E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(9), 455-461
Published Online September 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.1492934

Hans汉斯

数字经济发展对电商企业盈利能力的影响研究

黄　会

贵州大学经济学院，贵州　贵阳

收稿日期：2025年8月6日；录用日期：2025年8月18日；发布日期：2025年9月3日

摘　要

随着中国互联网技术的快速进步和移动互联网的广泛普及，数字经济对电商企业的影响越来越大。本文研究数字经济发展对电商企业盈利能力的影响，探讨其作用机制、面临挑战及提升路径。数字经济采用拓宽销售渠道、增强运营效率、创新营销模式、拓展融资渠道等途径，为电商企业盈利增添动力。针对数字技术投入成本高导致中小企压力大、数据安全风险影响消费者信任基础、市场竞争激烈引发价格战减少利润、监管政策变严增加合规成本等挑战，本文提出提升路径：优化技术投资策略，适应市场需求；提升数据安全与隐私保护水平，创建管理体系并按规操作；提高差异化竞争水平，借助个性化服务、塑造品牌及业务创新形成自身优势。研究表明，数字经济背景下，电商企业既有机遇也有挑战，企业要积极调整充分发挥优势、应对挑战，政府要提供支持，推动行业健康发展。

关键词

数字经济，电商企业，盈利能力，影响机制，提升路径

Research on the Impact of Digital Economy Development on the Profitability of E-Commerce Enterprises

Hui Huang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 6th, 2025; accepted: Aug. 18th, 2025; published: Sep. 3rd, 2025

Abstract

With the rapid advancement of China's Internet technology and the wide popularity of mobile

文章引用: 黄会. 数字经济发展对电商企业盈利能力的影响研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 455-461.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1492934

Internet, the impact of the digital economy on e-commerce enterprises is growing increasingly significant. This paper studies the influence of the development of the digital economy on the profitability of e-commerce enterprises, explores its mechanism of action, the challenges faced, and the paths for improvement. The digital economy adds impetus to the profitability of e-commerce enterprises through means such as broadening sales channels, enhancing operational efficiency, innovating marketing models, and expanding financing channels. In response to challenges such as high costs of digital technology investment putting pressure on small and medium-sized enterprises, data security risks affecting the foundation of consumer trust, intense market competition leading to price wars and reduced profits, and stricter regulatory policies increasing compliance costs, this paper proposes improvement paths: optimizing technology investment strategies to adapt to market demands; enhancing data security and privacy protection levels, establishing management systems and operating in accordance with regulations; and improving the level of differentiated competition by leveraging personalized services, brand building, and business innovation to form their own advantages. The research indicates that in the context of the digital economy, e-commerce enterprises face both opportunities and challenges. Enterprises should actively adjust and fully leverage their advantages to address challenges, while the government should provide support to promote the healthy development of the industry.

Keywords

Digital Economy, E-Commerce Enterprises, Profitability, Impact Mechanism, Improvement Path

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

随着大数据、区块链、人工智能、云计算等技术的快速发展，继农业经济、工业经济后出现的数字经济，正以其独特的特性推动着全球经济的发展，加快新一轮科技革命和产业变革[1]。习近平总书记在第二届中国–中亚峰会上说越来越多中国城市开通中亚班列，跨里海国际运输走廊提质扩容，绿色产业、数字经济、人工智能、航空航天成为双方合作新的增长点，跨境电商、在线教育等新模式新业态惠及中国和中亚国家广大人民[2]。在数字经济中，以数据作为其核心要素，以现代信息网络和信息通信技术为其重要推动力，具有渗透性、融合性、普惠性、动态性。传统的电商难以满足消费者多样化的需求，而数字经济正在以其高效的信息传播、成本较低且快捷的交易方式、潜力无限推动着传统商业模式的转型，尤其是电商企业。侯恩盼等(2023)讨论了在数字经济下电商营销模式的创新路径，突出加强监管、多渠道扩展、盈利模式变革、智能技术赋能等方面作用[3]。王琪等(2023)研究了在数字经济下电商旅游企业的盈利模式和改进策略，提出技术创新、客户导向、业务升级、战略合作等方面改进盈利模式，可增强企业竞争力[4]。

