

数字时代电子商务经济转型发展治理优化研究

郑宇辉

江苏大学管理学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2026年7月31日; 录用日期: 2026年8月12日; 发布日期: 2026年10月28日

摘要

数字技术的深度应用正在深刻重塑电子商务经济的运行逻辑与治理模式。文章系统梳理了电子商务经济从萌芽探索期、快速扩张期到成熟转型期的发展历程, 分析了技术驱动、需求拉动与政策引导三重力量共同作用下的演进逻辑。在此基础上, 深入审视了当前电子商务经济面临的现实挑战, 包括平台垄断与不正当竞争、消费者权益保护困境、新业态从业者社会保障缺失、物流配送瓶颈以及跨境电商合规风险等问题。研究表明, 推动电子商务经济实现从高速增长向高质量发展的转型, 需要构建政府规制、平台自治、行业自律与社会监督相结合的多元共治体系, 通过技术创新、模式创新与制度创新的协同推进, 实现发展质量与治理效能的双重提升。研究为理解数字时代电子商务经济的转型规律提供了理论视角, 也为相关主体的决策优化与治理实践提供了参考依据。

关键词

电子商务经济, 数字时代, 转型发展, 治理优化, 平台经济

Research on the Transformation Development and Governance Optimization of the E-Commerce Economy in the Digital Era

Yuhui Zheng

School of Management, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: July 31, 2026; accepted: August 12, 2026; published: October 28, 2026

文章引用: 郑宇辉. 数字时代电子商务经济转型发展治理优化研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(10): 721-728.
DOI: 10.12677/ecl.2026.15101174

Abstract

The deep application of digital technologies is profoundly reshaping the operational logic and governance model of the e-commerce economy. This paper systematically reviews the development trajectory of the e-commerce economy from the embryonic exploration period, through the rapid expansion period, to the mature transformation period, and analyzes the evolutionary logic driven by the triple forces of technological drivers, demand pull, and policy guidance. On this basis, this paper deeply examines the current practical challenges facing the e-commerce economy, including platform monopoly and unfair competition, difficulties in consumer protection, lack of social security for workers in new business formats, logistics and distribution bottlenecks, and compliance risks in cross-border e-commerce. The research shows that promoting the transformation of the e-commerce economy from high-speed growth to high-quality development requires the construction of a multi-stakeholder governance system combining government regulation, platform self-governance, industry self-regulation, and social supervision, and the coordinated advancement of technological innovation, model innovation, and institutional innovation to achieve dual improvements in development quality and governance effectiveness. This paper provides a theoretical perspective for understanding the transformation laws of the e-commerce economy in the digital era, and also offers a reference for decision-making optimization and governance practices of relevant stakeholders.

Keywords

E-Commerce Economy, Digital Era, Transformation Development, Governance Optimization, Platform Economy

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. 研究背景与问题提出

21 世纪以来,以互联网、大数据、人工智能为代表的新一代信息技术深刻重塑了全球经济社会的运行方式。电子商务作为数字经济最活跃、最具代表性的业态之一,已经从最初的“网上购物的补充渠道”演变为覆盖生产、流通、消费全链条的经济生态系统。据中国互联网络信息中心统计,截至 2023 年 12 月,我国网络购物用户规模已达 9.15 亿人,占网民整体的 83.8% [1]。2023 年全国网上零售额突破 15.42 万亿元,同比增长 11%,连续 11 年位居全球首位[2]。2024 年数据显示,电商从业人员超 7000 万人¹。这一经济形态的演变,不仅改变了消费者的购物习惯和企业的经营逻辑,更对产业结构调整、区域协调发展乃至宏观经济运行产生了深远影响。从产业结构看,电子商务带动了物流快递、移动支付、云计算、人工智能等上下游产业的繁荣发展,形成了庞大的数字经济生态。从区域协调看,电子商务打破了地理空间的限制,使中西部和农村地区的商品能够直达全国消费者,为缩小区域发展差距提供了新途径。

然而,在高速增长的表象之下,电子商务经济也暴露出诸多深层次的结构性问题。平台“二选一”、

¹福建省商务厅:“超 7000 万人干电商规模超 50 万亿《2023 中国电商市场数据报告》重磅发布”。

https://swt.fj.gov.cn/xxgk/jgznl/jgcs/dzswhxxhc/gzdt_598/202406/t20240627_6475415.htm

