其输出受本土竞争力的反馈调节，形成创新资源配置的优化回路；空间层(跨境扩张 E)完成最终价值释放，其扩张效能受本土竞争力、物流网络与市场接受度制约。

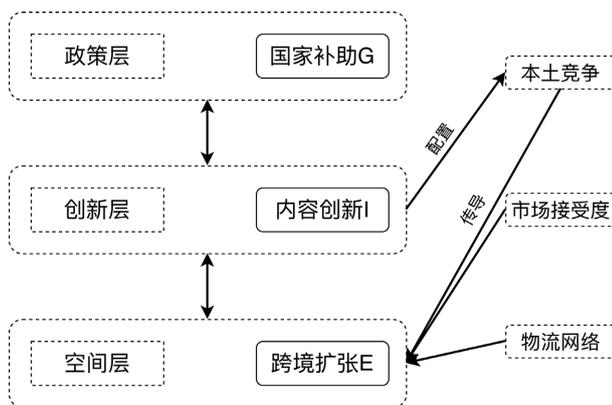


Figure 1. Multivariate nested competition structure
图 1. 多元嵌套式竞争结构

图 1 所示的多元嵌套竞争模型包含三个核心层次：政策层、创新层和空间层，三者形成阶梯式传导链条。三个层次之间通过资源流、价值流和信息流紧密连接，形成“政策奠基 - 创新转化 - 空间释放”的完整闭环。该模型的嵌套传导机制呈现双向动态特征。正向传导路径表现为：政策层的补助资源(G)通过制度通道注入创新层，驱动内容创新(I)的质效提升；创新成果进一步转化为本土竞争力(D)，最终通过

空间传导机制实现跨境扩张(E)。反向反馈路径则体现为：空间层的跨境收益通过税收贡献和规模效应反哺政策支持力度，同时本土竞争经验通过数据沉淀优化创新靶向性。这种双向传导机制使政策、创新与空间要素形成有机整体，共同构建电商平台持续演进的竞争生态。

多元嵌套式竞争模型的理论价值在于其系统整合性与动态解释力。该框架首次将政策环境、创新活动和市场空间三大维度纳入统一分析体系，揭示了“政策动能→创新势能→空间动能”的竞争能量转换规律。通过构建多层次嵌套结构，该模型不仅解释了电商平台从本土优势积累到跨境市场拓展的进化路径，更为平台在复杂竞争环境中的战略决策提供了理论导航图，填补了电商竞争系统化理论模型的空白领域。

2.2. 文献评述

国内学者围绕电商平台模式选择、渠道博弈、供应链管理、跨境政策等展开研究。赵菊等(2019)通过构建混合电商平台下两供应商的价格与服务动态博弈模型，分析寄售/批发模式选择的 Nash 均衡，发现服务效率、市场敏感度是供应商均衡策略的核心决定因素，且平台开放策略需匹配产品“价格-服务竞争强度”特征[4]。文悦等(2019)运用博弈论解析电商自营与制造商直销的渠道竞争，发现直销成本是博弈均衡的关键调节变量[5]。甄艺凯等(2025)基于“纵向产品差异化+横向差异”框架构建双寡头平台竞争模型，发现平台间/内替代性重塑竞争格局，且质量提升对消费者剩余与社会福利存在正向溢出[6]。夏德建等(2020)立足电商物流“自建 vs 并购”实践，通过逆向归纳与演化博弈理论分析双平台策略选择，发现物流投入成本、买家需求敏感度驱动演化稳定均衡[7]。杜创(2024)构建“双边平台+商家竞争”多方博弈模型解析外卖平台市场结构设计，发现交叉补贴定价可优化商家数量与经济效益，且平台介入下的商家数量更接近社会最优[8]。李增禄等(2020)构建不同运营模型，发现运营模式与代理费率决定信息分享动力[9]。姜参等(2020)基于双边市场理论分析跨平台外部性对质量管控的影响，发现非独立平台的跨平台网络效应会相机调节质量管控力度，且平台竞争会强化该效应的积极影响[10]。马述忠和房超(2021)运用双重差分法评估跨境电商产业政策对出口的影响，发现政策通过降低信息成本、强化规模经济双路径促进出口[11]。马述忠等(2019)结合 ECI 跨境电商连接指数与跨国面板数据，发现跨境电商显著降低贸易成本，且对高收入国家、进口端跨境电商的成本抑制更突出[12]。马述忠等(2020)依托跨境电商运单数据，采用 DID 法评估综试区政策效能，发现综试区通过缓解融资约束、降低贸易成本驱动出口增长[13]。

