

电商经济研究综述与未来展望

王颖正, 李晓婷*, 马盛皓

山东建筑大学商学院, 山东 济南

收稿日期: 2026年7月13日; 录用日期: 2026年7月27日; 发布日期: 2026年9月9日

摘要

以45篇中文文献为样本, 本文采用中国知网(CNKI)检索、分步筛选与主题编码相结合的系统性文献回顾方法, 围绕电商经济的概念边界、研究脉络、核心议题及未来方向展开系统梳理。现有研究表明, 电商经济已经由单纯的交易方式创新, 逐步演化为牵动对外贸易升级、企业创新与数字化转型、县域经济增长、乡村振兴、消费行为重塑及产业链协同的重要力量。相关成果主要分布于跨境电商、农村电商、直播与社交电商、平台治理与供应链等板块, 整体上呈现出较强的政策驱动色彩, 其作用机制多集中于信息共享、资源配置优化、融资约束缓解、要素融合、产业链协同与制度型开放等路径。现有文献虽然在研究场景上不断拓展, 但仍存在概念边界不够清晰、统一测度不足、正向效应讨论偏多而负向外部性关注不够、微观数据与跨层级整合相对薄弱等问题。基于此, 本文认为, 后续研究有必要在理论整合、指标体系、数据来源、方法组合以及中国情境应用等方面继续推进, 从而促进电商经济研究由议题式累积走向更加系统的知识建构。

关键词

电商经济, 跨境电商, 农村电商, 直播电商, 文献综述

A Review of Research on the E-Commerce Economy and Future Prospects

Yingzheng Wang, Xiaoting Li*, Shenghao Ma

Business School of Shandong Jianzhu University, Jinan Shandong

Received: July 13, 2026; accepted: July 27, 2026; published: September 9, 2026

Abstract

Drawing on a sample of 45 Chinese-language publications, this paper employs a systematic literature

*通讯作者。

文章引用: 王颖正, 李晓婷, 马盛皓. 电商经济研究综述与未来展望[J]. 电子商务评论, 2026, 15(9): 226-234.

DOI: 10.12677/ec.2026.159990

review methodology that combines searches on China National Knowledge Infrastructure (CNKI) with step-by-step screening and thematic coding, providing a systematic overview of the conceptual boundaries, research trajectory, core issues and future directions of the e-commerce economy. Existing research indicates that the e-commerce economy has evolved from a mere innovation in transaction methods into a significant force driving the upgrading of foreign trade, corporate innovation and digital transformation, county-level economic growth, rural revitalisation, the reshaping of consumer behaviour, and industrial chain synergy. Relevant findings are primarily distributed across sectors such as cross-border e-commerce, rural e-commerce, live-streaming and social e-commerce, platform governance and supply chains. Overall, the research exhibits a strong policy-driven character, with its mechanisms of action largely centred on pathways such as information sharing, optimised resource allocation, alleviation of financing constraints, integration of production factors, industrial chain synergy and institutional openness. Although existing literature has continuously expanded its research scope, it still faces issues such as unclear conceptual boundaries, a lack of unified measurement standards, an overemphasis on positive effects whilst paying insufficient attention to negative externalities, and relatively weak integration of microdata and cross-level data. Consequently, this paper argues that future research should continue to advance in areas such as theoretical integration, indicator systems, data sources, methodological combinations, and applications to the Chinese context, thereby facilitating the transition of e-commerce economic research from an issue-based accumulation towards a more systematic construction of knowledge.