“大数据杀熟”等不正当竞争行为屡禁不止，消费者个人信息泄露风险持续存在，直播带货虚假宣传引发信任危机，农村电商“最后一公里”难题尚未根本破解[3]。与此同时，快递员、外卖骑手等新就业形态劳动者的权益保障问题日益凸显，平台用工关系的法律定性模糊导致这一庞大群体长期处于社会保障的“灰色地带”。全国包括快递员和外卖骑手等新就业形态人员已有 8400 万人²，其中绝大多数未与平台建立正式的劳动关系，这意味着他们无法享受工伤保险、医疗保险、养老保险等法定社会保障。跨境电子商务则在逆全球化浪潮中面临日益复杂的合规风险与国际形势压力。这些问题的出现表明，单纯追求交易规模 and 用户数量的粗放式增长模式已难以为继。特别是在人口红利逐渐消退、线上流量成本持续攀升的背景下，电商平台获取新用户的成本不断上涨，如今已达到数百元³，依靠“烧钱换增长”的模式已不可持续。如何推动电子商务经济实现从规模扩张向质量提升的转型，并在转型过程中构建适应数字时代特点的治理体系，成为理论界与实践界共同关注的焦点议题。

1.2. 研究意义

从理论层面看，电子商务经济的研究有助于深化对数字时代经济运行规律的认识。传统经济学理论建立在资源稀缺性和信息对称性等假设之上，而电子商务经济中的零边际成本、网络外部性、长尾效应等新特征，对既有理论框架形成了挑战[4]。特别是在平台经济成为主导组织形态的背景下，市场与企业的边界日益模糊，传统的产业组织理论需要被重新审视。系统研究电子商务经济的转型逻辑与治理路径，能够丰富平台经济学、数字治理与消费经济学的理论内涵，为数字经济时代的制度设计提供学理支撑。

从实践层面看，我国正处在经济结构转型升级的关键阶段。电子商务具备联通生产与消费、城市与乡村、国内与国际的独特优势，在释放内需潜力、拓宽就业渠道、助力乡村振兴等方面发挥重要作用⁴。准确把握电子商务经济的发展趋势、识别其面临的核心挑战、探索转型发展与治理优化的可行路径，对于政策制定者优化制度供给、企业主体调整经营策略、消费者理性参与市场交易，均具有重要的现实指导意义。

2. 电子商务经济发展的历史脉络与演进逻辑

2.1. 发展阶段划分与典型特征

中国电子商务经济的发展历程大致可以划分为三个主要阶段，每个阶段呈现出鲜明的时代特征与驱动逻辑[5]。第一阶段是 1990 年末至 2000 年中期的萌芽探索期。这一时期，互联网基础设施尚不完善，宽带普及率低、网速慢、资费高，在线支付和物流配送体系几乎处于空白状态。电子商务主要以 B2B 模式为主，C2C 和 B2C 模式刚刚起步。这一阶段的典型特征是“小规模、低渗透、高风险”，电子商务尚未成为主流消费渠道，全社会对网购的接受度普遍较低。

第二阶段是 2000 年中期至 2010 年中期的快速扩张期。2003 年淘宝网成立，同年支付宝上线，这两个事件具有里程碑意义——淘宝解决了商品供给问题，支付宝解决了在线交易的信任问题。2004 年京东多媒体网(京东商城前身)上线，采用自营模式和自建物流的策略，走出了一条差异化道路。移动互联网的普及则使“随时随地购物”成为现实。这一阶段的核心特征是“高增长、广覆盖、重价格”，价格竞争

²中国就业：“我国将从四方面加强新就业形态劳动者权益保障”。<https://chinajob.mohrss.gov.cn/h5/c/2025-01-23/423513.shtml>

³艾瑞网：“小鹅通联合艾瑞咨询发布《2023 年中国私域运营洞察白皮书》”。

<https://news.iresearch.cn/content/2023/06/471953.shtml>

⁴中华人民共和国商务部：商务部 中央网信办 发展改革委关于印发《“十四五”电子商务发展规划》。

https://www.mofcom.gov.cn/zcfb/zgdwjmywg/art/2022/art_174ed14de320481a9cca548867ac0ea9.html

成为平台获取用户的主要手段，行业处于增量竞争阶段。

第三阶段是 2010 年中期至今的成熟转型期。随着人口红利的逐渐消退，网络购物用户增速放缓，电子商务行业从增量竞争转向存量竞争。直播电商、社交电商、社区团购等新业态层出不穷，内容化、场景化、智能化成为发展新方向[6]。这一阶段的典型特征是“多业态、细分化、重体验”，用户体验和服务质量成为竞争焦点，行业进入存量博弈与价值重构并行的深度调整期。

