

# 新质生产力视域下 AI 技术赋能新电商产业发展的 机制与路径研究——以杭州为例

刘思炜

(浙江金融职业学院 电子商务与新消费研究院、杭州新电商发展研究基地, 浙江 杭州 310000)

**摘要:** 在新质生产力理论视角下, 本文探讨了 AI 技术赋能新电商产业发展的内在机制与实践路径, 并以杭州为例展开实证分析。研究构建了“劳动者—劳动资料—劳动对象”三要素赋能模型, 揭示 AI 技术通过智能工具嵌入、人机协同深化与数据要素驱动, 系统性推动新电商向高效能、高质量跃迁。杭州企业的实践表明, AI 技术已在全链路智能、内容场域再造与基础设施赋能等方面形成典型路径。最后, 提出“技术筑基—人才引领—生态协同—治理护航”的系统性发展建议, 为区域产业智能化升级提供参考。

**关键词:** 新质生产力; AI 技术; 新电商; 赋能机制

**基金项目:** 杭州市哲学社会科学规划课题成果 (课题编号: 25JD029)、杭州新电商发展研究基地项目资助

DOI: doi.org/10.70693/202607063026

## 引言

当前, 以人工智能为代表的新一代信息技术正驱动产业变革, 成为培育新质生产力、推动高质量发展的核心动力。在此背景下, 新电商作为数字经济的重要组成, 其业态正经历 AI 技术赋能的深刻重构。然而, 现有研究多聚焦具体应用, 缺乏从新质生产力理论出发系统阐释其内在机理与路径。本文基于“机制—路径—实证”分析框架, 以杭州典型企业为例, 探讨 AI 如何通过重塑劳动者、劳动资料与劳动对象, 推动新电商向新质生产力跃迁, 旨在为区域产业智能化升级提供理论与实践参考。

## 一、新质生产力与 AI 赋能的逻辑关联

系统剖析 AI 技术如何赋能新电商产业发展, 首先需要构建以新质生产力核心内涵为理论基点的分析框架, 将 AI 技术作为关键性劳动资料, 结合新电商产业的实践, 揭示其内在的赋能机理。

### 1.1 新质生产力的三要素与 AI 技术的定位

新质生产力是以创新起主导作用, 摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径, 具有高科技、高效能、高质量特征, 符合新发展理念的先进生产力质态。遵循马克思主义政治经济学的经典分析范式, 其核心构成可解构为三大要素: 劳动者、劳动资料和劳动对象。杜传忠等 (2023) 从新质生产力的内涵与特征入手, 从“生产要素—组织形态—产业体系—技术创新”四个维度揭示新质生产力促进经济高质量发展的机制。

本文将 AI 技术明确界定为关键性、引领性的劳动资料。它不再是传统意义上的工具, 而是能够自主学习和优化、深度渗透并重塑其他生产要素的“劳动资料乘数”。它通过算法、算力和数据, 为劳动者提供了前所未有的智能工具, 同时极大地拓展和深化了劳动对象的范围与层次, 驱动新质生产力的形成。

### 1.2 新电商产业作为 AI 技术赋能新质生产力的典型场域

新电商的本质是数据驱动的业态, 从用户画像、商品信息到交易流程均已高度数字化, 为 AI 技术的应用提供了天然的“数据燃料”。其产业链条长、环节多, 涵盖营销、销售、支付、供应链等, 为 AI 技术的渗透赋能提供了丰富的应用场景。此外, 新电商行业内部竞争激烈, 爆品商机转瞬即逝, 行业特点催生相关商家、从业者对效率和创新的极致追求, 构成了技术迭代的强劲市场动力。

在新电商产业中, AI 技术作为一种新型劳动资料与产业的深度融合, 并非简单地进行“AI+”的工具叠加, 而是触发了“AI×”的乘数效应, 系统性催生新质生产力。例如生成式 AI 技术采用机器学习和自然语言处理

**作者简介:** 刘思炜(1991—), 女, 硕士, 经济师, 研究方向为新电商、新消费。

等方法，具备自主生成文本、图像和声音等内容的能力，从而为电商直播带来了丰富多样的应用场景（张紫萱，2023）。

### 1.3 基于生产力三要素的赋能模型

基于以上分析，本文提出三要素赋能模型：AI 技术通过分别赋能劳动者、劳动资料和劳动对象三重要素，并在其相互作用的动态过程中，整体驱动新电商产业向新质生产力跃迁。

这一模型揭示了三大并行且相互交织的赋能路径：

1. 劳动资料的智能化迭代：AI 技术自身作为劳动资料，并与其他软硬件结合，催生了推荐引擎、智能客服、自动化营销平台、智慧供应链系统等一整套“智能基础设施”，实现了生产工具的颠覆性变革。

