

- 中国知网 (cnki.net) 全文收录
- 国家哲学社会科学学术期刊数据库全文收录
- 中国期刊全文数据库全文收录
- 中文科技期刊数据库 (全文版) 收录
- 中国核心期刊 (遴选) 数据库全文收录
- AMI 扩展期刊

对外经贸

FOREIGN ECONOMIC RELATIONS & TRADE

- 服务贸易的内涵发展及影响因素变迁
- 环境规制、出口贸易与绿色技术创新
- 文化软实力对国际经贸与投资影响力策略研究
- 人工智能视角下冗余资源对企业新质生产力的影响研究

2025.11

CONTENTS

【经贸实务】

- 服务贸易的内涵发展及影响因素变迁 张 潇 张晓莹 6
- 环境规制、出口贸易与绿色技术创新 靳巧花 11
- 文化软实力对国际经贸与投资影响力策略研究
姜万勇 樊 驰 姜亚妮 16

【产业经济】

- 人工智能视角下冗余资源对企业新质生产力的影响研究 陈 颖 20
- 制造业新质生产力对产业结构高级化的影响研究 汪莉源 25
- 绿色转型促进新质生产力的理论逻辑和机制研究 金 春 30
- 即时物流服务水平对农产品社区团购持续购买意愿的影响
——基于消费者满意度的中介效应 陈宛璇 赵心仪 胥洪斌 33
- 基于 DEA-Malmquist 模型的浙江省生鲜农产品冷链物流效率分析
乔 雯 钟 敏 38
- 金融科技赋能农业新质生产力的实证研究 谭晴月 刘 畅 42
- 新质生产力视域中长三角一体化：时代意蕴、发展困境和路径选择
夏佳佳 魏青松 47

【区域经济】

- 能源结构转型、碳排放与经济增长研究
——以山西省为例 刘 妍 51
- 长三角文旅融合一体化发展背景下安徽的独特优势、角色定位与实践路径
沈 曦 56
- 广东省数字经济对企业出口贸易竞争力的影响研究
——基于制造业的实证分析 郑 运 柏 丽 61

【数字经济】

- 数据资产价值动态评估研究 李秀敏 沈美琪 65
- 数字经济背景下我国绿色技术创新发展研究
叶 姗 程玥珊 赵靖雅 70
- 自由贸易试验区建设对培育新质生产力的影响研究
黄若岩 施梅超 73
- 数字化转型对制造业服务化的影响研究 李新华 韩朝亮 78
- 数据要素市场化对产业结构升级的影响研究
——基于金融发展水平的门槛机制 王 宁 谢方铭 84

对外经贸

DUIWAI JINGMAO

2025 11
(总第 377 期)

学术委员会

- 金 旭 中国国际贸易学会会长
- 吕红军 辽宁对外经贸学院院长
- 田 刚 东北林业大学经济管理学院
教授、博士生导师
- 李 爽 东北农业大学经济管理学院
教授、博士生导师
- 高天明 哈尔滨工程大学经济管理学院
极地开发与东北亚经济研究中心
主任
- 笪志刚 黑龙江省社会科学院东北亚研
究所所长、研究员
- 惠晓峰 哈尔滨工业大学管理学院教授、
博士生导师
- 靳会新 黑龙江大学俄罗斯研究院副院长、
教授、《俄罗斯学刊》主编

中国标准连续出版物号：

ISSN 2095-3283

CN 23-1578/F

广告经营许可证：23010000065

出版日期：每月 25 日 - 30 日

定 价：每册 10.00 元

制版印刷：黑龙江艺德印刷有限责任公司

发行范围：公开发行

国内发行：黑龙江省报刊发行局

订 阅 处：全国各地邮局（所）

国内发行代号：14-289

国外总发行：中国国际图书贸易总公司

（北京 399 信箱）

国外发行代号：M04812



主管：黑龙江省商务厅

主办：黑龙江省国际经济贸易学会

主 编：顾晓滨

副 主 编：路宝会

责任编辑：郭丽春

英文编辑：刘晓辉

排 版：毕丽娟

编 务：王 彪 杨 萍

法律顾问：

大成律师事务所律师 陈丹丹

编辑出版：《对外经贸》编辑部

地 址：哈尔滨市南岗区革新街165号

信件地址：哈尔滨市南岗区中宣街20-6号

邮 编：150001

电 话：(0451)82639478

投稿邮箱：hljfert@vip.163.com

版权声明

本刊全文收录于《中国期刊全文数据库》《中国科技期刊数据库(全文版)》《中国核心期刊(遴选)数据库》《中国学术期刊综合评价数据库》、中国知网(www.cnki.net)等,如作者不同意文章转用,请在来稿中声明。

