

数字化转型对中国企业进口的影响研究

——基于扩大内需视角

董可昕*, 彭阳洋

扬州大学商学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2026年6月2日; 录用日期: 2026年6月16日; 发布日期: 2026年7月27日

摘要

进口贸易是衔接国内外市场、促进消费升级与产业高端化的重要纽带。但进口结构与内需错配制约内需释放与经济提质。企业数字化转型通过构建“需求引导供给”模式, 为破解此困境提供新视角。本文基于扩大内需视角, 利用2007~2016年上市公司与海关进口微观匹配数据, 构建数字化转型评价体系, 运用固定效应模型检验其对进口规模与结构的影响及机制。结果表明, 数字化转型显著促进进口规模与结构优化, 主要通过增加消费需求、强化供需适配性和降低交易成本实现。异质性分析显示, 东部地区效应显著, 中西部地区不显著。

关键词

内需, 数字化转型, 进口贸易, 市场供需匹配性, 异质性检验

Digital Transformation and Its Impact on Import by Chinese Enterprises

—From the Perspective of Expanding Domestic Demand

Kexin Dong*, Yangyang Peng

Business School, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: June 2, 2026; accepted: June 16, 2026; published: July 27, 2026

Abstract

Import trade serves as a vital link connecting domestic and international markets and promoting consumption upgrading and industrial high-end development. However, the mismatch between import structure and domestic demand constrains the release of domestic demand and the improvement

*通讯作者。

文章引用: 董可昕, 彭阳洋. 数字化转型对中国企业进口的影响研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(7): 864-873.
DOI: 10.12677/ecl.2026.157829

of economic quality. Enterprise digital transformation provides a new perspective for resolving this dilemma by constructing a “demand-driven supply” model. From the perspective of expanding domestic demand, this paper uses matched data from Chinese listed companies and customs import microdata for the period 2007~2016, constructs a digital transformation evaluation system, and employs a fixed effects model to examine its impact on the scale and structure of imports and the underlying mechanism. The results show that digital transformation significantly promotes the optimization of import scale and structure, mainly by increasing consumer demand, strengthening supply-demand matching, and reducing transaction costs. Heterogeneity analysis reveals that this effect is significant in the eastern region but not significant in the central and western regions.

Keywords

Domestic Demand, Digital Transformation, Import Trade, Market Supply-Demand Matching, Heterogeneity Test

Copyright © 2026 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

2025 年中央经济工作会议将扩大内需置于任务首位。释放内需潜力是国民经济持续健康发展的基本支撑。然而,我国外部环境复杂严峻,部分行业产能过剩,收入分配结构有待优化,居民消费倾向趋于保守,内需不足、消费疲软、结构性短缺成为社会转型期困扰我国经济发展的重要难题[1]。扩大进口不仅通过直接增加商品供给弥补国内结构性短缺,还通过竞争效应和创新激励效应推动消费升级与内需释放[2]。根据国际贸易理论,扩大进口能拓宽消费者选择范围,提升消费者效用。消费品进口在满足人民群众日益多元化、高级化的消费需求方面发挥着关键作用[3]。但我国进口结构与国内消费结构之间存在脱节,进口结构失衡不仅制约了国内产业升级,还影响了消费品质的提升和消费升级[4]。

数字化转型通过信息成本降低、生产效率提升和供应链优化,显著促进企业进口规模扩张、质量提升和结构优化[5]。我国目前明确要将“加速数字化发展”作为加快现代产业体系建设,推动经济体系优化升级的重要指引。数字化赋能正持续为传统产业注入活力,并推动制造业的转型升级。当前相关研究多聚焦于数字化转型如何提升供给侧的企业内部效率与竞争力,从而促进进口提质增速。但实际上,从需求端来说,其一,数字化转型拓展了消费产品供给的多样性,驱动居民消费需求结构升级与消费方式变革,进而引致进口需求结构性提升,促使企业动态调整进口决策并创新进口模式。其二,数字化转型显著增强了市场信息透明度,有效降低交易成本、优化供需匹配效率,有效纾解流通环节中的障碍,构建起需求侧与供给侧之间的高效信息传导机制,使消费偏好信息得以精准释放,从而倒逼进口结构优化升级,精准高效匹配内需增长需求。由此可见,数字化转型经由需求侧路径对进口贸易产生的驱动效应不容忽视。本文基于扩大内需视角,利用中国上市公司数据与海关进口微观数据进行匹配的数据,实证检验数字化转型对企业进口规模、进口结构的影响效应及其作用机制,为加快我国推动贸易创新发展,促进外贸提质增效,优化升级进口贸易,推动进出口平衡发展提供决策参考。

