

跨境电商综试区设立的入境旅游经济驱动效应研究 ——一项准自然实验

徐保昌¹, 李 涵¹, 郭玉明²

(1. 青岛大学经济学院, 青岛 266061; 2. 山东大学经济学院, 济南 250100)

摘要: 跨境电商综试区设立是中国推进高水平对外开放、加强国际间经济文化交流的重要举措, 在繁荣经济活动的同时为入境旅游发展提供了契机。以跨境电商综试区的设立作为一项准自然实验, 利用2010—2019年中国282个地级市平衡面板数据, 采用多期双重差分方法评估跨境电商综试区设立对入境旅游发展的影响效应。研究发现: 跨境电商综试区的设立显著促进了入境旅游发展; 影响机制检验表明, 跨境电商综试区通过对外开放效应与互联网建设效应促进入境旅游发展。异质性检验表明, 跨境电商综试区对入境旅游发展的促进效应在省会城市更显著, 而在超大城市和特大城市不显著。研究结果为发挥中国跨境电商综试区政策的福利效应、实现新发展阶段入境旅游高效复苏提供了经验依据。

关键词: 跨境电商综试区; 入境旅游; 对外开放; 互联网水平

1978年改革开放以来, 中国入境旅游在创造外汇、促进经济发展等方面取得了巨大成果^[1], 据《中国入境旅游发展报告2020》数据显示, 2019年中国接待入境游客已达1.45亿人次, 同比增长2.9%。作为旅游业的三大支柱之一, 入境旅游的发展状况不仅标志着中国旅游业的国际化水平及产业成熟程度^[2], 同时也与外贸活动的开展息息相关。

在国务院2022年发布的《“十四五”旅游业发展规划》中提出要建设旅游枢纽城市和重点旅游城市, 其中大部分城市曾被设立为跨境电子商务综合试验区(简称“跨境电商综试区”)。由此可见, 跨境电商综试区政策作为中国推进贸易新业态发展、实施高水平对外开放、推动跨境电子商务健康发展的重要举措, 自2015年中国第一批跨境电商综试区设立以来, 不仅繁荣了地区国际贸易活动, 同时也为入境旅游发展提供了契机^[3,4]。但跨境电商综试区的设立与入境旅游发展之间是否存在必然联系? 二者之间的影响机制是什么? 设立跨境电商综试区对入境旅游的影响在不同行政等级城市 and 不同规模城市之间是否存在差异? 这些问题仍亟待解决, 以及在面对“百年未有之大变局”, 全球旅游业不确定性增加等不利冲击, 特别是当今中国进出境旅游市场逐步开放的关键时期, 如何通过跨境电商综试区赋能入境旅游发展, 落实《“十四五”旅游业发展规划》的决策部署以实现新发展阶段入境旅游的复苏, 是当今阶段需要考虑的重要问题。

通过既有研究发现, 以往学者主要从规范分析的角度评估跨境电商综试区建设现状和成效^[5], 以及从传统贸易的视角对跨境电商综试区的直接效应进行分析^[6], 而对影响入

收稿日期: 2023-05-15; 修订日期: 2023-07-27

基金项目: 国家自然科学基金项目(71903105); 山东省自然科学基金项目(ZR2018BG009); 山东省高等学校青创科技计划项目(2022RW032); 泰山学者工程专项经费资助(tsqn202306167)

作者简介: 徐保昌(1986-), 男, 山东兖州人, 博士, 副教授, 硕士生导师, 研究方向为产业政策评估。

E-mail: xbc@qdu.edu.cn

境旅游发展的国家政策的研究主要聚焦在“一带一路”倡议^[7]等,关于跨境电商和入境旅游的相关研究仍亟待补充^[8]。随着中国跨境电商综试区政策的不断落实发展,国务院在2021发布的《“十四五”对外贸易高质量发展规划》、2022年发布的《“十四五”旅游业发展规划》等文件中提出,要积极支持旅游业的数字化改造,推动跨境服务供需的精准匹配,推动旅游电子商务创新,多次强调了跨境电商与旅游业的融合发展。因此探究跨境电商综试区这一国家政策对入境旅游发展的影响,对于推动跨境电商综试区建设及城市入境旅游发展具有重要的现实意义。

与本文研究密切相关的第一类文献为跨境电商综试区的相关研究。实证角度,部分学者对该政策产生的影响进行研究并认为跨境电商综试区能够对产品出口起到促进作用^[9,10]。基于国内跨境电商物流企业2016年9月至2019年8月“城市—行业—月度”层面的运单数据,马述忠等^[9]运用双重差分法检验发现,中国跨境电商综试区的相关制度创新有效促进了城市内跨境电商出口,并且在消费品、中间品、中低技术及低技术产品等行业更为显著。同样地,温湖炜等^[10]采用中国34个城市的季度面板数据研究发现,跨境电商试点政策能够通过贸易渠道影响电商类产品所在行业的出口贸易。理论角度方面,学者对跨境电商综试区建设现状、成效及存在问题进行了定性分析^[5,11,12]。自跨境电商综试区设立以来,经过不断探索已形成了一批可复制、可推广的经验做法,肖亮等^[11]认为其创新演化机理可分为创新培育、创新突破、创新深化和创新扩散四个阶段。进一步地,韦大宇等^[5]通过对前三批跨境电商综试区考察发现,前三批综试区在制度创新、经验推广、丰富贸易规则、促进国家战略发展等方面成效显著。尽管如此,跨境电商综试区仍存在核心竞争力薄弱、监管服务创新能力不足、服务重点不突出等诸多问题亟待解决^[12]。

与本文相关的另一类文献是对入境旅游发展的相关研究,集中围绕入境旅游发展的影响因素展开分析,涉及环境质量^[13]、经济发展水平^[14-16]、交通基础设施^[17]、互联网发展水平^[18]、旅游资源禀赋^[19]、政府宏观调控^[7]、商务活动^[20,21]等。刘玉萍等^[20]通过对入境旅游和对外贸易的时间序列数据进行单位根检验、协整分析和格兰杰因果检验,发现对外贸易进口额的增长可以促进入境旅游人数的增加。同样地,万绪才等^[21]研究发现,对外经济因素在入境旅游发展过程中所起的作用远大于旅游产品、区位距离等因素,尤其是对于主要客源为商务型入境游客的外向型经济发达城市来说,入境旅游发展与对外经贸因素密不可分。Hussain^[17]基于1996—2020年140个“一带一路”沿线国家的数据,利用主成分分析法生成入境和出境旅游指数,研究发现包括贸易开放在内的航空和铁路运输长期对入境和出境旅游都具有积极影响。宣国富^[19]通过构建指标分析发现影响中国各省份入境旅游规模的因素主要有经济发展水平、旅游资源禀赋、城市职能结构和区域经济发展等。徐雨利等^[7]基于中国2008—2019年省际面板数据,通过构建全局超效率SBM模型和双重差分模型探究“一带一路”倡议对沿线重点省份入境旅游效率的影响,结果发现,“一带一路”倡议对沿线重点省份入境旅游效率的影响主要通过宏观调控实现。另外,还有部分研究对入境旅游在不同地区发展的差异化及时空演变规律进行分析^[21-23],大多认为入境旅游发展在不同地区之间存在较大差异。万绪才等^[21]认为入境旅游发展较好的城市大多位于东部地区。同样地,林志慧等^[22]基于1997—2017年中国60个城市入境旅

游经济发展数据也发现,中国东、中、西三大地区间差异显著,东部地区城市合作最紧密。总的来看,入境旅游发展受外部因素影响明显,并且在不同地区间差异显著。

通过对相关文献进行综合梳理可以发现,目前已有研究关注到电子商务与旅游业发展之间的联系,如马勇等^[8]通过分析旅游目的地电子商务网络构建体系和构建模式,提出了在电子商务环境下旅游目的地营销的创新对策。孙琪霞等^[24]以携程网(<https://www.ctrip.com>)的出境跟团游市场为研究对象,通过格兰杰因果检验深入探究了旅游电商平台的吸引效应对旅游线路供给丰裕度的影响。这些研究为本文进一步理解入境旅游发展奠定了一定的理论基础,但有关跨境电商综试区政策对入境旅游影响效应的研究较为匮乏。尽管跨境电商综试区政策在推动跨境电商发展方面起着重要作用,但其对入境旅游领域的影响和潜力尚未得到充分的挖掘与探究。因此,进一步探究跨境电商综试区政策对入境旅游发展的经济驱动作用以及可能带来的积极影响,对于更好地理解跨境电商综试区政策在促进中国入境旅游发展方面的作用和潜能,进一步推动入境旅游复苏有着重要的现实意义。

