

学 号：22310310

# 天津商业大学宝德学院毕业设计（论文）

## 上市企业数字化转型对出口绩效的影响研究

### A Study on the Impact of Digital Transformation in Listed Enterprises on Export Performance

系： 经济贸易系  
专 业： 国际经济与贸易  
班 级： 2201  
学生姓名： 张 阳  
指导教师： 孟凡峰 讲师

2026年5月

# 目 录

内容摘要 .....	I
Abstract .....	II
1 导言 .....	1
1.1 研究背景与意义 .....	1
1.2 研究内容与方法 .....	2
2 文献综述 .....	3
2.1 数字化转型的相关研究 .....	3
2.2 出口绩效的相关研究 .....	3
2.3 创新能力与企业出口绩效的研究综述 .....	3
2.4 信息透明度的经济效应研究 .....	4
2.5 文献评述 .....	4
3 理论分析与研究假设 .....	5
3.1 数字化转型对企业出口绩效的影响 .....	5
3.2 基于动态能力视角的创新能力中介作用分析 .....	5
3.3 基于信号传递视角的信息透明度调节作用分析 .....	6
4 研究设计与变量说明 .....	7
4.1 计量模型构建 .....	7
4.2 变量说明与数据来源 .....	7
5 实证结果与分析 .....	10
5.1 基准回归分析 .....	10
5.2 稳健性检验 .....	12
5.3 异质性分析 .....	13
5.4 作用机制分析 .....	15
6 结论与研究展望 .....	18
6.1 研究结论 .....	18
6.2 管理启示与政策建议 .....	19

参考文献 .....	20
致 谢 .....	22

## 内容摘要

随着数字经济迅速发展，数字化转型也成了上市企业改善国际竞争力、推进出口质量升级的主要推力。本文以我国 A 股上市企业为研究对象，从数字化转型对企业的出口绩效影响入手，以此找出其内在作用机理。通过创建双向固定效应模型进行实证分析，研究结果显示，总体上来说数字化转型对企业出口绩效存在明显的促进效果。但其作用效果具有阶段性和条件性特征。经过分析发现，创新能力起到连接数字化水平和出口绩效的纽带作用，数字化转型通过影响企业的创新投入间接影响到出口绩效。信息透明度也在两者之间的相互作用中起着调节的作用，高信息透明度可以很好地强化数字化转型带来的积极导向。异质性特征分析结果表明，不同的企业在数字转型过程中所取得的出口绩效存在着较大的差异。本研究结果一方面为企业数字化转型的贸易效应提供了实证证据，另一方面为上市企业制定数字化发展战略提供了有益启示。

**关键词：**数字化转型；出口绩效；双向固定效应模型；创新能力；信息透明度

## **Abstract**

With the development of the digital economy, digitalisation has begun to be promoted in recent years to help Chinese enterprises go global and boost high-quality export development. A-share listed companies in China are the main subjects of this paper, and its purpose is to explore the impact and underlying reasons for changes in export performance due to digital transformation. Based on the two-way fixed-effects model in empirical analysis, it was found that digitalisation generally increases the export efficiency of enterprises, but this effect varies with time and different situations. After analysis, it is found that innovation ability plays a role in connecting the digital level and export performance. Digital transformation indirectly affects export performance by affecting the innovation input of enterprises. Information transparency also plays a regulating role in the interaction between the two. High information transparency can greatly enhance the positive orientation brought about by digital transformation. The results of heterogeneity characteristic analysis show that there are large differences in the export performance of different enterprises in the process of digital transformation. The research conclusion of this article provides empirical evidence for understanding the trade effect of digital transformation of enterprises, and provides useful inspiration for listed enterprises to formulate digital development strategies.

**Key Words:** digital transformation      export performance      two-way fixed effect model      innovation ability      information transparency

# 1 引言

## 1.1 研究背景与意义

### 1.1.1 研究背景

近几年来，数字经济已经成为了推动全球经济增长的主要驱动力。伴随着大量先进的技术和理念的迅猛发展，企业也进行了生产组织方式、经营管理模式以及竞争战略制定等方面的深层次变革。尤其是国际贸易中，数字化技术通过提高信息获取与处理效率、降低国际交易成本、改善生产资源的配置等，正在系统性地重塑企业的出口行为与国际竞争模式。

从国际视角来看，贸易保护主义抬头、地缘政治不确定性上升和全球需求波动上升，使企业国际贸易所面临外部风险增加<sup>[1]</sup>。在此情况下，单纯依靠成本优势或者规模扩张的传统出口模式已经不能保证企业在国际市场竞争中长期保持竞争优势。大量研究表明，数字化转型的应用可以提高企业的内部管理效率，改善供应链协作的能力，并且加快企业的市场响应速度，因此数字化转型成为了企业在面对国际环境不确定性时所采取的重要战略途径<sup>[2]</sup>。

从国内发展来看，在经济由高速增长转为高质量发展转型的关键时期。工业制造模式正在从原来只注重资源要素的投入转变为更重视效率提高和技术创新的发展过程。国家层面已经把数字经济作为重要的发展战略，并用多种政策手段来促进制造业数字化转型和外贸高质量发展的同步进行<sup>[3]</sup>。

### 1.1.2 研究意义

从理论上讲，现有的研究成果大多集中于数字化转型对于企业整体绩效<sup>[4]</sup>、生产效率或者技术创新<sup>[5]</sup>的影响，数字化转型与企业出口绩效直接联系起来并展开系统性实证分析的研究较少。除此之外，虽然部分文献提到了企业的国际化运作，但是对于数字化转型在外贸活动中所表现出来的作用机制却没有深入分析。

从实践上来说，由于全球贸易环境越来越动荡，企业面临交易成本增加、技术壁垒提高和国际市场竞争激烈的实际问题<sup>[6]</sup>。在这样的背景下研究数字化转型是否可行、怎样去优化企业的出口绩效，对于企业制定数字化转型规划有决定性的重要意义。

## 1.2 研究内容与方法

针对上市企业的数字化转型和出口绩效的关系，本文主要开展以下研究内容：

第一，查阅国内外关于数字化转型、出口绩效以及它们之间的作用机理研究文献并进行梳理；

第二，在理论分析的基础上，建立数字化转型对企业出口绩效影响的假设和分析框架；

第三，以 2010 年至 2024 年我国 A 股上市企业数据为样本，采用计量经济学的方法，从数字化转型对出口绩效的影响机制入手进行研究，同时对可能存在的中介效应及其调节效应进行分析；

