

中国人民大学经济学院以研究生毕业同等学力

申请硕士学位论文写作报告

姓 名： 陈志峰

资格证号： 81040877

专业名称： 网络经济学

拟定学位论文题目：新冠疫情对我国网上零售额的影响分析

报告日期： 2022.1.9

一、选题依据

|  |
| --- |
| 1.目的及意义（800字以内）（主要内容：阐述选题要解决什么问题，选题有何理论和现实意义）  新冠疫情由于人传人的特点使得网上购物需求激增，然而同样由于疫情原因导致部分时期、区域的物流停摆而限制了网上购物。那么，疫情对我国网上零售额的总体影响如何，有哪些关键因素（指标），这些因素之间的相互影响关系如何？本研究拟通过建立数据评估模型，希望能够得到新冠疫情对我国网上零售额的宏观影响的结论，并剖析其内在影响机制，就疫情等全球公共事件对经济运行的影响提供研究案例。  本文的研究具有理论意义与现实意义。  1、从理论意义上看，不论是国内还是国外的学者，在疫情对电商发展的机理方面的研究是不足的，均从供给、需求两个方面进行阐述，鲜有带入相关经济统计指标进行实证分析，因此现有的研究对于政府制定政策方面的参考价值较弱。本文拟选择相关经济统计指标建立计量模型，本文的研究将进一步丰富疫情等公共事件对经济影响的理论内容。  2、从现实意义上看，本文的研究将形成量化的结论，通过带入月度数据，用计量经济学的方式就疫情对我国网上零售额的影响进行数据测度以其得到量化的结论，以供政府相关部门制定政策参考之用。 |

