

电商高质量发展赋能新质生产力形成的路径研究

张 维, 项凯标

贵州大学管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年4月15日; 录用日期: 2024年4月29日; 发布日期: 2024年7月31日

摘 要

新质生产力是以创新驱动面向未来的生产力, 是实现经济高质量发展的必需生产力, 电商本身就是一种新质生产力, 推动电商高质量发展赋能新质生产力形成是当前亟需研究的重大命题。本研究深入分析了电商高质量发展赋能新质生产力形成的路径, 本研究认为电商通过推动创新创业、促进新质生产力扩散、带动其他产业发展、注入新的活力与动力等路径为新质生产力的形成赋能, 并且提出了完善电商生态体系、加强电商监管体系、促进电商跨境发展等策略来保障电商的高质量发展加快形成新质生产力, 本研究具有一定的理论意义与现实意义。

关键词

电子商务, 新质生产力, 高质量发展, 赋能路径

Research on the Path of E-Commerce High-Quality Development to Enable the Formation of New Quality Productivity

Wei Zhang, Kaibiao Xiang

School of Management, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 15th, 2024; accepted: Apr. 29th, 2024; published: Jul. 31st, 2024

Abstract

New quality productivity is future-oriented productivity driven by innovation, and it is the necessary productivity for realizing high-quality development of the economy. E-commerce itself is a

kind of new quality productivity, and promoting the high-quality development of e-commerce to enable the formation of new quality productivity is a major proposition that needs to be researched urgently at present. This study deeply analyzes the path of e-commerce high-quality development to enable the formation of new quality productivity, and it believes that e-commerce empowers the formation of new quality productivity by promoting innovation and entrepreneurship, facilitating the diffusion of new quality productivity, driving the development of other industries, and injecting new vitality and power, etc. It also proposes strategies such as improving the e-commerce ecosystem, strengthening the e-commerce regulatory system, and promoting the cross-border development of e-commerce to ensure the high-quality development of e-commerce and accelerate the formation of new quality productivity.

Keywords

E-Commerce, New Quality Productivity, High-Quality Development, Enabling Paths

Copyright © 2024 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

习近平总书记创造性地提出了“新质生产力”这一概念，并强调这是推动高质量发展的关键[1]。新质生产力是指以科技创新为主导，实现关键性颠覆性技术突破的生产力，不仅是对传统生产力的超越，也是适应经济发展新阶段的必然选择。当前世界正处于百年未有之大变局中，科技革命和产业变革正在加速演进，面对日趋激烈的国际竞争，新质生产力已成为赢得国际竞争制高点的关键因素。在此背景下，电商行业作为新经济的重要组成部分，其高质量发展不仅能够推动经济实现质的有效提升和量的合理增长，也是实现新质生产力形成的重要途径。因此，必须推动电商高质量发展，加快形成新质生产力，实现经济高质量发展。

2. 新质生产力形成与电商高质量发展

2.1. 新质生产力的内涵

新质生产力是习近平总书记 2023 年 9 月在黑龙江考察期间首次提出的全新理论概念，此概念强调新一轮科技革命及由此催生的战略性新兴产业集群展现出的先进生产力。准确理解新质生产力的内涵需要从其“新”和“质”两个方面进行把握[2]，所谓“新”，强调新质生产力在关键性颠覆性技术的突破方面与传统生产力的区别，新质生产力依赖新技术、新经济、新业态，这些新要素以及它们的结合方式，代表了技术的新突破、经济的新发展、产业的新升级；而“质”，则是指在坚持创新驱动的基础上，通过关键性技术和颠覆性技术的突破为生产力发展提供更强劲的创新驱动力。

这种生产力的本质是创新驱动，其关键在于技术突破和劳动要素的优化组合，实现生产力的全新质态，其核心在于让科技创新贯穿每一个发展环节。这种生产力以大数据、互联网、云计算、区块链以及人工智能等技术为基础[3]，形成了迥异于传统的新生产力形态，它是结构型生产力、市场型生产力、可持续生产力、信息化生产力、新质生产力的有机统一[4]，继承并发展了信息化生产力，代表生产力的最新发展趋势。

新质生产力的重要性不仅在于其作为新时期推动经济高质量发展的决定力量，还在于它能促进战略

性新兴产业和未来产业的发展壮大。加快形成新质生产力, 不仅有助于提升科技水平实现质的飞跃, 还将推动产业转型升级, 提升资源配置效率, 增强发展新动能, 实现经济高质量发展。因此, 发展新质生产力是未来我国经济工作的首要关键任务, 具有重大的理论和现实意义。