相比以往研究,本文的边际贡献主要体现在以下几个方面:(1)既有研究更多集中分析跨境电商综试区对传统贸易的经济效应,鲜少研究跨境电商综试区对关联产业的影响。而本文研究跨境电商综试区设立对入境旅游发展的影响,从旅游业角度拓展了跨境电商综试区相关研究视角,为探究跨境电商综试区与相关产业的双赢提供可行思路,同时为更好地发挥跨境电商综试区对入境旅游发展的促进效应、总结区域优势、推广先进经验提供政策参考。(2)以往研究在对入境旅游的研究方法上大多采用数据包络分析法^[25]、引力模型^[26]等测度入境旅游效率,进而分析经济发展水平^[14-16]、交通基础设施^[17]、互联网发展水平^[18]等因素对入境旅游的影响。而本文采用多期双重差分方法评估跨境电商综试区设立对入境旅游发展的影响,丰富了入境旅游的相关研究方法;同时利用入境旅游人数和外汇旅游收入两种衡量指标对入境旅游发展状况进行评估,结果均表明跨境电商综试区设立对入境旅游具有促进效应,增强了研究结论的可靠性。(3)现有文献大多利用国家层面或省级层面的数据来对入境旅游发展状况展开相关研究,而本文使用地级市层面的微观数据,在数据选择方面更加科学合理,能够更细致地探究在跨境电商综试区影响下地级市入境旅游发展状况,为国家进一步实施差异化、针对性的发展方针提供经验证据。

1 研究方法 with 数据来源

1.1 研究区概况

本文选取中国自2015年起设立的第三批跨境电商综试区试点城市为研究对象,表1为历年跨境电商综试区获批城市及时间。中国对跨境电商的培育工作早在2011年就已启动,2011年国务院发布《关于开展国家电子商务示范城市创建工作的指导意见》(以下简称“《意见》”),《意见》中提出要开展电子商务示范城市创建工作,着力解决电子商务发展中出现的问题,进一步促进电子商务健康快速发展。随后在2015年3月,国务院发布《关于同意设立中国(杭州)跨境电子商务综合试验区的批复》,中国首批跨境电商综试区成立,标志着跨境电商综试区政策上升到了国家战略层面。在首批跨境电商综试区设立后,为进一步落实跨境电商综试区建设,国务院于2015年5月发布《关于大力发

表1 跨境电商综试区获批城市及时间

Table 1 The approved city and time of cross-border e-commerce comprehensive pilot zones

时间	数量/个	城市
2015年3月	1	杭州市
2016年1月	12	宁波市、天津市、上海市、重庆市、合肥市、郑州市、广州市、成都市、大连市、青岛市、深圳市、苏州市
2018年7月	22	北京市、呼和浩特市、沈阳市、长春市、哈尔滨市、南京市、南昌市、武汉市、长沙市、南宁市、海口市、贵阳市、昆明市、西安市、兰州市、厦门市、唐山市、无锡市、威海市、珠海市、东莞市、义乌市
2019年12月	24	石家庄市、太原市、赤峰市、抚顺市、珲春市、绥芬河市、徐州市、南通市、温州市、绍兴市、芜湖市、福州市、泉州市、赣州市、济南市、烟台市、洛阳市、黄石市、岳阳市、汕头市、佛山市、泸州市、海东市、银川市
2020年4月	46	雄安新区、大同市、满洲里市、营口市、盘锦市、吉林市、黑河市、常州市、连云港市、淮安市、盐城市、宿迁市、湖州市、嘉兴市、衢州市、台州市、丽水市、安庆市、漳州市、莆田市、龙岩市、九江市、东营市、潍坊市、临沂市、南阳市、宜昌市、湘潭市、郴州市、梅州市、惠州市、中山市、江门市、湛江市、茂名市、肇庆市、崇左市、三亚市、德阳市、绵阳市、遵义市、德宏傣族景颇族自治州、延安市、天水市、西宁市、乌鲁木齐市
2022年1月	27	鄂尔多斯市、扬州市、镇江市、泰州市、金华市、舟山市、马鞍山市、宣城市、景德镇市、上饶市、淄博市、日照市、襄阳市、韶关市、汕尾市、河源市、阳江市、清远市、潮州市、揭阳市、云浮市、南充市、眉山市、红河哈尼族彝族自治州、宝鸡市、喀什地区、阿拉山口市
2022年11月	33	廊坊市、沧州市、运城市、包头市、鞍山市、延吉市、同江市、蚌埠市、南平市、宁德市、萍乡市、新余市、宜春市、吉安市、枣庄市、济宁市、泰安市、德州市、聊城市、滨州市、菏泽市、焦作市、许昌市、衡阳市、株洲市、柳州市、贺州市、宜宾市、达州市、铜仁市、大理白族自治州、拉萨市、伊犁哈萨克自治州

展电子商务加快培育经济新动力的意见》，将提升对外开放水平设立为跨境电商综试区发展目标之一。随后，试点范围不断扩大，跨境电商的发展体系不断得到完善，与此同时，2016年3月发布的《财政部 海关总署 国家税务总局关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》、2018年12月发布的《六部门关于完善跨境电子商务零售进口监管有关工作的通知》等一系列政策，在税收、监管等多方面为跨境电商便利化、高质量发展提供了强大动能，形成了“两平台”（线上综合服务和线下产业园区）和“六体系”（信息共享、金融服务、智能物流、电商诚信、统计监测、风险防控）的试点经验。截至2022年12月，中国已设立了165个跨境电商综试区，覆盖东中西部省份，跨境电商全价值链逐渐形成^[1]。

跨境电商综试区政策在破解跨境电商发展难题、优化跨境电商产业链、为中国跨境电商发展提供先进经验等方面有着重要意义。在跨境电商综试区政策的不断推动下，地区经济水平和对外开放程度不断提高，基础设施也日趋完善，2021年中国跨境电商零售进出口总额达1.92万亿元，2022年跨境电商进出口额持续增长，达2.11万亿元。繁荣的国际贸易活动为入境旅游创造了良好的发展环境，中国入境旅游不断取得积极进展。在2021年11月国务院印发的《“十四五”对外贸易高质量发展规划》中提到：“积极支持旅游业的数字化改造，推动跨境服务供需的精准匹配”，以及国务院2022年发布的《“十四五”旅游业发展规划》中再次提出要“推动旅游电子商务创新”，跨境电商与旅

游业的融合发展正在稳步推进，深入认识跨境电商综试区设立对入境旅游的影响并厘清其作用机制，对实现新阶段发展目标意义重大。

1.2 机制解析

在跨境电商综试区政策的推动下，城市在进出口贸易活动、经济文化交流等方面更加频繁，繁荣的国际贸易活动同时也是影响入境旅游发展的重要因素^[27]。因此跨境电商综试区对入境旅游的影响机制可从“电子”和“商务”两个角度理解，一方面，跨境电商作为“互联网+国际贸易”的贸易模式，跨境电商综试区设立提升了地区互联网水平，而既有研究发现，互联网能显著驱动旅游业效率提升^[18]；另一方面，繁荣的国际贸易促进了国家之间的经济、文化交流，推动了各国居民跨越国界的旅游活动^[3]，为本国带来了外来游客。由此可见，跨境电商综试区对入境旅游存在着对外开放效应和互联网建设效应（图1）。

对外开放效应是指跨境电商综试区通过提升地区对外开放水平和促进对外经贸活动推动入境旅游发展。相

较于旅游产品、区位条件等因素，城市入境旅游的发展在很大程度上依托于区域经济与对外开放^[21,28]，而提升入境旅游效率的主要路径之一为扩大地区开放程度，放宽国际旅游的市场准入限制^[7]，其中旅游效率指在一定的生产技术水平下，各种旅游要素的有效投入与产出的比值^[7]。其一，跨境电商综试区的设立加强了国际间的经济、文化交流，放宽了地区市场的进入条件，降低了外来游客入境的进出壁垒，吸引更多外来游客进入，增加入境旅游人数，提高国际旅游外汇收入，从而有效地推动了城市入境旅游发展。其二，根据旅游目的的不同，可将入境旅游分为商务旅游和休闲旅游等^[20,29,30]，随着经济、文化等的发展，商务旅游在城市入境旅游中占有重要地位，并为城市入境旅游创造了部分外汇收入^[21]。而相比于其他地区，跨境电商综试区能够在通关、税收等方面简化流程、精简审批，从而为城市的对外经济发展搭建高效、快捷、便利的跨境电商贸易平台，密切客源国与目的地之间的经济联系，加强二者之间的贸易关系，并且允许更多企业无需支付高昂的贸易成本就能进入国际贸易市场^[31]，提高了外商直接投资的积极性，吸引更多外商进入本地市场，直接促进了以商务为目的的入境旅游人数，增加了城市入境旅游外汇收入，最终推动了城市入境旅游发展。

互联网建设效应则指跨境电商综试区的设立通过提升地区互联网水平推动了入境旅游的发展。跨境电商作为“互联网+国际贸易”的新兴业态，同时也是中国“互联网+”战略的重要组成部分，在跨境电商综试区的政策红利下，地区信息基础设施建设不断完善，互联网应用水平得到提高。首先，互联网技术的运用能够依托电子平台的线上宣传增加地区的曝光度，提升地区旅游市场的吸引力和竞争力^[18]。其次，互联网的使用使得旅游企业可将部分服务转到线上进行，譬如在线预定、虚拟导览等业务，简化了

