

电商环境中反思性知识重构对员工负责任创新的作用机制

张 鹏¹, 尚书涵¹, 李家美²

¹扬州大学商学院, 江苏 扬州

²贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年5月8日; 录用日期: 2025年5月27日; 发布日期: 2025年6月30日

摘 要

在当前充满竞争压力的电商环境中, 组织必须激发员工的自主学习能力和反思学习能力并承担一定的社会责任。本研究聚焦于分析江苏省、浙江省和广东省电商企业在职员工, 探究反思性知识重构对员工负责任式创新的作用机理。在此框架下, 二元心智模式与任务复杂性被界定为中介与调节变量。研究依托社会认知理论, 通过问卷调查法搜集数据, 并利用SPSS26.0统计分析工具对所获数据进行了一系列处理。研究结果表明: 1) 反思性知识重构与员工负责任式创新呈正相关关系; 2) 二元心智模式在反思性知识重构和员工负责任创新之间起中介作用。3) 任务复杂性会负向调节反思性知识重构与员工负责任创新的关系。研究基于反思性视角拓展了负责任创新的前因研究, 这将为电商企业的负责任创新提供动力, 助力企业可持续发展。

关键词

反思性学习, 负责任创新, 二元心智模式, 任务复杂性

The Mechanism of Reflective Knowledge Restructuring on Employee Responsible Innovation in the E-Commerce Environment

Peng Zhang¹, Shuhan Shang¹, Jiamei Li²

¹Business School, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

²School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 8th, 2025; accepted: May 27th, 2025; published: Jun. 30th, 2025

文章引用: 张鹏, 尚书涵, 李家美. 电商环境中反思性知识重构对员工负责任创新的作用机制[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 3352-3360. DOI: 10.12677/ec.2025.1462121

Abstract

In today's highly competitive e-commerce environment, organizations must foster employees' capacity for autonomous and reflective learning while also assuming a degree of social responsibility. This study focuses on analyzing the working employees of e-commerce enterprises in Jiangsu, Zhejiang, and Guangdong provinces, aiming to explore the mechanism through which reflective knowledge reconstruction influences employees' responsible innovation. Within this framework, binary cognitive models and task complexity are conceptualized as the mediating and moderating variables, respectively. Grounded in social cognitive theory, the study employs a questionnaire-based survey to collect data and applies SPSS26.0 for statistical analysis. The findings reveal that: 1) Reflective knowledge reconstruction is positively associated with employees' responsible innovation; 2) Binary cognitive models mediate the relationship between reflective knowledge reconstruction and responsible innovation; 3) Task complexity negatively moderates the relationship between reflective knowledge reconstruction and responsible innovation. By adopting a reflective perspective, this research enriches the antecedent literature on responsible innovation and provides actionable insights to stimulate responsible innovation within e-commerce enterprises, thereby supporting their sustainable development.

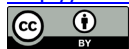
Keywords

Reflective Learning, Responsible Innovation, Binary Cognitive Models, Task Complexity

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

党的二十大报告明确提出加快建设创新型国家的战略部署，强调科技创新和人才驱动对于提升我国核心竞争力的重要意义。在全球化进程与数字经济迅速发展的背景下，电商平台的崛起加剧了技术与伦理的双重挑战。目前，衡量企业成功的标准已不局限于经济效益，而还重视组织能否在动态环境中主动承担伦理责任，推动技术创新与伦理价值的融合发展。企业需在满足社会各利益相关方诉求的同时，构建责任导向的创新机制，以更全面新颖的知识结构推动实施负责任创新[1]。

近年来，越来越多的数字平台和电商头部企业，如阿里巴巴、京东等，开始将负责任创新纳入战略规划中。例如，2022年商汤科技提出“发展可评估的人工智能”，这是企业主动拥抱科技伦理与社会期望的体现[1]。然而，当前负责任创新的研究多聚焦于组织层面，对于员工个体开展负责任创新的微观机制尚缺乏深入探讨。

已有研究表明，员工在承担创新任务时所呈现的主动性、韧性及其所处的组织氛围、领导支持等因素都会显著影响其负责任创新行为的开展[1]。同时，企业内部的反思性知识重构过程被证明能有效推动创新绩效，但这一过程对员工负责任创新产生的影响尚未形成系统性认识。基于社会认知理论，个体行为受环境与个人认知因素的共同影响[2]。本研究认为在反思性知识重构作用于员工负责任创新的过程中，组织还需关注员工的心理状态、认知模式与能力基础。基于此，研究回答了以下三个问题：1) 反思性知识重构如何作用于员工负责任创新；2) 二元心智模式是否在反思性知识重构与员工负责任创新之间发挥中介作用；3) 任务复杂性对员工负责任创新产生何种影响。