2.2. 驱动因素的系统分析

电子商务经济的蓬勃发展是多种力量共同作用的结果，三者相互强化、形成正向循环。技术驱动是最根本的动力源泉。5G 网络的规模化部署使高清视频直播、VR/AR 购物成为可能，为直播电商和沉浸式购物提供了技术基础。大数据技术支撑起千人千面的个性化推荐，使“货找人”成为现实。云计算降低了平台运营的技术门槛和成本，中小企业也可以通过 SaaS 服务快速搭建电商系统。人工智能在智能客服、智能仓储、动态定价等场景中发挥着日益重要的作用[7]。每一次信息技术的迭代都催生了电子商务的新形态，从图文展示到短视频、直播，从 PC 端到移动端，从远场电商到近场即时零售，技术进步不断拓展着电子商务的能力边界。

需求驱动是最直接的市场拉力。截至 2025 年 6 月，我国网民规模达 11.23 亿人⁵，庞大的人口基数与持续增长的可支配收入为电子商务提供了广阔的试验场。政策驱动是最重要的制度保障。从“互联网+”行动计划的出台到《中华人民共和国电子商务法》的颁布实施，从跨境电商综合试验区的设立到县域商业体系建设的推进，各级政府在放宽市场准入、完善基础设施、规范市场秩序等方面发挥了积极作用[8]。政策的连续性和系统性为电子商务经济的健康发展营造了可预期的制度环境。

2.3. 理论解释框架

理解电子商务经济的运行逻辑，可以借助多个经典理论视角。平台经济理论揭示了电子商务平台作为双边市场的独特属性。在平台生态中，消费者和商家相互吸引、相互依存，平台通过制定规则、匹配供需、提供服务来获取价值。与传统企业不同，平台的价值创造依赖于网络效应的发挥。交易成本理论为电子商务的效率优势提供了有力解释。传统线下交易中，信息搜寻成本、议价成本、履约成本等交易费用较高。电子商务通过标准化商品展示、在线比价工具、用户评价体系、电子支付系统等机制，显著降低了买卖双方的信息不对称程度和交易摩擦成本。长尾理论则解释了电子商务如何突破“二八定律”的约束。在物理货架有限的线下零售中，商家倾向于集中资源销售热门商品，而冷门商品往往被舍弃。电商平台理论上可以陈列无限多的 SKU，小众、个性化商品同样可以获得展示和销售机会，极大地拓展了消费的边界。

3. 电子商务经济发展的现实审视

3.1. 规模增长与结构变迁

从总量指标看，中国电子商务经济已步入高位横盘阶段。我国网上零售市场已告别早年高速增长，行业整体增速回落至平稳区间⁶。从品类维度看，电商对不同商品的渗透水平存在明显分化：图书、3C 数码、服装鞋帽等标准化程度高、物流配送便利的品类，线上渠道在其零售市场中占据较高比重。在区域结构上，一二线城市电商市场趋于饱和，农村电商成为新增量。随着“快递进村”工程的推进和农民收入水平的提高，越来越多的农村居民开始尝试网购。2023 年农村网络零售额达到 2.49 万亿元，同比增长

⁵<https://www.cnnic.net.cn/n4/2025/0724/c326-11336.html>

⁶国家统计局：“2025 年 12 月份社会消费品零售总额增长 0.9%”。https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202601/t20260119_1962323.html

12.9%⁷。在市场主体结构上,平台格局从“一超多强”走向“多极竞争”。阿里巴巴在综合电商领域仍保持领先地位,但其市场份额正在被侵蚀。拼多多凭借社交裂变在下沉市场异军突起,2023年活跃买家数已接近9亿⁸。京东依托自建物流体系在中高端市场和3C数码品类中占据优势。抖音、快手则开辟了“兴趣激发需求”的内容电商新模式。

3.2. 新业态与新模式的涌现

直播电商是近年来最引人注目的创新业态。与传统的货架式电商不同,直播电商将商品展示从图文升级为实时视频,主播的讲解、演示、互动增强了消费者的临场感和信任度。限时优惠、秒杀抢购等营销手段制造了稀缺感和紧迫感,促使消费者在较短时间内完成购买决策。社交电商则充分利用了人际关系的信任红利。拼团模式通过利益驱动激发用户自发分享给亲朋好友,以低成本获取新用户;社区团购依托邻里关系和团长的信任背书降低获客成本,同时通过集中配送降低履约成本;这些模式本质上都是在公域流量成本日益高企的背景下,寻找私域流量的价值洼地^[9]。即时零售模糊了线上与线下的边界。通过与线下商超、便利店、专卖店合作,平台能够提供“一小时达”甚至“半小时达”的配送服务。这种“线上下单、线下履约”的模式,既保留了网购的便利性,又满足了消费者对时效性的要求,特别是在生鲜、应急用品等场景下具有不可替代的优势。

