E-Commerce Letters 电子商务评论, 2026, 15(11), 512-521
Published Online November 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2026.15111267

Hans汉斯

ESG视角下数字化转型赋能电商企业高质量发展的影响机制研究

王孟颖

浙江理工大学经济管理学院，浙江 杭州

收稿日期：2026年5月22日；录用日期：2026年6月2日；发布日期：2026年11月18日

摘　要

以2015~2024年A股电商类企业为研究对象，实证检验了数字化转型对电商企业高质量发展的影响，并引入ESG表现作为中介变量、市场化程度作为调节变量，深入剖析其内在传导路径与外部制度环境条件。研究发现：数字化转型显著促进了电商企业全要素生产率提升；机制检验表明ESG表现在数字化转型与高质量发展之间发挥了部分中介作用；市场化程度能够正向调节数字化转型与高质量发展之间的关系。异质性分析表明，促进作用在东部地区、成熟企业和小规模企业中更强。结论对于拓展电商企业数字化转型的经济后果，对电商企业的高质量发展具有重要意义。

关键词

数字化转型，电商企业，高质量发展，ESG表现，市场化程度

A Study on the Mechanism by Which Digital Transformation Empowers High-Quality Development of E-Commerce Enterprises from an ESG Perspective

Mengying Wang

School of Economics and Management, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: May 22, 2026; accepted: June 2, 2026; published: November 18, 2026

Abstract

This study examines A-share e-commerce enterprises from 2015 to 2024, empirically investigating

文章引用: 王孟颖. ESG 视角下数字化转型赋能电商企业高质量发展的影响机制研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(11): 512-521. DOI: 10.12677/ecl.2026.15111267

the impact of digital transformation on their high-quality development. By incorporating ESG performance as a mediating variable and marketization level as a moderating variable, it provides an in-depth analysis of the underlying transmission mechanisms and external institutional conditions. The findings reveal that digital transformation significantly enhances total factor productivity in e-commerce enterprises. Mechanism tests indicate that ESG performance partially mediates the relationship between digital transformation and high-quality development, while marketization level positively moderates this relationship. Heterogeneity analysis demonstrates that the positive effects are more pronounced in eastern regions, mature enterprises, and small-scale businesses. These conclusions hold significant implications for understanding the economic consequences of digital transformation in e-commerce enterprises and advancing its high-quality development.

Keywords

Digital Transformation, E-Commerce Enterprises, High-Quality Development, ESG Performance, Marketization Level

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

对于企业而言，高质量发展不仅仅体现在全要素生产率的提升和创新能力的增强，更要求其在发展的同时减少对生态环境的破坏，实现在环境友好、社会责任和公司治理等方面的协同进步。与此同时，随着互联网、人工智能、云计算、大数据等数字技术加速渗透，企业经营活动日益呈现数字化、平台化和网络化特征。电商企业作为数字经济与实体经济深度融合的典型代表，其业务模式天然依赖数字技术进行交易、营销和供应链管理，数字化转型的深度和广度直接影响其核心竞争力。在此背景下，数字化转型已成为电商企业提升运营效率、优化用户体验、拓展市场边界的关键路径。然而，数字化转型如何影响电商企业的高质量发展？其内在传导机制是什么？外部制度环境在这一过程中扮演何种角色？这些问题亟待深入探究。

在学术层面，现有研究已初步证实数字化转型能够提高企业全要素生产率[1]、增强企业竞争优势[2]、促进企业 ESG 实践意图形成[3]。但这些研究多聚焦于一般企业，对电商企业这一特定群体的关注相对有限。电商企业具有数字化程度高、平台特征明显、社会影响广泛等独特属性，其数字化转型的效应可能存在差异化特征。尤其是近年来，ESG 理念在全球范围迅速普及，对于电商企业而言，良好的 ESG 表现不仅能够降低融资成本[4]，还能提升品牌声誉和消费者信任。数字化转型恰好能够通过数据分析应用、智能制造和数据供应链优化等途径改善电商企业 ESG 表现，进而推动高质量发展。此外，数字化转型作用的发挥并非完全脱离外部环境，市场化程度作为一种典型的正式制度环境变量，很可能会影响数字化转型推动高质量发展的实际效果。

