

DOI: 10.13669/j.cnki.33-1276/z.2023.050

跨境电商进口与中国居民消费结构升级

任丽颖

(首都经济贸易大学, 北京 100070)

[摘要] 跨境电商已成为外贸领域十分重要的新兴业态,为我国释放消费潜力,促进消费升级提供了新思路。为检验跨境电商的发展是否会助力消费结构升级,在对跨境电商进口规模衡量指标进行创新的基础上,基于2003—2016年31个省份的面板数据进行了实证研究。结果发现,跨境电商进口对居民消费结构升级具有明显的直接促进效应。该结论存在区域异质性与群体异质性,跨境电商进口对消费结构升级的促进效果在中部及东部地区和恩格尔系数较低的居民群体中更明显。

[关键词] 跨境电商进口;居民消费;消费结构升级;固定效应

[中图分类号] F752.61; F126.1 [文献标识码] A [文章编号] 1671-4326(2023)04-0016-08

Cross-Border E-commerce Imports and Consumption Structure Upgrading of Chinese Residents

REN Liying

(Capital University of Economics and Business, Beijing, 100070)

Abstract: Cross-border e-commerce has become a very important emerging industry in the field of foreign trade, providing a new idea for China to release its consumption potential and promote consumption upgrading. In order to test whether the development of cross-border e-commerce will help upgrade the consumption structure, on the basis of the innovation of cross-border e-commerce import scale measurement indicators, the empirical research was carried out based on panel data of 31 provincial-level administrative regions from 2003 to 2016. The results show that cross-border e-commerce imports have a significant direct promotion effect on the upgrading of the consumption structure. This conclusion has regional heterogeneity and group heterogeneity: The promotion effect of cross-border e-commerce imports on the upgrading of consumption structure is more obvious in the central and eastern regions and the residents with low Engel coefficient.

Key words: cross-border e-commerce imports; household consumption; consumption structure upgrading; fixed effect

一、问题的提出

当前我国经济发展进入以内循环为主、内外循环相互促进的阶段,稳定消费增长、促进生产向消费的正常转化是畅通国内大循环的必要环节。与此同时,推动全社会从生存型消费向发展型和享受型消费转变,实现居民消费结构升级,有利于倒逼产业结构升级,推动产业结构合理化、高级化,为经济增长提

供强劲内生动力,推动经济朝着高质量方向发展。跨境电商作为一种新业态,通过消费性互联网平台,将国内消费市场与国际市场相连接,为我国释放消费潜力、促进消费升级提供了新的解决路径。相较于传统线下国际贸易,跨境电商通过互联网将市场整合在一个便于访问的平台上,加速了信息流通。基于大数据算法,平台根据消费者的搜寻行为提供个性化推荐,促进了买卖双方的匹配^[1],通过降低消费者交易成本,

[收稿日期] 2023-09-06

[作者简介] 任丽颖(2000—),女,河北保定人,硕士研究生,主要从事国际贸易学研究。

扩大了消费者选择范围,助推消费升级的实现^[2]。

跨境电商进口对居民消费规模具有显著的推动作用在现有研究得到了较为一致的证实。如张夏恒、赵崑含等的研究结论表明跨境电商进口对接了国内的需求端,内向集成了全球资源,扩充了进口商品品类,改变了消费主体行为与决策方式,推动了国内消费扩大与升级^[3-4]。但关于跨境电商进口对居民消费结构影响的研究结论却不具有一致性。高笑的研究发现,跨境电商进口并未有效改善居民消费结构,而是提高了居民基本生活型商品和生活改善型商品的消费比重,体现为食品、衣着、生活用品以及医疗保健类商品的消费支出显著增强,而发展享受型商品支出占比并未受到跨境电商进口的明显影响^[5]。唐红涛和胡婕好的研究结论与其相似,发现跨境电商进口降低了非生存型消费结构占比^[6]。张赠富改变了回归方法,使用半参数分位回归方法分析了跨境电商进口对居民消费规模和消费结构的影响,同样发现跨境电商进口对居民消费结构的影响具有不确定性,是由于居民消费结构主要受其原始消费结构的影响^[7]。然而,张雪鹏的研究则证明跨境电商进口对于消费结构升级具有显著的促进作用^[8]。