2.2. 新质生产力形成的关键

新质生产力是新时代实现经济高质量发展的必需生产力, 其形成关键在于正确理解其发展逻辑[5]。首先, 新质生产力的形成需要加快科技自立自强, 完善科技创新体系, 前瞻性谋划战略性新兴产业和未来产业。其次, 数据作为新质生产力的关键生产对象, 其在生产中的重要性前所未有地提高, 与此同时, 劳动资料的质变要求劳动者必须具备与之相适应的新质劳动技能, 如数据分析、机器学习等高级劳动技能。新质生产力的形成需要综合性考虑和系统性部署, 国家必须处理好破与立(传统产业与新兴产业间的关系)、量与质(产业规模扩张与转型升级)以及内与外(自主技术创新与对外开放合作)这三组重要关系[6]。

新质生产力虽未形成一种相对稳定、通用的技术经济规范, 但其演进趋势明显, 正在推动技术经济范式的变化。新质生产力的推进和普及必将呈现多元化格局, 因此, 要深层次结合我国经济发展的区域间、行业间、企业间、数据间差异性, 进一步研究新质生产力的发展路径与措施, 为理论与实践提供强力支撑。

2.3. 电商的高质量发展

电子商务已成为推动经济现代化的关键力量, 尤其在促进国内大循环和国内国际双循环相互促进的新发展格局中[7], 电商的高质量发展将为加快形成新质生产力注入强大动力。

电商高质量发展指通过高效、创新的电商平台, 优化商品与服务流通, 提升消费体验, 实现可持续的经济增长。其核心在于利用数字技术, 如5G、大数据、人工智能等, 来增强电商的功能和市场渗透力, 同时确保平台经济的健康稳定发展。电商高质量发展在当前全球化及数字化加速的背景下显得尤为重要, 它不仅支持了消费者行为的转变, 还促进了新冠疫情期间的经济恢复, 特别是在农村电商的推广中, 有效地链接了城乡市场, 提高了农产品的市场竞争力, 支持了乡村振兴战略[8]。

电商高质量发展要求加强电商平台的技术创新、提升跨境电商的服务质量、加快农村电商发展以及完善电商的支撑基础设施等[9]。例如, 通过技术创新, 如云计算和人工智能, 来提升电商平台的运营效率和消费体验; 加强国际合作, 尤其是在跨境电商领域, 提升我国电商平台的国际竞争力[10]; 重视电商人才的培养, 特别是复合型人才的培育, 以适应电商业务的多样化和复杂性需求; 提高物流效率、优化支付系统、加强数据保护和信用体系建设, 从而提升整个电子商务生态系统的运作效率和安全性。

3. 电商高质量发展赋能新质生产力形成的路径

3.1. 电商促进创新创业

电商促进创新。电商通过提供一个广阔的市场和高效的营销工具, 降低了市场准入的门槛, 使得各种创新产品和服务能迅速到达消费者, 这种直接的市场接触促进了产品创新和商业模式创新的快速迭代[11], 同时, 电商的数据驱动特性能够精准地捕捉消费者需求和偏好, 进一步激发定制化和个性化的产品创新。此外, 电商通过整合先进的信息技术, 如大数据、云计算和人工智能, 推动了生产力各构成要素的新质转变, 这些技术不仅提供了新型劳动工具, 如人工智能辅助工具和虚拟现实技术, 也为生产过程带来了高效的劳动对象和资料, 如数字化和智能化装备, 从而提高了生产的可持续性和智能化水平, 促进了新质生产力的形成。

电商也促进了创业。电商为创业者提供了一个低成本、高效率的商业运作平台, 通过这些平台, 即

使是小规模创业者也能接触到全球市场, 实现其商业理念[12]。此外, 电商平台还提供了必要的技术支持和商业咨询, 降低了创业的技术管理障碍、初期成本和风险。通过电商, 创业者不需要大量的初始投资即可接入市场, 而且可以利用电商平台的资源, 如电子支付系统、客户服务和物流支持, 这些都大大简化了创业的复杂性, 电商平台还能提供数据分析工具, 帮助创业者更好地理解市场趋势和消费者行为, 从而做出更加精准的业务决策。