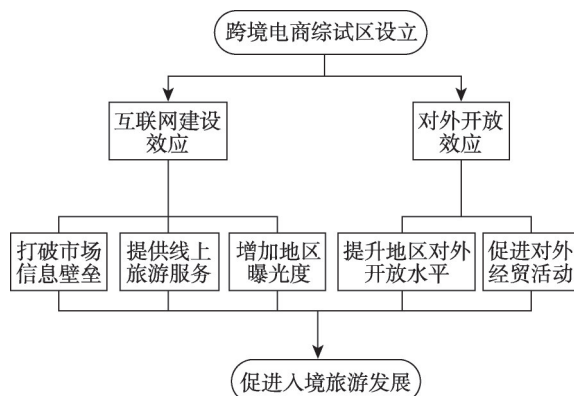


图1 机制解析

Fig. 1 Analytical diagram of mechanism

交易流程,使得目的地旅游城市可以即时为游客推荐服务和产品,实现旅游需求和供给的快速匹配,为旅游企业和游客提供更加便利的跨境贸易服务。再次,互联网打破了市场中的信息壁垒,旅游业中互联网技术的应用可以使得不同市场主体通过技术、信息等实现交叉连接^[18],信息交换更加便利,增加游客对旅游目的地的了解,吸引潜在游客。由此可见,发达的互联网技术成为入境旅游发展的强大推动力,有效促进了地区入境旅游发展。

基于以上分析,本文提出如下假说:

假说1:跨境电商综试区设立显著促进了入境旅游发展。

假说2:跨境电商综试区通过对外开放效应促进了入境旅游发展。

假说3:跨境电商综试区通过互联网建设效应促进了入境旅游发展。

综上,跨境电商综试区设立可能通过对外开放效应和互联网建设效应两种机制促进入境旅游发展。本文将通过实证分析对这一影响机制进行检验。

1.3 研究方法

1.3.1 模型设定

跨境电商综试区政策于2015年、2016年、2018年、2019年、2020年和2022年分七批分地区实施,故以跨境电商综试区的设立为“准自然实验”,利用双重差分法评估这一政策的效果。参考孔令丞等^[32]的做法,计量模型设定如下:

$$Tourism_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Treat_{i,t} + \gamma X_{i,t} + \lambda_i + \lambda_t + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

式中: i 和 t 分别表示城市和年份; $Tourism_{i,t}$ 表示 i 城市第 t 年的入境旅游发展水平; $Treat_{i,t}$ 为跨境电商综试区虚拟变量; $X_{i,t}$ 为城市层面的控制变量; γ 表示控制变量的系数; λ_i 、 λ_t 分别表示个体固定效应、时间固定效应; $\varepsilon_{i,t}$ 为随机扰动项; β_0 为常数项; β_1 的值反映了跨境电商综试区设立对入境旅游发展的影响。此外,为缓解不可观测因素对于实证研究结果的不利影响,本文同时控制城市固定效应与时间固定效应。

1.3.2 变量说明

(1) 被解释变量 ($Tourism_{i,t}$)

对于入境旅游发展状况的衡量,现有研究中学者通常采用入境旅游外汇收入、入境旅游人次等指标进行评估^[33,34]。其中旅游外汇收入又称为国际旅游外汇收入,指中国为入境的海外旅游者(包括过夜和不过夜旅游者)提供商品及各种服务所得的外汇收入,不仅能够反映出旅游带来的商品贸易规模,还能体现出文化娱乐等服务贸易的收入情况,较好地体现出了入境旅游发展状况。因此本文参考童昀等^[34]的做法,以入境旅游外汇收入的对数代表地区入境旅游的发展水平。

(2) 核心解释变量 ($Treat_{i,t}$)

依据商务部历年公布的跨境电商综试区名单对核心解释变量进行赋值,由于跨境电商综试区的设立年份存在差异,后四批的成立时间较短,因此只考虑前三批跨境电商综试区。若某城市在当年被设立为跨境电商综试区,则该城市当年及以后年份赋值为1,否则赋值为0。

(3) 其余控制变量 ($X_{i,t}$)

为了尽可能地降低遗漏变量等问题对回归结果可能造成的影响,引入以下控制变量。

① 经济发展水平 (economy)。入境旅游作为地区经济活动的重要组成部分以及一项服务性产业,其发展涉及交通、餐饮、酒店等多个行业,因此当宏观经济因素发生变化时,与入境旅游相关的多个领域也会受到影响,意味着入境旅游对宏观经济因素的变化十分敏感。既有研究发现,经济发展水平越高的地区对旅游业的供给能力越强^[7],并且地区经济发展能够通过提高地区知名度和影响力等途径影响入境旅游发展。参考现有文献^[35]的普遍做法,本文以人均地区生产总值的对数来衡量。

② 交通基础设施 (facility)。良好的基础设施是游客安全、快捷地到达旅游目的地的基础,游客在境内的各种旅游活动也要依赖于交通基础设施,交通的便利性和可达性与地区旅游活动的开展息息相关,因此综合现有文献的做法,用公路里程数的对数进行衡量^[7,18]。

③ 政府宏观调控 (gov)。政府的宏观调控对地区入境旅游效率有着主导作用^[7],一方面,政府进行宏观经济调控的主要手段是政府支出,政府干预程度的高低影响着生产要素在旅游业各部门间的流动快慢,从而影响着入境旅游发展。另一方面,政府可以通过出台旅游业相关政策扶持产业发展,在营造入境旅游业良好发展环境方面起着重要作用。参考冀雁龙等^[35]的做法,采用地方政府财政支出占GDP的比例来表示。

④ 产业结构 (industry)。地区产业结构决定着入境旅游发展的外部环境,同时第三产业发展状况反映着地区旅游服务接待能力^[7]。相较于第三产业落后的城市,第三产业占比越大的城市具有更加丰富的旅游配套资源,如餐饮、酒店等,因此能够为入境旅游发展提供更优的产业发展环境和市场客源,这意味着地区产业结构与入境旅游发展状况息息相关。综合现有文献的做法,本文用第三产业从业人员数占总人口比例进行表示^[7,35]。

⑤ 空气污染程度 (air)。环境是旅游产品重要的组成部分,清洁的空气有利于营造目的地整体环境氛围,并吸引休闲度假者前往,因此空气质量情况与入境旅游目的地形象、入境旅游审美体验、入境旅游者健康等密切联系,而严重的空气污染会给游客带来较差的旅游体验,减少其在旅游目的地停留的时间及消费支出,甚至留下负面印象从而影响旅游目的地的声誉和形象,在一定程度上阻碍入境旅游的发展^[36]。如徐冬等^[37]以中国中东部为例研究发现雾霾污染在短期内会对入境旅游产生显著的负向冲击。借鉴肖严华等^[38]、李卫兵等^[39]的做法,用PM_{2.5}年度均值来代表空气污染程度。

1.4 数据来源

本文样本数据来源主要有两个,历年《中国城市统计年鉴》和历年《中国旅游统计年鉴》,其中包括了2010—2019年中国地级市的面板数据。基于需要将二者进行匹配,并做如下处理:(1)剔除掉数据缺失值较多的城市,包括临汾市、湖州市、亳州市、莱阳市、三沙市、儋州市、毕节市、铜仁市、日喀则市、昌都市、林芝市、山南市、那曲市、海东市、吐鲁番市、哈密市、巢湖市(2011年并入合肥);(2)为排除异常值的干扰,对连续变量的前后1%的数值做了缩尾处理;(3)对部分缺失值用线性插值法补齐。最终得到2010—2019年中国282个地级市的平衡面板数据,考虑到政策时点性的问题,后四批跨境电商综试区的成立时间较短,本文只考虑了前三批综合试验区,即第一批:杭州市;第二批:宁波市、天津市、上海市、重庆市、合肥市、郑州市、广州市、成都市、大连市、青岛市、深圳市、苏州市;第三批:北京市、呼和浩特市、沈阳市、长春市、哈尔滨市、南京市、南昌市、武汉市、长沙市、南宁市、海

口市、贵阳市、昆明市、西安市、兰州市、厦门市、唐山市、无锡市、威海市、珠海市、东莞市、义乌市。因此，将上述35个城市设置为实验组，其余地级市构成对照组。

主要变量的描述性统计如表2所示。从变量的描述性统计结果来看，被解释变量入境旅游发展水平（ $Tourism_{i,t}$ ）的最小值为0.02，最大值为8.177，说明不同地区之间的入境旅游发展水平存在较大差异。控制变量中经济水平、交通基础设施、空气污染程度和产业结构的最小值和最大值相差较大，表明各城市之间的特征存在较大差异。而政府宏观调控的最小值和最大值相差不大，表明各城市的政府干预程度相似。