同时，数字经济的发展也挑战着电商企业。电商企业面对日益激烈的竞争市场，必须不断创新升级来吸引并留住客户。电商企业在发展过程中数据安全和隐私保护等信息安全问题不断暴露，也是电商必须直面的问题。杨绪瑞(2025)分析了电商冲击下传统零售企业盈利能力提升的方法，市场格局、顾客行为、盈利空间的缩小等因素都会冲击传统的零售企业盈利能力，并从成本管控、渠道拓展、供应链优化来阐述如何提升盈利能力[5]。张梦寒(2025)分析了现代电子商务盈利模式的发展态势与问题，即市场趋势从技术引领到跨境电商，从社交到绿色环保，其盈利模式呈现多元化、个性化、差异化等特点[6]。李晓雪、

路红艳(2020)分别提出数字经济发展下零售企业转型的机理，数字经济发展下零售企业的经营能力得到提高，增加了企业的运营效率和客户体验，进而不惜公司盈利能力的提升[7]。祁怀锦、曹修琴(2020)分析了数字经济对企业治理的作用和影响，数字经济提高了信息的透明度，降低了代理的成本，使得经济条件下企业治理的结果有效优化[8]。本文分析数字经济对于电商企业盈利能力的影响，并就电商企业发展面临的问题给出提升电子商务企业盈利能力的路径，提出相应的优化策略建议，希望能够为电商企业在数字经济时代实现可持续发展提供理论和指导。

2. 数字经济发展促进电商企业盈利的机制

2.1. 拓宽销售渠道，扩大市场规模

数字经济可突破传统商业模式在时间以及地点方面的限制，把产品和服务推广至更为广泛的客户群体，促使电商企业的市场持续扩展，一方面，电商企业借助互联网平台，可与全球各地的消费者构建联系，推动市场朝着国际化方向发展，比如亚马逊，作为全球规模较大的电子商务公司之一，数字技术帮助亚马逊从美国本土向世界各地进行扩张，凭借在线上搭建的平台，再借助像支付宝、微信这类数字支付方式并结合跨境物流等数字技术，完成不同国家和地区消费者之间的交易，其业务在全球众多国家和地区均有分布，为全球消费者提供了丰富多样的商品和服务。另一方面，数字技术的运用让电商企业可以挖掘细分市场以及小众需求，凭借个性化推荐、定制化服务等途径契合不同消费者的需求，拓展市场份额，像小红书、抖音等依靠用户生成内容模式以及精准推荐算法，吸引了大量年轻用户，在美妆、时尚等细分市场收获了不错的成果。

2.2. 优化运营效率，降低成本支出

电商企业在运营过程中借助数字技术，可提升运营效率，还可降低各项运营成本，于供应链管理方面，借助大数据剖析消费者需求以及市场走势，企业可更精准地预测销量，优化库存管理，防止库存积压或者缺货过多，削减库存成本，在采购环节也可降低采购成本，比如京东整合供应商资源，运用大数据预测商品需求，优化采购计划，切实降低了采购成本。另外在营销环节，像搜索引擎优化、社交媒体营销等数字营销手段，相较于传统营销方式成本更低且效果更精准，利用物联网技术对物流运输过程实施实时监控与调度，提高了物流配送效率，缩短了配送时间，降低了物流成本。

2.3. 创新营销模式，提升品牌影响力

随着数字经济蓬勃兴起，诸多创新营销模式相继涌现，像社交媒体营销、直播电商、内容营销等多样手段，给电商给予了全新营销策略，这些新型营销模式丰富了企业营销手段，借助大数据技术应用，达成了对消费者行为与偏好的深入了解，依据对消费者兴趣爱好、消费习惯等信息的精确剖析，电商企业可施行高效精准的营销策略，把产品信息准确推送给潜在目标客户，极大提高了营销转化率。

特别在直播电商领域，主播凭借实时讲解与互动，给消费者带来更具沉浸感的购物体验，提高了消费者参与感与购买欲望，有力推动了产品销售业绩增长，电商企业充分运用社交媒体平台的广泛传播力及社交属性，开展品牌宣传与口碑营销，此策略可快速提升品牌知名度与影响力，强化消费者对品牌的认同及忠诚度。这种品牌力量的提高，提高了产品溢价能力，还为企业赢得更广阔市场份额，奠定了在数字经济时代竞争中的优势地位。