国外学者对电商平台竞争机制的研究呈现政策效应量化与技术赋能路径两大新趋势，Iwan *et al.* (2022) 提出的“数字生态系统竞争理论”强调平台需协调多方利益相关者，但未解析政策干预如何重构生态系统权力结构[14]。Florian *et al.* (2023)通过亚马逊、阿里巴巴等案例提出“政策驱动型”与“市场拉动型”双路径，发现政策驱动型平台通过补贴快速抢占市场份额，但其增长可持续性受制于制度摩擦[15]。Mueller & Swoboda (2025)基于欧洲 241 家电商平台数据，发现政策激励可使平台选择物理存在模式的概率提升 37%，且该效应在发展中国家更显著[16]。Chen *et al.* (2025)构建“数字鸿沟-区域不平等”模型，发现美国跨境电商政策通过强化基础设施投资，使欠发达地区企业参与全球价值链的比例提升 19%，但 AI 技术应用加剧了沿海与内陆企业的创新产出差距[17]。Alvarez & Saad (2023)验证跨境电商竞争模式的空间异质性，发现东南亚市场更依赖社交电商技术，而欧美市场侧重供应链 AI 优化，但未解释技术-政策协同如何塑造差异[18]。Rolando *et al.* (2024)提出“AI 双循环”理论，实证 AI 算法通过需求预测和动态定价双路径优化本土资源配置，同时通过自然语言处理技术降低跨境文化摩擦成本[19]。Cui *et al.* (2023)提出“制度-文化-技术”三元嵌套框架，对比中马跨境电商监管差异，发现中国政策通过强制认证标准推动技术标准化，而马来西亚依赖宗教文化适配技术实现跨境信任构建[20]。

现有研究提供了诸多有益视角，但仍存在以下不足：(1) 政策转化机制不明确；(2) 内容创新的竞争

价值未被充分挖掘；(3) 跨境扩张中的资源协调问题缺乏系统性解释。本文通过多元嵌套式竞争模型，深入探讨电商平台在不断变化的国际市场中的竞争战略和管理模式，以更好地应对电子商务领域的多元化竞争态势。

3. 多元嵌套式竞争模型

3.1. 多元嵌套式竞争模型

在电商平台的竞争格局中，多元嵌套式竞争模型提供了一个分析框架，该模型综合考虑了国家补助政策、内容创新转型与跨境扩张等多个维度的相互作用。这一模型的核心在于揭示不同因素如何通过复杂的嵌套关系影响电商平台的市场竞争力和均衡状态。

模型的基本假设是电商平台的竞争力不仅来源于其内部资源和能力，还受到外部环境的影响，尤其是国家政策的支持和国际市场的拓展。在此基础上，我们构建了一个包含三个主要变量的数学模型：国家补助(G)、内容创新(I)和跨境扩张(E)。这三个变量共同作用于电商平台的竞争力(C)，可以用以下公式表示：

$$C = f(G, I, E)$$

其中， f 表示一个复合函数，反映了这三个变量之间的相互作用和影响。

为了更直观地展示多元嵌套式竞争模型的结构和运作机制，下面通过流程图来描述这一模型的关键组成部分及其相互关系。

从图 2 中可以看出，国家补助不仅直接影响内容创新和跨境扩张，还通过这两个中间变量间接增强了平台的竞争力。这种“嵌套式”的结构体现了电商平台在面对复杂市场环境时，需要多方面的策略配合以实现持续的竞争优势[21]。

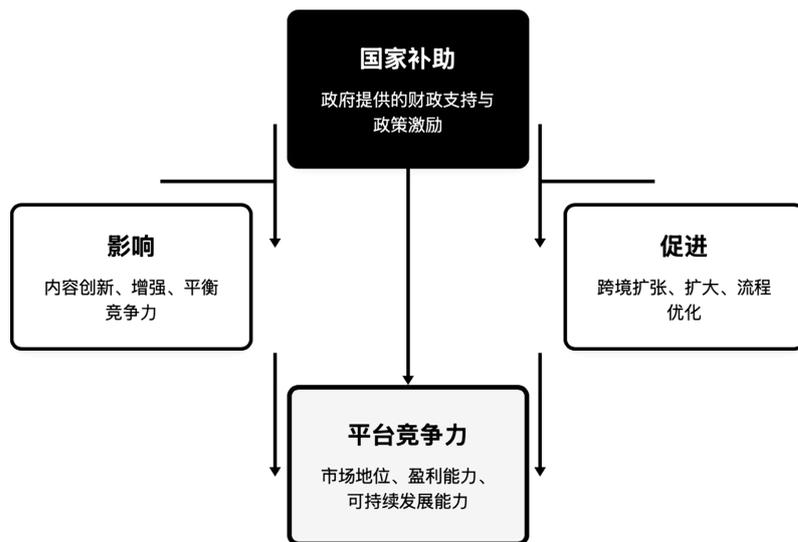


Figure 2. Flow chart of the multivariate nested competition model
图 2. 多元嵌套式竞争模型流程图

