

## 企业数字化转型视角下中国泛电商平台的生存逻辑与业绩异质性

郑佳琪

南京审计大学 江苏南京

**【摘要】**随着电子商务持续演进，传统以线上交易为核心的模式已难以满足企业在获客、运营、履约与服务等方面的综合需求，“泛电商”由此兴起。其业务边界由商品销售扩展至内容、社交、生活服务、支付结算与数据驱动运营等多元场景，体现了企业数字化转型由“渠道上线”向“全链路重构”的升级趋势。基于此，本文从数字化转型视角出发，围绕泛电商平台企业的存活与退出、经营业绩异质性以及发展与安全协同问题展开研究，以揭示平台竞争机制并为企业高质量转型提供参考。

**【关键词】** 全球经济；泛电商；经营业绩

**【收稿日期】** 2026年3月4日

**【出刊日期】** 2026年4月16日

**【DOI】** 10.12208/j.ssr.20260122

### The survival logic and performance heterogeneity of Chinese pan e-commerce platforms from the perspective of enterprise digital transformation

Jiaqi Zheng

Nanjing Audit University, Nanjing, Jiangsu

**【Abstract】** With the continuous evolution of e-commerce, the traditional model centered on online transactions is no longer able to meet the comprehensive needs of enterprises in customer acquisition, operation, fulfillment, and service. As a result, “pan e-commerce” has emerged. Its business boundaries have expanded from commodity sales to diverse scenarios such as content, social, lifestyle services, payment settlement, and data-driven operations, reflecting the upgrading trend of enterprise digital transformation from “channel launch” to “full chain reconstruction”. Based on this, this article starts from the perspective of digital transformation and conducts research on the survival and exit of pan e-commerce platform enterprises, heterogeneity of business performance, and development and security coordination issues, in order to reveal the platform competition mechanism and provide reference for high-quality transformation of enterprises.

**【Keywords】** Global economy; Pan e-commerce; Business performance

#### 1 文献综述

学术界对电子商务的研究已形成较为系统且多维的知识体系，相关成果主要集中在电商兴起原因、经济社会影响以及平台运营机制等方面。关于电商兴起原因，国内电商的快速崛起与市场分割背景密切相关，电商平台在一定程度上突破了传统区域市场壁垒，提升了商品与信息流通效率<sup>[1]</sup>。关于电商影响，鞠雪楠等（2020）、张洪胜和潘钢健（2021）指出，跨境电商通过降低交易成本、拓展市场边界和优化贸易流程，对国际贸易增长具有明显促进作用<sup>[2,3]</sup>；汪阳洁等（2022）则发现，农产品电商有助于拓宽销售渠道、提升农民收入<sup>[4]</sup>，但与此同时，线上经营的额外成本、冷链物流与保鲜难题也构成现实约束。在运营机制方面，吕越等

（2022）利用2002-2016年的数据，对双重电商平台的运行优势进行了探索性分析，为理解平台竞争与协同机制提供了经验依据<sup>[5]</sup>。

随着电子商务持续扩张与业态融合，“泛电商”概念逐渐兴起，其外延已超越传统商品交易，涵盖新零售、网络经济、数字经济、平台经济和零工经济等多种新业态。相关研究表明，数字平台在提高资源配置效率、推动社会生产力发展的同时，也带来了新的结构性矛盾与治理挑战。围绕市场秩序与社会影响，张翠萍等人（2026）指出，数字时代的歧视性定价在提升企业竞争优势的同时，也可能诱发过度竞争与公平性问题<sup>[6]</sup>；范倩夕和贺建风（2026）认为<sup>[7]</sup>，数字经济强化了低技能劳动力替代效应，且其影响超过人口红利下降带来的

作者简介：郑佳琪（1998-）女，汉族，吉林省松原市人，南京审计大学硕士研究生在读，研究方向：产业经济学。

劳动力短缺效应，从而对低技能劳动者权益形成冲击；司增焯和倪晨（2026）则从宏观层面对中国数字经济增加值规模进行了测算，并进一步分析其结构特征与发展态势<sup>[8]</sup>。基于马克思主义政治经济学的分析指出，数字平台确实推动了生产力发展和商业组织方式变革，但并未从根本上消除资本积累逻辑下的内在矛盾<sup>[9]</sup>。