|  |
| --- |
| 2.文献综述（3000字左右）（主要内容：做文献梳理和研究动态的综述，归纳已有的研究所做的工作，形成了哪些共识？列举出在哪些问题上仍未形成共识？各种不同的观点是什么？针对目前的研究，你发现了哪些问题想要继续研究？）  **一、国外研究现状**  国外学者关于疫情对电子商务的影响，主要从三个角度展开研究。  一是从行业整体角度判断疫情对电子商务的影响，国外学者基本认为疫情利好电商。E Kurniawati、IHA Sidiq（2020）研究认为，疫情期间印尼的电子商务显著增加[1]。AN Zakharov，YA Starovaya（2020）研究认为，疫情对电商行业主要指标有正面影响，如用户数、销售额、每股收益等[2]。Sahana Dines、Y. MuniRaju（2021）通过调查发现，疫情期间网购频率有所增加[3]。  二是从消费者角度研究疫情对电子商务的影响，国外学者研究了顾客忠诚度、消费者购买行为的影响因素等。Suyono Salamun、Cahyani Kurniastuti、Subaebasni Subaebasni（2021）研究了疫情对电子商务中顾客忠诚度的影响，认为电商平台的可靠性、质量保证、真实性、情感共鸣以及服务响应这些要素能够解释顾客忠诚度变化的84.42%[4]。MH Jawaid、E Karim（2021）研究认为，疫情期间，社交媒体运动和电视广告对消费者购买行为没有显著影响，而电子纸广告和口碑营销则对消费者购买行为有显著影响，建议电商企业应优化广告营销渠道[5]。Ahlam Abdul Aziz、Rahayu Mohd Rashid和Wardatul Hayat Adnan（2021）研究了移动社交工具在疫情期间转向电子商务的案例，认为消费者选用社交工具进行线上购买的主要原因是成本和时间效率，消费者可以方便地比较价格而不感到压力[6]。Dedy Ansari Harahap、Kiki Farida Ferine和Nisrul Irawati等（2021）研究认为，疫情对电子商务的影响是使消费者产生恐慌性购买[7]。  三是从电商企业角度研究疫情的影响，国外学者研究了产品品类的变化、取得成功的要素等。Judith Hillen（2020）研究了疫情中在线电商亚马逊生鲜的食品价格变化情况，认为该电商总体食品价格在疫情期间并未上升，部分产品类别甚至略有下降。而在隔离阶段，某些需求量大的产品类别（如冷冻食品和熟食）价格上涨幅度较大[8]。Ina Ratnasari，Salim Siregar，Asep Maulana（2021）研究了疫情期间电子商务企业取得成功的相关要素，研究认为服务质量与信任相关，与满意度不相关[9]。Arman Khan、Samman Liaquat和Javed Sheikh等（2021）研究了疫情对巴基斯坦电子商务的影响，认为由于受到中国封锁限制，导致巴基斯坦的电子商务公司商品匮乏[10]。  **二、国内研究现状**  国内学者关于疫情对电子商务的影响，主要从六个方面展开研究。  一是分析了疫情期间我国电子商务的整体影响，大多数学者认为疫情利好电商，也有个别学者认为疫情使得电商整体销售下滑。薛孟开（2020）研究认为新冠疫情使得我国电子商务进一步走向规模化和规范化，此外在疫情期间我国电商企业在供应链与分销链模式上得以进一步改革创新[11]。胡凤林（2020）研究认为，新冠疫情对电子商务的影响主要表现在三个方面，一是促进电子商务的销售增长，二是不同因素对电子商务的影响具有异质性，三是物流运输影响电子商务发展[12]。缪铭炜（2020）则有不同意见，认为新冠疫情使得电商整体销售下滑，但也指出电商经济结构出现变化，表现为生鲜电商井喷，电商销售形势发生变化，表现为自营电商平台凸显优势，社区电商、生鲜电商加速增长[13]。马ling（2020）认为新冠疫情催生的线上经济对冲了对实体经济的消极影响，电子商务在促进消费和助力经济提质升级方面发挥着越加重要的作用[14]。