2. 劳动者的能力进化与角色重塑：AI 技术并非简单替代劳动者，而是通过人机协同，将从业者从重复性劳动中解放，转向需具备数据思维、AI 工具使用能力和创造性的战略性岗位，如 AI 训练师、直播策划、体验优化师等，从而培育了适应新质生产力要求的新型劳动者。

3. 劳动对象的范围拓展与精准化：在 AI 技术的赋能下，劳动对象从传统的、物理形态的“商品”，极大地拓展至“用户个性化的需求”、“潜在的市场趋势”乃至“数据要素本身”。通过精准洞察和创造需求，实现了价值创造源泉的爆炸式增长。

三条路径并非孤立，而是构成一个动态增强的循环。智能化的劳动资料（如数据分析平台）提升了劳动者洞察劳动对象（用户需求）的能力；而劳动者素质的提升，又反过来推动劳动资料的进一步创新。这一循环持续运行，共同构筑了新电商产业新质生产力生成的底层逻辑，为新电商产业案例实践提供了明确的理论透镜。

## 二、AI 驱动新电商产业跃升的内在路径

AI 技术对新电商产业的赋能，是源于生产力内核的深刻革命。通过触发劳动者、劳动资料和劳动对象三大要素的系统性跃迁，重塑了产业的价值创造逻辑。本节将深入剖析这三条并行的核心赋能路径。

### 2.1 智能工具嵌入与劳动资料的革命性变革

劳动资料的质变是区分不同经济时代的标志。在新电商领域，人工智能的嵌入，正使得传统的数字平台、软件工具演进为具有感知、分析、决策和优化能力的“智能基础设施”，实现了劳动资料的革命性变革。

首先，算法模型成为核心生产工具。传统电商依赖人工经验判断，而 AI 推荐引擎、搜索排序和精准营销模型，可实时处理海量用户数据，自动完成“人货匹配”。推荐算法转变为主动的“超级导购”，以“信息找人”模式提升交易效率；数据挖掘技术则从数据中识别消费趋势、预测爆款，推动选品、定价等决策从经验驱动转向数据驱动。

其次，AI 驱动的系统平台构建起新型劳动资料体系，形成全链路智能生态。营销端，AI 自动生成广告创意并跨渠道智能投放；服务端，智能客服依托 NLP 技术实现 7×24 小时响应；供应链端，智能仓储与物流算法动态优化库存、规划配送。各系统协同运作，打通“需求洞察-精准营销-交易转化-履约交付”全流程，构成智能化生产资料集群。

最终，劳动资料的革新本质上是通过将生产与交易过程中的不确定性量化为可测度的概率模型，同时将复杂决策解构为标准化、程序化的操作范式。这一变革使新电商企业得以在组织生产与开展交易活动时，实现前所未有的精准性与高效性，为其构建起以高效能、高质量增长为特征的新质生产力体系提供了坚实的物质技术支撑。

### 2.2 人机协同深化与劳动者的角色创造性重塑

人工智能的普及并非意味着劳动者的边缘化，相反，它正催生一场深刻的“人机协同”，推动劳动者的角色从“操作执行者”向“创意决策者”和“AI 管理者”创造性重塑。

一方面，AI 技术可接管大量重复性、标准化工作，让劳动者聚焦高价值创造。如 AI 虚拟主播承担日常商品讲解直播，释放真人主播精力用于内容策划、IP 打造和粉丝互动；AIGC 工具助力快速生成内容素材，推动劳动者能力从“生产”向“策展”“审美判断”转变；智能问答系统处理 80% 常规客服问题，使人工客服专注处理需共情与复杂协商的个性化场景。

另一方面，新业态催生出 AI 训练师、数据标注师等新兴职业，对劳动者素质提出更高要求。这些岗位从业不仅熟悉电商业务，还需具备数据思维与 AI 工具应用能力，“数字素养”和“AI 素养”已成为核心技能。劳动者需掌握与 AI 协作的能力，包括精准下达指令、解读分析输出结果，并对 AI 运行进行监督优化。

因此，人机协同的演进并非单纯的替代关系，而是呈现为互补共生的协同进化模式。从技术赋能视角来看，人工智能作为人类劳动能力的智能化延伸，显著提升了劳动生产的智能化水平与效率；而人类劳动者则凭借自身的认知能力、价值判断和战略思维，在技术应用过程中发挥着方向把控与价值校准的关键作用。通过这种双向赋能机制，构建起以智能技术为核心生产资料、以人类智慧为价值导向的新型劳动范式，有效培育出适应新质生产力发展要求、具备智能技术应用与创新能力的高素质劳动者群体。

