

全国统一大市场建设能够降低企业对大客户的依赖吗？

张楠 王生年

内容摘要:全国统一大市场建设旨在解决制约经济循环发展的瓶颈,打破市场壁垒、推动市场一体化,促进生产要素的跨区域流动。本文以2004—2022年中国沪深A股上市公司为样本,研究全国统一大市场建设对企业大客户依赖的影响。研究发现,全国统一大市场建设能够降低企业对大客户的依赖,且这种影响在地方国有企业和规模较大的民营企业中更为明显。机制检验发现,全国统一大市场建设通过提高行业竞争程度、企业创新能力及信息披露质量,降低了大客户依赖。异质性分析发现,在营商环境较差、客户议价能力较高以及关系维护成本较高的企业中,该影响更为明显。经济后果研究表明,全国统一大市场建设通过降低企业对大客户的依赖减少了商业信用供给,提高了经营业绩。本文从供应链关系管理的视角,探究了全国统一大市场建设的政策效果,丰富了大客户依赖治理问题的研究,对持续推进全国统一大市场建设提供了学理支持。

关键词:全国统一大市场建设 大客户依赖 行业竞争 创新能力 信息披露

中图分类号:F123.9;F274

文献标识码:A

文章编号:1000-7636(2025)05-0089-18

一、问题提出

“十四五”时期是中国开启全面建设社会主义现代化国家新征程的重要机遇期,以新发展格局促进产业链供应链升级、以产业链供应链现代化支撑双循环畅通,对重塑中国经济发展新动能,构筑国际竞争新优势至关重要。然而,地方保护主义和区域市场分割现象成为阻碍中国构建国内国际双循环发展格局,促进经济高质量发展的瓶颈^[1-2]。为着力建设统一开放、竞争有序的现代市场体系,充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》(2022年3月25日)强调“加快建立全国统一的市场制度规则,打破地方保护和市场分割,打通制约经济循环的关键堵点,促进商品要素资源在更大范围内畅通流动,加快构建高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场”。党的二十大报告提出“构建全国统一大市场,深化要素市场化改革,建设高标准市场体系”。在国家政策方针的指引下,全国统一

收稿日期:2024-06-01;修回日期:2025-04-08

基金项目:国家自然科学基金地区科学基金项目“企业数字化转型与审计师风险决策:影响、机制与后果”(72262028);国家社会科学基金重大项目“构筑国有和民营企业高质量协同发展新格局新机制研究”(24&ZD083)

作者简介:张楠 石河子大学经济与管理学院博士研究生,石河子,832003;

王生年 石河子大学经济与管理学院/公司治理与管理创新研究中心教授、博士生导师,通信作者。

作者感谢匿名审稿人的评审意见。

大市场建设对中国微观企业高质量发展的影响研究成为理论界和实务界共同关注的热点话题。

近年来,各国产业链供应链出现不同程度的失衡、断链、阻滞等现象,为全球经济发展带来重大影响^[3]。党的二十大报告提出“着力提升产业链供应链韧性和安全水平”。企业的商业活动网络中普遍存在以客户集中度为表征的关系型交易,适当的客户关系交易对企业运营发展具有显著的积极效应,通过构建良好的供需合作模式,可以提高企业业绩和市场应变能力^[4-5]。但是过度依赖大客户的供销关系可能会削弱企业谈判议价能力,强化大客户的话语权,产生“店大欺主”现象,一旦合作双方关系破裂或主要客户经营困难,就可能造成供应链关系中断,企业将面临专用性投资被套牢和资金链断裂等财务经营风险^[6-8]。客户依赖关系背后潜藏的风险集中暴露将威胁产业链供应链韧性和安全水平,对经济高质量发展产生不利影响。为此,监管部门将大客户依赖视为企业经营风险的重要表征,要求上市公司在招股说明书和年度财务报告中,以汇总和分列的方式披露公司前五名客户的具体明细、销售额及其占年度销售总额的比例,表明其对于企业客户关系信息披露的严监管导向。因此,采用何种手段降低对大客户的依赖,对于化解企业潜在经营风险乃至推动企业高质量发展至关重要。

破解大客户依赖治理问题的关键是企业要拓展新的潜在客户,实现存量市场与新市场的信息交互,及时调整生产经营策略,洞察、激发与满足新老客户的需求,提供更有针对性的优质服务和差异化产品,进而分散客户关系、改变客户结构^[9]。实现这一目标的关键就是要打破市场分割,进行信息互通。全国统一大市场建设通过发挥大国经济优势,打破区域市场分割,提供更大规模市场,这为企业降低对大客户依赖提供政策指引。基于此,本文深入探讨全国统一大市场建设对大客户依赖的影响及其作用机制,可以为全国统一大市场建设在大客户依赖治理领域的应用与实践提供经验证据,对于进一步厘清政府与市场的关系、建立竞争有序的市场体系及实现经济高质量发展具有重要意义。

相较于已有研究,本文的边际贡献主要体现在三个方面。第一,在构建全国统一大市场的现实背景下,从企业微观视角考察其政策实施效应的研究较为匮乏,仅有部分文献从企业数字创新^[10]、绿色创新^[11]、技术复杂度^[12]等视角研究了其政策影响。本文将全国统一大市场建设的经济后果研究拓展至供应链关系管理领域,研究其对大客户依赖的因果效应,拓展了全国统一大市场建设经济后果的研究。第二,本文为大客户依赖的前因研究提供了新的见解。现有文献对大客户依赖的影响因素研究并不多见,主要从数字化转型^[13]、环境、社会和治理(ESG)表现^[14]以及技术创新^[15]等企业微观视角展开。本文从全国统一大市场建设的宏观视角出发,为如何治理大客户依赖问题提供了新的视角,丰富了客户关系管理的相关研究。第三,本文基于行业竞争、创新能力以及信息披露三个维度,检验了全国统一大市场建设对大客户依赖治理的作用路径,并从地区、企业与客户三个层面探究了两者间的差异化影响,有助于揭开全国统一大市场建设对企业利益相关者关系管理影响的“黑箱”。此外,本文的研究结论也具有积极的政策内涵,表明破除市场准入壁垒、激发市场主体活力在大客户依赖治理问题中的必要性和重要性,体现了全国统一大市场建设的政策效果和实践价值,对中国加快建设统一大市场,发挥大国经济优势,确保市场在资源配置中的决定性作用具有重要的理论价值和现实意义。

二、文献回顾、理论分析与研究假设

(一) 文献回顾

1. 全国统一大市场建设的经济后果研究

现有文献主要从全国统一大市场建设的规模效应、市场竞争效应及资源配置效应等视角对企业微观经济的影响展开探讨^[16],并肯定了该政策实施的积极效果。研究表明,全国统一大市场建设通过打破市场分割和地方保护主义,提升市场一体化整合程度,促进要素资源的跨区域流动,能够形成多样化的市场需求和

要素供给^[11]。全国统一大市场建设的规模效应、市场竞争效应及资源配置效应,能够扩大产品的市场规模和需求规模、加剧产品市场竞争、提高要素资源配置效率、降低企业间交易成本及打破信息信任壁垒等^[17],有助于促进地区间技术的多样化发展,为企业竞争优势^[18]、技术复杂度^[12]、绿色创新^[11]、数字创新^[10]及出口企业供应链韧性“提质增量”^[16],并显著提高区域社会网络较低上市公司获取商业信用的规模^[19]。

公平竞争审查制度作为现阶段构建国内统一大市场、畅通国内大循环的有效举措^[20],学者们基于该视角,从投资决策^[20-22]、企业创新效率^[23-24]等方面探究了全国统一大市场建设的经济效应。研究表明,公平竞争审查制度对规制政府行政垄断、维护公平竞争的市场环境及促进市场资源配置功能发挥产生了重要影响,通过降低地区市场分割、削弱地区资本要素错配、改善信贷资源配置、促进产品市场竞争以及降低制度性交易成本等多种路径^[21],对企业异地并购^[20]、跨区域投资^[21]、投资水平^[22]、技术创新^[23]、全要素生产率^[24]、高质量发展^[25]具有显著的提升作用。