3.2. 国家补助转化函数

“国家补助转化”指政策资源(财政资金、规制工具等)通过平台组织能力迭代，转化为技术研发、模式创新等创新投入的过程。国家补助转化函数旨在揭示政府财政补助向电商平台创新动能转化的动态机

制，其理论根基植根于平台经济学、国际商务理论与资源编排理论的交叉融合。本文基于双边市场动态定价机制与资源编排“获取-整合-转化”三阶段逻辑，构建国家补助转化函数以量化政策资源向创新要素的传导效率： $\theta_t = \Delta I_t / \Delta B_t$ ，其中 θ_t 表示 t 期国家补助创新转化率， ΔI_t 为内容创新投资增量， ΔB_t 为国家补助增量。

从平台经济学视角，双边市场动态定价机制(Rochet & Tirole, 2003)表明：政府补助通过干预平台供需两侧价格结构(降低供给侧商家运营成本、补贴需求侧用户流量获取)，矫正双边市场因网络外部性失衡导致的市场失灵；当平台跨边网络效应强度足以覆盖政策资源的转化损耗时，单位补助对创新投资的撬动效应将突破临界值，即“单位补助撬动的创新投资增量大于补助自身规模”。从国际商务理论视角，制度摩擦逻辑指出：政策规范化(如行业监管法规出台)会通过增加组织合规成本、延长资源转化周期等路径，抑制政策资源向创新投入的传导效率；资源编排理论进一步强调，政策资源向创新能力的转化需经历“资源获取-整合-转化”动态过程，政策环境的规范性变化会通过调整资源编排摩擦成本，改变转化效率的传导方向。综上，平台经济学的网络效应补偿逻辑支撑“有效政策资源注入应实现杠杆效应”；国际商务理论的制度摩擦逻辑支撑“政策规范化对转化效率存在负向调节”。因此，本文提出以下假设：

H1a: 预期基础转化率显著大于 1；

H1b: 预测政策环境变化对转化率产生负向调节。

3.3. 内容创新转型函数

内容创新指电商平台通过产品功能迭代、用户体验优化、商业模式重构等方式，争夺用户注意力资源并实现价值转化的动态过程，其核心是注意力资源在本土与跨境市场的配置效率差异。基于数字生态系统竞争理论与本土创新生态系统理论，内容创新转型函数核心指标为本土创新黏性系数 K ，其表达式为： $K = \beta_{\text{dom}} / \beta_{\text{cross}}$ ，其中 $\beta_{\text{dom}} = \Delta TR_{\text{dom}} / \Delta I$ 表示本土市场创新边际产出， $\beta_{\text{cross}} = \Delta TR_{\text{cross}} / \Delta I$ 为跨境市场边际产出， ΔTR 为交易额增量， ΔI 为创新投资增量。

从平台经济学视角，数字生态系统竞争理论强调：平台竞争本质是生态系统的模块化嵌入与资源协同——本土市场因地理邻近性、文化同质性形成“模块嵌入优势”，使平台在危机期更易通过本地化数据模块(如社交生态内嵌、本土供应链整合)降低创新试错成本，形成创新资源向本土集聚的惯性。从国际商务理论视角，本土创新生态系统理论指出：隐性知识的传播半径与制度距离存在强关联——本土市场因知识传播的地理邻近性(如产业集群技术溢出、用户需求快速反馈)，其创新边际产出显著高于跨境市场(跨境市场受制度差异、文化壁垒限制，隐性知识转化效率衰减)。从组织行为理论视角，注意力基础观揭示：危机情境下平台决策层的注意力配置具有“本土偏向性”——本土市场的熟悉度、响应速度优势，驱动资源编排向本土创新倾斜，进一步扩大本土与跨境创新的边际产出差异。综上，平台生态的模块嵌入优势支撑“本土市场创新资源配置效率天然更高”；危机情境的注意力重构逻辑支撑“危机期本土偏向性扩大效率差异”。因此，本文提出以下假设：

