

国家补贴政策如何助力电商发展？

——基于TOE框架的探究

彭 婷

贵州大学公共管理学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年7月25日；录用日期：2025年8月8日；发布日期：2025年9月2日

摘 要

电商作为现代经济的重要组成部分，在推动经济增长、促进就业、便利生活等方面发挥着关键作用。近年来，行业内卷和外部竞争的高压态势来临，其发展也陷入困境。中央财政开始对电商实施补贴政策，助力电商实现转型升级。为探究国家补贴政策的作用机制和实际效应，本文立足TOE分析框架，系统阐释国家补贴政策通过驱动技术创新、优化组织协同、构建环境生态三条路径助力电商发展的作用机制；分析补贴政策在电商技术升级、组织效率提升、市场环境改善中的实际效应，揭示政策实施中的现存问题，并提出针对性优化建议，为政策优化提供理论支撑与实践参考。

关键词

电商，国家补贴政策，TOE框架

How Do National Subsidy Policies Boost E-Commerce Development?

—An Exploration Based on the TOE Framework

Ting Peng

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 25th, 2025; accepted: Aug. 8th, 2025; published: Sep. 2nd, 2025

Abstract

As a vital component of the modern economy, e-commerce plays a key role in driving economic growth, boosting employment, and facilitating people's lives. In recent years, with the advent of intense pressure from industry involution and external competition, its development has fallen into a predicament.

文章引用：彭婷. 国家补贴政策如何助力电商发展? [J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 347-351.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1492919

The central finance has thus initiated subsidy policies for e-commerce to help it achieve transformation and upgrading. To explore the operational mechanism and actual effects of national subsidy policies, this paper, based on the TOE analytical framework, systematically elaborates on how national subsidy policies promote e-commerce development through three paths: driving technological innovation, optimizing organizational collaboration, and building an environmental ecosystem. It also analyzes the practical effects of subsidy policies in upgrading e-commerce technologies, improving organizational efficiency, and enhancing the market environment, identifies the existing problems in policy implementation, and puts forward targeted optimization suggestions, so as to provide theoretical support and practical reference for policy optimization.

Keywords

E-Commerce, National Subsidy Policies, TOE Framework

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

当前，电商行业正处于快速发展和转型的关键阶段，但也面临着多重结构性挑战与发展困境。一方面，长期同质化的营销套路使消费者的购买疲劳感加剧，促销手段难以激发消费者的购买欲望，消费决策逐渐趋向理性化。另一方面，电商平台的创新动能也面临着严峻挑战。人工智能技术在电商领域的应用仍处于浅层次阶段，主要集中于客服优化、智能推荐等辅助环节，技术赋能的实际效能与市场预期存在显著差距。与此同时，电商行业还面临数字技术难题卡脖子[1]、组织协同效率低[2]、环境规则不断变化[3]等挑战。

在此背景下，国家财政对电商行业的补贴政策应运而生。2025 年中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》中强调：支持新型消费加快发展。深入实施数字消费提升行动，大力培育品质电商[4]。该政策旨在通过政策引导和资金支持，推动电商行业的转型与升级。为更好理解补贴政策在电商发展中的作用机制，本文基于 TOE 框架，探究了国家补贴政策如何助力电商发展，政策如何塑造有利于电商发展的制度环境与市场生态等问题，以期为电商补贴政策的制定提供决策参考。

2. TOE 框架理论及其适用性分析

2.1. 理论介绍

TOE 框架由 Tornatzky 和 Fleischer (1990)在《The Process of Technological Innovation》中提出，其中 T (Technology)表示技术因素，O (Organization)表示组织因素，E (Environment)表示环境因素。

其中，技术因素主要考虑技术自身的特点及其与组织之间的关联性。组织因素主要指组织特征，如组织能力、组织规模和组织资源等方面。环境因素主要关注于组织外部的条件，例如市场环境、政策环境等[5]。

2.2. 适用性分析

技术因素是电商发展的基础支撑，钟超[6]在探讨大数据环境下电商平台的消费者补贴策略时提及，技术的发展为电商平台制定补贴策略提供了数据支持与决策依据，凸显技术对电商运营模式的影响。汪兴东和熊彦龄[7]基于 70 项农村电商上行扶持政策文件，利用熵权法从多个维度评估政策效应，也侧面反映出

技术、组织与环境因素在电商政策实施中的交互影响。罗珉和李亮宇[8]从理论层面阐述了互联网技术,尤其是移动互联网社交平台,对企业价值创造模式的变革,进一步印证了技术在电商创新中的关键地位。

组织因素聚焦于企业内部资源与能力对电商发展的作用机制。徐程锦[9]在研究中提及,企业在参与电商业务时,组织内部的资源协调与创新文化对于应对市场变化至关重要。在电商补贴背景下的竞争法研究中提到,电商组织的竞争行为与补贴策略紧密相关,不同组织模式在补贴政策下的应对方式影响其市场竞争力。

