E-Commerce Letters 电子商务评论, 2026, 15(11), 31-38
Published Online November 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2026.15111205

Hans汉斯

电商赋能民营经济高质量发展的理论基础与路径探究

王　洁

扬州大学马克思主义学院，江苏　扬州

收稿日期：2026年5月15日；录用日期：2026年5月29日；发布日期：2026年11月9日

摘　要

坚持高质量发展、培育新质生产力是经济社会发展的核心导向，民营经济是高质量发展的重要主体，电子商务则是数字经济赋能实体经济、激活民营经济活力的重要力量。本文立足于马克思主义政治经济学、新制度经济学、创新生态系统理论与数字经济理论，构建电商赋能民营经济高质量发展的学理框架，阐释数字渠道、平台生态、数实融合驱动民营经济提质增效的理论基础，通过制度优化、创新协同、要素重构要求，提出法治化保障、生态化创新、市场化配置、全球化拓展的实施路径，为电商与民营经济深度融合并促进民营经济高质量发展提供理论参考与实践指引。

关键词

电子商务，民营经济，高质量发展

Theoretical Foundation and Pathways for E-Commerce to Empower High-Quality Development of the Private Economy

Jie Wang

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: May 15, 2026; accepted: May 29, 2026; published: November 9, 2026

Abstract

Adhering to high-quality development and fostering new quality productivity is the core orientation of economic and social development. The private economy is an important subject of high-quality

文章引用: 王洁. 电商赋能民营经济高质量发展的理论基础与路径探究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(11): 31-38.
DOI: 10.12677/ecl.2026.15111205

development, and e-commerce is a significant force in enabling the digital economy to empower the real economy and invigorate the vitality of the private economy. Based on Marxist political economy, new institutional economics, innovation ecosystem theory, and digital economy theory, this paper constructs a theoretical framework for e-commerce to empower the high-quality development of the private economy, explains the theoretical basis of digital channels, platform ecosystems, and the integration of digital and real economies in driving the quality and efficiency improvement of the private economy, and proposes implementation paths of legal protection, ecological innovation, market-based allocation, and global expansion through requirements of institutional optimization, innovation synergy, and factor reconfiguration, providing theoretical references and practical guidance for the deep integration of e-commerce and the private economy and promoting the high-quality development of the private economy.

Keywords

E-Commerce, Private Economy, High-Quality Development

Copyright © 2026 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

当前，电子商务已突破传统消费渠道的功能边界，加速升级为数字经济时代的关键基础设施，成为贯通生产、流通与消费的核心枢纽，更是赋能民营企业数字化转型、拓展市场空间、提升创新能力的重要载体。如何从学理上系统阐释电商赋能民营经济高质量发展的内在规律，成为理论界与政策制定者共同关注的议题。围绕这一议题，已有研究大致沿着三条脉络展开。一是民营经济发展的制度与政策研究。学者们侧重从营商环境、产权保护、融资约束、市场准入等角度，探析影响民营经济活力的制度因素，强调政策支持体系对民营企业成长的基础作用[1]。二是电子商务产业的运行机制与组织形态研究。该脉络聚焦平台经济、网络效应、数据驱动、供应链协同等核心概念，揭示电商产业的资源配置方式、价值共创模式及其对传统产业组织的重塑机理。三是电商对民营经济单一维度的赋能效应研究。部分文献讨论了电商平台降低交易成本、缓解信息不对称、拓宽销售渠道等机制，验证了电商在促进中小企业出口、品牌培育、就业吸纳等方面的正向作用。然而，上述研究多侧重于某一侧面，将民营经济发展政策、电商产业运行机制与赋能效应割裂考察，缺少将三者置于统一分析框架的整合性努力，尤其对电商与民营经济深度融合的多学科理论支撑、系统性机理解构和全链条路径设计仍显不足。因此，本文主要在以下方面做出拓展：一是构建多学科融合的理论分析框架。尝试整合马克思主义政治经济学、新制度经济学、创新生态系统理论与数字经济理论，从制度、创新、要素、市场四重维度搭建电商赋能民营经济高质量发展的理论框架，以此弥补单一理论视角解释力的局限。二是揭示系统性的赋能机理。将制度保障、创新协同、要素配置、市场拓展确立为四大核心逻辑，剖析其交互作用与传导链条，从而提供机理层面的整体性认知。