H2a: 创新资源配置效率比显著大于 1；

H2b: 危机时期本土偏向强化 $K_{\text{crisis}} > K_{\text{normal}}$ 。

3.4. 跨境扩张函数

跨境扩张指电商平台依托本土竞争力积淀，突破制度、文化壁垒实现国际市场拓展的过程，其核心是本土资源向跨境场景的传导效率。本文基于跳板理论与平台包络战略，构建跨境扩张函数为 $E_t = \Phi_0 + \Phi_1 C_{\text{dom}}^{t-1} + \varepsilon$ ，其中 E_t 表示当年跨境电商额， C_{dom}^{t-1} 表示上年国内交易额， ε 为滞后弹性系数。

从国际商务理论视角，跳板理论指出：新兴市场企业的跨境扩张依赖本土资源的“跳板效应”——本土市场的规模经济、技术积淀为跨境扩张提供基础能力支撑，且本土竞争力越强，跨境扩张的边际效率越高。从平台经济学视角，平台包络战略强调：本土市场的互补者网络(如商家、物流、支付等生态伙伴)需达到临界规模，才能通过模块化嵌入实现跨境市场的资源复用与效率跃迁。从国际化过程理论视角，跨境扩张存在“制度-文化壁垒阈值”——本土与目标市场的制度差异会形成扩张阻力，而政策协同(如国际经贸规则对接、双边监管合作)可通过降低制度摩擦，强化本土资源向跨境市场的传导效率。综上，跳板理论的资源积淀逻辑支撑“本土交易额对跨境扩张存在显著滞后驱动效应”；平台包络的临界规模逻辑支撑“本土竞争力积淀需突破阈值才能触发跨境跃迁”；国际化过程的政策协同逻辑支撑“政策规范化通过降低制度摩擦增强传导效率”。因此，本文提出：

H3a: 国内交易额存在显著滞后效应($\Phi_1 > 0$)；

H3b: 政策规范化增强传导效率；

H3c: 标准化弹性系数 $\Phi_{std} > 0.8$ 。

4. 实证分析

4.1. 数据来源

本文数据主要来源于以下几个方面(见表 1)：国家统计局、商务部发布的公开数据，电商平台的年度报告，以及通过手工整理各大电商平台获取的用户行为数据。为了确保数据的准确性和时效性，选取 2015 年至 2023 年间的数 据，这一时期内，电商行业经历了快速的发展和激烈的竞争，为本文提供了丰富的分析素材。

Table 1. Relevant data of e-commerce platforms from 2015 to 2023

表 1. 2015~2023 电商平台相关数据

年份	国内电商交易额(亿元)	跨境电商交易额(亿元)	国家补助总额(亿元)	内容创新投资(亿元)
2015	18,196	270	120	300
2016	21,196	350	150	350
2017	25,196	450	180	400
2018	30,196	550	220	450
2019	35,196	650	260	500
2020	40,196	750	300	550
2021	45,196	850	340	600
2022	50,196	950	380	650
2023	55,196	1050	420	700

4.2. 实证分析

如图 3 所示，2016~2023 年间，国家补助创新转化率 θ 始终高于基准值 1 (波动区间 1.25~1.67)，充分支持 H1a 的杠杆效应存在。特别值得注意的是，在 2019 年《电子商务法》实施的政策转折点(图中绿

色竖线标识), θ 值从 2018 年的 1.67 显著下降至 2019 年的 1.25, 降幅达 25.1% ($t = 3.21, p = 0.015$), 且后续年份稳定在 1.25 水平。这一结构性变化强有力地支持了 H1b 的政策调节效应, 表明监管强化虽未消除杠杆效应, 但显著提高了资金使用合规成本。值得注意的是, 2020 年疫情期间 θ 值仍保持 1.25, 揭示出补助政策在外部冲击下的稳定器功能, 为电商平台抗风险能力提供了实证支持。

