

# 新质生产力驱动电子商务变革

吴育榜, 李义猛

贵州大学管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月20日; 录用日期: 2024年10月16日; 发布日期: 2024年11月20日

## 摘要

随着全球数字经济的快速发展, 电子商务逐渐成为推动社会经济转型与升级的重要力量。与此同时, 新质生产力作为数字时代创新驱动经济增长的核心要素, 深刻改变了电子商务的商业模式、产业链结构与运行机制。本文探讨了新质生产力对电子商务的影响, 分析了技术创新、数据驱动、平台经济和可持续发展等领域的变革趋势, 并提出了新质生产力推动电子商务未来变革的趋势。

## 关键词

新质生产力, 电子商务, 创新驱动, 数字经济

# E-Commerce Transformation Driven by New Quality Productivity

Yubang Wu, Yimeng Li

School of Management, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 20<sup>th</sup>, 2024; accepted: Oct. 16<sup>th</sup>, 2024; published: Nov. 20<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

With the rapid development of the global digital economy, e-commerce has gradually become an important force in promoting social and economic transformation and upgrading. At the same time, as the core element of innovation-driven economic growth in the digital era, new quality productivity has profoundly changed the business model, industrial chain structure and operation mechanism of e-commerce. This paper explores the impact of new quality productivity on e-commerce, analyzes the transformation trends in the fields of technological innovation, data-driven, platform economy and sustainable development, and proposes the future trend of new quality productivity driving the future transformation of e-commerce.

## Keywords

### New Quality Productivity, E-Commerce, Innovation-Driven, Digital Economy

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

随着全球经济数字化转型加速, 电子商务已成为现代经济不可或缺的组成部分, 对各行业发展格局产生了深刻影响[1]。电子商务不仅重塑了全球零售业, 还推动了生产和消费方式的变革。根据中国电子商务研究中心数据, 2022 年全球电子商务市场规模达到 5.7 万亿美元, 预计 2026 年将增至 8.1 万亿美元<sup>1</sup>, 这表明随着技术创新和全球市场一体化趋势的深化, 电子商务已成为现代经济的关键引擎, 然而, 根据国家统计年鉴数据<sup>2</sup>, 虽然近年来电子商务的交易额逐年上升, 但也出现了下降的趋势, 亟需引入有效的作用机制帮助电子商务行业发展, 见图 1。目前, 电子商务的影响已扩展至物流、制造和金融等多个领域。大数据、人工智能、物联网和区块链技术的成熟, 加速了电子商务从传统物理交易向数字化虚拟交易的转型[2]。技术驱动的创新使企业能够精准预测市场需求, 优化供应链, 并提升消费者的购物体验。大数据分析、个性化推荐、智能客服和自动化仓储等技术显著提高了运营效率和用户满意度。同时, 技术进步不仅优化了业务流程, 还带来了生产力形态的深刻变革。传统以物质生产为核心的模式, 正逐渐向以数字技术和知识创新为主导的“新质生产力”转变[3]。这不仅是工具的升级, 更是企业运营模式和产业链结构的全面颠覆。在新质生产力推动下, 电子商务企业不仅提高了效率, 还推动了产业链协同, 促进商业模式的创新迭代[4]。随着新质生产力的广泛应用, 企业也在重新审视可持续发展的战略方向, 将技术进步与环保目标、社会责任相结合, 推动绿色电子商务的发展。这种模式既顺应了当前的环保趋势, 也增强了企业在竞争中的适应力和可持续发展的能力[5]。基于此, 本文将深入探讨新质生产力如何驱动电子商务的创新与变革。