2.4. 拓展融资渠道，缓解资金压力

数字金融的兴起给电子商务领域的企业开拓了多种融资渠道，有效减轻了这些企业的财务负担，在

传统融资模式下，中小型电商企业大多时候面临融资险阻以及融资成本高昂的问题，然而在数字化经济潮流中，电商企业可借助互联网金融平台以及供应链金融等方式获取所需资金支持，例如金融机构可依据电商平台上的交易数据和信用记录，更精确地评估企业信用，为企业提供无需抵押且成本较低的信用贷款。供应链金融凭借整合供应链内各环节企业的资源，推动了资金的高效流动，为电商企业在日常运营及规模扩张阶段提供了有力的资金保障。

3. 电商企业在数字经济背景下面临的挑战

3.1. 数字技术投入成本高，中小电商企业压力大

数字技术发展速度很快，给电商企业给予了不少机遇，企业可借助高效的数据分析以及智能化运营获取竞争优势，不过这一进程存在一定门槛，研发、引进并应用这些前沿技术需要大量资金，这是一项颇具挑战性的任务，大型电商企业依靠雄厚的资金实力，可在数字技术的研发与应用方面全力投入，构建先进的数据分析系统、自动化物流设施以及个性化营销策略，在市场竞争里占据有利位置。

与之相比，中小电商企业面临的挑战更为严峻，因为资金有限，这些企业大多时候难以承受高额的数字技术投入成本，在数字化转型进程中，它们只能在有限资源条件下尽力而为，无法像大型企业那样全面且深入地开展技术研究与应用，这限制了中小电商企业的技术升级，也让它们在市场竞争中承受了更大压力。中小电商企业在数字化转型过程中遭遇的不平等竞争，加剧了其在盈利能力提升方面的困境，由于缺乏足够的技术支持，这些企业在用户体验、运营效率、成本控制等方面难以与大型企业相抗衡，对销售额和利润率产生了影响，从长期来看，资金投入不足可能致使中小电商企业在市场中逐渐丧失竞争力，甚至面临被淘汰的风险。

解决资金问题，推动中小电商企业的数字化转型，成为了业界和政府关注的重点，借助政策扶持、资金补助、技术合作等多种方式，为中小电商企业提供更多支持与帮助，是促进电商行业健康、均衡发展的关键所在，唯有如此，中小电商企业才能在数字经济的浪潮中找到自身立足之地，实现可持续发展。

3.2. 存在数据安全风险问题，消费者信任度影响盈利

在数字经济的时代背景下，数据对于电商企业而言，其关键程度是显而易见的，它是推动电商企业运营以及进行决策的核心动力所在，同时也是企业参与竞争的关键要素，随着信息技术快速发展，电商企业收集并存储了数量庞大的消费者信息与交易数据，这些数据已然成为企业极为宝贵的资源库。然而在享受数据所带来的便利与优势之际，数据安全风险也成为电商企业不得不面对的一项重大挑战。

数据泄露、数据篡改以及网络攻击等问题变得日益严重，这些问题频繁出现，有可能致使企业遭受经济方面的损失，而且还可能对消费者的隐私安全形成威胁，一旦消费者信息发生泄露，那么不光消费者的利益会受损，企业自身的声誉同样会受到极为严重的损害。信任危机一旦爆发，会使得消费者对电商企业的信任程度大幅降低，造成消费者流失以及销售额减少，直接对企业的盈利能力与市场地位产生影响。

面对如此挑战，电商企业要高度重视数据安全问题，把数据保护当作企业发展的关键要点，企业要强化数据安全意识，针对员工开展数据安全培训，保证他们在处理数据时可严格依照相关规定行事。企业应运用先进的技术手段，像加密技术、防火墙、入侵检测系统等，对数据存储与传输实施安全防护，另外企业还需要构建完善的数据安全管理制度，定期对数据安全展开检查与评估，保证数据的完整性与保密性，借助这些有效举措，电商企业可保护消费者数据安全，维护企业声誉，而且还可提高消费者对企业的信任，推动企业持续发展。在数字经济的浪潮当中，唯有保证数据安全，电商企业才可在激烈的市场竞争里站稳脚跟。

3.3. 市场竞争大，价格战导致利润减少

伴随着数字经济的迅猛进步，电商行业步入了空前繁荣的发展阶段，互联网技术的持续演进与普及态势，大大拉低了电商行业的进入门槛，推动众多企业快速闯入这个商机无限的市场，这也造成市场竞争不断激烈。为了在激烈的市场竞争中拔得头筹，电商企业都积极采取办法，争夺市场占比，常见竞争手段里有价格战，企业采用不断降价的手段促销，引起消费者关注并推动购买，该方式在短时间内的确可以提升销售额，增大市场份额，但由此带来的问题同样值得留意。