表2 主要变量定义与描述性统计

Table 2 Definition and descriptive statistics of main variables

变量名称	变量符号	变量说明	均值	标准差	最小值	中位数	最大值	样本量/个
入境旅游发展水平	<i>Tourism</i>	旅游外汇收入取对数	3.697	1.968	0.02	3.697	8.177	2521
跨境电商综试区建设	<i>Treat</i>	跨境电商综试区虚拟变量	0.034	0.182	0	0.034	1	2820
经济发展水平	<i>economy</i>	人均GDP取对数	10.647	0.586	8.576	10.647	11.915	2820
交通基础设施	<i>facility</i>	公路里程数取对数	9.261	0.677	6.654	9.261	10.318	2820
政府宏观调控	<i>gov</i>	政府财政支出占GDP比例/%	0.202	0.133	0.044	0.202	2.349	2820
产业结构	<i>industry</i>	第三产业从业人员占比/%	53.192	13.143	22.02	53.193	83.8	2820
空气污染程度	<i>air</i>	PM _{2.5} 年度均值/(μg/m ³)	44.97	15.346	4.175	44.970	108.526	2820

2 结果分析

2.1 基准回归

表3为基准回归结果。列（1）仅考虑被解释变量和核心解释变量，结果显示核心解释变量 $Treat_{i,t}$ 的系数为正并且在1%的水平上显著，说明跨境电商综试区设立促进了地区入境旅游发展，这与假说1保持一致。列（2）~列（6）逐步加入控制变量，由结果可以看出各变量的系数和显著性未发生较大变动。列（7）又加入了时间固定效应，核心解释变量 $Treat_{i,t}$ 的系数仍然高度显著并且为正，以上结果说明，在控制可能造成影响的控制变量后，跨境电商综试区的设立与入境旅游发展之间的正相关关系依然保持稳定，支持了假说1且稳定性得到验证。究其原因在于，跨境电商综试区的设立为地区带去了交通基础设施、城市知名度、政府资金支持等多重政策红利，为入境旅游发展营造了有利环境，从而促进入境旅游发展。其背后的政策含义在于，地方政府应当进一步意识到跨境电商综试区建设与关联产业的发展是息息相关的，充分把握住跨境电商综试区设立这一契机推动入境旅游发展。

其余控制变量方面，经济发展水平的系数显著为正，城市经济越发达，在一定程度上越能促进入境旅游发展，因为经济发展水平高的城市在国际上知名度较高，能够吸引外来游客进入。交通基础设施的系数显著为正，原因在于相比于交通闭塞地区，拥有发达交通网络的地区更能够便利游客的旅游活动，并且可达性较高，故更多外来游客进入。政府宏观调控的系数显著为正，原因在于中国入境旅游仍处于政府主导型的发展模式^[7]，政府部门能够通过宏观调控优化资源要素配置，实现入境旅游发展水平的提升。产

表3 基准回归结果

Table 3 Baseline regression results

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<i>Treat</i>	0.339*** (0.047)	0.143*** (0.045)	0.157*** (0.044)	0.153*** (0.045)	0.100** (0.046)	0.130*** (0.046)	0.154*** (0.049)
<i>economy</i>		0.679*** (0.046)	0.564*** (0.051)	0.558*** (0.051)	0.571*** (0.050)	0.644*** (0.053)	0.752*** (0.077)
<i>facility</i>			0.570*** (0.097)	0.531*** (0.097)	0.462*** (0.096)	0.473*** (0.096)	0.562*** (0.111)
<i>gov</i>				0.497*** (0.140)	0.369** (0.148)	0.425*** (0.141)	0.584*** (0.135)
<i>industry</i>					0.008*** (0.002)	0.010*** (0.002)	0.010*** (0.002)
<i>air</i>						0.007*** (0.002)	0.007*** (0.002)
<i>Constant</i>	8.109*** (0.046)	0.263 (0.533)	-4.095*** (0.859)	-3.748*** (0.843)	-3.821*** (0.830)	-5.377*** (0.923)	-7.573*** (1.488)
<i>City_effect</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Year_effect</i>	No	No	No	No	No	No	Yes
<i>Observations/个</i>	2521	2521	2521	2521	2521	2521	2521
<i>R²</i>	0.950	0.956	0.957	0.957	0.957	0.958	0.958

注：“*”、“***”分别表示5%、1%的显著性水平，括号内为稳健标准误，下同。

业结构的系数显著为正，主要原因在于地区第三产业的占比越大，相关配套设施、服务水平也越高，资源要素丰富，有利于入境旅游的发展。空气污染程度与入境旅游发展之间呈现为正相关关系，其背后的原因可能在于经济发达地区往往入境旅游发展状况较好，但经济增长与空气污染呈显著的“正U型”空间关系，即随着人均收入的增加，空气污染会逐渐严重^[38]，从而使得空气污染程度与入境旅游发展之间呈现正相关关系。

2.2 稳健性检验

2.2.1 平行趋势检验

使用双重差分模型的重要前提条件是实验组与对照组在政策实施前满足平行趋势，即在跨境电商综试区设立前跨境电商综试区城市和非跨境电商综试区城市的入境旅游水平变化具有相同的趋势。本文采用事件分析法，构建如下计量模型进行平行趋势检验。

$$Tourism_{i,t} = \sum_{\tau=-5}^3 \alpha_{\tau} Treat_{i,\tau} + \gamma X_{i,t} + \lambda_i + \lambda_t + \varepsilon_{i,t}$$

(2)

式中： $Treat_{i,\tau}$ 是跨境电商综试区设立前5年和后3年的虚拟变量的集合，若第*i*个城市在第*τ*年实施了跨境电商综试区政策，则取值为1，反之取0，其余各变量与基准回归设定相同； α_{τ} 衡量了跨境电商综试区设立前、设立当期以及设立后的政策效应，通过系数 α_{τ} 的值衡量实验组与对照组的差异。

由图2可以看出跨境电商综试区设立之前五期回归系数在95%的置信区间内均包含0值,其中实心点表示式(2)的估计系数 α_t ,短竖线为稳健标准误对应的95%上下置信区间,在跨境电商综试区设立当期及设立后一期回归系数大于零,但在跨境电商综试区设立后第二期开始置信区间再次包含0值,说明本文的回归满足平行趋势设定,采用双重差分模型进行实证检验是合理的。需要注意的是,该结果意味着跨境电商综试区的影响效应仅在实施后第一年有效,之后政策效应不明显,究其原因在于,旅游业受突发事件影响较大,国际旅游需求容易受到目的地环境的影响并且具有极强的波动性^[40,41]。对于跨境电商综试区政策冲击当年及后一年,城市享受到的政策红利较冲击之前有显著变化,借助这一热点事件迅速提高了城市知名度,吸引大批游客,同时外贸交易优惠力度较大,对外经济活动增多,从而入境旅游得到迅速发展。而跨境电商综试区政策冲击后两年及以后,城市旅游热度逐渐下降,入境旅游发展趋向平稳,政策带来的影响效应相对不显著。

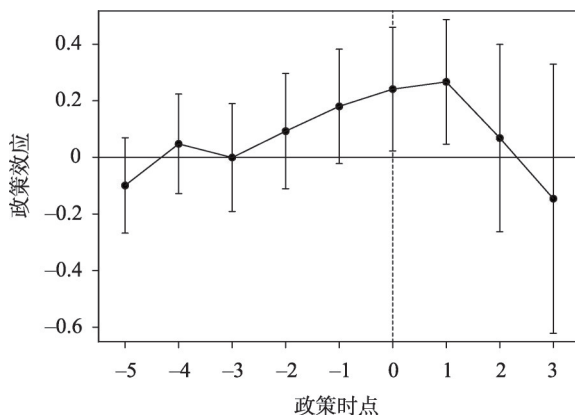


图2 平行趋势检验

Fig. 2 Parallel trend test

2.2.2 安慰剂检验

为进一步解决遗漏变量产生的内生性问题,本文使用安慰剂检验来判断跨境电商综试区设立对入境旅游发展的影响是否由其他非观测的随机因素引起。具体方法为:首先,在282个地级市中随机抽取35个城市作为政策实施的伪实验组,然后,随机选取2010—2019年的年份作为政策实施点,最后,重复500次上述随机抽样和估计,并将估计系数的核密度及其 p 值分布刻画如图3。横轴表示估计系数大小,纵轴表示核密度值和 p 值大小,曲线是估计参数的核密度分布,圆点是估计参数对应的 p 值,垂直虚线代表基准回归对应的结果。从图3可以看出,利用随机生成的伪实验组估计系数集中分布在0值左右,并且基本满足正态分布,而真实的政策虚拟变量 $Treat_{i,t}$ 估计系数0.154,明显异于安慰剂检验中得到的估计值,属于异常值。因此,未观测到的其他可能随机因素和遗漏变量并不会对城市入境旅游发展产生显著影响,跨境电商综试区设立对城市入境旅游发展的促进效应较为可靠。