基于此，本文以电商企业为研究对象，围绕“数字化转型是否以及如何推动电商企业高质量发展”“市场化程度和法治化水平能否强化这一作用”两个核心问题展开研究。本文边际贡献在于：第一，立足于数字经济发展的背景下，聚焦于电商企业这一特定群体，揭示数字化转型赋能高质量发展的独特机制；第二，构建“数字化转型－ESG 表现－高质量发展”的中介路径，拓展数字经济后果研究边界；第三，引入市场化程度作为调节变量，考察外部制度环境的强化作用；第四，通过多维异质性分析，为电商企业差异化实施数字化战略提供实践依据。

2. 理论分析和研究假设

2.1. 数字化转型与电商企业高质量发展

数字化转型是指利用先进的数字技术，不仅限于简单的自动化操作，也是在商业、政府以及人们和社会生活中创造根本性新能力的过程[5]。根据资源基础观理论，企业的竞争优势来源于其所拥有的稀缺性、异质性和难以模仿的资源与能力[6]。数字化转型增强了电商企业发掘与整合这类资源的能力，数字技术的应用使电商企业能够更快速精准地捕捉消费者行为数据、市场趋势和供应链信息[7]，从而优化选品策略、库存管理和定价决策，提升资源配置效率。其次，高质量发展离不开持续的创新能力。在创新能力方面，基于云计算的仿真模拟、数字样机技术显著降低了电商企业的创新试错成本。数字化平台打破了组织边界的限制，推动其进行开放式创新与知识重组。此外，根据信息不对称理论，数字化转型通过构建透明化、可追溯、实时共享的信息系统[8]，显著降低了电商企业与消费者、供应商之间的信息不对称程度。促进“优胜劣汰”的资源再配置效应。对于电商企业而言，数字化转型还带来独特的赋能效应：智能客服系统提升服务效率，个性化推荐算法提高转化率，智能仓储物流优化履约体验。这些数字化应用直接转化为全要素生产率的提升[9]。基于上述理论推演与经验证据，本文提出第一个研究假设：

假设 H1：数字化转型对企业高质量发展具有显著的正向影响。

2.2. ESG 表现的中介效应

数字化转型对电商企业高质量发展的促进作用并非完全直接，ESG 表现在其中扮演了重要的中介角色。ESG 表现是指企业在环境保护、社会责任和公司治理等方面的综合表现。对于电商企业而言，ESG 表现尤为重要。电商平台连接亿万消费者和数百万商家，其环境足迹(物流包装、仓储能耗)、社会影响(就业创造、消费者权益保护)和治理水平(数据隐私、平台规则)备受关注。良好的 ESG 表现不仅有助于提升电商企业的品牌形象和竞争力，还能吸引更多的投资者关注[10]。

具体而言，数字化使电商企业能够实时追踪仓储能耗、物流排放、员工状态及治理流程中的异常情况，这种精细化管控能力直接转化为更高的环境合规水平(E)、更稳定的劳动关系以及更透明的决策机制。同时，“平台”属性使数字化赋能从内部效率提升转向双边市场生态共创，通过算法推荐、信用评分等工具降低信息不对称，强化社会责任(S)维度中的商家公平竞争与消费者权益保护。此外，电商企业对消费者数据的深度依赖重塑了公司治理(G)维度：隐私合规要求倒逼企业建立数据伦理委员会、完善权限管理，将数据安全纳入高管考核。数字化使企业能实时追踪能耗、投诉热词及数据日志，精细化管控直接转化为更高的环境合规水平、更透明的决策机制及更强的社会信任。

当电商企业 ESG 表现因数字化而改善后，外部利益相关者能够通过公开的 ESG 评级识别出企业的可持续经营能力，从而更愿意提供低成本的长期资金或签订稳定的采购合同，这为企业扩大再生产与研发投入提供了资源保障。此外，良好的 ESG 记录还降低了融资成本，数字化也使企业能便捷地公开 ESG 数据，吸引注重可持续发展的长期资本(耐心资本)，这些资本会通过股东提案等方式督促企业关注长期战略而非短期盈利[11]。因此，本文提出：

