

电子商务赋能经济增长的机制与区域差异

——来自中国省级面板数据的实证分析

孟欣雨, 张天鑫, 黄佳, 王卉*

南京邮电大学经济学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年6月4日; 录用日期: 2026年6月17日; 发布日期: 2026年8月7日

摘要

本文基于新经济增长与网络效应理论, 构建了电子商务通过技术、基础设施与人力资本三条路径影响经济发展的分析框架, 并利用2014~2023年中国31个省级行政单位的面板数据进行实证分析。研究发现: 第一, 电子商务发展能够显著促进我国经济发展; 第二, 按照地理区位和市场化水平分组进行异质性回归, 结果表明, 电子商务发展对我国经济发展的促进作用在东中部地区尤为显著, 在西部地区不明显, 在低市场化地区更为显著, 而在高市场化地区不显著; 第三, 机制检验显示, 电子商务主要通过提升技术水平、完善基础设施和优化人力素质三条路径赋能经济增长。本研究为理解数字经济时代下电子商务的经济效应提供了理论与实证证据, 并为区域差异化电商政策制定提供了参考。

关键词

电子商务, 经济增长, 区域异质性, 作用机制, 建议对策

The Mechanism of E-Commerce Empowering Economic Growth and Regional Disparities

—Empirical Analysis Based on Provincial Panel Data from China

Xinyu Meng, Tianxin Zhang, Jia Huang, Hui Wang*

School of Economics, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: June 4, 2026; accepted: June 17, 2026; published: August 7, 2026

Abstract

Based on the theory of new economic growth and network effects, this paper constructs an analytical

*通讯作者。

文章引用: 孟欣雨, 张天鑫, 黄佳, 王卉. 电子商务赋能经济增长的机制与区域差异[J]. 电子商务评论, 2026, 15(8): 107-117. DOI: 10.12677/ecl.2026.158854

framework examining how e-commerce influences economic development through three pathways: technology, infrastructure, and human capital, and conducts an empirical analysis using panel data from 31 Chinese provinces between 2014 and 2023. The research findings are as follows: First, the development of e-commerce can significantly promote China's economic growth. Second, when conducting heterogeneous regression by grouping according to geographical location and marketization level, the results show that the promoting effect of e-commerce on China's economic development is particularly significant in the eastern and central regions, not obvious in the western region, more significant in low marketization areas, and not significant in high marketization areas. Third, the mechanism test reveals that e-commerce mainly empowers economic growth by enhancing technological levels, improving infrastructure, and optimizing human quality. This study provides theoretical and empirical evidence for understanding the economic effects of e-commerce in the digital economy era and offers references for the formulation of regionally differentiated e-commerce policies.

Keywords

E-Commerce, Economic Growth, Regional Heterogeneity, Mechanism of Action, Suggested Countermeasures

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

1.1. 研究背景

近年来,全球电子商务进入快速发展阶段。据联合国贸易和发展会议发布的《2024 年数字经济报告》¹显示,在 43 个发布相关数据的国家中,企业电商销售总额从 2016 年的 17 万亿美元增至 2022 年的 27 万亿美元。中国作为全球最大的电子商务市场,发展尤为迅速。根据商务部最新数据显示,2024 年全国网上零售额增长 7.2%,电子商务成为数字化转型新引擎²。2021 年商务部、中央网信办和发展改革委研究编制了《“十四五”电子商务发展规划》³系统规划了电子商务高质量发展的目标任务,提出到 2025 年实现电子商务交易额提升到 46 万亿元的目标。2021 年发布的中央文件《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》⁴提出“完善城乡融合消费网络,扩大电子商务进农村覆盖面,改善县域消费环境,推动农村消费梯次升级”。2024 年商务部发布的《数字商务三年行动计划(2024-2026 年)》⁵的电商规划,系统部署商务数字化落地。这些政策文件的出台,都体现了国家对电子商务发展的高度重视。

当前,中国经济已稳步迈入高质量发展新阶段,经济发展的重心逐步从规模扩张转向质量提升。根据国家统计局发布的《中华人民共和国 2024 年国民经济和社会发展统计公报》⁶,2024 年全年国内生产总值达到 1,349,084 亿元,经济发展质量持续提升。然而,我国经济发展仍面临诸多深层次挑战:产业转型升级进程仍需加快;需求结构调整需持续推进以适配高质量发展需求;区域、产业间发展协同性不足,