## 2.3 数据要素驱动与劳动对象的范围爆炸性拓展

在传统电商中，劳动对象主要是物理形态的商品。而人工智能的赋能，使得数据本身成为关键的生产要素，并通过对其的挖掘与利用，实现了劳动对象范围的“爆炸性拓展”。

最显著的拓展是从“经营商品”转向“经营用户需求”。AI 分析工具凭借数据挖掘能力，穿透表层交易，精准解析用户潜在需求、兴趣偏好与消费能力，将模糊的用户需求转化为可操作的服务对象。例如，通过整合用户浏览、搜索及社交数据，AI 可挖掘“长尾需求”与潜在消费场景，助力商家开发适配的新产品与服务。这一转变不仅拓宽市场边界，还推动个性化定制、C2M 模式的规模化落地。

其次，劳动对象拓展至虚拟化的“消费注意力和体验”。在内容与直播电商中，核心产品已从商品延伸至内容及用户体验。AI 通过优化内容分发、生成个性化互动（如抽奖、弹幕），并借助 AIGC 构建虚拟场景，直接以用户注意力与沉浸感为劳动对象，创造新商业价值。

最后，AI 借助自然语言处理技术，将“市场趋势”与“社会情绪”纳入分析范畴。通过解析社交媒体和新闻舆情，不仅能精准把握消费情绪变化、挖掘营销机遇，还能预警公关风险，使劳动对象从微观商品与用户，延伸至宏观社会文化领域。

综上所述，数据要素驱动的劳动对象拓展重塑了价值创造逻辑。新电商竞争已从商品质量比拼，升级为用户需求识别与响应能力的较量，为产业增长开拓无限新空间，彰显新质生产力“高质量”发展特质。

## 三、杭州新电商产业的实践经验

### 3.1 杭州数字生态与实践样本

杭州作为全国首个设立的跨境电子商务综合试验区与国家数字经济创新发展试验区，在近十年的发展进程中实现了跨越式增长，跨境电商规模增幅高达 1266 倍，缔造了具有标志性意义的产业发展成果。杭州市域范围内已集聚跨境电商经营主体 6.5 万家，并成功构建起涵盖 AI 大模型研发、智能应用工具开发及全链条电商服务体系的完整产业生态。本文选取阿里巴巴国际站、遥望网络科技及 PingPong 作为核心研究样本，三者分别作为平台型电商、内容电商及跨境支付服务领域的典型代表，在 AI 技术应用赋能的实践探索中形成差异化发展路径，具备较强的行业代表性与研究价值。

### 3.2 三大赋能路径在杭州企业中的具体体现

#### （1）全链路智能：阿里巴巴国际站

阿里巴巴国际站通过部署 AI 生意助手，实现了从商品上架到交易达成的全链路智能化，充分印证了劳动资料的革命性变革这一赋能路径。具体而言，其 AI 工具能智能匹配“千人千面”的精准标题，将商品曝光转化率提升最高达 11%；智能客服助手具备 24 小时多语言接待与实时对话分析能力，能基于企业私有知识库进行高专业度客户沟通；风控助手可实时解析法规并主动侦测店铺风险；营销助手则能制定全站推广策略，实现精准投放。这些 AI 工具不再仅是辅助手段，而是构成了新一代智能劳动资料体系，将传统电商运营中依赖人工经验的环节全面自动化、智能化。

在劳动者角色重塑与劳动对象拓展层面，AI 技术展现出显著赋能作用。商家借助国际站 AI 系统，完成选品、上架等全流程业务，生成场景图与自动客服功能。不仅替代重复劳动，还通过数据分析延伸劳动者能力，提升单人效能。同时，AI 技术精准市场分析助力商家挖掘海外节庆用品需求，提前布局“黑五”、圣诞等销售旺季，推动业务从“经营货物”向“经营需求”转型，将劳动对象拓展至跨境细分市场。

#### （2）内容场域再造：遥望科技

作为直播电商领域的头部企业，遥望科技依托 AI 技术，对内容创作、互动体验及消费转化的全链条进行系统性革新。在劳动资料智能化建设层面，该企业率先构建社交电商行业首个内部 AI 应用框架——V5Chat，集成全链路自动化管理系统，能够高效处理海量重复性业务流程，员工仅需执行关键环节的审核与优化操作。