本刊文章版权属《对外经贸》杂志所有,欢迎转载、引用、翻译、评论,但请注明出处。

目 录

数字经济背景下制造业企业数字化转型的可视化分析

——基于 CiteSpace 视角 魏亚杰 杨彬如 90

数字经济与新质生产力共促高质量发展之理论逻辑与实践路径

张海燕 陈宝国 95

数字供应链赋能制造业企业国际化路径研究

——基于供应链创新与应用试点工作的准自然实验 郑理涛 100

数字经济背景下企业财务管理模式的创新与挑战

智 慧 107

基于区块链技术的中国智慧养老产业发展研究

朱培焱 乔 雯 张佳萌 110

【旅游经济】

文旅融合背景下肇庆主城区特色街区发展路径研究

张敏宁 115

【仓储物流】

物流绩效与我国农产品出口空间溢出效应

——基于农产品主要出口市场 聂红隆 李俊玮 乔 雯 119

【金融市场】

数字金融与绿色金融对农产品出口质量的协同影响研究

王鑫鑫 邱 敏 陈祥兵 126

数字普惠金融促进广东地区经济高质量发展的机制与路径研究

关沁晖 刘家瑞 132

【企业管理】

数字化能力驱动酒店员工创新绩效研究

——双元创新行为的中介与创新自我效能感的调节作用

邓逸伦 刘 婷 137

【经贸教育】

AIGC 赋能大学生创新创业能力培养的路径与策略

刘 蕾 鄢章华 洪璇娇 142

跨境电子商务专业生产性实训项目的设计与实施

潘 慧 147

高等教育数字化研究现状及热点

——基于 CiteSpace 的知识图谱分析 赵玉红 151

产教融合视域下创新创业指导教师团队“虚拟教研室”建设模式的研究

郑叶子 梁国庆 张春华 156

【经贸教育】

跨境电子商务专业生产性 实训项目的设计与实施

潘 慧

(广州城建职业学院, 广东广州 510925)

摘要: 跨境电商行业随着多年的发展, 已经进入了更高阶的运营时代。近年来跨境电商的平台规则频繁变动, 新模式新技术不断涌现, 数字技术与人工智能推动了行业的深刻变革。企业迫切需要能迅速解读平台规则、具备数智营销推广能力, 能进行供应链运营和管理的人才。高校根据行业新变化和最新的岗位需求设计生产性实训项目, 融入跨境电商专业的课程教学体系之中, 连接教育供给与产业需求, 填补跨境电商人才能力断层, 推动职业教育改革, 对行业可持续发展具有十分重要的意义。

关键词: 跨境电商; 生产性实训项目; 设计; 实施; 实践

中图分类号: G712 **文献标识码:** A **文章编号:** 2095-3283(2025)11-0147-04

DOI: 10.20216/j.cnki.fert1987.2025.11.024

The Design and Implementation of Productive Training Projects for Cross-Border E-Commerce Major

Pan Hui

(Guangzhou City Construction College, Guangzhou Guangdong 510925)

Abstract: After years of development, the cross-border e-commerce industry has entered an era of refined operations. In recent years, frequent changes in platform rules, the emergence of new models and technologies, digital technology and artificial intelligence have driven profound transformations across industries. There is an urgent need for professionals who can quickly interpret platform rules, possess digital marketing and promotion capabilities, and are skilled in supply chain operations and management. Under these new circumstances, talent cultivation in higher education institutions faces significant challenges. Design productive training projects based on industry changes and newest job requirements and embed them into the cross-border e-commerce professional curriculum, it is as a critical link between educational supply and industry needs. Such initiatives not only bridge the competency gap in cross-border e-commerce talent but also drive reforms in vocational education, holding strategic significance for the sustainable development of the industry.