假设 H2：企业 ESG 表现在数字化转型与高质量发展之间起中介作用，即数字化转型通过提升 ESG 表现间接促进企业高质量发展。

2.3. 市场化程度的调节作用

市场化程度反映了地区资源配置中市场机制的主导作用及其发育成熟度，是影响电商企业战略行为经济后果的重要外部制度环境变量。高市场化意味着更低的市场壁垒、更透明的信息环境以及更少的行

政干预[12]，这一“技术效应依赖于外部条件”的逻辑在相关研究领域亦有印证：数字技术对健康老龄化的赋能作用，同样需要通过特定的作用机制与实现路径方能有效发挥[13]。这使得数字化转型产生的效率红利能够顺畅地转化为市场份额与利润增长。

对于电商企业来讲，市场化程度的影响尤为明显。具体体现在物流网络效率与跨区域交易壁垒两个维度。首先，电商企业高度依赖高效的物流体系、完善的支付基础设施和透明的市场监管环境。在高市场化地区，物流试错开放竞争、配送网络发达，数字化系统能够与第三方物流高效对接，电商企业能够充分利用数字化带来的效率优势，快速响应市场需求；相反，在低市场化地区，资源配置往往受制于行政关系与地方保护，企业即便通过数字化提升了效率，也可能面临“优不胜、劣不汰”的逆淘汰困境，数字化投资的实际回报率因此而降低。其次，市场化程度影响电商企业跨区域交易的顺畅程度。在竞争激烈的高市场化环境中，电商企业能够利用数字化能力实现全国范围的供需匹配；而低市场化地区可能存在针对外来商品的不透明检验、加征费用等隐性壁垒，使得电商企业即便通过数字化拓展了市场边界，实际交易仍受制于行政分割，企业可能更倾向于通过关系网络获取资源，对数字化带来的效率改进缺乏足够重视[14]。据此，本文提出假设：

假设 H3：市场化程度正向调节数字化转型与企业高质量发展之间的关系

3. 研究设计

3.1. 样本选择与数据来源

本文参考已有研究[15]选取 2015~2024 年中国 A 股电子商务概念上市公司为研究对象。电商企业样本参照同花顺“电子商务(885420)”概念板块进行识别，该板块涵盖电商平台运营、跨境电商、电商代运营、品牌线上销售等各类电商企业。为确保数据质量，本文根据已有研究，应用了若干样本限制：首先，排除金融行业企业；其次，剔除具有“ST”(特别处理)状态的企业；剔除关键变量数据缺失的观测值，并对连续变量进行上下 5%缩尾处理来缓解极端值的影响。最终得到有效样本 4657 个企业–年份观测值。

3.2. 变量定义

被解释变量：电商企业高质量发展，参考边璐等[16]的研究，利用电商企业全要素生产率作为电商企业高质量发展的代理变量，其中，基准模型估计采用 LP 法估算的 TFP，稳健性检验时则用 OP 法、FE 法、GMM 法三者分别估算的 TFP。

解释变量：数字化转型(DT)。本文借鉴吴非[17]等人的研究，构建数字化转型指标：DT = ln(1 + 关键词词频总数/年报总词频 ×10,000)。稳健性检验中借鉴赵宸宇[18]等研究的数字化转型指数(DIGI_text)。

中介变量：企业 ESG 表现。本文采用华政 ESG 评分衡量企业 ESG 表现[19]。

调节变量：借鉴王小鲁等(2019) [20]等发布的报告中的市场化总得分来作为市场化程度的替代变量。

控制变量：本文还纳入了几个企业层面的控制变量，包括：现金流、资产报酬率、杠杆率、营业收入增长率、产权性质、企业规模、独立董事占比。所有控制变量均从 CSMAR 数据库获取。表 1 总结了后续实证模型中这些变量的缩写及其定义。