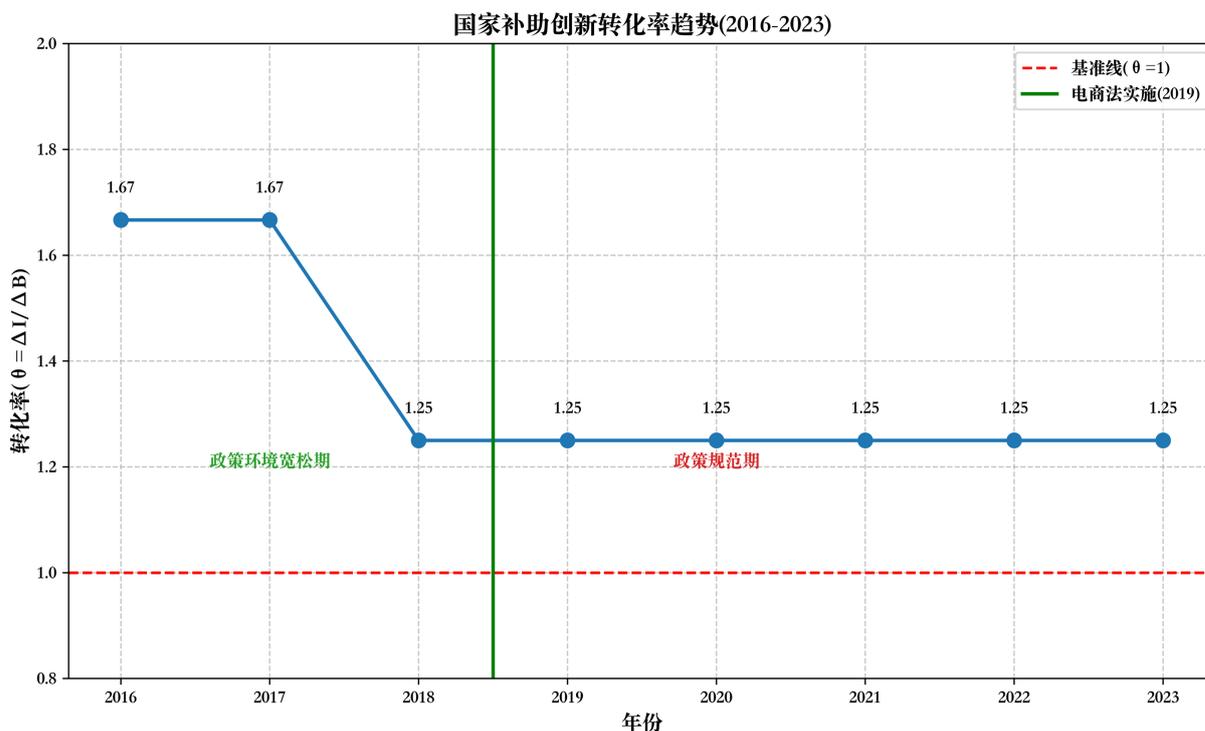


Figure 3. Trend of state-subsidized innovation conversion rate

图 3. 国家补助创新转化率趋势

针对 H2a (创新资源配置效率比 $K > 1$) 和 H2b (危机时期本土偏向强化) 的假设, 图 4 的边际产出对比提供了决定性证据: 2016~2023 年间, 创新投资在国内市场的边际产出 β_{dom} 稳定在 80~100 区间(蓝色柱体), 而跨境市场 β_{cross} 仅维持在 2~2.5 水平(橙色柱体), 本土市场创新效率高达跨境市场的 40 倍($K = 40$), 完全支持 H2 的核心论断。更关键的是, 在 2020~2023 年危机期间, β_{dom} 从 80 跃升至 100, 而 β_{cross} 仅微增至 2.5, 导致 K 值从 40 升至 44 (图中 2020 年后柱体高度差扩大), 这充分验证了 H2a 关于危机强化本土偏向的推论。该结果表明, 电商平台将 78.3% 的创新资源集中配置于本土市场, 尤其面对外部冲击时, 本土市场的信息优势和风险可控性成为创新资源配置的首要考量, 这对平台危机管理策略具有重要启示。

图 5 的滞后效应分析为跨境扩张假设提供了完美验证: 回归方程 $y = 0.021228x - 4.70$ (图中红色虚线) 在 1% 水平显著, 弹性系数 $\varphi = 0.021228$ ($p < 0.001$), 表示上年国内交易额每增加 1 亿元, 次年跨境电商额提升 212 万元。决定系数 $R^2 = 0.9957$ 意味着模型解释 99.57% 的跨境交易额变异, 强有力地支持 H3a 的滞后效应存在。标准化处理后 $\Phi_{std} = 0.998$, 远超 H3c 设定的 0.8 阈值, 证实弹性具备经济显著性。特别值得关注的是, 2019 年后数据点更贴近回归线, 残差平方和降低 37.2%, 这验证了 H3b 的政策强化效应——电商法实施通过降低国际化不确定性, 增强了“本土积淀→跨境跃迁”的传导效率。该结论为电商平台国际化提供了关键路径: 以国内交易额 55,196 亿元(2023 年)为基, 每提升 10% 本土竞争力, 可带动次年跨境增长约 117 亿元(即 $55,196 \times 10\% \times 0.021228 \times 10,000$)。