Keywords

E-Commerce Economy, Cross-Border E-Commerce, Rural E-Commerce, Live-Streaming E-Commerce, Literature Review

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

近年来, 伴随平台基础设施完善、数字支付普及与智能物流体系加快成形, 电子商务早已超出“线上零售”这一狭义范畴, 逐步演变为贯通生产组织、流通分配、消费决策与治理调节的复合型经济形态[1][2]。无论是跨境电商推动外贸结构升级[3], 还是农村电商带动县域增长与乡村振兴[4][5], 抑或直播电商重塑消费场景与品牌传播方式[6][7], 电商经济都已成为观察中国数字经济运行逻辑的重要切口[8]。

回顾既有研究可以发现, 学界早期多从渠道替代、交易成本节约和市场边界拓展等角度理解电商发展[9]; 近两年, 研究重心则明显转向制度型开放[10]、平台治理[11]、产业链重组[12]、新质生产力[13]、共同富裕[14]与绿色转型[15]等更具综合性的议题。不过, 不同板块之间的知识联系仍显不足: 跨境研究更关注规则、制度与开放效应[16][17], 农村研究更重视增收、创业与振兴逻辑[18][19], 直播研究侧重场景互动和信任生成[20], 平台治理研究则主要讨论信息共享、协同决策与价值分配[21]。

也就是说, 当前成果虽然增长迅速, 但尚未真正形成一套能够贯通“贸易-产业-平台-乡村-消费”多重场景的分析框架。对电商经济进行系统梳理, 不仅有助于进一步厘清概念边界与研究对象, 也有助于在看似分散的议题之间提炼共同机制与差异逻辑, 从而为后续研究奠定更为扎实的理论基础[22]。

基于上述认识, 本文以 45 篇中文文献为样本, 按照“概念界定-研究主题-作用机制-研究评述-未来展望”的思路, 对电商经济研究进行系统综述。全文主要围绕三个问题展开: 当前电商经济研究已

经形成了哪些相对稳定的主题板块；这些板块在变量关系、理论基础与经验方法上体现出怎样的共通性与差异性；在中国数字经济持续深化的背景下，电商经济研究下一步还可以向哪些方向推进。

2. 文献来源、筛选标准与综述方法

本文采用规范的系统性文献回顾思路开展样本文献筛选。检索数据库为中国知网(CNKI)，检索时间为2026年4月；考虑到本文旨在把握电商经济研究的新近进展，检索范围以近年中文学术期刊文献为主，并重点关注2025年度公开发表成果。检索时以“电商经济”“电子商务”“跨境电商”“农村电商”“直播电商”“社交电商”“数字贸易”“平台治理”“供应链”等为主题词或篇名关键词进行组合检索。在初步检索基础上，再结合参考文献追溯与主题交叉核对，形成文献池。最终纳入的45篇文献均来自该文献池，内容覆盖跨境电商、农村电商、直播与社交电商以及平台治理与供应链等主要方向。若从研究对象和问题意识来看，这些文献大体可以归纳为四个板块：一是跨境电商与数字贸易研究，主要讨论外贸高质量发展[3]、综试区政策[16]、制度型开放[10]、品牌国际化[23]与国际监管[17]；二是农村电商与乡村振兴研究，重点关注农民增收[18]、创业活力[19]、合作社发展[24]、县域增长[4]与代际流动[25]；三是直播与社交电商研究，集中考察消费行为[6]、网络联结[20]、价值共创[26]与质量安全[27]；四是平台治理与供应链研究，主要涉及C2M[9]、需求信息共享[11]、低碳决策[15]和“以旧换新”[21]等议题，见表1。

Table 1. Distribution of topics in the sample literature
表 1. 样本文献主题分布

主题板块	文献数量	代表性议题
跨境电商与数字贸易	17	外贸升级、综试区、制度型开放、品牌国际化
农村电商与乡村振兴	15	增收、创业、县域发展、合作社、代际流动
直播/社交电商	6	消费行为、价值共创、质量安全、网络联结
平台治理与供应链	7	C2M、信息共享、低碳、回收合作、运营模式

在筛选标准上，本文主要遵循三个原则。第一，研究对象必须直接指向电商经济活动，而非泛化的互联网经济或数字经济。第二，文献需具备较为清晰的研究问题、变量设定与分析路径，或者具有较完整的理论-案例分析框架。第三，在保证主题聚焦的前提下，尽可能保留不同方法、不同场景与不同尺度的代表性研究，以提高综述的覆盖度与比较价值[28]。