¹<https://unctad.org/publication/digital-economy-report-2024>

²<https://www.chinanews.com.cn/cj/2025/01-24/10359137.shtml>

³https://www.mofcom.gov.cn/zwgk/zcfb/art/2021/art_96244c6d3b50495d99af728a05f5a3d5.html

⁴https://www.gov.cn/xinwen/2021-03/13/content_5592681.htm

⁵https://www.mofcom.gov.cn/ghjh/art/2024/art_ccc55f6ecf024579a61f727d4f8d311f.html

⁶https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202502/t20250228_1958817.html

仍需进一步优化统筹协调机制。

在上述背景下,一个重要而现实的问题亟待深入研究:在数字经济快速发展与中国经济转型升级的关键时期,电子商务如何影响区域经济发展水平?其作用机制是什么?是否存在明显的区域差异?对这些问题的系统探讨,不仅能够为电子商务行业的高质量发展提供理论支撑与实践指引,也对推动数字经济与实体经济深度融合、助力区域经济协调发展具有重要的现实意义与理论价值。

1.2. 文献综述

1.2.1. 电子商务发展现状

目前,中国的电子商务产业已实现全球领先,其网络零售、用户规模及移动支付均居世界前列[1]。当前,我国已形成从国家“电子商务示范城市”到“电子商务进农村综合示范县”的多层次政策支持体系[2]-[4]。欧阳日辉(2024)研究发现近年来不断完善的数字基础设施为电子商务的模式创新提供了关键支撑[5]。

从企业实践看,中小企业已成为电子商务市场的主力[6] [7]。然而,中小企业普遍面临技术水平低、资金不足、人才匮乏等瓶颈[8] [9]。另一方面,Zhang 等(2026)研究发现平台经济下的电商企业活动呈现出复杂的地理不均衡性[10]。但同时也有研究表明农产品电商、跨境电商等模式正在成为扩大市场和提升品牌影响力的关键路径[11] [12]。

1.2.2. 我国经济增长现状

当前,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,构建新发展格局、扩大内需至关重要[13]。当前区域协调发展是实现中国式现代化与高质量发展的关键,从全国维度看,我国区域发展水平仍不均衡,东部地区较高,中部次之,西部相对较差[14] [15]。区域经济发展的不平衡产生了较高的交易成本,阻碍了全国统一大市场的建设,县域作为连接城乡的关键纽带,在推进区域协调发展方面作用重要[16] [17]。有研究发现,当前数字经济与人工智能正在为经济发展提供新的动能[18] [19]。

1.2.3. 电子商务对经济发展的影响

从宏观角度来看,电子商务能显著促进区域经济增长。在县域与农村层面,电子商务进农村综合示范县政策能有效提升基础设施水平,提升农业企业绩效,促进农村经济增长[20]。然而,也有部分研究得出了相反的结论。Couture 等(2018)的研究表明,农村电商的主要收益源于消费者生活成本的下降,而非生产者收入的显著增长[21]。另有研究发现电商履约中心的设立会冲击传统零售业,降低附近零售工人的收入与就业[22] [23]。在城市层面,国家电子商务示范城市建设能促进城市金融集聚、提升城市财政收入[24] [25]。同时也有研究表明电子商务发展还可以促进邻近城市的经济高质量发展[26] [27]。

从微观角度来看,电子商务可以有效降低企业的运营成本、扩大市场空间。彭羽和杨碧舟(2024)研究发现电子商务能降低事前搜寻与谈判成本[28]。许晨曦等(2026)研究发现国家电子商务示范基地的设立,能通过促进产业集聚、提高合作意愿和发挥数字技术优势来推动企业协同创新[29]。电子商务也可以通过促进信息整合,对制造企业供应链绩效产生积极影响[30]。

综合梳理现有相关研究成果可以发现,学术界已围绕电子商务对经济发展的影响开展了较为广泛的探讨,且学界普遍认同,电子商务在拉动区域经济增长、压缩企业经营成本、推动产业间协同发展等方面发挥着重要的积极作用。但深入分析后不难发现,当前研究仍存在诸多亟待完善的地方。首先,现有研究对电子商务可能带来的负面效应关注较少,比如电商仓储物流中心布局对传统零售行业的冲击、对部分从业者就业与收入水平的不利影响等。其次,多数文献缺少基于全国层面数据的系统异质性检验,难以准确分析不同地区、不同主体受到的差异化影响。本文旨在弥补现有研究的不足、深入讨论影响机