2. 机制分析与研究假设

2.1. 文献综述

在新发展格局下,扩大内需不仅是经济增长的“稳定器”,更是结构优化的“助推器”。内需市场规

模的持续壮大与消费结构的提质升级, 正日益构成中国经济高质量发展的内生动力与坚实基础[6]。进口商品为国内消费者提供了更优的选择, 迫使国内企业提升产品质量和服务水平, 从而更好地满足已经升级的内需[7]。扩大进口不仅有助于满足国内居民对高质量商品与服务日益增长的需求[8], 也为实现经济高质量发展提供了重要支撑[9]。然而, 当前我国进口结构问题不断显现, 如国内外部分消费品在质量、安全方面仍有差距, 初级中间品进口定价权缺失, 部分核心关键零部件存在“卡脖子”问题等。

数字化转型作为全球经济发展的核心驱动力, 正深刻重塑国际贸易格局和消费市场格局, 对进口贸易与国内消费均产生了系统性影响。已有研究指出数字化转型在提升公司的竞争力[10]和企业创新能力[11]的同时, 通过缓解融资约束、提高生产率等促进进口规模与质量升级[12]。对于国内消费市场而言, 则通过提高劳动收入[13]、降低搜寻成本[14]、提高市场匹配效率[15]和降低零售价格[16]等效应促进消费升级。现有研究分别就数字化转型对于进口以及对于消费升级的直接影响给予较多关注, 但尚未关注数字化转型通过扩大内需进而可能对进口结构优化产生的激励效应。实际上, 数字化转型使企业能够更好地识别和响应国内不断升级的消费需求, 从而调整其进口行为。数字化转型推动发展路径由“供给创造需求”转向“需求引导供给”, 缓解供需结构性矛盾, 实现从生产者主导向消费者主导的转变, 催生消费者参与创新、反向定制等模式[17], 定制化、众包化为特征的创新模式释放了高度分散化、个性化的产品与服务的需求, 从而激发企业进口结构优化。

本文将进一步从扩大内需视角探讨数字化转型对进口规模 and 结构的影响机制。

2.2. 数字化转型对企业进口的影响机制分析

中国近年来在数字化转型方面出台了一系列政策, 涵盖多个领域, 包括数字经济、数字政府、数字基础设施、数字安全、数字民生等。例如, 《“十四五”数字经济发展规划》¹提出加快数字化转型的目标, 支持各类企业在技术创新、数字基础设施建设和数据应用领域加大投资。根据相关研究, 数字化转型显著促进了企业进口规模的扩大, 尤其是对中小型企业进口规模的促进作用更为明显。此外, 数字化转型还显著提高了企业进口产品的技术含量和质量, 推动了进口产品种类的多样化。

从需求层面审视, 数字化转型从根本上动摇了传统工业时代“供给创造需求”的范式, 推动经济体系向“需求引导供给”的新范式演进。数字化转型通过多种路径促进内需增长, 加速消费结构转变与消费升级, 进而对进口产生影响, 具体影响机制如图 1 所示。