## 2 “泛电商”存活与死亡的原因分析

在网经社“电数宝”和快易数据库的统计中，2014—2022年的数据表明，中国、美国、日本、德国和韩国等具有代表性的电子商务市场，其电子商务交易额占国内生产总值的比重总体持续上升。这一趋势说明，电子商务已不再只是传统零售的补充渠道，而是逐步成为推动消费扩容、产业协同和经济数字化转型的重要力量。尤其在“泛电商”模式兴起后，平台边界不断外延，电商活动从商品交易进一步拓展到内容传播、社交互动、生活服务、即时履约、支付结算和数据运营等多个场景，行业规模与影响力持续扩大。

然而，市场扩张并不意味着企业都能共享增长红利。随着平台企业数量增加、赛道重叠加剧和流量成本上升，行业竞争日趋激烈，部分企业面临较大的生存压力。根据网经社“电数宝”电商公司死亡数据库，已有约1000家来自不同省份和行业的电商公司倒闭，其存活时间从最长16年10个月到最短仅5个月不等。与此同时，也有企业如京东、淘宝等凭借持续的能力建设和模式创新实现长期发展壮大。由此可见，电商行业并非简单的“风口型”增长行业，企业能否长期存活并实现稳健增长，取决于多种核心能力能否形成协同优势。

具体来看，电商企业高质量发展的关键主要体现在五个方面。第一，优质产品与服务是企业立足市场的基础。只有持续提供符合用户需求的商品与服务，企业才能积累口碑、增强信任并形成稳定客户群。第二，运营效率是竞争中的关键支撑。通过优化供应链管理、物流配送和售后服务，企业能够实现降本增效、提升履约质量和用户复购率。第三，资金管理是企业稳健经营的重要保障。建立完善的资金监控、现金流管理和风险控制机制，有助于企业应对市场波动，避免资金链断裂。第四，技术创新是持续增长的重要驱动力。借助人工智能、大数据、云计算等技术，企业可以提升用户体验、优化运营决策、增强平台安全性，并拓展新业务模式。第五，法律合规是企业长期发展的底线。严格遵守电子商务、消费者保护、网络安全和个人信息保护等相关法规，既能防范经营风险，也有助于维护品牌信誉与市场信任。

## 3 “泛电商”经营业绩的异质性分析

从电商的兴起直直到电商的“泛化”发展，在全球范围内，电商行业呈现出多样化发展趋势，不同国家和地区的市场环境、政策法规、文化习惯等因素都会对电商企业的运营产生重要影响。同时，不同行业的特点和竞争格局也是造成企业业绩差异的重要原因之一。其中本节旨在对“泛电商”平台企业在国内不同区域和行业间的经营业绩存在显著差异进行阐述，并分析产生这些差异的原因。

### 3.1 地区差异

2017—2023年商务大数据监测表明，我国网络零售额区域分布长期呈现“东部绝对领先、中西部次之、东北最低”的格局。2017年东部地区占全国网络零售额比重达85.29%，中部、西部和东北分别为8.19%、5.42%和1.12%。此后东部占比虽总体小幅回落，但始终保持在83%以上，2023年为83.25%；中部占比整体稳步提升至9.41%；西部在5.4%—6.4%区间波动，2023年为5.91%；东北始终维持在1.1%—1.6%之间，2023年为1.43%。整体看，区域差异显著但结构略有优化。

表1 中国各地区网络零售额占比，单位：%

时间	东部	西部	中部	东北
2017	85.29	5.42	8.19	1.12
2018	83.08	6.37	9	1.55
2019	84.29	5.61	8.76	1.34
2020	84.54	5.68	8.37	1.47
2021	84.46	5.87	8.33	1.34
2022	83.92	5.73	8.87	1.48
2023	83.25	5.91	9.41	1.43