制、利用全国样本进行异质性分析，为电子商务与经济高质量发展的深度融合提供更具针对性的理论依据与实践参考。

2. 理论分析与研究假设

2.1. 直接效应

新经济增长理论强调技术进步与人力资本是经济持续增长的内生动力[31]。网络效应理论指出，网络规模的扩大会提升参与者的效用并催生新的经济形态[32]。具体而言，与传统的商业模式相比，电子商务通过降低平台入驻门槛、提供物流对接、店铺运营等技术支持的方式吸引更多商户入驻，扩大商品供给种类与服务覆盖范围，而丰富的商品选择与便捷的交易体验，又会吸引更多消费者。通过规模化整合物流资源、搭建大数据匹配系统，电子商务大幅降低了商户搜寻客户的成本、仓储物流成本，也减少了消费者的信息筛选成本与交易时间成本。随着用户与商户数量的激增，电商平台的技术投入、运营成本可被更多参与者分摊，单位交易成本持续下降，同时平台能够通过规模优势整合产业链上下游资源，推动供应商优化生产、降低产能浪费，带动上下游产业协同发展。据此，本文提出以下研究假设：

假设 H1：电子商务发展能够显著促进我国经济发展。

2.2. 间接效应

2.2.1. 技术溢出促进机制

电子商务能够通过影响市场环境和制度环境，进而推动技术水平的提升。对于市场环境，电子商务平台提供的海量数据，为大数据与人工智能技术提供核心支撑，帮助企业优化数据挖掘、算法模型等技术；同时平台竞争传导至供应链，使得上下游企业引入智能生产、数字化管理、无人配送等技术，实现全产业链技术升级。对于制度环境，电子商务发展使得相关部门完善数字经济法律法规，强化数据安全与知识产权保护，降低创新风险。因此，电子商务发展能够赋能技术水平提升，进而促进我国经济发展。综上，提出如下假设：

假设 H2：电子商务发展能够通过提升技术水平从而促进我国经济发展。

2.2.2. 基础设施强化机制

电子商务的发展使得对于物流运输、网络通信的要求大幅提升，线上订单的爆发式增长促使物流企业加快建设智能仓储、自动化分拣中心，优化产品运输与配送网络，促进物流基础设施向智能化、高效化升级。同时，电子商务对网络通信的稳定性、高速性要求不断提高，推动了数字基础设施的全面覆盖，加速偏远地区网络建设，缩小数字鸿沟。交通与物流设施的完善，有效缩短了商品流通的距离，降低了市场交易成本；数字基础设施的全面普及，进一步突破地域与时间的限制，推动资源实现更高效配置，并催生出大量新业态新模式。与此同时，电子商务行业广阔的市场前景与较为稳定的收益预期，持续吸引社会资本，形成良性循环，推动物流基础设施不断优化升级。优质基础设施能吸引投资、集聚产业，推动区域协调发展，从多维度激活经济活力，为经济持续增长筑牢根基。综上，提出如下假设：

假设 H3：电子商务发展能够通过完善基础设施从而促进我国经济发展。

2.2.3. 人力资本优化机制

电子商务行业直接催生了线上运营、数字营销、数据分析、直播带货、线上客服等一系列新型岗位，这些新岗位区别于传统行业岗位，明确要求从业者具备互联网操作、数据解读、客户精准对接等专业数字技能，这种岗位需求的升级，为劳动力市场提供了更多新型就业机会。另一方面，电子商务的发展还通过“干中学”效应提升在岗劳动者的数字技能，在岗从业者无需脱离工作岗位，在日常线上店铺运营、

响应客户咨询、优化营销方案的实操过程中，可潜移默化积累互联网操作经验，掌握数据分析方法，不断提升数字技能。人力素质的提升，不仅能够提高企业运营效率与市场竞争力，而且有助于提高就业质量，增加居民收入，进而促进消费，推动我国经济水平持续提升。因此，电子商务发展催生新职业与新技能需求，推动劳动力结构向高技能转型，增强经济发展的内生动力。综上，提出如下假设：