在具体筛选过程中，先剔除新闻报道、政策解读、会议综述、书评及与主题关联度较低的文献，再对重复研究、研究对象偏离“电商经济”核心范畴或论证链条不完整的文献进行二次排除，最终保留45篇样本文献。上述处理有助于在不改变研究主题边界的前提下，兼顾文献代表性、相关性与可比性，也使样本来源与筛选逻辑更加清晰。

在综述方法上，本文采取主题编码与比较归纳相结合的思路。具体而言，先按照研究场景进行一级分类，再围绕“测度或分类-影响因素-经济后果-作用机制-异质性分析”五个维度进行二级编码，并在此基础上比较不同文献所采用的理论资源、识别策略与结论表达[1]。与按作者顺序罗列观点相比，这一处理方式更有助于呈现电商经济研究内部的逻辑结构。

3. 核心概念界定与理论基础

本文所说的“电商经济”，并非狭义上的线上零售，而是指以数字平台[9]、在线交易、数据匹配、智能物流和线上线下协同为基础，以商品、服务、信息与生产要素高频流动为显著特征的一类经济运行形态[20]。它既包括跨境电商[29]、农村电商[18]、直播电商[1]、社交电商[30]等具体业态，也涵盖围绕这

些业态展开的平台治理[11]、供应链协同[15]、品牌出海[23]、数字化转型[10]与制度创新[16]等相关活动。

从理论来源看,现有研究大致借用了五类分析框架。其一是交易成本与信息不对称理论,强调电商对搜索成本、沟通成本与渠道成本的压缩作用[9];其二是平台经济与网络外部性理论,用以解释平台的规模效应、锁定效应和协同效应[15];其三是产业链与价值链理论,关注电商如何推动上下游重组与价值共创[26];其四是社会嵌入、流动空间与创业生态理论,主要用于分析直播场景、县域创业与乡村发展中的关系网络和空间联结[31];其五是制度型开放、数字治理与新质生产力相关理论,用以解释跨境电商、数字贸易与企业升级、区域转型之间的关系[29]。

总体而言,这些理论为理解电商经济提供了较为丰富的分析入口,但也暴露出一个共性问题:宏观层面的制度解释、产业层面的链条解释与微观层面的行为解释尚未真正打通[2][7]。换言之,学界已经能够较好说明“电商为何能够产生影响”,却仍缺少一套足以跨越贸易、平台、乡村与消费多个场景的统一中层框架[10]。

4. 电商经济领域现有研究进展

4.1. 电商经济的测度与类型划分研究

就类型划分而言,现有研究已不再将电子商务视为单一市场形态,而是根据应用场景、制度边界和组织方式,将其区分为跨境电商[29]、农村电商[18]、直播电商[1]、社交电商[30]、旅游电商[32]、C2M 平台电商[9]以及平台主导型供应链[11]等多种子类型。不同类型虽然都建立在数字平台基础之上,但所面对的核心问题并不相同:跨境电商更倚重规则环境和国际市场连接[33],农村电商更依赖基层基础设施与要素整合[34],直播和社交电商则更强调场景互动、信任形成和情绪动员[6]。

在测度方法上,宏观研究主要依赖综试区、示范县、示范城市等政策试点[31],结合面板指标构建、熵值法测度和电商指数替代来识别电商发展水平[4][8];微观研究则更多使用上市公司数据[10]、问卷调查[9]、平台商品数据[35]以及案例材料[26]来表征企业创新、消费溢价、数字化转型与产业链协同等变量。两类方法各有侧重:前者便于识别政策效应和区域差异,后者更适合把握平台运行与行为机制[1]。

不过,在“如何测度电商经济”这一问题上,现有研究仍未形成统一口径[1]。同样是“电商发展水平”,在不同文献中有时指向交易规模[8],有时又体现为平台覆盖、物流能力、制度环境或数字基础设施[4][18]。测度维度的不一致,固然拓展了研究视角,但也在一定程度上削弱了不同研究之间的直接可比性。