通过对现有文献的梳理可以发现:关于跨境电商进口对居民消费结构升级影响的研究较少,且大部分研究聚焦在宏观国家层面,未从省级层面出发探讨跨境电商的经济效应。已有研究中有关跨境电商进口与居民消费结构升级二者间的关系,尚未形成一致结论。作为对现有文献的补充,本文使用省级面板数据模型,在前人研究的基础上,基于跨境电商进口物流模式对进口规模的度量指标进行了改进,利用更加贴合跨境电商进口实际发生额的变量进行了固定效应回归,研究跨境电商进口对我国居民消费结构升级的影响效应。

二、理论分析

作为中国巨大消费市场与国际市场的链接,跨境电商进口对接了国内外的需求与供给,从消费能力、消费方式、消费体验、消费对象等多层面驱动中国消费增量,对于我国居民消费结构升级具有重要的战略意义,本文主要从三个方面分析跨境电商进口对居民消费结构升级的影响机理。

1. 增加有效供给

首先,跨境电商依托互联网的发展降低了厂商

进入门槛,大量中小型、微型企业的涌入,以及海外高端消费品牌的引进,极大地扩充了消费者可交易的高层次商品的数量及种类^[8]。其次,跨境电商搭建了线上的可视化进口平台,提供了多重搜索及信息展示等功能,创新了消费场景,最大限度满足了消费者对于获取商品信息的需求,节省了线下贸易中的交通成本,降低了因文化差异、沟通障碍导致的交易不确定引发的贸易壁垒,交易效率显著提升。最后,跨境电商在进口境外商品的同时,利用互联网平台不断挖掘用户需求,整合了国内外的消费动态,利用互联网的营销手段不断向国内消费者传递国外消费理念,进而满足国内消费者高端化和差异化的消费需求^[3],实现我国居民消费结构的升级发展。

2. 提高收入水平

跨境电商降低了厂商的进入门槛,带动了大量中小型外贸厂商和人员的就业,增加了外贸收入。另外,作为一个新兴产业,跨境电商的发展需要多产业支撑,由此创造了一个跨境电商产业链,横跨金融、制造、物流等诸多行业,会创造大量的就业机会,并且驱动就业的转移,从而扩大社会收入分配的覆盖范围,增加居民收入^[4]。作为消费的决定性因素,收入的增加会释放居民的消费潜力,挖掘消费者更高层次的消费需求。跨境电商对产业结构进行调整,还有利于促进分工的专业化,提升劳动者素质,驱动居民消费结构的优化升级。

3. 降低消费门槛

基于我国城乡以及区域发展不平衡这一客观存在的现实原因,在传统贸易下,经济发展水平较高的沿海地区的居民普遍有更多的机会接触到海外消费品,但其他地区消费群体巨大的消费潜力未被挖掘,这阻碍了消费结构的调整。以数字技术为基础的跨境电商能够突破地域限制,降低居民消费门槛,有效打破消费者与进口商品之间的壁垒,对缩小城乡消费差距、实现全社会的消费结构升级具有重要意义。

三、研究设计

1. 模型设定

为了检验跨境电商进口对消费结构升级的影响效应,本文构建了如下的基础回归模型:

$$Constru_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 GMV_{it} + \alpha_n X_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it}$$

其中, $Constru_{it}$ 表示 i 省份在 t 年的消费结构升级情况, GMV_{it} 表示 i 省在 t 年的跨境电商进口规模, X_{it} 表示影响消费结构升级的相关控制变量, μ_i 为个体(省份)固定效应, ε_{it} 为随机扰动项。

2. 数据和变量

本文采用全国 31 个省份 2003—2016 年的均衡面板数据进行实证检验。被解释变量消费结构升级中的食品消费支出, 核心解释变量中的各省份快递业务量与全国快递业务总量以及各个控制变量的原始数据均来自历年《中国统计年鉴》; 核心解释变量中的全国海关进口消费品总额基于中国海关数据库数据统计得出。