假设 H4：电子商务发展能够通过提升人力素质促进我国经济发展。

3. 研究设计与数据来源

3.1. 模型设定

本文使用标准的双固定效应面板数据回归模型来估计电子商务对经济发展的影响，回归模型设定如下：

$$Y_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 EC_{it} + \gamma X_{it} + \mu_c + \delta_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

式(1)中， i 表示省份； t 表示年份； Y_{it} 指省份经济发展指标； EC_{it} 指电子商务发展水平； X_{it} 指省份层面的控制变量； δ_t 是年份固定效应； μ_c 是省份固定效应， ε_{it} 是随机扰动项。

3.2. 变量选取与说明

被解释变量为经济发展。本文使用中国 31 个省级行政单位的人均生产总值对数来衡量经济发展水平(由于数据的可得性原因，本文不包含我国港澳台地区的样本数据)。

核心解释变量为电子商务发展(EC)。本文使用电子商务销售额的对数来衡量各个省份的电子商务发展程度。

为了控制其他因素对经济发展的影响，选取如下指标作为控制变量：财政支出水平(fin)，以各省份政府的财政支出对数来衡量；城镇化水平(urb)，以城镇常住人口与总人口之比来衡量；对外开放程度(ope)，以各省份进出口额对数来衡量。

基于假设，选取如下指标作为中介变量：技术水平(tec)，以各省份规模以上工业企业开发新产品经费的对数来衡量；基础设施(int)，以互联网宽带接入端口密度来衡量；人力素质(edu)，以人均受教育年限来反映人力资本的存量。

3.3. 数据来源

本文选取 2014~2023 年电子商务销售额数据作为初始样本，基础数据来自于国家统计局及国家统计局年鉴。为筛去数据异常值，本文对所有采用的连续变量都采取了缩尾处理(1%和 99%)，有效样本观测值为 310 个。

4. 实证结果与分析

4.1. 基准回归

表 1 展示了电子商务发展对经济水平提升的基准回归结果。各模型的被解释变量均为经济发展水平，核心自变量为电子商务发展水平，均加入了省份固定效应和年份固定效应。

其中列(1)展示了仅将电子商务销售额纳入模型的估计结果。代表电子商务发展的电子商务销售额，在 1%水平上显著为正，说明电商发展与经济水平提升之间具有显著正向关联。列(2)纳入了省份层面的控制变量，此时，电子商务销售额的估计系数为 0.0260，且在 1%水平上显著。说明电商发展对经济水平提升具有一定的经济意义。

关于控制变量，财政支出水平的系数为正，在 1%水平上显著，体现出财政支出的乘数效应，政府通

过财政支出可以带动社会投资、扩大就业，促进消费，为经济发展提供政策支撑和物质保障；城镇化水平的系数为正，在 1%水平上显著，说明城镇化进程通过人口集聚，有助于扩大市场规模，显著推动经济发展；对外开放水平的系数为正，在 1%水平上显著，表明较高的进出口额会促进经济发展。

Table 1. Benchmark regression results of e-commerce development on economic growth
表 1. 电子商务发展对经济增长的基准回归结果

	(1)	(2)
	y	y
ec	0.0373*** (3.9353)	0.0260*** (2.9387)
lnfin		0.2083*** (6.4372)
urb		0.0503*** (3.2534)
lnope		0.0231*** (3.1250)
_cons	10.7355*** (144.8502)	8.6709*** (30.4727)
N	310	310
adj. R ²	0.991	0.993
省份固定效应	YES	YES
年份固定效应	YES	YES

注：*、**、***分别表示通过 10%、5%、1%的显著性水平，以下各表同。

4.2. 稳健性检验

本文使用四种方法进行稳健性检验：第一，考虑到自治区在政策扶持力度、产业结构布局以及市场化程度等方面与普通省份存在显著差异，因此将自治区从样本中删除进行回归(列(1))；第二，2020~2022 年的公共卫生事件作为突发外生冲击，会对整体经济发展造成阶段性扰动，因此剔除 2020~2022 年份重新回归(列(2))；第三，鉴于电子商务对经济发展的影响可能具有滞后性，因此滞后一期被解释变量重新回归(列(3))。第四，由于本文的核心解释变量电子商务发展水平，采用地区电子商务销售额的对数，该指标主要反映电子商务的交易规模与市场活跃度，未能涵盖电商服务等维度，因此在稳健性检验中使用快递业务量增长率，表征电子商务发展水平，进行交叉验证(列(4))。四种检验方法下的回归结果如表 2 所示，电子商务发展对经济水平的回归系数均显著为正，说明基准回归结果可信。