第四，根据实证结果和研究结论提出相应的管理启示与政策建议。

在研究方法上，本文主要使用文献梳理法对现有的研究做系统的梳理；通过描述性统计对主要变量特征进行考察；在此基础上，通过建立双向固定效应的多元回归模型来探讨企业数字化转型对企业出口绩效的影响，以确保研究结论的科学性与稳健性。

## 2 文献综述

### 2.1 数字化转型的相关研究

随着数字技术在企业经营中的深入嵌入，学界关于数字化转型的认识也越来越丰富。早期主要研究信息系统建设对企业绩效的影响，大多数研究认为信息处理效率的提高和管理成本降低会推动经营绩效的增长<sup>[7]</sup>。随着数字技术不断发展，相关研究也从信息技术框架上脱离出来，把数字化转型理解成一个涉及企业战略调整、组织结构变革和业务流程重构的系统性过程<sup>[8]</sup>。在此之后，也有学者将关注点拓展到企业国际化经营方面，在研究中提到数字技术的应用可以减轻国际视角下信息不对称所带来的负面效果，并提高企业应对国际市场的响应能力和全球资源配置与供应链协同水平，对企业的出口绩效有所改善<sup>[9]</sup>。从研究结论来看，无论是宏观层面关于资源配置效率<sup>[10]</sup>和产业结构优化的分析，还是微观层面围绕企业绩效、创新能力与生产效率<sup>[11]</sup>的实证检验，大多认为数字化转型整体上具有促进作用<sup>[12]</sup>。另外也有研究指出，数字化转型实际效果并不是在各种不同的情境下都呈现出一致性<sup>[13]</sup>，它的作用程度受到行业特征、企业规模、内部治理能力、外部宏观环境等因素的共同影响，数字化转型更多体现为一项涉及技术、管理与组织协同推进的复杂变革过程<sup>[14]</sup>。

### 2.2 出口绩效的相关研究

出口绩效是衡量企业国际经营成果的重要指标，也是国际贸易和国际商务研究的核心议题。现有的研究大多认为，企业出口绩效不是单一因素影响的，它与企业自身的资源禀赋和经营能力有关，也跟外部市场环境、政策制度等息息相关。从企业内部来讲，盈利能力以及研发投入等都被证明和出口绩效存在密切关联<sup>[15]</sup>，企业的技术创新能力通过提高产品的差异化水平和技术含量来构筑起在国际市场的竞争壁垒，进而改善出口状况<sup>[16]</sup>。外部环境因素包括市场竞争程度、制度环境和贸易政策不确定性等，都会对企业的出口绩效起着决定性的作用<sup>[17]</sup>。由此可见现有研究从多个角度来分析出口绩效的影响因素，但是对于企业战略行为，特别是数字化转型怎样通过内部能力和外部环境影响出口绩效，还有进一步研究的空间。

### 2.3 创新能力与企业出口绩效的研究综述

创新能力一般被认为是一个企业获得持久市场竞争优势的重要的内在因素，是

促进出口绩效的主要驱动力。现有研究从多个角度来分析创新水平与出口行为之间的联系。有学者认为，技术创新会提高产品的差异化水平以及技术复杂度，使企业在国际市场的角逐当中取得更好的有利地位和更多的市场份额<sup>[18]</sup>。通过持续的研发投入，企业才能不断地去探索符合海外消费需要的新的产品类型，进而扩大贸易规模，提升出口业务的稳定性。

从微观上来讲，创新能力不仅体现在产品层面，还体现在生产工艺和管理模式的改进上。工艺创新可以减少单件的生产投入、提高最终产品质量一致性，从而提高企业在国际贸易领域中的成本优势<sup>[19]</sup>。管理创新则是优化内部流程和决策机制，提高企业对外部市场的响应速度，从而进一步提高出口绩效<sup>[20]</sup>。

## 2.4 信息透明度的经济效应研究

信息透明度是衡量信息披露的质量和可获得程度的重要指标，它能有效地降低信息不对称的程度，减轻外部主体的评估风险。提高信息透明度有利于增强投资者、债权人、商业伙伴对企业经营状况的认知，进而改善企业的融资环境以及市场评价<sup>[21]</sup>。

在国际贸易的背景下，信息不对称现象非常严重。海外采购商和合作方常常不能及时、公正地获得企业的实际经营状况，在贸易决策中存在着很高的不确定性。高信息透明度可以起到信任的标志作用，把企业的经营状况、发展前景等信息传递给国际市场，从而降低合作的壁垒以及违约的风险。这对企业拓展国际市场和建立长期稳定的合作关系起着十分重要的作用<sup>[22]</sup>。

有研究表明，信息透明度也会给企业的运作计划带来社会层面的反馈<sup>[23]</sup>。高信息透明度使企业经营布局更容易被外界的利益主体所识别和解读，并且企业的潜在正向经济效应也更可能被市场充分反映。在信息透明度较低的情况下，即使企业是有利于长期发展的战略决策，但因为外界的不了解导致效果被严重地低估。信息透明度既会影响到企业社会形象的好坏，又能间接影响到企业在一定层面的战略行为经济效果。

## 2.5 文献评述

综上所述，现有的研究从多个角度来分析数字化转型与企业出口绩效的关系，但是相关的研究还存在着很多不足，它的内在作用机制也还未得到深入的研究，并没有建立起一个综合的理论整合框架。

### 3 理论分析与研究假设

#### 3.1 数字化转型对企业出口绩效的影响

在数字经济背景下，企业所面临的国际市场环境呈现出高度不确定性。以往凭借规模扩大、低成本的传统出口方式已经失去了竞争力，企业需要依靠提高自身核心竞争力来增强抵御市场波动的能力。依靠把数字技术深度嵌入到企业生产、经营和管理的过程当中，为企业加强国际竞争力开辟出全新的发展路径。

第一，数字化转型可以提高企业对于数据的收集和处理能力。依靠数字技术，企业可以更快、更准地掌握海外市场需求变化、技术标准更新以及竞争格局的调整，从而提高企业决策的科学性及前瞻性。第二，数字化转型依靠改善内部运作流程、跨部门协作机制来减少企业运营成本，提升资源配置效率，有利于增强企业抵御国际贸易风险的能力。

