

新质生产力驱动下电子商务创新发展与法律监管研究

罗 颖, 刘 志

贵州大学管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年9月10日; 录用日期: 2025年9月22日; 发布日期: 2025年10月24日

摘 要

以人工智能、大数据、物联网为代表的新质生产力浪潮已至, 正深刻颠覆电子商务的传统业态与发展路径。因此本文旨在探讨其变革机制与未来走向。研究表明, 新质生产力与电子商务的深度融合表现出智能化、个性化和高效化的新特征, 同时, 新质生产力驱动下的电子商务也面临数据安全与隐私保护、就业结构变化、物流配送的降本增效等一系列挑战。本文分析了电子商务在经济影响、营销模式、法律环境和企业转型等方面的最新发展, 并结合跨境电商案例研究了全球化布局中的合规风险、供应链协同和本地化运营等核心问题。最后, 探讨并构建了电子商务创新发展的策略框架及其应对措施。

关键词

新质生产力, 电子商务, 跨境电商, 企业信息化

Research on E-Commerce Innovation Development and Legal Supervision Driven by New Quality Productivity

Ying Luo, Yizhi Liu

School of Management, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 10, 2025; accepted: September 22, 2025; published: October 24, 2025

Abstract

This paper discusses how the new productivity represented by artificial intelligence, big data and Internet of Things can profoundly change the traditional business model and development path of e-commerce in the digital economy era. The research shows that the deep integration of new quality

productivity and e-commerce shows new characteristics of intelligence, personalization and high efficiency, which promotes the high-quality development and effective innovation of e-commerce in business model, technology application and user experience. At the same time, e-commerce driven by new quality productivity also faces a series of challenges, such as data security and privacy protection, changes in employment structure, and cost reduction and efficiency improvement of logistics and distribution. This paper analyzes the latest development of e-commerce in economic impact, marketing model, legal environment and enterprise transformation, and studies the core issues such as compliance risk, supply chain coordination and localized operation in global layout with cross-border e-commerce cases. Finally, in view of the influence of new quality productivity on the future development of e-commerce, this paper puts forward the path of e-commerce innovation and development and corresponding countermeasures and suggestions, in order to provide reference for the high-quality development of e-commerce.

Keywords

New Quality Productivity, E-Commerce, Cross-Border E-Commerce, Enterprise Informatization

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

伴随通信科技与互联网技术的迅猛进步及其广泛运用, 电子商务已呈现出蓬勃发展的态势, 俨然成为引领当今全球经济新潮流的主导力量之一。各个国家和地区都推出了相应的电子商务计划, 今天, 电子商务能力已经成为企业竞争力的重要表现形式[1]。相较于传统的电子商务模式, 新兴电子商务展现出一系列显著的创新特性, 包括但不限于广泛普及的移动互联能力、沉浸式的虚拟体验、定制化的精准营销策略、社交网络驱动的社会化商务活动以及海量的极端数据, 这些特征共同塑造了其独特的市场环境 with 业务形态。

在席卷全球的科技革命和产业变革的浪潮之下, 新质生产力正在悄无声息地改变着电子商务的传统业态模式和发展路径。这种由技术革命引发的生产力范式变革, 不仅显著提升了国际贸易的数字化水平, 更通过智能算法优化、数据资源整合及万物互联架构。

然而, 伴随着电子商务领域迅猛的增长态势, 一系列前所未有的挑战也随之凸显。跨境电商在运营过程中需双线并行, 兼顾目标市场的法规要求与中国本土的监管环境, 涵盖数据安全、税务合规、知识产权保护等共计十二大关键领域。这一复杂格局不仅考验着企业的全球视野与战略执行力, 亦对其在多变国际环境中持续发展的能力提出了严峻挑战。这些挑战对学术界与实务界而言至关重要, 亟需双方展开深入探讨, 并共同寻求行之有效的应对策略与解决方案。本文围绕新质生产力驱动下电子商务创新发展路径展开研究, 分析电子商务在经济影响、营销模式、法律环境和企业转型等方面的最新发展, 并结合跨境电商案例探讨全球化布局中的关键问题, 最终提出电子商务创新发展的路径和对策建议。