此外，基于 AIGC（人工智能生成内容）技术开发的短剧内容生产模式已实现产业化应用，为直播电商内容生态创新提供了新范式。

在劳动者能力重构维度，真人主播的职能已从传统的商品信息传递者，转型为兼具内容策划与人工智能协同管理的复合型角色。主播通过运用人工智能技术对观众交互数据及消费行为偏好进行深度挖掘与分析，实现直播脚本的科学化设计与直播节奏的精准化把控。这一转变推动企业组织架构优化，2024 年企业前台业务人员占比同比提升 16%，中后台职能人员数量绝对值减少 52%。

在劳动对象范围拓展上，AI 技术帮助遥望科技将劳动对象从“商品”本身延伸至用户的“注意力”和“沉浸式体验”。通过分析用户交互数据，AI 能够精准策划引发情感共鸣的内容主题。例如 2024 年双 11 期间，遥望科技为韩束品牌定制短剧《一束月光照蔷薇》，带动品牌曝光超 3000 万，并直接推动其定制礼盒单品 GMV 突破 5125 万元。公司将传统的交易场域进化为集娱乐、社交与消费为一体的新空间，通过“超级 IP+超级工厂”的模式，成功孵化了“朵薇”等新消费品牌，该品牌上市 40 天便实现 GMV 破亿，体现了从销售商品到经营用户情感与体验的转变。

### （3）产业基础设施赋能：PingPong

作为跨境支付的服务商，PingPong 通过构建智能风控体系与近实时结算网络，彰显了其作为智能化产业基础设施的赋能价值。在劳动资料智能化维度，PingPong 的智能风控系统基于 AI 算法实时监测交易行为，已累计拦截 10 亿美元级别的欺诈资损，保护了近 20000 亿元的跨境交易资金安全。同时，其智能全球资金路由中心能根据个体客户需求与业务场景，自动匹配最优最短资金路径，将跨境资金到账时效从传统模式下的 1 周压缩至分钟级，客户 KYC 流程也从 3 天大幅缩减至 1 小时。

在劳动者角色重塑方面，PingPong 的智能系统通过自动化流程将跨境电商财务人员从繁琐的对账、核销工作中解放出来。其 AI 应用还能为企业提供智能选品等服务，跨平台产品匹配准确率超过 90%+，这使得企业运营和财务人员能将精力更多地投向市场策略优化与供应链协同等创造性领域，推动其核心价值从重复操作转向数据决策与风险管理。

于劳动对象拓展层面，PingPong 的平台在服务过程中沉淀了海量全球交易数据，使其自身成为一个宝贵的数据要素集合体。公司积极呼吁并推动建设数据共享联盟，主张在合法合规与数据脱敏的前提下，促进数据的流通与价值挖掘。这些经过处理的宏观交易数据能够反哺商家，辅助其洞察区域市场趋势、识别新兴消费需求，从而将原始的“数据”有效地转化为驱动业务增长的“信息”，持续拓展价值创造的对象与边界。

## 四、面向未来的产业优化与政策支撑

### 4.1 技术、人才、治理与生态层面的现实挑战与共性瓶颈

AI 技术的深度应用为杭州新电商产业发展注入强大动力，然而在推动产业向新质生产力转型升级过程中，仍存在诸多亟待解决的关键问题。在技术支撑维度，高性能算力资源存在显著的成本高企与供需结构性矛盾，多数中小微企业难以承受私有化部署的高额成本，而公有云服务模式在数据安全保障与个性化定制服务方面存在明显局限性。人才培养领域，既精通 AI 技术原理又熟悉电商业务运营的复合型人才供给严重不足，传统电商行业从业者的技能更新速度远不及技术创新迭代速率。在行业治理层面，数据隐私保护、算法公平性审查以及平台主体责任界定等监管机制尚不完善，跨境数据流动管理与知识产权保护面临制度性困境。产业生态方面，大中小企业数字化发展水平存在显著梯度差异，产业链上下游企业间数据壁垒依然存在，极大制约了产业协同创新效能的充分释放。上述发展瓶颈对人工智能技术赋能新电商产业的深度与广度形成明显制约。

### 4.2 基于机制与案例的系统性发展路径

基于前述赋能机制与相关案例研究，提出“技术筑基-人才引领-生态协同-治理护航”四位一体的系统性发展路径，以推动产业实现包容性、可持续的高质量发展。

#### （1）技术筑基：推动算力普惠与垂直工具创新

政府发挥统筹协调职能，联动行业龙头企业，构建区域级高性能异构算力普惠服务平台。通过制定差异化补贴政策与资源共享机制，有效消解中小企业在人工智能技术应用层面的壁垒。与此同时，建议出台专项激励措施，推动科技企业聚焦电商垂直领域，研发具备 SaaS 化特征的人工智能工具链体系。针对智能选品、跨境营销、供应链优化等核心业务场景，开发标准化、模块化的“即插即用”解决方案，实现前沿技术成果向普适性生产资料的高效转化。