2. 大客户依赖的影响因素研究

现有文献对客户集中度的经济后果研究较为丰富,但对如何降低大客户依赖风险的研究尚未给予充分的关注,仅有少量文献从企业内部治理^[1,13-14]、供应链网络地位^[26]、宏观制度实施^[27]、交通基础设施建设^[28]等视角对大客户依赖的治理问题进行研究。在企业内部治理的视角看来,共同机构所有权^[1]、数字化转型^[13]、良好的 ESG 表现^[14]可以发挥有效的治理效应和信息效应,通过提高企业的议价能力与信息传递效率,缓解企业与潜在客户之间的信息不对称,便于拓展新的客户群体,进而降低企业对大客户的依赖。企业技术创新通过实施差异化战略,有助于企业提高行业竞争地位,可以在满足现有客户需求的同时,创造新的市场增长点,对集中的客户结构造成冲击,进而降低企业客户集中度^[15]。在宏观视角方面,包群和但佳丽(2021)的研究发现,处于网络核心位置的企业能够有效发挥商业网络的资源优势,利用其网络中心地位来寻求潜在的新商业关系,从而降低对大客户的依赖度^[26]。包群和方浩丞(2024)研究发现,沪港通这一资本市场开放政策通过引入境外投资者,有助于境内外投资者之间的互联互通,通过降低境外客户的关系维护成本,提升企业的风险承担能力及促进产品及时创新,能够实现客户关系的动态更新,降低企业对大客户的依赖^[27]。但是,陈胜蓝和刘晓玲(2020)研究发现,由于企业与潜在客户构建交易关系的过程存在较大的转换成本,中国城际高铁的开通降低了交通运输成本,致使企业倾向于增加对现有客户的交易量,反而提高了客户集中度^[28]。

(二) 理论分析与研究假设

1. 全国统一大市场建设对大客户依赖的影响

全国统一大市场建设在统一规则和制度的基础上,可以发挥国内大市场的规模经济优势,通过充分竞争和社会分工,有效引导各类资源要素在地区、行业和企业间的流通^[11],激励更多潜在参与者加入市场竞争,进而改善客户关系。首先,全国统一大市场建设充分地将政府“有形的手”和市场“无形的手”相结合,引导各类优质要素资源跨区域、跨行业自由有序流通,破除地方保护和区域分割,能够吸引更多企业进入市场,拓宽了企业供应链资源获取渠道,提升了供应链跨区域协作能力,为企业寻找潜在客户提供了更多选择,促使其不断优化客户结构。其次,全国统一大市场建设通过打破隐性准入壁垒,破除市场不合理限制,降低了企业进入市场的门槛,市场中企业数量增加,有助于促进公平竞争。市场竞争增强,激励企业进行产品创新,有助于企业开拓新的市场领域,满足不同客户群体的需求,拓展潜在客户,提高了企业优化客户结构的主动性。最后,全国统一大市场建设打通了区域间信息壁垒,缓解了企业与客户之间的信息不对称,企业能够及时获取潜在客户信息,降低了寻找和更换客户的信息搜集成本,扩大了可供选择的客户范围。同时也便于潜在客户利用信息对企业进行准确识别和有效筛选,增强潜在客户的合作意愿,帮助企业建立稳

定、持续、共赢的合作关系,进而降低大客户依赖。

基于以上分析,本文提出假设 1:全国统一大市场建设能够降低大客户依赖。

2. 全国统一大市场建设影响大客户依赖的机制

(1) 行业竞争程度

从行业竞争程度的角度来看,在行业竞争程度较低的地区,下游客户寻找更换供应商的成本和难度较高,能够有效削弱客户在供应链关系中的谈判议价能力,减少下游客户违反契约或中断供应链关系的机会主义行为,降低了大客户依赖对企业经营管理的潜在风险^[29]。同时,在短期内企业动态调整客户关系将面临业务波动和收入不稳定等经营风险^[27]。因此,相较于保持现状以维持企业平稳运行,企业对客户关系进行调整的动机和意愿较弱。首先,全国统一大市场建设秉持“竞争充分性和公平性”原则,通过减少行业中的不当准入限制,打破地方行政垄断壁垒,使得经济主体能够更自由,并以更低成本进入市场,从而培育更充分的市场竞争,提高更高效企业进入市场的可能,引导各个行业竞争的充分性,提高行业竞争程度。行业竞争程度提高表明产品的差异化程度较小,客户更容易找到可替换的供应商,加剧了企业在与客户进行交易中的不利地位,企业为在市场竞争中争取更大的市场份额并持续健康发展,倒逼其不断提高核心竞争力^[30],进而减少大客户依赖。其次,行业竞争能够通过对企业施加压力进而发挥外部治理机制的作用^[31],促进市场竞争机制发挥优胜劣汰的作用,而企业对客户的依赖关系更易产生技术锁定和财务约束等风险,促使企业更愿意进行客户关系管理,通过拓展新客户资源、突破其他老客户销售瓶颈来均衡销售额在大客户和其他客户之间的分布,最终降低大客户依赖。

基于以上分析,本文提出假设 2:全国统一大市场建设通过提高行业竞争程度来降低大客户依赖。

(2) 企业创新能力

从企业创新能力的角度来看,现有研究表明以技术创新为重点的竞争战略可以在提升企业市场地位和满足客户需求方面发挥有利作用,是降低企业对大客户依赖的路径之一。企业技术创新能力的提升可以形成产品独特优势,提高其在市场竞争中的优势,增强供应链关系中的市场地位,吸引更多潜在客户合作。同时,技术创新能力提升也可以持续性地创造优质价值,满足客户不断变化的多样化需求,提升客户满意度形成创新扩散,降低企业对单一大客户的依赖^[15]。全国统一大市场建设能够在要素配置和资源供给方面为提高企业创新能力提供便利,进而有效缓解对大客户依赖。首先,全国统一大市场建设可以破除因地方保护以及市场分割而产生的要素流动壁垒,降低行政垄断带来的创新资源错配,使得创新要素能够自由流动,引导创新资源合理配置,为企业技术创新行为提供更多资源支持^[24]。其次,全国统一大市场建设削弱了地方政府的自由裁量权,明确要求其贯彻竞争中性和税收中性的原则,降低由于行政垄断和地方保护带来的交易费用和制度性成本,保证财税政策和税收优惠的公平性,使得企业能够将有限的资源更多投入研发活动。最后,全国统一大市场建设营造了公平竞争的市场环境,助力资本市场出清,企业为了摆脱低利润的发展模式,在激烈的市场竞争中保持优势地位以及避免新进入者的威胁,倒逼企业投入更多资金用于研发,加大创新投入力度^[32]。同时,外商投资或者实力较强的跨国跨区域的企业与本地企业竞争,先进的技术管理方法会产生外溢和学习效应,增强企业创新能力。企业创新能力的提高可以提升生产效率,降低经营成本以及创造差异化新产品等竞争优势,增强企业在买卖交易中的议价能力和市场地位。企业创新能力的提高也可以巩固和拓展客户资源,满足不同客户多样化的产品需求^[15],扩大企业选择客户的深度和广度,减轻对单一或少数几大客户的依赖,从而降低客户集中度。