2. 电子商务研究概述

2.1. 电子商务经济影响研究

电子商务的兴起已在其广泛的维度上深刻重塑了全球经济格局, 推动了供应链效率与商业模式创新。

广东省作为中国跨境电商领域的领军省份, 在 2023 年度实现了跨境电商进出口总额高达 8433 亿元人民币的显著成就¹, 这一数字不仅彰显了其在国内跨境电商市场中的主导地位, 而且以年均 30% 的惊人速度增长, 正在深刻地重塑着全球贸易的版图与格局。

2.2. 电子商务营销模式创新研究

电子商务营销模式的发展轨迹, 从传统的电子商业形态逐步演进至融合社交元素的社交电商, 乃至创新的直播电商形式, 展现出市场趋势的不断革新与消费者需求的动态变化。人工智能技术在电子商务领域的应用显著推动了智能推荐、智能客服及智能物流等关键功能的发展, 这一革新不仅极大地增强了消费者的体验感, 还显著提高了平台的运营效率与竞争力[2]。通过人工智能技术机器学习算法, 电商平台能够更精准地分析用户画像、进行针对性营销和个性化推荐。

2.3. 电子商务法律环境演变研究

伴随电子商务领域的迅猛增长, 其附带的法律框架正经历持续且深刻的变革过程。新修订的《反不正当竞争法》显著强化了对跨国界操纵评分与夸大宣传等不正当竞争行为的法律约束, 明确规定了电商平台运营者应承担起对其平台内发生的不正当竞争行为进行治理的义务。此外, 该法新增了域外适用条款, 这一创新性规定确保了执法机关能够根据此法规对那些虽发生在境外、却对国内市场稳定及相关市场主体合法权益构成侵害的不正当竞争活动实施有效的管辖与制裁, 从而显著提升了法律在全球化背景下的适用性和影响力。这揭示了电子商务法律环境正经历着持续的现代化进程, 有效地应对并满足不断演进的市场挑战与需求。

2.4. 企业电子商务转型研究

传统企业正面临着数字化转型的迫切需求, 这一转变旨在使其能够有效应对电子商务领域的快速发展与挑战。企业电子商务转型是一个复杂的过程, 不仅涵盖了组织结构的根本重塑, 还涉及到优化业务流程以及构建或升级技术架构的关键变革。研究揭示, 企业电子商务的成功转型依赖于技术、组织与环境三大维度的协调互动[3]。数商云公司的战略部署, 以技术中台与行业特定场景的双驱动模式为核心, 通过定制化的 B2B 平台开发服务, 创造性地为广东企业应对全球化挑战提供了先进的解决策略(见表 1)。

Table 1. Comparison of different e-commerce models

表 1. 不同电商模式的比较

电商模式	主要特征	典型案例	优势	挑战
B2C 电商	直接面向消费者, 一站式购物	淘宝、京东	规模经济, 用户体验好	竞争激烈, 获客成本高
B2B 电商	企业间交易, 批量大	阿里巴巴、慧聪网	交易稳定, 客单价高	定制化要求高
C2C 电商	个人间交易, 品类丰富	闲鱼、转转	门槛低, 品类多样	质量参差不齐
社交电商	社交关系链驱动	拼多多、小红书	获客成本低, 粘性高	依赖社交网络
直播电商	实时互动, 直观展示	抖音直播、快手电商	转化率高, 体验生动	内容质量要求高

¹数据来源: 《经济参考报》: 外贸大省激活新动能 广东谋求跨境电商高质量发展。

3. 新质生产力对电子商务的影响机制

3.1. 智能化服务水平的影响

新型生产力要素正逐渐演化为核心驱动力, 显著推动着经济体系向高质量发展的转型进程。通过人工智能技术机器学习算法, 电商平台能够更精准地分析用户画像、进行针对性营销和个性化推荐。例如, 淘宝、京东等电商平台能够通过高度精确的需求预测技术, 以及个性化商品推荐系统, 显著提升用户体验与销售效率。

在技术应用创新层面, 以虚拟现实(VR)和增强现实(AR)为代表的人机交互范式升级正在重构电商消费场景[4]。基于计算机视觉和三维建模技术的深度整合, 典型应用如 AR 试衣镜的虚实融合系统与 VR 家居环境的沉浸式漫游方案, 这种多感官信息融合的交互模式不仅显著增强了用户对商品属性的感知维度, 更通过数据驱动的决策支持机制有效提升消费决策效能。