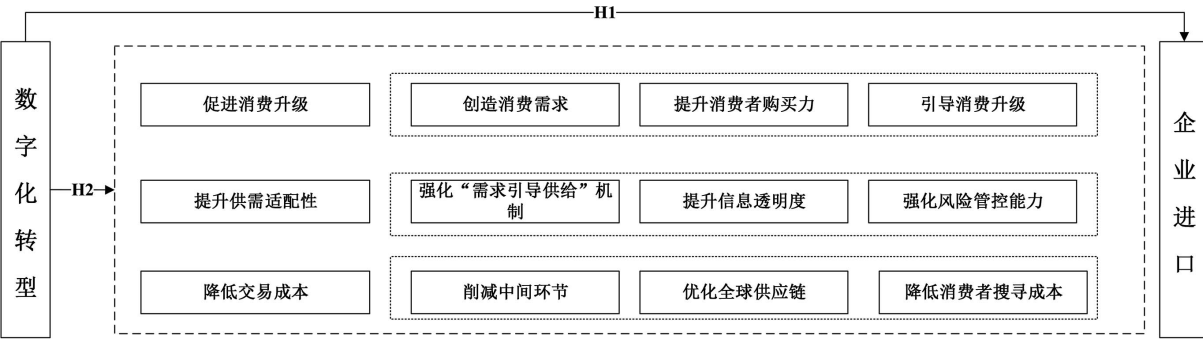


Figure 1. Analysis framework of the impact mechanism of digital transformation on enterprise imports

图 1. 数字化转型对企业进口的影响机制分析框架

2.2.1. 数字化转型促进进口消费需求升级

企业数字化转型不仅直接丰富了消费者的选择, 更通过培育新的消费热点、催化消费业态创新, 对

¹https://www.gov.cn/gongbao/content/2022/content_5671108.htm

扩大内需产生了显著的“供给端驱动”效应, 内需的扩大有力带动了高质量产品进口。企业数字化转型间接提升了消费者的收入水平与消费能力, 进而对进口产生正向推动作用。首先, 数字化转型通过强化消费者的“收入效应”, 数字化平台降低了信息搜寻成本并加剧市场竞争, 通过平抑商品价格水平实质性提升了居民的实际购买力, 从而激发出对优质进口品的增量需求。其次, 数字化转型通过引发“替代效应”, 改变了消费者的选择集与偏好结构, 从而引导进口品类向多元化、高级化发展。数字化产品及个性化、体验式的消费模式, 对传统产品与标准化模式形成替代, 重塑了消费者的偏好结构, 由此释放的转移性支出导向新兴消费领域, 其中包括众多依托进口才能满足的新兴品类。个性化的消费模式替代了标准化、功能化的消费模式, 消费者转而追求能够彰显个性、提供独特体验的小众品牌、定制商品和海外原产地产品, 使得进口结构必须随之优化, 从进口“大宗标准品”转向进口“特色差异化产品”。

2.2.2. 数字化转型强化供需市场适配性

数字化转型强化了供需市场的适配性。首先, 数字化转型有效强化了市场导向机制, 推动经济体系向“需求引导供给”的新范式演进, 形成消费模式变革, 促进供给端与消费需求的精准适配, 纾解供需结构性矛盾, 提升了供需市场的适配性。依托“消费者参与创新”“反向定制”等新型消费模式[17], 消费需求沿产业链向上传导并形成“以需定产”范式, 有效纾解了供需结构性矛盾。为匹配持续升级的内需, 企业进而积极引进海外先进技术、设备与关键要素, 驱动进口结构向高附加值与创新型生产资料优化, 形成需求牵引供给的良性循环。其次, 数字化转型有利于提升市场信息透明度与资源配置效率。企业数字化转型后, 能够借助消费大数据将隐性需求转化为可视化信息, 有效降低供需信息不对称, 进而精准调整进口规模与结构, 从而更加精准地把握市场动向。以中粮集团为例, 中粮集团数字化转型后, 建立了网上数字化平台, 通过分析消费者的浏览记录等行为数据, 有效捕捉消费者的潜在需求, 并指导企业的生产、研发、营销和决策辅助等方面的工作。此外, 企业数字化转型之后, 企业能够更容易地获取全球市场信息。信息优势强化了企业的风险管控能力, 使其更有意愿与能力通过分散进口来源地、增加进口产品的多样性来对冲单一市场的供应风险[18], 实现进口结构的战略性调整与进口韧性的提升。