基于此，本文将构建“制度–创新–要素–市场”四维理论框架，阐释马克思主义政治经济学生产关系与流通关系辩证统一、新制度经济学交易成本与制度变迁、创新生态系统共生演化以及数字经济理论数据要素赋能等核心命题的耦合逻辑；聚焦机理分析，逐层解构制度保障如何降低民营经济运行的制度性交易成本，创新协同如何驱动民营企业嵌入创新网络、激发内生动力，要素配置如何借助电商平台实现资本、人才、数据等要素的精准匹配与集约利用，市场拓展如何打破地域与信息壁垒、助力民营企

业融入国内国际双循环；设计覆盖数字化转型诊断、平台对接、要素供给、制度优化和生态共建等环节的全链条路径，并提出精准施策方案；最后为结论与建议。期望为破除民营企业数字化转型面临的现实困难、制定精细化支持政策提供坚实的学理支撑。

2. 电商赋能民营经济高质量发展的理论基础

电商赋能民营经济高质量发展的理论根基，是多学科理论有机融合、动态适配的完整体系，各理论相互衔接、层层递进，共同构成理论支撑框架。

2.1. 马克思主义政治经济学

马克思主义政治经济学揭示生产关系必须适应生产力发展的基本规律，技术与制度内生于经济发展进程。当前民营经济发展面临着现实矛盾。第一，数字化转型的“不敢转、不愿转、不会转”困境，折射出数字生产力与制度供给之间的结构性张力，本质上是新型生产力缺乏适配的生产关系支撑[2]。第二，平台经济背景下“赢者通吃”的竞争格局，导致部分民营企业陷入“依附式生存”，自主创新能力与议价权被削弱，暴露出流通领域生产关系对生产领域民营主体的反向挤压。第三，数据要素确权、流转与收益分配制度尚不健全，民营企业在算法定价、流量分配、数据使用中处于弱势地位，制约了要素向高效率主体的市场化配置[3]。电商作为数字生产力的典型形态，推动生产要素数字化、流通环节网络化、交易模式智能化，使得生产关系适配新质生产力要求。马克思主义政治经济学将电商赋能民营经济的困境，从单纯的技术采纳或营销策略层面，提升至生产力与生产关系矛盾运动的高度，揭示出解决上述困境的关键不在于技术本身的供给，而在于构建适应数字生产力发展的制度体系。

2.2. 新制度经济学

新制度经济学以制度为核心变量，强调清晰产权、公平竞争、高效契约可降低交易成本、激励创新，为解析电商赋能民营经济的制度梗阻与优化路径提供直接支撑。传统民营企业面临信息搜寻成本高、市场对接效率低、契约执行成本大等问题，电商平台通过数字化匹配、透明化交易、标准化流程，显著降低营销、流通、维权等制度性交易成本，破解市场准入隐性壁垒、行政审批繁琐、地方保护等痛点；制度适配理论视角下，民营企业在初创、成长、高质量发展阶段呈现差异化制度需求，电商赋能需匹配阶段性诉求：初创期侧重降低准入门槛、提供基础流量支持，成长期强化公平竞争、要素供给保障，高质量发展阶段聚焦创新激励、全球规则对接，实现制度供给与电商赋能需求动态匹配。但当前民营经济仍面临深刻的制度性梗阻，制约着交易成本降低与制度适配效应的释放[4]。第一，市场准入的“隐形门”与地方保护主义交织，导致民营企业在跨区域经营、参与政府采购、获取公共数据等方面承受高昂的制度性交易成本，电商平台的匹配效率被非市场壁垒部分抵消。第二，民营企业在不同阶段的制度需求与政策供给存在明显错配。初创期常陷入“准入易、存活难”的困境；成长期面临融资歧视、要素获取不平等；高质量发展期则遭遇知识产权保护不力、海外合规风险加剧等瓶颈，制度供给缺乏动态调适机制。第三，平台经济本身衍生出新的制度摩擦，如平台“二选一”、算法歧视、数据封锁等行为，反而增加了中小商户的契约执行风险与转换成本，暴露出清晰产权界定与公平竞争秩序的缺位。新制度经济学将上述问题凝练为“制度性交易成本过高”与“制度供需非均衡”两大核心命题，从而指明了解决民营经济困境，不能止步于技术赋能与平台接入，而是要深化制度层面的变革。

2.3. 创新生态系统理论

创新生态系统强调多元主体协同演化、资源共享、风险共担，电商赋能民营经济高质量发展依赖政府、电商平台、民营企业、高校科研机构、金融机构协同发力。政府负责营造数字营商环境、开放公共应