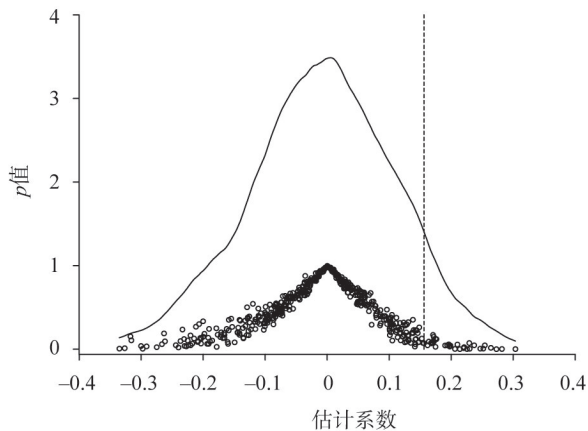


图3 安慰剂检验

Fig. 3 Placebo test

2.2.3 替换被解释变量

为确保入境旅游发展水平指标设

定的可靠性，本文将通过更换被解释变量的衡量指标来验证回归结果的稳健性。借鉴苏建军等^[33]的研究，用入境旅游人数来衡量城市入境旅游发展水平，回归结果如表4列（1）~列（2）所示。由回归结果可以看出，在更换被解释变量后，核心解释变量的系数仍显著为正，并且这一结果在是否加入控制变量的情况下都是可靠的，表明无论是用旅游外汇收入还是入境旅游人数来衡量，跨境电商综试区设立对城市入境旅游发展的正向促进效应始终保持稳健。

表4 稳健性检验结果
Table 4 Robustness test results

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	入境旅游人数	入境旅游人数	3%缩尾处理	5%缩尾处理
<i>Treat</i>	0.272*** (0.063)	0.276*** (0.062)	0.110** (0.0470)	0.0802* (0.0458)
<i>economy</i>		0.161*** (0.036)	0.745*** (0.0765)	0.739*** (0.0757)
<i>facility</i>		0.020 (0.044)	0.560*** (0.111)	0.548*** (0.113)
<i>gov</i>		0.045 (0.033)	0.590*** (0.135)	0.602*** (0.136)
<i>industry</i>		0.002** (0.001)	0.0101*** (0.00217)	0.0103*** (0.00211)
<i>air</i>		0.001 (0.002)	0.00697*** (0.00216)	0.00666*** (0.00212)
<i>Constant</i>	4.282*** (0.187)	2.028*** (0.715)	-8.132*** (1.483)	-8.319*** (1.490)
<i>City_effect</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Year_effect</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Observations/个</i>	2545	2545	2521	2521
<i>R²</i>	0.975	0.975	0.957	0.956

注：*表示 10%的显著性水平，括号内为稳健标准误，下同。

2.2.4 双边缩尾

为避免极端值为基准回归结果带来估计偏误，对被解释变量 $Tourism_{i,t}$ 分别缩尾3%和5%后，对基准方程重新回归，回归结果如表4列（3）~列（4）所示。由结果可以看出，跨境电商综试区的设立对入境旅游发展的促进作用均保持显著，进一步证明了前文结论的稳健性。

2.3 影响机制分析

为进一步探究跨境电商综试区设立对入境旅游发展的影响机制，本文对跨境电商综试区的作用进行机制检验。

2.3.1 对外开放效应

一方面，在跨境电商综试区的对外开放效应上，设立跨境电商综试区能够提高地区

对外开放程度，具体表现为跨境电商综试区通过改善海关清关流程、简化贸易手续等弱化了地区的出入境壁垒，同时繁荣的国际贸易活动也能够吸引部分以商务为目的的入境旅游游客。为检验对外开放效应的存在性，本文构建了外商吸引程度和对外经贸活动衡量指标，综合现有研究的做法，外商吸引程度以外商直接投资（FDI）的对数表示，对外经贸活动用城市的进出口总额表示^[21]，将以上变量作为被解释变量，对核心解释变量 $Treat_{i,t}$ 重新进行回归，其结果如表 5 列（1）~列（2）所示。其中，列（1）为外商吸引程度的回归结果，列（2）为对外经贸活动的回归结果。由结果可以看出，在控制其他各类影响因素后，核心解释变量 $Treat_{i,t}$ 的回归系数均在 1%统计水平上显著为正，这意味着跨境电商综试区的设立可以显著提高城市外商吸引程度，并且促进城市对外经贸活动，增加城市的商务旅游游客^[21]，进而推动入境旅游发展，由此证明了对对外开放效应的存在。

2.3.2 互联网建设效应

另一方面，在互联网建设效应上，跨境电商综试区的设立能够提高地区的电子商务水平，具体表现为互联网技术的应用使得部分旅游服务由线下转化为线上进行，如在线预定、虚拟导览、语音讲解等，能够降低景区的成本投入，改善景区管理效率，从而促进入境旅游的发展。为检验此效应的存在性，本文构建了互联网建设水平指标，以互联网宽带接入用户数和国际互联网用户数来衡量，并对核心解释变量 $Treat_{i,t}$ 回归，其结果分别如表 5 列（3）和列（4）所示。由结果可知，在控制其他各类影响因素后，核心解

表 5 影响机制检验结果
Table 5 Influence mechanism test results

变量	对外开放效应		互联网建设效应	
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Treat</i>	0.320*** (0.0763)	0.932*** (0.0824)	0.902*** (0.0470)	0.424*** (0.131)
<i>economy</i>	1.635*** (0.150)	-0.0837 (0.103)	0.298*** (0.0569)	0.121 (0.163)
<i>facility</i>	0.0510 (0.178)	-0.301** (0.138)	-0.144* (0.0761)	-0.0794 (0.213)
<i>gov</i>	0.157 (0.371)	-0.414 (0.335)	-0.179 (0.148)	0.0366 (0.531)
<i>industry</i>	-0.00667* (0.00349)	-0.00252 (0.00269)	0.000233 (0.00153)	-0.00777* (0.00428)
<i>air</i>	-0.0179*** (0.00421)	-0.00691** (0.00322)	-0.0109*** (0.00183)	-0.00742 (0.00513)
<i>Constant</i>	-3.556 (2.506)	26.72*** (1.894)	3.578*** (1.044)	5.421* (2.946)
<i>City_effect</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Year_effect</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Observations/个</i>	2725	2751	2810	2792
<i>R</i> ²	0.847	0.965	0.887	0.602

释变量 $Treat_{i,t}$ 的回归系数在 1%统计水平上显著为正，这意味着跨境电商综试区的设立可以显著提高城市的互联网建设水平，推出线上旅游服务进而提高旅游企业服务效率，较好地证明了跨境电商综试区的设立能够产生互联网建设效应，进而促进地区入境旅游发展。

2.4 异质性分析

2.4.1 行政级别异质性

考虑到不同城市的行政等级差异，行政等级的不同通常代表着资源禀赋和发展水平的不同，因此跨境电商综试区的设立对入境旅游的促进作用可能在不同行政等级城市间存在差异。为进一步检验不同地区样本中跨境电商综试区设立对入境旅游影响的差异性，本文根据跨境电商综试区所处城市行政等级的不同，将样本划分为省会城市和非省会城市（表6）。表6报告了跨境电商综试区设立对不同行政级别城市入境旅游发展的影响差异，可以发现，跨境电商综试区设立对省会城市和非省会城市入境旅游发展的影响存在显著差异。表6列（1）和列（3）分别为省会城市和非省会城市的入境旅游外汇收入水平对核心解释变量回归，结果表明设立跨境电商综试区能够显著促进非省会城市入境旅游外汇收入的增加，但对省会城市的入境旅游外汇收入促进作用不明显。背后原因可能在于省会城市入境旅游起步早，发展时间长，旅游市场在一定程度上较为饱和，而非省会城市大多处于旅游业起步阶段，产业存在较大的运行空间和发展潜力，可充分借

表6 行政级别异质性
Table 6 Difference in administrative level

变量	省会城市		非省会城市	
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Treat</i>	0.0845 (0.0849)	0.117** (0.0592)	0.103* (0.0601)	0.0695 (0.0476)
<i>economy</i>	1.012*** (0.228)	0.399** (0.155)	0.749*** (0.0854)	0.521*** (0.0665)
<i>facility</i>	0.176 (0.467)	0.331 (0.204)	0.607*** (0.117)	0.347*** (0.0912)
<i>gov</i>	0.607*** (0.0748)	0.217*** (0.0539)	0.583** (0.235)	0.436*** (0.162)
<i>industry</i>	-0.00737 (0.00659)	-0.00954 (0.00632)	0.0112*** (0.00232)	0.00709*** (0.00175)
<i>air</i>	0.00781 (0.00484)	0.00330 (0.00366)	0.00672*** (0.00241)	0.00271 (0.00190)
<i>Constant</i>	-5.356 (5.058)	-1.359 (2.643)	-11.52*** (1.560)	-7.444*** (1.239)
<i>City_effect</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Year_effect</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Observations/个</i>	286	272	2235	2273
<i>R²</i>	0.955	0.971	0.952	0.951