沈哲怡、Jason Daigler（2020）研究认为新冠疫情带来的影响是深远的，一些行业和用户行为会因此发生长久的变化，其中一大变化就是用户对电商平台的依赖性越来越大[15]。欧阳帆（2021）研究认为疫情使得电子商务再掀热潮，特别是以生鲜为特色的电商得以迅速发展[16]。尹振涛、程雪军（2021）研究认为疫情对我国互联网消费金融行业产生重大影响，这种影响全面渗透于互联网消费金融的全产业链（资金端、资产端与平台端等）[17]。孙伟（2021）研究认为，新冠疫情对中国经济社会产生了较大的冲击，但电子商务赢得了发展契机[18]。  二是分析疫情期间电子商务逆势增长的原因，主要从供给和需求两个方面着手。刘奇超、沈涛、潘睿孜（2020）研究指出，新冠疫情加速了电子商务向新公司、新客户、新产品类型的扩张，让客户可以在家中更方面、安全地获得大量产品，并让公司在国家制定的接触限制和其他限制措施的条件下得以继续经营。同时这种变化可能具有长期性[19]。丁路、项华灵、张佩玉等（2020）研究指出，疫情一方面催生了消费者对新零售的需求，现实生活场景极大的触发消费者对新零售模式的接受度，另一方面各种借助互联网技术发展的线上产品也开始爆发需求，催生了“宅经济”[20]。林莹（2021）认可这一观点，并指出从长期发展趋势看，全球市场将进一步朝着数字营销环境转变[21]。刘士寻、曹秋健、邬建青（2021）研究认为，疫情期间电子商务凭借独特的网络优势，凸显了强大资源衔接与刺激经济活力的能力，既满足居民生活需要，也能促进经济稳定发展。疫情期间，电子商务保持快速增长态势，产业规模不断扩大[22]。  三是研究了疫情期间农产品电商的发展，学者均肯定农村电商的发展对抗疫的重要性。杨赛迪、汪普庆（2020）研究指出，疫情爆发以来，传统供销渠道受阻，消费者与销售者之间存在信息壁垒，农产品滞销严重，滞销困局催化社交电商平台迅速发展，为保障人民群众日常生活需求和春耕生产需求发挥了重要作用[23]。王小兵（2021）指出，在新冠肺炎疫情发生后，电子商务成为许多家庭购买农副产品的日常方式，农产品电商为疫情防控取得重大战略成功发挥了重要的农副产品保供作用[24]。王康宁、柳清（2021）研究指出，大量农村电商在疫情时期纷纷入行，依托无接触配送的模式，在摆脱产品积压、滞销的同时，成功稳住了城乡居民的“菜篮子”、“米袋子”、“果盘子”[25]。  四是研究了疫情期间跨境电商的发展。  从总体态势判断、大多数学者认为疫情对我国跨境电商的发展即是挑战也是机遇。马述忠,、潘钢健（2020）从宏观、中观和微观三个层面对当前形势进行分析，研究认为疫情的全球大流行对跨境电子商务的发展以及全球数字贸易对跨境电子商务的迭代来说，既是机遇，也是挑战，中国政府应当把握机遇、迎接挑战，制定推动跨境电子商务发展的短期策略和推动全球数字贸易迭代跨境电子商务的长期策略[26]。何旭兰、何剑（2020）研究认为，电子商务在此次疫情期间不仅没有收到损失，反而发展呈现上升趋势。从挑战上看，一方面，疫情对物流带来挑战，另一方面，营业额大幅度下降引发其他问题，如现金流、仓储、人力等。从机遇上看，疫情使得电商行业内部进行重新整合[27]。闫琴、汤小燕（2021）研究指出新冠疫情严重冲击我国传统外贸，而跨境电商则发挥独特优势，释放发展潜力，逆势增长[28]。刘小平（2021）认为新冠疫情对跨境电商既是拦路虎也是垫脚石[29]。  而从影响周期看，学者均认为短期影响较大，长期影响较小。张夏恒（2020）研究认为，从疫情持续期看，疫情刺激了人们对跨境电商的需求，出现商品类型的需求差异，引发企业经营枯井与跨境电商物流难题；从中长期预判看，因疫情增长的跨境电商使用黏性会有所回落，跨境电商模式将进一步创新，行业将进行新一轮洗牌，中小微企业生存压力加大[30] 。