

电商企业ESG信息披露质量及会计改进路径研究

钱颖文, 汪明霞, 何文

上海理工大学管理学院, 上海

收稿日期: 2026年7月24日; 录用日期: 2026年8月7日; 发布日期: 2026年9月23日

摘要

电商企业作为平台型企业, ESG事项涉及骑手、商家、消费者多利益相关方, 披露标准和传统实体企业存在显著差异。本文以阿里巴巴、京东、拼多多为样本, 从电商业务与财务数据衔接的视角, 系统分析其ESG披露结构及会计可验证性。研究发现: 三家企业ESG披露以制度性内容为主, 数据化程度偏低; 披露事项在财务报表中均未形成直接映射关系, 难以通过财务数据核查。根本原因在于现行会计体系未为ESG事项设置独立确认路径。本文建议电商行业需优先披露骑手社保覆盖率、绿色包装使用率、农产品上行交易额占比三个核心量化指标, 以增强ESG信息的可验证性, 为电商企业完善ESG披露提供参考。

关键词

电商企业, ESG信息披露, 会计可验证性

Research on the Quality of ESG Information Disclosure and Accounting Improvement Paths for E-Commerce Enterprises

Yingwen Qian, Mingxia Wang, Wen He

Business School, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: July 24, 2026; accepted: August 7, 2026; published: September 23, 2026

Abstract

As platform-based enterprises, e-commerce companies' ESG matters involve multiple stakeholders such as riders, merchants, and consumers, and their disclosure standards differ significantly from those of traditional brick-and-mortar enterprises. This paper takes Alibaba, JD.com, and Pinduoduo as samples and systematically analyzes their ESG disclosure structure and accounting verifiability from the perspective of the connection between e-commerce business and financial data. The study

文章引用: 钱颖文, 汪明霞, 何文. 电商企业 ESG 信息披露质量及会计改进路径研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(9): 862-870. DOI: 10.12677/ec.2026.1591067

finds that the ESG disclosures of the three companies are primarily institutional in content and have a low degree of quantification; the disclosed items do not form a direct mapping relationship in the financial statements, making it difficult to verify through financial data. The fundamental reason lies in the current accounting system not providing an independent recognition path for ESG matters. This paper suggests that the e-commerce industry should prioritize the disclosure of three core quantitative indicators: the coverage rate of social insurance for riders, the usage rate of green packaging, and the proportion of agricultural product up-trading volume, in order to enhance the verifiability of ESG information and provide a reference for e-commerce companies to improve their ESG disclosures.

Keywords

E-Commerce Enterprises, ESG Information Disclosure, Accounting Verifiability

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,环境(Environmental)、社会(Social)与治理(Governance)理念逐步成为衡量企业可持续发展能力的重要维度。2023年,国际可持续准则理事会(ISSB)发布《可持续相关财务信息披露一般要求》(IFRS S1),为全球企业提供了统一的 ESG 披露标准[1],意味着 ESG 信息披露迈入标准化与制度化阶段。与此同时,电商企业作为数字经济的重要主体,其 ESG 表现受到监管部门与投资者的高度关注。2023年以来,我国针对平台经济的 ESG 监管持续细化:市场监管总局要求平台企业公示骑手权益保障投入;工业和信息化主管部门要求披露数据中心碳排放数据;直播电商合规要求也逐步纳入监管重点。上述政策变化表明,电商企业 ESG 信息披露正从原则性要求转向具体业务场景约束,这使得 ESG 信息与会计信息体系产生关联。然而,现有电商 ESG 研究大多聚焦披露水平评价,较少从会计视角关注可验证性问题。如徐天一(2024)以阿里巴巴为例构建了跨境电商企业 ESG 信息披露质量的评价体系,并对披露质量进行分析[2];而钟松涛和秦军(2025)参考 GRI 准则,同样构建了评价体系,对唯品会展开评价分析[3]。2025年已有3家头部电商因 ESG 披露不实被监管处罚,披露可验证性问题迫在眉睫。因此,研究 ESG 披露内容与财务数据之间的可验证关系,具有较强的现实针对性与制度参考价值。

本文将从会计视角分析电商企业 ESG 信息披露问题,并探索将 ESG 事项纳入会计确认与计量体系的可行路径。本文仅针对电商行业 ESG 披露的会计改进展开,不涉及 ESG 评价体系构建等其他问题。