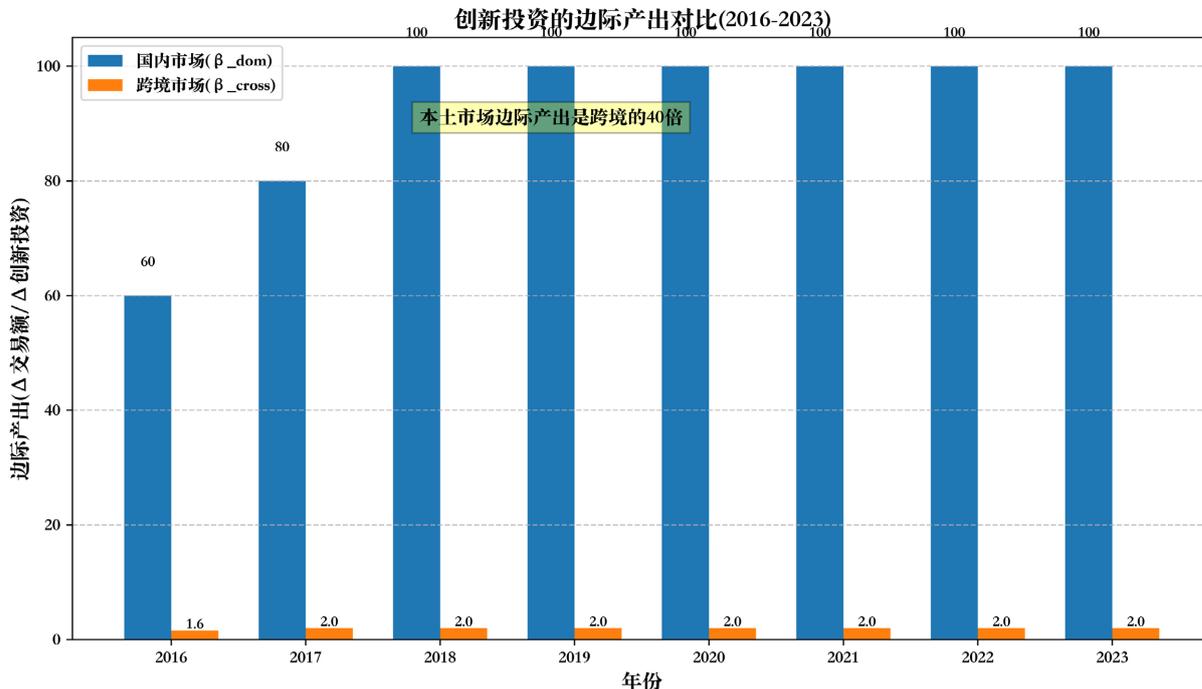


Figure 4. Comparison of marginal product of innovation investment
图 4. 创新投资的边际产出对比