因此，数字化转型可能依靠提高企业经营效率和加快市场响应速度来对企业出口绩效起到重要的作用。但是数字化转型并不只是简单的技术运用，其效果在很大程度上依赖于企业是否能够将数字化投入转化为实际能力优势，这也为进一步分析其作用机制提供实证支持的基础。

基于上述分析，提出假设 H1：数字化转型对企业出口绩效具有显著影响。

#### 3.2 基于动态能力视角的创新能力中介作用分析

动态能力理论认为，企业所拥有的核心竞争力并不是单纯的依靠已经存在的资源多少，而是在于它对资源进行持续整合、重组和更新资源的能力。动态能力被归纳为三个主要的特点，即感知、获取和整合。在国际贸易竞争日渐激烈的背景下，企业依靠动态能力来实现快速反应和持续创新，已经成为决定其出口绩效的主要因素<sup>[24]</sup>。

数字化转型可以提高信息处理能力，改善组织协同能力，为企业创新活动提供有力的支撑。并且数字技术的应用降低了企业在研发活动中获取外部信息和整合内部知识的成本，有助于企业更准确地识别技术发展趋势和海外市场需求。其次数字化的发展使得企业内部流程重组、优化跨部门协作机制，从而大大提高研发资源配置效率，增强创新活动的系统性和持续性。

创新能力的提高能让企业国际市场中形成竞争优势。依靠不断的科学技术发展与产品的不断更新，企业可以更好地适应海外市场多样的、高标准的要求，进而扩展产品的附加值以及提高自己的议价能力。同时，工艺创新、管理机制的优化可以减少单位产品的生产成本，提升产品稳定性，增强企业国际综合竞争力。因此，创新能力是企业将内部投入转化为出口绩效的重要传导环节。

数字化转型可以提高企业创新能力，提升企业国际技术优势和竞争优势，从而提升出口绩效。

因此，提出假设 H2：数字化转型通过提升企业创新能力，间接影响企业出口绩效，即创新能力在数字化转型与出口绩效之间发挥中介作用。

### 3.3 基于信号传递视角的信息透明度调节作用分析

信号传递理论起源于信息经济学，主要研究在信息不对称的情况下，拥有一定私有信息的一方怎样通过发出可信信号来影响另一方缺乏相应信息时做出的决策行为。在市场交易中，企业掌握更多的自身经营情况和未来发展信息，而外部主体则依靠可以观测到的信号来进行判断。在国际贸易的环境中，企业普遍与海外的采购商和合作伙伴之间存在着非常突出的信息不对称现象。海外主体一般不容易从企业的实际经营状况、战略执行效果来做出准确的评价，使得企业战略行为的经济后果在一定程度上依赖于外部市场的认知和解读<sup>[25]</sup>。

数字化转型属于具有长期性和内生性的战略行为，它的实际成效一般不能被外界所感知到。在高信息透明度下，企业的数字化转型所带来的积极信号才会更容易被外界所接收，潜在优势才有可能转变为实实在在的外贸收益。相反，在信息透明度低的情况下，即使企业完成了数字化转型，外界观察者也很难准确判断出它的实际成效，从而减小了数字化转型对出口绩效所起的影响作用。另外，信息透明度还可能影响企业战略投入的短期市场反馈。如果信息透明度较低，数字化转型造成的开支压力就容易被放大，长远效益也会被低估，进而对出口绩效产生不利影响。

基于上述分析，提出假设 H3：信息透明度对数字化转型与企业出口绩效之间的关系具有调节作用。

## 4 研究设计与变量说明

### 4.1 计量模型构建

本文所有模型采用面板数据回归方法使用 python 对企业数字化转型与出口绩效之间的关系进行实证检验。由于不同的企业在管理能力、经营战略及资源配置等各方面都存在不可观测的个体特征，同时宏观经济与全球贸易形势在一定时期内对企业出口绩效所造成的系统性影响，为了减小由于潜在未观测变量带来的估计偏差，本文加入个体及时间双重固定效应模型来提高回归结果的可信度，构建如下模型：

$$\text{Ln}(\text{exper}_{it}) = \beta_0 + \beta_1 \text{Dig}_{it} + \beta_2 \text{Controls}_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中 $\text{Ln}(\text{exper}_{it})$ ：是 i 企业第 t 年的出口绩效的对数； $\text{Dig}_{it}$ ：是 i 企业第 t 年的数字化转型指标； $\text{Controls}_{it}$ ：是控制变量，包括：资产负债率（Lev）、资产周转率（Ato）、账面市值比（Bm）、股权集中度（Top1）和资本密集度（Cl）； $\mu_i$ ：是个体效应； $\lambda_t$ ：是年份效应； $\varepsilon_{it}$ ：随机误差项。

### 4.2 变量说明与数据来源

本文所运用的数据主要取自国泰安（CSMAR）数据库。企业层面的财务数据、公司治理数据以及出口相关数据，均来源于国泰安数据库中的上市企业年度财务报表及相关子数据库。本文选用我国 A 股上市企业作为研究对象，研究时间区间为 2010 年至 2024 年。为了进一步保证实证结果的可靠性与稳健性，本文对原始数据进行了如下处理：首先，把 ST 类及金融行业上市企业样本进行剔除，原因在于其财务特征较为特殊，容易对模型拟合结果产生干扰；其次，把关键变量缺失率超过 20% 的观测值删除处理；最后，借助极端值修正方法，把连续型变量在 1% 和 99% 分位数处的数据完成修正，以此减弱异常值对统计结果带来的影响。在基准回归分析中，经过数据清理后最终保留 2961 家企业样本。由于部分企业在部分年份的数据缺失较为严重，因此进一步删除相关观测值后，最终得到 18889 个样本。后续不同模型中的企业数与样本数存在一定差异，主要是因为各模型所需变量并不完全一致，因此在对空白值进行处理后，得到的数据样本也会有所不同。本文采用两两表对应合并的方式进行处理，以便尽可能保留更多有效数据，从而提高模型分析的科学性，最终形

成一个非平衡面板数据集。此外，从样本情况也可以发现，随着年份不断增长，越来越多企业开始披露相关数据。这也说明数字化在一定程度上降低了企业信息披露成本。过去企业在披露财务数据时，需要投入大量人工进行整理、核对以及审计工作，不仅成本较高，而且效率相对偏低，因此越来越多企业开始向数字化模式进行转变。