2. 理论背景与研究假设

2.1. 反思性知识重构与员工负责任创新

反思性知识重构不仅回顾过去的经验式学习,还涉及面向未来的、具有研究特征和探索精神的学习过程[3]。在学习反思的过程中,通过新旧知识的关联思考和自身的创新思维对已有知识进行新的整合,最终构建出动态发展的知识体系。芮正云和马喜芳(2022)通过问卷调研发现员工的反思性知识重构能够激发即兴能力对企业创新效应具有显著影响。在反思性知识重构的影响下,员工能够对既有知识、经验与实践进行批判性审视、理解与整合,进而在创新过程中主动承担社会义务,保障利益相关者的合法利益,为企业和社会带来更多福祉,这一过程也是实现负责任创新的重要路径[4]。

首先,平台化商业环境呈现高度动态性和模糊性。在电商企业中,数据驱动、用户导向与持续创新成为关键优势,而旧有认知和技术架构常常构成“技术锁定”,制约企业战略重塑[4]。反思性知识重构能够促使电商成员重新审视现有的知识体系和商业逻辑从而突破固有认知模式[5]。员工作为电商平台灵活运营与价值创造的重要执行者,在反思性知识重构的影响下能够更新认知以适应客户需求的快速演变与跨平台协作机制,进而有效满足多元利益相关者的需求。因此,反思性知识重构不仅是组织突破“创新惰性”的关键途径,也是员工激发责任意识和创新动能的底层机制[3]。

其次,电商生态中涉及的多元利益相关者之间关系复杂而敏感。在这个过程中,员工在反思实践中不仅需要重新评估自身在价值共创中的角色作用,还需认识到其行为对社会伦理、客户福祉等方面的影响[6]。在反思过程中,员工对过去行为可能带来的负面社会影响产生自我审视,从而激发道德与伦理意识。因此,反思性知识重构使员工意识到在实现经济绩效的同时要承担技术发展责任,进而实现创新思维与责任伦理的融合,为员工开展负责任创新奠定基础。

基于此,提出研究假设:

H1: 反思性知识重构对员工负责任创新具有正向影响。

2.2. 二元心智模式的中介作用

在电商企业中,面对快速变化的消费偏好和技术更新,员工若想做出有效决策并开展创新,需具备同时运用探索性与利用性思维的能力,即“二元心智模式”[5]。它代表个体在面对不确定性环境时,既能沿用已有知识完成任务,又能跳脱固有框架探索新解决方案。

社会认知理论是由心理学家阿尔伯特·班杜拉提出的一种解释人类学习和行为发展的理论。它强调人类的行为既受到外部环境的影响,也受到自身认知过程的主动调控[2]。根据社会认知理论,员工虽受外部组织环境与任务要求的制约,但在实践过程中仍具备显著的自我反馈与审视[2]。在数字化转型与平台化运营并存的环境中,具备反思性知识重构的员工能够不断回顾、评估并重构知识结构以应对快速变化的市场需求与复杂的系统环境。反思性知识重构使员工得以系统地审视组织当前的运作模式与战略方向,识别其中存在的结构性问题与制度性惯性。当员工识别到传统路径的不足,同时结合新知识进行重构时,既能激发其探索式思维以追求创新突破,又能提升其利用现有知识解决实际问题的能力。这种对“开发”与“利用”能力的同步强化,能够逐步形成稳定而动态的二元心智模式[3][5]。

基于此,提出以下研究假设:

H2: 反思性知识重构对员工二元心智模式具有正向影响。

在电商环境中,员工所面对的创新任务日益呈现出技术高度复杂与伦理价值多元的双重特征。二元心智模式,作为员工在“探索性思维”与“利用性思维”间灵活转换的能力结构,为负责任创新的实现提供了关键的心理与行为基础[5]。一方面,探索性思维使员工在面对不确定性与模糊性时,能够进行前瞻

性思考、风险识别等统筹判断，从而主动识别潜在威胁与伦理冲突，并主动寻求可持续的创新路径。另一方面，利用性思维则促使员工注重规范、效率，确保创新成果能够在遵守制度与规范的前提下落地生效，并持续满足平台内外部利益相关者的多样性需求。在此基础上，反思性知识重构作为前驱因素，强化了员工对组织目标与社会责任的理解，促使其在创新实践过程中更注重价值导向与道德反思，兼顾各利益相关方需求，利用二元心智模式发挥桥梁作用，提升自身负责任创新的质量与适应性[3] [4]。