鉴省会城市发展入境旅游业成功的经验和先进技术，具有明显的后发优势^[42]。加上跨境电商综试区的设立为游客提供了更加丰富的消费选择，如优质的跨境电商进出口产品，推动旅游消费，为地区创造了旅游外汇收入，因此旅游外汇收入的变化显著。

表6列（2）和列（4）分别为省会城市和非省会城市的入境旅游人数回归结果，从核心解释变量的系数可以看出，设立跨境电商综试区对省会城市入境旅游人数的影响更加显著，而对非省会城市的入境旅游人数影响不显著。可能原因在于相比于非省会城市，省会城市在旅游发展中承担着更多的社会责任，并通常成为举办大型商务活动的首选地。以往研究发现，作为入境旅游的重要客源之一，商务游客在入境旅游游客中占较大比例^[21]，跨境电商综试区的设立为这些城市搭建了更广阔的商务平台，增加了商务活动的举办频率，从而为地区带来更多的入境旅游商务型游客。而非省会城市旅游资源有限，基础设施较为薄弱，国际知名度和影响力较小，因此尽管成为了跨境电商综试区试点城市，但在举办商务活动、吸引大批商务型游客等方面不具有优势。

2.4.2 城市规模异质性

为比较不同规模城市中跨境电商综试区设立对入境旅游影响的差异性，本文参考国务院印发的《关于调整城市规模划分标准的通知》，将地级市样本划分为三类，其中：城区常住人口1000万以上城市为超大城市，500万~1000万为特大城市，500万以下的为其他城市。由表7可以看出，在不同规模的城市中，跨境电商综试区设立对入境旅游的影响呈现一定差异。在超大城市和特大城市地区，设立跨境电商综试区对入境旅游的影响均不显著；而在其他城市，跨境电商综试区的设立能够显著促进入境旅游的发展。背后

表7 城市规模异质性
Table 7 Difference in city scale

变量	(1)	(2)	(3)
	超大城市	特大城市	其他城市
<i>Treat</i>	0.165 (0.106)	0.174 (0.111)	0.282*** (0.0703)
<i>economy</i>	1.155*** (0.426)	0.438* (0.232)	0.800*** (0.0831)
<i>facility</i>	0.139 (0.249)	0.107 (0.488)	0.573*** (0.122)
<i>gov</i>	-3.514* (2.089)	1.336 (3.881)	0.600*** (0.138)
<i>industry</i>	0.00662 (0.00885)	-0.00878** (0.00343)	0.0128*** (0.00238)
<i>air</i>	0.0105 (0.00702)	-0.0134* (0.00705)	0.00833*** (0.00234)
<i>Constant</i>	-7.026 (5.379)	1.160 (5.011)	-11.49*** (1.575)
<i>City_effect</i>	Yes	Yes	Yes
<i>Year_effect</i>	Yes	Yes	Yes
<i>Observations/个</i>	70	133	2318
<i>R²</i>	0.883	0.889	0.948

可能原因在于,一方面,相较于超大城市和特大城市,其他城市的人口规模较小,在面对人口膨胀、交通拥挤、住房困难、环境恶化、资源紧张、物价过高等“大城市病”的问题时压力更小,意味着这些城市在自身环境质量方面能保持较好的状况,结合城市本身所具有的自然景观、历史遗迹等独特旅游资源,这些城市在发展入境旅游方面具有一定的优势,因此在跨境电商综试区的政策冲击下,这些城市获得了发展入境旅游的良好机遇,并且政策效应相对明显;而另一方面,人口规模往往与当地经济发展水平密切相关,超大城市和特大城市经济发展水平普遍更高,在要素占有及政策优惠上更有优势,具备更完善的交通基础设施和较成熟的市场营销宣传能力,相对其他城市而言旅游市场更加饱和,依据边际效应递减理论,增加的每一份政策优惠所引起的游客数量增加和经济效益提升的效果会减小^[43],因此尽管设立跨境电商综试区对入境旅游发展起到一定的促进作用,但效果并不显著。

3 结论与讨论

3.1 结论

跨境电商综试区是中国高质量对外开放的重要举措,本文发现其在推动地区入境旅游发展方面也起着重要作用。为厘清跨境电商综试区设立对入境旅游发展的影响及作用路径,将中国跨境电商综试区的设立作为一项“准自然实验”,基于2010—2019年中国282个地级市的数据,构建多期双重差分模型评估了跨境电商综试区设立对入境旅游的影响,并进行一系列稳健性检验和异质性检验加以验证。通过上述研究,得出结论如下:

(1)跨境电商综试区设立显著促进了入境旅游发展。相比非跨境电商综试区城市,被设立为跨境电商综试区的城市入境旅游外汇收入平均增加了约15.4%。这一结论在经过平行趋势检验、安慰剂检验、替换被解释变量、双边缩尾等一系列稳健性检验后仍然成立。以往研究虽已关注了跨境电商综试区政策在贸易方面的促进效应,但较少涉及其在关联行业的影响,因此本研究进一步拓展了跨境电商综试区政策的相关研究领域。

(2)跨境电商综试区通过对外开放效应、互联网建设效应两种机制促进了入境旅游发展。开放的贸易环境、发达的互联网水平与地区的入境旅游发展存在正向的关系,为进一步证明以往研究中商务活动及互联网水平对入境旅游发展的积极作用提供了理论支持^[18,20,33],同时为实现跨境电商综试区与相关产业的双赢提供了可行思路。

(3)跨境电商综试区设立对入境旅游的促进效应存在显著差异性,其政策效果在省会城市更为显著,而在超大城市和特大城市均不显著。以往研究已证明中国旅游发展具有明显的时空差异特征^[44-47],本文通过异质性分析发现跨境电商综试区设立对省会城市和非超大城市、特大城市的其他城市入境旅游发展促进效应更加明显,这也意味着政府和相关部门需要在政策制定中更加注重创新和差异化,寻找新的发展方向 and 突破口,以提升旅游市场的竞争力和吸引力。

3.2 讨论

基于本文研究,提出如下的政策建议:

(1)总结和推广跨境电商综试区建设经验,不断扩大跨境电商综试区范围。实证结果证明跨境电商综试区设立能够显著促进地区入境旅游发展,因此可以考虑发挥跨境电

商综试区对关联产业的辐射带动作用,使其在推动中国外贸转型升级、实施高水平对外开放的同时,将其拥有的基础设施、发展机遇、政策优惠等红利惠及关联产业,释放产业发展活力,提升跨境电商综试区内各产业综合发展水平。

(2) 推进跨境电商综试区与入境旅游融合发展。在国家逐步放开出入境限制的关键时点,加快入境旅游复苏的任务迫在眉睫。基于本文机制分析的结果表明,跨境电商综试区通过对外开放效应、互联网建设效应两种机制促进了入境旅游发展。因此,各城市应根据实际情况,一方面不断开拓境外旅游市场,扩大入境客源市场,通过高水平的对外开放引入外商直接投资,吸引以商务往来为目的的外来游客,大力发展商务旅游及对外经贸活动;另一方面将入境旅游与电子商务融合发展,建立旅游电子商务平台,完善相关法律法规,为实现《“十四五”旅游业发展规划》提出的“推动旅游电子商务创新”目标做出努力。

(3) 对不同地区实施差异化对策,打造地区特色发展模式。考虑到跨境电商综试区对不同地区入境旅游的差异政策效果,政府应当从整体出发,把握跨境电商综试区建设过程中的经验规律。除超大城市和特大城市以外的其他城市应更加注重入境旅游发展环境的构建,充分把握跨境电商综试区这一政策优势,依托跨境电商综试区的发展机遇优化旅游业发展环境。另外,不同城市应根据自身资源禀赋、经济状况等打造合理有特色的旅游业发展模式。

3.3 研究不足

本文仍存在以下局限和不足:

(1) 数据使用方面,所使用的数据为中国282个地级市的统计数据,可能导致样本覆盖范围有限,地级市层面的政策经验对于县级层面的地区和城市的适用性有待考究。为了增加结果的准确性和可靠性,未来研究可以考虑使用更加详细、广泛、长期的数据,如县级层面数据,以提高研究的可靠性。

(2) 研究视角方面,只关注了中国跨境电商综试区政策对地区总体入境旅游发展的影响,而没有深入比较分析跨境电商综试区政策对不同类型旅游企业的具体影响。未来研究可以进一步将研究视角拓展至微观个体,如旅行社、酒店等不同类型的旅游企业,从而进一步了解政策对各个子领域的影响程度和模式。

尽管研究存在不足,但本文为进一步探索跨境电商综试区政策对地区入境旅游发展的影响提供了重要的启示。基于当前的研究基础,未来研究可以在数据使用和研究视角方面进行更深入地关注,从而更全面地了解中国政策对地区旅游业发展的影响,为相关政策的制定和实施提供有益的参考依据。

参考文献(References):

- [1] 张城铭,翁时秀,保继刚. 1978年改革开放以来中国旅游业发展的地理格局. 地理学报, 2019, 74(10): 1980-2000. [ZHANG C M, WENG S X, BAO J G. The geographical pattern of China's tourism development since the reform and opening-up in 1978. Acta Geographica Sinica, 2019, 74(10): 1980-2000.]
- [2] 王学峰,张辉. “十四五”时期我国入境旅游发展趋势与建议. 旅游学刊, 2020, 35(6): 6-8. [WANG X F, ZHANG H. The development trend and suggestions of China's inbound tourism during the 14th Five Year Plan Period. Tourism Tribune, 2020, 35(6): 6-8.]
- [3] 陈乔,程成. 贸易对旅游的门槛效应和国别差异: 基于中国与24个对象国的实证. 旅游学刊, 2018, 33(11): 37-47.

