

新质生产力赋能电子商务高质量发展的研究

葛 颖

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年1月9日; 录用日期: 2025年1月24日; 发布日期: 2025年2月28日

摘 要

本研究探讨了新质生产力, 特别是大数据与人工智能技术, 对电子商务高质量发展的影响机制、所面临的挑战及其应对。新质生产力在提升电子商务运营效率、优化用户体验及增强市场竞争力方面发挥了关键作用。然而, 企业在享受技术红利的同时, 也面临着技术、市场、政策与法规、人才与文化等多重挑战。针对这些挑战, 企业需采取相应策略, 凸显了新质生产力在推动电子商务迈向高质量发展阶段的不可或缺性。

关键词

新质生产力, 电子商务, 高质量发展, 创新驱动

Research on Empowering High-Quality Development of E-Commerce with New Quality Productivity

Ying Ge

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jan. 9th, 2025; accepted: Jan. 24th, 2025; published: Feb. 28th, 2025

Abstract

This study examines the impact mechanisms of new quality productivity, especially big data and artificial intelligence technologies, on the high-quality development of e-commerce, the challenges it faces and its responses. New quality productivity plays a key role in improving e-commerce operational efficiency, optimizing user experience and enhancing market competitiveness. However, while enjoying the dividends of technology, enterprises are also facing multiple challenges, including technology, market, policies and regulations, talent and culture. In response to these challenges, enterprises need to adopt appropriate strategies, highlighting the indispensability of new quality

productivity in promoting e-commerce to the stage of high-quality development.

Keywords

New Quality Productivity, E-Commerce, High-Quality Development, Innovation-Driven

Copyright © 2025 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

电子商务作为全球经济的重要支柱，不仅极大地促进了商品与服务的跨国流通，还加速了全球化进程，为全球经济一体化注入了强劲动力。然而，随着市场竞争的日益激烈和技术的快速发展，电子商务也面临着市场饱和、消费者需求多元化、技术迭代加速等多重挑战。新质生产力，作为创新驱动的生产力新形态，强调技术创新、模式创新和制度创新在生产力发展中的核心作用，正逐步成为推动社会生产力深刻变革的重要力量。研究新质生产力如何赋能电子商务高质量发展，不仅有助于电商行业在复杂多变的市场环境中寻找新的增长点，提升整体竞争力，更是推动经济转型升级、实现可持续发展的关键所在。通过深入探索新质生产力与电子商务的深度融合，我们有望为电商行业的未来发展提供新的思路 and 方向。

2. 理论基础

2.1. 新质生产力的特征

新质生产力是指在新时代背景下，以创新为主导，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。它是生产力现代化的具体体现，代表了生产力发展的新阶段，是推动经济社会高质量发展的关键力量。新质生产力由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生，以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升为基本内涵，以全要素生产率大幅提升为核心标志[1]。

第一，高科技引领创新。新质生产力最显著的特征之一是其高科技含量。这一特征体现在生产过程中的各个环节，从原材料的处理到最终产品的制造，都广泛运用了先进的科学技术。高科技不仅提升了生产过程的自动化和智能化水平，还推动了产品和服务的持续创新[2]。在新质生产力的推动下，诸如人工智能、物联网、云计算等前沿技术得以广泛应用，这些技术不仅提高了生产效率，还为企业带来了全新的商业模式和市场机遇。通过不断引入新技术，新质生产力实现了生产方式的根本性变革，为经济增长注入了强劲的动力。

第二，高效能促进发展。高效能是新质生产力的另一个重要特征。在高科技的支撑下，新质生产力实现了生产要素的优化配置和生产流程的智能化改造，从而显著提高了生产效率[3]。这种高效能不仅体现在单个生产环节上，更贯穿于整个生产链条中。通过数字化管理、智能制造等手段，新质生产力能够实时监控生产过程中的各项数据，及时调整生产计划，确保生产流程的顺畅和高效。这种高效能的生产方式不仅降低了生产成本，还提高了产品质量和市场竞争能力，为企业的可持续发展奠定了坚实基础。