## 2. 新质生产力的内涵与特征

### 2.1. 新质生产力内涵

“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概念。新质生产力是以新技术、新经济、新业态为主要内涵的生产力[6], 是“创新驱动”与“质量牵引”以及二者协同演化的生产力发展新模式。2024 年 3 月新质生产力被正式写入《政府工作报告》, 系统阐述了其以创新为基本特点、以质优为核心关键、以先进生产力为本质的基本内涵。区别于传统生产力, 新质生产力摆脱了传统的经济增长方式和生产力发展路径, 将信息收集能力、数据处理能力、信息交互能力、算力、基因技术、生态技术、人工智能等作为新的生产要素合并到生产力范畴中, 是符合新发展理念的先质生产力。新质生产力涉及产业和领域新、技术和模式新, 主要依靠创新驱动, 是科技创新在其中发挥主导作用的生产力, 是新型劳动者与劳动资料的有机结合, 代表着生产力的跃迁与升级方向[7]。新质生产力(New Qualitative Productivity)是数字经济时代的核心概念[8], 传统生产力理论以物质资源、劳动力、资本和技

<sup>1</sup><https://www.100ec.cn/detail--6629184.html>.

<sup>2</sup>国家数据(<https://www.stats.gov.cn/>)。

术的投入为基础, 来解释生产效率的提升方式。然而, 随着数字技术的迅猛发展, 生产力的构成发生了质的变化, 知识、信息和数据等非物质要素在现代生产活动中的作用日益重要。数字经济所形成的颠覆性技术创新构筑了新质生产力的新基础, 成为形成和发展新质生产力的关键, 这要求构筑数字经济与实体经济融合的生态体系[9]。

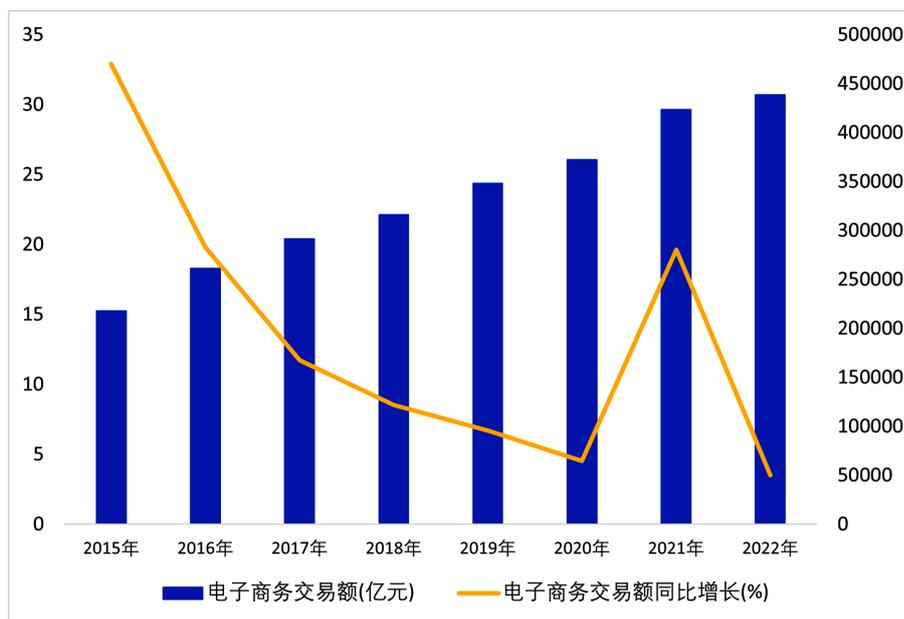


Figure 1. E-commerce transaction volume

图 1. 电子商务交易额

理论上, 新质生产力基于两大支柱: 一是数据资源的资本化, 即将数据视为可操作的生产要素, 推动企业精准化决策与流程优化; 二是创新驱动的生态系统, 通过构建开放式的协作网络, 促使技术、企业、消费者等多主体实现协同创新。在这一理论框架中, 生产力的提升不仅依赖于技术的先进性, 还依赖于知识的转化能力和创新的生态环境。