基于以上分析,本文提出假设 3:全国统一大市场建设通过提高企业创新能力降低对大客户依赖。

(3) 信息披露质量

从信息披露质量的角度来看,企业是否有更多客户可供选择以及潜在客户的合作意愿如何,这是降低

大客户依赖的重要因素。首先,企业与内外部主体之间存在较为严重的信息不对称,企业信息披露质量较低和产品质量信息的不透明,导致客户无法对供应商的产品质量、生产服务以及经营风险等现状做出准确判断,从而降低了潜在客户的合作意愿。其次,企业与客户之间较高的信息不对称,提高了企业寻找新客户的信息搜集和转换成本,只能将更多精力用于维护与大客户的交易关系。与大客户建立信任型的合作关系是企业当下的最优战略选择^[13],提升了客户作为强势买方的市场地位优势,加剧大客户依赖对企业生产经营的负面影响。全国统一大市场建设下通过优化政务信息环境、改善营商环境以及强化市场竞争等多种方式,为企业与外部利益相关者创造了方便快捷的信息交换基础,确保企业信息可以及时有效输出,进而提高自身信息披露质量。同时,全国统一大市场建设促使企业为有效应对市场竞争、获取更多投资机会以及降低融资成本,倒逼其提升信息披露质量^[33]。企业信息披露质量提高促使其可以准确把握市场需求变化,并对生产经营以及库存管理予以及时反应调整,降低了企业信息搜集的难度和发展新客户的成本,使得企业有更多潜在客户可供选择,帮助企业拓展新的客户群体。潜在的新客户也可以获取企业关于产品质量、服务效率与经营状况的真实信息,并对其做出准确评估,降低客户的信任成本,有利于买卖关系的建立,提升潜在客户的合作意愿,提高供销交易达成的可能性^[34],从而降低对大客户的依赖。

基于以上分析,本文提出假设 4:全国统一大市场建设通过提升信息披露质量降低大客户依赖。

三、研究设计

(一) 样本选择与数据来源

本文选取 2004—2022 年沪深 A 股上市公司作为样本,并对数据进行以下处理:(1)剔除 ST 和 *ST 的样本;(2)剔除资产负债率大于 1 的样本;(3)剔除金融业和保险业的样本;(4)剔除关键变量存在缺失的样本。经处理共得到 24 898 个样本观测值,为避免极端值对回归结果的影响,本文对所有连续变量进行上下 1% 的缩尾处理。全国统一大市场建设数据从各省份的统计年鉴获取价格指数并采用相对价格法对市场分割指数进行计算得到,其他数据来源于深圳希施玛数据科技有限公司 CSMAR 中国经济金融研究数据库和上海经禾信息技术有限公司中国研究数据服务平台(CNRDS)。

(二) 变量定义

1. 被解释变量:大客户依赖(*Cus5*)

借鉴李姝等(2021)^[15]的研究,本文采用客户集中度衡量大客户依赖,衡量方式为前五大客户销售额占企业当年销售总额的比例,该值越大表明企业对大客户的依赖程度越高。

2. 全国统一大市场建设(*Market*)

借鉴胡增玺和马述忠(2023)^[10]的研究,采用市场一体化程度对全国统一大市场建设进行衡量。首先,采用价格法计算城市与其所有相邻城市的市场分割指数;其次,为更细致地考察交通基础设施的作用,使用高德地图,用城市对之间驾车距离的倒数作为权重进行加权,得到一个城市与其相邻城市之间的市场分割指数(*Markseg*);最后,根据公式 $Market = \sqrt{1/Markseg}$ 取对数计算市场一体化程度,该值越大表明全国统一大市场建设程度越高。

(三) 模型构建

为验证本文的基本假设,检验全国统一大市场建设对大客户依赖的影响,构建如下模型:

$$Cus5_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Market_{i,t} + X'_{i,t} \beta + Ind_i + Year_t + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

其中,被解释变量 *Cus5* 表示企业对大客户的依赖程度,核心解释变量 *Market* 为全国统一大市场建设,

$X'_{i,t}$ 为本文的控制变量向量, i 表示企业, t 表示时间, ε 为随机扰动项,具体变量定义见表1。此外,本文还控制了行业固定效应(Ind)和年份固定效应($Year$)。

表1 主要变量定义

变量类型	变量名称	变量符号	变量说明
被解释变量	大客户依赖	<i>Cus5</i>	前五大客户销售额占销售总额的比例
解释变量	全国统一大市场建设	<i>Market</i>	见上文说明
控制变量	公司规模	<i>Size</i>	总资产的自然对数
	资产负债率	<i>Lev</i>	总负债/总资产
	盈利能力	<i>Roa</i>	净利润/总资产
	公司成长性	<i>Growth</i>	营业收入增长率
	托宾Q值	<i>TobinQ</i>	年末公司市值/总资产
	独立董事比例	<i>Indep</i>	独立董事人数/董事会人数
	董事会规模	<i>Board</i>	董事会总人数的自然对数
	股权集中度	<i>Top10</i>	前十大股东持股比例/总股本
	机构持股比例	<i>INST</i>	机构投资者持有股份数/总流通股份
	审计质量	<i>Big4</i>	审计师来自国际四大取1,否则为0
	公司年龄	<i>Age</i>	截至当期上市年数加1取自然对数
	股权性质	<i>SOE</i>	国有企业为1,非国有企业为0

四、实证结果与分析

(一)描述性统计

表2列示了本文主要变量的描述性统计结果。其中,客户集中度(*Cus5*)的均值为0.3239,标准差为0.2246,最大值为0.9729,表明不同企业间大客户依赖情况存在较大差异,原因在于部分企业销售收入基本来源于前五大客户,大客户依赖问题较为严重。全国统一大市场建设程度(*Market*)的均值为8.1714,标准差为0.4881,表明各地区之间的市场一体化发展程度较低,且存在较大的差异。

表2 主要变量的描述性统计结果

变量	样本量	均值	中位数	标准差	最小值	最大值
<i>Cus5</i>	24 898	0.323 9	0.265 9	0.224 6	0.014 2	0.972 9
<i>Market</i>	24 898	8.171 4	8.180 7	0.488 1	5.757 5	9.338 2
<i>Size</i>	24 898	22.086 7	21.918 2	1.219 2	19.405 8	26.452 3
<i>Lev</i>	24 898	0.417 3	0.408 9	0.205 8	0.027 4	0.991 1
<i>Roa</i>	24 898	0.037 0	0.037 7	0.069 9	-0.382 1	0.255 2
<i>Growth</i>	2489 8	0.168 8	0.107 8	0.409 1	-0.678 1	3.894 0
<i>TobinQ</i>	24 898	2.070 9	1.647 5	1.349 2	0.802 4	16.647 2
<i>Indep</i>	24 898	0.376 3	0.363 6	0.054 2	0.250 0	0.600 0
<i>Board</i>	24 898	2.112 8	2.197 2	0.197 5	1.609 4	2.708 1
<i>Top10</i>	24 898	0.572 7	0.580 6	0.151 0	0.208 4	0.916 2
<i>INST</i>	24 898	0.362 1	0.355 9	0.230 0	0.001 2	0.859 5
<i>Big4</i>	24 898	0.047 9	0.000 0	0.213 5	0	1
<i>Age</i>	24 898	2.884 2	2.944 4	0.348 0	1.098 6	3.610 9
<i>SOE</i>	24 898	0.296 7	0.000 0	0.456 8	0	1

(二) 基准回归结果

表 3 报告了本文的基准回归结果。列(1)仅加入控制变量,列(2)在此基础上控制了固定效应。表 3 结果显示,全国统一大市场建设(*Market*)的回归系数均在 1%水平下显著为负,表明全国统一大市场建设可以降低企业对大客户的依赖,验证了本文的假设 1。从列(2)的结果来看,全国统一大市场建设程度每增加一个标准差,企业对大客户的依赖程度平均降低 1.55%(-0.010 3×0.488 1/0.323 9),表明实施全国统一大市场建设有助于企业降低对大客户的依赖。