4.2. 电商经济的影响因素研究

影响因素研究大体可以从制度环境、基础设施、平台能力与社会网络四个层面展开。制度环境是电商经济成长的重要前提。跨境电商综试区[16]、国家电子商务示范城市[31]以及“电子商务进农村综合示范”[22]等政策,在大量研究中被证明具有显著促进作用;反过来看,境外监管趋严[17]、税制变动[36]和规则差异也会明显抬高跨境经营成本,压缩电商扩张空间。

与此同时,数字基础设施、物流体系、冷链仓储、支付网络和营商环境,构成了电商活动得以持续展开的现实基础[5][34]。尤其在农村和农产品场景中,平台下沉并不自动意味着发展起飞,只有物流、人才、服务体系和产业支撑同步到位,政策红利才有可能转化为稳定的市场能力[37][38]。对跨境电商而言,贸易便利化[33]、RCEP 等制度背景[28]以及进口模式创新[39],同样会影响其发展质量和成长韧性。

进一步看,平台服务能力和数据处理能力正在成为解释电商差异化发展的关键变量[11]。C2M 平台的数据赋能[9]、平台主导的需求信息共享[11]以及直播平台的场景化传播能力[20],都会直接影响企业资源配置、产品定制和消费者决策。与此同时,社交关系、情感信任、主观规范以及主播与用户之间的互

动强度，也会深刻塑造交易意愿和消费结果[30]。

由此可见，电商经济并不是一个单纯由技术推动的线性增长过程，而是制度、技术、组织与社会关系共同作用的综合结果[22]。若仅从“平台搭建”或“政策扶持”某一个维度来理解电商发展，往往难以解释现实中的明显分化。

4.3. 电商经济的经济后果研究

关于经济后果，现有研究首先集中在外贸与开放效应层面。多数跨境电商文献认为，电商发展能够促进农产品出口[28]、推动内外贸一体化[40]、提升对外贸易高质量发展水平[3]，并通过扩大出口规模[41]、提高信息共享效率[40]、增强品牌国际化能力[23]和优化制度型开放环境[16]来改善企业国际竞争力。与此同时，跨境电商还被发现有助于推动进口模式转型升级[39]，只是这一过程仍受到监管[17]、税收和制度协调不足等因素制约。

在企业层面，电商经济已被证明会影响创新效率[42]、数字化转型[10]、能源消耗[43]、管理效率[16]和制造模式重构[9]。制度型开放与数字贸易的发展，不仅能够缓解融资约束[29]、提升资源配置效率[16]，也会推动企业借助数据连接需求端与生产端，形成更具弹性的大规模定制能力[9]，并在一定程度上支撑新质生产力的培育[8]。

在区域与城乡发展层面，农村电商、县域电商和旅游电商的带动效应尤为受到关注[32]。相关研究普遍表明，电商发展能够促进农民持续增收[18]，增强农业企业创业[19]和城市创业活力[31]，扩大农民专业合作社规模[24]，提升农村消费韧性[32]，并对县域经济增长、区域协调[4]、乡村产业振兴[5]以及代际收入流动[25]产生积极影响。只是这种促进作用并非均匀分布，而是往往与数字基础、产业条件和治理能力紧密相关[38]。

当然，电商经济的后果并不总是单向正面。部分研究已经开始提示其负向外部性：例如，农村电商可能通过收益比较和劳动力转移加剧耕地“非粮化”[44]；直播电商一旦平台和主播的守门机制失灵，便可能诱发农产品质量安全风险[27]；境外税法调整[36]和欧美监管收紧[17]也会显著抬升跨境电商的合规负担；而在供应链博弈中，平台间合作未必总能实现各方收益同步改善[15] [21]。

4.4. 电商经济的作用机制与路径研究

作用机制研究是近年电商经济文献中最为活跃的部分[1]。信息共享与信息透明路径被反复验证[11] [40]。无论是跨境电商促进内外贸一体化[40]，还是平台主导的需求信息共享[11]、直播平台对产品信息的情境化呈现[20]，本质上都在于通过重构信息流来降低供需匹配成本。