3.2. 个性化服务水平的影响

大数据分析技术使得电子商务平台能够深入了解用户偏好和行为模式, 通过嵌入智能客服、智能搜索等应用场景, 进而实现更为个性化的用户体验, 显著提升用户的满足度与忠诚度。通过用户画像和精准营销, 电商平台能够更精准地理解用户意图, 匹配用户需求, 由此电商企业可以更好地满足消费者的个性化需求, 提高用户粘性和转化率。

借助大数据技术的驱动, 电子商务企业致力于构建全方位、多层次的用户画像体系, 采用机器学习算法以自动化、智能化的方式提炼用户的核心属性和偏好, 从而为个性化推荐、精准营销等策略提供强有力的数据支撑与决策依据, 实现从基础属性到潜在需求的全维度洞察。通过建立客户价值分层模型精准定位高净值客群, 并运用预测建模技术解构其购买转化全链路行为轨迹。基于深度神经网络的预测性分析模型, 能够生成动态优化的个性化推荐策略, 进而驱动精准营销、库存管理和客户服务的三维协同。

3.3. 高效化服务水平的影响

借助物联网与自动化技术的融合应用, 电子商务的供应链管理与物流配送实现了显著的效率提升, 这一变革通过引入机器学习算法及大数据建模, 能够精准预测市场需求趋势, 从而实现库存资源的优化配置与动态调整。于运输流程中, 通过引入创新策略如优化运输路线规划、集成智能化仓储管理系统以及实施智慧化配送网络, 传统物流体系正经历深刻变革, 显著减少了配送周期, 并有效降低了运营开支。

于现代物流体系而言, 大数据技术的深入应用正成为驱动其实现智能化转型与升级的关键动力。通过构建多维数据采集网络, 该技术能够实现对仓储管理系统的智能化调控, 具体表现为库存周转率的动态优化、储位分配的精益化运作以及空间利用率的显著提升[5]。这些革新不仅显著提升了物流运作的效能, 而且有效削减了运营开支, 从而为电子商务行业的蓬勃兴起提供了坚实的动力与支撑。

4. 跨境电商发展的挑战与对策

4.1. 合规风险：多国法规的“动态迷宫”

跨境电商需同时应对目标市场与中国的双重监管, 涉及数据安全、税务合规、知识产权等 12 个领域。以东南亚市场为例, 印尼要求电商平台必须与本地银行合作完成资金清算, 泰国对进口商品实施严格的溯源管理。某美妆企业在拓展东南亚市场时, 因未及时更新印尼税务政策, 导致 300 万元货款被冻结, 暴露出传统 ERP 系统难以适应动态合规需求的痛点²。

²东南亚市场突围战：看懂这些平台规则才能避免踩坑。

针对这一挑战, 数商云平台集成全球 120+国家和地区的贸易政策数据库, 通过 AI 算法实时监测政策变化, 并为企业提供合规建议和风险预警[6]。例如, 当欧盟新规要求进口商品必须标注碳足迹时, 系统可自动生成合规标签, 并同步更新供应链数据。某建材企业应用后, 成功规避欧盟反倾销调查, 年节省合规成本超 200 万元³。

4.2. 供应链协同: 跨境链条的“效率黑洞”

全球供应链平均包含 7~9 个环节, 涉及 30+参与方, 信息传递延迟导致库存周转率下降 40%。广东某 3C 企业出口东南亚时, 因物流信息滞后造成海外仓积压, 损失超千万元。更严峻的是, RCEP 区域贸易协定虽降低关税, 但原产地规则、通关便利化等非关税壁垒仍制约效率提升。

针对这一挑战, 数商云平台整合 DHL、FedEx 等 150+物流商 API, 结合物联网技术实现货物实时追踪。某 3C 企业通过智能路径规划功能, 将东南亚市场物流时效从 7 天缩短至 3 天, 成本降低 28%。更创新的是, 供应链金融模块与网商银行、微众银行合作, 通过数据质押为企业提供低息融资。某中小企业凭借平台交易数据, 获得 5000 万元信用贷款, 资金周转率提升 1.8 倍⁴。

4.3. 本地化运营: 文化差异的“隐形壁垒”