表 3 基准回归结果

变量	(1)	(2)
<i>Market</i>	-0.011 9*** (-4.102 6)	-0.010 3*** (-3.334 8)
<i>Size</i>	-0.017 7*** (-10.192 5)	-0.033 3*** (-20.528 6)
<i>Lev</i>	-0.046 5*** (-5.012 9)	-0.020 3** (-2.237 3)
<i>ROA</i>	-0.303 2*** (-12.376 1)	-0.205 3*** (-8.745 5)
<i>Growth</i>	0.038 1*** (8.954 4)	0.039 4*** (9.761 6)
<i>TobinQ</i>	0.007 0*** (5.135 3)	0.008 6*** (6.157 5)
<i>Indep</i>	-0.018 3 (-0.575 1)	0.008 0 (0.273 4)
<i>Board</i>	-0.024 9*** (-2.592 2)	-0.009 3 (-1.068 0)
<i>Top10</i>	0.110 7*** (10.043 6)	0.057 9*** (5.687 3)
<i>INST</i>	-0.053 0*** (-6.630 5)	-0.019 6*** (-2.692 9)
<i>Big4</i>	0.000 1 (0.007 5)	0.010 9* (1.664 1)
<i>Age</i>	0.018 2*** (4.377 4)	-0.014 4*** (-3.114 4)
<i>SOE</i>	0.034 0*** (9.626 3)	0.025 0*** (7.505 3)
常数项	0.773 5*** (15.508 5)	0.918 4*** (11.861 9)
样本量	24 898	24 898
行业固定效应	未控制	控制
年份固定效应	未控制	控制
\bar{R}^2	0.031 9	0.198 4

注:***、**、* 分别表示回归系数在 1%、5%和 10%的水平上显著,括号内为 *t* 值。后表同。

(三) 稳健性检验

1. 改变被解释变量的衡量

本文分别采用第一大客户销售额占企业销售总额的比例(*Cus1*)和基于营业收入的赫芬达尔指数,即前五大客户营业收入比例的平方和(*HHI*)对大客户依赖重新进行衡量,回归结果如表 4 中列(1)、列(2)所示,全国统一大市场建设的回归系数至少在 10%水平下显著为负,表明全国统一大市场建设降低了企业对大客户的依赖,验证了本文结论的稳健性。

2. 更换回归样本

宏观环境的冲击会对供应链安全水平产生影响,例如 2008 年国际金融危机、2015 年中国股市大震荡以及 2020 年新冠疫情对资本市场健康发展产生较大程度的冲击,威胁着产业链供应链关系的安全稳定,进而可能影响企业对大客户的依赖。为排除国内国际重要金融危机对研究结果的影响,本文剔除以上研究样本重新进行检验,回归结果如表 4 中列(3)所示,其中全国统一大市场建设的回归系数在 1%水平下显著为负,验证了本文结论的稳健性。

3. 解释变量滞后一期

本文将全国统一大市场建设滞后一期(*L. Market*)再次检验两者之间的关系,回归结果如表 4 中列(4)所示,全国统一大市场建设的回归系数为-0.007 0,且在 5%水平下显著,表明本文研究结论的稳

健性。

4. 赫克曼两阶段模型

借鉴侯德帅等(2023)^[35]的研究,采用赫克曼两阶段模型解决可能存在的样本自选择问题。在第一阶段,以企业注册所在地是否为市场一体化程度较高地区为被解释变量,其中市场一体化程度大于中位数为市场化程度较高地区,取值为1,否则为0,引入城市平均坡度(*IV1*)和平均海拔(*IV2*)为外生变量,并以模型(1)中所有控制变量作为解释变量进行概率单位(Probit)回归,计算出逆米尔斯比率(*IMR*)。第二阶段,将逆米尔斯比率(*IMR*)放入模型(1)中进行回归,赫克曼两阶段模型的回归结果如表4中列(5)所示,全国统一大市场建设的回归系数在10%水平下显著为负,研究结论依然成立。

5. 动态面板模型

本文进一步在解释变量中加入被解释变量大客户依赖的一阶滞后项(*L. Cus5*),同时采用系统广义矩估计(SYS-GMM)进行估计,将大客户依赖的滞后项作为工具变量,全国统一大市场建设及模型(1)中的控制变量作为外生变量,并使用了两步法的模型设定。回归结果如表4中列(6)所示,大客户依赖的滞后项的回归系数显著为正,验证了大客户依赖是动态持续过程,统计量AR(1)、AR(2)及汉森(Hansen)检验显示工具变量均有效,满足SYS-GMM使用条件,全国统一大市场建设的回归系数在10%水平下显著为负。全国统一大市场建设对大客户依赖的治理效应仍然存在,说明前文结论稳健。

表4 稳健性检验回归结果一

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Market</i>	-0.004 4** (-1.966 4)	-0.002 5* (-1.793 5)	-0.009 5*** (-2.637 0)		-0.006 9* (-1.859 5)	-0.015 7* (-1.859 5)
<i>L. Market</i>				-0.007 0** (-2.000 3)		
<i>GDP</i>						
<i>IMR</i>					1.599 3** (2.1948)	
<i>L. Cus5</i>						0.388 1*** (8.010 6)
常数项	0.242 2*** (4.556 0)	0.063 4** (2.044 4)	0.829 5*** (9.925 3)	0.896 5*** (10.423 6)	0.528 6* (1.760 6)	0.999 5** (2.345 7)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
行业固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
年份固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
样本量	24 898	24 898	17 109	18 639	18 130	18 639
$\overline{R^2}$	0.177 2	0.164 4	0.191 2	0.198 0	0.195 6	

表4(续)

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
AR(1)						0.000 0
AR(2)						0.899 0
Hansen						0.954 0

注:列(1)—列(2)为替换被解释变量的回归结果;列(3)—列(7)为更换回归样本、解释变量滞后、增加控制变量、赫克曼两阶段模型、动态面板模型的稳健性检验回归结果。

6. 工具变量法

本文借鉴胡增玺和马述忠(2023)^[10]的研究,采用城市平均坡度(*IV1*)和平均海拔高度(*IV2*),并将剔除该城市后其他城市的市场一体化趋势作为外生时间趋势与其相乘作为全国统一大市场建设的工具变量进行回归,以缓解潜在内生性问题的影响。地区的海拔高度和坡度反映该地区与外界之间流动的地理条件,与全国统一大市场建设具有较强的关联性,但并不直接影响大客户依赖。结果显示:工具变量检验中 Kleibergen-Paap rk Wald *F* 统计量为 1 101. 047, Kleibergen-Paap rk *LM* 统计量为 1 378. 368,表明工具变量选取合理,符合相关性和外生性要求。表 5 中列(1)为第一阶段的结果,城市平均海拔与平均坡度与全国统一大市场建设的回归结果均在 1%水平下显著为负,表明工具变量与解释变量显著负相关,列(2)为第二阶段的结果,全国统一大市场建设的回归系数在 1%水平下显著为负,表明全国统一大市场建设可以降低大客户依赖,验证了研究结论的稳健性。

7. 排除替代性假设

(1) 排除大客户关系破裂的影响

全国统一大市场建设对大客户依赖的抑制作用可能并非拓宽新的客户群体的结果,而是企业与大客户之间关系破裂所导致的客户集中度降低。若由于企业与大客户关系破裂的原因,则前五大客户销售增长率将有所降低;若由于拓宽客户群体进而降低对大客户的依赖,则在不影响前五大客户销售增长率的前提下,可以促进非前五大客户的销售增长率^[13]。因此,本文分别检验全国统一大市场建设对前五大客户销售增长率(*Bigrow*)和非前五大客户销售增长率(*NonBigrow*)的影响,回归结果如表 5 中列(3)、列(4)所示,全国统一大市场建设对前五大客户销售增长率和非前五大客户销售增长率影响的回归系数均在 1%水平下显著为正,表明全国统一大市场建设在不减少前五大客户销售收入的同时,增加了非前五大客户销售收入,肯定了全国统一大市场建设对大客户依赖的治理效应来源于拓展了其他新客户群体,验证了本文结论的稳健性。

(2) 排除供给侧结构性改革的影响

2015—2018年,供给侧结构性改革的决策部署首次提出以及逐步明确,被确定为资本市场改革的方向。该政策将提高供给体系质量作为主攻方向,旨在通过生产要素的优化组合、增强企业等微观主体的创新动能和市场活力,进而促进产业转型升级,提高经济投入产出效率,这也可能对大客户依赖产生影响。若降低大客户依赖的影响是由供给侧结构性改革引起的,则在该政策实施前两者之间的关系不会产生显著影响。本文采用供给侧结构性改革前的样本进行回归,结果如表 5 中列(5)所示,全国统一大市场建设和大客户依赖之间影响的回归系数在 1%水平下显著为负,表明排除了供给侧结构性改革的影响,研究结果依然稳健。