根据本研究的几个假设，本研究建立如下实证模型：

$$\mathrm{TFP_LP}_{it} = \propto_0 + \alpha_1 \mathrm{DT}_{i,t} + \propto_2 \mathrm{Control}_{i,t} + \mathrm{id} + \mathrm{year} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$\mathrm{ESG}_{it} = \propto_0 + \alpha_1 \mathrm{DT}_{i,t} + \propto_2 \mathrm{Control}_{i,t} + \mathrm{id} + \mathrm{year} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

$$\mathrm{TFP_LP}_{it} = \propto_0 + \alpha_1 \mathrm{ESG}_{i,t} + \propto_2 \mathrm{Control}_{i,t} + \mathrm{id} + \mathrm{year} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

$$\mathrm{TFP_LP}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \mathrm{DT}_{i,t} + \alpha_2 \mathrm{MAR}_{i,t} + \alpha_3 \mathrm{MAR} \times \mathrm{DT}_{i,t} + \alpha_4 \mathrm{Control}_{i,t} + \mathrm{id} + \mathrm{year} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

其中，TFP_LP 是全要素生产率是企业高质量发展的代理变量、DT 是数字化转型的代理变量、MAR 是市场化程度的代理变量、Controls 是控制变量集合，id 是企业个体固定效应、year 是行业固定效应。

Table 1. Definitions of the variables
表 1. 变量定义

变量	变量名称	变量定义	变量计算
被解释变量	TFP_LP	电商企业高质量发展	用 LP 法估算的企业全要素生产率
解释变量	DT	数字化转型	文本分析法计算得出的企业数字化转型水平
调节变量	MAR	市场化程度	采用王小鲁等人[20]的市场化总得分
中介变量	ESG	企业 ESG 表现	华政 ESG 总评分
控制变量	growth	营业收入增长率	(营业收入本年本期金额 − 营业收入上年同期金额)/(营业收入上年同期金额)
	cashflow	经营活动现金流量比率	企业的经营活动现金流量/总资产
	Lev	资产负债率	年末总负债/年末总资产
	Roa	资产报酬率	(利润总额 + 财务费用)/资产总额
	Size	企业规模	Ln(总资产/10,000)
	soe	产权性质	虚拟变量国有企业为 1 其他为 0

4. 实证结果分析

4.1. 基准回归结果

为检验数字化转型(DT)对电商企业全要素生产率(TFP_LP)的影响，本文进行了基准回归分析。列(2)结果显示，数字化转型(DT)的回归系数为 0.0039，且在 1%水平上显著，表明数字化转型显著促进了企业全要素生产率的提升，即数字化转型有助于推动企业高质量发展，H1 得到验证(表 2)。

Table 2. Baseline regression results
表 2. 基准回归结果

	(1)	(2)
VARIABLES	TFP_LP	TFP_LP
DT		0.0039***
		(0.0006)
soe	0.0507	0.0656
	(0.164)	(0.161)
growth	0.188***	0.182***
	(0.0290)	(0.0288)
cashflow	0.497***	0.502***
	(0.101)	(0.0998)
size	0.496***	0.482***
	(0.0236)	(0.0236)

续表

lev	0.453***	0.468***
	(0.0758)	(0.0755)
Roa	1.598***	1.614***
	(0.147)	(0.146)
Constant	−2.504***	−2.273***
	(0.513)	(0.513)
Observations	4657	4657
R-squared	0.934	0.935

注：*、**和***分别表示在 5%、1%和 0.1%水平上显著，括号内为控制稳健标准误后的 t 值。

4.2. 中介效应分析

为检验 ESG 表现在数字化转型影响企业全要素生产率过程中的中介作用，本文采用三步法进行中介效应检验。第一步，检验数字化转型对 ESG 表现的影响，列(1)结果显示 DT 的系数为 0.0134 ($p < 0.01$)，表明数字化转型显著提升了电商企业的 ESG 表现。第二步，以全要素生产率为因变量检验 ESG 表现对其的影响，结果显示 DT 的系数为 0.0036 ($p < 0.01$)，说明 ESG 表现显著促进了电商企业的高质量发展。第三步，将 DT 与 ESG 同时纳入回归模型，结果显示 DT 的系数从表 2 第(2)列的 0.0039 下降为 0.0038 ($p < 0.01$)，ESG 的系数为 0.0033 ($p < 0.01$)，仍在 1%水平上显著。根据 Baron & Kenny (1986)的中介效应判断标准，系数下降但仍显著表明 ESG 发挥了部分中介作用(表 3)。