语言障碍、支付习惯、消费偏好等文化差异直接影响转化率。某家居品牌在进入中东市场时, 因未适配阿拉伯语界面和本地支付方式, 导致跳出率高达 65%。而缺乏本地化客服团队更使纠纷处理周期延长至 15 天, 严重损害品牌信誉。

针对这一挑战, 数商云平台支持多语言切换、多货币结算、本地支付接口集成, 并内置文化适配引擎。某家居品牌进入中东市场时, 系统自动调整界面布局为右至左阅读模式, 推荐符合伊斯兰教义的配色方案[7], 转化率提升 40%。此外, 用户行为分析模块可识别区域消费偏好, 指导企业调整选品策略。某食品企业通过分析东南亚用户数据, 推出小包装即食产品, 销售额增长 65%⁵。

5. 企业电商转型与信息化建设路径

5.1. 传统企业的电商转型困境

传统企业在向电子商务转型过程中面临诸多挑战, 包括技术能力不足、组织结构不适应、业务流程需要重构等问题。许多传统企业缺乏电子商务运营经验, 不熟悉互联网营销方法, 难以有效吸引和留住在线客户。同时, 传统企业的线下业务流程往往不能直接适用于线上环境, 需要进行数字化改造和优化。

企业原有系统往往存在数据孤岛, 各部门数据标准不统一, 难以实现数据共享和协同分析。这导致企业无法全面了解客户需求和市场变化, 难以做出科学决策[8]。某家居品牌在进入中东市场时, 就因未能有效整合和分析当地市场数据, 导致产品策略和营销策略不适应本地需求, 跳出率高达 65%。

5.2. 企业数字化转型路径

成功推进企业电子商务转型, 要求精心规划并实施一套明确的数字化转型策略, 该策略应清晰界定转型的目标与具体的执行步骤, 确保组织能够有效地适应并利用数字技术, 从而实现商业模式的升级与优化。企业需要从组织、在全面推动数字化转型的过程中, 应从流程优化、技术创新以及模式变革三个关键维度同步推进, 确保转型策略的系统性和有效性。在组织结构层面, 构建一个跨部门的数字化转型

³数据来源: 数商云: 广东跨境电商 B2B 平台开发, 破解全球化布局三大难题。

⁴数据来源: 数商云: 广东跨境电商 B2B 平台开发, 破解全球化布局三大难题。

⁵数据来源: 2024 年东南亚食品饮料行业可持续发展趋势分析。

团队至关重要, 其旨在全面推动组织的数字化进程。此团队需明确界定各部门的职责范围, 并建立健全的合作与协调机制, 确保各项数字化活动的高效执行与整合, 从而实现整体战略目标的一致性和协同性。针对流程改进, 我们的策略是系统性地重塑业务流程架构, 以实现无缝整合线上线下运营模式, 从而全面提升服务效率与用户体验。在技术方面, 需要建设电商平台、数据分析系统等技术支持体系。

数商云公司的“技术中台 + 行业场景”双轮驱动战略, 通过定制化 B2B 平台开发, 为广东企业破解全球化难题提供了创新解决方案。该公司自主研发的“星云”微服务框架采用分布式系统设计, 将 B2B 平台拆解为订单管理、供应链协同、智能推荐等独立模块。每个模块可独立开发、部署与扩展, 支持百万级并发处理, 平均响应时间低于 200 毫秒。以珠海某家电龙头企业为例, 其大促期间订单量激增 300%, 传统单体架构系统频繁崩溃, 而采用数商云微服务架构后, 系统故障率下降至 0.03%, 订单处理能力提升 3 倍⁶。

5.3. 企业信息化集成策略

企业在实施电子商务转型的过程中, 必须致力于信息系统集成的构建, 旨在无缝衔接前端的销售环节、中层的运营管理以及后端的供应链体系, 从而实现业务流程的全面优化与协同运作。这一举措不仅能够显著提升数据利用效率, 还能够在跨部门合作中促进信息流通, 支持更为精准的市场洞察和策略制定。同时, 为了增强系统的效能与智能化程度, 企业应采纳包括云计算、大数据分析以及人工智能在内的前沿技术。