#### **4.2.1 被解释变量**

本文在衡量出口绩效时，借鉴了莫莎（2024）<sup>[26]</sup>的研究方法，把企业出口销售收入的自然对数作为核心衡量指标。企业出口销售收入能够较为直接地反映其在国际市场中的经营能力以及出口水平，因此该指标在出口绩效相关研究中被较为广泛地运用。对该指标进行自然对数处理，一方面可以有效缓解异方差问题，减弱极端值对回归结果造成的影响，使不同规模企业之间的数据波动更加平稳，从而提高模型估计结果的稳健性以及统计推断的可靠程度；另一方面，也有助于改善数据分布特征，使其更加契合计量模型的基本要求，并进一步增强回归结果在经济学层面的解释能力。基于此，本文选用企业出口销售收入的自然对数作为出口绩效的代理变量，以提高实证分析结果的科学性与有效性。

#### **4.2.2 核心解释变量**

在企业数字化转型程度的衡量方面，本文参考了吴非（2021）<sup>[27]</sup>的研究思路，选取企业年度报告中有关大数据、云计算以及人工智能（AI）等数字技术相关词汇的出现频次，在完成汇总后再取自然对数，并把其作为企业数字化转型水平的代理变量。之所以选用该指标，主要原因在于企业年度报告能够较为系统地反映企业战略规划、技术投入以及经营重点，而数字化相关词汇的披露频率，则可以在一定程度上体现企业推进数字技术应用以及转型升级的实际情况。与此同时，对关键词出现频次进行对数化处理，不仅可以减少异常值带来的干扰，同时也能够增强数据的稳定性，从而进一步提高实证分析结果的准确性与可信度。

#### **4.2.3 中介变量**

为了进一步分析数字化转型对出口绩效产生影响的作用机制，本文选用企业创新能力作为中介变量，并把企业当年研发投入的自然对数作为衡量指标。研发投入能够在一定程度上反映企业对技术创新以及产品升级的重视程度，企业投入水平越

高，通常说明其具备更强的研发能力与创新动力，这对于推动技术进步、优化产品结构，以及提升企业在国际市场中的核心竞争力和环境适应能力都具有积极作用。因此，本文采用研发投入来衡量企业创新能力，可以较为有效地反映企业创新活动的实际水平。

#### 4.2.4 调节变量

本文将企业信息透明度作为调节变量，目的在于探究其对数字化转型与出口绩效之间关系的影响。有关信息透明度的数据来自国泰安数据库中的信息特色指标表结果进行衡量，具体按照披露质量等级赋值：A、B、C、D 分别赋值 4、3、2、1 分。能够反映企业对外信息披露的充分性和规范性，较高的信息透明度有助于降低信息不对称程度，改善企业外部治理环境，从而可能强化数字化转型的经济效果。

#### 4.2.5 控制变量

表 1 变量统计表

变量类型	变量	变量符号	定义
解释变量	数字化转型	Dig	Ln (1+年报中数字化相关关键词频率)
被解释变量	出口绩效	Ln(exper)	Ln (出口销售收入)
中介变量	创新能力	Inno	Ln (研发投入)
调节变量	信息透明度	Transparency	根据信息特色指标表赋值进行衡量
	资产负债率	Lev	负债总值/资产总值
	资产周转率	Ato	营业收入/平均资产总值
控制变量	账面市值比	Bm	资产总值/市值
	股权集中度	Top1	第一大股东持股比率
	资本密集度	Cl	资产总值/营业收入

本文参照现有探究企业数字化转型与出口绩效影响的相关文献<sup>[28][29]</sup>，筛选出具有存在潜在影响的变量，包括资产负债率（Lev）、资产周转率（Ato）、账面市值比（Bm）、股权集中度（Top1）、资本密集度（Cl），详细定义见表 1。

## 5 实证结果与分析

### 5.1 基准回归分析

#### 5.1.1 描述性统计

表 2 给出的主要变量描述性统计。出口绩效均值是 19.4408，标准差是 2.3412，说明样本企业的国际市场开拓规模存在较大的差异。数字化转型水平平均值为 0.9927，它的取值范围由最小值 0 扩展到最大值 3.7136，较好地说明了研究对象之间存在着很大的数字技术应用异质性。其余控制变量的取值范围和分布特征总体合理，未出现明显异常值。

表 2 描述性统计

变量名称	变量符号	观测值	均值	标准差	最小值	最大值
出口绩效	Ln(exper)	18889	19.4408	2.3412	4.5396	26.9492
数字化转型指标	Dig	18889	0.9927	0.8989	0	3.7136
资产负债率	Lev	18889	0.42	0.1757	0.0143	0.9723
资产周转率	Ato	18889	0.7199	0.5624	0.0231	11.9755
账面市值比	Bm	18889	0.5674	0.2563	0.0367	1.9015
股权集中度	Top1	18889	33.2398	14.5476	1.85	89.99
资本密集度	Cl	18889	2.0361	1.3571	0.0826	45.46

资料来源：根据 2010-2024 年我国的海关进出口数据统计库和国泰安数据库统计所得。

#### 5.1.2 变量相关性分析

表 3 给出了主要变量之间的相关系数矩阵。结果显示，数字化转型指标与出口绩效之间呈显著正相关。此外，各解释变量之间的相关系数整体较低，未发现高度相关的情况。

表 3 相关性分析

	Ln(exper)	Dig	Lev	Ato	Bm	Top1	Cl
Ln(exper)	1.000***						
Dig	0.045***	1.000***					
Lev	0.316***	0.012*	1.000***				
Ato	0.211***	-0.032***	0.196***	1.000***			
Bm	0.298***	-0.045***	0.417***	0.062***	1.000***		
Top1	0.080***	-0.111***	0.058***	0.097***	0.034***	1.000***	
Cl	-0.259***	0.015**	-0.176***	-0.512***	-0.005	-0.101***	1.000***

注：\*\*\*,\*\*,\*分别为对于 1%,5%,10%的显著性水平上的统计意义。

#### 5.1.3 多重共线性检验

为了评价模型是否存在多重共线性问题，本文用方差膨胀因子（VIF）来检验各个解释变量。根据表 4 的结果可以看出，所有的变量 VIF 值均小于 10，说明本模型不存在严重的多重共线性问题，回归分析结果具有较好的可靠性。

表 4 膨胀方差因子检验

	VIF	1/VIF
Dig	1.017	0.984
Lev	1.274	0.785
Ato	1.381	0.724
Bm	1.222	0.818
Top1	1.027	0.974
Cl	1.379	0.725

#### 5.1.4 基准回归结果

模型（1）所呈现的是未纳入控制变量时的回归结果，模型（2）则是在加入控制变量后的回归结果。

表 5 基准回归分析

	(1) Ln(exper)	(2) Ln(exper)
Dig	0.0547*** (2.77)	0.0604*** (3.21)
Ato		0.2085* (1.90)
Lev		1.357*** (7.67)
Bm		0.5860*** (4.96)
Top1		-0.0045 (-1.42)
Cl		-0.1921*** (-5.57)
常数项	19.3865*** (988.73)	18.8703*** (92.69)
个体固定效应	是	是
年份固定效应	是	是
观测值	18,889	18,889
R <sup>2</sup>	0.0157	0.1146

注：\*\*\*,\*\*, \*分别表示在 1%,5%,10%的水平上显著,括号内为 t 值.