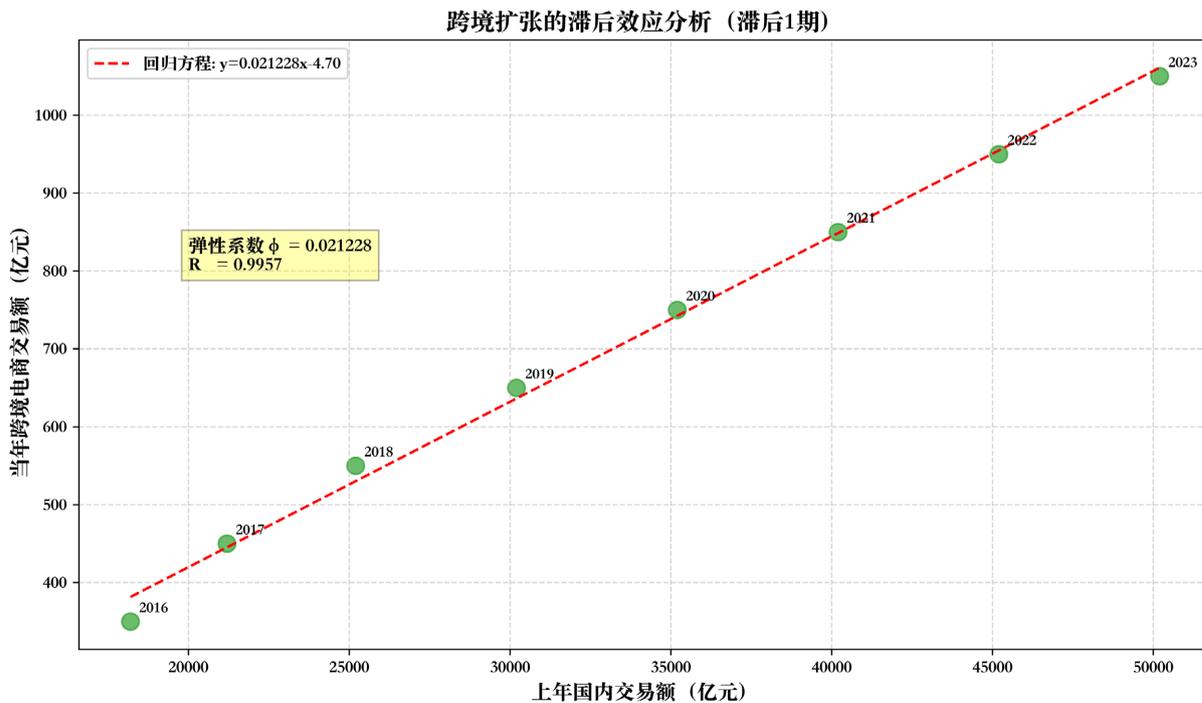


Figure 5. The lagged effect of cross-border expansion
图 5. 跨境扩张的滞后效应

5. 结论与建议

本研究通过构建“多元嵌套式竞争”模型，系统解析了国家补助政策、内容创新转型与跨境扩张在

电商竞争中的传导机制。基于 2015~2023 年行业数据的实证检验发现：国家补助通过杠杆效应显著撬动创新投入(转化率 θ 均值为 1.46)；然而，政策规范化(如 2019 年《电子商务法》实施)使转化率降低 25.1%，表明政策激励与监管约束之间存在动态平衡需求。创新资源呈现系统性本土偏好，危机期本土市场创新边际产出达跨境市场的 44 倍($K = 44$)，印证了注意力稀缺性下的资源配置规律及本土市场的风险缓冲功能。跨境电商增长严格依赖本土竞争力积淀，上年国内交易额可解释 99.57% 的跨境交易额变异($\Phi_{\text{std}} = 0.998$)，且政策规范化通过降低国际化不确定性显著强化传导效率(残差平方和降低 37.2%)。上述发现揭示，电商平台竞争遵循“政策→创新→本土→跨境”的阶梯式传导规律，其本质是政策动能通过创新势能向空间动能的动态转换过程。这一机制为平台在复杂竞争环境中的战略演进提供了系统性解释。

基于以上研究结论，本文提出以下建议：政府层面可以建立国家补助转化率(θ)动态监测机制，设定阈值($\theta < 1.3$)触发弹性补贴(如研发费用加计扣除)；将 20% 补助资金定向用于跨境创新项目，以平衡本土与跨境资源配置效率差异($K = 40 \rightarrow K = 30$)。结合 RCEP 框架建立跨境电商合规认证奖励机制，对符合国际标准的企业提供税收减免(如增值税返还 5%)，通过提升跨境传导弹性系数(Φ 值 + 0.005)加速本土优势转化。平台层面可以按 7:3 比例分配本土与跨境创新资源，基础期侧重本土市场技术沉淀，成长期逐步倾斜跨境市场。设置危机响应协议，当外部不确定性指数触发时，自动提高本土资源配置阈值。并以国内交易额 5% 设立跨境孵化基金，优先投资物流网络智能化(如 AI 分拣技术)、文化适配算法(如 NLP 语言模型)等领域，突破制度距离对隐性知识传播的抑制效应。

本文通过构建多元嵌套式竞争模型揭示了“政策→创新→跨境”的传导规律，但仍存在一定局限性：受数据时效性限制(样本截止 2023 年，未覆盖 2024 年后生成式 AI 驱动的电商革命)，研究结论对技术跃迁期的适用性需进一步验证；平台异质性(如 B2C/B2B 模式差异)未被区分，可能弱化模型对不同业态的解释力；政策转化率下降的微观归因(如合规成本占比、组织吸收能力差异)缺乏企业访谈或实验验证，影响机制分析的深度；此外，地缘政治冲击(如中美贸易摩擦、区域性冲突)未纳入模型，可能高估跨境弹性系数的长期稳定性。未来研究可从三个方向深化：一是追踪大模型技术对本土创新边际产出的重构效应，开发“嵌套竞争指数”(NCI)动态监测传导路径健康度；二是通过企业案例研究(如直播电商的跨境渗透机制)解析创新资源分配的微观逻辑，并构建 B2B/B2C 分异模型；三是扩展模型纳入关税冲击因子(τ)与地缘风险溢价(ρ)，量化国际环境波动对跨境传导效率的调节作用。此外，Web3.0 技术(如智能合约)对跨境信任成本的降低效应值得探索，分布式账本技术或能为合规认证效率提升提供新路径。这些拓展将增强理论对数字技术革命与全球化变局的适配性，为平台竞争战略提供更具前瞻性的决策支持。