3.2. 电商加速新质生产力扩散

电商通过提供一个广阔的市场平台, 促进了新质生产力的快速扩散。它通过整合各地生产要素和产业基础, 动态调整技术成熟度和市场需求情况, 培育出具有强引领能力和核心竞争力的未来产业。东部沿海地区借助电商平台, 聚焦核心技术, 积极布局战略性新兴产业和未来产业, 而中西部地区则依托自身优势, 通过电商平台推动传统制造业和特色农业的融合创新。电商还在新兴产业和未来产业中培育了“专精特新”企业, 这些企业专注于产业链上的某个环节, 通过电商平台加大技术创新和企业转型, 从而成为制造业向全球价值链高端攀升的中坚力量, 通过电商平台, 这些企业可以快速抢占市场份额, 提高新产品的销售收入, 从而加速新质生产力的扩散。

此外, 电商平台通过使用先进的互联网技术, 如大数据和区块链, 有效减少了知识产权保护的成本, 降低了侵权风险, 提高了企业的专利申请意识。电商服务平台和行业协会为企业提供一站式的知识产权保护服务, 提升企业的品牌保护意识, 激励企业开展技术创新, 加强专利申请, 提高产品竞争力。电商平台通过其独特的经营模式, 为企业提供了多种模式选择, 在售前、售中、售后各个环节为企业和消费者搭建了直接沟通的桥梁, 这种直接沟通模式减少了交易成本, 提高了交易效率, 同时也为企业提供了充足的资金来源, 支持企业的研发活动, 进一步加速了新质生产力的扩散。

3.3. 电商驱动新质生产力发展

电商作为现代数字经济的重要组成部分, 已经成为推动新质生产力发展的关键力量。通过整合先进的信息技术和网络平台, 电商不仅本身代表了一种新质生产力, 而且极大地促进了相关行业的创新和发展。首先, 电商推动了产业结构的优化和升级, 通过电商平台, 传统制造业能够实现智能化、自动化, 推动产业向高技术和高附加值方向发展。例如, 电商的发展促使物流行业实现了信息化和自动化, 极大提升了物流配送的效率和准确性。其次, 电商为小微企业和创业者提供了发展的平台, 通过降低市场准入门槛, 电商使得更多的小微企业和个人能够参与到全球市场中, 激发了大量的创业创新活动, 这些新兴企业和创业者通过电商平台实现快速成长, 进一步推动了新质生产力的形成和发展。再者, 电商加速了新产品的创新和扩散, 电商平台通过集成创新的销售模式如直播销售、社交媒体营销等, 提高了新产品的市场接受速度和消费者的购买便利性。同时, 电商平台的数据分析能力可以帮助企业精准定位市场需求, 加快新产品从研发到市场的整个周期。

总之, 电商不仅是新质生产力的重要表现, 更是推动相关行业革新和经济结构优化的动力源泉, 随着技术的进一步发展和电商模式的不断创新, 电商将继续在推动全球新质生产力发展中发挥核心作用。

3.4. 跨境电商为新质生产力形成注入活力

跨境电商通过促进技术创新、优化产业结构[13]、扩展市场空间、提升国际合作与贸易效率等多条路径来促进新质生产力形成。第一, 跨境电商促进技术创新, 跨境电商平台依托互联网和新兴技术(如大数据、云计算、人工智能)优化交易流程和提升操作效率, 这些技术的应用不仅减少了物流成本, 还通过数据分析提升了市场预测的准确性, 使得企业能够更好地应对国际市场的需求变化, 提升技术创新的效率

与发生率。第二, 跨境电商优化产业结构, 跨境电商推动了传统产业的数字化和智能化转型, 有助于企业从中低端市场向中高端市场转移, 通过这种模式, 企业可以直接接触到全球消费者, 减少中间环节, 提升外贸结构的同时, 增强产品的国际竞争力[14]。第三, 跨境电商能扩展市场空间, 跨境电商打破了地理界限, 为中小企业提供了进入国际市场的平台, 小微企业可以通过电商平台直接触达全球消费者, 这不仅扩大了他们的市场空间, 也为他们带来了成长和扩张的机会。第四, 跨境电商能提升国际合作与贸易效率, 跨境电商促进了不同国家之间的贸易合作, 通过简化的交易和支付流程, 显著提升了贸易效率, 此外, 跨境电商的发展也推动了国际物流、支付系统和数字服务的创新, 进一步促进了全球贸易的高效运作。第五, 跨境电商推动新兴产业发展, 跨境电商本身作为一个新兴产业, 不仅促进了电子商务的发展, 还推动了相关支持行业如电子支付、网络安全和数据分析等领域的成长。

跨境电商通过技术创新和市场拓展为新质生产力的形成提供了多维度的推动力, 这些要素不仅改变了国际贸易的运作模式, 还为全球经济的发展注入了新的活力和动力, 是现代经济增长的重要驱动力之一。