用场景、完善数据监管规则。电商平台作为核心枢纽，提供技术、渠道、数据、物流等基础设施，推动供需精准对接；民营企业聚焦市场需求，依托电商开展产品创新、模式创新、品牌升级；高校与科研机构提供数字技术、电商运营人才支撑；金融机构提供全生命周期融资服务。但目前民营经济创新生态仍面临严重的碎片化与协同失灵[5]。第一，创新主体各自为战、资源分散的“孤岛效应”突出。民营企业尤其是中小主体研发投入有限、技术储备薄弱，高校科研机构的成果多停留于论文与实验室阶段，电商平台的技术与数据优势未能有效向产业端溢出。第二，风险分担机制缺位加剧了民营企业创新抑制。人工智能电商、跨境电商等前沿领域技术迭代快、试错成本高、商业模式验证周期长，中小民营企业独自承担创新风险的能力弱，而现有产学研合作中利益分配与风险共担机制尚未理顺，导致“不敢创、无力创”的困局。第三，创新生态的制度环境仍不完善，数据共享规则模糊、知识产权保护执行难、跨主体合作中的契约风险高企，进一步阻碍了多元主体的深度协同[6]。创新生态系统理论将上述困境诊断为“系统失灵”而非单一主体能力不足，从而指明破解路径，即从孤立扶持转向生态共建。

2.4. 数字经济理论

数字经济理论以数据为关键生产要素，强调网络效应、平台生态、数实融合对经济效率的提升作用。电商作为数字经济的核心应用场景，通过数据要素市场化配置，打破地域限制、降低信息不对称，推动民营企业从单点数字化转向全产业链数字化，实现从“规模扩张”向“质量效益”转型[7]。电商赋能本质是数据、技术、资本、人才等要素高效流动与精准配置，带动民营企业生产柔性化、营销精准化、管理智能化，为民营经济高质量发展注入数字动能。但是，民营经济在数字化转型中也正在遭遇深层的要素错配与数字鸿沟。第一，数据要素的“占有－使用－收益”链条扭曲。电商平台沉淀的海量消费数据、流量数据由平台单方面掌控，民营企业尤其是中小商户难以获取自身经营数据及行业趋势数据，沦为“数据生产者却非数据受益者”，信息不对称并未消除，反而以新的形式强化。第二，数字化转型呈现“强者恒强”的马太效应。头部企业凭借资金、人才优势完成全链路数字化，而大量中小民营企业困于“单点数字化”阶段，采购、生产、销售、管理等环节数据孤岛林立，全产业链数字化协同遥不可及，要素配置效率反而因系统不兼容、标准不统一而折损[8]。第三，数字基础设施的区域差距与城乡差距，叠加中小企业数字化人才匮乏、融资成本高企，使得电商赋能的“普惠效应”大打折扣，部分民营主体面临被数字经济浪潮进一步边缘化的风险。数字经济理论指明了数字技术本身并不自动导向公平与效率，关键在于构建起数据确权、流转与收益分配的规范秩序。

3. 电商赋能民营经济高质量发展的理论逻辑

基于多学科理论支撑，电商赋能民营经济呈现制度保障转型、创新生态升级、要素配置优化、市场空间拓展四重逻辑，契合我国民营经济发展现实需求。

3.1. 从政策扶持到法治保障，夯实了电商赋能制度基础

当前，电商赋能民营经济的制度逻辑从政策扶持转向法治保障，彰显新制度经济学制度稳定性与激励相容性原理。法治保障核心是将民营经济促进法、电商监管规则转化为可操作、可监督的实施细则：完善电商领域公平竞争审查制度，破除平台“二选一”、大数据杀熟等隐性壁垒；强化数据产权、数字知识产权、商业秘密保护，建立数据产权登记、专利快速裁决机制；构建第三方评估体系，监督地方执法与平台合规情况，畅通民营企业维权渠道[9]。以全国统一大市场建设为契机，优化电商市场准入负面清单，清理直播电商、跨境电商、产业电商等领域隐性限制，推进跨区域审批通办、资质互认，破除地方保护，让“非禁即入”落地见效。构建亲清政商关系，建立政企常态化沟通机制，精准对接民营企业电商转