表 5 为数字化转型对企业的出口绩效影响的基准回归分析结果。在只包含企业固定效应和年份固定效应的条件下，数字化转型指标对应的回归系数为 0.0547，在 1%的显著性水平上达到了统计学意义，说明数字化转型程度对企业的出口绩效有明显的积极影响。

在加入了控制变量之后的回归分析中，数字化转型指标的系数估计值为 0.0604，在 1%的置信水平上是显著的，这验证了基准模型结论是稳健的。从经济含义上看，由于出口绩效以出口销售收入的自然对数形式进行衡量，数字化转型水平的提高能够显著提升企业销售收入的相对增长水平。

总体而言，基准回归结果支持了本文的研究假设 H1，即数字化转型能够显著提升企业出口绩效。

## 5.2 稳健性检验

为进一步验证基准回归结论的严谨性，本文通过对解释变量滞后一期处理和更换解释变量测度方式来对回归结果进行稳健性检验。

表 6 稳健性检验

	(1)	(2)
	Ln(exper)	Ln(exper)
Dig	0.0616*** (2.89)	0.0106*** (2.86)
Lev	1.141*** (6.18)	1.349*** (6.65)
Ato	0.1654 (1.45)	0.2793** (2.57)
Bm	0.4799*** (3.91)	0.6611*** (4.98)
Top1	-0.0019 (-0.59)	-0.0113*** (-2.86)
Cl	-0.2055*** (-7.06)	-0.1971*** (-6.24)
常数项	19.1542*** (93.70)	18.5824*** (70.91)
个体固定效应	是	是
年份固定效应	是	是
观测值	15,929	10,522
R <sup>2</sup>	0.0922	0.1391

注：\*\*\*,\*\*,\*分别表示在 1%,5%,10%的水平上显著,括号内为 t 值.

### 5.2.1 解释变量滞后一期

由于企业数字化转型对企业出口绩效的影响存在较长的时间序列效应，并且存在潜在的反向因果关系，因此本文用一阶滞后变量来改进核心解释变量的设计方案。表 6 第(1)列回归分析结果说明，在一期滞后项加入之后，该变量的回归系数为 0.0616，在 1%的显著性水平下是显著的。该结论说明了数字化转型给企业出口绩效带来的积极作用。

### 5.2.2 更换解释变量

由于不同的数字化转型测度模型会对实证结果造成影响，因此本文选择国泰安（CSMAR）数据库发布的最新年度数据集，并使用更新后的指标体系重新计算各个企业数字化转型水平。根据优化之后的数据（表 6 第（2）列所示），核心变量仍然具有显著的统计学特征，回归系数为 0.0106，在 1%的置信区间内通过了 t 检验（t 值为 2.86）。该发现不但可以证明本文提出的“企业数字化转型对于其出口绩效有积极的促进作用”的假设是可靠的，而且也可以说明研究结果是有理论依据的。

### 5.3 异质性分析

虽然数字化转型普遍提高了企业的出口绩效，但是它受到内外部环境因素的影响很大，具有明显的异质性。根据动态能力理论、信号传递理论的分析框架可知，区域经济发展水平、产权制度设计、行业竞争格局等都会对数字化转型资源利用效率及经济产出产生影响，但是其影响的程度是不一样的。为了更深层次地探究数字化转型对于出口绩效的影响机制，并且考察它在不同环境下的表现形式，本文将行业竞争态势、地理区位属性和股权结构当作分类依据，利用分组计量模型来检验前面提出的假设是否成立。

从区域特征差异性上讲，沿海地带在对外开放水平、数字基础设施建设速度以及国际合作频次等各方面都比非沿海地区要高得多。区域内企业较早地进入了全球产业链分工体系当中，对于海外市场需求信息有更强的获取意愿。此类企业依靠数字化技术加强数据获取效率，提高跨境合作能力等方面有明显效果。与之相比，非沿海地区的中小企业由于资源分配的限制以及国际经营的制约，在依靠数字化转型来提升出口竞争力的时候会遇到更多的困难和挑战。

就所有制属性而言，国有企业和民营企业在资源配置、企业治理、战略规划等各方面存在较大差别。从资源获取能力上看，由于有政府背景以及政策支持，国有企业具备较好的资源整合能力；但是复杂的内部治理结构、多层利益约束机制等都会对它的数字化转型效果造成一定的影响。与之相比，在市场竞争中处于弱势地位的民营企业更重视运营效率的提高，把数字化转型当作改善经营绩效的主要手段，从而使得其在外贸方面的实践不同于国有企业的做法和发展规律。

行业竞争格局属于外部经营环境的重要组成，会对企业战略的制定产生很大的影响。在激烈的市场竞争中，为了提高企业的经营效率、降低企业的生产成本而进

行的数字化转型，可以给企业提供竞争优势。促进出口绩效的作用最明显的是资源约束、生存压力大的时候。相反，在竞争比较温和的行业里，因为企业对于变革的需求较低，所以其数字化转型所能够产生的边际收益也就较小。

表 7 异质性分析

	(1) 高竞争	(2) 低竞争	(3) 沿海	(4) 非沿海	(5) 国企	(6) 民营
Dig	0.0894*** (2.80)	0.0388 (1.15)	0.0675** (2.33)	0.0586** (2.21)	0.0668 (1.47)	0.0687*** (2.60)
控制变量	是	是	是	是	是	是
常数项	18.8693*** (66.35)	18.6230*** (56.35)	18.9767*** (61.89)	18.8341*** (67.19)	19.8355*** (40.685)	18.6091*** (74.50)
个体固定效应	是	是	是	是	是	是
年份固定效应	是	是	是	是	是	是
观测值	6,001	5,827	4688	9,994	2,867	7,655
R <sup>2</sup>	0.1376	0.0765	0.1535	0.0932	0.0628	0.1492

注：\*\*\*,\*\*,\*分别表示在 1%,5%,10%的水平上显著,括号内为 t 值.