Table 2. The results of the robustness test
表 2. 稳健性检验结果

	(1)	(2)	(3)	(4)
	y	y	lag_y	y
ec	0.0199** (1.9872)	0.0196* (1.9406)	0.0176* (1.6929)	
lnexp				0.2994*** (11.0815)

续表

控制变量	YES	YES	YES	YES
_cons	8.6666*** (26.5045)	8.3803*** (23.6870)	9.1416*** (27.1897)	11.4272*** (31.1727)
<i>N</i>	260	217	279	310
adj. <i>R</i> ²	0.993	0.993	0.992	0.490
省份固定效应	YES	YES	YES	YES
年份固定效应	YES	YES	YES	YES

4.3. 异质性检验

4.3.1. 地理区位异质性

由于中国东中西部在经济基础、基础设施、产业结构等方面存在显著禀赋差异，故将样本分为东部地区、中部地区及西部地区三组进行回归(见表 3)，列(1)为东部地区，列(2)为中部地区，列(3)为西部地区。结果显示电子商务发展对经济发展的影响效应存在差异，电子商务发展对东部及中部地区的经济发展存在显著的促进作用，但在西部地区该作用则不显著。西部地区不显著，可能源于以下结构性制约：第一，西部地区电商发展规模较小，该地区样本期内均值仅为东部的五分之一，尚未形成规模效应；第二，物流成本高企，农产品上行通道不畅，电商对生产端的带动作用有限；第三，数字技能人才匮乏，制约了电商技术溢出效应的发挥。

4.3.2. 市场化水平异质性

市场化水平主要衡量政府与市场的关系和市场的发育程度，高市场化地区与低市场化地区在制度环境、市场发育程度上存在显著差异，故根据各省份的市场化指数将样本分为高市场化地区和低市场化地区进行回归(见表 3)，列(4)为高市场化地区，列(5)为低市场化地区。结果显示电子商务发展对经济发展的影响效应在低市场化地区更为显著。由于电子商务依托数字平台形成的标准化、透明化交易规则，能够部分替代缺失或不完善的传统市场制度，从而产生更显著的增长效应，从而电子商务的发展在低市场化地区产生更显著的“制度补偿”效应，而在高市场化地区，其线下市场资源配置效率较高，电子商务发展的边际收益较低。

Table 3. Heterogeneity test results

表 3. 异质性检验结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	y	y	y	y	y
ec	0.0336* (1.7168)	0.0558*** (3.0346)	-0.0077 (-0.6908)	0.0239 (1.6462)	0.0267** (2.1255)
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES
_cons	9.8024*** (25.2752)	4.3804*** (5.6721)	8.9155*** (18.1807)	8.4822*** (26.7461)	8.4990*** (16.3275)
<i>N</i>	110	80	120	160	150
adj. <i>R</i> ²	0.996	0.983	0.988	0.996	0.976
省份固定效应	YES	YES	YES	YES	YES
年份固定效应	YES	YES	YES	YES	YES

4.4. 机制检验

为了进一步研究电子商务发展对我国经济水平的影响机制，加入中介变量构建如下中介效应模型：

$$Med_{it} = \beta_0 + \beta_1 Ec_{it} + \gamma X_{it} + \mu_c + \delta_t + \varepsilon_{it} \tag{2}$$