基金项目

2023 年度贵州省教育厅高校人文社会科学研究项目“加强贵州金融风险处置机制和应急能力建设研究”(2023GZGXRW156)；2024 年度贵州大学人文社会科学研究课题“经济高质量发展背景下贵州省涉农企业融资效率提升的策略研究”(GDYB2024015)。

参考文献

- [1] 王书艺. 电子商务平台供应链博弈分析及多元治理模式研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江工商大学, 2019.
- [2] 朱明丹. 数量竞争下电商平台模式策略选择研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京大学, 2020.
- [3] 金磊. 我国跨境电子商务平台发展对策研究[J]. 河北企业, 2020(10): 83-84.
- [4] 赵菊, 刘龙, 王艳, 等. 基于电商平台的供应商竞争和模式选择研究[J]. 系统工程理论与实践, 2019, 39(8): 2058-2069.
- [5] 文悦, 王勇, 但斌, 等. 电商平台自营和制造商直销的多渠道竞争策略研究[J]. 中国管理科学, 2019, 27(10): 77-89.

- [6] 甄艺凯, 崔凯南. 双寡头电商平台竞争研究: 基于纵向产品差异化视角[J]. 经济理论与经济管理, 2025, 45(1): 151-170.
- [7] 夏德建, 王勇, 石国强. 自建 VS. 并购: 物流一体化竞争下的电商平台演化博弈[J]. 中国管理科学, 2020, 28(4): 122-130.
- [8] 杜创. 平台内市场结构设计——兼论网上外卖商业模式与管制[J]. 经济研究, 2024, 59(6): 184-203.
- [9] 李增禄, 郭强, 杨双. 供应商竞争环境下电商平台信息分享策略研究[J]. 软科学, 2020, 34(5): 108-114.
- [10] 姜参, 杨皎平, 荣帅. 考虑跨平台外部性的网购平台间竞争与其质量管控努力[J]. 沈阳师范大学学报(自然科学版), 2020, 38(3): 231-237.
- [11] 马述忠, 房超. 跨境电商与中国出口新增长——基于信息成本和规模经济的双重视角[J]. 经济研究, 2021, 56(6): 159-176.
- [12] 马述忠, 郭继文, 张洪胜. 跨境电商的贸易成本降低效应: 机理与实证[J]. 国际经贸探索, 2019, 35(5): 69-85.
- [13] 马述忠, 郭继文. 制度创新如何影响我国跨境电商出口?——来自综试区设立的经验证据[J]. 管理世界, 2022, 38(8): 83-102.
- [14] Bos, I. and Marini, M.A. (2022) Oligopoly Pricing: The Role of Firm Size and Number. *Games*, **14**, Article 3. <https://doi.org/10.3390/g14010003>
- [15] Butollo, F., Gereffi, G., Yang, C. and Krzywdzinski, M. (2022) Digital Transformation and Value Chains: Introduction. *Global Networks*, **22**, 585-594. <https://doi.org/10.1111/glob.12388>
- [16] Mueller, M. and Swoboda, B. (2025) Determinants of Wholly Owned Foreign Direct Investments in E-Commerce Firms: A Hierarchical Country and Firm-Level Analysis. *Management International Review*. <https://doi.org/10.1007/s11575-025-00575-7>
- [17] Chen, Y., Wang, Q. and Zhang, J. (2025) The Role of Cross-Border E-Commerce Platforms in the Digital Economy: Empower Firms to Gain Global Market Insights to Increase Global Competitiveness. *Journal of Digital Management*, **1**, Article No. 4. <https://doi.org/10.1007/s44362-024-00003-0>
- [18] Alvarez, V. and Saad, A.F. (2023) Multinational Production and Intra-Firm Trade. *Review of International Economics*, **31**, 826-853. <https://doi.org/10.1111/roie.12645>
- [19] Ingriana, A. and Rolando, B. (2025) Revolutionizing E-Commerce: Investigating the Effectiveness of Ai-Driven Personalization in Influencing Consumer Purchasing Behavior.
- [20] Cui, X.T., Zhao, H.Q. and Wang, K.X. (2025) Market Access Regulations for Foreign Investment in Cross-Border E-Commerce: A Comparative Study between China and Malaysia. *Journal of Asia Social Science Practice*, **2**, 16-45. <https://doi.org/10.71411/jassp.2025.33>
- [21] 黄绍升. 电商平台赋能互补企业创业绩效的机制与路径研究[D]: [博士学位论文]. 太原: 山西财经大学, 2023.