Key Words: Cross-Border E-commerce; Productive Training Project; Design; Implementation; Practice

一、引言

跨境电子商务是一个具有高度实践性的专业。经过多年的发展, 行业正从粗放增长转向精耕细作。近年来跨境电商的变化表现在新平台及新商业模式的出现、技术驱动下的运营变革、国际市场环境与政策的不稳定等方面。为应对行业变化, 企业更加强调专业人才需具备与行业同频的适应能力。目前高职院校培养跨境电商人

才的普遍做法是引入各种实操模拟软件, 企业共同参与制订人才培养方案和课程标准。但是, 实操模拟软件无法对真实操作, 比如选品、优化页面、站内外引流的效果等做出真实反馈, 也无法模拟现实中的各种问题^[1]。高职教育为适应行业的发展, 必须着力于从实践出发, 深化产教融合, 通过引校入企、引企驻校、校企协同发展等多种模式, 开发多种与行业发展相匹配的生产性实

作者简介: 潘慧 (1979 -), 女, 汉族, 湖南益阳人, 硕士, 讲师, 研究方向: 跨境电商、数字贸易。

基金项目: 广东省教育科学规划课题 (高等教育专项) “生产性实训促学生就业创业质量提高的培养机制研究 - 以高职跨境电商专业为例” (项目编号: 2024GXJK942); 广州城建职业学院教育教学改革研究与实践项目 “就业创业一体化模式驱动的跨境电商实战课程教学改革研究与实践” (项目编号: JGXZZD202446); 广州市哲学社会科学“十四五”规划 2025 年度常规课题 (共建) “数字经济背景下跨境电商交叉复合型人才“三链融合”的培养路径研究 (项目编号: 2025GZGJ214)。

训项目。通过真实企业项目或商业化场景实训来培养学生的创新思维能力,为高质量就业创业打下坚实的基础。

二、跨境电商行业的变化

(一) 平台规则高频调整

主流的跨境电商平台每年发布多项规则更新。在2024年亚马逊平台发布了包括账户审核新规、FBA费用调整、Listing审核机制变动、buy box的机制变化等多项规则。Shopee平台发布了发货政策的调整,预购商品规则变化、加强了对禁止刊登、劣质刊登等违规行为的罚分力度;阿里巴巴国际站的变化主要集中在取消交易星等级开启门槛、优品模型简化、取消访客到支付转化率、商机转化率等指标以及将推广服务范围扩展至欧洲全境、新西兰、日韩等39个国家等方面。

(二) 新商业模式的涌现

近年来拼多多Temu采用平台半托管和全托管模式快速占领下沉市场,亚马

逊加速向“品牌化+精品化”转型,清理低质量卖家,独立站+SaaS工具(如Shopify+AI插件)降低创业门槛,品牌独立站开始采用“本土化运营+海外仓前置”组合策略出现“微品牌”模式,聚焦细分人群。随着跨境电商的竞争日益激烈,社交媒体与直播带货在全球范围内迅速流行,直播带货的优势在于兼具互动性与娱乐性,有助于创新跨境电商品牌形象。经过多年发展,我国电商直播已形成较为成熟的运营模式和商业机制,随着国内市场增量空间减少,海外市场正成为新蓝海。

(三) 数字技术与人工智能推动变革

随着数字技术和人工智能地发展,AI技术深度应用于跨境电商行业的各个环节。生成式AI应用于多语言客服,消除了跨境电商客服中跨文化交流的障碍;用Jungle scout、卖家精灵等工具进行数字选品,让运营者的选品方向更有据可依;供应链数字化使物流方可以整合多方资源提供柔性解决方案;区块链技术在跨境溯源中的广泛应用,让商品的质量问题有了更好地保证。实时数据的分析帮助跨境电商企业合理改进供应链的管理;智能化的仓储平台提高了仓库运营效率,让企业能更快地适应市场变化^[2];用AI技术制作商品图片和应用场景,大大降低了技术门槛,节省了人力成本,提高了工作效率。

(四) 市场环境和政策的变化

2024年海关总署的数据,东盟已成为中国近年来最大的贸易伙伴,其次,我们还在大力发展中东、非洲、“一带一路”沿线各国,拉美市场也成为新兴市场。各国平台的贸易政策不同,商品合规性的压力陡增。欧盟CBAM将于2026年1月1日开始征收,届时平台会要求卖家提供碳足迹证明。面对关税和物流成本