型诉求，提供定制化政务服务，防范权力寻租，营造稳定可预期的数字营商环境。

3.2. 从单点创新到生态协同，升级了电商创新驱动体系

电商赋能民营经济的创新逻辑，从企业单点数字化转向全生态协同创新。新时期构建“国家级–区域级–行业级”电商创新联合体，国家级联合体聚焦电商核心技术“卡脖子”领域，整合全国资源攻关人工智能电商、供应链数字化等技术；区域级联合体立足地方产业带，推动电商与制造业、农业、服务业融合；行业级联合体聚焦细分赛道，实现产业链上下游协同转型[10]。培育未来产业电商生态，围绕人工智能、低空经济、量子技术等领域，坚持“国家战略 + 民营电商优势”双向匹配，培育民营电商“链主”企业，形成“龙头引领 + 中小配套”集群效应。开放公共应用场景，为民营企业提供电商“首试首用”机会，实行包容审慎监管，适配电商新业态快速迭代特征，释放创新活力。

3.3. 从资源供给到精准配置，重构了电商要素支撑体系

要素配置逻辑从传统要素供给转向数据、人才、资本、技术精准配置，破解民营企业电商转型要素瓶颈。人才要素方面，构建“精准引才、产教共育、灵活激励”体系，推行靶向引才、柔性引才，共建电商产业学院，推广股权激励、技术入股，破解高端电商人才引育留用难题。资本要素方面，完善电商金融支持体系，扩大知识产权质押、供应链金融规模，探索电商资产证券化，引导资本向民营科技电商、专精特新企业集聚。数据要素方面，保障数据安全与有序流通，为民营企业提供免费数据安全评估，培育专业数据服务商，实现数据要素价值最大化。技术要素方面，推动电商平台开放“小快轻准”数字化工具，降低中小企业转型成本，促进数实深度融合[11]。

3.4. 从国内市场到全球布局，拓展了电商全球化空间

在全球贸易格局中，我国跨境电商展现出迅猛的发展态势，在国际贸易中的地位不断提升。数据显示，2019 至 2023 年间，我国跨境电商市场进出口规模从 10.5 万亿元稳步增长至 16.85 万亿元[1]，年均增长率超过 7%。海关总署《2025 年中国跨境电商进出口情况》[2]数据显示，2025 年我国跨境电商进出口达 2.84 万亿元，增长 4.8%，占货物贸易进出口总值 6.2%；其中出口 2.27 万亿元，占货物贸易出口总值 8.4%，均创历史新高。广东出口货源占比首超五成，数码产品等高附加值品类占比上升，国际贸易地位持续提升[12]。依托跨境电商这一关键通道，民营企业不再只是把商品卖出去，而是系统性地推动品牌走向海外。这种转变离不开制度与基础设施的同步跟进。跨境电商综试区在通关、退税、结汇等方面持续简化流程，为企业“出海”松绑。同时，海外仓和全球物流体系的完善，让跨境配送从过去的远距离邮寄，变成接近本地消费的配送体验，退换货也更加便捷。对接 RCEP 等国际规则后，利用关税减让和原产地累积等安排，民营企业可以在亚太区域内更灵活地配置供应链，明显降低跨境交易的综合成本[13]。

4. 电商赋能民营经济高质量发展的实施路径

立足于理论逻辑与现实需求，新时期从法治化保障、生态化创新、市场化配置、全球化拓展四个维度，构建电商赋能民营经济高质量发展实施体系。

4.1. 以法治化为核心，优化电商赋能制度环境

完善电商领域配套法治体系，需以《中华人民共和国民营经济促进法》[3]为依据，加快出台电商市场准入、数据流通、平台竞争等方面的实施细则，形成可操作的规范框架[14]。针对直播电商、社交电商、

[1] http://www.100ec.cn/index.php/detail--6638736.html
[2] http://zfs.customs.gov.cn/customs/2026-06/16/article_2026061616113889190.html
[3] https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202504/content_7022018.htm

产业电商等新业态，应分类制定监管规则，明确主体责任边界与合规要求，同步清理数字领域各类隐性壁垒，确保民营企业依法平等进入。强化数字产权保护，应将数据、算法与电商知识产权纳入保护范畴。提升维权效率，建立涵盖电商场景的快速维权机制，实质性压缩专利纠纷办案周期，通过诉调对接、行政裁决与司法保护衔接，降低企业维权的时间成本与举证负担，切实保障民营企业的数字资产权益。健全公平竞争机制，需深化电商领域的公平竞争审查，重点规制平台垄断、算法合谋、数据滥用等不正当竞争行为。推动建立跨部门协同监管机制，明确职责分工与执法标准，防止多头执法与监管套利[15]。在此基础上，打破部门间信息孤岛，通过构建统一的预算管理平台，实现监管数据的实时共享与交互稽核，提升协同监管的精准度与效率，为民营企业在电商领域公平参与竞争提供制度保障[16]。