基于以上论述，本文提出如下假设：

H3：二元心智模式在反思性知识重构与员工负责任创新之间发挥中介作用。

2.3. 任务复杂性的调节作用

在电商企业中，任务复杂性普遍较高，尤其体现在跨职能协作、多平台运营和客户数据分析等方面。员工在处理此类任务时，单一思维模式难以应对，往往需要跨界整合知识、持续反思与主动学习。正因如此，任务复杂性不仅挑战员工的适应能力，还可能增强反思性知识重构对负责任创新的驱动作用[3]。

社会认知理论强调环境复杂性与个体能动性之间的互动关系。任务复杂性作为环境特征之一，会促使员工激活“自我反思”“前瞻性调整”等关键心理机制[2]。一方面，高复杂任务迫使员工不断从失败中吸取教训，修正原有思维路径，从而在认知上形成动态适应能力。在此过程中员工能够主动识别流程或决策逻辑中的不合理因素，发现复杂任务中的伦理风险并予以修正。另一方面，在电商平台涉及用户隐私、推荐算法、公平交易等伦理敏感领域，复杂任务要求员工综合权衡效率、规范和价值导向，激发员工更强烈的学习动机和社会责任意识，使其更加敏锐地意识到技术决策背后的道德考量，从而以更负责任的方式推动创新实践。这种高度挑战性和不确定性的工作情境，为反思性知识重构转化为负责任创新行为提供了深厚的认知与情境基础。

基于此，本研究提出如下假设：

H4：任务复杂性正向调节反思性知识重构与员工负责任创新之间的关系，即在任务复杂性较高的情境下，反思性知识重构对员工负责任创新的促进作用更强。

3. 研究设计

3.1. 样本和数据收集

本研究选择我国浙江、江苏和广东的电商平台参与者及从事电商业务的企业为调查对象。根据商务部国际贸易经济合作研究院研究广东省、浙江省和江苏省被列为全国电商发展的第一梯队。本文通过问卷收集获得数据，问卷选择国内外已成熟的测量量表，采取线上和线下两种收集渠道，分为预调研与正式调研两个阶段进行。预调研阶段，问卷通过反向翻译构建本研究初始问卷。在此基础上，我们对 5 家 MBA 学员所在的企业进行预测试，获取企业反馈以优化问卷。正式调研自 2024 年 11 月份开始，我们通过学校 MBA 专业学员、校企合作企业和行业协会面向上述三省的电商相关企业中的员工发放问卷，力求确保样本的广度与代表性。在第一阶段，我们向被调研者发放了反思性知识重构与任务复杂性的调查问卷，共回收了 289 份有效问卷。一个月后，我们向问卷编号对应的被调研对象发放了二元心智模式和负责任创新的调查问卷，排除未回复的被调研者后共回收 253 份问卷，其中未通过诈选题和连续作答相同结果等类型的无效问卷有 9 套，最终回收有效问卷 244 套，有效回收率为 77.65%。同时，为确保被访者回答不受影响，每次调研我们均告知所有被访者问卷涉及的身份信息是严格保密的。

3.2. 变量测量

为了确保研究信度与效度，本研究采用 Likert7 级量表进行测量，1-7 分依次表示被调查者对测量题

项表述从“完全不认同”到“完全认同”的认可程度。

反思性知识重构借鉴了 Ruiz-Jiménez 和 Fuentes-Fuentes [7]的研究成果,该量表共有 3 个题项。例如,我能够对已有的想法进行反思,从而获得新想法。克隆巴赫 α 系数为 0.774。

本研究参考曹元坤、熊立[3]所制定的二元心智问卷,共有 11 个问题。例如,我热衷于打破常规的思维模式,对于在工作上探索未知感到无比激动。克隆巴赫 α 系数为 0.937。

本研究对任务复杂性变量测量采用国外 Shaw 等人[8]开发的量表,包含三个主要问题。例如,我所做的任务需要掌握很多方法和工具。克隆巴赫 α 系数为 0.802。

本文参考戴万亮等[9]国内学者的员工负责任创新量表形成了本研究的测量量表,共包含 5 个问题。例如,在实现利益相关者利益的过程中,我能够寻找新技术、新流程或新产品的设计思路。克隆巴赫 α 系数为 0.870。