的激增,跨境电商企业这两年一直布局并寻求市场多元化策略,构建多元化供应链、加强供应链韧性和推动供应链协同合作。

三、新背景下对人才的新要求

过去跨境电商企业对人才的要求大多停留在对运营岗位、美工岗位和客服岗位等方面,强调运营人员要能选出蓝海产品并按照平台规则上下架产品、找出关键词撰写标题,能进行站内外广告投放和listing优化提升店铺运营的投资回报率。然而近年来跨境电商行业的快速发展和外部环境的改变带来了人才需求的一系列新变化,企业进一步升级了岗位的需求,更强调运用数智技术进行“合规运营—品牌推广—供应链管理”等方面的能力。具体表现在如下几个方面:

(一) 迅速解读平台规则的能力。

近年来,我国跨境电商出口经营者入驻的主要平台纷纷在知识产权、产品安全、市场秩序、培育人才等方面开展合规实践,进一步加快我国跨境电商合规发展步伐^[3]。跨境电商人才对平台规则的准确解读是其核心竞争力的重要组成部分,直接影响店铺运营的效果、风险规避及商业策略的制定。当前的主流平台包括Amazon、eBay、Shopee、TikTok Shop等。这些平台的规则包括基础运营规则、交易与支付规则、物流规则、知识产权规则及广告与流量规则等。掌握各大跨境电商平台的运营规则,具备针对不同需求和业务模式的平台运营技能。并且可以实时动态检测平台公告、卖家中心、行业媒体的最新信息,对平台政策作出及时响应,快速调整市场策略及执行到位,对违规成本进行评估,敏感领域进行规避,熟悉平台申诉流程,利用规则能保护自身权益,是跨境行业对人才的要求之一。

(二) 数智营销推广的能力

在全球化的市场环境中,品牌出海是跨境电商成功的关键之一。数字营销推广不仅能够帮助品牌扩大影响力,还能精准地触达目标市场,提升转化率。跨境电商人才需具备数字营销推广与品牌出海能力,这是其在全球化竞争中突围的关键。这一能力不仅涉及流量获取和销售转化,更包含品牌定位、用户心智占领及长期价值塑造。能通过对多种数据进行整合分析,精准定位目标群体,提供定制化的内容和营销策略,让品牌更有效触达潜在客户,提高转化率和提升用户粘性,了解文化差异,并根据不同的市场建立全球化的品牌形象。

(三) 跨境电商供应链管理的能力

跨境电商人才的供应链管理能力的确保产品高效触达全球消费者、实现利润最大化的核心支柱。这一能力不仅涉及采购和物流,更需整合上下游资源、应对跨境复杂性和突发风险。供应链管理涉及从供应商到消费者的整个产品供应链,包括选择合适的供应商、安排物

流运输、确保产品质量等。这要求跨境电商人才具备能有效地进行成本控制。通过有效的供应链管理,可以确保产品的质量和及时供应。能选择合适的跨境物流供应商、进行跨境物流路线的选择、优化库存管理及减少库存积压,提高动销率。能妥善处理进口清关和税务问题,保证商品准确送达消费者手中。供应链的稳定性和效率直接影响企业的市场竞争力,高效的供应链可以使企业在激烈的市场竞争中保持领先地位。

四、生产性实训项目的设计

随着跨境电商行业出现的新变化,要培养学生的平台合规运营能力、掌握数智营销打造品牌出海的方法、强化供应链的管理能力。可以从跨境电商岗位的工作及对应的岗位职责着手,确定课程,融入生产性实训项目,进而提高学生的职业技能。

表1 跨境电商生产性实训项目设计

核心能力	生产性实训项目	主要对应课程
合规运营能力	1、第三方跨境平台的主流规则; 2. 商标注册及品牌备案 3. 知识产权侵权查询 4. 数据平台选品 5. 跨境产品改进与开发方案设计	跨境电商基础 跨境产品分析与开发
数智营销推广能力	1. SEO 优化 2. 海外平台广告投放(亚马逊 SP 广告, Vine 计划) 3. 建立国外消费者用户画像 4. 内容与社媒运营; 短视频制作, 矩阵式营销 5. 寻找真实的 KOL 合作	跨境电商运营实务 跨境网络营销 短视频制作与运营
供应链管理能力	1. 平台筛选供应商; 2. 样品采购、检验及认证; 3. 选择跨境物流商; 4. 跨境商品报价核算(亚马逊)	跨境电商供应链管理 跨境电商物流与通关