4. 电商高质量发展赋能新质生产力形成的策略

4.1. 改善电商生态体系

电商在当前的数字经济中占据着日益重要的地位, 它不仅仅是商品和服务的交换, 更是一个复杂的服务生态体系, 推动电商生态体系的健康和持续发展至关重要。电商生态体系是指围绕电商活动, 由多种在线和离线的服务、技术、平台和参与者所构成的复杂网络, 这包括但不限于供应链管理、物流服务、支付系统、客户服务及数据分析等, 这些组成部分相互依赖, 共同作用, 形成一个能够自我维持和发展的系统[15]。

电商生态体系的健康直接关系到电商活动的效率和消费者的满意度, 一个好的生态体系可以降低交易成本, 提高交易速度和安全性, 增强用户体验, 从而推动电商业务的扩展和深化。此外, 健康的电商生态体系还能促进创新, 吸引更多的参与者加入, 不断丰富电商服务的内容和形式, 不断引入和应用新技术, 如人工智能、大数据、区块链等, 以提高服务的效率和质量。例如, 利用大数据分析优化库存管理, 使用人工智能提高客户服务的响应速度和精准度。

通过实施以下策略, 可以有效地改善电商生态体系。第一, 优化法规政策环境, 建立一个公平、透明的市场运营环境, 完善电商相关的法律法规, 保护消费者权益, 同时鼓励公平竞争。第二, 加强跨界合作, 电商生态体系涉及多个行业和领域, 加强不同领域之间的合作, 可以带来资源共享和优势互补, 如电商平台与传统制造业的合作, 可以优化生产链和供应链的管理。第三, 持续优化用户体验, 用户是电商生态体系的中心, 持续优化用户体验是保持生态系统健康的关键, 这包括简化购物流程、保障交易安全、提供个性化服务等。第四, 培养和吸引高端人才, 电商生态系统的发展需要各类人才的支持, 特别是在 IT 和数据分析、市场营销、供应链管理等方面的专业人才。

4.2. 加强电商监管体系

电商监管体系是指对电子商务活动进行有效管理和控制的制度和措施, 包括法律、政策、技术等各方面的规范, 旨在保障市场公平竞争、保护消费者权益、维护正常的市场秩序。随着电商平台的快速发展, 各种问题也日益突出, 如虚假宣传、销售假冒伪劣产品、侵犯消费者隐私等, 这些问题的存在严重影响了电商市场的健康发展和消费者权益, 因此, 加强电商监管具有重要的社会和经济意义。

可以通过以下的方法策略来有效监管电商活动实现其高质量发展。第一, 立法与政策, 加强电商相关法律法规的建设, 如《电子商务法》, 明确电商平台和商家的责任和义务。第二, 技术监管, 利用大数据、云计算等现代信息技术手段, 提高监管的针对性和效率, 如通过技术手段追踪和打击刷单等违规

行为[16]。第三, 信用体系建设, 健全电商信用体系[17], 对违规商家实行信用惩戒, 公示黑名单, 提高行业的自律性。第四, 消费者教育与权益保护, 增强消费者的法律意识, 提供便捷的投诉举报渠道, 加强对消费者权益的保护。第五, 跨部门协作, 实现政府部门之间以及与电商平台之间的信息共享和监管协作, 形成合力, 共同维护良好的电商市场环境。

4.3. 促进电商跨境发展

跨境电商是当前国际贸易和数字经济的重要组成部分, 具有推动制造业转型升级和服务经济创新迭代的作用。实现电商跨境发展的有效策略如下: 第一, 加强信息基础设施建设, 为抓住“一带一路”等政策带来的机遇, 各区域应合理分析地域和产业特色, 加强信息基础配套设施建设, 特别是在西南、东北和西北等经济相对落后的地区, 需要优先提升信息发展基础, 维护信用环境, 并打造网络信息平台, 以促进电商的跨境发展[18]。第二, 拓宽贸易经营领域并实行供应商金融支持, 结合传统贸易优势和现代服务贸易, 通过跨境电商加大与战略性新兴产业和先进制造业的咨询、研发设计、节能环保等服务的贸易进口。同时, 金融机构应深化跨境电子商务外汇管理改革和人民币结算管理, 为跨境电商提供必要的政策便利和金融支持。第三, 完善跨境电商法律法规, 跨境电商作为新兴商业模式, 需要相应的法律支撑, 国际上多个组织已有相关规范, 中国应参照这些国际实践, 制定和完善本国的跨境电商法规, 以保障交易安全和增强法律的执行力。第四, 跨境物流的同步发展对于电商跨境交易至关重要, 应采用电子商务生态系统的概念, 优化跨境电商与跨境物流之间的协同机制, 加强两者间的沟通与协作, 推动专业化和本地化的物流发展, 以及实现物流网络的有效协同。