王宇佳（2021）研究认为疫情对我国跨境电子商务短期影响较大，长期影响较小；对B2C企业影响较大，对B2C企业影响较小；对中小微跨境电商企业影响较大[31]。  从具体的影响因素看，主要是疫情下各国贸易政策破坏了现有国际秩序、物流体系（成本、时效性等）、市场需求、贸易摩擦等造成的不利影响。宁怀英（2021）研究认为，全国新冠疫情对中国跨境电商产生巨大冲击，表现在一是各国贸易政策破坏现有国际秩序，二是国际贸易供给遭到严重冲击，三是国际贸易总量供需失衡[32]。瓮瑾（2021）研究认为疫情对中小微跨境电商企业的物流体系、货物紧缺、平台体系、市场需求与贸易摩擦等方面造成负面影响[33]。仇雪飞（2021）指出疫情对我国跨境电商物流的影响主要有三点，一是短期内物流成本上升，二是运输路线的减少与订单量激增降低了物流时效性，三是疫情带来的不确定习惯印发各国不同的政策变化[34]。王昭君、肖萍（2021）研究认为，疫情对我国外贸的影响已转向需求侧为主，跨境电商面临的困境有：一是企业资金链承压，现金流风险加剧；二是配套服务不完善，贸易成本上升；三是贸易保护主义加剧，全球产业链和供应链受阻[35]。  五是研究了疫情中电商企业面临的困难。沈兼宇（2020）分析了疫情下浙江跨境电商机遇，发现在供应链、物流、市场续期三个方面存在困境[36]。章颖笛（2021）从供应链角度出发分析了疫情中各大电商平台“口罩难求”现象，建议电商平台应当利用数字化手段增强供应链价值，以“商品→客户“为导向，完善体系，保持供应链的畅通与稳定[37]。李泽鑫、赵忠秀、薛瑞（2021）研究认为，新冠疫情导致全球需求乏力与人流物流阻隔等环境正加速倒逼企业探索电子商务等数字化商业模式，且暴露出了企业供应链的脆弱性，建议平台方应积极完善服务功能，发挥电子商务平台在助力企业全球价值链的恢复与提升方面的积极作用[38]。于丹阳、陈镜羽、方于凡等（2021）研究指出，新冠疫情对我国电商企业带来的挑战主要有三个方面，一是部分电商企业物流体系不完善，二是供应商陷入破产危机，三是停工停产导致居民购买力直线下降[39]。刘莎（2021）研究认为，湖南电商企业受新冠疫情冲击严重，影响面广，湖南电商企业遇到了运营成本增加、供应链管理难度大、缺少流动资金、物流渠道不通畅、市场需求受到抑制等问题[40]。梁灼铭（2020）研究认为，疫情对物流运输、供应链、平台运营的影响较大[41]。  六是分阶段回顾了疫情对我国电子商务发展的影响。方春妮、刘超（2020）实证分析了疫情对线上体育用品市场的影响，研究表明，一是随着复工复产推进，线上体育用品市场快速恢复并赶超2019年同期水平；二是不同阶段线上体育用品市场发展状况具有差异性；三是疫情对线上体育用品市场产生了较大影响，但对各类型产品的影响效果具有异质性[42]。杨月锋（2021）分别从“疫情爆发初期”、“一级应急响应时期”、“境外疫情蔓延时期”三个阶段探讨了我国电子商务发展情况，建议应当结合实际情况，创新运用销售路径、运营理念与运营结构，提高电子商务行业的核心发展能力[43]。  **三、文献综述**  从国内外学者的研究结论看，基本都认为疫情利好电商的发展。从研究的内容看，国内学者的研究更为丰富，而且在农村电商方面的研究是独有的。从研究的方法看，国内学者的研究更多是定性的判断，通过简单的数据对比得出定性的结论。而国外学者的研究更多通过问卷调查、数据分析等方法，进行定量的研究并分析理论要素、指标之间的关联。因此，从理论深度的角度看，国外学者的研究更有借鉴和参考价值。  本文认为，不论是国内还是国外的学者，在疫情对电商发展的机理方面的研究是不足的，均从供给、需求两个方面进行阐述，鲜有带入相关经济统计指标进行实证分析，因此现有的研究对于政府制定政策方面的参考价值较弱。本文拟选择相关经济统计指标建立计量模型，通过带入月度数据，用计量经济学的方式就疫情对我国电商发展的影响进行数据测度，以其得到量化的结论，以供政府相关部门制定政策参考之用。 |