2. 研究设计

2.1. 案例分析

本文选取阿里巴巴集团控股有限公司(以下简称“阿里巴巴”)、京东集团股份有限公司(以下简称“京东”)和拼多多控股有限公司(以下简称“拼多多”)作为研究案例。

从行业规模看,阿里巴巴总资产最高,达1.75万亿元;京东与拼多多分别为0.61万亿元和0.34万亿元(见表1)。京东的营业收入达到10,847亿元,位列《财富》全球500强第52位。而拼多多净利润率显著高于另外两家,反映其轻资产平台模式的成本效率,2023年拼多多平台年度活跃买家数超过8亿人。三家企业分别代表平台型综合电商、自营供应链电商与农产品导向型电商三类典型经营模式,能够较为全面地反映我国主流电商企业的业务结构与 ESG 实践特征。

Table 1. Core financial data of three enterprises in 2023
表 1. 三家企业 2023 年核心财务数据¹

企业	总资产(亿元)	营业收入(亿元)	净利润(亿元)
阿里巴巴	17,527	8687	655
京东	6072	10,847	242
拼多多	3390	2476	600

上市情况方面, 阿里巴巴和京东分别于 2019 年和 2020 年在港交所双重主要上市, 根据港交所《环境、社会及管治报告指引》要求, 上市公司需按年度发布独立 ESG 报告, 并对关键指标进行持续披露²; 而拼多多于 2018 年在美国纳斯达克上市, 当前尚未形成强制性统一 ESG 报告框架, 因此拼多多未单独发布 ESG 报告, 披露内容相对分散, 在一定程度上反映了不同资本市场监管制度对信息披露行为的影响。

2.2. 数据来源

本次检索覆盖三家企业 2023 年 ESG 报告全文、年报附注、社会责任公告所有公开披露内容, 共检索到有效文本 12.7 万字。选择同一年度数据旨在保证横向比较的一致性, 避免不同年度经营环境与监管政策差异对分析结果产生干扰。而 2023 年是 ISSB 可持续披露准则正式发布后的首个完整披露年度, 也是我国平台经济 ESG 监管从原则性要求转向场景化约束的关键节点。在此背景下, 企业的 ESG 披露行为具有典型性和制度参考价值, 能够较好地反映监管转向初期的披露特征。除企业正式披露文本外, 本文未采用媒体报道或第三方评级数据, 以保持研究口径的一致性, 确保分析基于企业自身披露的一手信息。

2.3. 研究方法

本文采用程序化扎根理论(Procedural Grounded Theory)对三家企业的 ESG 文本进行分层编码, 以确定披露结构框架[4]。

本文设定筛选标准: 以“是否具有潜在经济属性”及“是否可能形成会计确认、计量或列报路径”为判断依据, 以避免忽视低频但具有会计意义的信息。检索范围覆盖三家企业 2023 年 ESG 报告及官网信息, 针对成本、费用、投入、金额、生产等具有明确经济导向的关键词进行全文搜索。编码过程中持续进行跨企业、跨主题对照, 统一分类口径。

本次编码由 2 名会计学生独立完成, 编码一致性系数为 0.87, 符合质性研究信度要求, 分歧编码经讨论后确定最终分类。

(1) 开放式编码

在开放式编码阶段, 根据筛选标准, 按照 ESG 主题顺序逐段识别文本中涉及环境、社会与治理事项的具体行为, 提炼为描述性原始概念。编码过程避免使用评价性语言, 强调 ESG 行为体现的资源配置属性, 保证客观性。部分编码示例见表 2。

通过提炼关键词, 共形成 161 个开放式编码(见表 3)。其中, 阿里巴巴有 114 条, 京东 33 条, 拼多多 14 条。阿里巴巴因其独立 ESG 报告主题划分细致、篇幅较大, 编码数量最多; 京东结构集中, 文字精简; 而拼多多未披露独立 ESG 报告, 信息嵌入经营内容中, 编码数量最少。