## 2.2. 新质生产力特征

### 2.2.1. 高科技、高智能和高效率

在论述战略新兴产业和未来产业时, 有学者概括了新质生产力具有高科技、高智能、高效率的特征[10][11]。新质生产力依托于先进的数字技术, 如大数据、人工智能、物联网和区块链等。这些技术为企业带来了前所未有的生产力提升。大数据可以通过收集和分析大量数据, 为企业提供精准的市场预测和个性化服务方案[12]。人工智能则通过自动化流程和机器学习技术, 减少了人力的参与并提高了生产和决策的效率[13]。物联网技术则将设备与设备、设备与系统之间的连接实现实时信息交互, 大幅提高了企业运营的灵活性和敏捷度[14]。区块链技术则通过去中心化和防篡改的机制, 保证了数据的透明性和安全性, 从而促进了企业的信任建设[15]。

### 2.2.2. 绿色低碳

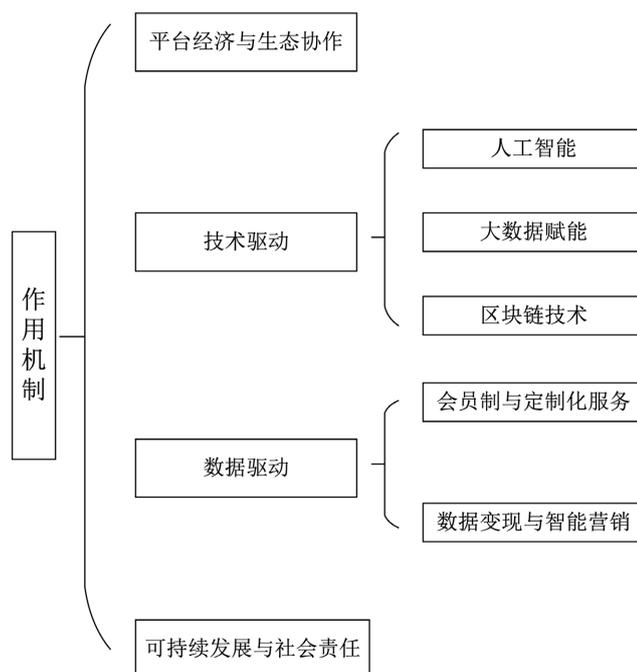
新质生产力高度重视环保和资源节约, 以实现可持续发展为目标。通过技术创新, 企业能够显著降低能源消耗和生产过程中的环境负担[5][16]。比如, 智能化生产设备可以优化能源利用, 减少电力、燃料的浪费, 同时减少废气和废水的排放。此外, 数字化技术帮助企业进行精确的资源管理, 避免原材料

的过度消耗。太阳能、风能等清洁能源的应用进一步降低了企业对化石燃料的依赖[17]。与此同时,绿色制造技术的应用使得企业在生产的各个环节更加环保,从而推动了绿色产业的发展,并促进了全球范围内的低碳经济转型[18]。

### 2.2.3. 产业融合与协同性

新质生产力推动了传统产业与新兴产业的深度融合,为企业带来了跨行业的协同创新机遇。通过将数字技术应用于各类传统产业,企业能够实现生产模式和经营模式的创新,从而获得新的竞争优势[19]。例如,制造业通过与信息技术的结合,向智能制造转型,实现生产过程的全面数字化和智能化。此外,农业与互联网的结合促进了精准农业的发展,而传统零售业与电子商务的结合催生了新零售模式[20]。产业之间的融合不仅提高了行业效率,也为企业在不同产业间的资源共享和知识转移提供了更多的可能性,从而促进了整体经济的协同发展。

## 3. 新质生产力对电子商务的作用机制(图 2)



**Figure 2.** The mechanism of new quality productivity driving e-commerce transformation  
**图 2.** 新质生产力驱动电子商务变革的作用机制

### 3.1. 技术驱动下的电子商务创新

电子商务作为数字经济的典型代表,在新质生产力的推动下,其技术创新表现尤为显著。人工智能、大数据、云计算和物联网等技术的应用,大幅提升了电子商务的运营效率与客户体验。