资源配置优化路径同样具有较强解释力。C2M平台能够更精准地连接需求端与制造端[9]，农村电商能够提高劳动力、资本、土地和技术等城乡要素的融合效率[18]，制度型开放与数字贸易则可通过改善营商环境和制度预期来提升企业配置效率[43]。

产业链协同与价值共创路径则进一步拓宽了电商研究的观察范围[26]。越来越多的研究指出，电商并不只发生在销售端，它更深层的影响在于推动上游生产、中游流通与下游消费的联动重组[9] [12]。无论是农产品直播电商的价值共创共享[26]，还是农业数字化转型[12]、低碳供应链决策[15]以及“以旧换新”合作策略[21]，都说明平台正在改变传统产业链内部的协同方式和利益分配格局。

除此之外，消费者心理激发与空间溢出两条路径也值得重视[6] [14]。直播话术[6]、关系型心理契约、主观规范[30]、品质认证与包装信号[35]，会通过情绪唤起、身份认同和信任增强影响购买行为；而县域电商[14]、跨境电商和农村直播形成的网络联结[20]，则表明电商经济还具有跨区域扩散和空间外溢特征[8]。

4.5. 电商经济研究的异质性分析

异质性分析已经成为近年来电商研究中的常规安排。从区域和企业层面看，东中西部、沿海与内陆、资源型与非资源型地区之间，以及不同规模、不同所有制、不同技术属性企业之间，往往呈现出不一致的电商收益[43]。部分研究发现，东部地区在贸易、品牌和创新方面更容易释放平台红利[23][28]；另一些研究则指出，在数字基础较弱或传统条件相对不足的地区，电商的边际改善作用反而更明显[4][18]。

从群体和产品层面看，消费者年龄、收入水平、社会关系嵌入程度以及产品的认证、包装和产地属性，都会改变平台交易效果[30][35]；农户年龄结构、教育水平和家庭劳动力禀赋，也会影响农村电商对外出就业与返乡意愿的作用方向[45]；跨境税收政策[36]和海外制度环境[17][23]的影响，则往往因产品替代性、市场规则和企业能力而异。

5. 现有研究评述

5.1. 已有研究的主要共识

通观现有 45 篇文献，可以提炼出三点较为稳定的共识。第一，在跨境电商与数字贸易板块，绝大多数研究均认为电商发展能够通过贸易便利化、制度型开放与平台连接机制，促进外贸高质量发展[3]、推动企业数字化转型[10]、提升创新效率[42]并培育新质生产力[29]。第二，在农村电商与县域发展板块，相关文献普遍发现电商发展与农民增收[18]、农业企业创业[19]、合作社扩张[24]、县域经济增长[4]和乡村产业振兴[5]之间存在显著正向关联，但这种作用往往以物流体系、人才支撑与产业基础为重要前提[34][38]。第三，在直播电商、社交电商与平台治理板块，现有研究较为一致地指出，信息共享[11][40]、场景互动[6][20]、数据赋能[9]与价值共创[26]是解释消费转化、供应链协同和平台绩效改善的关键机制。

5.2. 已有研究的主要分歧

与此同时，现有研究也存在若干分歧，且这种分歧并非停留在一般性判断层面。其一，对电商经济核心价值的理解并不一致：部分研究主要从效率提升、出口扩张和规模增长出发评价其作用[8][41]，而另一些研究则更强调其在共同富裕、代际流动和包容性发展方面的制度意义[14][25]。其二，对电商后果的评价存在明显差异：多数文献强调返乡创业、城乡联动与消费改善等正向效应[32]，但也有研究指出农村电商可能加剧耕地“非粮化”[44]，直播电商可能放大质量安全风险[27]，跨境电商则面临税制变动与海外监管趋严带来的合规压力[17][36]。其三，不同研究在识别路径上也不完全相同：有的依赖综试区、示范县和示范城市等政策试点识别制度效应[31]，有的则转向平台数据、问卷调查或案例材料来揭示消费心理、价值共创和供应链协同机制[35]。