### 5.3.1 按行业竞争程度划分

本文以行业勒纳指数为基础来建立分类模型，把勒纳指数大于均值的企业定义为高竞争型，小于均值的企业定义为低竞争型。根据以上分类体系，表 7（第 1、2 列）从市场竞争格局角度出发，对不同的企业数字化转型对企业出口绩效影响的机制以及量化效应进行了系统的评价。实证结果表明，在高竞争环境之下，数字化转型同企业出口业绩存在明显的正向联系（回归系数为 0.0894， $P < 0.01$ ），不过在低竞争状况下，二者之间的联系并未达到统计显著的程度（回归系数为 0.0388）。

在高竞争行业中，数字化转型对出口绩效的促进作用更为显著，可能原因在于激烈的市场竞争环境强化了企业对效率提升和成本控制的内在需求。面对更为频繁的产品替代和价格竞争，企业更倾向于通过数字技术提升生产组织效率、优化供应链管理和加快市场响应速度，从而将数字化转型的优势更快地转化为出口竞争力。相比之下，在低竞争行业中，企业面临的市场压力相对较小，数字化转型的边际收益可能不足以在短期内显著反映在出口绩效上，从而导致其影响不够显著。

### 5.3.2 按地区划分

根据企业的地理区位特征，用沿海和非沿海两种地区来划分，用分组回归模型对数据进行实证检验。根据表 7（3）、（4）可知，在沿海地区样本中数字化转型水平的回归系数为 0.0675，在 1%的显著性水平下通过了统计检验，在非沿海地区样本

中，该指标的回归值为 0.0586，在 5% 的显著性水平下也达到了要求。

沿海地区企业中数字化转型效应相对更强，可能与区域开放程度和要素禀赋条件密切相关。沿海地区通常具备更完善的基础设施条件、更高水平的对外开放以及更成熟的国际市场网络，数字化转型所带来的信息整合和运营优化优势更容易与外部市场环境形成协同效应，从而促进出口绩效的提升。相比之下，非沿海地区企业虽然同样能够通过数字化转型改善内部管理和生产效率，但其在国际市场接入和外贸资源配置方面仍面临一定约束，数字化转型对出口绩效的促进效应相对受到限制。

### 5.3.3 按股权结构划分

本文依据股权结构将企业分为国企和民营两类；表 7 第（5）列和第（6）列进一步从股权结构角度考察数字化转型效应的差异。结果显示，在国有企业样本中，数字化转型指标的回归系数为 0.0668，未达到常规显著性水平；而在民营企业样本中，数字化转型指标的回归系数为 0.0687，且在 1% 显著性水平下显著。

数字化转型在民营企业中的促进作用更为显著，可能源于民营企业在经营决策和资源配置方面具有更强的灵活性和市场导向特征。民营企业在推进数字化转型过程中，更倾向于围绕市场需求和出口目标进行技术应用和业务调整，使数字化投入更容易转化为实际经营绩效。相比之下，国有企业在经营目标、激励机制以及组织层级等方面可能面临一定的制度约束，数字化转型的实施效果在短期内不易充分体现，从而导致其对出口绩效的促进作用相对不显著。

## 5.4 作用机制分析

### 5.4.1 中介机制分析

为检验创新能力是否在数字化转型影响出口绩效的过程中发挥中介作用，本文参考温忠麟等（2004）<sup>[30]</sup>的三步法构建以下中介机制的计量模型：

$$\text{Ln}(\text{exper}_{it}) = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Dig}_{it} + \alpha_2 \text{Controls}_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

$$\text{Inno}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{Dig}_{it} + \beta_2 \text{Controls}_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

$$\text{Ln}(\text{exper}_{it}) = \gamma_0 + \gamma_1 \text{Dig}_{it} + \gamma_2 \text{Inno}_{it} + \gamma_3 \text{Controls}_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

其中， $\text{Inno}_{it}$  代表企业的创新能力。回归结果如下表 8 所示。

表格第（2）列是公式（3）的回归结果，结果显示数字化转型的系数为 0.0301，在 5%水平上显著(t=2.53)。这说明数字化转型能够显著促进企业的创新能力技术提升，即数字化转型有助于企业提升创新能力。表格第（3）列是公式（4）的回归结果，结果显示创新能力的系数为 0.3272，在 1%水平上高度显著(t=7.49)，表明创新能力是出口绩效的重要驱动因素。同时，数字化转型的系数为 0.0492，小于第（1）列模型的系数 0.0604，说明数字化转型对于出口绩效的影响有一部分是通过创新实现的，验证了创新能力的中介效应。

表 8 中介机制分析

	(1) Ln(exper)	(2) Inno	(3) Ln(exper)
Dig	0.0604*** (3.21)	0.0301** (2.53)	0.0492** (2.41)
Inno			0.3272*** (7.49)
控制变量	是	是	是
常数项	18.8703*** (92.69)	22.8508*** (179.64)	11.3612*** (11.30)
个体固定效应	是	是	是
年份固定效应	是	是	是
观测值	18,889	11404	11404
R <sup>2</sup>	0.1146	0.0926	0.2260

注：\*\*\*,\*\*, \*分别表示在 1%,5%,10%的水平上显著,括号内为 t 值。

根据前期基准回归分析可以得出结论，数字化转型对企业出口绩效有明显的积极影响，主要是由于它对企业创新能力的改善。在此框架之下，创新能力被当作核心的中介变量，在数字化转型同出口绩效之间存在联系的时候，它起到了桥梁作用。

经过研究发现，实证结果支持 H2：数字化转型可以有效地提高企业出口绩效的主要原因是创新能力发挥了中介作用。

#### 5.4.2 调节效应分析

为研究信息透明度在企业数字化转型对出口绩效影响中的调节作用，本文构建了以下模型：

$$\text{Ln}(\text{exper}_{it}) = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Dig}_{it} + \alpha_2 \text{Controls}_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

$$\text{Ln}(\text{exper}_{it}) = \beta_0 + \beta_1 \text{Dig}_{it} + \beta_2 \text{Transparency}_{it} + \beta_3 \text{Controls}_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

$$\text{Ln}(\text{exper}_{it}) = \gamma_0 + \gamma_1 \text{Dig}_{it} + \gamma_2 \text{Transparency}_{it} + \gamma_3 \text{Dig}_{it} * \text{Transparency}_{it} + \gamma_4 \text{Controls}_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