本研究的四个测量量表的可靠性系数符合标准。此外,我们还将性别、年龄、教育背景和工龄在内的四个变量作为控制变量。表 1 为样本具体情况。

Table 1. Statistical analysis of the sample

表 1. 样本统计学分析

样本特征	分类标准	频率	百分比	累计百分比
性别	男	111	45.5	45.5
	女	133	54.5	100
年龄	21~30	79	32.4	32.4
	31~40	59	24.2	56.6
	41~50	47	19.3	75.8
	51 周岁以上	59	24.2	100
受教育程度	高中及以下	43	17.6	17.6
	专科	75	30.7	48.4
	本科	107	43.9	92.2
	硕士	16	6.6	98.8
	博士及以上	3	1.2	100
工作年限	1 年及以下	11	4.5	4.5
	1~3 年	73	29.9	34.4
	3~5 年	54	22.1	56.6
	5~7 年	52	21.3	77.9
	7 年及以上	54	22.1	100

3.3. 效度检验

本研究对测量量表的 KMO 和 Bartlett 测试结果进行核实。四个变量的 KMO 值在 0.695~0.958 之间,说明各测量量表的效度较高。四个量表整体的 KMO 值为 0.836,并通过了巴特利特检验($p < 0.001$),这说明本文研究设计的测量量表整体效度较高。各测量量表的具体效度结果如表 2 所展示。

Table 2. Scale validity test
表 2. 量表效度检验

量表	KMO 值	Bartlett 检验 p 值
反思性知识重构	0.695	0.000
二元心智模式	0.958	0.000
任务复杂程度	0.712	0.000
负责任创新	0.868	0.000
总体量表	0.836	0.000

3.4. 相关性分析

本文采用 Pearson 相关系数分析法，检验了不同变量间的相关性和相关程度，由表 3 可知。各变量间的相互关系都达到显著程度，故而开展进一步回归分析。

Table 3. Correlation index
表 3. 相关系数

	反思性知识重构	二元心智模式	任务复杂性	员工负责任创新
反思性知识重构	1			
二元心智模式	0.865**	1		
任务复杂性	0.781**	0.830**	1	
员工负责任创新	0.822**	0.921**	0.809**	1

注：*表示显著水平 $p < 0.05$ ，**表示显著水平 $p < 0.01$ 。

4. 回归分析

4.1. 主效应检验

通过 SPSS26.0 软件进行多元分层回归分析，由控制变量、自变量(反思性知识重构)和因变量(员工负责任创新)直接构成模型 1。根据表 6 中的结果，反思性知识重构对员工负责任创新具有显著正向影响($\beta = 0.821, p < 0.001$)。假设 1 得到验证。

4.2. 中介效应检验

本研究运用 SPSS 的 Process 插件对二元心智模式的中介作用进行检验，结果如表 4 和表 5 所示。反思性知识重构与二元心智模式对员工负责任创新的总效应显著(95% CI [0.705, 0.842])，反思性知识重构对于员工负责任创新的直接效应显著(95% CI [0.005, 0.191])，二元心智模式对员工负责任创新的间接效应同样显著(95% CI [0.571, 0.779])。这说明二元心智模式在反思性知识重构与员工负责任创新间起部分中介作用，假设 2 和假设 3 得到验证。

4.3. 调节效应检验

本研究采用多重线性回归分析检验任务复杂性的调节作用，结果如表 6 所示。反思性知识重构和任务复杂性的交互项与员工负责任创新存在显著的负相关关系($\beta = -0.505, p < 0.001$)。在反思性知识重构与员工负责任创新之间的关系中，任务复杂性起负向调节作用。本研究进一步做出不同反思性知识重构水

平下的简单斜率图。如图 1 所示，与复杂性程度高的任务相比，当任务复杂性程度较低时，反思性知识重构对员工负责任创新的正向影响会越强。研究结果与假设 5 相悖。

Table 4. Mediation model checklist
表 4. 中介模型检验表

回归方程(N = 244)		拟合指标			系数显著性	
结果变量	预测变量	R	R ²	F	β	T
员工负责任创新	反思性知识重构	0.822	0.676	504.131	0.774	22.453***
二元心智模式	反思性知识重构	0.866	0.749	722.465	0.805	26.879***
员工负责任创新	反思性知识重构	0.922	0.850	684.935	0.940	2.005*
	二元心智模式				0.845	16.777***