5.3. 现有研究的局限与不足

第一，概念界定与测度口径尚未完全统一：同样是“电商发展水平”，有的文献以交易规模或电商指数衡量[4][8]，有的则强调平台覆盖、物流能力、制度环境或数字基础设施[18][31]，这在一定程度上削弱了研究结论之间的直接可比性。第二，研究设计虽然较为重视因果识别，但样本构造较多依赖综试区、示范县等政策试点[44]，对于市场自发演化、平台内部规则以及企业实际运营过程的揭示仍显不足。第三，微观数据和跨层级数据利用不够充分，平台交易日志、直播互动数据、物流网络数据与海关微观数据尚未得到系统整合，导致不少研究对信息共享、信任生成、质量控制和协同治理等机制的讨论仍停留在间接推断层面[35]。第四，评估视角仍偏重正向经济效应，对质量安全、平台治理失衡、海外合规成本和生态外部性等问题的持续跟踪还不够充分[44]。

6. 未来研究展望

6.1. 理论拓展方向

未来的电商经济研究，首先需要在理论层面完成更有力的整合。一方面，应把平台经济理论[9]与制度型开放理论[10]结合起来，解释跨境电商如何在规则、平台与企业之间形成联动；另一方面，也要把产业链理论[12]与社会嵌入理论[20]结合起来，解释直播电商和农村电商何以同时影响价值创造与社会关系重组。只有在不同理论之间建立更清晰的接口，电商经济研究才可能从“多点开花”走向“体系化积累”[1][2]。

6.2. 指标与数据改进方向

在指标与数据方面，后续研究应尽快构建更具可比性的测度体系。未来不宜只关注交易规模和政策覆盖程度，还应把物流质量、平台参与深度、用户黏性、数字治理能力和绿色绩效等变量纳入分析[4][8][15]。与此同时，平台交易日志、海关微观数据、企业数字足迹、快递网络数据以及县乡村多级联动数据，都有必要被更充分地引入研究之中[6][29][35]。

6.3. 研究方法深化方向

在方法上，未来研究不宜继续单一依赖政策冲击识别，而应推动准自然实验、文本挖掘、案例比较、结构方程、网络分析与实验方法的综合运用[1][7]。尤其在直播电商、社交电商和平台治理研究中，消费者心理、主播行为与平台规则之间的动态互动，仅靠传统面板方法往往难以得到充分揭示[6][11]。

6.4. 中国情境与实践应用方向

最后，电商经济研究仍应牢牢扎根中国情境。如何在全球监管趋严背景下提升跨境电商韧性[17][39]，如何在推动农村增收的同时避免“非粮化”和低水平同质化竞争[5][44]，如何在直播带货持续扩张的同时建立更稳健的质量安全机制[27]，以及平台如何在创新激励、商家公平与绿色发展之间寻求动态平衡[15][21]，都是具有鲜明现实意义的核心问题。

7. 结论

总体来看，围绕这 45 篇文献展开的研究图景表明，电商经济已经从一种交易方式创新，发展为深刻影响贸易格局[3]、企业行为[9]、城乡关系[18]与社会结构[20]的重要力量。现有研究在揭示其经济效应[4]、作用机制[40]和政策含义[13]方面已积累了较为丰厚的成果，但距离形成统一、系统且具有迁移能力的分析框架，仍有进一步拓展的空间[1]。

因此，今后的电商经济研究应当从相对分散的“业态研究”进一步迈向更具整合性的“体系研究”，在重视平均效应识别的同时，更加强调机制、情境与治理条件的共同分析。只有如此，相关研究才能更好回应中国数字经济转型升级中的现实问题，也才能为政策制定与产业实践提供更具解释力和可操作性的学术支持。

参考文献

- [1] 徐晓瑜, 孙换, 贾庆丹. TCCM 框架下直播电商研究的知识体系与趋势展望——基于混合方法的国内外文献评析[J]. 南开管理评论, 2025, 28(4): 184-195.
- [2] 彭明唱, 曹植. 数字贸易创新发展赋能跨境电商高质量发展的机理与对策[J]. 商业经济研究, 2025(18): 119-123.
- [3] 吴清军. 贸易便利化、跨境电商与对外贸易高质量发展[J]. 商业经济研究, 2025(2): 125-128.