人工智能的应用: 人工智能(AI)在电子商务中的广泛应用显著提升了企业的运营效率和用户体验[21]。通过数据分析与深度学习, AI 帮助平台实现个性化推荐、自动化客服和智能库存管理。例如,京东的“智能物流”系统运用 AI 技术,实现了自动化仓储和智能配送,大幅提升了订单处理效率,优化了仓储空间,并通过 AI 算法预测需求,确保库存精确性,降低运营成本,加快订单响应速度<sup>3</sup>。亚马逊则

<sup>3</sup> 京东物流 11.11 运营全方位升级,保障商家和消费者体验“又省心又快”——新华网(<https://www.xinhuanet.com>)。

利用 AI 分析用户浏览和购物习惯, 提供精准的商品推荐, 提升了销售转化率和用户的个性化购物体验<sup>4</sup>。同样, AI 在智能客服系统中的应用也极为重要, 通过自然语言处理(NLP)技术与用户进行实时交互, 提升了服务质量和效率。例如, 京东的智能客服“JIMI”能够处理常见问题, 提供 24 小时在线支持, 大大提高了客户满意度。总的来说, AI 技术正日益成为推动电子商务行业发展的核心力量。

**大数据的赋能:** 在人工智能的强力助推下, 大数据作为电子商务的核心驱动力, 也发挥着关键作用。大数据的应用让企业在用户行为分析、市场预测和供应链优化等方面取得了显著进展。通过对用户的浏览、点击和购买行为进行分析, 电商企业能够精准把握消费者的需求, 进而优化产品推荐和营销策略[12][22]。例如, 阿里巴巴旗下的淘宝借助大数据平台, 帮助商家为不同用户群体制定精准的广告和推荐方案, 既提升了用户体验, 也提高了销售转化率。与此同时, 大数据在供应链管理中的应用也非常广泛, 通过分析历史销售数据和市场趋势, 帮助企业预测需求, 优化库存和物流管理, 减少了积压并确保供应链的顺畅运行[23]。随着个性化需求的不断增加, 大数据还推动了定制化生产, 使企业能够根据用户需求设计产品, 提升了生产效率, 并缩短了产品上市周期。正是大数据的赋能, 使电子商务企业能够更加灵活地应对市场变化, 持续推动行业的创新与发展[24][25]。

**区块链技术的应用:** 在大数据与 AI 推动电子商务发展的同时, 区块链技术则为平台提供了更加安全透明的交易环境[15]。其去中心化特性大大减少了对第三方中介的依赖, 通过分布式账本技术同步记录交易信息, 有效降低了篡改和欺诈的风险, 提升了交易的安全性和透明度。尤其在跨境交易中, 区块链技术的应用意义重大。此外, 区块链还在商品溯源方面发挥了重要作用[26]。它为商品创建不可篡改的记录链, 详细追踪商品从生产到销售的全过程。例如, 京东的区块链溯源系统让消费者通过扫描二维码查看商品的生产和物流信息, 确保其真实性与质量。阿里巴巴也在探索这一技术, 尤其是在高价值商品和生鲜食品领域, 大大提升了消费者对产品质量的信心。此外, 在支付系统中, 区块链的应用通过智能合约实现了自动化支付结算, 简化了跨境电商中的支付流程, 减少了人工干预和时间延迟, 降低了交易成本和风险。

### 3.2. 数据驱动的商业模式变革

新质生产力背景下, 数据驱动型的商业模式成为电子商务创新的核心。数据不仅是电子商务企业的重要资源, 还是其创新商业模式的基础。例如, 定制化电商模式逐渐崛起, 企业通过分析用户行为数据, 提供个性化定制服务。这种模式不仅满足了消费者个性化的需求, 还提升了企业的市场竞争力。