3.3. 面临的主要挑战与困境

在繁荣发展的同时,电子商务经济也面临着不容忽视的挑战。平台垄断与不正当竞争问题是各界关注的焦点。部分头部平台利用市场支配地位强迫商家“二选一”,即要求商家只能在自己的平台独家销售,不得同时入驻竞争对手的平台。这种行为限制了商家的经营自由和消费者的选择空间,损害了市场的公平竞争秩序。消费者权益保护困境呈现出新特点。传统线下消费中的问题在线上被放大,同时衍生出新的侵权形式。直播带货中夸大宣传、虚假流量、售后推诿等问题频发,消费者在主播的情感煽动下冲动购买后往往面临“退货难、维权难”的困境。个人信息泄露风险贯穿于浏览、下单、支付、配送全过程——用户浏览记录被追踪、购买记录被分析、收货地址被泄露,数据黑产业链的存在使消费者隐私时刻面临威胁。

新业态从业者权益保障缺失问题日益突出。快递员、外卖骑手等新就业形态劳动者数量已超过8400万人⁹,其中绝大多数与平台之间不存在传统意义上的劳动关系,而是通过“众包”、“劳务派遣”等灵活方式合作。这意味着他们无法享受工伤保险、医疗保险、养老保险等法定社会保障,一旦发生交通事故或罹患疾病,个人往往需要承担高昂的医疗费用。平台用工算法的“效率至上”逻辑进一步加剧了这一问题,这种“困在系统里”的处境引发了社会对平台用工模式的深刻反思,如何平衡平台效率与劳动者权益成为治理优化的紧迫课题。物流配送瓶颈制约着服务品质的进一步提升。末端配送环节高度依赖快递员和骑手,这一群体流动性大、劳动强度高、社会保障不足的状况长期存在,影响了服务稳定性和从业者权益。“最后一公里”问题在农村地区尤为突出。快递包装废弃物带来的环境压力日益凸显,2023年邮政行业寄递业务量完成1624.8亿件¹⁰,由此产生的纸箱、塑料袋、胶带等废弃物数量惊人,包装减

⁷商务部 电子商务和信息化司:“2023年中国网络零售市场发展报告”。

https://cif.mofcom.gov.cn/cif/html/upload/20240313102933492_2023%E5%B9%B4%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E7%BD%91%E7%BB%9C%E9%9B%B6%E5%94%AE%E5%B8%82%E5%9C%BA%E5%8F%91%E5%B1%95%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf

⁸东方财富网:“拼多多发布第一季度财报 美股盘前涨超14%”。<https://finance.eastmoney.com/a/202305262734216380.html>

⁹同脚注1。

¹⁰中华人民共和国国家邮政局:“2023年邮政行业发展统计公报解读”。

<https://www.spb.gov.cn/gjyzj/c100277/202405/2ee4137c9c4b48b08ae120477a0bdf05.shtml>

量化、绿色化、循环化的转型任重道远。

4. 电子商务经济转型发展治理优化的路径选择

4.1. 转型发展的内涵界定

电子商务经济的转型发展，并非对增长速度和规模的否定，而是对增长方式的系统性优化。其核心要义可以概括为“三个转变”：从价格竞争向价值竞争转变，从流量驱动向信任驱动转变，从规模扩张向效率提升转变。具体而言，转型发展至少包含五个维度的要求。一是创新驱动：依托技术进步与模式创新构筑核心竞争优势，摒弃粗放式资本投入的低效发展模式；二是公平竞争：所有市场主体在统一规则下平等参与，平台不滥用规则制定权和数据优势；三是用户为本：以消费者利益为核心导向，保障知情权、选择权、公平交易权和求偿权；四是协同高效：平台、商家、物流、支付等各环节高效衔接，降低全社会的流通成本；五是可持续性：电子商务的发展不能以牺牲环境、劳工权益或长期发展潜力为代价。这五个维度相互关联、缺一不可，共同构成了转型发展的目标体系。