2.2.3. 数字化转型降低交易成本

企业数字化转型后, 通过入驻数字平台削减中间环节、优化全球供应链, 显著降低进口交易成本。企业入驻跨境电商平台后, 消费者的商品获取边界得以有效拓展。具体而言, 以往难以触达或获取受限的境外商品, 现可通过数字化平台实现便捷购买。同时, EDI、电子支付等手段加快了通关与跨境结算, 消除传统流通障碍, 实现交易在线高效运行, 保障了供给的多样性与响应速度。企业数字化转型也降低了消费者的信息搜寻与比较成本, 使消费者决策更高效、选择更多元, 从而释放内需。这种持续扩大升级的需求, 又通过数据反馈、反向定制等机制, 牵引供给端创新迭代, 进一步优化进口规模与结构。基于此, 本文提出如下假说:

假设 1: 企业数字化转型通过扩大内需提高进口规模、优化进口结构。

假设 2: 企业数字化转型通过促进消费需求升级、提升市场供需适配性、降低交易成本提高进口规模、优化进口结构。

3. 模型及变量选择

3.1. 模型构建

3.1.1. 基础回归模型

为实证检验本文的研究假设, 本文在构建基准回归模型的基础上, 构建中介效应模型。首先, 建立如下计量模型:

$$Imp_{ft} = \alpha_0 + \alpha_1 Dcg + \beta Z_{ft} + v_f + v_t + \varepsilon_{ft} \quad (1)$$

其中, Imp_{ft} 表示企业 f 在 t 期的各类进口表现, 包含企业的进口规模、企业进口来源国多样化水平和进口产品多元化水平; Dcg 表示企业 f 的企业数字化转型指标; Z_{ft} 为控制变量, 后文将进行详细说明; v_f 和 v_t 分别表示企业和时间固定效应; ε_{ft} 表示随机干扰项。

3.1.2. 中介效应模型

为了进一步研究数字化转型对企业进口行为的影响机制, 根据上述理论分析, 对数字化转型是否通过促进进口消费需求升级、提升供需适配性、降低交易成本促进进口规模提高和进口结构优化进行检验。为有效规避传统的三步法存在的内生性问题, 本文参考江艇[19]对中介效应分析的建议, 构建如下模型进行机制检验:

$$Meditor = \gamma_0 + \gamma_1 Dcg + \beta_2 Z_{ft} + v_f + v_t + \varepsilon_{ft} \quad (2)$$

其中, $Meditor$ 表示中介变量, 其中包括消费需求、市场供需适配性和制度性交易成本; γ_1 表示自变量数字化转型对中介变量的效应; Dcg 表示企业 f 的企业数字化转型程度; Z_{ft} 为控制变量, 后文将进行详细说明; v_f 和 v_t 分别表示企业和时间固定效应; ε_{ft} 表示随机干扰项。

3.2. 变量选取

3.2.1. 被解释变量: 进口规模(ImpValue)和进口结构(ImpStr)

本文分别从进口规模和进口结构视角进行检验。其中, 进口规模是指企业在特定时期内所进口的商品和服务总额, 本文采用企业进口商品和服务金额总额衡量。进口结构既包括进口来源国多元化水平, 也包含进口产品多样性水平。其中, 进口来源国多元化水平(CouNum)采用行业或企业进口来源国数量衡量; 进口产品多元化水平(ProNum)采用企业进口的 HS6 位码的产品种类数衡量。以上变量均做对数处理。

3.2.2. 解释变量: 数字化转型(Dcg)

关于数字化转型, 本文借鉴吴非[20]的研究思路, 使用 Python 爬虫技术对上市企业年度报告中的企业数字化特征词进行搜集整理与词频分析, 形成数字化转型的整体指标体系, 特征词包括人工智能技术、大数据技术、云计算技术、区块链技术等四个底层技术运用子指标与技术实践应用子指标。

3.2.3. 中介变量

本文选用消费需求、市场供需适配性和制度性交易成本作为中介变量。其中, 消费需求(Consu)采用企业进口消费品数量的对数进行衡量; 市场供需适配性(LnSale)采用企业营业收入的对数来衡量, 企业营业收入越高, 表明产品的市场需求状况就越好, 产品市场的供需适配性越好; 制度性交易成本(Cost)采用企业管理费用、销售费用等费用之和与总资产的比值来测度。