**会员制与定制化服务:** 会员制和定制化服务已成为电子商务企业提升用户忠诚度和满意度的关键策略[24][25]。通过会员制, 企业不仅能够为用户提供专属折扣、个性化推荐、优先配送等特权服务, 还能增强与用户的黏性, 增加用户长期留存率。这种模式帮助企业积累了大量用户数据, 为后续的市场分析和优化提供了基础。通过对用户的购买记录、浏览习惯等数据进行深入分析, 企业能够更精准地了解消费者需求, 进而提供更加定制化的服务和产品。以亚马逊 Prime 为例, 这一会员制服务通过提供免运费、快速配送、专享优惠和视频流媒体等增值服务, 极大提升了用户的购物体验<sup>5</sup>。Prime 会员不仅享受独有的购物折扣, 还能获得娱乐服务, 增加了用户对平台的依赖性。此外, 企业通过对会员数据的分析, 可以根据不同用户群体的偏好调整服务内容, 为他们提供更具吸引力的个性化推荐。这种基于大数据的会员制和定制化服务模式, 不仅提高了用户满意度, 也帮助企业实现了长期的客户关系维护和销售增长。

<sup>4</sup>AI 导购上线亚马逊商城, 自己能比价, 未来能自动帮你买东西个性化购物新时代来临\_新闻频道\_中华网(<https://www.china.com>)。

<sup>5</sup>多发货跨境物流平台|亚马逊 Prime 会员服务的现状和未来发展\_配送\_消费者(<https://www.sohu.com/>)。

数据变现与智能营销：数据变现与智能营销是电子商务企业利用大数据提升销售和实现盈利的关键手段[27]。通过深入挖掘用户行为习惯，电商平台能够精准定位消费者需求，实施有效的广告投放和精准营销策略[28]。这种基于数据的营销方式可以提供个性化产品推荐和定制促销，显著提升销售转化率。例如，电商平台根据用户的浏览记录和购物习惯推送相关广告，从而提高购买意愿和下单率。同时，数据变现也成为许多电商平台的重要收入来源。一些大型平台通过数据分析服务，将收集到的用户数据资源商业化，向中小企业提供智能化市场分析和运营建议。这些服务帮助中小企业更好地了解市场需求，优化业务策略。通过实时市场分析报告，企业可以及时调整产品线和营销方案，提高竞争力。数据变现不仅为电商平台带来新收入，也助力中小企业实现业务增长[29]。

### 3.3. 平台经济与生态协作

新质生产力推动了电子商务平台化经济的迅速发展，平台型电子商务企业不仅充当商品和服务的交易媒介，还通过构建开放式的技术和商业生态系统，将供应商、技术服务提供方、消费者等不同主体纳入生态体系，实现多方共赢[30]。新质生产力的关键在于通过数据、信息和技术的广泛应用，使电子商务平台不仅仅是一个交易场所，而是一个涵盖多个行业、资源共享的生态网络。这种平台化模式提升了商业效率，推动了跨行业的协同合作与创新[31]。

以阿里巴巴旗下的天猫、淘宝为例，这些平台通过构建开放的电商生态系统，吸引了大量第三方商家、物流服务提供商和金融服务机构加入，为消费者提供了全方位的购物和服务体验。在天猫和淘宝平台上，商家可以自由开展业务，消费者可以享受丰富的产品选择与便捷的购物流程。同时，平台通过数据分析和智能推荐技术为商家提供精准的市场洞察和营销支持，帮助他们更好地服务消费者，提升竞争力。物流供应商也通过与平台合作，提升配送效率，实现订单的快速处理和交付。此外，金融服务商通过为消费者和商家提供灵活的支付、贷款等金融解决方案，使交易过程更加顺畅，减少了资金周转压力。这一平台生态不仅为各方提供了便捷的合作渠道，也通过新质生产力推动了商业模式的持续创新和发展，促进了整个电子商务行业的繁荣。

### 3.4. 可持续发展与社会责任

在新质生产力的推动下，电子商务企业在追求经济效益的同时，也越来越注重可持续发展[32]和社会责任[33]。通过技术创新，企业得以提高资源利用效率、降低碳排放，并在实现盈利的同时推动社会的可持续发展。这一转变不仅符合商业发展趋势，也迎合了消费者对环境保护和社会责任的期望。