(1) 被解释变量: 消费结构升级 ($Constru$)。现有研究对居民消费结构升级的度量的基本思路是依据居民需求层次的提高衡量消费结构升级。相关指标可以分为两大类: 第一大类是将国家统计局分类的八大类家庭消费性支出, 按照一定的标准划分为不同等级, 用高级别消费支出在总支出中的占比提高反映消费结构升级^[9-11]。第二大类, 也是国际通行的指标, 以食品支出占居民消费总支出的比重即恩格尔系数反映居民消费结构的优化升级^[12]。目前我国跨境电商进口仍以实物商品为主, 发展与享受型消费中的交通通讯以及服务型消费在跨境电商的统计口径下规模较小, 使用第一类指标会产生度量偏差, 相比较而言, 以恩格尔系数为基础度量更加符合

国际通用的消费结构升级的标准, 也契合了跨境电商进口场景, 能够减小结论与现实的偏差。因此, 本文以“1-恩格尔系数”衡量居民消费结构升级情况, 通过恩格尔系数的减小, “1-恩格尔系数”值的增加反映居民消费结构的升级。

(2) 核心解释变量: 跨境电商进口规模 (GMV)。跨境电商的规模可采取跨境电子商务市场零售商品额进行衡量, 但由于缺乏省份层面对于跨境电子商务市场零售商品额的数据统计, 因此需要寻找替代变量对跨境电商规模进行衡量。众多学者通过快递业务量/收入进行加权或分解生成跨境电商市场规模的替代变量。例如唐红涛和胡婕好以各省份跨境快递收入与按目的地货源分类的贸易进口额占社会消费品零售总额比重的乘积对跨境电商进口规模进行衡量^[6]; 张锡宝等则是选取城市的对外贸易量和实际利用外资额对快递总量进行分解, 以分离出的跨境快递量来衡量跨境电商发展程度^[13]。但跨境电商物流并非单纯仅涉及跨境快递, 国内消费者对于跨境电子商务市场商品的消费最终是通过国内物流实现的。因此, 只关注跨境快递业务是不全面的, 会导致计算出的跨境电商进口规模与实际发生额存在一定的偏差。本文以前人研究为基础, 对全国海关进口消费品总额进行省级层面的拆分, 以各省份快递业务量占全国快递业务总量的比重作为权重, 对跨境电商进口规模进行衡量(见式 1)。

$$\text{各省份跨境电商进口额} = \text{全国海关进口消费品总额} \times \frac{\text{各省份快递业务量}}{\text{全国快递业务总量}} \quad (1)$$

(3) 控制变量。为降低遗漏变量产生内生性问题, 确保回归结果的无偏性, 本文基于消费理论, 选取了经济发展水平 ($pgdp$)、政府干预 (gov) 两个宏观经济指标和受教育程度 (edu)、少儿抚养比 (cdr)、

老年抚养比 (odr) 以及城镇化水平 ($urban$) 这四个刻画人口结构、人口分布等民生层面的指标。详细说明见表 1。

相关变量的描述性统计如表 2 所示。

表 1 控制变量说明

类别	变量名称	符号	说明
控制变量	经济发展水平	pgdp	人均 GDP
	政府干预	gov	地方财政与 GDP 之比
	受教育程度	edu	高中以上人口与 6 岁及以上人口之比
	少儿抚养比	cdr	0—14 岁人口与 15—64 岁人口之比
	老年抚养比	odr	65 岁及以上人口与 15—64 岁人口之比
	城镇化水平	urban	城镇人口与总人口之比

表2 各变量描述性统计结果

变量类型	变量符号	样本数	平均值	标准差	最小值	最大值
被解释变量	Constru	434	0.6265	0.0575	0.4506	0.7852
核心解释变量	GMV	434	162 280.9	308 199.5	2 199.133	2 297 476
调节变量	Ifa	434	1 275.041	1 301.763	7	8 024
控制变量	pgdp	434	32 964.97	22 929.54	3 603	118 198
	gov	434	0.2337	0.1793	0.0768	1.3792
	edu	434	0.0972	0.0641	0.0082	0.4546
	cdr	434	24.2812	7.1553	9.64	44.65
	odr	434	12.4633	2.5925	6.71	21.88
	urban	434	0.4951	0.1586	0.1489	0.8978