4.2. 技术创新驱动的效率变革

技术创新是电子商务经济转型发展的核心动力。人工智能技术的深度应用将在多个层面提升电商效率。智能推荐算法从“猜你喜欢”向“懂你所需”演进，能够基于用户的历史行为、实时场景、社交关系等多维数据，更精准地匹配潜在需求和商品供给。当前，头部平台的推荐系统，其线上销售额的贡献占比平均提升了约 30%¹¹。智能客服系统在常规咨询场景下已得到广泛应用，在互联网、电信、金融等高频高标准化行业的渗透率已超过 80%¹²，未来将在复杂问题处理、情感识别等方面取得突破。此外，区块链技术在电商领域的应用潜力值得关注。在供应链溯源方面，区块链的不可篡改特性可以完整记录商品从原材料采购、生产加工、物流运输到终端销售的全流程信息，为消费者提供可信的品质背书，特别适用于高端农产品、奢侈品、药品等对真实性要求高的品类。在知识产权保护方面，原创设计的上链存证能够有效防止抄袭仿冒，简化维权举证流程。在电子存证方面，交易凭证、聊天记录、争议证据的区块链存证将大幅降低消费者和商家的维权成本。虽然目前区块链在电商领域的应用仍处于早期阶段，但随着技术成熟和成本下降，其潜力有望逐步释放。

大数据技术的价值在于驱动精细化运营。通过对用户行为数据的深度分析，平台可以识别不同客群的偏好特征，实施差异化的商品推荐和营销策略，避免“一刀切”式的流量分发。

4.3. 模式创新驱动的消费升级

模式创新是电子商务经济保持活力的重要源泉。内容化是电商发展的重要方向。传统的“搜索 - 浏览 - 比价 - 购买”线性路径正在被“内容触达 - 兴趣激发 - 情感认同 - 即时购买”的新路径所补充甚至替代。短视频、直播、图文笔记等内容形态使商品展示更加生动立体，KOL 和 KOC 的推荐借助人格化信任缩短了消费者的决策路径。未来，内容与电商的融合将进一步深化，形成“处处皆场景、时时可购物”的泛电商生态。这种模式创新的本质是将消费行为嵌入用户的日常内容消费流中，降低主动搜索的认知负担。

场景化是提升用户体验的关键手段。虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术的成熟，使“虚拟试穿”、“虚拟家居布置”等应用成为现实，在一定程度上弥补了线上购物缺乏实物体验的缺陷。智能化贯穿于

¹¹IIM 信息：“全球及中国零售智能推荐系统行业市场深度调研咨询报告（2026 年 IIMQ8F1V）”。

<https://www.iim.net.cn/2358/view-193719-1.html>

¹²中服工业互联网平台：“2025 年中国智能体客服市场发展研究报告”。

http://doc.cserver.com.cn/doc_895b52c5-6a26-4071-9925-c7b542e9e731.html

消费全链路。语音购物使不便操作屏幕的老年人和视障人群也能享受网购便利，智能音箱与电商平台的打通使“动口不动手”成为现实。智能购物助手能够根据用户的消费记录、浏览轨迹、预算约束和时间节点，提供个性化的采购方案建议。这些智能化应用的核心价值在于降低了消费者参与电子商务的认知负担和操作成本，使购物体验更加顺畅自然。

4.4. 治理优化的制度创新

技术创新和模式创新需要相应的制度创新与之匹配。在反垄断与公平竞争领域，需要进一步完善平台经济领域的反垄断执法规则。相关市场的界定、市场支配地位的认定、“二选一”等行为的违法性判断，都需要形成更清晰、更具可操作性的标准。在消费者权益保护领域，需要构建适应数字时代特点的保护体系。直播带货领域的责任划分需要明确——主播、平台、商家各自承担什么责任、在什么条件下承担责任，应当有清晰的法律规定。在新型劳动关系领域，平台用工的法律定性需要与时俱进。快递员、外卖骑手等新就业形态劳动者的权益保障问题日益突出，传统的“劳动关系-劳务关系”二元框架难以准确界定平台与从业者之间的关系。探索建立“第三类劳动者”制度，即介于雇员与独立承包人之间的中间类别，赋予其部分劳动法保护(如工伤保险、最低工时保障)但非全部，是一种可能的制度创新方向。同时，应推动平台算法规则的透明化与合理化，建立骑手对算法决策的申诉机制。