五、生产性实训项目的实施

确定好生产性实训项目之后,就可以将其植入对应的课程之中,具体的实施路径可以从以下几个方面切入。

(一) 合规运营能力

1. 学习第三方跨境平台的主流规则。利用企业的真实账号,打开亚马逊平台、

虾皮、速卖通等平台的后端数据,可以通过亚马逊大学、虾皮的卖家中心、速卖通的卖家中心,学习平台允许销售的商品,禁售商品和限售的商品,进口国家对允许销售产品的要求,为符合当地的法律法规所涉及的产品认证。

2. 商标注册及品牌备案。登录亚马逊后台寻找 IP Accelerator 知识产权加速器,找寻后台提供的美国代理律所,查询商品收费标准,申请流程及费用。登录美国、日本、德国等多国的商标局官网查询商标的备案登记情况。商标注册下一个环节是登录亚马逊后台进行品牌备案,让学生查找亚马逊后台的品牌备案流程,为日

跨境电商合规运营能力的培养是指学生在实施跨境电商出口活动时解读平台规则,使其经营符合国内外相关法律法规、行业标准、平台规则、公司章程^[4],而跨境电商人才的规则解读能力绝非简单“背诵条款”,而是融合法律意识、商业敏感度、数据分析和跨文化理解的综合能力,需在实战中持续迭代认知。数智营销推广能力,是指培养学生使用人工智能技术、数字技术,将其运用在品牌营销的路径、渠道、方式、效率、结构和内容等方面,以更低成本和更低资源的消耗,追求更广覆盖面和更高效率的品牌营销目标^[5]。跨境电商人才的供应链管理是确保学生学习如何将产品高效触达全球消费者、实现利润最大化。这一能力不仅涉及采购和物流,更需整合上下游资源、应对跨境复杂性和突发风险。具体的相关岗位和技能要求列表如下。

后运营打下基础。

3. 知识产权侵权查询。由于跨境电商平台的产品,很容易涉及版权、外观、商标的侵权,因此在选择一款产品之前,跨境卖家要确认是否存在侵权问题。引导学生登录世界知识产权组织 WIPO 官网,查询外观专利,商品注册等知识产权情况,作出合理的选品规划。

4. 数据平台选品。登录卖家精灵,对收集的数据进行处理,通过一定的逻辑,把 Listing 的各项数据结构化地呈现,从而找到符合自己预期定位的产品。

让学生根据市场需求、市场趋势、市场潜力品、搜索飙升品、市场容量、市场竞品、新型市场、长尾细分市场等多个维度在平台进行真实操作,选出合适的产品,让企业导师点评之后,放在真实平台验证效果。

5. 跨境产品改进与开发方案设计。登录亚马逊、虾皮、沃尔玛,阿里国际巴巴国家站的页面,查询卖家对产品中差评,根据消费者反馈的痛点对产品设计和改进方案。选择纺织服装类,家居用品类、五金类、电器类、宠物用品行业的用户反馈,作出对应产品的改进

和开发方案。

(二) 数智营销推广能力

1. SEO 优化。通过卖家精灵中自带的 google trend 工具找到与产品、品牌和目标市场相关的关键词,区分主要关键词和长尾关键词。长尾关键词虽然搜索量较小,但竞争较低,更容易实现排名,吸引更精准流量。确定目标产品,找出在第三方平台中销量前 20 的竞品,对标竞品来优化标题、文案、商品描述、图片,利用人工智能工具 postme 优化商品 listing,培养学生的用户导向意识,提高产品转化率。

2. 建立国外消费者用户画像。用户画像是建立在真实数据基础上的虚拟用户代表,对明确用户需求,挖掘用户价值,进行精准营销有重要意义^[6]。正确的用户画像能够帮助商家更有效地进行产品开发、品牌定位和市场沟通,从而满足目标客户的真实需求。引导学生在各大主流跨境平台收集基础人口统计信息(性别、年龄、职业、收入等)、地理与文化特征(国家、语言偏好、气候、时差)、行为数据(线上访问路径、停留时长、购物车放弃率、客单价、复购周期、促销敏感度、支付方式偏好)和心理与兴趣标签。通过 Segment 等分析平台,对来自多个渠道的数据收集到的客户数据进行整合分析,构建用户画像。