四、实证结果及分析

1. 基准回归

本文在基准回归前使用Stata15进行了多重共线性检验，结果显示各变量的方差膨胀因子（VIF）最大为5.97，最小为1.30，均值为3.34，均远远小于临界值10，表明不存在严重的多重共线性问题，进而通过F检验排除了混合回归模型；接受Hausman检验结果，在固定效应和随机效应模型中最终确定以固定效应回归。此外，为消除异方差的影响，本文对各变量均进行了对数化的处理。

本文在核心解释变量的基础上逐步加入控制变量进行回归，结果如表3所示。由表3可知，跨境电商进口规模对于居民消费结构的升级具有显著的正向影响，仅加入核心解释变量的模型中，解释变量的回归系数为0.068，在1%的显著性水平上对居民消费结构的升级产生正向影响。而随着控制变量的逐个加入（模型（2）—（7）），核心解释变量的系数始终显著为正，并且在加入控制变量的过程中，系数逐渐稳定在一个固定水平，并在1%水平下显著，反映了模型估计结果的稳健性；随着控制变量的加入， R^2 值也逐渐增大，意味着方程预测的准确性逐步提高。该回归结果对跨境电商进口促进居民消费结构升级的理论机制进行了有效验证。跨境电商进口通过增加有效供给、提高居民收入、降低消费门槛，扩充了消费对象，提升了消费者福利，改善了居民消费体验，实现了居民消费结构的优化升级。

其他控制变量的回归结果也基本符合预期：经济发展水平（pgdp）对消费结构升级表现为显著的正向影响。刻画经济发展水平的人均GDP同时反映

了居民收入水平，收入是消费的前提，收入水平的高低决定了消费能力的高低，并直接影响居民的消费信心与消费潜能。因此，居民消费结构随着人均GDP的增加而优化。受教育程度（edu）对于居民消费结构升级也具有显著的正向影响。由于受教育程度会影响消费者对于信息的获取及筛选，受教育程度更高的消费者能够更加准确地在网络平台上甄别信息，更好地驾驭互联网平台，利用丰富的信息和便利的购物环境做出更优的消费决策，从而实现消费结构的升级。描述人口年龄结构的少儿抚养比（cdr）与老年抚养比（odr）两个控制变量在本文的回归结果中表现出其对居民消费结构升级的正向影响。另外，少儿抚养比相较于老年抚养比，对居民消费结构升级的影响效果更加明显。根据莫迪里安尼的生命周期假说，少儿和老年群体属于纯消费人群，少儿和老年人群的增加，将会显著增加医疗保健、教育、文化娱乐等方面的支出，从而推动我国居民的消费结构升级。城镇化水平（urban）同样表现出对我国居民消费结构优化升级显著的推动作用。城镇化的推进将会显著提高居民的收入水平，从而通过收入的增加直接影响居民消费行为，促进消费需求的优化升级。然而，政府干预（gov）对消费结构升级未表现出显著影响，一方面可能是政府财政支出的重心更多地放在了基础设施建设、社会保障等民生方面，并不会对居民消费行为直接产生显著的影响；另一方面可能是消费升级更多需要借助市场的力量，需要市场提供多样化的产品，而地方政府的干预并不能代替市场发挥作用。因此，政府干预没有对居民消费结构升级产生显著的促进作用。

综上，基准回归结果表明，跨境电商进口对于

表3 基准回归结果

变量	lnConstru						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
lnGMV	0.068*** (12.75)	0.012** (2.56)	0.013*** (2.67)	0.011** (2.26)	0.009* (1.95)	0.015*** (3.26)	0.013*** (2.81)
lnpgdp		0.079*** (19.44)	0.069*** (9.36)	0.062*** (7.69)	0.086*** (10.15)	0.071*** (8.42)	0.058*** (6.44)
lngov			0.031 (1.64)	0.022 (1.15)	0.009 (0.47)	0.002 (0.09)	-0.002 (-0.14)
lnedu				0.018* (1.78)	0.025** (2.57)	0.030*** (3.23)	0.033*** (3.66)
lncdr					0.149*** (6.72)	0.119*** (5.47)	0.121*** (5.65)
lnodr						0.107*** (6.27)	0.098*** (5.77)
lnurban							0.052*** (3.73)
常数项	-1.225*** (-20.70)	-1.406*** (-32.30)	-1.260*** (-12.73)	-1.145*** (-9.73)	-1.834*** (-12.10)	-1.917*** (-13.18)	-1.703*** (-11.05)
个体固定效应	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
观测值	434	434	434	434	434	434	434
R ²	0.288	0.633	0.636	0.639	0.676	0.705	0.715