4.5. 多元共治体系的构建

电商经济持续健康发展，依托政府、平台、行业组织、消费者多元主体协同共治的制度保障。数字时代，电商治理场景复杂、风险多元，单一主体治理模式存在明显局限，难以有效应对新业态乱象，亟需构建“政府规制平台-平台管控商家-社会协同监督”的分层治理体系。政府应摒弃全能式监管定位，转向规则供给与底线监管双重职能。围绕市场竞争、消费者权益保护、数据安全、平台从业者劳动保障等重点领域，出台细化、稳定且可预期的制度规范，完善事中事后监管体系，以制度化约束防范不正当竞争与各类合规风险。平台需压实主体责任，以生态长效发展为导向落实精细化自治。具体可建立算法透明度报告机制，公开流量分配、商品排序与个性化推荐的核心规则，遏制大数据杀熟、歧视性引流等问题；健全平台规则修订公示与意见征询制度，保障商家与用户知情权；完善线上纠纷化解与快速维权渠道；落实用户数据可携带权、数据分类分级管理，明确数据收集与使用边界，强化个人信息合规保护。行业组织应充分发挥自律补位作用，依托团体标准制定、行业信用评价、合规培训与风险预警等举措，统一行业经营规范；建立行业内部信用约束与联动惩戒机制，填补政府监管与平台自治的治理空白，形成柔性治理补充。消费者是社会监督的重要主体。通过强化权益普法教育，提升消费者维权意识与风险识别能力；畅通一键举报、线上投诉等多元反馈渠道，优化诉求处置与结果公示机制，引导消费者主动参与市场监督，最终形成政府监管、平台自治、行业自律、公众监督相结合的复合型治理框架。

5. 结论与展望

电子商务经济经过二十余年的发展，已经从新业态成长为中国经济的重要组成部分。本文的研究表明，这一经济形态的发展演进是技术、需求、制度三重力量共同作用的结果，其运行逻辑与传统经济存在显著差异。当前，电子商务经济正处于从高速增长向高质量发展转型的关键时期，平台垄断、消费者权益保护、新业态从业者保障、物流瓶颈、跨境合规等挑战相互交织，解决这些问题的复杂程度远高于行业发展的早期阶段。推动电子商务经济实现转型发展与治理优化，需要技术创新、模式创新、制度创新的协同推进。技术创新解决的是“能不能做”的问题，它为效率提升和体验优化提供了可能；模式创新解决的是“做不做得好”的问题，它将技术潜力转化为实际的应用场景和商业价值；制度创新解决的是“做得对不对”的问题，它为创新活动划定边界、提供激励、化解风险。三者相互支撑、缺一不可。

多元共治体系的构建则是将这些创新纳入有序轨道的关键保障。

展望未来,电子商务经济将朝着更加智能化、绿色化、普惠化的方向演进。人工智能将从辅助工具升级为核心驱动力,重塑选品、定价、营销、客服、物流全链条,实现更程度的自动化和个性化。绿色电商将从理念倡导走向实质性推进,包装减量、绿色配送、循环利用将成为行业标配。普惠电商将更加关注老年人、残障人士、低收入群体、偏远地区居民等数字弱势群体,通过适老化改造、无障碍设计、低门槛入口等方式,使电子商务的便利惠及更广泛的人群。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 53 次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. 北京: CNNIC, 2024.
<https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2024/0325/MAIN1711355296414FIQ9XKZV63.pdf>, 2026-08-08.
- [2] 商务部电子商务司负责人介绍 2023 年我国电子商务发展情况[EB/OL]. 2024-01-19.
https://www.mofcom.gov.cn/zwjg/jmxw/md/art/2024/art_ef8b337aac43454a83169bde2dd58ba1.html, 2026-08-08.
- [3] 程啸. 个人信息保护法理解与适用[M]. 北京: 中国法制出版社, 2021.
- [4] 王先林, 方翔. 平台经济领域反垄断的趋势, 挑战与应对[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2021, 2(2): 87-97.
- [5] 王茜. 自雇型平台经济从业者的辨识及其权益保障研究[J]. 中国社会科学院大学学报, 2022, 42(3): 82-97+131.
- [6] 王丙文. 现代零售业线上线下融合的原因及对策[J]. 黑龙江工业学院学报: 综合版, 2017, 17(6): 76-80.
- [7] 曹俊伟, 李军祥, 李玉璐. 电子商务推荐系统研究综述[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 3087-3097.
- [8] 蒋慧. 数字经济时代平台治理的困境及其法治化出路[J]. 法商研究, 2022, 39(6): 31-44.
- [9] 古建宇. 数字化时代政府电商监管模式, 困境及对策研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 1174-1181.