在系统集成领域, 微服务架构因其显著优势而逐渐成为主导性的技术选型, 这主要归功于其能够实现高度解耦、提升部署效率以及增强系统的可扩展性和灵活性。此架构采用微服务模式, 将整个系统分解为若干个独立运作的服务实体, 每一服务均部署于专属进程之中, 相互协作与交互。此架构显著提升了系统的灵活性与可扩展性, 使其能够支持高效且迅速的迭代与部署流程。某 3C 企业应用微服务架构后, 系统故障率下降至 0.03%, 订单处理能力提升 3 倍⁷。

6. 法律与监管体系的创新需求

6.1. 数据隐私与网络安全保护

伴随电子商务领域的迅猛增长, 数据隐私保护与网络安全挑战已变得尤为紧迫。近期, Shein 因不当使用 Cookie 被法国数据保护机构处以 1.5 亿欧元(1.7561 亿美元)的罚款, 原因是 Shein 网站在未经同意的情况下收集消费者数据, 违反了相关规定。委员会在一份声明中表示, 当浏览 Shein 法国网站的用户选择退出 Cookie (允许网站和广告商识别个人用户并追踪其浏览习惯的小文件)时, 仍然会发现该网站使用了一些 Cookie⁸。

这一案例表明, 电子商务企业需要加强数据隐私保护措施, 确保合规经营。企业应当建立完善的数据隐私保护制度, 明确数据收集、使用和共享的规则, 获得用户的明确同意, 并提供便捷的退出机制[9]。同时, 企业需要加强网络安全防护, 防止数据泄露和黑客攻击, 保障用户数据和交易安全。

6.2. 知识产权与消费者权益保护

知识产权保护与消费者权益保障是监管工作的核心焦点。速卖通及关联公司在韩国被罚款 150 万美元⁹, 原因是其在电子商务平台上显示欺骗性销售价格。根据反垄断监管机构的最新调查, 全球速卖通的

⁶数据来源: 数商云: 广东跨境电商 B2B 平台开发, 破解全球化布局三大难题。

⁷数据来源: 数商云: 广东跨境电商 B2B 平台开发, 破解全球化布局三大难题。

⁸数据来源: 蓝洞新消费: Temu、Shein 和速卖通近期被罚 2.1 亿美元!

⁹数据来源: 蓝洞新消费: Temu、Shein 和速卖通近期被罚 2.1 亿美元!

两家关联合作伙伴——Ocean Sky 和 MICTW——通过假装提供标价大幅折扣的方式, 实施了误导性销售行为。然而, 经调查发现, 这些公司从未按照广告价格销售产品, 联邦贸易委员会认为这违反了当地广告法。

此案例清晰地揭示了电子商务平台在监管商家行为、遏制虚假营销与价格操纵以及维护消费者合法权益方面所面临的迫切需求。平台应当建立严格的商家审核制度, 定期检查商品信息和价格真实性, 及时处理消费者投诉和纠纷。同时, 平台需要加强知识产权保护, 防止假冒伪劣商品销售, 维护品牌商合法权益。

6.3. 跨境监管协作与合规管理

跨境电商领域的迅速扩张不仅重塑了全球贸易格局, 而且对跨境监管合作机制提出了前所未有的挑战与需求。依据新修订的《反不正当竞争法》, 其新增了域外效力条款, 此条款基于“效果原则”, 明确将那些在境内产生影响、扰乱市场竞争环境以及侵犯境内企业合法利益的行为视为可管辖对象与相关司法规则和实践形成制度衔接^[10]。这要求既要确保有效规制, 又要避免引发不必要的管辖权争议。这包括明确“境内损害后果”的具体认定标准和“国际礼让”等例外情形等¹⁰。

在证据层面, 要用好域内证据。在无法直接取得境外原始数据时, 建立“等值替代”证明路径与合理推定规则。积极推动建立双边或多边执法协作框架, 构建联合治理机制、简化跨境取证程序。要充分发挥第三方机构与专家资源在域外法律与平台规则查明、电子证据认定等方面的专业作用。

7. 结论与展望

7.1. 研究结论

本研究探讨了新质生产力驱动下电子商务创新发展路径及相关法律监管问题。研究表明, 以人工智能、大数据、物联网等为代表的新质生产力正在深刻改变电子商务的传统业态模式和发展路径。新质生产力与电子商务的深度融合表现出智能化、个性化和高效化的新特征, 同时, 新质生产力驱动下的电子商务也面临数据安全与隐私保护、就业结构变化、物流配送的降本增效等一系列挑战。跨境电商在全球化布局中面临合规风险、供应链协同和本地化运营三大核心挑战。针对这些挑战, 企业需要采取技术创新和管理创新相结合的策略, 提升合规能力、供应链协同效率和本地化运营水平。