3.2.4. 控制变量

模型中控制变量包括上市公司的现金资产比率(CR)、税金及附加(Tax)、产权比率(DER)、现金流量负债比率(CFDR)、成本费用利润率(PR)等, 分别采用(货币资金 + 短期投资)/流动负债、税金及附加具体值、负债权益总额/股东权益总额、经营活动产生的现金流量净额/期末负债合计、利润总额/成本费用总额表示。

3.3. 数据来源

由于 2016 年后的海关数据不再披露企业信息, 所以本文使用了 2007~2016 年中国上市公司年报文本数据、国泰安数据库以及中国海关数据库。上述 3 个数据库的匹配主要有 3 个步骤: 首先, 使用证券代

码将企业数字化转型数据匹配到上市公司面板数据集中。其次, 与海关数据库进行合并。最后, 对合并完成的数据进行清洗: 1) 仅保留进口企业数据; 2) 对企业名称或者企业所在地区缺失的样本进行删除; 3) 剔除 ST 和 ST*类的公司; 4) 剔除缺少相关财务数据的公司; 5) 对全部连续变量在 1%和 99%水平上进行缩尾处理, 最终得到有效样本 2039 个。

4. 实证结果分析

4.1. 基准回归结果

表 1 的估计结果显示, 无论是否加入企业层面控制变量, 企业数字化转型对进口规模、进口来源国多元化水平和进口产品多元化水平均有显著正向影响。这表明数字化转型有效推动了企业进口增长与结构优化, 显著促进进口贸易发展, 假设 1 得证。

Table 1. Baseline regression results
表 1. 基准回归结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	进口规模(ImpValue)		进口来源国多元化水平(CouNum)		进口产品多元化水平(ProNum)	
数字化指标 (Dcg)	0.210*** (0.052)	0.182*** (0.054)	0.068*** (0.022)	0.060*** (0.022)	0.071** (0.028)	0.061** (0.029)
常数项	13.736*** (0.047)	14.039*** (0.095)	1.420*** (0.020)	1.542*** (0.039)	1.934*** (0.026)	2.050*** (0.051)
控制变量	否	是	否	是	否	是
企业固定	是	是	是	是	是	是
年份固定	是	是	是	是	是	是
观测值	2040	2039	2040	2039	2040	2039
R ²	0.011	0.023	0.007	0.017	0.004	0.010
调整 R ²	-0.345	-0.333	-0.350	-0.341	-0.354	-0.351

注: *, **和***分别表示在 10%、5%和 1%水平上显著, 括号内数据为标准误。

4.2. 基于扩大内需视角的机制检验

基于上述实证分析结果, 本文进一步基于内需扩大视角, 采用模型 2 检验数字化转型对进口影响的机制。

4.2.1. 促进进口消费需求升级

本文以企业进口消费品数量对数值衡量消费水平。表 2 列(1)显示, 数字化转型对消费需求的回归系数在 1%水平显著, 表明数字化转型有效推动消费升级, 进而促进进口。数字化转型催生消费新业态, 通过培育新热点、催化业态创新引导消费支出, 形成显著的“供给端驱动”效应, 驱动企业内需扩大与进口高质量协同增长。

4.2.2. 强化供需适配性

本文借鉴史密斯(Smith) [21], 皮瓦和维瓦雷利(Piva & Vivarelli) [22]的做法, 采用企业营业收入来衡量企业的市场供需匹配性, 企业营业收入越高, 市场供需适配性越高, 对营业收入取自然对数。表 2 第(2)列回归结果显示, 数字化转型对市场供需适配性的回归系数在 1%水平上显著为正, 表明数字化转型有

效强化了市场供需适配性, 促进企业进口。数字化转型提升供需适配性并创造新需求, 推动“需求引导供给”。借助消费者参与创新、反向定制等机制, 需求沿产业链向上传导形成以需定产, 丰富产品与渠道并缓解供需矛盾。企业为适应需求升级引进海外先进技术与设备, 推动进口结构向高附加值创新型生产资料优化, 形成需求牵引供给、供给赋能需求的良性循环。