4.2. 以生态化为导向，打造电商协同创新体系

升级电商创新联合体，核心是打破民营企业与科研资源之间的壁垒。通过构建多层级创新平台，推动高校、科研院所的重大科研基础设施、实验室和中试验证环境向民营企业实质性开放，并配套建立清晰的资源共享规则和利益分配机制，让企业用得上、用得起。只有权益界定明确、收益预期稳定，创新要素才能高效流动，成果转化效率才能提上来。在产业化落地环节，应加快建设电商中试转化基地。在高新区等产业集聚区域布局专门的电商中试平台，针对电商技术迭代快、试错成本高的特点，实行容缺受理和承诺制审批，压缩成果从实验室走向市场的周期，让技术验证与商业落地同步推进。产业链层面需要推进数字化协同。支持具备条件的民营电商龙头企业建设数字赋能平台，将自身成熟的数字化能力模块化输出，带动上下游中小企业转型。对于转型意愿强但资金吃力的中小企业，提供数字化改造贴息支持，实质性缓解“不敢转、不会转”的堵点。产学研协同方面，要推动高校、科研院所与民营企业共建电商创新平台，合作模式上强调利益共享与风险共担，让各方形成持续投入的合力，而不是签完协议就挂个牌子。只有建立起成本分摊、收益分成的稳定机制，科研供给与企业需求才能真正对齐，成果转化才能从个案走向规模化。

4.3. 以市场化为目标，重构要素精准配置机制

优化人才要素配置，实施电商卓越工程师计划的同时，应配套推广柔性引才和股权激励，让人才跨区域、跨体制流动时有清晰的权益保障通道，从而实质性缓解行业人才结构失衡的问题。强化金融要素支撑，重在把资源引向有潜力的企业。可以深化“信易贷”模式和知识产权质押融资，让轻资产的电商企业也能获得信贷；同时设立电商创新基金，引导创投资本向早期项目倾斜，而不是让金融支持停留在纸面。营销渠道的拓宽，需要企业从自身产品特性和目标客群出发，构建组合式方案[17]。在亚马逊、eBay等主流平台站稳脚跟的同时，民营企业应积极切入社交媒体电商。比如，利用抖音、小红书进行内容种草和直播带货，以强互动、娱乐化的方式触达年轻消费群体；再配合垂直独立站或专业博主进行精准投放，形成多渠道协同的引流矩阵，提高整体转化效率[18]。数据要素的市场化配置，可依托数据要素产业园建设，培育一批懂电商场景的数据服务商。在确保数据安全与合规流通的前提下，为企业提供市场洞察、用户画像等增值服务，提升数据资源的匹配效率。技术要素的供给，关键在于降低获取门槛。推动电商平台将沉淀的数字化工具向民营企业开放，减少中小企业转型的一次性投入，让数字技术真正融入产品开发、供应链管理等实体业务环节。

4.4. 以全球化为方向，拓展民营经济发展空间

完善跨境电商支撑体系，关键在于打通企业出海的关键堵点，实现系统性降本增效。这需要继续深化跨境电商综试区的制度创新，推出更具针对性的便利化举措，让政策红利真正适配跨境电商小单化、碎片化的业务现实[19]。海外仓的布局不能只看数量，更要看节点功能是否完善，应鼓励企业在目标市场

前置部署具备退换货、维修翻新、甚至轻加工能力的综合型仓配中心，将其从单纯的存储节点升级为服务海外消费者的本地化运营支点。同时，物流、支付和售后这三端必须深度咬合，通过发展跨境支付本地化方案、缩短资金回笼周期、搭建多语种售后响应体系，实质性拉低中小民营企业出海的门槛和综合成本。国内贸易与跨境电商要在渠道、供应链、能力建设上形成真正的统筹与共振。中西部地区需要加快补齐流通基础设施短板，有条件的城市应着力打造连接内外的交通运输枢纽中心，让内陆的制造集群能够低成本、高效率地接入全球物流网络。而那些已经在国内商贸流通中形成经验优势的地区，则应引导企业在深耕国内线上线下渠道的同时，有意识地将品牌管理、渠道运营等能力模块向海外复制，鼓励企业带着成熟的商业模式布局海外市场。品牌化出海是摆脱低价竞争的核心路径。要支持民营企业利用电商平台直连海外消费者的数据优势，从真实的用户反馈中提炼产品迭代方向，逐步构建起有辨识度、有溢价能力的自主品牌，将竞争力从单纯的制造效率转向产品定义与品牌运营，以此提升在全球价值链中的位置[20]。