7.2. 理论意义与实践启示

在理论方面, 研究丰富了电子商务和新质生产力的理论研究, 探索了新质生产力与电子商务的协同创新机制, 为后续研究提供了理论基础。在实践方面, 研究为企业电子商务转型和国际化发展提供了实践指导, 帮助企业应对全球化布局中的挑战, 提升竞争力和可持续发展能力。

针对电子商务企业而言, 强化技术创新至关重要, 应积极融入人工智能、大数据分析以及物联网等前沿技术, 以此驱动服务流程的智能化、个性化升级与效率优化, 从而显著提升整体服务水平。同时, 为了有效控制法律风险, 企业应强化合规管理实践, 构建一套全面而系统的合规管理体系。针对监管机构而言, 其应致力于优化并健全相关法律体系与规章, 强化国际间的跨边界监管合作, 以此构建一个既包容又规范的法治框架, 为电子商务的繁荣与发展提供坚实的基础与支持。

7.3. 研究局限与未来方向

本研究存在一定的局限性。首先, 研究主要基于文献分析和案例研究, 缺乏大规模实证数据的支持。

¹⁰案例来源: 新《反不正当竞争法》保障跨境电商高质量发展法律适用问题闭门研讨会在深圳前海举行。

未来研究可以采用问卷调查、大数据分析等方法, 收集更多实证数据, 验证研究结论。其次, 研究主要关注中国电子商务市场, 未来可以加强国际比较研究, 借鉴其他国家的发展经验。最后, 研究主要关注技术和管理层面, 未来可以加强政策层面的研究, 探讨如何通过政策创新促进电子商务发展。

未来电子商务研究可以重点关注以下方向: 一是跨境电商发展研究, 如合规管理、供应链协同、本地化运营等; 二是电子商务法律监管研究, 如数据隐私保护、知识产权保护、跨境监管协作等; 三是企业电商转型研究, 如数字化转型路径、信息化建设策略等。

基金项目

贵州省高校人文社会科学研究基地子项目贵州特色农产品区域公用品牌价值提升机制与路径研究(课题编号: 23RWJD024)。

参考文献

- [1] 张艺, 姜珊, 明娟. 电子商务与零工工资——基于网络兼职招聘大数据的经验研究[J]. 技术经济, 2025, 44(8): 114-126.
- [2] 傅利平, 康开荣, 冯华超, 等. 农村数字化转型何以悬浮: 基于政策执行过程的案例研究[J]. 公共行政评论, 2025, 18(4): 81-101, 198.
- [3] 钟腾龙, 张晓涛, 毕文静. 区域贸易协定数字贸易规则与货物出口贸易[J]. 经济学动态, 2025(8): 172-190.
- [4] 倪楠, 丁元. 电商平台经营者违反安全保障义务的“相应责任”解构——以比例连带责任为中心[J]. 上海财经大学学报, 2025, 27(4): 138-152.
- [5] 胡乃元, 高原, 王家合, 等. 村庄产业融合对农户收入质量的影响——基于 CLES 数据的实证研究[J]. 农业技术经济, 2025(7): 35-54.
- [6] 应飞虎. 数字营销中默认选择的运用及其法律规制[J]. 法学, 2025(7): 176-192.
- [7] 于波. 网络平台恢复义务的理论证成与责任制度完善[J]. 现代法学, 2025, 47(4): 132-145.
- [8] 杨弦, 史锟洋, 林志杰, 等. 消费低碳化策略选择: 线上还是线下? [J]. 管理科学学报, 2025, 28(7): 39-52.
- [9] 王长林, 林万成, 韩军涛. 专业思维能力导向下新文科教学模式创新设计研究[J]. 中国大学教学, 2025(7): 91-96.
- [10] 代彬, 闵诗尧. 跨境电商改革能够降低企业对大客户的依赖吗——基于跨境电子商务综合试验区的准自然实验[J]. 中南财经政法大学学报, 2025(4): 133-147.