¹阿里巴巴: <https://static.alibabagroup.com/reports/fy2023/ar/ebook/tc/288/index.html>; 京东: <https://jdcominc.gcs-web.com/static-files/8d40e85a-72ec-4796-8bbc-eb5edd09c78a>; 拼多多: <https://investor.pddholdings.com/static-files/e9586d93-bb1d-4e98-af8a-4e73b62350f2>。

²<https://cn-rules.hkex.com.hk/>

Table 2. Example of open coding
表 2. 开放式编码示例

ESG 报告文本	开放式编码	所属 ESG 维度
2023 财年，我们制定了碳消除相关项目的筛选标准，确立了以碳消除为主、碳抵消为辅的组合方案；投入了植树造林、经营森林相关的高质量碳消除项目，同时投入畜牧业避免甲烷产生等高质量碳抵消项目。	碳消除与碳抵消项目筛选机制建立及相关项目投入	E
京东集团注重水资源管理，积极响应并执行联合国水机制提出的“水促进可持续发展”国际行动十年的倡议(2018~2028)，遵循国家规定，加强水资源回收利用，持续采取各项措施提升办公用水效率。	强化水资源回收利用与废弃物分类管理	E
We have always seen business opportunities in agriculture, and we seize these opportunities by leveraging the Pinduoduo platform to promote digital inclusion of smallholder farmers.	通过平台支持小农户数字化经营	S

Table 3. Open coding (excerpt)
表 3. 开放式编码(节选)

企业	开放式编码
阿里巴巴	环保技术与数字化能源管理相关低碳投入；新能源货运卡车在物流配送环节的试点应用投入；基于价值链碳排放结构的减碳措施规划与协同投入；碳消除与碳抵消项目筛选机制建立及相关项目投入；环保包装材料研发及替换投入；平台公益捐赠机制设计与运营；数据安全与隐私保护制度体系制定与实施；办公资产数字化管理及再利用机制；员工合规与风险管理考试体系实施；骑手换电平台建设及充换电服务引入；董事会与集团层面 ESG 治理架构设立……
京东	董事会下设审计、薪酬、提名及 ESG 委员会并履行监督职责；ESG 目标完成情况纳入管理层绩效考核并与薪酬挂钩；长期技术研发投入用于数字化与技术转型；获得数据安全与隐私保护管理体系认证；建立覆盖员工与合作方的信息安全培训机制……
拼多多	通过平台支持小农户数字化经营；为农户提供经营能力培训项目；与农业机构合作开展农业技术研发投入；通过订单聚合提升农产品规模销售能力；为 Temu 全球业务投入管理与财务资源……

(2) 主轴式编码

在开放式编码基础上，对分散概念进行整合，通过关键词识别内在联系，将相近行为归为结构类别，形成反映企业 ESG 披露结构特征的中层范畴。部分编码示例如表 4 所示。

Table 4. Example of spindle-based encoding
表 4. 主轴式编码示例

阿里巴巴开放式编码	阿里巴巴主轴式编码	所属 ESG 维度
环保技术与数字化能源管理相关低碳投入；环保包装材料研发及替换投入；水资源高效利用技术研发投入及水生态支持项目	绿色环保技术	E
城市助老暖心车站建设项目实施；平台公益捐赠机制设计与运营；助老出行服务设施建设及助老出行补贴资金投入	公益	S
EHS 管理委员会设立及园区治理机制建设；工作环境治理委员会设立及制度管理机制建设；董事会及专门委员会年度自我评估机制实施；	企业治理架构	G

结果显示：阿里巴巴共获得 17 个主轴式编码，在员工权益、产品责任及公益方面关注度较高；京东获得 14 个主轴式编码，更重视合规与数据安全；拼多多获得 6 个主轴式编码，对农业与乡村领域投入最多。具体分布见表 5。

Table 5. Results of spindle-type coding for three enterprises
表 5. 三家企业主轴式编码结果

主轴式编码	阿里巴巴(个)	京东(个)	拼多多(个)
绿色环保	6	2	0
节能回收	5	2	0
碳管理	5	2	0
生态保护	2	0	0
农业与乡村	7	2	4
商家赋能	6	0	0
员工发展与培训	5	2	0
员工权益保障	9	0	0
用户权益与产品责任	9	2	2
公益	8	1	0
数据安全	8	3	2
技术管理	8	3	1
企业治理架构	6	2	1
合规	7	6	4
风险管理	7	3	0
供应链	8	2	0
ESG 战略与绩效管理	8	1	0