第三，高质量保障品质。高质量是新质生产力不可或缺的特征之一。在新质生产力的推动下，企业不仅注重生产效率的提升，更加关注产品和服务的质量。通过引入先进的质量管理方法和生产工艺，新质生产力确保了产品和服务的高品质。同时，新质生产力还注重环保和可持续发展，通过采用绿色生产

技术和循环利用资源，减少了环境污染和资源的浪费。这种以高质量为核心的发展理念，不仅满足了消费者对品质生活的需求，还推动了经济与环境的协调发展。在新质生产力的引领下，未来经济发展将更加注重品质的提升和环保的落实，实现人与自然的和谐共生。

2.2. 电子商务高质量发展的特征

第一，电子商务高质量发展的首要特征是用户至上。这意味着电商平台必须始终将消费者置于中心位置，通过不断优化购物流程、提供多样化的支付方式以及加强售后服务，来满足消费者的多样化需求。电商平台还注重消费者保护，通过建立健全的投诉处理机制、加强商品质量监管，以及提供便捷的退换货服务，确保消费者的合法权益得到充分保障。这种以用户为中心的发展理念，不仅提升了电商平台的竞争力，也促进了电商行业的健康发展。

第二，电子商务高质量发展的另一个重要特征是创新驱动。在技术创新方面，电商平台积极引入人工智能、大数据、区块链等先进技术，以提升运营效率、降低运营成本，并增强数据安全性和透明度。这些技术的应用不仅提升了电商平台的智能化水平，也为消费者提供了更加便捷、智能的购物体验。在模式创新方面，电商平台不断探索社交电商、直播带货等新型销售模式，这些模式的兴起不仅丰富了电商平台的销售方式，也为企业提供了更多的营销渠道和增长机会。

第三，电子商务高质量发展还强调绿色可持续[4]。在环保方面，电商平台注重绿色包装，采用可降解、可回收的包装材料，以减少塑料等一次性包装的使用。同时，电商平台也鼓励消费者选择环保包装选项，共同推动绿色消费。在节能减排方面，电商平台通过优化配送路线、提高仓储效率等措施，降低能源消耗和碳排放。此外，电商平台还积极推广绿色出行方式，如鼓励消费者选择公共交通、骑行或步行等低碳出行方式。

第四，电子商务高质量发展需要与实体经济深度融合。通过线上线下融合、全渠道营销等方式，电商平台能够拓展销售渠道、提升品牌影响力[5]。同时，电商平台也为实体经济提供了数字化转型的契机和平台支持。在产业链层面，电商平台需要与供应商、物流商、支付机构等合作伙伴实现协同合作，通过信息共享、资源整合等方式，提升整个产业链的运营效率和竞争力。

第五，电子商务高质量发展需要具备国际化视野。通过跨境电商平台，电商平台能够跨越地域限制，实现商品的跨国交易和流通。这不仅为企业提供了更多的市场机会和增长动力，也提升了电商平台的国际影响力。在国际化发展过程中，电商平台需要积极寻求与国际合作伙伴的合作机会，通过共同开发市场、共享资源等方式，实现互利共赢和共同发展。

第六，电子商务高质量发展需要高效便捷的物流服务和智能化服务。在物流方面，电商平台通过引入先进的物流技术和设备、优化配送网络等方式，缩短配送时间、提高配送准确率。同时，电商平台也鼓励消费者选择自提点等便捷的收货方式，以提升物流服务的便捷性和灵活性。在智能化服务方面，电商平台通过引入人工智能技术提供智能化的服务[6]，例如通过智能客服系统解答消费者问题、提供个性化的购物建议等。

第七，电子商务高质量发展需要规范有序的市场环境。政府应加强对电商平台的监管力度，制定和完善相关法律法规和政策措施。同时，电商平台也应自觉遵守法律法规和行业标准，维护市场秩序和公平竞争。在规范有序的发展过程中，电商平台需要加强行业自律和诚信体系建设，通过建立健全的信用评价机制、加强信息披露和透明度等方式，提升电商平台的整体信誉度和竞争力。