8. 公平竞争审查制度的外生政策冲击

2016年和2017年,《国务院关于在市场体系建设中建立公平竞争审查制度的意见》(国发[2016]34

号)、《公平竞争审查制度实施细则(暂行)》等文件陆续出台。公平竞争审查制度作为厘清政府与市场关系的重要制度创新,首先,这一制度通过规范审查对象、审查标准等内容,旨在从源头上规制政策制定机关滥用行政权力,不当干预市场竞争,保障市场在资源配置中的决定性作用。其次,通过强化市场竞争的充分性和公平性,缓解由地方保护主义与行政垄断造成的市场分割,降低制度性因素带来的交易成本,提高资源配置效率,推动市场公平竞争建设,进一步加快和落实全国统一大市场的建立^[36]。因此,本文将公平竞争审查制度作为全国统一大市场建设的外生冲击,检验其对大客户依赖的影响,并构建以下模型:

$$Cus5_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Treat_i \times Post_t + \alpha_2 Treat_i + \alpha_3 Post_t + X'_{i,t} \beta + Ind_i + Year_t + City_c + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

其中,借鉴刘冰冰和刘戒骄(2022)^[23]的研究, *Treat* 为政策变量,将受到公平竞争审查制度影响较大的19个省份的上市公司作为实验组,其他省份所在地的公司视为对照组, *Treat* 分别取值为1和0; *Post* 为政策实施的前后时间,2017年以前取值为1,否则为0。交乘项 *Treat*×*Post* 的回归系数表示公平竞争审查制度对大客户依赖的影响效应。回归结果如表5中列(6)所示, *Treat*×*Post* 的回归系数在10%水平下显著为负,表明公平竞争审查制度的实施降低了企业对大客户的依赖,即全国统一大市场建设对大客户依赖的治理效应得到验证。

表5 稳健性检验回归结果二

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Market</i>		-0.078 8*** (-7.229 3)	0.095 6*** (4.181 8)	0.015 8*** (3.378 1)	-0.019 2*** (-3.888 5)	
<i>IV1</i>	-0.011 5*** (-27.008 5)					
<i>IV2</i>	-0.018 6*** (-31.813 4)					
<i>Treat</i> × <i>Post</i>						-0.008 9* (-1.745 0)
<i>Post</i>						0.217 9*** (3.412 6)
<i>Treat</i>						0.131 1*** (7.519 4)
常数项	7.921 7*** (70.774 0)	1.398 1*** (12.971 5)	-3.651 8*** (-5.642 2)	0.520 9*** (6.481 7)	0.783 5*** (7.737 2)	0.868 6*** (11.167 2)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
行业固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
年份固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
城市固定效应						控制
样本量	24 898	24 898	24 898	24 898	8 831	24 876
$\overline{R^2}$	0.345 1	0.182 7	0.294 4	0.027 9	0.195 1	0.270 1

注:列(1)—列(2)为工具变量的回归结果,列(3)—列(5)为排除替代性假设的回归结果,列(6)为外生政策冲击的稳健性检验回归结果。列(6)部分企业所在地数据存在缺失导致样本减少。

(四) 影响机制

前文已经证实全国统一大市场建设对客户依赖的治理效应。接下来,本文从行业竞争程度、企业创新能力以及信息披露质量三条路径研究两者之间的影响机制。借鉴江艇(2022)^[37]的研究,构建模型(3)检验两者之间的影响机制:

$$Mediator_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Market_{i,t} + X'_{i,t} \beta + Ind_i + Year_t + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

其中,机制变量(*Mediator*)包括行业竞争程度(*Lerner*)、企业创新能力(*Patents*)以及信息披露水平(*KV*)。

1. 全国统一大市场建设、行业竞争程度和大客户依赖

借鉴杨兴全和尹兴强(2015)^[38]的研究,采用勒纳指数(*Lerner*)衡量行业竞争程度。具体衡量方式为: $Lerner = (\text{营业收入} - \text{营业成本} - \text{销售费用} - \text{管理费用}) / \text{营业收入}$,该值越小表明行业竞争程度越高。回归结果如表6中列(1)所示,其中全国统一大市场建设的回归系数为-0.0038,且在1%水平下显著为负,表明全国统一大市场建设提高了行业竞争程度;较高的行业竞争加剧了企业持续经营的不确定性,加之依赖大客户产生的技术锁定和财务约束等经营风险,倒逼企业不断增强核心竞争力,并提高优化客户关系管理的主动性,有助于拓展新的客户群体,缓解对单一大客户的依赖。综上所述,全国统一大市场建设通过提高行业竞争程度进而降低企业对大客户的依赖,假设2得以验证。

2. 全国统一大市场建设、企业创新能力和大客户依赖

借鉴魏建等(2024)^[39]的研究,创新能力(*Patents*)采用企业独立与联合申请的发明专利申请量加1取自然对数进行衡量。回归结果如表6中列(2)所示,其中全国统一大市场建设的回归系数为0.0702,且在1%水平下显著为正,表明全国统一大市场建设提高了企业创新能力;较高的创新能力可以提高企业在市场中的竞争优势,满足更多客户群体的产品需求,进而增强潜在客户的合作意愿,降低大客户依赖^[15]。综上所述,全国统一大市场建设通过提高企业创新能力进而降低大客户依赖,假设3得以验证。

3. 全国统一大市场建设、信息披露质量和大客户依赖

借鉴李春涛等(2018)^[40]的研究,选择KV指数(*KV*)对信息披露质量进行衡量,该值越大表明企业信息披露质量越低。回归结果如表6中列(3)所示,其中全国统一大市场建设的回归系数为-0.0042,且在10%水平下显著为负,表明全国统一大市场建设提高了企业信息披露质量。较高的信息披露质量降低了企业与潜在客户之间交易的信息搜集及监督成本,提高交易达成的可能性,有助于拓展新的客户群体,降低企业对大客户的依赖^[13]。综上所述,全国统一大市场建设通过提高企业信息披露质量进而降低大客户依赖,假设4得以验证。

表6 影响机制检验回归结果

变量	(1)	(2)	(3)
<i>Market</i>	-0.0038** (-2.3725)	0.0702*** (3.9710)	-0.0042* (-1.6877)
常数项	-0.1830*** (-5.3054)	-4.9434*** (-9.5128)	1.0209*** (14.8365)
控制变量	控制	控制	控制
行业固定效应	控制	控制	控制
年份固定效应	控制	控制	控制

表6(续)

变量	(1)	(2)	(3)
样本量	24 898	24 898	24 898
$\overline{R^2}$	0.463 7	0.208 4	0.167 6

注:列(1)—列(3)的被解释变量分别为 *Lerner*、*Patents* 和 *KV*。

五、进一步研究

(一) 异质性分析

前文已证实全国统一大市场建设对大客户依赖的影响及其作用机制,但是两者之间关系可能存在差异性影响。首先,在良好的营商环境下,产品市场竞争较为激烈,市场主体受到的外在监督较强,降低了大客户的机会主义行为。其次,较高的客户议价能力提高了企业经营利润被大客户“盘剥”的可能性,大客户依赖问题对企业经营发展的影响更为负面。再次,关系维护成本表明企业与大客户之间关系的信任程度及稳定情况较低,并对企业“降本增效”的利润空间形成挤占。最后,不同产权性质企业在资源禀赋和经营目标等方面存在差异,进而影响企业优化客户关系的积极性及潜在客户的合作意愿。为此,在营商环境、客户议价能力、关系维护成本及产权性质不同的情况下,大客户依赖的潜在风险存在较大差异。因此,本文分别从营商环境、客户议价能力、关系维护成本及产权性质四个层面对全国统一大市场建设对大客户依赖的影响进行异质性分析。