式(2)中，*Med* 为中介变量，其他变量与前文所述一致。

为检验技术水平、基础设施和人力素质是否在电子商务发展与经济水平之间起到作用机制效应，并对假设 2、3、4 进行验证，本文通过三步法中介效应检验验证这三种中介变量的中介作用。检验结果如表 4 所示。列(1)为基准回归结果，电子商务发展的系数显著为正，说明电子商务发展能够显著促进经济发展。列(2)为电子商务发展对技术水平的回归结果，系数显著为正，说明电子商务发展可以促进技术水平的提高，列(3)在基准回归模型中加入技术水平变量，电子商务发展对经济发展的促进作用有所减小，说明技术水平的中介效应显著。列(4)为电子商务发展对基础设施的回归结果，系数显著为正，说明电子商务发展有利于提高基础设施水平，列(5)在基准回归模型中加入基础设施变量，回归结果显示，电子商务发展对经济发展的促进作用有所减小，说明基础设施的中介效应显著。列(6)为电子商务发展对人力素质的回归结果，系数显著为正，说明电子商务发展有利于提高人力素质，列(7)在基准回归模型中加入人力素质变量，回归结果显示，电子商务发展对经济发展的促进作用有所减小，说明人力素质的中介效应显著。为进一步验证中介效应的统计显著性，本文采用 Sobel 检验进行补充分析。结果显示：技术水平的中介效应 Z 值为 1.71 ($p < 0.1$)，基础设施为 1.99 ($p < 0.05$)，人力素质为 1.78 ($p < 0.1$)，表明三类中介路径均具有统计显著性。

Table 4. The verification results of the mechanism of economic development regarding the development of e-commerce
表 4. 电子商务发展对经济发展的机制检验结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	y	Intec	y	lnint	y	lnedu	y
ec	0.0373*** (3.9353)	0.0804* (1.7479)	0.0297*** (3.5001)	0.0306** (2.2922)	0.0350*** (3.6716)	0.0940** (2.0532)	0.0332*** (3.5475)
Intec			0.0945*** (8.4591)				
lnint					0.0750* (1.7370)		
lnedu							0.0438*** (3.5464)
_cons	10.7355*** (144.8502)	13.8829*** (38.5688)	9.4233*** (55.9016)	0.3736*** (3.5812)	10.7075*** (141.6751)	8.5519*** (23.8694)	10.3609*** (80.8548)
N	310	310	310	310	310	310	310
adj. R ²	0.991	0.988	0.993	0.927	0.991	0.971	0.992
省份固定效应	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
年份固定效应	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES

4.5. 内生性检验

虽然在模型中尽可能控制了可能影响经济发展的变量，但是由于测量误差或双向因果，或存在遗漏变量的问题，模型仍可能存在内生性问题，因此借鉴赵涛等(2020)的研究方法采用各城市在 1984 年的邮

电数据作为工具变量[33]。本文以上一年各省互联网用户数分别与 1984 年各省每百人固定电话数量构造交互项，作为该年城市电子商务发展水平的工具变量。

表 5 的第(1)列为第一阶段的回归结果，一阶段工具变量 *iv* 的回归系数在 10%的水平上显著，且 Kleibergen-Paap rk Wald F 统计量的值为 56.5156，大于显著性水平 10%的临界值 16.38，排除了弱工具变量问题，说明工具变量有效。第(2)列为第二阶段的回归结果，结果显示，电子商务对促进经济发展的效应仍旧成立，且在 1%的水平下显著，说明考虑内生性问题，电子商务发展对经济发展仍存在显著促进效果。

Table 5. The results of the endogeneity test
表 5. 内生性检验结果

	(1)	(2)
	ec	y
iv	0.348* (0.194)	
ec		0.212*** (0.073)
控制变量	YES	YES
_cons	-14.501*** (1.418)	10.145*** (0.475)
N	310	310
adj. R ²		0.570
省份固定效应	YES	YES
年份固定效应	YES	YES

5. 结论与对策

5.1. 主要结论

基于 2014~2023 年中国省级面板数据，系统考察了电子商务发展对经济发展的影响及其作用机制，本文以下主要结论：(1) 电子商务发展显著促进了我国经济发展。基准回归与稳健性检验均支持这一结论。(2) 电子商务的经济促进效应存在区域异质性。电子商务对东中部地区经济水平的提升作用更为显著，而对西部地区的影响不显著。同时，电子商务发展对低市场化地区的经济发展存在显著的促进作用，但在高市场化地区不明显。其说明电子商务在推动经济增长的同时，也存在一定分配差异：其正向效应集中于东中部与低市场化地区，对西部带动较弱，可能加剧区域差距；还可能对传统零售、线下就业产生挤出效应，需在政策中兼顾均衡与包容发展。(3) 技术水平、基础设施与人力素质是电子商务赋能经济增长的重要中介路径。