(3) 选择式编码

在主轴式编码基础上，进一步整合各类别关系，最终形成七个核心概念：绿色环境、企业管治、社会责任、技术管理、风险合规、ESG 战略、平台治理。其中，“平台治理”是电商特有维度，集中覆盖骑手权益保障、商家赋能、消费者数据保护、供应链、农货上行等与平台商业模式密切相关的 ESG 事项。

从选择式编码分布来看(见表 6)，阿里巴巴注重平台治理、绿色环境以及社会责任等方面；京东侧重风险合规与平台治理；拼多多主要围绕平台治理，缺乏绿色环境与 ESG 战略方面的系统披露。

Table 6. Results of selective coding for three enterprises
表 6. 三家企业选择式编码结果

选择式编码维度	阿里巴巴编码个数	占比	京东编码个数	占比	拼多多编码个数	占比
绿色环境	18	15.8%	6	18.2%	0	0.0%
企业管治	11	9.6%	4	12.1%	1	7.1%
社会责任	17	14.9%	1	3.0%	0	0.0%
技术管理	8	7.0%	3	9.1%	1	7.1%
风险合规	14	12.3%	9	27.3%	4	28.6%
ESG 战略	8	7.0%	1	3.0%	0	0.0%
平台治理	38	33.3%	9	27.3%	8	57.1%
合计	114	100%	33	100%	14	100%

3. ESG 信息与财务报表关联度分析

前文通过编码得出了三家企业的 ESG 披露结构，为了评估 ESG 信息的会计验证程度，需进一步将编码结果与财务报表进行关联度分析。

根据披露信息是否包含可量化数据，本文将 ESG 条目划分为“强”“中”和“弱”三类。其中，强可量化指披露了金额或具体数量数据(如绿色贷款金额)；中等指存在具体项目或行动但未披露相关数据(如开展员工培训)；弱主要为制度建设、战略规划类描述(如建立治理架构)。统计结果显示(表 7、图 1)，三家企业在可量化程度方面存在显著差异。阿里巴巴虽披露条目最多，但强可量化占比仅 5%，大部分为制度或倡议性内容；京东虽条目较少，但在新能源投入、绿色融资等方面有明确金额，强与中等等级总占比超 60%，数据化程度较高；拼多多金额类披露缺失，整体以中、弱为主。

Table 7. Quantifiable degree and mapping relationship of three enterprises
表 7. 三家企业可量化程度与映射关系

企业	总条目	可量化程度			直接映射	间接映射	无法映射
		强	中	弱			
阿里巴巴	114	6 (5%)	45 (40%)	63 (55%)	0	51	63
京东	33	4 (12%)	18 (55%)	11 (33%)	0	22	11
拼多多	14	0 (0%)	8 (57%)	6 (43%)	0	8	6