注：*表示显著水平 $p < 0.05$ ，**表示显著水平 $p < 0.01$ ，***表示显著水平 $p < 0.001$ 。

Table 5. Effect decomposition table
表 5. 效应分解表

	效应值	标准差	LLCI	ULCI	效应占比
总效应	0.773	0.035	0.705	0.842	
直接效应	0.098	0.047	0.005	0.191	12.68%
中介效应	0.675	0.052	0.571	0.779	87.32%

Table 6. Regression analysis results
表 6. 回归分析结果

变量	员工负责任创新				
模型	M1	M2	M3	M4	M5
性别	0.006	0.001	0.006	-0.005	-0.02
年龄	0.021	0.081	0.021	0.034	0.025
学历	-0.036	0.03	-0.036	-0.035	-0.021
工作年限	0.042	0.081	0.042	0.029	0.029
反思性知识重构	0.821***		0.821	0.485	0.226***
任务复杂度				0.43	0.232***
交互项					-0.505***
R ²	0.68	0.014	0.68	0.752	0.822
调整后的 R ²	0.674	-0.002	0.674	0.746	0.816
F 值	101.367	0.861	101.367	119.884	155.296

注：*表示显著水平 $p < 0.05$ ，**表示显著水平 $p < 0.01$ ，***表示显著水平 $p < 0.001$ 。

5. 研究结论与展望

5.1. 研究结论

实证研究结果表明，反思性知识重构对员工负责任创新具有显著正向影响，说明员工在总结经验、

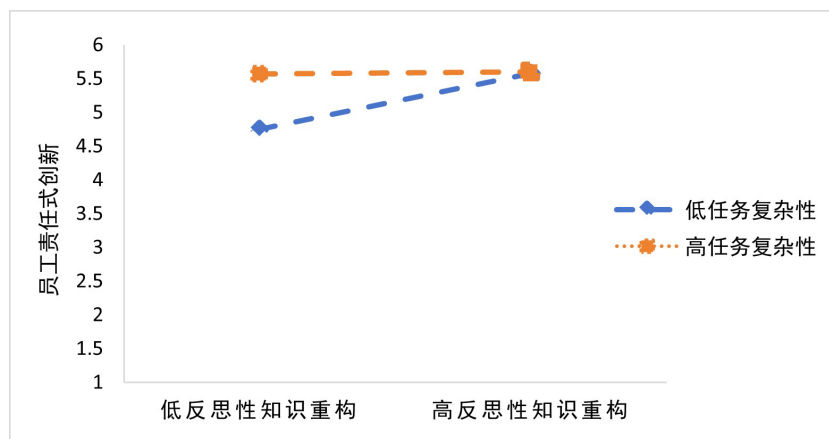


Figure 1. The moderating effect diagram of task complexity among the main effects

图 1. 任务复杂性在主效应间的调节效应图

重构认知的过程中，能够有效激发责任意识与创新动力，推动其积极参与创新活动。二元心智模式在二者之间发挥显著中介作用，表明员工在具备双重思维能力的前提下，更能将知识转化为负责任的创新行为。此外，任务复杂性在反思性知识重构与负责任创新之间存在负向调节作用。具体原因可能在于以下三点。首先，高复杂性任务加重了员工的认知负担和决策压力[10][11]。电商行业具有动态性、数据密集和多利益相关方的特点。在高复杂度情境中，员工容易由批判性反思与责任权衡中转向应对性执行，削弱其对伦理风险以及长期社会后果的感知与判断。其次，随着任务复杂性提高，员工的动机可能从长期价值导向逐步转向短期绩效导向，责任意识和负责任行为逐渐被边缘化[10][11]。最后，当任务复杂性升高时，如果组织未能提供足够的时间、人力与知识支持，员工在资源紧张状态下可能优先考虑风险规避和资源节约策略，而非主动开展有责任意识创新行为[10][12]。

5.2. 理论意义

首先，已有研究表明，团队层面及企业层面的反思性知识重构对于组织的创新绩效有推动作用，但对于员工层面研究相对匮乏，而且鲜少有学者将负责任创新与反思性知识重构相结合。故本文将关注企业员工层面，探索反思性知识重构对负责任创新的影响，为理解员工负责任创新方面提供新的理论视角和切入点，同时也丰富了反思性知识重构相关的实证研究。