智能物流技术是电子商务企业推动可持续发展的重要手段。借助大数据和智能算法，企业能够优化物流配送路线，减少运输中的能源消耗和碳排放。例如，智能系统根据订单分布和交通状况选择最佳配送路线，缩短运输时间并降低空驶率，从而减少对环境的影响。此外，自动化仓储和智能库存管理进一步提升了效率，减少了资源浪费。同时，绿色供应链管理也成为企业履行社会责任的关键措施。许多平台通过推动供应商采用环保包装材料、减少废弃物排放和推广循环利用，来降低整个供应链的环境影响。例如，一些平台要求商家使用可回收材料，并向消费者提供环保包装选项，帮助减少塑料的使用和浪费。这些技术创新和管理优化，帮助电子商务企业在提高效益的同时，有效履行社会责任，推动了更加环保、可持续的商业模式发展。

## 4. 新质生产力驱动电子商务变革的未来趋势

### 4.1. 人工智能与个性化服务的进一步深化

未来，人工智能将在电子商务领域扮演更加关键的角色，尤其是在个性化服务的深入发展方面。随

着深度学习、机器学习以及自然语言处理技术的进步, 电子商务平台能够更加精准地预测消费者的需求, 从而提供高度个性化的产品推荐和服务定制。通过分析用户的行为数据和购买偏好, 平台可以为每一位用户量身打造购物体验, 提升用户满意度。此外, 智能语音助手、聊天机器人和虚拟客服将在客户服务中占据重要地位, 通过自动化交互提升效率, 减少用户等待时间, 同时降低人力成本。这不仅将优化电子商务的运营模式, 还将大幅度提高客户的购物体验。未来, 人工智能技术的发展将持续推动电子商务个性化服务的变革, 为用户提供更便捷、更智能的购物解决方案。

## 4.2. 虚拟现实与增强现实的应用

虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术的广泛应用, 正逐步改变电子商务平台的用户体验, 为消费者提供全新的购物方式。通过 VR 技术, 用户可以“身临其境”地进入虚拟商店, 像在现实中一样自由浏览商品, 体验独特的沉浸感。而 AR 技术则让消费者可以在真实环境中虚拟试穿衣物、试戴配饰, 或试用家居产品, 帮助他们做出更精准的购买决策。这种互动性强的购物体验, 不仅增加了消费者的购物乐趣, 还让他们更容易产生购买意愿。此外, 企业也能够通过 VR/AR 技术设计出更加创新的营销活动, 吸引消费者参与, 从而提升品牌曝光度和销量。未来, 随着 VR 和 AR 技术的不断成熟, 电子商务平台将变得更加多元化、沉浸式, 为用户带来前所未有的购物体验, 同时也为商家提供了更加灵活和创新的营销手段。

## 4.3. 区块链与智能合约的普及

区块链技术以其去中心化和不可篡改的特性, 为电子商务的未来发展带来了全新的机遇。通过区块链, 电子商务平台可以实现更加安全、高效的交易流程, 不依赖传统的第三方中介, 显著降低了交易成本。智能合约作为区块链的重要组成部分, 使得交易过程自动化得以实现。通过预设条件, 当条件满足时, 智能合约会自动执行, 无需人工干预, 确保交易的透明性和公正性。这种自动化和透明化的特性能够有效减少欺诈行为, 增加交易的可信度, 保障双方的权益。此外, 区块链技术还能对商品的供应链进行追溯, 确保商品的真实性和来源, 增强消费者对平台和产品的信任感。随着区块链与智能合约的普及, 未来的电子商务平台将变得更加安全、高效, 为消费者和商家提供一个更加公平和透明的交易环境, 推动行业的进一步发展。