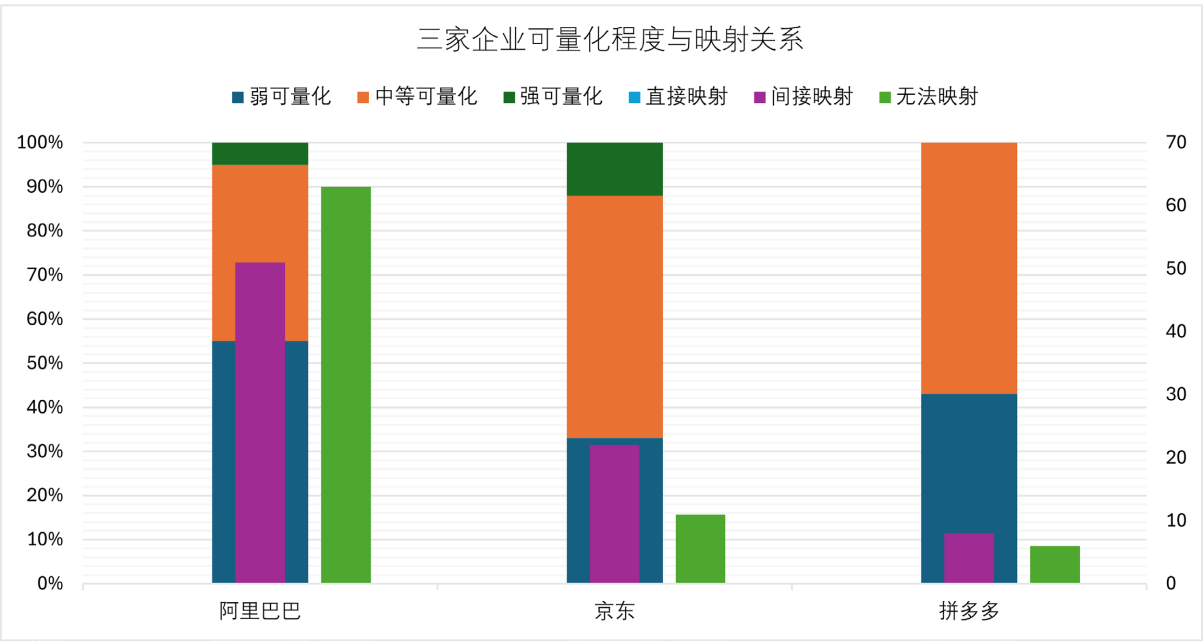


Figure 1. Quantifiable degree and mapping relationship of three enterprises
图 1. 三家企业可量化程度与映射关系³

³阿里巴巴: <https://data.alibabagroup.com/ecms-files/1532295521/85cacec9-033c-4c45-828a-cb5e69d31875/%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E9%9B%86%E5%9C%98%E7%99%BC%E4%BD%88%E3%80%8A2023%E7%92%B0%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E6%9C%83%E5%92%8C%E6%B2%BB%E7%90%86%E7%BC%88ESG%E7%BC%89%E5%A0%B1%E5%91%8A%20%E3%80%8B.pdf>; 京东: <https://ir.jd.com/static-files/74fbc608-ec31-47e9-8360-057148ada7d0>; 拼多多: <https://investor.pddholdings.com/static-files/e9586d93-bb1d-4e98-af8a-4e73b62350f2>。

对 ESG 信息是否可量化有了初步分析后,本文接着对其与财务报表信息的映射关系展开研究。检索范围包括年度报告及财务报表附注全文,针对已知的 ESG 关键事项,在财报中逐项检查是否存在对应表达,最终将二者的对应关系划分为直接映射、间接映射和无法映射三类,据此进行统计分析。

统计结果表明,三家企业均未出现能够直接在财务报表中核查的 ESG 事项(直接映射为 0),映射关系较弱。具体而言:

- 直接映射(0 条): 目前没有任何一家电商在财报中单独列示 ESG 相关支出。
- 间接映射(阿里巴巴 51 条、京东 22 条、拼多多 8 条): 京东的骑手意外险支出计入“销售费用——人力成本”,无单独标识,只能通过明细拆分统计。
- 无法映射(阿里巴巴 63 条、京东 11 条、拼多多 6 条): 拼多多的商家合规培训属于免费生态服务,无直接财务支出,只能定性披露。

总体来看,当前 ESG 披露内容与实际经营活动之间具有一定关联,但经济属性表达不够充分,部分 ESG 事项确实涉及资源投入或经营行为,但相关信息多停留在行动描述层面,缺乏金额或数量指标,难以形成可量化记录。不同企业披露结构虽具有一定行业共性,但在具体内容深度与表达方式上存在差异。

4. 电商企业 ESG 披露质量不足的会计成因分析

4.1. ESG 事项未纳入会计确认与计量体系

通过关联度分析可以发现,当前会计确认与计量体系主要围绕传统经济业务设计,强调资产、负债、收入与费用等要素的确认条件,而对环境治理、数据安全、平台治理等新型事项尚未形成明确的分类标准。大量 ESG 事项即使存在具体支出,会计上也仅按照费用或资产处理。例如,阿里巴巴平台在绿色物流与新能源配送方面的相关投入,当前主要分散计入“固定资产——物流设备”会计科目,未单独标识为环境治理类支出,导致企业减碳投入无法通过财报验证。类似地,京东的骑手社会保险与安全保障支出通常计入“销售费用——人力成本”等科目,没有单独披露,导致骑手权益保障的实际投入无法量化核查。而农产品导向的电商平台拼多多,在支持农业与农产品上行方面,相关补贴支出多以“营业成本——商家补贴”形式列报,缺乏专门分类标识,导致乡村振兴相关投入无法追溯。因此,ESG 信息难以在财务报表中形成专项识别路径,本质是会计确认框架尚未对其开放制度入口。