## (2) 人才引领：构建产教融合的复合型人才培养体系

为响应新质生产力发展对劳动者角色转型的迫切需求，从产教协同创新与人才培养体系优化双维度发力。一方面，以深化"AI+电商"产教融合为抓手，推动高等院校与行业龙头企业开展深度合作，共同构建产学研一体化课程体系，联合建设现代化实训基地，促进教育链、人才链与产业链、创新链的有机衔接。另一方面，实施"新电商工匠"专项培育工程，聚焦在职人员专业能力提升，通过系统化课程设计，着重强化数据驱动思维、AI技术工具应用以及人机协同作业等核心技能，着力打造一支适应智能化生产方式、熟练掌握新型劳动资料的高素质复合型人才队伍。

## (3) 生态协同：促进数据共享与产业链智能化协同

聚焦安全可信产业数据空间的系统性构建，基于数据隐私保护的法律法规框架，建立健全数据要素合规流通的制度体系，以实现数据资源价值的深度挖掘与有效转化。通过政策引导与市场激励相结合的方式，推动电商行业头部企业开放 AI 技术能力接口，构建"龙头企业主导技术平台搭建、中小企业依托平台创新发展"的协同创新生态系统。此外，需强化产业链各环节的协同联动，将 AI 技术深度嵌入绿色供应链管理体系与循环物流模式创新之中，从而提升电商产业生态系统的可持续发展能力与整体效能。

## (4) 治理护航：创新包容审慎的监管与标准体系

为有效应对 AI 技术迭代引发的新型治理难题，探索构建"新电商人工智能应用监管沙盒"制度，通过建立包容审慎的创新测试机制，为前沿技术应用提供可控性风险评估环境。同步加快推进 AI 技术在电商应用领域的标准化体系建设，重点围绕数据治理伦理规范、算法运行透明度、智能服务质量管控等核心维度，制定具有前瞻性和实操性的团体标准与地方标准，为产业可持续发展筑牢制度框架。此外，应积极构建跨境电子商务人工智能治理的国际协同机制，通过多边对话与规则互认，为本土电商企业国际化发展营造稳定可预期的制度环境，提升我国在全球数字贸易治理中的话语权。

### 参考文献

- [1]任保平,何厚聪.数字经济赋能高质量发展:理论逻辑、路径选择与政策取向[J].财经科学,2022(4):61-75.
- [2]杜传忠,疏爽,李泽浩.新质生产力促进经济高质量发展的机制分析与实现路径[J].经济纵横,2023,(12):20-28.DOI:10.16528/j.cnki.22-1054/f.202312020.
- [3]蒋永穆,薛蔚然.新质生产力理论推动高质量发展的体系框架与路径设计[J].商业经济与管理,2024,(05):81-92.
- [4]褚善博.AI赋能电商新模式的探究[J].科技风,2021(03).
- [5]石德伦,沈伟,张鹏,尹亮和余其旺.人工智能在数字经济中的应用研究[J].商展经济,2024(06).
- [6]张爽,晏文龙、曹伟和崔可.人工智能助推文创产品设计在电商平台的实践探索——以淮阳神话文化为例[J].鞋类工艺与设计,2023(3).
- [7]张紫萱.生成式人工智能对电商直播的影响[J].文化产业, 2023 (35) .

# Mechanisms and Pathways of AI - Empowered New E - commerce Industry Development in the Context of New Quality Productive Forces: A Case Study of Hangzhou

Liu Siwei

(Zhejiang Financial College, E-commerce & New Consumption Institute; Hangzhou New E-commerce Development Research Base, Hangzhou 310000, Zhejiang)

**Abstract:** From the perspective of New Quality Productive Forces Theory, this paper investigates the intrinsic mechanisms and practical pathways through which AI technology empowers the development of the new e - commerce industry, with an empirical analysis centered on Hangzhou case. A tripartite empowerment model—comprising laborers, means of labor, and objects of labor—is constructed. It reveals that AI technology systematically drives the new e - commerce sector toward higher efficiency and quality through intelligent tool embedding, deepened human - machine collaboration, and data - factor driving. Practices of Hangzhou - based enterprises show that AI technology has formed distinctive pathways in full - chain intelligence, content - field reconstruction, and infrastructure empowerment. Finally, the paper proposes a systematic development framework of “technology foundation, talent leadership, ecosystem synergy, and governance safeguard,” offering practical references for the intelligent upgrading of regional industries.

**Keywords:** New Quality Productive Forces; AI Technology; New E - commerce; Empowerment Mechanisms