二、研究方案

|  |
| --- |
| 1.论证方法及数据来源（主要内容：说明论证拟采用的方法，如数理模型法、计量分析法等等，以及需要用到的数据及其来源）  以网上零售额为因变量，以是否处于疫情期间为控制变量（取值0或1），以全国居民消费价格分类指数、快递业务收入等系列指标为自变量，采用疫情前与疫情期间（疫情前为2018.1-2019.12，疫情期间2020.1-2021.12）分月数据（来源国家统计局数据库），进行相关性分析、回归分析，并考虑进行格兰杰因果分析。  进一步的，将进行拓展分析，进一步将网上零售额进行细分，以实物商品网上零售额、吃类实物商品网上零售额、穿类实物商品网上零售额为自变量分别进行拓展分析。 |
| 2.核心观点（主要内容：初步阐述可能得到的观点及结论）  预期得到以下结论：  1、疫情对网上零售的量化影响  2、疫情对实物商品网上零售额的影响  3、疫情对吃类实物商品网上零售额的影响  4、疫情对穿类商品网上零售额的影响 |
| 3.创新之处（主要内容：简要阐述创新点，比如方法创新、方向创新、观点创新等等）  本文的创新之处有：  1、方向创新。本文采用经济指标研究疫情对我国电商的影响，是目前文献研究的空白，本文的研究将有助于政府相关部门在制定政策时参考。  2、方法创新。本文采用计量经济建模研究疫情对我国电商的影响，是目前文献研究的空白，可供未来者借鉴。 |