1. 营商环境

在营商环境较好的地区,政府行政干预相对较少,市场在资源配置中更能发挥主导性作用,形成了较高水平的公平竞争环境。企业在市场竞争中不断提高自身创新水平,其产品能够满足新的客户群体需求,容易提高潜在客户的合作意愿,较少依赖单一客户关系型交易,使得全国统一大市场建设对大客户依赖的治理效应在营商环境较好的地区反应较弱。在营商环境较差的地区,市场分割现象较为严重,资源供给和信息互联互通的效率较低,企业获取新客户的信息搜集成本及更换客户的转换成本较高,提高了企业自主拓展销售市场空间的难度^[9],降低了其更换新客户的意愿,大客户依赖问题更为严重。因此,全国统一大市场建设在市场竞争充分性和公平性的改善效应在营商环境较差地区成效更为明显,进而作用于治理大客户依赖。本文采用地区市场化指数对营商环境进行衡量,并根据其中位数分为营商环境较低组和较高组,回归结果如表7所示,在营商环境较低组中,全国统一大市场建设的回归系数在1%水平下显著为负,表明在营商环境较低的地区,全国统一大市场建设更能发挥对大客户依赖的治理作用。

2. 客户议价能力

在企业与客户之间的关系均衡度较高时,双方更容易进行信息共享和资源整合,发挥供应链关系的合作效应,大客户对企业更多表现为资源价值和治理角色。当企业与客户之间的关系均衡度较低时,客户议价能力较高,其容易通过延迟付款或要求降低产品销售价格等手段从供应商处获取更多收益,企业的经营利润受到客户的侵蚀,不利于双方供销关系的延续和深入合作^[41],此时大客户为企业经营管理带来的负面效应占据主导地位,企业调整大客户关系的意愿更强。在客户议价能力较高时,降低大客户依赖是企业亟需解决的现实问题,全国统一大市场建设对大客户依赖发挥的治理效应就是要改变客户过度剥削和掠夺企业经营现金流的不均衡合作关系,降低大客户依赖的风险。本文采用主要客户的赫芬达尔指数对其议价能

力进行衡量,并根据其中位数分为客户议价能力较低组和较高组,回归结果如表7所示。在客户议价能力较高组中,全国统一大市场建设的回归系数在5%水平下显著为负,表明在客户议价能力较高组中,全国统一大市场建设对大客户依赖的治理效应更为有效。

3. 关系维护成本

企业为构建良好的供应链合作关系,降低供应链中断的机会主义风险,在前期会按照大客户的要求加强对关系型资产的投入力度,接受客户严苛的合作条件^[9],企业对客户关系维护的成本提高了。一旦主要客户陷入财务困境或经营决策发生改变,企业及时更换其他客户更为不易,将承担在产品市场竞争中销售收入大幅下跌及市场地位迅速下滑等经营风险,使得企业专用资产面临被套牢的风险。关系维护成本在客户关系断裂时变为沉没成本,致使企业财务风险加剧,挤占了正常经营现金流,降低了其“降本增效”的利润空间,企业调整客户关系的意愿提高了。全国统一大市场建设通过打破市场分割及鼓励潜在参与者加入市场竞争,可以增强供应链关系的跨区域协作,降低企业寻找和更换新的潜在客户的难度,缓解企业对大客户的依赖。借鉴曹伟等(2019)^[42]的研究,采用经行业和年份调整后的管理费用占营业收入比例作为关系维护成本的衡量指标,并根据其中位数划分为关系维护成本较低组和较高组,回归结果如表7所示。在关系维护成本较高组中,全国统一大市场建设的回归系数在5%水平下显著为负,表明在关系维护成本较高的情况下,全国统一大市场建设对大客户依赖的治理效应更为有效。

表7 异质性分析回归结果一

变量	营商环境		客户议价能力		关系维护成本	
	较低组	较高组	较低组	较高组	较低组	较高组
<i>Market</i>	-0.014 7*** (-3.348 1)	-0.004 1 (-0.829 7)	-0.002 0 (-1.360 5)	-0.007 8* (-1.978 0)	-0.006 3 (-1.449 7)	-0.010 8** (-2.475 9)
常数项	0.729 1*** (8.079 9)	1.220 6*** (14.991 5)	0.457 9*** (11.867 1)	0.510 8*** (3.905 2)	0.672 9*** (7.628 7)	1.288 3*** (6.586 4)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
行业固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
年份固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
样本量	12 406	12 492	13 134	11 764	12 532	12 366
\bar{R}^2	0.219 8	0.186 6	0.192 6	0.134 2	0.233 3	0.169 6
组间差异系数检验 P 值	0.000 0		0.000 0		0.000 0	

4. 产权性质

首先,相较于地方国有企业,中央企业拥有更为丰富的资金支持和政治资源,在政府采购和资本获取方面存在较大优势,谈判议价能力较高,经济利益不易受到大客户的盘剥,且其在规模、声誉及资金等助力下更易获得客户群体的青睐,大客户依赖程度较低。地方国有企业获取的资源相对较少,加之地方财政和官员晋升等转嫁来的经济增长压力,致使地方国有企业经营目标更为市场化^[43],有动机与大客户互动以获取外部资源,进而提高经营管理绩效。其次,企业建立新的客户关系与销售渠道需要较强的资金支持,且在短期内面临较高的收益波动风险,对其风险承担能力提出了更高要求^[27]。与小规模民营企业相比,大规模民

营企业拥有较大的市场份额与竞争优势,经营财务情况较为稳定,其本身具备更强的综合实力参与市场竞争,能够抓住全国统一大市场建设提供的开放公平市场环境的良好契机,快速响应市场需求,获取优质的要素与信息资源,在拓展新的客户群体与销售渠道方面具有更强优势,进而降低对大客户的依赖。小规模民营企业由于自身综合实力较弱,在市场竞争中的市场地位 and 创新能力较低,降低了潜在客户的合作意愿,且其寻找和更换客户的成本较高,大客户依赖问题难以有效缓解。根据产权性质及民营企业规模,本文将全样本划分为地方国有企业、中央企业、小规模民营企业 and 大规模民营企业四种类型。其中,国有企业最终控制人若为国务院国资委、财政部等中央机构,则为中央企业,否则为地方国有企业;民营企业则借鉴董浩和闫晴(2025)^[44]的研究,规模大于行业年度中位数的为大规模民营企业,否则为小规模民营企业。回归结果如表8所示,在地方国有企业和大规模民营企业中,全国统一大市场建设的回归系数至少在10%水平下显著为负。这表明在地方国有企业和规模较大的民营企业中,全国统一大市场建设对大客户依赖的治理效应更为有效。

表8 异质性分析回归结果二

变量	中央企业	地方国有企业	大规模民营企业	小规模民营企业
<i>Market</i>	0.013 6 (1.134 1)	-0.020 0*** (-3.535 8)	-0.010 7* (-1.915 7)	0.000 9 (0.183 4)
常数项	0.737 0*** (3.923 9)	0.908 0*** (7.716 1)	0.894 1*** (5.988 4)	1.509 0*** (13.125 7)
样本量	1 950	6 280	7 268	9 400
行业固定效应	控制	控制	控制	控制
年份固定效应	控制	控制	控制	控制
\bar{R}^2	0.345 5	0.273 8	0.216 2	0.148 5
组间差异系数检验 <i>P</i> 值	0.010 3		0.000 0	

(二) 经济后果分析

现有文献对于大客户关系的经济效应研究尚未得出一致结论,大客户对企业经营管理既可产生资源整合和信息共享的资源效应,又会导致“敲竹杠”等价值掠夺的风险效应,加剧企业经营风险,加剧供应链断链的可能。若盲目减少与大客户的交易合作,反而对企业经济利益造成负面影响,那降低大客户依赖显然是不可取的。为此,本文分别从融资和经营两个角度验证大客户依赖究竟是“资源效应”抑或“风险效应”,探究全国统一大市场建设通过降低企业对大客户的依赖,进而是否会减少商业信用供给,提高经营业绩,可进一步佐证大客户依赖的风险效应及全国统一大市场建设政策推行的有效性。