Table 3. Analysis of the mechanism of action
表 3. 作用机制分析

	(1)	(2)	(3)
VARIABLES	ESG	TFP_LP	TFP_LP
DT	0.0134**		0.0038***
	(0.0062)		(0.0006)
ESG		0.0036***	0.0033***
		(0.0013)	(0.0013)
Constant	50.91***	−2.685***	−2.685***
	(4.284)	(0.511)	(0.511)
Controls	控制	控制	Controls
Year FE	Yes	Yes	控制
Firm FE	Yes	Yes	Yes
Observations	4657	4657	4657
R-squared	0.560	0.934	0.934

注：*、**和***分别表示在 5%、1%和 0.1%水平上显著，括号内为控制稳健标准误后的 t 值。

4.3. 市场化程度的调节效应检验

表 4 报告了市场化程度对主效应的调节效应检验结果。第(1)列中，数字化转型与市场化程度的交互项(MAR_DT)系数为 0.0006 ($p < 0.05$)，显著为正。这表明，市场化程度正向调节数字化转型与电商企业全要素生产率之间的关系，在市场化程度越高的地区，市场竞争越充分、资源配置效率越高、制度环境越完善，数字化转型对电商企业高质量发展的提升作用越强。H3 得到验证。

Table 4. Moderating effect model
表 4. 调节效应模型

	(1)
VARIABLES	TFP_LP
DT	0.0041***
	(0.0006)
MAR_DT	0.0006**
	(0.0003)
MAR	0.0134
	(0.0152)
Constant	−2.346***
	(0.549)
Controls	控制
Year FE	Yes
Firm FE	Yes
Observations	4557
R-squared	0.935

注：*、**和***分别表示在 5%、1%和 0.1%水平上显著，括号内为控制稳健标准误后的 t 值。

5. 进一步分析

5.1. 稳健性检验

为确保基准结论的可靠性，本文从多个方面进行了稳健性检验。

第一，替换被解释变量。将全要素生产率的衡量方式分别替换为 TFP_OP、TFP_FE 和 TFP_GMM 后，表 5 汇报了结果。DT 的系数分别为 0.0035、0.0035 和 0.00353，且均达到 1%的统计显著水平，与前文的研究结论一致。

第二，替换核心解释变量。使用赵宸宇[18]等的研究(DIGI_text)替代原有数字化转型指标，表 6 列(2)汇报其结果，回归系数为 1.56，并在 1%水平上显著，说明数字化转型赋能电商企业高质量发展的结论不依赖于特定测度方法，表明结果具有稳健性。

第三，采用滞后一期解释变量。将数字化转型变量滞后一期后，表 6 列(1)结果表明 L1_DT 的系数为 0.0038，并在 1%水平上显著，说明数字化转型对电商企业高质量发展的影响具有一定持续性，也在一定程度上缓解了反向因果关系担忧。

综合来看，经过替换变量、时滞处理后，数字化转型赋能电商企业高质量发展的核心结论依然成立，说明研究结论具有较强稳健性。

Table 5. Robustness test - replacement of the variable
表 5. 稳健性检验 – 替换变量

	(1)	(2)	(3)
VARIABLES	TFP_OP	TFP_FE	TFP_GMM
DT	0.0035***	0.0035***	0.00353***
	(0.00063)	(0.00066)	(0.00067)
Constant	−1.483**	−0.963	−0.922
	(0.679)	(0.670)	(0.664)
Controls	控制	控制	Controls
Year FE	Yes	Yes	Year FE
Firm FE	Yes	Yes	Firm FE
Observations	4657	4657	4657
R-squared	0.922	0.914	0.913

注：*、**和***分别表示在 5%、1%和 0.1%水平上显著，括号内为控制稳健标准误后的 t 值。

Table 6. Additional robustness tests
表 6. 稳健性检验

	(1)	(2)
VARIABLES	TFP_LP	TFP_LP
L1_DT	0.0038***	
	(0.00065)	
		1.560***
		(0.485)
Constant	−2.335***	−2.333***
	(0.539)	(0.514)
Controls	控制	控制
Year FE	Yes	Yes
Firm FE	Yes	Yes
Observations	3991	4657
R-squared	0.945	0.934