价格战持续上演，大幅挤压了企业的获利范围，为了维系竞争力，企业只好降低产品价格，然而成本可压缩的空间不大，引发利润逐步变少，处于这样的情况里，企业大多会陷入恶性循环，不停压缩开支，造成产品质量下滑，最终伤害到消费者的利益。过度打价格仗对电商企业的持续健康发展极为不利，企业利润空间变窄会影响其技术创新以及产品升级的投入安排，减弱企业的核心竞争力水平，价格战会造成市场秩序混乱，引发企业之间不正当竞争的恶化，不利于整个行业的健康成长，长期处于价格战中，消费者也会对低价产品有审美疲劳，对电商行业的信赖程度下降。

电商企业需摒弃价格战这种短视的竞争途径，转而走上依靠提高产品质量、优化服务、创新商业模式等的可持续发展道路，电商行业才会在数字经济的大潮里稳步进展，实现长期进步，为我国经济的繁荣增添更大助力。

3.4. 监管政策越严，电商企业合规成本变高

在数字经济快速演进的环境里，电商行业成为拉动经济增长的关键力量，随着行业的迅猛拓展，监管政策不断加码，这对电商企业的合规成本造成了明显冲击。

从税收监管的层面，2025 年 6 月 23 日国务院发布的《互联网平台企业涉税信息报送规定》，规定互联网平台企业需向税务机关报送平台内商家及从业者的身份信息和收入统计数据，此规定让税务监管的透明度与精准度增强，电商商家所面临的合规压力明显增大。部分商家采用不开具发票、走私账收款等方式逃避纳税义务，新规实施以后，线上交易数据透明度提升，企业必须要依法申报。若商品以 100 元价格出售，含 13%增值税，过去未申报能“省”下 11.5 元税金，如今需要依法依规缴纳，否则就会面临补税、罚款等处罚。针对中小商家与个人卖家而言，税负会增大，利润空间被挤压，甚至会造成价格优势的丧失。

就广告宣传而言，《广告法执行指南》明确宣称，精准投放、人工干预等销售行为是广告法适用的对象，2024 年 12 月修订完毕的《中华人民共和国企业所得税法实施条例》写明，企业投流费用超出年营业收入 15%的部分，需按照既定规则计征企业所得税，对于凭借流量开展运营的电商企业，投流费用占营收的比例颇高，合规成本随之大幅上扬。

数据安全及隐私保护层面，在《网络安全法》《数据安全法》和《个人信息保护法》等法规问世后，电商企业在数据收集、存储、运用和传递等环节面临严苛监管，企业必须拿出大量资金去搭建数据安全管理体系，诸如加强数据加密手段、完善用户身份核实机制、定期开展数据安全检查等，就数据出境这一情况而言，监管部门的审查流程复杂、标准甚严，企业需要花费大量时间与人力成本去应对，如果企业做出违规操作，将遭遇高额罚款以及声誉受损等严重后果。

4. 电商企业盈利能力提升的路径

4.1. 优化技术投资策略

电商企业需制定科学恰当的技术投资策略，缩减技术投入的风险规模，需强化技术研发的市场调研

与需求分析，确保技术研发方向与市场需求紧密贴合，增加技术研发成功的可能性。对技术投资预算进行合理安排，杜绝盲目“跟着走”和过度的资金投入。可以采用逐步推进式的技术升级策略，逐步引入后再应用新技术，降低技术实际应用的风险；电商企业也可与高校、科研机构共同进行合作，共同开展技术相关研发，充分借助外部技术资源，增强技术创新水平。

4.2. 加强数据安全与隐私保护

数据安全及隐私保护是电商企业在数字经济时代可持续发展的必要基础，电商企业需构建健全的数据安全管理体系，提升数据收集、存储、传输和使用等环节的安全防护水平，具体实施措施有：采用先进的数据加密方式，保证数据的安全可靠；构建严格的数据访问权限体系，防范数据的滥用与泄露；增强员工的数据安全培训内容，提升员工对数据安全的认识。电商企业须积极配合国家数据隐私保护法规，规范数据收集及使用的行为，保障用户的合法利益，强化企业的社会形象与信誉水平。