1. 商业信用供给

商业信用源于企业购销活动交易,是企业短期债务融资方式的重要来源之一,也是供应链关系合作信号的表征。当客户集中度较高时,企业集中于少数客户进行销售活动,提高了客户的谈判议价能力,使得客户在供应链关系中占据强势的主导地位。为保持良好的合作关系,企业可能会在交易活动中妥协,通过降低产品的销售价格、提供更多现金折扣及延长应收账款的收款期限等多种手段,增加了企业对客户的商业信用供给。本文预计全国统一大市场建设在降低对大客户依赖,拓展新的客户群体后,提高了企业的谈判

议价能力,进而减少对客户的商业信用供给。为检验全国统一大市场建设通过降低大客户依赖进而对企业商业信用供给的影响,本文将商业信用供给纳入模型(1)中进行检验,采用(应收账款+应收票据—预收账款)/总资产对商业信用供给(*NTC*)进行衡量。回归结果如表9中列(1)所示,全国统一大市场建设的回归系数在1%水平下显著为负,大客户依赖的回归系数在1%水平下显著为正,表明全国统一大市场建设通过降低企业对大客户的依赖,减少了商业信用供给,验证了大客户依赖的“风险效应”。

2. 经营业绩

企业经营管理的目的之一是在资本市场获取经济利益,若企业盲目减少与大客户的交易合作,可能会导致销售收入的大幅锐减,降低企业的经营业绩。全国统一大市场建设通过引导各类资源要素的跨区域流动,鼓励更多参与者加入市场竞争,可以帮助企业通过提高创新满足更多客户对产品或服务的差异化需求,获得潜在客户的青睐,不断优化客户结构,降低企业对有意掠夺其经济利益的大客户依赖,进而有助于提高经营业绩。因此,本文预计全国统一大市场建设在降低大客户依赖后有助于提高企业经营业绩。为检验全国统一大市场建设通过降低大客户依赖进而对企业经营业绩的影响,本文将经营业绩纳入模型(1)中进行检验。经营业绩(*ROA*)采用净资产收益率进行衡量,回归结果如表9中列(2)所示,全国统一大市场建设的回归系数在1%水平下显著为正,大客户依赖的回归系数在1%水平下显著为负,表明全国统一大市场建设通过降低大客户依赖进而提高了企业经营业绩,再次验证大客户依赖的“风险效应”。

表9 经济后果检验回归结果

变量	(1)	(2)
<i>Market</i>	-0.007 5*** (-4.202 7)	0.003 3*** (3.442 3)
<i>Cus5</i>	0.017 3*** (4.413 7)	-0.017 0*** (-8.701 2)
常数项	0.097 0** (2.404 5)	-0.329 9*** (-22.129 5)
控制变量	控制	控制
行业固定效应	控制	控制
年份固定效应	控制	控制
样本量	24 878	24 898
\bar{R}^2	0.091 1	0.313 5

注:列(1)、列(2)的被解释变量分别为 *NTC* 和 *ROA*。商业信用供给数据存在缺失,合并后样本量减少。

六、结论与建议

本文利用2004—2022年中国沪深A股上市公司数据,分析了全国统一大市场建设对大客户依赖的治理效应,并深入探究两者之间的影响机制、作用条件及其经济后果。结果发现:全国统一大市场建设有效缓解了企业对大客户的依赖。影响机制表明,全国统一大市场建设提高了行业竞争程度、企业创新能力以及

信息披露质量,进而降低了企业对大客户的依赖。异质性分析表明,全国统一大市场建设对大客户依赖的治理效应在营商环境较低、客户议价能力较强、关系维护成本较高的样本,以及国有企业与大规模民营企业中更为显著。经济后果研究表明,全国统一大市场建设降低了企业对大客户的依赖,进而减少了商业信用供给,提高了经营业绩。

本文分别从政府和企业两个层面提出以下政策建议:

从政府部门角度而言,首先,各级政府部门要积极贯彻落实全国统一大市场建设政策的相关细则要求,建立高标准、高质量的市场体系,破除地方保护主义和市场分割,为构建统一开放、公平竞争的市场环境,推动经济区域一体化发展以及促进经济高质量发展提供制度保障,确保政府在全国统一大市场建设中的主导作用。其次,上市公司作为经济增长的活跃主体,政府部门应将供应链关系构建上可能存在的风险因素作为企业发行审核以及监管问询的重点关注对象,避免供应链关系中断等各种突发情况对供应链韧性和安全水平造成的威胁,助力中国经济高质量发展。最后,全国统一大市场建设通过税收补贴、要素流动、资源配置以及竞争公平等各种有力举措,为激发企业活力提供了重要政策指引,政府部门应积极鼓励和引导企业抓住全国统一大市场建设的良好契机,不断提高自身的核心竞争力,促进企业高质量发展,以便在供应链管理中获取新的竞争优势,形成企业与客户、企业与资本市场的良性循环。

从企业角度而言,首先,全国统一大市场建设通过营造公平竞争的市场环境,提高了企业经营管理的积极性,有利于促进企业转型升级。因此,企业需要把握好全国统一大市场建设带来的发展契机,利用资源配置、交易成本及税收补贴等各种便利,积极参与市场竞争,努力提升核心竞争力,实现企业高质量发展。其次,企业要防范客户集中度过高对经营管理带来的负面影响,推动企业经营多元化和风险分散化,积极构建和维护健康的客户关系,将客户集中度保持在最优水平,降低大客户依赖,提高产业链供应链韧性和安全水平。最后,全国统一大市场建设作为缓解大客户依赖问题的重要途径,企业可以借助超大规模的市场、要素供给充足及市场需求更为多样化的政策红利,在提高核心竞争力的同时,精准捕捉潜在客户需求,为客户提供差异化的产品和服务,满足客户群体的利益诉求。在提高现有客户忠诚度的基础上,不断拓展新的客户群体,增强企业对客户关系进行灵活调整与布局的能力和水平,降低大客户依赖问题,进而提升产业链、供应链现代化水平。

参考文献:

- [1]杜勇,谭丽丽. 共同机构所有权与客户集中度[J]. 证券市场导报,2024(5):48-58.
- [2]BORDIGNON M, COLOMBO L, GALMARINI U. Fiscal federalism and lobbying[J]. Journal of Public Economics, 2008, 92(12): 2288-2301.
- [3]信春华,张笑愚,王鑫怡. 企业 ESG 表现有助于稳定供应链合作关系吗? [J]. 经济与管理研究,2024,45(1):35-54.
- [4]王雄元,高开娟. 如虎添翼抑或燕巢危幕:承销商、大客户与公司债发行定价[J]. 管理世界,2017(9):42-59.
- [5]许江波,蒋晓浩. 供应链集中度、内部控制有效性与上市公司绩效[J]. 首都经济贸易大学学报,2018,20(4):87-93.
- [6]PIERCY N, LANE N. The underlying vulnerabilities in key account management strategies[J]. European Management Journal, 2006, 24(2/3): 151-162.
- [7]毛斯丽,肖明,李格. 供应链关系与企业数字化转型——基于动机与能力双重视角的分析[J]. 经济与管理研究,2024,45(2):98-124.
- [8]姚正海,李昊泽,姚佩怡. ESG 表现对企业供应链韧性的影响[J]. 首都经济贸易大学学报,2025,27(2):95-112.
- [9]邱煜,潘攀. 企业数字化转型与大客户依赖治理[J]. 财贸经济,2023,44(10):90-108.