3. 新质生产力赋能电子商务高质量发展的影响机制

3.1. 技术创新与电子商务模式创新

在电子商务模式创新中，大数据和云计算扮演着至关重要的角色。大数据技术的应用，使得电商平

台能够深入挖掘和分析用户的购物习惯、偏好以及行为模式，从而为用户提供更加个性化的商品推荐和精准的营销策略[7]。这种基于数据的个性化服务，不仅提升了用户的购物体验，也显著提高了购买转化率。同时，大数据在预测市场需求、优化库存管理和降低运营成本方面也发挥着重要作用。通过对历史销售数据的分析，电商平台可以更加准确地预测未来的销售趋势，从而制定更加合理的采购和库存计划，避免库存积压或缺货的情况。云计算则为电商平台提供了强大的计算和存储能力，使其能够应对大规模用户访问和数据处理的需求。云计算的弹性扩展特性，使得电商平台可以根据业务量的变化动态调整计算资源，既保证了服务的稳定性，又降低了 IT 投入成本。此外，云计算还支持多租户、跨地域访问和共享功能，为电商平台的全球化运营提供了有力支持。通过云计算，电商平台可以更加高效地管理用户数据、商品信息和交易记录，提高运营效率和服务质量。

人工智能技术的引入，进一步推动了电子商务模式的创新。智能客服系统利用自然语言处理技术，可以为用户提供 24 小时不间断的在线服务，解答疑问，处理投诉，大大提高了客户服务效率[8]。同时，智能推荐系统基于深度学习和机器学习算法，能够更加精准地预测用户需求和偏好，为用户提供个性化的购物体验。这种智能化的推荐服务，不仅提高了用户的购物满意度，也增加了电商平台的销售额。在物流和配送方面，人工智能技术的应用也取得了显著成效。通过优化物流路径规划、提高配送效率，人工智能降低了运输成本，缩短了配送时间。此外，人工智能还可以对库存进行智能管理，预测库存需求，避免库存积压或缺货的情况。这些智能化的管理措施，不仅提高了电商平台的运营效率，也降低了运营成本，为电子商务的高质量发展提供了有力支持。

3.2. 智能制造与供应链优化

智能制造是信息技术与制造业深度融合的产物，在电子商务领域发挥着越来越重要的作用。通过智能技术、信息技术和自动化技术，智能制造不仅提升了生产效率，还使得电子商务企业能够更加高效地进行生产管理。例如，智能感知与决策技术通过物联网、传感器等设备实时收集生产、物流等环节的数据，为企业的智能决策提供了有力支持。同时，自动化生产线的引入和机器人技术的应用，极大地减少了人工干预，提高了生产效率和产品质量。此外，智能仓储与物流系统的建立，通过智能分拣、智能配送等功能，实现了货物的快速、准确分拣和配送，进一步降低了物流成本，提高了物流效率。这些应用不仅提升了企业的竞争力，还为消费者提供了更加便捷、高效的购物体验[9]。

智能制造对供应链管理的优化作用显著，主要体现在提高生产效率、优化生产计划、降低成本和改善产品质量等方面。通过实时监控生产过程和产品质量，智能制造技术能够及时发现并解决潜在问题，从而避免生产过剩或缺货的情况，提高供应链的响应速度和灵活性。此外，智能制造还通过数字化建模与自动化控制、实时数据分析与预测、智能调度与协同以及模块化生产与按需定制等方式，进一步提升了电子商务企业的生产效率和响应速度。这些技术的应用使得企业能够快速调整生产计划，优化资源配置，以满足不断变化的市场需求。同时，模块化生产和按需定制的能力也使得企业能够更好地满足消费者的个性化需求，提高客户满意度和忠诚度。因此，智能制造在电子商务领域的应用将对企业的供应链管理产生深远影响，推动电子商务行业向更高水平发展。

3.3. 品牌建设与市场营销创新

在电子商务领域，新质生产力正成为电子商务企业打造独特品牌的重要助力。大数据、人工智能、云计算等前沿技术不仅帮助企业深入挖掘消费者需求，实现精准营销，还通过创新的设计理念和个性化的用户体验，塑造出具有差异化竞争优势的品牌形象。例如，大数据分析能够揭示消费者的购买偏好和行为模式，为企业制定针对性的营销策略提供科学依据。人工智能技术则通过智能推荐、智能客服等功

能,提升用户体验,增强用户对品牌的认知和忠诚度。同时,云计算技术为电子商务企业提供了高效、灵活的基础设施,支持企业快速响应市场变化,持续创新品牌内容,从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