5. 结论

当前是民营经济转型跃升、电商产业高质量发展的关键阶段，电商赋能民营经济已从渠道拓展工具升级为驱动新质生产力培育、推动现代化产业体系建设的战略支撑。这一过程深刻体现生产关系适应数字生产力发展的规律，彰显制度优化、创新协同、要素配置、市场拓展的内在逻辑，推动民营经济从政策扶持对象转向国家战略力量，发展动能从外部赋能转向内生驱动。未来需持续深化电商与民营经济深度融合，聚焦数实融合、品牌升级、全球拓展、制度创新，探索适配新质生产力的发展路径，以理论创新引领实践突破，推动电商赋能民营经济高质量发展。

参考文献

[1] 申俊喜, 杨铭. 民营经济赋能新质生产力发展: 理论机制与实证检验[J]. 广西师范大学学报(哲学社会科学版), 2025, 61(5): 152-164.

[2] 王英姝, 边苗, 蔡雪庭, 等. 人口老龄化背景下新质生产力赋能银发经济发展的机制与对策[J]. 老龄化研究, 2026, 13(6): 204-206. https://doi.org/10.12677/ar.2026.136388

[3] 陈文俊, 董小亮, 邢青. 马克思主义政治经济学视阈下数字经济的时代创新[J]. 电子商务评论, 2026, 15(2): 540-545.

[4] 马克林, 张广根, 马静. 资本、政府与创新——基于新制度经济学的分析[J]. 特区经济, 2025(6): 53-60.

[5] 徐君, 邢豪, 张珂铭. 架构者理论视角下数据产业创新生态系统主体间成本分摊与价值分配冲突的演化博弈研究[J]. 科技管理研究, 2026, 46(4): 110-122.

[6] 孟祺, 杨永新. 未来科技如何驱动未来产业发展——基于“技术创新-产业生态-制度环境”的视角[J]. 经济学家, 2025(3): 46-55.

[7] 任保平, 陈婧文. 实体经济与数字经济深度融合新范式[J]. 西安财经大学学报, 2026, 39(1): 1-11.

[8] 时省, 董松涛, 董慧萍. 数字化转型、供应链非对称溢出与企业新质生产力发展[J]. 财经问题研究, 2026(1): 72-87.

[9] 魏楚. 民营经济转型升级赋能新质生产力发展[J]. 人民论坛, 2024(19): 42-45.

[10] 赵艳萍. 电商赋能民营经济: 预算管理创新升级与落地新路径[J]. 中国商界, 2025(22): 38-39.

[11] 贾树涵, 台玉红. 平台型电商供应链协同机制研究——基于数字化转型视角[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 2477-2486.

[12] 徐僖德, 艾庆庆, 张真真, 等. 我国跨境电商营商环境评价体系构建及区域对比研究[J]. 现代商业, 2026(2): 63-66.

[13] 于运全. 对接国际规则的中国开放新实践[J]. 中国报道, 2026(Z1): 24-25.

[14] 袁义哲. 电商领域商标权保护的现实困境与完善路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 7137-7144.

[15] 孔希贤, 郎丽华, 王钰良. 跨境电商综试区制度创新与发展新质生产力[J]. 财经科学, 2025(6): 94-108.

[16] 单玉莹. 电商生态构建与葫芦岛市民营经济转型升级的协同发展路径研究[J]. 商场现代化, 2026(4): 40-42.

[17] 王璐, 高电玻. 跨境电商与商贸流通业转型升级耦合协调发展研究[J]. 商业经济研究, 2024(11): 5-8.

[18] 李杰夫. 跨境电商赋能沿海旅游城市民营经济高质量发展的机制创新与实践路径的研究[J]. 中国电子商务, 2026, 27(1): 45-48.

[19] 刘政, 余龙, 匡慧姝. 制度型开放如何影响企业技术创新?——来自跨境电商综试区的证据[J]. 首都经济贸易大学学报, 2025, 27(5): 36-51.

[20] 阳慧. 浅论民营企业的品牌经营[J]. 中国集体经济, 2025(8): 97-100.