环境因素作为外部约束条件,对电商的影响也十分显著。周念利和陈寰琦[10]分析区域贸易协定中的数字贸易条款,指出政策在跨境电商等领域规则制定中的重要性。市场结构研究则聚焦于竞争强度与市场集中度对电商模式的影响。在电商平台补贴政策的研究中,有学者指出补贴政策对市场结构、消费者行为及企业竞争策略产生多方面影响,如改变市场份额分布、引导消费者购买决策。

综合来看,在电商发展研究领域,TOE 框架因其对多维度因素的整合性解释力,已成为主流分析工具之一。因此,本文采用 TOE 框架分析国家补贴政策如何助力电商发展具有的合理性和适配性。

3. 国家补贴政策的 TOE 维度赋能机制

国家对电商领域的补贴政策,在刺激消费与推动产业升级中作用关键。在消费端,国家发展改革委、财政部 2025 年发布的以旧换新政策扩围至 12 类消费品[11],电商平台积极响应。在产业端,多地出台研发补贴:深圳对电商平台新技术项目按实际投资额 30%资助,年最高 300 万元[12];内蒙古对不同级别工业互联网平台按 20%投资额奖补,最高 500 万元,新建标识解析二级节点企业获 500 万元一次性补助[13];北京对跨境电商平台系统开发按审定投资 50%支持,单个项目最高 100 万元[14]。这些政策为企业创新提供资金支撑,加速行业技术迭代。

3.1. 技术维度赋能

国家补贴政策在技术维度主要通过研发补贴和基础设施建设补贴来推动电商技术的创新与应用。梁喜等人运用 Stackelberg 博弈对比分析了政府保鲜技术补贴、电商绿色研发补贴对生鲜电商的供应影响[15]。研究表明,电商平台可通过融通数字技术,以数字化为手段,提升生鲜农产品质量安全信息传递效率,有效降低生鲜农产品损耗,实现优质优价[16]。

3.2. 组织维度赋能

在组织维度,国家补贴政策促进了政企协同和平台内部组织优化。刘亚军等人指出政府初期以补贴引导,平台主导补贴并带动多主体参与,可实现政企协同实现共赢[17]。此外,跨境电商综试区的补贴促使 SHEIN 优化供应链组织,提升了响应速度与市场适应性。

3.3. 环境维度赋能

环境维度的补贴政策通过优化市场环境,促进电商发展。杨叶心指出随着政府补贴力度的加大,商家收益提升并选择积极合规策略,平台监管投入的增大,有利于商家策略选择向合规方向演化[18]。此外深圳“乐购深圳”活动通过发放消费券,带动了社会消费增长。同时,RCEP 的跨境数据流动补贴政策也为我国电商平台提供了更大的国际化发展空间。

4. 补贴政策助力电商发展的效应评估

从技术维度来说,补贴政策推动了电商平台技术的创新与积累,专利数量逐年增加[19],特别是在智能客服、智能推荐等技术领域。但同时,也存在“为补贴而研发”的技术套利现象,导致一些技术研发活

动缺乏实际应用价值，资源浪费。在组织维度，政府与企业协同的补贴项目提升了企业的运营效率，然而，补贴资金的多层级审批过程可能仍然影响了资金的快速到位，部分项目因资金迟到错失了技术创新窗口。从环境角度出发，农村电商补贴带动了县域网络零售额的年均增长[20]，但东西部差距仍显著。跨境电商补贴在提升我国平台国际市场份额的同时，面临新的国际规则挑战，如欧盟的碳关税等。

5. 补贴政策助力电商发展的优化路径

基于 TOE 框架的分析，可以得出国家补贴政策对电商发展起到了重要的推动作用，但政策之下也面临技术套利、资源分配不均等问题。因此，针对补贴政策的实施效果和现存问题，提出以下优化路径，以期为电商行业的发展提供更精准的政策支持。

5.1. 技术层面优化路径

目前，部分企业通过技术套利手段获取补贴，仅为获得资金而进行表面上的技术研发，导致资源浪费。因此，建议建立技术成熟度评估标准，并根据技术研发的实际进度、市场前景和创新程度分阶段进行补贴。即建立基于技术成熟度(TRL)和市场验证度的阶梯式补贴退出机制。

其次补贴政策应鼓励跨行业技术的整合。例如，推动电商企业与物流、支付、数据分析等领域的企业合作，通过联合研发、数据共享等方式，提升电商的技术创新和市场响应能力。

5.2. 组织层面优化路径

由于补贴资金的审批周期较长，且存在多层级审批机制，因此会影响资金的快速到位。建议设立一个统一的补贴资金池，电商平台根据自身运营数据和技术需求提出补贴申请，并根据市场需求动态调整补贴额度。这种灵活的方式能够确保补贴资金能够迅速响应市场变化，提高资金使用效率。

同时，补贴政策还应鼓励企业在组织管理、供应链管理、市场运营等方面进行创新。例如，跨境电商综试区的补贴政策促使一些电商平台如 SHEIN 进行了供应链组织架构的调整，建立了灵活、高效的生 产调度体系，极大提升了响应市场需求的速度。因此，未来补贴政策应鼓励电商企业在组织架构、业务流程、供应链管理等方面进行创新，以提升整体运营效率。