注：***、**、*分别代表在1%、5%、10%水平上显著，括号内数据为t统计量。下同。

居民消费结构升级有明显的推动作用。

2. 稳健性检验

(1) 替换变量。本文通过改变核心解释变量的度量对基准回归结果进行稳健性检验，利用不同的数

据与测算方法对跨境电商进口规模进行衡量，参考唐红涛和胡婕好的度量方式^[6]，按照式(2)得到新的跨境电商进口规模代理变量GMV：

$$\text{各省份跨境电商进口规模} = \text{各省份跨境快递量} \times \frac{\text{按目的地货源分类的贸易进口额}}{\text{社会消费品零售总额}} \quad (2)$$

回归结果见表4模型(1)一(2)，模型(1)结果表明，替换衡量指标后的核心解释变量仍然在1%的置信度水平上对居民消费结构升级有显著的正向影响。回归过程中发现，在加入所有控制变量后，核心解释变量不再显著，而剔除政府干预(gov)和少儿抚养比(cdr)这两个变量后(见模型(2))，核心解释变量在10%的显著性水平上对消费结构升级具有显著的正向影响，并且其余变量均显著地促进居民消费结构升级。回归结果在验证了基准回归结果的稳健性的同时，也反映了本文对于核心解释变量设置的合理性。

(2) 内生性检验。跨境电商进口驱动中国居民消

费结构升级，同时居民消费结构升级带来的潜在需求增长也会反向促进跨境电商进口的扩大，由此带来的双向因果关系，会产生内生性，带来有偏估计。为避免因内生性问题导致的估计偏误，本文以跨境电商进口规模的滞后一期作为工具变量，运用二阶段最小二乘法(2SLS)对基准模型进行估计，表4模型(3)一(4)结果表明所得结论与前文估计结果基本保持一致，即跨境电商进口对消费结构升级的回归系数仍然显著为正，并且除基准回归中不显著的政府干预这一变量，所有控制变量的回归系数符号与表5相同。对选取的工具变量进行弱工具变量检验后发现，KPW rk F与CDW统计量均远大于10，因此可以

表4 稳健性检验结果统计

变量	替换变量		2SLS	
	(1)	(2)	(3)	(4)
lnGMV			0.089*** (6.47)	0.023*** (3.47)
lngmv	0.033*** (22.57)	0.006* (1.87)		
lnpgdp		0.033*** (3.53)		0.066*** (4.70)
lngov				-0.022 (-0.90)
lnedu		0.033*** (3.64)		0.025** (2.21)
lnedr				0.110*** (3.04)
lnodr		0.109*** (6.49)		0.118*** (5.54)
lnurban		0.052*** (3.59)		0.068*** (3.79)
常数项	-0.689*** (-70.25)	-0.991*** (-9.34)	-1.498*** (-8.49)	-1.952*** (-11.07)
KPW rk F			481.68	190.59
CDW			975.20	560.50
个体固定效应	YES	YES	YES	YES
观测值	434	434	403	403
R ²	0.559	0.686	0.6987	0.890

视该工具变量为较合格的工具变量。

(3) 异质性分析。一是异质性区域。从全国范围来看,跨境电商进口促进了居民消费结构升级,但考虑到全国不同区域在经济发展水平、文化、消费习惯等方面都存在着差异,本文将31省份按照东、中、西部划分,进行分地区的异质性分析,检验回归结果在不同的区域之间是否存在差异,回归结果见表5。表5中,(1)、(3)、(5)列使用OLS估计方法检验跨境电商进口对居民消费结构升级的影响,(2)、(4)、(6)列展示了使用2SLS估计方法的回归结果,发现东部和中部地区跨境电商进口对居民消费结构升级起到促进作用,但西部地区回归结果不显著。其原因在于:首先考虑到西部地区经济发展水平相对较低,居民对于商品的需求更多地停留在性价比以及实用性,还未过分追求高品质以及多样化;其次,由于西部