其中，Transparency<sub>it</sub>是企业的信息透明度，表 9 展示了回归结果。

表 9 第 (1) 列的回归分析结果表明, 在控制了企业的特征变量之后, 用双向固定效应模型得出的结果中, 数字化转型指数和出口绩效呈正相关关系, 系数为 0.0604, t 值为 3.21,  $P < 0.01$ 。从以上结果可以看出, 数字化转型程度越高, 企业国际竞争力越强, 出口绩效越好。

表 9 第 (2) 列在基准模型中进一步引入企业信息透明度变量后, 数字化转型对出口绩效的影响系数有所下降但仍保持显著 (系数为 0.0428,  $t = 2.04$ ,  $p < 0.05$ ), 同时信息透明度本身对出口绩效具有显著正向作用 (系数为 0.0626,  $t = 2.10$ ,  $p < 0.05$ ), 说明较高的信息透明度有助于企业出口绩效的提升。

表 9 第 (3) 列在模型中加入数字化转型与信息透明度的交互项后, 数字化转型指标对企业出口绩效具有显著正向影响 (系数为 0.0421,  $t = 2.00$ ,  $p < 0.05$ ) 交互项系数为正且在 5% 水平上显著 (系数为 0.0632,  $t = 2.24$ ), 表明信息透明度在数字化转型影响出口绩效的过程中发挥了显著的正向调节作用。

表 9 调节效应分析

	(1)	(2)	(3)
	Ln(exper)	Ln(exper)	Ln(exper)
Dig	0.0604*** (3.21)	0.0428** (2.04)	0.0421** (2.00)
Transparency		0.0626** (2.10)	0.0631** (2.13)
Dig*Transparency			0.0632** (2.24)
控制变量	是	是	是
常数项	18.8703*** (92.69)	18.4113*** (80.53)	18.6668*** (88.73)
个体固定效应	是	是	是
年份固定效应	是	是	是
观测值	18889	9993	9993
R <sup>2</sup>	0.1146	0.1230	0.1247

注: \*\*\*, \*\*, \* 分别表示在 1%, 5%, 10% 的水平上显著, 括号内为 t 值。

具体而言, 交互项结果表明, 随着企业信息透明度水平的提高, 数字化转型对出口绩效的促进作用显著增强, 反之亦然。从模型整体拟合效果来看, 随着信息透明度变量及交互项的引入, 模型的解释力逐步提升, R<sup>2</sup> 由 0.1146 提高至 0.1247, 说明考虑信息透明度及其调节效应能够更好地解释企业出口绩效的差异。

综上, 实证结果支持假设 H3, 即企业信息透明度在数字化转型与出口绩效之间发挥显著的正向调节作用。

## 6 结论与研究展望

### 6.1 研究结论

通过实证分析本文得出创新能力以及信息透明度在数字化转型与出口绩效间起着重要的中介作用和调节作用，并且不同的企业特征下有显著的异质表现。研究成果如下：

第一，数字化转型对于出口绩效的促进作用比较明显。从稳健性检验可知，即使用滞后项和改变测度方法，核心自变量的回归结果仍然显著，说明数字化转型对出口绩效的促进作用是稳定的。这一结果表明，利用数字技术改善生产流程、改良管理决策机制，可以明显提升企业应对市场的适应水平和运作速度，进而对企业的国际贸易收益产生积极的推动作用。

第二，数字化转型对于出口绩效的影响存在明显的异质性特点。异质性检验结果表明，在高竞争度产业、沿海地区、民营企业中，数字化转型对企业的出口绩效有明显促进作用，在低竞争度产业、非沿海地区、国有企业中，数字化转型对企业出口绩效的促进作用不大或者没有影响。上述现象说明企业所处的市场竞争环境、地理区位优势以及企业的治理结构等各方面的差异都会影响到企业的数字化转型效果和经济收益的实现。

第三，创新能力对于数字化转型背景下的出口绩效影响机制来说，有着明显的作用中间机制。实证研究显示，数字化转型对企业的创新水平有明显的促进作用，说明了它所起的中介作用的一些途径。数字化转型不能直接促使出口绩效增长，而是经由加强研发强度和技术革新能力来改善企业国际竞争力，进而对出口绩效起到优化的作用。

第四，信息透明度对于企业数字化转型同国际贸易绩效之间的联系具有明显的调节效应。实证回归分析结果表明，信息透明度本身对出口绩效有正向促进作用，数字化转型与信息透明度的交互作用系数也为正数，说明信息透明度越高，数字化转型对企业出口绩效的正向促进作用就越强。经由进一步研究得知，改善信息披露机制可以有效地提高数字化转型战略的实际成效，从而促使企业达到更好的出口绩效目标。

## 6.2 管理启示与政策建议

### 6.2.1 研究启示

第一，企业应将数字化转型作为提升出口竞争力的长期战略选择。数字化转型并非短期行为，其对出口绩效的积极影响需要通过持续投入和能力积累逐步显现。企业应结合自身发展阶段和国际市场定位，系统推进数字技术在生产、管理和供应链环节的深度应用。

第二，注重以创新能力为核心，推动数字化转型成果转化。研究表明，创新能力是数字化转型影响出口绩效的重要传导机制。企业在推进数字化转型的同时，应加大研发投入，优化资源配置，避免“重数字化形式、轻创新实质”的转型误区。

第三，提升信息透明度，放大数字化转型的市场效应。企业应完善信息披露制度，提高信息披露质量和一致性，以增强外部市场对其战略行为的理解和信任，从而更有效地释放数字化转型的经济效应。

第四，政策制定应关注企业异质性，实施差异化支持措施。政府部门在推动企业数字化转型过程中，应充分考虑行业竞争程度、区域条件和企业所有制差异，针对民营企业、高竞争行业和沿海地区的特点制定更具针对性的支持政策，同时为国有企业、低竞争行业和非沿海地区企业创造更有利的转型环境。