3. 海外平台广告投放。对于一款新品,往往需要在前期上架的时候进行引流和推广,结合企业的资源和账号,让学生在亚马逊平台推出 SP,为了让他们熟悉亚马逊的“New Brand”计划:指导学生学习 Vine 计划,获取早期评论,以推动新品及品牌的成长。此外还应根据用户画像,引导学生分析目标群体的消费,进行精准用户的广告投放。

4. 内容与社媒运营。社交媒体是用户彼此之间分享意见、见解、经验和观点的工具^[7]。为增加品牌曝光度、提高产品销量或建立品牌忠诚度,需要创作高质量的内容在社交媒体上进行推广运用。利用 deepseek 人工智能生产工具撰写文案,使用 Midjourney 优化产品图片,制作短视频,利用企业的海外社交媒体账号,根据产品和目标受众选择最适合的平台进行推广运营。

5. 寻找真实的 KOL 合作。在亚马逊主页中,查看曾推广过相关品类的影响者,检查是否有联系方式。如果没有联系方式,可通过海外 KOL 平台搜索,找到合适的影响者后发邮件协商合作,邀请其将合作企业的产品视频上传到亚马逊。

(三) 供应链管理能力

1. 平台筛选供应商。提供 1688 等跨境专供平台的网址,让学生根据推广的产品进行供应商的选择,从价格及服务、专业能力、质量控制、供应能力、产品开发能力等方面综合考虑,最终确定多家备选供应商。

2. 样品采购、检验及认证。供应商选择之后,让学

生直接跟供应商线上沟通,咨询产品专利授权、发货时间、物流公司、产品认证、包装方式等方面的内容。确定后让学生直接购买样品,追踪到货后,需要拍摄开箱视频,同时检验产品外观质量。从而最终评判供应商的综合实力。

3. 选择跨境物流商。联系亚马逊平台官方指定的 SPN 物流商。根据产品的类别、重量、包装尺寸直接询问供应商的价格及运输路线。根据企业提供的跨境海外仓的地址,结合货物的到达时间,综合 SPN 物流商的路线,最终选择合适的跨境物流商。

4. 跨境商品报价核算(亚马逊)。跨境商品的计算包括商品总成本、头程费用、配送费用、仓储费用、入库费用、平台佣金、营销成本等费用。登录 www.amz123.com,得到实时的亚马逊平台 FBA 的配送费用、仓储费用、入库费用,引入企业的真实核算表,让学生准确计算跨境商品的价格。

六、总结

我国跨境电商进出口额连续多年保持 20% 以上增速,但行业人才缺口巨大,尤其是具备实战能力的运营、选品、物流人才极为稀缺。跨境电商行业迭代速度很快,技能要求高。随着数字技术和人工智能技术的普遍应用,跨境专业人才不仅需具备能快速解读平台规则进行合规经营的能力,还要具备数据分析及利用各种技术进行数字营销及推广的能力,以及有较强的跨境供应链管理的能力。为了解决传统教育体系重理论轻实践,毕业生毕业后需企业二次培训的问题,重构跨境电商的教学内容,创新教学模式。在课程中引入生产性实训项目,用真实的项目、案例帮助学生掌握符合行业所需的技能,打造真实情境带给学生沉浸式的学习体验,让他们在进入企业之前就已经具备跨境电商行业的工作经验,为帮助他们实现高质量就业创业奠定坚实的基础。

参考文献

- [1] 杜凤蕊,马丽群.基于生产性实训项目培养跨境电商人才的探索与实践研究:以南宁职业技术学院为例[J].教育观察,2022,11(25):83-86.
- [2] 付咸瑜.探究人工智能技术在跨境电商中的应用与创新[J].商场现代化,2024(19):64-66.
- [3] 李峰.我国跨境电商出口合规发展:平台实践、趋势及对策建议[J].供应链管理,2023,4(6):5-13
- [4] 李季.“市场扭曲”标准演进视阈下欧盟外国补贴立法对中国的影响与对策[J].国际贸易,2023(1):89-96.
- [5] 张诗艺.数字经济背景下跨境电商企业品牌营销策略创新研究[J].全国流通经济,2025(5):104-107.
- [6] 魏静雪.基于用户画像的跨国化妆品企业在华精准营销策略研究[D].重庆工商大学,2021.
- [7] 邹佩妍,彭平,杨希.花西子品牌海外社媒运营策略研究[J].全国流通经济,2025(2):8-11.

(责任编辑:路宝会 梁宏伟)