- [4] 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.
- [5] 宋长鸣, 刘笑, 章胜勇. 深化农村电商发展促进乡村产业振兴[J]. 宏观经济管理, 2025(2): 58-65+76.
- [6] 陈落初. 电商直播情境下主播营销话术与消费者冲动购买行为——基于心理契约调节的中介作用[J]. 商业经济研究, 2025(3): 82-85.
- [7] 肖勇波, 王旭红, 喻静, 等. 直播电商: 管理挑战与潜在研究方向[J]. 中国管理科学, 2025, 33(4): 251-264.
- [8] 候杰, 张心雨. 全球供应链重构下跨境电商赋能新质生产力——基于省域数据的实证研究[J]. 价格月刊, 2025(4): 50-64.
- [9] 张闯, 王震, 夏春玉. C2M 电商平台数据赋能制造企业大规模定制: 基于动态能力理论视角[J]. 商业经济与管理, 2025(1): 5-18.
- [10] 李向前, 朱晓满, 王伊攀. 制度型开放与企业数字化转型——基于跨境电商综合试验区的经验证据[J]. 国际金融研究, 2025(1): 87-96.
- [11] 马利军, 陈秋婷, 杨帆捷, 等. 基于电商平台主导的需求信息共享及运营模式选择研究[J]. 管理工程学报, 2025, 39(3): 238-251.
- [12] 王昕天, 荆林波, 冯章伟. 产业链视角下电商驱动农业数字化转型的理论解构与案例分析——兼论农业“产业大脑”的经验启示[J]. 中国农村观察, 2025(1): 43-62.
- [13] 刘珊, 马莉莉, 郭家琛. 贸易新业态何以赋能新质生产力——来自跨境电商综合试验区的证据[J]. 国际贸易问题, 2025(5): 26-46.
- [14] 郭曼, 郭庆. 共同富裕目标下农村电商发展的空间溢出效应与增收模式[J]. 农业经济, 2025(1): 142-144.
- [15] 王玉燕, 丁露萍. 碳政策选择对网络外部性下低碳电商供应链的决策影响研究[J]. 管理工程学报, 2025, 39(2): 105-117.
- [16] 蔡冬青, 席中疆. 制度型开放赋能新质生产力——来自跨境电商综试区的经验证据[J]. 现代财经(天津财经大学学报), 2025, 45(4): 3-21.
- [17] 刘斌, 崔楠晨, 潘彤. 美欧跨境电商零售监管政策变化的新趋势与中国应对[J]. 国际贸易, 2025(2): 25-37.
- [18] 卢丽媛, 王竞谕, 王瑞峰. 农村电商助农持续稳定增收机理——基于城乡要素融合的中介效应[J]. 中国流通经济, 2025, 39(5): 45-58.
- [19] 陈佩, 张为付. 电商下乡有助于农业企业创业吗?——基于“电子商务进农村综合示范”政策的准自然实验[J]. 经济与管理研究, 2025, 46(4): 99-116.
- [20] 吴雨妹, 李东晓. 网络联结与在地发展: 乡村直播中生产要素与商品的流动效应[J]. 中国农村观察, 2025(2): 147-168.
- [21] 景熠, 张闻秋, 曹柳. 电商购物平台与回收平台的“以旧换新”合作策略研究[J]. 中国管理科学, 2025, 33(8): 289-297.
- [22] 易法敏, 古飞婷, 罗必良. 乡村数字经济包容性发展的政策组合及其治理——基于“电子商务进农村综合示范”的案例研究[J]. 管理世界, 2025, 41(5): 101-116+197+246.
- [23] 任婉婉, 丁奕汝, 郝宇倩. 跨境电商能否激励中国品牌国际化——基于海外商标申请视角[J]. 国际贸易问题, 2025(2): 38-53.
- [24] 邓金钱, 李潇, 张娜. 电子商务与农民专业合作社发展——来自“电子商务进农村综合示范县”的经验证据[J]. 南开经济研究, 2025(2): 185-205.
- [25] 刘翠花, 戚聿东, 丁述磊. 数字乡村与代际收入流动性: 基于淘宝村的证据[J]. 世界经济, 2025, 48(2): 230-256.
- [26] 王文隆, 李金垚. 基于全产业链视角的农产品直播电商价值共创共享机制研究[J]. 农业经济与管理, 2025(1): 107-119.
- [27] 马九杰, 陈俊良, 赵永华. 直播电商价值链中数字守门人与农产品质量安全把守机制研究[J]. 管理世界, 2025, 41(4): 175-198.
- [28] 覃泽敏, 黄智铭. RCEP 背景下跨境电商助推我国农产品出口贸易增长实证研究[J]. 商业经济研究, 2025(4): 124-127.
- [29] 周科选, 陈智, 余林徽. 数字贸易对出口企业新质生产力形成影响研究——来自跨境电商综合试验区设立的证据[J]. 软科学, 2025, 39(9): 39-45+144.
- [30] 黄莹, 潘思雨. 社交电商平台新生代老年群体消费意愿的影响因素探究[J]. 商业经济研究, 2025(5): 64-67.