|  |
| --- |
| 4.参考文献   1. Kurniawati, E. , and I. Sidiq . "Indonesian MSME E-Commerce among the Covid-19 Pandemic." GATR Global Journal of Business Social Sciences Review (2020). 2. Zakharov, A. N. , and Y. A. Starovaya . "Global E-Commerce Market Overview in World Economy: Challenges and Effects of the Pandemic." Russian Foreign Economic Journal (2020). 3. Dinesh, Sahana , and Y. Muniraju . "SCALABILITY OF E-COMMERCE IN THE COVID-19 ERA." International Journal of Research -GRANTHAALAYAH 9.1(2021):123-128. 4. Salamun Suyono , C. Kurniastuti , and S. Subaebasni . "ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY AT E-COMMERCE SHOPEE IN THE COVID-19 PANDEMIC." Dinasti International Journal of Management Science 2.3(2021):456-466. 5. Jawaid, M. H. , and E. Karim . "Factors Affecting Consumer Buying Behavior in E-Commerce Business during Outbreak of Covid-19: A Case Study on Top E-Commerce Websites." MPRA Paper (2021). 6. Aziz, Ahlam Abdul , R. M. Rashid , and W. H. Adnan . "THE USAGE OF INSTAGRAM AND E-COMMERCE PLATFORM DURING COVID-19 AMONG MOTHERS." (2021). 7. Harahap, Dedy Ansari , et al. "Emerging Advances In E-Commerce : Panic And Impulse Buying During The Covid-19 Pandemic." Systematic Reviews in Pharmacy 12.3(2021):224-230. 8. Hillen, Judith . "Online food prices during the COVID-19 pandemic." Agribusiness 4(2020). 9. Ratnasari, Ina , S. Siregar , and A. Maulana . "How to build consumer trust towards e-satisfaction in e-commerce sites in the covid-19 pandemic time?." International Journal of Data and Network Science 2(2021):127-134. 10. Arman Khan，Samman Liaquat，Javed Sheikh，Ali Akbar Pirzado. "The Impact of Corona Virus (Covid-19) on E-Business in Pakistan." Journal of Contemporary Issues in Business and Government 27.3(2021):2021. 11. 薛孟开，“新冠疫情背景下新零售发展的机遇与挑战”，《商展经济》，2020年第8期，18页~20页。 12. 胡凤林，“新冠疫情对电子商务的影响”，《商业文化》，2020年第5期，71页~73页。 13. 缪铭炜，“新冠疫情下智慧物流对电商经济发展的影响分析”，《太原城市职业技术学院学报》，2020年第11期，52页~54页。 14. 马ling，“浅谈疫情期间电子商务对经济发展的促进作用”，《中小企业管理与科技》，2020年第9期，34页~35页。 15. 沈哲怡、Jason Daigler，“通过电子商务缓解新冠疫情对业务的影响”，《iChina》，2020年第6期，10页。 16. 欧阳帆，“后疫情时代‘宅经济’发展现状及对策研究”，《中小企业管理与科技》，2021年第3期，29页~30页。 17. 尹振涛、程雪军，“新冠肺炎疫情对互联网消费金融的产业链冲击与对策研究”《重庆理工大学学报（社会科学）》，2021年第3期，44页~55页。 18. 孙伟，“新冠疫情背景下农村电商形势分析与趋势展望”，《农业展望》，2021年第2期，129页~133页。 19. 刘奇超、沈涛、潘睿孜，“新冠疫情时代全球电子商务发展新态势（一）”，《财会信报》，2020年11月9日，D03版。 20. 丁路、项华灵、张佩玉、傅雨安，“后疫情时代新零售模式的标准化路径研究”，《学术烟研讨》，2020年第12期（下），31页~36页。 21. 林莹，“2020年数字广告在疫情经济中蓬勃发展——MAGNA《全球广告预测报告》摘要”，《中国广告》，2021年第二期，53页~57页。 22. 刘士寻、曹秋健、邬建青，“疫情背景下地摊经济与电子商务的耦合分析”，《经济师》，2021年第4期，46页~47页。 23. 杨赛迪、汪普庆，"从新冠肺炎疫情看社交电商助力农产品上行”，《当代农村财经》，2020年第12期，37页~43页。 24. 王小兵，“创新推动农村电子商务高质量发展——在2021中国农产品电商全面转型高层研讨会上的致辞”，《农业工程技术》，2021年第三期，30页~31页。 25. 王康宁、柳清，“后疫情时代电商助农可持续发展的瓶颈及策略”，《中国农业会计》，2021年第3期，73页~75页。 26. 马述忠、潘钢健，“从跨境电子商务到全球数字贸易——新冠肺炎疫情全球大流行下的再审视”，《湖北大学学报：哲学社会科学版》，2020年第47卷第5期，119页~132页。 27. 何旭兰、何剑，“新冠疫情对金华小微电商企业的冲击及应对策略”，《商场现代化》，2020年第15期，39页~41页。 28. 闫琴、汤小燕，“基于钻石模型的江苏省跨境电子商务竞争力分析”，《江苏工程职业技术学院学报》，2021年第1期，32页~36页。 29. 刘小平，“跨境电子商务现状及发展分析”，《现代营销》，2021年第3期，160页~161页。 30. 张夏恒，“新冠肺炎疫情对跨境电子商务带来的影响及应对”，《中国西部》，2020年第3期，96页~105页。 31. 王宇佳，“后疫情期中国跨境电商发展策略——基于GBDT模型研究”，《商业经济研究》，2021年第9期，80页~82页。 32. 宁怀英，“浅析新冠疫情下国内小微跨境顶啊上发展路径”，《商业文化》，2021年第4期，34页~35页。 33. 瓮瑾，“新冠肺炎对中小微跨境电商企业的影响及应对——以镇江市为例”，《中国市场》，2021年第14期，186页~187页。 34. 仇雪飞，“疫情背景下我国跨境电商物流发展路径分析”，《中国储运杂志》，2021年第4期，87页~89页。 35. 王昭君、肖萍，“疫情影响下我国跨境电商面临的困境与对策”，《中国经贸导刊》，2021年第5期，28页~30页。 36. 沈兼宇，“后疫情时代中国跨境电商逆势赋能外贸发展策略研究”，《对外经贸》，2020年第12期，53页~55页。 37. 章颖笛，"电商平台产品供应链发展探究——基于新冠疫情中‘口罩难求’现象的思考”, 《中国市场》，2021年第2期，188页~189页。 38. 李泽鑫、赵忠秀、薛瑞，“电子商务平台应用与企业出口国内增加值率——基于B2B商业模式的经验分析”，《国际贸易问题》，2021年第5期，49页~63页。 39. 于丹阳、陈镜羽、方于凡、刘新梅，“突发应急事件对电商企业的影响——基于新冠疫情期间京东数据的分析”，《产业与科技论坛》，2021年第8期，60页~63页。 40. 刘莎，“新冠疫情对湖南电商企业的影响分析”，《商场现代化》，2021年第2期，18页~20页。 41. 梁灼铭，“新冠疫情后小微企业跨境电商发展路径研究——以江门市为例”，《商场现代化》，2020年第14期，31页~33页。 42. 杨月锋，“关于疫情背景下的电子商务发展现状及对策探析”，《中国市场》，2020年第34期，194页~195页。 43. 方春妮、刘超，“新冠肺炎疫情对互联网线上体育用品市场影响的实证分析——来自阿里指数的证据”，《北京体育大学学报》，2020年第12期，84页至95页。 |

|  |
| --- |
| 5.论文提纲（写到二级标题）  题 目：  主题词：  第1章 引言  1.1 研究背景  1.2 研究意义及创新  1.3 研究方法  1.4 研究内容  第2章 文献综述  2.1 国外研究现状  2.2 国内研究现状  2.3 文献述评  第3章 概念界定与理论机制分析  3.1 概念界定  3.2 理论机制分析  第4章 疫情对我国网上零售额的影响实证分析  4.1 数据说明  4.2 典型事实  4.3 模型构建  4.4 基准回归结果分析  4.5 拓展分析  第5章 总结与展望  5.1 总结  5.2 研究展望 |