注：*、**和***分别表示在 5%、1%和 0.1%水平上显著，括号内为控制稳健标准误后的 t 值。

5.2. 异质性分析

为考察数字化转型对全要素生产率(TFP_LP)的影响在不同地区及不同规模企业中的差异，本文进行了分组回归分析。

本文采纳沈小波等(2021) [21]的区域分组框架，将样本按企业所在地划为东部、中西部两个子样本。结果显示，在东部地区，DT 的系数为 0.0039 ($p < 0.01$)；在中西部地区，DT 的系数为 0.0037 ($p < 0.01$)。Chow 检验 F 值为 5.25 ($p < 0.01$)，表明两组系数存在显著差异。东部地区的数字化赋能效应略强于中西部地区，可能的原因在于东部地区数字化基础设施更完善、市场化程度更高、人才储备更充足，为电商企业数字化赋能提供了良好条件。

年龄异质性和规模异质性结果发现，成熟企业效应强于年轻企业，小规模企业效应强于大规模企业。为统一解释这一差异化表现，本文引入组织生命周期理论。该理论认为，企业在其生命周期的不同阶段，其组织结构、决策流程、资源冗余度和变革意愿存在显著差异。具体而言，成熟电商企业通常已建立较为完善的治理结构、稳定的现金流和庞大的用户基础，具备更强的资源吸收能力和系统集成能力，能够将数字化投入与现有业务流程深度耦合，实现“数字化 + 管理优化”的双重增益；而年轻企业虽在技术采纳上更为灵活，但受限于资金、人才和品牌认知度，数字化投入往往集中在单点应用(如流量获取)，难以形成全链条的效率提升。同时，小规模电商企业的组织层级少、决策链条短，数字化转型的战略意图能够快速传导至执行层，且数字化投资的边际收益更高；大规模电商企业则面临“组织惯性”问题，部门间的协调成本、遗留系统的兼容性以及既得利益格局可能削弱数字化投入的转化效率。这一基于组织生命周期理论的解释框架，为理解数字化转型的异质性效应提供了统一的理论基础。

Table 7. Heterogeneity analysis
表 7. 异质性分析

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
VARIABLES	TFP_LP	TFP_LP	TFP_LP	TFP_LP	TFP_LP	TFP_LP
	东部地区	中西部地区	成熟企业	年轻企业	大规模企业	小规模企业
DT	0.0039***	0.0037***	0.0054***	0.0026***	0.0019**	0.0053***
	(0.0007)	(0.0013)	(0.001)	(0.0008)	(0.0009)	(0.001)
Constant	−2.887***	−1.171	−1.914**	−0.194	−1.458	−1.030
	(0.662)	(0.739)	(0.792)	(0.674)	(0.911)	(0.755)
Controls	控制	控制	控制	控制	控制	控制
Year FE	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Firm FE	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	3256	1401	2404	2189	2307	2291
R-squared	0.936	0.937	0.940	0.955	0.917	0.882
chow 检验	5.25***		3.15***		3.33***	

注：*、**和***分别表示在 5%、1%和 0.1%水平上显著，括号内为控制稳健标准误后的 t 值。

6. 研究结论与启示

基于 2015~2024 我国 A 股上市电商企业数据，探究数字化转型对电商企业高质量发展的影响及其作用机制、边界调节、异质性特征，结合基准回归、中介效应检验、调节效应检验和稳健性和异质性检验的结果，得出以下结论：(1) 数字化转型显著促进了电商企业高质量发展，稳健性检验后结论仍然成立。(2) ESG 表现是数字化转型驱动电商企业高质量发展的重要传导路径。(3) 市场化程度正向调节数字化转型与电商企业高质量发展之间的关系。(4) 数字化转型的促进作用存在显著的异质性。从区域看，东部地区效应更强；从企业年龄看，成熟企业效应更强；从规模看，小规模电商企业效应更强。

基于上述结论，本文提出以下政策建议：

对于电商企业而言，应主动拥抱数字化转型，将数字技术深度嵌入选品、营销、仓储、物流、客服等全业务流程。同时，应注重数字化与 ESG 战略的协同推进，利用数字工具提升环境合规水平(如绿色包装、低碳物流)与社会责任履行能力(如消费者权益保护、商家赋能)，实现效率提升与可持续发展的双赢。