5.2. 对策建议

5.2.1. 实施差异化区域电商发展战略

应充分重视电子商务发展的区域异质性，实施“东部提质、中西部扩面”的差异化策略，将政策重心向中西部及低市场化地区倾斜，推动电商与区域发展深度绑定。对于西部及低市场化地区，实施“电商新基建”倾斜政策，优先布局 5G 基站、县级物流共配中心、农产品产地冷链设施，构建“县乡村”三

级电商物流体系，破解基础设施短板制约；破除低市场化地区制度与市场壁垒，推动电商平台下沉，推广“平台 + 合作社 + 农户”的订单农业模式，利用电商数据反馈指导生产，提升价值链。对于东中部及高市场化地区，需要积极引导电商从规模扩张向质量提升转型，打造具有国际竞争力的电商生态圈，推动电商与实体产业深度融合，鼓励模式创新与价值提升。

5.2.2. 加大技术投入

设立电子商务技术创新专项基金，重点支持智能选品、智能仓储、跨境支付等关键技术的研发工作。结合电商行业数字化升级的现实需求，进一步加强对人工智能、大数据、智慧物流等核心技术研发的政策支持与资源投入。同时，鼓励电商平台与供应链上下游企业协同创新，推动前沿技术在电商运营、智能仓储等场景的深度应用，以电商服务商的技术突破带动全产业链技术升级，放大技术溢出效应，培育具备核心技术优势的标杆企业，持续提升电子商务整体技术水平，推动技术成果向实体经济高效传导。

5.2.3. 推进数字基础设施建设

在西部地区优先布局“县域电商物流共配中心”，对入驻物流企业给予场地租金减免；加快推进实现西部县域 5G 网络、物联网、智能物流体系覆盖，提升城乡数字基础设施一体化水平，进一步完善数字基础设施。同时通过对中小电商企业实施阶段性税收减免，设立电商创新基金，拓宽电商企业融资渠道，继续加大财税与金融支持。

5.2.4. 完善人才培养机制

建立健全电商职业技能培训体系，支持高校开设数字运营、数据分析、跨境电商相关专业与课程；鼓励电商平台、龙头企业与职业院校共建产业学院，推广“电商人才订单培养”模式；实施“电商人才引进计划”，吸引具备数字运营、跨境贸易、数据分析等能力的复合型人才。

参考文献

- [1] 曹友斌, 郭峰, 熊云军, 等. 农村电子商务赋能乡村振兴——兼论农村内部的数字鸿沟[J]. 经济科学, 2025(5): 185-205.
- [2] 华迎, 梁致浩. 城市电商化建设能否促进企业数字化转型?——基于国家电子商务示范城市的准自然实验[J]. 中国流通经济, 2024, 38(1): 68-79.
- [3] 梅阳, 江红义, 刘馨. 国家电子商务示范城市创建对城市金融集聚的影响[J]. 科学决策, 2025(8): 1-17.
- [4] 潘嗣同, 盖庆恩, 史清华. 电子商务进农村综合示范政策对乡村产业主体培育的影响[J]. 中国农村观察, 2025(6): 40-61.
- [5] 欧阳日辉. 数字基础设施促进电子商务创新发展的机理与路径[J]. 广西社会科学, 2024(1): 1-11.
- [6] 王静如. 中国中小企业电子商务发展研究[J]. 财富时代, 2021(11): 49-50.
- [7] 逯波. 电子商务对中小企业发展的影响分析[J]. 商场现代化, 2025(11): 46-48.
- [8] 钱姝宁. 中小企业电子商务发展的瓶颈及策略研究[J]. 中小企业管理与科技, 2024(12): 87-89.
- [9] 宋少燕. 我国当下中小企业电子商务发展的相关实践[J]. 中国商论, 2022(15): 137-139.
- [10] Zhang, J., Phelps, N.A. and Miao, J.T. (2026) The Uneven Power of the Platform: Variations in E-Commerce Entrepreneurial Behaviours in Urban, Suburban, and Rural Contexts. *Cities*, **171**, Article ID: 106700. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2025.106700>
- [11] 郑朝中. 基于短视频直播的农产品电子商务发展研究[J]. 中国农业资源与区划, 2025, 46(6): 250, 260.
- [12] 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.
- [13] 洪银兴. 改革开放以来发展理念和相应的经济发展理论的演进——兼论高质量发展的理论渊源[J]. 经济学动态, 2019(8): 10-20.
- [14] 王丙参, 魏艳华, 朱琳. 中国经济发展水平的综合评价[J]. 统计与决策, 2021, 37(9): 97-100.