其次，二元心智中“互惠信念”培养了员工相信自己及他人的心智基础，但目前鲜少有学者从负责任创新角度，即在创新中关注利益相关者合理权益的角度，研究其与员工二元心智之间的关系。因此本文将验证二元心智模式在反思性知识重构与员工负责任创新间的中介作用，这为反思性知识重构影响员工负责任创新提供一种新的解释路径。

最后，探索任务复杂性在反思性知识重构与员工负责任创新间的调节作用。综合现有研究表明，任务复杂性作为一种压力挑战源，在“内卷”环境下，任务越复杂越能够激发员工本身的挑战欲和灵感。因此通过引入工作特征(任务复杂性)来丰富反思性知识重构作用于员工负责任创新的界限。

5.3. 管理启示

第一，在企业管理层中普遍推广反思性知识重构计划，借助领导影响力加强员工层面的反思性知识重构建设。一方面，推进人才发展策略，涵盖“自省与进步”、“打破思维定式”训练和优秀人才快速晋升等机制以达到正强化作用。另一方面，树立正向的大局观和互惠观等价值观念，对员工的负责任创新

想法和学习行为进行奖励, 树立榜样作用。

第二, 当员工具有较成熟的二元心智时, 其主动反思和尝试创新的欲望就更加强烈, 并且能够精力充沛地将所思所想付诸实践, 主动去挑战需要调用自身预见能力、反思能力的新任务, 激发员工的负责任创新活动。因此, 公司应当重视对员工在工作中的二元心智塑造, 树立企业层面的二元理念, 鼓励员工提升二元心智素养推动员工负责任创新。

第三, 企业在为员工分配工作任务时, 需要从时间、技能等各方面综合评估任务的复杂程度, 保证员工在任务执行中自我效能感的发挥, 促进负责任创新的发展。除此以外, 企业可以对员工已完成的各类任务举办交流分享会, 通过事后的反思学习提高员工今后对于高复杂性任务的分析处理能力, 激励并增强其自主反思意识和负责任创新意识。

基金项目

教育部人文社会科学研究一般项目(24YJC630297)。

扬州大学商学院研究生科研创新项目(SXYYSK202422)。

参考文献

- [1] 田虹, 刘雨焱. 创新生态系统中责任式创新如何助力制造企业可持续绩效提升[J]. 科技进步与对策, 2024, 41(23): 86-96.
- [2] Bandura, A. (1989) Human Agency in Social Cognitive Theory. *American Psychologist*, **44**, 1175-1184. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.44.9.1175>
- [3] 曹元坤, 熊立. 二元心智模式对研发人员创新行为的影响研究[J]. 科研管理, 2020, 41(4): 112-122.
- [4] 曹元坤, 罗元大, 肖风等. 平台型领导对员工责任式创新的影响——一个被调节的中介模型[J]. 科技进步与对策, 2023, 40(24): 143-151.
- [5] 芮正云, 马喜芳. 反思性知识重构、企业即兴能力及其创新效应[J]. 科研管理, 2022, 43(9): 176-184.
- [6] 钱悦, 温雅, 孙亚程. 乌卡环境下如何提升组织韧性——基于组织学习的视角[J]. 南开管理评论, 2024, 27(2): 38-52.
- [7] Hackman, J.R. and Oldham, G.R. (1975) Development of the Job Diagnostic Survey. *Journal of Applied Psychology*, **60**, 159-170. <https://doi.org/10.1037/h0076546>
- [8] María Ruiz-Jiménez, J. and del Mar Fuentes-Fuentes, M. (2013) Knowledge Combination, Innovation, Organizational Performance in Technology Firms. *Industrial Management & Data Systems*, **113**, 523-540. <https://doi.org/10.1108/02635571311322775>
- [9] Shaw, J.D. and Gupta, N. (2004) Job Complexity, Performance, and Well-Being: When Does Supplies-Values Fit Matter? *Personnel Psychology*, **57**, 847-879. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2004.00008.x>
- [10] 戴万亮, 路文玲. 责任型领导对员工责任式创新的涓滴效应——基于社会信息加工理论的解释[J]. 科学学与科学技术管理, 2021, 42(7): 121-138.
- [11] 王一粟, 郑凯若. 多任务线上社交推介奖励机制复杂性对用户推介意愿的影响研究[J]. 新经济, 2025(4): 104-118.
- [12] 刘松博, 张凯瑞, 张晓雅. 技术复杂性与信息技术知识普及对任务绩效的影响机制: 一个有调节的中介模型[J]. 南开管理评论, 2024, 27(3): 172-184.