-
- [31] 董晓波, 何昌磊. 电子商务发展能否提升城市创业活力?——基于创业生态系统理论视角[J]. 首都经济贸易大学学报, 2025, 27(1): 67-84.
- [32] 李丹阳, 耿松涛. 旅游电商发展、收入差距与农村消费韧性[J]. 商业经济研究, 2025(6): 64-67.
- [33] 袁也. “一带一路”沿线国家(地区)贸易便利化对中国跨境电商出口影响分析[J]. 价格月刊, 2025(2): 87-94.
- [34] 余花, 李学卫. 乡村全面振兴背景下农村电商高质量发展研究[J]. 农业经济, 2025(3): 136-137.
- [35] 黄毅祥, 吴梓敏, 赵敏娟. 品质认证、礼盒包装与农产品线上消费溢价——基于京东平台苹果产品的数据挖掘分析[J]. 南开管理评论, 2025, 28(9): 159-170.
- [36] 马述忠, 杜特, 房超. 美国电商税法与中国跨境电商出口及其税收负担[J]. 经济研究, 2025, 60(1): 91-107.
- [37] 向雪. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J]. 农业经济, 2025(4): 141-144.
- [38] 杨志安, 韩紫微. 农村电商促进乡村创新创业的资源效应和融合效应——基于中国 1546 个县域数据的实证分析[J]. 农业经济与管理, 2025(1): 120-132.
- [39] 依绍华, 梁威, 汪红驹. 中国跨境电商进口转型升级的障碍与对策[J]. 国际经济合作, 2025, 41(1): 45-53+92.
- [40] 高君杰, 姚先国. 跨境电商、信息共享与内外贸一体化[J]. 商业经济研究, 2025(1): 140-143.
- [41] 金丽静. “双循环”背景下跨境电商发展对我国对外贸易的影响及建议[J]. 商业经济研究, 2025(4): 120-123.
- [42] 张夏恒. 数字贸易如何影响企业创新效率: 基于跨境电商综试区的自然实验[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2025, 42(2): 68-79.
- [43] 向仙虹, 赵佳佳, 邹志雁. 数字贸易与企业能源消耗——来自跨境电商综合试验区的证据[J]. 首都经济贸易大学学报, 2025, 27(1): 36-52.
- [44] 周琦宇, 龙开胜. 农村电商加剧耕地“非粮化”了吗——基于电子商务进农村综合示范政策的考察[J]. 农业技术经济, 2025(2): 20-42.
- [45] 郑旭刚, 周闯, 张抗私. 农村电商发展如何影响农民外出就业——来自中国乡村振兴调查数据的证据[J]. 山西财经大学学报, 2025, 47(2): 15-28.