## 5. 结语

新质生产力的崛起不仅在推动电子商务领域的深刻变革, 也在重新定义企业的生产和运营方式。首先, 基于人工智能、大数据和区块链等数字技术的广泛应用, 电子商务企业能够极大地提高运营效率、优化资源配置, 并提升用户体验。这些技术的融合, 使得企业在市场预测、供应链管理和客户关系维护等方面实现了更加精确和智能化的操作。随着数据驱动的商业模式的兴起, 企业不再仅仅依赖传统的物质生产要素, 而是逐步转向以知识、信息和创新为核心的生产力形态。通过对消费者行为和市场趋势的深度分析, 电子商务平台可以为用户提供个性化的产品推荐和定制化服务, 从而提高用户的满意度和忠诚度。第二, 新质生产力的应用不仅带来了业务流程的优化, 还推动了电子商务行业商业模式的创新与迭代。平台经济的崛起使得电子商务企业不仅仅充当商品和服务的交易中介, 更通过开放的生态系统实现了多方共赢。借助创新生态系统, 企业、供应商和消费者之间的互动更加紧密, 推动了行业内外协同创新与资源整合。这种平台化的商业模式加速了技术与产业的融合, 推动了整个行业的持续发展与进步。第三, 随着可持续发展成为全球企业的共同目标, 电子商务企业在新质生产力的推动下, 开始将技术创新与社会责任紧密结合。通过智能物流、绿色供应链管理等方式, 企业不仅能够降低运营成本, 还能有效减少对环境的影响, 实现经济效益与社会效益的双赢。这种转变不仅符合当前环保和可持续发展的趋势, 也使得企业在市场竞争中具备了更强的适应能力和持续发展动力。

总之, 新质生产力的广泛应用为电子商务企业带来了前所未有的机遇与挑战。未来, 企业能否有效利用这些新兴技术实现商业模式的变革与创新, 将决定其在激烈的市场竞争中能否取得成功。在技术不断进步的背景下, 电子商务行业将继续迎来深刻的变革, 企业需要抓住机遇, 通过技术驱动的创新模式, 实现高效化、智能化和可持续化的运营, 进而推动整个行业的长远发展。