- [CHEN Q, CHENG C. The threshold effect and interaction difference between tourism and trade: Based on the empirical evidence of China and 24 countries. *Tourism Tribune*, 2018, 33(11): 37-47.]
- [4] MASSIDDA C, MATTANA P. A SVECM analysis of the relationship between international tourism arrivals, GDP and trade in Italy. *Journal of Travel Research*, 2013, 52(1): 93-105.
- [5] 韦天宇, 张建民. 中国跨境电商综合试验区建设成果与展望. *国际贸易*, 2019, (7): 18-24. [WEI D Y, ZHANG J M. Achievements and prospects on the construction of China's cross-border e-commerce comprehensive pilot area. *Inter-trade*, 2019, (7): 18-24.]
- [6] 马述忠, 房超. 跨境电商与中国出口新增长: 基于信息成本和规模经济的双重视角. *经济研究*, 2021, 56(6): 159-176. [MA S Z, FANG C. Cross-border e-commerce and new export growth in China: Based on the dual perspective of information costs and economies of scale. *Economic Research Journal*, 2021, 56(6): 159-176.]
- [7] 徐雨利, 龙花楼, 屠爽爽, 等. “一带一路”倡议对我国沿线重点省份入境旅游效率的影响. *经济地理*, 2022, 42(9): 201-210. [XU Y L, LONG H L, TU S S, et al. The influence of the Belt and Road initiative on the inbound tourism efficiency of China's key provinces along the line. *Economic Geography*, 2022, 42(9): 201-210.]
- [8] 马勇, 周娟. 旅游目的地电子商务网络的构建与营销创新. *旅游学刊*, 2003, 18(5): 78-80. [MA Y, ZHOU J. On the building and promotion e-commerce network in the tourism destinations. *Tourism Tribune*, 2003, 18(5): 78-80.]
- [9] 马述忠, 郭继文. 制度创新如何影响我国跨境电商出口? 来自综试区设立的经验证据. *管理世界*, 2022, 38(8): 83-102. [MA S Z, GUO J W. How do institutional innovations affect China's cross-border e-commerce exports? Evidence from the establishment of cross-border e-commerce comprehensive pilot area. *Journal of Management World*, 2022, 38(8): 83-102.]
- [10] 温湖炜, 舒斯哲, 周凤秀. 跨境电商政策的出口贸易增长效应评估. *统计与决策*, 2021, (18): 149-153. [WEN H W, SHU S Z, ZHOU F X. Evaluation of export trade growth effect of cross-border e-commerce policy. *Statistics & Decision*, 2021, (18): 149-153.]
- [11] 肖亮, 柯彤萍. 跨境电商综合试验区演化动力与创新实现机制研究. *商业经济与管理*, 2020, (2): 17-29. [XIAO L, KE T P. Research on the evolution power and innovation realization mechanism of cross-border e-commerce comprehensive pilot zone. *Journal of Business Economics*, 2020, (2): 17-29.]
- [12] 朱贤强, 王庆. 跨境电子商务综合试验区创新实践与推进策略. *经济纵横*, 2019, (8): 61-68. [ZHU X Q, WANG Q. Research on innovation practice of cross-border e-commerce experimental zone. *Economic Review Journal*, 2019, (8): 61-68.]
- [13] DAY J, CHIN N, SYDNOR S, et al. Weather, climate, and tourism performance: A quantitative analysis. *Tourism Management Perspectives*, 2013, 5: 51-56.
- [14] BORNHORST T, BRENT RITCHIE J R, SHEEHAN L. Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 2010, 31(5): 572-589.
- [15] CORTES-JIMENEZ I, PULINA M. Inbound tourism and long-run economic growth. *Current Issues in Tourism*, 2010, 13(1): 61-74.
- [16] XU X, REED M. Perceived pollution and inbound tourism in China. *Tourism Management Perspectives*, 2017, 21: 109-112.
- [17] HUSSAIN M N. Evaluating the impact of air transportation, railway transportation, and trade openness on inbound and outbound tourism in BRI countries. *Journal of Air Transport Management*, 2023, 106: 102307, Doi: 10.1016/j.jairtraman.2022.102307.
- [18] 刘震, 杨勇, 程玉. 互联网能否驱动旅游业效率提升? 影响机制与经验证据. *旅游学刊*, 2022, 37(9): 77-91. [LIU Z, YANG Y, CHENG Y. Can the internet promote the efficiency of the tourism industry? Impact mechanism and empirical evidence. *Tourism Tribune*, 2022, 37(9): 77-91.]
- [19] 宣国富. 中国入境旅游规模结构的省际差异及影响因素. *经济地理*, 2012, 32(11): 156-161. [XUAN G F. Study on the provincial difference and its influencing factors of the size structure of China's inbound tourism. *Economic Geography*, 2012, 32(11): 156-161.]
- [20] 刘玉萍, 郭郡郡. 入境旅游与对外贸易的关系: 基于中国2001—2008年月度数据的实证分析. *经济地理*, 2011, 31

- (4): 696-700. [LIU Y P, GUO J J. Empirical study on the relationship between inbound tourism and foreign trade: Based on the monthly data of China from 2001 to 2008. *Economic Geography*, 2011, 31(4): 696-700.]
- [21] 万绪才, 王厚廷, 傅朝霞, 等. 中国城市入境旅游发展差异及其影响因素: 以重点旅游城市为例. *地理研究*, 2013, 32(2): 337-346. [WAN X C, WANG H T, FU C X, et al. The intercity difference and influencing factors of inbound tourism development in China: Taking the major tourism cities as an example. *Geographical Research*, 2013, 32(2): 337-346.]
- [22] 林志慧, 陈瑛, 刘宪锋, 等. 中国入境旅游城市合作网络时空格局及驱动因素. *地理学报*, 2022, 77(8): 2034-2049. [LIN Z H, CHEN Y, LIU X F, et al. Spatio-temporal pattern and influencing factors of cooperation network of China's inbound tourism cities. *Acta Geographica Sinica*, 2022, 77(8): 2034-2049.]
- [23] 方远平, 谢蔓, 毕斗斗, 等. 中国入境旅游的空间关联特征及其影响因素探析: 基于地理加权回归的视角. *旅游科学*, 2014, 28(3): 22-35. [FANG Y P, XIE M, BI D D, et al. An exploratory analysis on the spatial correlation characteristics and influential factors of inbound tourism in China: A geographical weighted regression perspective. *Tourism Science*, 2014, 28(3): 22-35.]
- [24] 孙琪霞, 朱镇, 刘琪, 等. 电商平台吸引、质量治理与旅游产品供给丰裕度. *旅游学刊*, 2022, 37(9): 92-106. [SUN Q X, ZHU Z, LIU Q, et al. Platform attraction, quality governance and product abundance on the tourism e-commerce platform. *Tourism Tribune*, 2022, 37(9): 92-106.]
- [25] 何俊阳, 贺灵, 邓洪中. 泛珠三角区域入境旅游发展效率评价及影响因素. *经济地理*, 2016, 36(2): 195-201. [HE J Y, HE L, DENG Q Z. Inbound tourism development efficiency and influencing factors in inland nine provinces of the Pan-Pearl River Delta. *Economic Geography*, 2016, 36(2): 195-201.]
- [26] 文艳, 孙根年. 中国入境旅游贸易效率及其影响因素研究: 基于异质性随机前沿引力模型的估计. *旅游学刊*, 2021, 36(3): 29-43. [WEN Y, SUN G N. Trade efficiency of China's inbound tourism and influencing factors: Estimating trade efficiency using a heterogeneous stochastic frontier gravity model. *Tourism Tribune*, 2021, 36(3): 29-43.]
- [27] 苏建军, 徐樟勇, 赵多平. 国际货物贸易与入境旅游的关系及其溢出效应. *旅游学刊*, 2013, 28(5): 43-52. [SU J J, XU Z Y, ZHAO D P. Study on the overflow effect of the international goods trade and its partnership with inbound tourism. *Tourism Tribune*, 2013, 28(5): 43-52.]
- [28] 赵东喜. 中国省际入境旅游发展影响因素研究: 基于分省面板数据分析. *旅游学刊*, 2008, 23(1): 41-45. [ZHAO D X. Study on the influencing factors of the development of China's provincial inbound tourism. *Tourism Tribune*, 2008, 23(1): 41-45.]
- [29] TURNER L W W S. Factors influencing demand for international tourism: Tourism demand analysis using structural equation modelling, Revisited. *Tourism Economics*, 2001, 7(1): 21-38.
- [30] KULENDAR N, WONG K K F. Modeling seasonality in tourism forecasting. *Journal of Travel Research*, 2005, 44(2): 163-170.
- [31] 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. *经济研究*, 2021, 56(9): 141-157. [ZHANG H S, PAN G J. Cross-border e-commerce and bilateral trade costs: An empirical analysis based on cross-border e-commerce policy. *Economic Research Journal*, 2021, 56(9): 141-157.]
- [32] 孔令丞, 柴泽阳. 省级开发区升格改善了城市经济效率吗? 来自异质性开发区的准实验证据. *管理世界*, 2021, 37(1): 60-75. [KONG L C, CHAI Z Y. Does the upgrading of provincial development zones improve the Cities' economic efficiency? Evidence from a quasi-experiment of heterogeneous development zones. *Journal of Management World*, 2021, 37(1): 60-75.]
- [33] 苏建军, 徐樟勇, 赵多平. 国际货物贸易与入境旅游的关系及其溢出效应. *旅游学刊*, 2013, 28(5): 43-52. [SU J J, XU Z Y, ZHAO D P. Study on the overflow effect of the international goods trade and its partnership with inbound tourism. *Tourism Tribune*, 2013, 28(5): 43-52.]
- [34] 童昀, 马勇, 刘军. 入境旅游提升了城市绿色全要素生产率吗? 基于非线性视角. *旅游学刊*, 2021, 36(9): 120-133. [TONG Y, MA Y, LIU J. Does the inbound tourism increase the city's green total factor productivity? Based on nonlinear perspective. *Tourism Tribune*, 2021, 36(9): 120-133.]
- [35] 冀雁龙, 李金叶, 赵华. 数字化基础设施建设与旅游经济增长: 基于中介效应与调节效应的机制检验. *经济问题*, 2022, (7): 112-121. [JI Y L, LI J Y, ZHAO H. Digital infrastructure construction and tourism economic growth: Mechanism