4.2. 电商平台生态投入的计量困境

电商企业的 ESG 事项存在一种独特的会计困境:大量投入属于“平台生态投入”,即成本由平台企业承担,但收益由整个生态系统(骑手、商家、消费者、社会)共享,难以按照传统会计的权责发生制进行单独计量与确认。具体而言,电商平台为提升骑手权益保障而投入的社保费用、为商家提供的免费合规培训、为消费者搭建的隐私保护系统等,产生的经济收益往往无法直接归属于平台自身的某一会计期间或某一收入项目[5]。例如,京东为骑手缴纳的社保费用,虽然在管理会计层面可以统计总额,但在财务会计中只能计入当期销售费用,无法与“骑手忠诚度提升带来的长期效率”建立对应关系。同样,阿里巴巴为商家提供的免费数据安全培训,其支出计入管理费用,但培训带来的平台生态价值并未在报表中体现。这种成本与收益的主体错配,导致电商企业缺乏将 ESG 投入纳入会计体系的内部动力,也使得外部投资者难以通过财务数据验证 ESG 披露的真实性。

4.3. 电商企业内控审计缺位

除上述原因外,电商企业 ESG 信息质量不足还源于其未被纳入内部控制与审计监督体系。电商 ESG 数据多由业务部门(如物流部、平台治理部、社会责任部)自行统计整理,缺乏财务部门的复核与内控流程

的约束。电商企业数据来源分散、口径复杂，如“绿色包装使用率”需从物流系统提取，“骑手社保覆盖率”需从人力资源系统和第三方外包商数据中汇总。若未设置内控节点，极易出现统计偏差。并且，外部审计机构目前仅对财务报告发表意见，ESG 报告多数仅经过简单核查或由企业自行保证，审计深度远不及财务报告[6]。以拼多多披露的“农产品上行交易额”为例，其统计口径是否包含退货订单、是否跨期重复计算，均无内控说明。

5. 提升电商企业 ESG 信息披露质量的会计改进路径

5.1. 短期路径(1 年内)

行业监管部门应统一电商行业基础 ESG 量化披露指标，并明确计算口径。结合当前电商业务结构与监管关注重点，可优先确定三项具有可量化基础且业务相关性较强的指标：骑手社会保险覆盖率、包装材料回收利用率以及农产品上行交易额占比。这三项指标均来源于企业现有业务系统，数据采集成本较低，且能够直接反映电商平台在劳动保障、绿色运营与乡村振兴方面的资源投入情况。通过统一指标口径，可以在不同企业之间形成可比数据基础，减少企业自主调整披露范围带来的信息偏差。

除此以外，在企业层面，应在现有财务系统中建立用途识别机制，对具有环境、社会或治理属性的支出进行辅助标识，无需新增一级会计科目。例如，在管理费用或销售费用明细账中增加“骑手保障支出”“绿色物流投入”“数据安全维护费用”等用途字段，在固定资产明细中标注“新能源运输设备”“节能改造资产”等属性信息。该做法不会改变既有报表结构，但能够在后台形成可统计数据，为 ESG 报告披露提供稳定数据来源。

5.2. 中期路径(2~3 年)

建议在头部电商企业中试点建立 ESG 辅助核算体系，并逐步推广至行业范围。从现实条件来看，具备较完善数据基础与信息系统能力的企业更适合作为首批试点对象，如京东和阿里巴巴，两家企业均已建立较成熟的物流管理系统、人力资源管理系统以及环境数据统计机制，能够较为完整地记录骑手保障投入、绿色物流改造支出与数据安全维护成本等信息，具有现实可行性，也有助于形成可复制的行业经验。政府部门也可通过财政补贴、税收优惠等政策工具，引导企业完善 ESG 会计体系。例如，对于建立 ESG 辅助核算体系的平台企业，可给予一定比例的数字化改造补贴或企业所得税优惠；对于披露数据连续、可验证性较高的企业，可在绿色融资、专项资金申请及平台评级等方面给予政策支持。通过外部激励机制，能在一定程度上弥补企业短期投入成本，提高企业推进 ESG 会计系统建设的积极性[7]。