数据来源：商务大数据监测。

### 3.2 区域不同所导致的电商企业经营业绩有差异的原因

近年来，中国网络电商行业快速发展，显著便利了居民消费并推动零售业转型，但区域经营业绩差异明显：东部最高，中西部次之，东北相对较低。其原因主要体现在四方面。第一，经济发展水平差异直接影响消费能力与市场活跃度。东部地区产业基础强、收入水平高、互联网和支付体系完善，消费者线上购物意愿更强；中西部和东北部分地区经济基础相对薄弱，居民收入与消费活力不足，制约电商增长。第二，物流配送能力差异影响用户体验。东部交通与物流网络完善，配送效率高；中西部和东北部分地区受地理条件、基础设施等

限制,物流时效和服务质量相对较弱。第三,消费习惯与文化差异影响电商接受度。东部消费者更易接受线上消费和便捷支付,而中西部、东北部分消费者仍较依赖实体店,更重视线下体验与实物感知。第四,人口密度与市场规模差异决定了电商发展空间。东部人口密集、市场容量大,易形成规模效应和竞争优势;中西部及东北部分地区人口分散、市场规模较小,电商推广和用户拓展难度更高。总体来看,区域差异是经济、物流、文化与市场条件共同作用的结果。

### 3.3 行业差距

根据网经社“电数宝”数据库的检测结果显示,上市电商公司和新三板零售电商公司在财报数据库中被划分为多种不同的行业类型,这种分类方式有助于更好地了解和分析电商企业的运营情况以及市场定位。首先,上市电商公司被划分为数字零售、跨境电商、数字生活、产业电商、数字健康和数字教育等行业类型,每个行业都有其特定的特点和商业模式。数字零售领域涵盖了传统零售业务向线上转型的过程,跨境电商则是指跨越国界进行商品销售和交易的电商形式,数字生活则包括了各种与消费者日常生活相关的数字化服务和产品。产业电商则是指面向企业间交易和服务的电商平台,数字健康则是指结合互联网技术和健康医疗领域的创新业态,致力于提升人们的健康生活质量。

由网经社“电数宝”数据可知,2014—2022年上市电商公司经营业绩结构显示,数字零售电商长期占主导,但占比持续下降,由2014年的90.61%降至2022年的71.78%;跨境电商占比显著上升,由0.56%增至15.07%,增长最为突出。其余类型中,数字生活、产业电商、数字健康和数字教育占比总体较低且呈波动变化:数字生活2016年达峰值12.2%、2019年降至0.98%;产业电商2019年达13.78%;数字健康2022年升至2.52%;数字教育整体最小,2021年峰值仅0.51%。

### 3.4 电商行业类型不同所导致的经营业绩有差异的原因

前述分析显示,上市电商企业中数字零售电商数量最多、经营业绩占比也最高,而跨境电商和产业电商相对较少;但在新三板电商中,虽然零售电商数量仍最多,产业电商的经营业绩占比却更高。这一差异可能与样本分类及企业业务结构有关。从差异原因看,主要体现在三方面。第一,市场特点不同。零售电商面向个人消费者,业绩主要受消费需求、购买力和电商普及程度影响;产业电商服务企业采购与供应链协同,更受制造

业、批发零售业景气度及产业链运行规模影响;跨境电商则深受国际市场波动、贸易政策和跨境物流环境影响。第二,产品属性不同。零售电商以消费品和日用品为主,单价较低但销量大,常依靠促销和规模效应提升收入;产业电商以大宗商品和原材料为主,单价高、交易规模大,能够通过供应链整合与采购服务提升盈利水平;跨境电商产品类型多样,但受汇率、关税、通关和海外需求变化影响更大。第三,服务对象不同。零售电商需快速响应消费者偏好变化,产业电商更依赖企业客户需求和产业生态协同,跨境电商则需要应对多国法规、消费习惯差异及国际风险。总体而言,三类电商在市场定位、产品结构和客户群体上的差异,共同导致其经营业绩表现不同。