4.2.3. 降低交易成本

本文采用企业管理费用、销售费用等费用之和与总资产的比值来测度企业制度性交易成本。回归结果如表 2 所示, 表 2 列(3)回归结果显示, 数字化转型对制度性交易成本的回归系数显著为负, 表明数字化转型有效降低了企业制度性交易成本, 促进企业进口。数字化转型从多个维度降低企业成本并优化进口结构: 简化信息获取以降低销售费用, 构建信息共享与协同机制以降低融资及财务费用, 引入智能管理系统以压缩管理费用, 降低制度性交易成本以消除流通障碍, 保障供给多样性与响应速度, 从而优化进口规模与结构。

Table 2. Analysis results of consumption upgrade, supply-demand adaptability, and transaction cost mechanism
表 2. 消费需求、供需适配性和交易成本机制分析结果

	(1)	(2)	(3)
	消费需求(Consu)	供需适配性(lnSale)	交易成本(Cost)
数字化指标(Dcg)	0.652*** (0.055)	0.262*** (0.021)	-0.002* (0.001)
常数项	0.548*** (0.145)	21.041*** (0.036)	0.110*** (0.002)
控制变量	是	是	是
观测值	2021	2039	2029
R ²	0.094	0.235	0.033
调整 R ²	-0.237	-0.044	-0.319

注: *, **和***分别表示在 10%、5%和 1%水平上显著, 括号内数据为标准误。

4.3. 异质性分析

本文根据地理分布将 30 个省级行政区分为东中西部地区, 东部地区包括北京市、天津市、河北省、辽宁省、上海市、江苏省、浙江省、福建省、山东省、广东省、海南省; 中西部地区为其余省级行政区。

表 3 分别描绘的是东、中西部地区数字化转型对进口规模、进口来源国多元化水平、进口产品多元化水平的回归结果。回归结果表明, 数字化转型对不同地区企业进口的影响呈现出显著差异。东部地区企业数字化转型显著促进了进口增长, 得益于其数字化水平高、基础设施完善、开放度高且深度融入全球市场, 便于引进国际产品。而中西部地区因发展滞后、硬件设施不足、企业数字化基础薄弱、进口需求较少且依赖传统生产要素, 数字化转型对进口规模、来源国及产品多元化的影响不显著。

4.4. 稳健性检验

4.4.1. 更换解释变量

考虑到数字化转型指标测算方式可能影响结论, 本文更换解释变量进行稳健性检验。借鉴肖土盛、孙瑞琦、袁淳[23]构建的数字化转型(Dig)指标重新进行回归, 肖土盛通过 Python 提取公司年报中“管理层讨论与分析(MD&A)部分数字化”相关信息, 在提取得到每家上市公司每年年报中各个数字化关键词的

词频后,采用企业数字化关键词的总词频除以年报 MD&A 语段长度衡量企业数字化转型水平。结果如表 4 显示,数字化转型的促进作用依然显著,前文结论稳健。

Table 3. Heterogeneity analysis results

表 3. 异质性分析结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	进口规模 (ImpValue)		进口来源国多元化水平 (CouNum)		进口产品多元化水平 (ProNum)	
	东部地区	中西部地区	东部地区	中西部地区	东部地区	中西部地区
数字化转型 (Dcg)	0.227*** (0.061)	0.167 (0.104)	0.086*** (0.025)	0.030 (0.043)	0.084** (0.034)	0.020 (0.055)
常数项	13.576*** (0.078)	14.091*** (0.098)	1.399*** (0.032)	1.515*** (0.040)	1.892*** (0.043)	2.080*** (0.051)
控制变量	是	是	是	是	是	是
观测值	1316	723	1316	723	1316	723
R ²	0.016	0.017	0.019	0.015	0.009	0.030
调整 R ²	-0.378	-0.307	-0.374	-0.310	-0.388	-0.290

注: *、**和***分别表示在 10%、5%和 1%水平上显著,括号内数据为标准误。

Table 4. Robustness test results: Replacing explanatory variables

表 4. 稳健性检验结果: 更换解释变量

	(1)	(2)	(3)
	进口规模 (ImpValue)	进口来源国多元化水平 (CouNum)	进口产品多元化水平 (ProNum)
数字化转型 指标(Dig)	0.241*** (0.084)	0.105*** (0.035)	0.095** (0.045)
常数项	14.029*** (0.103)	1.518*** (0.042)	2.035*** (0.056)
控制变量	是	是	是
观测值	2039	2039	2039
R ²	0.021	0.018	0.010
调整 R ²	-0.336	-0.339	-0.351