- [15] 王丙参, 魏艳华, 张贝贝. 中国经济发展水平动态评价[J]. 统计与决策, 2022, 38(6): 105-109.
- [16] 蔡跃洲, 王建国, 刘生龙. 电子商务如何影响县域经济增长及区域协调发展——基于阿里电商发展指数的实证分析[J]. 学术研究, 2025(1): 100-108, 180.
- [17] 唐跃桓, 黎静霖, 杨其静. 电子商务与企业跨地区交易: 交易成本经济学的视角[J]. 经济研究, 2025, 60(1): 74-90.
- [18] 江沙, 张青兰. “十五五”时期我国智能经济的发展机制、现实掣肘与推进路径[J]. 经济学家, 2026(1): 15-25.
- [19] 李芝莹, 徐政, 占智勇. 从战略布局到产业协同: “十五五”时期深空经济高质量发展[J]. 兰州学刊, 2026(2): 108-122. <https://link.cnki.net/urlid/62.1015.C.20251231.0818.002>
- [20] 胡玲, 陈昭, 刘子茗. 电子商务进农村的农业企业绩效提升效应[J]. 消费经济, 2026, 42(2): 103-118. <https://link.cnki.net/urlid/43.1022.F.20251120.1002.002>
- [21] Couture, V., Faber, B., Gu, Y. and Liu, L. (2021) Connecting the Countryside via E-Commerce: Evidence from China. *American Economic Review: Insights*, 3, 35-50. <https://doi.org/10.1257/aeri.20190382>
- [22] Chava, S., Oettl, A., Singh, M. and Zeng, L. (2022) Creative Destruction? Impact of E-Commerce on the Retail Sector. NBER Working Paper No. 30077, 2168-2187.
- [23] 连宏萍, 张诗斐, 韩文静. 电子商务如何驱动县域数字创新生态系统形成——以山东省曹县为例[J]. 中国流通经济, 2026, 40(1): 55-69.
- [24] 张树山, 谷城. 国家电子商务示范城市建设能有效驱动企业数字化转型吗[J]. 经济体制改革, 2025(2): 128-137.
- [25] 钟肖英, 陈鹏. 贸易新业态与城市财政收入——来自跨境电子商务综合试验区的证据[J]. 国际商务(对外经济贸易大学学报), 2025(4): 22-42.
- [26] 李涛. 数字经济对城市经济高质量发展的影响与机制[J]. 中国流通经济, 2026, 40(2): 89-103.
- [27] Einav, L., Knoepfle, D., Levin, J. and Sundaresan, N. (2014) Sales Taxes and Internet Commerce. *American Economic Review*, 104, 1-26. <https://doi.org/10.1257/aer.104.1.1>
- [28] 彭羽, 杨碧舟. 人工智能与数字贸易: 全球数字贸易促进指数分析(2024) [J]. 世界经济研究, 2025(10): 3-14, 135.
- [29] 许晨曦, 赵文静, 贺宏. 国家电子商务示范基地与企业协同创新[J/OL]. 当代财经: 1-14. <https://doi.org/10.13676/j.cnki.cn36-1030/f.20251016.001>, 2026-01-19.
- [30] 周骊华, 万国华. 电子商务对制造企业供应链绩效的影响: 基于信息整合视角的实证研究[J]. 管理评论, 2017, 29(1): 199-210.
- [31] Romer, P.M. (1990) Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, 98, S71-S102. <https://doi.org/10.1086/261725>
- [32] Katz, M.L. and Shapiro, C. (1985) Network Externalities, Competition, and Compatibility. *The American Economic Review*, 75, 424-440.
- [33] 赵涛, 张智, 梁上坤. 数字经济、创业活跃度与高质量发展——来自中国城市的经验证据[J]. 管理世界, 2020, 36(10): 65-76.