## 4 结论

本文从企业存活、经营业绩异质性以及发展与安全问题三个维度,对“泛电商”平台企业的发展逻辑进行了综合分析,以期更系统地揭示这一新兴业态在快速扩张背景下面临的核心问题。首先,在企业存活与死亡原因方面,决定泛电商平台企业生命周期的关键因素主要包括市场竞争强度、企业自身管理运营能力以及外部环境变化。随着“泛电商”模式不断扩展,平台企业之间的竞争已不再局限于价格层面,而是延伸至产品供给、服务体验、流量获取、品牌塑造和生态协同等多个方面。在这种情况下,企业若缺乏持续创新能力,难以及时适应消费需求变化和市场结构调整,就容易在竞争中失去优势。此外,政策监管、技术变革、消费趋势变化以及宏观经济波动等外部环境因素,也会对企业生存状态产生深刻影响。

其次,泛电商平台企业在经营业绩上表现出明显的异质性。这种异质性既来源于企业所处市场环境的差异,也与企业自身资源禀赋、能力基础和发展路径密切相关。一方面,部分头部企业凭借先发优势、资金实力、品牌影响力和平台规模,占据了较大的市场份额,并通过网络效应进一步巩固竞争地位。另一方面,一些新兴企业通过模式创新、场景细分和差异化竞争,也能够局部市场中实现快速成长。然而,也有部分企业由于战略定位不清、资源配置不足、管理效率偏低或技术能力薄弱,难以建立稳定的竞争优势,最终表现为增长乏力甚至经营困境。

最后,在快速扩张过程中,泛电商平台企业还面临发展与安全的双重挑战。一方面,企业需要不断提升技术研发、内容供给、履约效率和用户体验,以适应消费者日益多元化、个性化的需求;另一方面,随着平台边

界不断延伸,数据安全、隐私保护、信息治理和平台合规等问题日益突出。若企业在追求规模扩张的同时忽视安全治理,便可能引发用户信任危机和法律风险。因此,泛电商企业必须在发展与安全之间寻求平衡,通过健全制度建设、完善技术防护和强化合规治理,实现持续、稳健和高质量发展。

### 参考文献

- [1] 马述忠,房超. 线下市场分割是否促进了企业线上销售——对中国电子商务扩张的一种解释[J]. 经济研究, 2020,55(07):123-139.
- [2] 鞠雪楠,赵宣凯,孙宝文. 跨境电商平台克服了哪些贸易成本?——来自“敦煌网”数据的经验证据[J]. 经济研究, 2020,55(02):181-196.
- [3] 张洪胜,潘钢健. 跨境电子商务与双边贸易成本: 基于跨境电商政策的经验研究[J]. 经济研究, 2021,56(09):141-157.
- [4] 汪阳洁,黄浩通,强宏杰等. 交易成本、销售渠道选择与农产品电子商务发展[J]. 经济研究, 2022,57(08):116-136.
- [5] 吕越,洪俊杰,陈泳昌等. 双重电商平台出口的规模效应

与中间品效应——兼论新发展格局下两个市场的利用[J]. 经济研究, 2022,57(08):137-153.

- [6] 张翠萍,袁洪华,韩强. 数字乡村战略下电子商务赋能“新农人”培育的机制与路径研究——基于“四链”融合的平原特色乡村振兴实践[J]. 商场现代化, 2026,(01):36-38.
- [7] 范倩夕,贺建风. 数字经济的绿色红利: 国家电子商务示范城市试点政策对碳排放强度的作用机制及空间溢出效应研究[J/OL]. 软科学, 1-16[2026-02-26].
- [8] 司增焯,倪晨. 数字经济赋能农业全要素生产率的逻辑、效应及机制[J]. 山西农业大学学报(社会科学版), 2026, 25(01):59-73.
- [9] 陈婷婷,张蔚,于法稳. 跨境电子商务平台赋能绿色“一带一路”高质量共建——基于不同阶段的纵向比较研究[J/OL]. 企业经济, 2026,(02):119-129.

**版权声明:** ©2026 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



**OPEN ACCESS**