对于政府部门而言，应持续深化市场化改革，完善制度环境建设。较高的市场化程度能够强化数字化转型的经济效益，因此应减少行政干预、打破地方保护、优化资源配置机制，为电商企业数字红利的充分释放创造良好条件。同时，政策制定应关注区域与企业特征差异：对中西部地区电商企业，应加大数字化基础设施投入与政策扶持；对年轻电商企业，可通过专项资金、技术支持等方式降低数字化门槛；对大规模电商企业，应鼓励其探索深度数字化应用。

参考文献

[1] 刘海云, 王利霞, 王雪峰. 跨境电子商务与出口企业全要素生产率[J]. 世界经济研究, 2024(7): 43-57.

[2] 张吉昌, 龙静, 王泽民. 数字化转型对制造企业竞争优势的影响[J]. 财会月刊, 2026, 47(10): 43-49.

[3] 于飞, 许钰弦. 数字化转型与企业绿色创新持续性[J]. 财会月刊, 2026, 47(10): 29-35.

[4] 梁四安, 李淑萍, 段军山, 等. ESG 表现如何影响企业绿色创新?——基于融资约束与分析师关注的中介效应[J]. 西安理工大学学报, 2026, 42(1): 47-58.

[5] Martin, A. (2008) Digital Literacy and the “Digital Society”. *Digital Literacies Concepts Policies Practices*, **30**, 151-176.

[6] Barney, J.B. (1991) Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, **17**, 99-120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

[7] Tanaka, M., Bloom, N., David, J.M. and Koga, M. (2020) Firm Performance and Macro Forecast Accuracy. *Journal of Monetary Economics*, **114**, 26-41. https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2019.02.008

[8] 郭吉涛, 姚佳成. 数字经济与企业风险承担: 管理自主权的调节效应[J]. 河海大学学报(哲学社会科学版), 2022, 24(1): 83-91+112.

[9] 刘悦男, 胡慧莲, 葛东民. 数字营销对电商企业新质生产力的影响机制——以信息动态能力为中介[J]. 商业经济研究, 2025(15): 130-133.

[10] 王辉, 林伟芬. 环境责任信号: ESG 与绿色投资吸引[J]. 统计研究, 2025, 42(10): 80-92.

[11] 李向前, 王珩, 赵锐. 耐心资本对中小企业 ESG 表现的影响研究[J]. 金融理论与实践, 2026(1): 77-92.

[12] 贺建风, 吴慧. 市场化进程、技术多元化与企业创新绩效[J]. 经济经纬, 2025, 42(1): 106-119.

[13] 黄仁田. 数字技术赋能健康老龄化的作用机制与实现路径研究[J]. 老龄化研究, 2026, 13(9): 100-106. https://doi.org/10.12677/ar.2026.139631

[14] 曾凡军, 王鹏飞, 陈永洲. 政府治理、数字经济及其治理配方——基于扩展版 NCA 和 fsQCA 双重分析[J]. 财会月刊, 2023, 44(16): 154-160.

[15] 胡霞. 数字化转型对电商企业存货管理效率的影响研究[J]. 财会通讯, 2025(12): 44-48.

[16] 边璐, 庄小央, 王嘉嘉. 公共风险、财政补贴与战略资源企业高质量发展[J]. 会计之友, 2022(23): 56-63.

[17] 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.

[18] 赵宸宇, 王文春, 李雪松. 数字化转型如何影响企业全要素生产率[J]. 财贸经济, 2021, 42(7): 114-129.

[19] 聂长飞, 王倚盟, 冯苑. 数字营商环境优化与企业 ESG 表现[J]. 经济纵横, 2026(4): 53-67.

[20] 王小鲁, 樊纲, 胡李鹏. 中国分省份市场化指数报告(2018) [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2019: 216-218.

[21] 沈小波, 陈语, 林伯强. 技术进步和产业结构扭曲对中国能源强度的影响[J]. 经济研究, 2021, 56(2): 157-173.