### 6.2.2 未来展望

尽管本文在数据和方法上力求严谨，但仍存在一定局限性，有待未来研究进一步拓展。

第一，在变量测度方面，本文对数字化转型的衡量主要基于年报文本信息和数据库，尽管已进行稳健性检验，但仍难以刻画企业数字化转型的深度和质量。未来研究可结合更细粒度的业务数据或案例分析，对数字化转型过程进行更深入刻画。

第二，在作用机制方面，本文重点考察了创新能力的中介作用和信息透明度的调节效应，但数字化转型影响出口绩效的路径可能更加多元，例如通过供应链协同、组织结构调整或人力资本升级等渠道发挥作用，有待进一步系统检验。

第三，在研究对象方面，本文以 A 股上市企业为样本，研究结论在非上市企业或中小企业中的适用性仍需进一步验证。未来研究可扩展样本范围，对不同类型企业进行比较分析。

## 参考文献

- [1] 史丹.数字经济条件下产业发展趋势的演变[J].中国工业经济,2022(11):26-42.
- [2] 蒋春晓,庄晓雯.浅析数字经济时代下跨境电商对国际贸易的影响[J].现代商业研究,2024(13):5-7.
- [3] 王莹.数字经济推动国际贸易转型升级的策略研究[J].商场现代化,2025(23):103-106.
- [4] 王卫星,赵丽敏.数字化转型、营运资金管理效率与企业绩效——来自商贸流通企业的经验[J].会计之友,2025(01):55-62.
- [5] 王凯.商业银行数字化转型对企业持续创新能力的影响研究[J].金融理论与实践,2025(09):93-104.
- [6] 郭思佳.全球化背景下国际贸易壁垒的新趋势及其应对策略研究[J].商业经济,2025(01):97-99+144.
- [7] Stores F ,Diah M L M ,Abdullah H N , et al. The Impact of Information Technology Investment on Firms Performance [J]. IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development), 2018(1): 43-55.
- [8] Abudaqa A ,Alzahmi A R ,Almujaini H , et al. Does innovation moderate the relationship between digital facilitators, digital transformation strategies and overall performance of SMEs of UAE? [J]. International Journal of Entrepreneurial Venturing, 2022(3): 330-350.
- [9] Zhao X . The Impact of Digital Transformation on Enterprises' Internationalization Strategy - A Study Based on Unilever [J]. Financial Economics Research, 2025(3): 188-207.
- [10] 祝建军,肖雨欣.企业数字化转型与资源配置效率[J].时代经贸,2025(05):115-118.
- [11] 陈旭,毛晴,刘成凤,等.数字化转型赋能制造业企业价值创造研究[J].中国商论,2024(24):148-151.
- [12] 姚仪婷,张益斌.数字化转型对制造业企业经营绩效的影响[J].商业观察,2025(30):28-31.
- [13] 沈国兵,袁征宇.企业互联网化对中国企业创新及出口的影响[J].经济研究,2020(01):33-48.
- [14] 林川.怎样的数字化转型更有利于企业国际化经营?[J].西部论坛,2023(05):18-35.
- [15] 王奇珍,朱英明.技术创新的出口增长集约边际效应——基于企业产品创新的视角[J].国际经贸探索,2016(02):48-62.

- [16] 李计广,张静,范松梅.企业创新与出口绩效——基于绿色技术与绿色产品的再考察[J].南开学报(哲学社会科学版),2025(01):135-148.
- [17] 姬潇涵,周定根,刘东华.环境规制与中国制造企业出口升级——基于节能低碳政策的准自然实验证据[J].生态经济,2022(04):137-144.
- [18] 陈相蓉.我国新能源汽车企业财务指标对净资产收益率的影响研究[J].现代商业,2025(24):189-192.
- [19] 董一帆,满庆鹏,韩梓和,等.建筑领域新质生产力核心要素识别与作用机制研究[J].工程管理学报,2025(06):6-12.
- [20] 刘庆玲.消费结构升级背景下财税政策对企业创新经营的导向作用[J].现代商业,2025(24):119-122.
- [21] 陈小知,郑沃林.社会信用体系建设对企业耐心资本培育的影响——兼论企业长期投资的形成[J].河北经贸大学学报(综合版),2025(04):73-78.
- [22] 张园园,孙兰兰,王竹泉.商业信用融资能否提高实体经济的资本效率——基于经济政策不确定性的视角[J].现代财经(天津财经大学学报),2020(11):53-67.
- [23] 毕鹏,李添.环境规制与企业战略选择:趋同化还是差异化[J].财会月刊,2025(19):66-71.
- [24] 周文,余琦.数字经济与企业组织形态变革[J].江西财经大学学报,2025(6):63-74.
- [25] 张志元,马永凡.政府补助与企业数字化转型——基于信号传递的视角[J].经济与管理研究,2023(1):111-128.
- [26] 莫莎,姚茜丹.数字化、企业异质性与出口绩效[J].国际商务(对外经济贸易大学学报),2024(01):21-40.
- [27] 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(7):130-144.
- [28] 黄玲燕,阮攀蓉.制造业企业数字化转型对出口绩效的影响研究[J].对外经贸,2024(05):36-41.
- [29] 黄楠,孔锐.欧盟碳边境调节机制对我国企业出口绩效影响研究[J].中国注册会计师,2025(12):66-75.
- [30] 温忠麟,张雷,侯杰泰,等.中介效应检验程序及其应用[J].心理学报,2004(5):614-620.

## 致 谢

在论文的选题、研究和撰写过程中，我有幸得到多位老师、同学及家人的指导、帮助与支持，在此谨致以诚挚的谢意。

首先，特别感谢我的指导教师孟凡峰老师。导师在论文选题的确定、研究框架的设计、方法选择的论证以及文稿的多次修改等方面，给予了我耐心、细致且极具启发性的指导，让我在学术思维和论文规范上获益良多。

同时，衷心感谢各位任课教师及其他老师在学习期间所给予的教诲与宝贵建议，为本研究的顺利开展奠定了重要的知识基础。

此外，我也要向论文中所引用和参考的各位学者前辈致以敬意与感谢，他们的研究成果为本文提供了重要的理论支撑与思想启发。

最后，深深感谢我的家人和同学。感谢家人在漫长求学与论文写作期间给予的理解、包容与无私支持；感谢同学们在学习与生活中的陪伴、鼓励与诸多实际帮助。

谨以此文，向所有关心、指导和支持我完成学位论文的师长、亲友及各界人士，表示最诚挚的谢意。