注: *、**和***分别表示在 10%、5%和 1%水平上显著,括号内数据为标准误。

4.4.2. 内生性检验

前文结论可能面临内生性问题:数字化转型与进口表现间可能存在反向因果导致同时性偏差,加之可能存在模型设定偏误或遗漏变量等问题,故本文采用工具变量法进行内生性检验。

本文以同行业同年份其他企业数字化转型均值作为工具变量,该变量影响企业自身数字化水平而不直接作用于进口决策,满足相关性与外生性。借鉴王化成[24]、周铭山[25]的做法,采用剔除本企业的行业-年份均值(Digital_Ind),运用 IV-2SLS 法估计。结果如表 5 所示,结果通过不可识别与弱工具变量检验,数字化转型系数显著为正,表明结论稳健。

Table 5. Endogeneity test results: Instrumental variables method
表 5. 内生性检验结果：工具变量法

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	进口规模 (ImpValue)		进口来源国多元化水平 (CouNum)		进口产品多元化水平 (ProNum)	
	第二阶段回归	第一阶段回归	第二阶段回归	第一阶段回归	第二阶段回归	第一阶段回归
数字化指标 (Dcg)	0.447*** (0.120)		0.161*** (0.049)		0.107* (0.064)	
工具变量 (IV)		0.638*** (0.033)		0.638*** (0.033)		0.638*** (0.033)
常数项	13.789*** (0.139)	0.308*** (0.047)	1.446*** (0.057)	0.308*** (0.047)	2.007*** (0.075)	0.308*** (0.047)
控制变量	是	是	是	是	是	是
观测值	2039	2039	2039	2039	2039	2039
R ²		0.253		0.253		0.253
调整 R ²		-0.018		-0.018		-0.018

注：*、**和***分别表示在 10%、5%和 1%水平上显著，括号内数据为标准误。

5. 结论与政策启示

5.1. 结论

2025 年中央经济工作会议将扩大内需列为首要任务，进口贸易对满足消费升级、推动产业高端化具有战略意义。在数字技术引领变革的背景下，企业数字化转型成为顺应趋势的必然选择。本文基于扩大内需视角，利用中国上市公司与海关进口微观匹配数据，构建固定效应模型，检验数字化转型对企业进口规模、来源国多元化水平及产品多元化水平的影响与机制。结果表明，数字化转型显著促进企业进口规模和结构，通过扩大消费需求、增强供需适配性、降低制度性交易成本三条路径发挥作用。异质性分析显示，东部地区促进作用显著，中西部不显著，经稳健性检验结论依然成立。

5.2. 政策建议

本研究从扩大内需视角，为“数字中国”战略效果提供了经验证据，并为数字化转型促进进口提供了新理论视角，具有一定政策启示。第一，把握数字经济机遇，推进企业数字化转型，完善市场机制，化解转型困难。第二，畅通信息传导，搭建权威跨境数字贸易平台，汇聚供应商信息，简化中间环节，降低信息不对称及搜寻、协商与履约成本。第三，完善制度与技术保障，推广数字贸易合约应用，简化通关、支付结算，以技术手段削减协商履约成本；加快制定跨境数据流动负面清单，在保障安全与隐私前提下提供清晰制度预期，营造法治化营商环境。第四，立足区域异质性精准施策，东部强化数字化转型优势，建设跨境数字供应链平台，推动进口高附加值升级；中西部借力“一带一路”，加强数字基建与跨境服务，突破地理限制，拓展多元进口渠道，优化结构与来源布局。