5.3. 环境层面优化路径

虽然电商补贴在提升整体市场活力方面发挥了作用，但在区域分布上仍存在较大差距，尤其是东西部地区的差异。因此，建议结合地区特征，制定适合各地发展的补贴政策。例如，东部地区的补贴政策可以侧重技术研发与国际化发展，而中西部地区可以更多侧重基础设施建设与市场环境优化。通过根据不同地区的特点制定定向补贴政策，缩小区域发展差距，推动电商行业的均衡发展。

6. 结论与展望

国家补贴政策通过 TOE 三维度形成的协同助力，在推动电商发展方面发挥了重要作用。但政策在改变困境的同时也存在技术套利、审批周期长导致效率低、区域发展不平衡等问题。

因此，未来需强化补贴政策的精准性与动态性。实时监测电商行业发展动态和企业需求，实现补贴资源的精准投放。同时，加强对补贴政策实施效果的评估与反馈，建立动态调整机制，使补贴政策更好地适应电商行业的发展变化，为电商行业的持续健康发展提供有力支撑。

参考文献

- [1] 姚佳人, 王雁峰, 张杰. 跨境电商企业面临的新挑战及其对策分析[J]. 时代经贸, 2025, 22(6): 118-120.

-
- [2] 唐富勇, 韩建民. 农村“最后一公里”物流问题分析及对策研究[J]. 物流科技, 2024, 47(23): 55-57.
- [3] 颜相子, 王帅, 刘文. RCEP 数字贸易规则升级与中国应对——与 USMCA、TPP、CPTPP、欧日 EPA 比较的思考[J]. 开放导报, 2024(3): 51-62.
- [4] 中共中央办公厅国务院办公厅: 提振消费专项行动方案[EB/OL].
https://www.gov.cn/zhengce/202503/content_7013808.htm, 2025-03-16.
- [5] 邱泽奇. 技术与组织: 多学科研究格局与社会学关注[J]. 社会学研究, 2017, 32(4): 167-192.
- [6] 钟超. 大数据环境下电商平台的消费者补贴策略研究——基于双边市场理论[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西南财经大学, 2023.
- [7] 汪兴东, 熊彦龄. 农村电商上行扶持政策效应评估——基于熵权法的文本分析[J]. 科技管理研究, 2020, 40(14): 218-226.
- [8] 罗珉, 李亮宇. 互联网时代的商业模式创新: 价值创造视角[J]. 中国工业经济, 2015(1): 95-107.
- [9] 徐程锦. WTO 电子商务规则谈判与中国的应对方案[J]. 国际经济评论, 2020(3): 29-57+4.
- [10] 周念利, 陈寰琦. 数字贸易规则的谈判与制订: 中国 VS 美国[J]. 世界知识, 2017(16): 23-25.
- [11] 中华人民共和国财政部: 财政部加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新[EB/OL].
http://www.mof.gov.cn/caizhengshipin/czsy/202501/t20250115_3951732.htm, 2025-01-17.
- [12] 深圳市商务局: 深圳市关于推动电子商务加快发展的若干措施[EB/OL].
https://www.sz.gov.cn/cn/xxgk/zfxxgj/zcfg/content/post_12293619.html, 2025-07-24.
- [13] 内蒙古自治区人民政府办公厅: 关于推动电子商务加快发展若干措施的通知[EB/OL].
https://www.nmg.gov.cn/ztl/zqsk/xgzc/zzqwj/202206/t20220610_2069516.html, 2022-06-06.
- [14] 北京市商务局: 关于发布 2024 年支持跨境电子商务发展项目申报指南的通知[EB/OL].
https://sw.beijing.gov.cn/zwxx/2024zcjd/202407/t20240719_3753534.html, 2024-07-22.
- [15] 李鹏, 火政允. 数字经济时代线上销售生鲜农产品质量安全保障研究——以拼多多为例[J]. 互联网周刊, 2023(6): 66-68.
- [16] 梁喜, 魏玉莲. 考虑混合补贴和消费者敏感的生鲜农产品供应链定价决策[J]. 工业工程, 2024, 27(4): 82-92.
- [17] 刘亚军, 冯泽宇. 鱼与熊掌如何兼得: 农产品电商上行的包容性商业模式构建策略仿真研究[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2023, 47(6): 38-45.
- [18] 杨叶心. 政府调控下电商平台网络监管博弈研究[J]. 全国流通经济, 2024(19): 20-23.
- [19] 张杨勋, 周浩. 政府专项补助与企业创新产出: 来自专利的证据[J]. 中南财经政法大学学报, 2020(3): 71-77+159.
- [20] 陈颖, 张丕强. 农村电商发展对县域消费的影响效应研究——基于电子商务进农村综合示范县设立的准自然实验[J]. 商业经济研究, 2025(9): 112-115.