地区地理位置的原因,物流配送的时效性相较于东部及中部地区较差,加之西部地区的跨境电商市场规模较小,因此跨境电商进口对于西部地区居民消费结构升级的作用并不显著。

二是异质性消费群体。为了检验跨境电商进口对于不同消费群体消费结构的影响,本文进一步以居民消费结构升级指标均值为门槛,将样本分为两组:低于均值的表示恩格尔系数较高,居民消费结构升级的空间较大。表6展示了OLS和2SLS估计方法下的回归结果,发现在处理内生性前后,高于均值的样本均表现出消费结构升级受到跨境电商进口的显著性影响,低于均值的居民消费结构受跨境电商进口的影响并不显著。其原因在于,恩格尔系数较低居民在一定程度上表现为高收入水平,具备更强的消费能力,受教育程度也普遍较高,其对于跨境电商

表5 分区域回归结果

变量	东部地区		中部地区		西部地区	
	(1) OLS	(2) 2SLS	(3) OLS	(4) 2SLS	(5) OLS	(6) 2SLS
lnGMV	0.003 (0.44)	0.017* (1.88)	0.026*** (3.04)	0.052*** (3.00)	-0.004 (-0.34)	0.015 (0.73)
lnpgdp	0.084*** (4.30)	0.091*** (3.06)	0.036*** (2.99)	0.041*** (2.98)	0.059*** (3.04)	0.060** (2.14)
lngov	-0.011 (-0.37)	-0.025 (-0.68)	0.055* (1.77)	0.051 (1.14)	-0.072** (-2.03)	-0.067* (-1.76)
lnedu	0.030 (1.44)	0.009 (0.34)	0.043** (2.37)	0.007 (0.40)	0.025 (1.65)	0.023 (1.60)
lnedr	0.137*** (4.18)	0.137** (2.36)	0.137*** (4.11)	0.092 (1.49)	0.071 (1.29)	0.085 (1.42)
lnodr	0.066*** (2.81)	0.084** (2.56)	0.104*** (3.22)	0.129*** (3.46)	0.065 (1.33)	0.108** (2.32)
lnurban	0.025 (1.19)	0.028 (1.25)	0.036* (1.74)	0.047 (1.37)	0.149*** (3.46)	0.169* (1.71)
常数项	-1.895*** (-5.77)	-2.170*** (-6.59)	-1.569*** (-6.63)	-2.012*** (-10.30)	-1.312*** (-3.55)	-1.620*** (-3.80)
个体固定效应	YES	YES	YES	YES	YES	YES
观测值	154	143	140	130	140	130
R ²	0.711	0.877	0.809	0.893	0.678	0.889

表6 分消费群体回归结果

变量	Constru < 0.6265		Constru ≥ 0.6265	
	(1) OLS	(2) 2SLS	(3) OLS	(4) 2SLS
lnGMV	0.001 (0.19)	0.013 (1.03)	0.020*** (2.95)	0.037*** (3.61)
lnpgdp	0.033** (2.57)	0.040** (2.30)	0.025* (1.87)	0.022 (0.80)
lngov	0.023 (0.96)	0.016 (0.61)	-0.008 (-0.31)	-0.034 (-1.29)
lnedu	0.004 (0.46)	0.003 (0.31)	0.053*** (3.24)	0.031* (1.87)
lnedr	0.062** (2.38)	0.074** (2.28)	0.107*** (3.62)	0.080 (1.04)
lnodr	-0.018 (-0.70)	0.014 (0.46)	0.108*** (5.13)	0.133*** (3.64)
lnurban	0.071*** (4.51)	0.078*** (4.04)	0.086** (2.26)	0.150 (1.47)
常数项	-0.929*** (-4.72)	-1.180*** (-4.38)	-1.324*** (-5.50)	-1.610*** (-4.05)
个体固定效应	YES	YES	YES	YES
观测值	205	181	229	222
R ²	0.564	0.870	0.643	0.690