基金项目

国家社会科学青年项目“粮食安全目标下我国农产品进口与生产动态适配机制及政策优化研究”(编号：25CJY163)。

参考文献

- [1] 薛熠, 王韡, 徐朝阳. 构建扩大内需的长效机制: 收入不平等及其宏观经济效应[J]. 经济研究, 2023, 58(7): 52-68.
- [2] 刘志彪, 巫强. 扩大内需条件下的经济全球化战略——长三角新时期的对外开放问题研究[M]. 北京: 经济科学出版社, 2013.
- [3] 安礼伟, 涂宇航. 消费品进口竞争对本土企业市场表现的影响——基于中国消费品企业的实证研究[J]. 国际贸易问题, 2023(5): 18-35.
- [4] 裴长洪. 进口贸易结构与经济增长: 规律与启示[J]. 经济研究, 2013(7): 4-19.
- [5] 谷均怡, 李青蓝, 班元浩. 数字化转型能否推动中国企业进口扩大——来自上市公司的经验分析[J]. 南方经济, 2023(11): 123-141.
- [6] 张杰, 金岳. 我国扩大内需的政策演进、战略价值与改革突破口[J]. 改革, 2020(9): 15-26.
- [7] 刘鹤. 围绕扩大内需提出的三个重点问题[N]. 中国经济时报, 2011-05-06(004).
- [8] 李大伟, 杨长湧. 扩大进口是顺应国内国际大局的主动作为[N]. 经济日报, 2018-05-19(001).
- [9] 向洪金, 邝艳湘, 徐振宇. 全球视角下中国主动扩大进口的行业层面福利效应研究[J]. 数量经济技术经济研究, 2019, 36(4): 120-138.
- [10] Mikalef, P., Krogstie, J., Pappas, L.O. and Pavlou, P.A. (2020) Exploring the Relationship between Big Data Analytics Capability and Competitive Performance: The Mediating Roles of Dynamic and Operational Capabilities. *Information and Management*, **57**, Article 103169. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.05.004>
- [11] Blichfeldt, H. and Faullant, R. (2021) Performance Effects of Digital Technology Adoption and Product & Service Innovation—A Process-Industry Perspective. *Technovation*, **105**, Article 102275. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102275>
- [12] 许家云, 刘书利, 王玥清. 数字化转型如何影响企业进口? [J]. 世界经济研究, 2023(9): 29-45+134.
- [13] 黄逵友, 李增福, 倪江崴. 企业数字化转型与劳动收入份额[J]. 经济评论, 2023(2): 15-30.
- [14] Goldfarb, A. and Tucker, C. (2019) Digital Economics. *Journal of Economic Literature*, **57**, 3-43. <https://doi.org/10.1257/jel.20171452>
- [15] Lee, R.S. (2013) Vertical Integration and Exclusivity in Platform and Two-Sided Markets. *American Economic Review*, **103**, 2960-3000. <https://doi.org/10.1257/aer.103.7.2960>
- [16] 孙浦阳, 张靖佳, 姜小雨. 电子商务、搜寻成本与消费价格变化[J]. 经济研究, 2017, 52(7): 139-154.
- [17] 郭晗. 数字经济与实体经济融合促进高质量发展的路径[J]. 西安财经大学学报, 2020, 33(2): 20-24.
- [18] 谭用, 周滔竹, 綦建红. 不确定性与中国粮食分散进口: 结构估计与反事实研究[J]. 经济学(季刊), 2024, 24(2): 570-587.
- [19] 江艇. 因果推断经验研究中的中介效应与调节效应[J]. 中国工业经济, 2022(5): 100-120.
- [20] 吴非, 胡慧芷, 林慧妍, 等. 企业数字化转型与资本市场表现——来自股票流动性的经验证据[J]. 管理世界, 2021, 37(7): 130-144+10.
- [21] Smith, K. (2005) Measuring Innovation. In: Fagerberg, J. and Mowery, D.C., Eds., *The Oxford Handbook of Innovation*, Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199286805.003.0006>
- [22] Piva, M. and Vivarelli, M. (2006) Is Demand-Pulled Innovation Equally Important in Different Groups of Firms? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.887752>
- [23] 肖土盛, 孙瑞琦, 袁淳, 等. 企业数字化转型、人力资本结构调整与劳动收入份额[J]. 管理世界, 2022, 38(12): 220-237.
- [24] 王化成, 曹丰, 叶康涛. 监督还是掏空: 大股东持股比例与股价崩盘风险[J]. 管理世界, 2015(2): 45-57+187.
- [25] 周铭山, 张倩倩, 杨丹. 创业板上市公司创新投入与市场表现: 基于公司内外部的视角[J]. 经济研究, 2017, 52(11): 135-149.