- nism analysis based on mediating effect and moderating effect. *On Economic Problems*, 2022, (7): 112-121.]
- [36] 刘嘉毅, 陈玉萍, 夏鑫. 中国空气污染对入境旅游发展的影响. *资源科学*, 2018, 40(7): 1473-1482. [LIU J Y, CHEN Y P, XIA X. Research on the effect of air pollution on the development of inbound tourism in China. *Resources Science*, 2018, 40(7): 1473-1482.]
- [37] 徐冬, 黄震方, 黄睿, 等. 中国中东部雾霾污染与入境旅游的时空动态关联分析. *自然资源学报*, 2019, 34(5): 1108-1120. [XU D, HUANG Z F, HAUNG R, et al. The spatiotemporal dynamic correlation analysis of haze pollution and inbound tourism in Central and Eastern China. *Journal of Natural Resources*, 2019, 34(5): 1108-1120.]
- [38] 肖严华, 侯伶俐, 毛源远. 经济增长、城镇化与空气污染: 基于长三角城市群的实证研究. *上海经济研究*, 2021, (9): 57-69. [XIAO Y H, HOU L L, MAO Y Y. Economic growth, urbanization and air pollution: An empirical study based on the Yangtze River Delta Urban Agglomeration. *Shanghai Journal of Economics*, 2021, (9): 57-69.]
- [39] 李卫兵, 张凯霞. 空气污染对企业生产率的影响: 来自中国工业企业的证据. *管理世界*, 2019, 35(10): 95-112. [LI W P, ZHANG K X. The effects of air pollution on enterprises' productivity: Evidence from Chinese industrial enterprises. *Journal of Management World*, 2019, 35(10): 95-112.]
- [40] RITCHIE B W, JIANG Y. A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the annals of tourism research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of Tourism Research*, 2019, 79: 102812, Doi: 10.1016/j.annals.2019.102812.
- [41] 杨婷婷, 阮文奇, 张舒宁. 旅游需求对跨境危机事件信息扩散的空间响应与影响因素. *旅游学刊*, 2022, 37(8): 119-132. [YANG T T, RUAN W Q, ZHANG S N. Spatial response of tourism demand to information diffusion of a cross-border crisis. *Tourism Tribune*, 2022, 37(8): 119-132.]
- [42] 蒋瑛, 刘琳, 刘寒绮. 智慧旅游建设促进了旅游经济高质量发展吗: 全要素生产率视角下的准自然实验. *旅游科学*, 2022, 36(2): 44-62. [JIANG Y, LIU L, LIU H Q. Has smart tourism construction promoted the high-quality development of tourism economy: Quasi-natural experiment from the perspective of total factor productivity. *Tourism Science*, 2022, 36(2): 44-62.]
- [43] 刘瑞明, 赵仁杰. 国家高新区推动了地区经济发展吗? 基于双重差分方法的验证. *管理世界*, 2015, 31(8): 30-38. [LIU R M, ZHAO R J. Does national high-tech zone promote regional economic development: Verification based on differences-in-differences method. *Journal of Management World*, 2015, 31(8): 30-38.]
- [44] 陆林, 余凤龙. 中国旅游经济差异的空间特征分析. *经济地理*, 2005, 15(3): 406-410. [LU L, YU F L. On feasibilities of circulating marketization of the collective building land use-right in rural areas. *Economic Geography*, 2005, 15(3): 406-410.]
- [45] 马晓龙, 保继刚. 中国主要城市旅游效率的区域差异与空间格局. *人文地理*, 2010, 25(1): 105-110. [MA X L, BAO J G. Regional difference and spatial patterns of the tourism efficiency in Chinese primary tourist cities. *Human Geography*, 2010, 25(1): 105-110.]
- [46] 卢淑莹, 黄鑫, 陶卓民. 基于地理标记照片的入境游客空间特征与移动轨迹: 以南京市为例. *自然资源学报*, 2021, 36(2): 315-326. [LU S Y, HUANG X, TAO Z M. Spatial patterns and moving trajectory of inbound tourists based on geo-tagged photos: A case study of Nanjing city. *Journal of Natural Resources*, 2021, 36(2): 315-326.]
- [47] 刘雨婧, 唐健雄. 中国旅游业绿色发展效率时空演变特征及影响机理. *自然资源学报*, 2022, 37(3): 681-700. [LIU Y J, TANG J X. Spatio-temporal evolution characteristics and influencing mechanism of green development efficiency of tourism industry in China. *Journal of Natural Resources*, 2022, 37(3): 681-700.]

A study on the economic driving effect of inbound tourism by the establishment of cross-border e-commerce comprehensive pilot zones: A quasi-natural experiment

XU Bao-chang¹, LI Han¹, GUO Yu-ming²

(1. School of Economics, Qingdao University, Qingdao 266061, Shandong, China;

2. School of Economics, Shandong University, Jinan 250100, China)

Abstract: The establishment of cross-border e-commerce comprehensive pilot zones is an important initiative for China to promote a high level of opening up to the outside world and to strengthen economic and cultural exchanges between countries internationally, and its prosperous economic activities provide an opportunity for the development of inbound tourism at the same time. The article uses the establishment of cross-border e-commerce comprehensive pilot zones (hereafter Pilot Zones) as a quasi-natural experiment to systematically assess the impact of the establishment of the Pilot Zones on the development of inbound tourism using a multi-stage double difference method based on balanced panel data for 282 prefecture-level cities in China from 2010 to 2019. The study finds that the establishment of the Pilot Zones significantly promotes the development of inbound tourism. Compared with the cities in the non-cross-border e-commerce comprehensive pilot zones, the inbound tourism foreign exchange income of the cities set up as the pilot zones increased by about 15.4% on average. This conclusion is still valid after a series of robustness tests, such as parallel trend test, placebo test, replacement of explained variables, and winsorization. Besides, the Pilot Zones have promoted the development of inbound tourism through two mechanisms of opening up effect and Internet construction effect. Furthermore, there is a significant difference in the promotion effect of the establishment of the pilot zones on inbound tourism, and its policy effect is more significant in provincial capitals, but not in megacities and supercities. The study provides an empirical basis for exploiting the welfare effects of China's cross-border e-commerce comprehensive pilot zones policy to achieve an efficient recovery of inbound tourism in the new development phase. At the same time, it provides strong support for the implementation of the decision-making and deployment of the 14th Five-Year Plan (2021-2025) for Tourism Development and provides policy reference for better exerting the promoting effect of the Pilot Zones on inbound tourism development, summarizing regional advantages and promoting advanced experience.

Keywords: cross-border e-commerce comprehensive pilot zones; inbound tourism; opening up; internet level