另外，应在管理会计体系中建立 ESG 成本归集机制，将相关支出纳入责任中心管理。例如，将绿色仓储改造归入物流部门责任中心，将骑手保障支出归入人力资源部门责任中心，将数据安全维护费用归入信息技术部门责任中心。各责任中心按月汇总支出数据，由财务部门进行复核，并形成统一统计口径。通过责任中心管理，可以减少数据来源分散带来的统计误差，提高内部数据一致性[8]。

5.3. 长期路径(3 年以上)

这一阶段的核心目标是解决 ESG 数据缺乏审计约束的问题。应逐步将核心 ESG 指标纳入审计范围，并建立标准化核查程序。在实践中，可优先选择金额规模较大或社会关注度较高的指标进行试点审计，如绿色物流投资金额等。审计机构在执行审计程序时，可通过抽查凭证、核对系统记录及验证计算口径等方式，确认数据来源与计算方法的合理性。随着审计经验积累，可逐步扩大审计范围，形成较为完整的 ESG 数据核查体系。

然后，应在平台经济监管框架中，将 ESG 信息披露质量纳入企业信用评价体系。例如，在平台经营资质续期或等级评定过程中，将披露数据的完整性、可追溯性与一致性作为重要参考指标。通过监管评价机制，可以提高企业披露数据的合规成本，从制度层面强化信息披露约束。

6. 结论

本研究尝试从电商业务运行与财务数据衔接的视角，探讨电商企业 ESG 信息披露质量提升的可能路径与机制。研究认为，ESG 信息披露与财务数据之间存在“用途识别缺失”与“制度入口封闭”两种结构性脱节，二者共同构成当前电商企业 ESG 披露难以实现会计验证的根本障碍。在此基础上，通过统一量化指标、头部试点、管理会计归集以及内控审计嵌入等途径，可在不突破现行会计准则的前提下，对 ESG 信息的可验证性产生积极影响。随着监管政策持续完善与企业实践逐步成熟，ESG 信息披露与财务数据之间的可追溯关系仍需在动态实践中不断检验与优化，以推动电商企业 ESG 披露从定性叙述向可验证、可决策的方向实质性转变。本次研究仅选取三家头部电商作为样本，未覆盖中小电商和直播电商等新兴业态，未来研究可以进一步拓展样本范围，提升结论普适性。此外，本研究以 2023 年为基准年度分析电商 ESG 披露的结构性特征，后续研究可拓展至多年面板数据，进一步验证政策冲击(如 ISSB 准则实施、平台经济监管细化)下的披露行为变化，以及 ESG 信息纳入会计体系后的经济后果。特别是骑手社保覆盖率、绿色包装使用率等核心量化指标，可作为追踪政策效果的关键变量。

参考文献

- [1] 王渠. 国际财务报告可持续披露准则第 1 号——可持续相关财务信息披露一般要求(IFRS S1)解读与启示[J]. 国际商务财会, 2024(8): 17-21.
- [2] 徐天一. 跨境电商企业 ESG 信息披露质量提升研究——以阿里巴巴集团为例[D]: [硕士学位论文]. 北京: 商务部国际贸易经济合作研究院, 2026.
- [3] 钟松涛, 秦军. 电商企业 ESG 信息披露质量评价研究——以唯品会为例[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 6757-6766.
- [4] 王璐, 高鹏. 扎根理论及其在管理学研究中的应用问题探讨[J]. 外国经济与管理, 2010, 32(12): 10-18.
- [5] 李爽. 数字经济的核算难点及其相关思考[J]. 企业改革与管理, 2023(3): 29-31.
- [6] 钟音, 杜鹏, 王效良. ESG 审计体系: 理论溯源、作用机制和指标架构[J]. 财会通讯, 2024(17): 137-141.
- [7] 李荣锦, 刘佳乐. ESG 表现与企业财务绩效的影响研究——基于政府补贴的视角[J]. 经营与管理, 2025(8): 27-34.
- [8] 许恒. 电商企业成本控制引入管理会计的策略分析[J]. 现代商业, 2023(13): 37-40.