- [10]胡增玺,马述忠. 市场一体化对企业数字创新的影响——兼论数字创新衡量方法[J]. 经济研究,2023,58(6):155-172.
- [11]孙久文,周孝伦. 全国统一大市场如何推进企业绿色创新? ——来自上市公司的经验证据[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版),2024,45(2):124-136.
- [12]卞元超,白俊红. 全国统一大市场、地区技术多样化与企业技术复杂度[J]. 数量经济技术经济研究,2024,41(6):129-150.
- [13]王贞洁,吕志军. 数字化转型是否能够帮助企业摆脱大客户依赖——关系生态整合视角[J]. 现代财经(天津财经大学学报),2023,43(8):17-31.
- [14]林钟高,韦文滔. ESG表现有助于降低客户集中度吗? [J]. 安徽大学学报(哲学社会科学版),2023,47(1):121-132.
- [15]李姝,李丹,田马飞,等. 技术创新降低了企业对大客户的依赖吗[J]. 南开管理评论,2021,24(5):26-39.
- [16]刘益宁,潘昌蔚,李秀婷. 全国统一大市场与出口企业供应链韧性[J]. 世界经济与政治论坛,2024(4):103-121.
- [17]GONZALES L E, ITO K, REGUANT M. The investment effects of market integration: evidence from renewable energy expansion in Chile[J]. *Econometrica*, 2023, 91(5): 1659-1693.
- [18]LIU H, CUI C X, CHEN X H, et al. How can regional integration promote corporate innovation? A peer effect study of R&D expenditure[J]. *Journal of Innovation & Knowledge*, 2023, 8(4): 100444.
- [19]陈运森,韩慧云,陈德球. 区域一体化战略、社会网络与商业信用——基于京津冀一体化的证据[J]. 管理科学学报,2023,26(3):69-92.
- [20]沈璐,向锐. 公平竞争审查制度能否促进企业异地并购[J]. 财贸经济,2024,45(2):72-86.
- [21]沈璐,向锐. 公平竞争审查制度能否促进企业跨地区投资? [J]. 产业经济研究,2024(1):129-142.
- [22]杜雨贞,许诺,褚靖铭,等. 行政垄断规制与企业投资水平——基于公平竞争审查制度的准自然实验[J]. 经济问题,2023(5):59-69.
- [23]刘冰冰,刘戒骄. 竞争政策对企业技术创新的影响——基于公平竞争审查制度的准自然实验[J]. 经济管理,2023,45(6):62-78.
- [24]王菁华,毕超. 公平竞争审查制度如何影响企业全要素生产率? ——基于去行政垄断的视角[J]. 外国经济与管理,2024,46(1):48-61.
- [25]沈璐,向锐. 公平竞争审查制度能否促进企业高质量发展? [J]. 现代经济探讨,2024(5):65-76.
- [26]包群,但佳丽. 网络地位、共享商业关系与大客户占比[J]. 经济研究,2021,56(10):189-205.
- [27]包群,方浩丞. 资本市场开放是否有助于缓解企业大客户依赖? [J]. 世界经济研究,2024(9):105-119.
- [28]陈胜蓝,刘晓玲. 中国城际高铁与公司客户集中度——基于准自然实验的证据[J]. 南开经济研究,2020(3):41-60.
- [29]BRITO R P, MIGUEL P L S. Power, governance, and value in collaboration: differences between buyer and supplier perspectives[J]. *Journal of Supply Chain Management*, 2017, 53(2): 61-87.
- [30]AGHION P, BLUNDELL R, GRIFFITH R, et al. The effects of entry on incumbent innovation and productivity[J]. *The Review of Economics and Statistics*, 2009, 91(1): 20-32.
- [31]王雄元,徐晶. 放松市场准入管制提高了企业投资效率吗? ——基于“市场准入负面清单”试点的准自然实验[J]. 金融研究,2022(9):169-187.
- [32]ACEMOGLU D, CAO D. Innovation by entrants and incumbents[J]. *Journal of Economic Theory*, 2015, 157: 255-294.
- [33]耿明阳,谢雁翔,金振. 市场准入负面清单与企业信息披露质量——理论逻辑和经验证据[J]. 山西财经大学学报,2022,44(11):79-93.
- [34]袁也方,万贻健. 数字化转型能降低企业对大客户的依赖吗[J]. 当代财经,2023(7):94-107.
- [35]侯德帅,王琪,张婷婷,等. 企业数字化转型与客户资源重构[J]. 财经研究,2023,49(2):110-124.
- [36]冯曦明,张仁杰,祝贵仪. 行政垄断规制如何提高企业创新质量? [J]. 宏观质量研究,2023,11(4):24-37.
- [37]江艇. 因果推断经验研究中的中介效应与调节效应[J]. 中国工业经济,2022(5):100-120.
- [38]杨全胜,尹兴强. 行业集中度、企业竞争地位与现金持有竞争效应[J]. 经济科学,2015(6):78-91.
- [39]魏建,薛启航,王慧敏,等. 银行监管处罚如何影响企业创新[J]. 中国工业经济,2024(7):105-123.
- [40]李春涛,刘贝贝,周鹏,等. 它山之石:QFII与上市公司信息披露[J]. 金融研究,2018(12):138-156.
- [41]黄宏斌,梁慧丽,许晨辉. 数字化转型驱动了企业协同创新吗? [J]. 现代财经(天津财经大学学报),2023,43(11):96-113.
- [42]曹伟,姚振晔,赵臻. 供应链关系变动与企业创新绩效——基于中国上市公司的经验证据[J]. 会计与经济研究,2019,33(6):31-54.
- [43]柳学信,唐晓萌,孔晓旭,等. “央地合作”对地方国有企业创新质量的影响[J]. 管理学报,2024,21(9):1345-1353.
- [44]董浩,闫晴. 供应链稳定性能否实现稳就业? [J]. 财经研究,2025,51(2):123-137.

Can the Construction of A Unified National Market Reduce Enterprises' Large Customer Dependence?

ZHANG Nan, WANG Shengnian
(Shihezi University, Shihezi 832003)

Abstract: The key for enterprises to solving the problem of large customer dependence is to expand new customer groups, realize the information interaction between the existing market and the new market, and then achieve the optimal customer structure. The path to achieve this ideal situation is to break market segmentation. The construction of a unified national market aims to solve the key bottlenecks restricting the economic cycle. By breaking down market barriers, promoting market integration, and facilitating the cross-regional flow of production factors, it may provide policy guidance for enterprises to reduce their dependence on large customers.

This paper takes A-share listed companies in Shanghai and Shenzhen from 2004 to 2022 as research samples to explore the impact of the construction of a unified national market on large customer dependence. The findings reveal that the construction of a unified national market can inhibit the dependence of enterprises on large customers, mainly by improving the degree of industrial competition, enterprise innovation capacity, and information disclosure quality. Heterogeneity analysis shows that this inhibitory impact is more significant in regions with a poor business environment, in cases where customers have high bargaining power, when the cost of relationship maintenance is high, and in local state-owned enterprises and large-scale private enterprises. The analysis of economic consequences indicates that the construction of a unified national market reduces the supply of commercial credit and improves business performance by reducing the dependence of enterprises on large customers.

Based on the above findings, this paper puts forward the following suggestions. On the one hand, government departments should implement the relevant rules for the construction of a unified national market, deepen market integration, and facilitate the high-quality development of enterprises. On the other hand, enterprises should seize the opportunity of the construction of a unified national market, continuously improve their core competitiveness, promote cross-regional cooperation in the supply chain, and achieve a good cycle of relationships between customers and enterprises, and between enterprises and capital markets.

The research contributions are as follows. First, from the perspective of supply chain relationship management, this paper provides theoretical support for China's ongoing efforts to construct a unified market. Second, from the perspective of deepening market integration, this paper enriches the relevant literature on the governance of large customer dependence and provides empirical evidence for how to solve the dilemma associated with large customer dependence. Finally, this paper expands the theoretical framework of research on large customer dependence by exploring paths, heterogeneity impacts, and economic consequences between the construction of a unified national market and large customer dependence.

Keywords: construction of a unified national market; large customer dependence; industrial competition; innovation capacity; information disclosure

责任编辑:李 叶;魏小奋