4.3. 强化差异化竞争策略

根据动态能力理论，企业在快速变化的环境中，为了适应市场变化需要整合、构建和重构内部和外部资源，这种动态调整的能力是维护竞争优势的核心；同时根据资源基础观，企业的竞争优势在于企业拥有的有价值、稀缺、很难被模仿或替代的资源。因此在激烈的市场比拼中，电商企业要进一步强化差异化竞争策略，增强自身现有的核心竞争实力。一方面，充分挖掘用户需求，以提供个性化的商品及服务的方式，应对不同用户的需求，造就差异化的竞争优势。例如，部分电商企业针对特定消费群体推出定制化的商品及服务，如母婴电商平台针对孕妇和新生儿家庭供应专属的商品与服务套餐。另一方面，电商企业应看重品牌打造，依靠提升品牌形象及品牌价值，引起用户关注，提升用户忠诚度。可通过强化产品质量保障、优化售后跟进服务、开展品牌形象营销活动等方式，提高品牌的知名度与美誉度；电商企业还可利用拓展业务范畴、创新业务样式等方式，实现发展的差异化，像发展跨境电商、农村电商等新兴的业务板块。

4.4. 主动适配监管环境，优化合规成本

电商企业需把合规管理从被动处理转为主动安排，以体系化建设达成降低合规成本目的，实现适应监管和盈利增长的良性循环。在税务合规上，可借助数字技术去搭建智能税务管理系统，平台方为中小商家给予支持，且在合法的框架之内优化税负结构；在广告投流方面，搭建智能型审核平台，实行投流费用动态控制并深化效果归因分析；在数据合规方面，按照安全等级实施差异化管控，构建起数据出境全生命周期管理机制，同时树立数据合规的文化意识，借此降低合规所需的成本，实现积极发展格局。

5. 研究结论

数字经济的推进为电商企业盈利能力的提升带来了前所未有的机缘，诸如拓宽销售渠道数量、提高运营效率质量、创新营销模式种类、拓展融资渠道等，电商企业也面对着数字技术投入成本居高不下、数据安全风险凸显、市场竞争加剧、人才稀缺等挑战。为了在数字经济背景下实现盈利水平的增强，电商企业要扩大数字技术研发与应用的规模，提升数据安全管理水平，实行产品及服务的创新，注重人才培养与引入，加大合作与联合，把数字经济的优势充分发挥出来，应对多样挑战，实现可持久的发展。

伴随数字技术不断进步和革新，数字经济对电商企业盈利能力的影响将更加深远，电商企业应密切关注数字经济发展态势，持续调整经营方针，积极去适应市场变动，把握发展契机，实现自身的高层次发展；政府和相关部门也应进一步加强对电商企业的支持引导，为电商企业构建良好的发展空间，推动数字经济与电子商务深度结合，推动电商行业的健康成长。

参考文献

[1] 罗文婷. 数字经济背景下浙江省跨境电商中小企业转型升级的策略研究[J]. 中国商论, 2025, 34(4): 67-71.

[2] 习近平. 弘扬“中国-中亚精神”推动地区合作高质量发展——在第二届中国-中亚峰会上的主旨发言[EB/OL]. 2025-06-17. https://www.toutiao.com/article/7516912042146644532/?upstream_biz=doubao&source=m_redirect, 2025-08-30.

[3] 侯恩盼, 李春杰, 蒋鸿泽. 数字经济背景下电商营销模式创新研究[J]. 上海商业, 2025(1): 68-70.

[4] 王琪, 李存芳, 邵梦娇. 数字经济下电商旅游企业的盈利模式及改进策略——以 XCLX 为例[J]. 经济研究导刊, 2024(11): 66-70.

[5] 杨绪瑞. 电商冲击下传统零售企业盈利能力提升策略探讨[J]. 现代商业, 2025(13): 24-27.

[6] 张梦寒. 现代电子商务盈利模式分析[J]. 商场现代化, 2025(5): 69-71.

[7] 李晓雪, 路红艳, 林梦. 零售业数字化转型机理研究[J]. 中国流通经济, 2020, 34(4): 32-40.

[8] 祁怀锦, 曹修琴, 刘艳霞. 数字经济对公司治理的影响——基于信息不对称和管理者非理性行为视角[J]. 改革, 2020(4): 50-64.