的接受度与使用度更高,这为其消费结构的进一步升级奠定了基础。

五、结论与政策建议

本文基于2003—2016年31个省份的面板数据,研究跨境电商进口对居民消费结构升级的影响效应。实证结果显示,跨境电商进口对居民消费结构升级具有显著的推动作用,这一影响存在区域异质性、群体异质性与规模异质性:中部地区居民消费结构受到跨境电商的影响最为显著,其次是东部地区,西部地区并没有明显的影响效果;至于处于不同消费结构下的群体,恩格尔系数较低的居民群体,其消费结构的优化升级受到跨境电商进口的影响更为显著;跨境电商进口对居民消费结构升级的影响效应在高于跨境电商进口规模均值的样本中具有显著性,但对低于均值的样本不显著。基于以上结论,本文提出对策建议如下:

第一,深化数字基础设施建设,夯实数字基础。数字技术是缓解信息不对称的本质基础,跨境电商的发展也高度依赖于互联网、人工智能、大数据等。

当前,我们正处于向数字化转型的加速期,数字基础设施逐渐成为人们生产生活中的必备要素与资源,为经济高质量发展提供了坚实的保障。因此,应大力深化数字基础设施建设,营造良好的交易环境,提高交易透明度,进一步改善居民在跨境电商平台的消费体验,从而增强消费信心,在推动跨境电商发展的同时助推居民消费结构优化。

第二,加快推动西部地区跨境电商产业发展。跨境电商对西部地区居民消费结构升级的驱动效果并不明显,但西部地区在“一带一路”建设中有重要和独特的区位优势,在跨境电商发展方面仍具有较大潜力。因此,应大力支持西部地区搭建更适合跨境电商发展的环境,结合本地特色优势,着力培育适合本地特征的跨境电商模式;可基于西部地区的税收优惠及财政补贴等优惠政策吸引具有较大影响力的跨境电商企业及配套产业的相关企业^[14],促进西部地区跨境电商产业的快速发展,发挥其对居民消费结构升级的积极作用,从而挖掘西部地区的消费潜力,扩大内需,推动我国经济高质量发展。

[参考文献]

- [1] DINERSTEIN M, EINAV L, LEVIN J, et al. Consumer price search and platform design in internet commerce[J]. American Economic Review, 2018(7): 1820-1859.
- [2] LEWIS G. Asymmetric information, adverse selection and online disclosure: the case of eBay Motors[J]. American Economic Review, 2011(4): 1535-1546.
- [3] 张夏恒.跨境电商促进双循环新发展格局:理论机制、发展思路与相关举措[J].当代经济管理, 2021(10): 59-65.
- [4] 赵峰含,张夏恒,潘勇.跨境电商促进“双循环”的作用机制与发展路径[J].中国流通经济, 2022(3): 93-104.
- [5] 高笑.跨境电商进口对我国国内消费的影响效应及结构异质性分析[J].商业经济研究, 2022(12): 56-59.
- [6] 唐红涛,胡婕妤.跨境电商进口对居民消费的影响:促进或抑制?[J].消费经济, 2021(6): 60-70.
- [7] 张赠富.跨境电商进口贸易对居民消费的影响[J].商业经济研究, 2022(13): 154-157.
- [8] 张雪鹏.跨境电商进口对我国居民消费的非线性影响[J].商业经济研究, 2023(9): 57-60.
- [9] 潘敏,刘知琪.居民家庭“加杠杆”能促进消费吗?:来自中国家庭微观调查的经验证据[J].金融研究, 2018(4): 71-87.
- [10] 王虎邦,刘伟江,胡子毓.居民杠杆、消费升级与经济平稳增长[J].现代经济探讨, 2019(4): 18.
- [11] 黄隽,李冀恺.中国消费升级的特征、度量与发展[J].中国流通经济, 2018(4): 96.
- [12] 祝仲坤.互联网技能会带来农村居民的消费升级吗?:基于CSS2015数据的实证分析[J].统计研究, 2020(9): 71.
- [13] 张锡宝,石以涛,徐保昌.贸易便利化与我国跨境电商发展:基于双重差分法的实证分析[J].华东经济管理, 2020(2): 98.
- [14] 邱国丹,张建辉.温州跨境电商人才需求与培养现状的调查与分析[J].温州职业技术学院学报, 2020(4): 37.

[责任编辑:陈 凯]