## 基金项目

本论文是贵州省哲学社会科学规划课题《乡村振兴下平台型农产品供应链经营主题协同发展的机制创新研究》(23GZYB148)。

## 参考文献

- [1] 杨路明, 张惠恒, 濮淑芳. 电子商务对传统企业竞争力的提升路径研究[J]. 经济问题探索, 2020(2): 39-50.
- [2] 胡文岭, 阎立波, 关军锋. 基于电子商务发展视角的数字经济与实体经济融合机制研究[J]. 商业经济研究, 2024(3): 123-127.
- [3] 张壹帆, 陆岷峰. 数字金融对金融新质生产力提升的作用机制研究[J]. 河南社会科学, 2024, 32(5): 74-84.
- [4] 张姣玉, 徐政, 丁守海. 数实深度融合与新质生产力交互的逻辑机理、战略价值与实践路径[J]. 北京工业大学学报(社会科学版), 2024, 24(3): 114-124.
- [5] 李晓华. 新质生产力的主要特征与形成机制[J]. 人民论坛, 2023(21): 15-17.
- [6] 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.
- [7] 刘志彪, 凌永辉, 孙瑞东. 新质生产力下产业发展方向与战略——以江苏为例[J]. 南京社会科学, 2023(11): 59-66.
- [8] 任保平, 豆渊博. 新质生产力: 文献综述与研究展望[J]. 经济与管理评论, 2024, 40(3): 5-16.
- [9] 任保平. 以数字新质生产力的形成全方位推进新型工业化[J]. 人文杂志, 2024(3): 1-7.
- [10] 令小雄, 谢何源, 妥亮, 等. 新质生产力的三重向度: 时空向度、结构向度、科技向度[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2024, 45(1): 67-76.
- [11] 石先梅. 新质生产力的系统性特征与演进逻辑[J]. 宁夏社会科学, 2024(4): 124-132.
- [12] 洪名勇, 张西凤. 数据赋能新质生产力发展的作用机理与实现路径研究[J]. 经济问题, 2024(10): 32-40.
- [13] 任保平, 李培伟. 人工智能时代新质生产力与新型生产关系的良性互动[J]. 四川大学学报(哲学社会科学版), 2024(5): 25-34, 207-208.
- [14] 宋虹桥, 张夏恒. 数字化赋能新质生产力的内在逻辑与实现路径[J]. 湖湘论坛, 2024, 37(3): 48-63.
- [15] 董泽瑞. 区块链提单担保功能实现的路径阐释——以航运数字化转型下新质生产力发展展开[J/OL]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 1-12. <https://doi.org/10.14084/j.cnki.cn62-1185/c.20241012.002>, 2024-09-24.
- [16] 王柯丹, 刘颖, 汪寿阳. 数据要素与绿色创新: 基于新质生产力视角[J]. 财经问题研究, 2024(9): 18-33.
- [17] 宋阔. 新质生产力赋能企业绿色动态能力培育的路径机理[J]. 社会科学家, 2024(4): 99-106.
- [18] 黄群慧. 新质生产力本身就是绿色生产力[J]. 生态文明研究, 2024(2): 26-28.
- [19] 周密, 李东宇. 新质生产力在产业融合中的作用及其影响研究[J]. 社会科学辑刊, 2024(5): 47-60.
- [20] 张凤超, 朱海斌. 新质生产力赋能中国式农业现代化的逻辑与路径[J]. 华南师范大学学报(社会科学版), 2024(4): 17-29, 205.
- [21] 梅琪, 黄旭强. AI 赋能电商: 智能工具在运营效率提升中的应用与优化研究[J]. 科技经济市场, 2024(6): 25-28.
- [22] 郑佳宁. 用户行为信息商业化运用的规制路径[J]. 西北工业大学学报(社会科学版), 2020(3): 78-84.
- [23] 全盼. 大数据技术应用影响零售业供应链绩效的机理分析——精益性与敏捷性供应链战略视角[J]. 商业经济研究, 2024(8): 27-32.
- [24] 王永贵, 洪傲然, 郭笑笑, 等. 顾客定制: 文献述评、整合研究框架与未来展望[J]. 系统工程理论与实践, 2023, 43(6): 1686-708.
- [25] Torres, E.N., Lugosi, P., Orłowski, M. and Ronzoni, G. (2018) Consumer-Led Experience Customization: A Socio-

Spatial Approach. *Journal of Service Management*, **29**, 206-229. <https://doi.org/10.1108/josm-06-2017-0135>

- [26] 陈薇伶, 黄敏, 郭燕. 基于区块链技术的生鲜农产品供应链体系构建[J]. 商业经济研究, 2021(9): 123-126.
- [27] 黄敏学, 吕林祥. 心理契合视角下智能产品营销研究的评述与展望[J]. 经济管理, 2022, 44(7): 193-208.
- [28] 范文芳, 王千. 个性化智能推荐对消费者在线冲动购买意愿的影响研究[J]. 管理评论, 2022, 34(12): 146-156, 94.
- [29] 祝世虎. 建设中小银行智能营销体系[J]. 中国金融, 2024(5): 35-36.
- [30] 钱贵明, 阳镇, 陈劲. 数字平台视角下新质生产力的形成机制与推进策略[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2024, 44(5): 15-26.
- [31] 陈锋, 范静. 互联网平台赋能新质生产力: 何以赋能与以何赋能[J]. 西南金融, 2024(9): 89-100.
- [32] 刘军, 刘林琪, 常俐丽. 新质生产力推动旅游可持续发展: 理论逻辑与实现路径[J]. 生态经济, 2024, 40(9): 121-126.
- [33] 高汉祥, 叶丁菱. 新质生产力视域下的企业 ESG 理念焕新[J]. 华东师范大学学报(哲学社会科学版), 2024, 56(5): 160-169, 174.