5. 总结

新质生产力是新劳动者利用新劳动工具和新劳动资料创造财富与效益的生产力, 是以创新驱动面向未来的生产力, 是适应新时代要求的生产力, 更是实现经济高质量发展必需的生产力。电商是当前数字经济的典型代表, 通过高效、创新的电商平台, 优化商品与服务流通, 提升消费体验, 实现可持续的经济增长是电商的高质量发展, 电商的高质量发展能加快新质生产力的形成。

电商通过以下四个途径赋能新质生产力形成。第一, 电商通过整合大数据、云计算、人工智能等新技术形成一个连接全球的贸易平台, 降低了个人创业的门槛与中小企业创新的障碍, 提高了创新的效率和质量。第二, 电商形成的全球贸易平台, 加快了先进技术、优质产品的传播, 促进了新质生产力的扩散。第三, 电商本身也是一种新质生产力, 促进了其他新质生产力的发展。第四, 跨境电商为新质生产力的形成注入了新的元素与活力。

为加快形成新质生产力实现经济高质量发展, 本文提出三条保障策略。第一, 要完善电商的生态体系, 例如完善电商的物流体系、服务体系、支付体系、技术支持体系等, 形成电商高质量发展的合力。第二, 要加强电商监管体系, 通过政策立法、技术监管、多主体参与监督等手段构建一个有效的监管系统, 防止假冒伪劣、虚假宣传、侵犯消费者隐私等损害消费者利益破坏电商可持续发展的行为发生。第三, 促进电商跨境发展, 通过加强信息基础建设、扩宽贸易经营领域、完善法律法规、建设跨境物流等方式支持电商跨境发展, 为形成新质生产力注入活力与动力。

参考文献

- [1] 周文, 许凌云. 论新质生产力: 内涵特征与重要着力点[J]. 改革, 2023(10): 1-13.
- [2] 张辉, 唐琦. 新质生产力形成的条件、方向及着力点[J]. 学习与探索, 2024(1): 82-91.
- [3] 石建勋, 徐玲. 加快形成新质生产力的重大战略意义及实现路径研究[J]. 财经问题研究, 2024(1): 3-12.
- [4] 韩江波, 沙德春, 李超. 新质生产力的演化: 维度、结构及路径[J]. 技术经济与管理研究, 2024(1): 8-16.

-
- [5] 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.
- [6] 刘典. 论加快形成新质生产力需要统筹的三组重要关系[J]. 技术经济与管理研究, 2024(1): 1-7.
- [7] 牛建国, 夏飞龙. AIGC 促进跨境电商高质量发展的机制研究[J]. 企业经济, 2023, 42(10): 85-94.
- [8] 樊雅文. 数字乡村视角下农产品跨境电商高质量发展研究[J]. 农业经济, 2023(12): 135-137.
- [9] 覃爱华, 赵艺, 黄龙, 等. 农村电商高质量发展困境及对策[J]. 合作经济与科技, 2021(24): 92-93.
- [10] 孟涛, 王春娟, 范鹏辉. 数字经济视域下跨境电商高质量发展对策研究[J]. 国际贸易, 2022(10): 60-67.
- [11] 王彦杰, 高启杰, 杨瑞. 数字经济时代电商对区域创新的影响——基于中国省际面板数据的实证分析[J]. 河南科技学院学报, 2022, 42(1): 32-39.
- [12] 倪一宁, 马野青, 孟宁. 跨境电商促进了企业创新吗? [J]. 中南财经政法大学学报, 2023(3): 83-93.
- [13] 张卉. 跨境电商发展的 SWOT 分析及对策[J]. 山东工商学院学报, 2015, 29(3): 88-93.
- [14] 陈清萍, 孔令刚. 新时代我国跨境电商新业态的发展演进与前景展望[J]. 改革与战略, 2023, 39(6): 79-90.
- [15] 王健, 诸子怡. 跨境电商服务生态体系发展及其对中国电商国际合作的启示[J]. 国际贸易, 2022(3): 58-65.
- [16] 周剑平. 电商直播监管的难点与对策创新[J]. 中国流通经济, 2021, 35(8): 72-80.
- [17] 汪旭晖, 任晓雪. 政府治理视角下平台电商信用监管的动态演化博弈研究[J]. 中国管理科学, 2021, 29(12): 29-41.
- [18] 张蓓. “一带一路”战略下我国跨境电商面临的机遇与挑战[J]. 商业经济研究, 2017(11): 64-66.