品牌建设对于提升电子商务企业的市场营销效果和增强用户黏性具有至关重要的作用。一个具有独特魅力和深厚文化底蕴的品牌,能够吸引更多潜在消费者的关注,激发消费者的购买欲望,从而提高市场营销的转化率和复购率。此外,品牌建设还能够通过塑造积极的品牌形象和口碑,增强消费者对品牌的信任和依赖[10],进而提高用户的忠诚度和黏性。一个成功的品牌不仅能够为消费者提供高质量的产品和服务,还能够传递企业的价值观和社会责任感,与消费者建立情感上的联系,形成稳定的客户群体。因此,电子商务企业应注重品牌建设,通过不断创新和优化品牌内容,提升品牌的知名度和美誉度,从而在激烈的市场竞争中立于不败之地。

3.4. 绿色发展与可持续发展

随着全球环境问题的日益严峻,绿色生产和环保理念在电子商务领域的重要性日益凸显。电子商务企业作为连接生产与消费的重要桥梁,其运营模式和供应链管理直接关系到资源利用效率和环境污染程度。因此,倡导绿色生产,实践环保理念,不仅是电子商务企业履行社会责任的体现,也是提升企业品牌形象、增强市场竞争力的重要途径[11]。通过采用环保材料、优化包装设计、推广二手商品交易等措施,电子商务企业可以减少资源消耗和废弃物排放,降低对环境的影响。同时,绿色生产和环保理念还能够引导消费者形成绿色消费习惯,推动整个社会向更加可持续的发展模式转变。

新质生产力为电子商务企业实现绿色发展和可持续发展提供了有力支撑。大数据分析能够精准预测市场需求,帮助企业优化库存管理,减少过度生产和库存积压,从而降低资源浪费。人工智能技术通过智能调度和优化算法,实现物流运输的节能减排,提高能源利用效率。物联网技术则通过实时监测和控制生产过程中的能源消耗和废弃物排放,推动生产流程的绿色化改造。此外,新质生产力还能够促进电子商务企业与供应链上下游企业的协同合作,共同推动绿色供应链的建设,实现整个产业链的可持续发展。因此,电子商务企业应积极拥抱新质生产力,将其应用于绿色生产和环保实践中,为构建更加绿色、可持续的电子商务生态贡献力量。

4. 新质生产力赋能电子商务高质量发展面临的挑战

4.1. 技术革新带来的多重挑战

第一,技术更新速度快的挑战尤为显著。电子商务行业作为技术密集型领域的代表,其技术的更新换代速度极快。大数据、人工智能、云计算等前沿技术的持续演进,不仅推动了行业的创新发展,也加剧了技术竞争的激烈程度。企业为了保持技术竞争力,必须不断投入资源进行技术研发和升级。然而,这种快速的技术迭代往往伴随着高昂的成本和不确定的风险。若企业无法及时跟上技术更新的步伐,极易陷入技术落后、市场竞争力削弱的困境。

第二,技术融合难度大的挑战也不容忽视。在电子商务企业中,新质生产力的应用往往涉及多个技术领域的交叉与融合。这种跨领域的技术整合不仅要求企业具备深厚的技术积累,还需要跨领域的合作与创新精神。大数据分析、人工智能、物联网与云计算等技术的结合应用,旨在实现更高效的数据处理、市场预测和消费者洞察。然而,这些技术的融合并非易事,需要企业在技术理解、创新实践以及跨领域合作方面付出巨大努力。技术融合的难度,成为了制约电子商务企业技术创新与业务拓展的关键因素之一。

第三,技术安全与隐私保护的挑战日益严峻。随着新质生产力的广泛应用,电子商务企业面临的技术安全与隐私保护问题愈发突出。网络攻击、数据泄露等安全事件频发,不仅威胁着企业的信息安全,

还可能对消费者信任造成致命打击。同时，个人隐私保护也成为企业不可忽视的重要议题。如何在保障个人隐私权益的同时，实现数据的合理利用与共享，成为电子商务企业在新质生产力应用中必须面对的道德和法律挑战。如何在技术创新的同时，构建有效的安全机制，保护消费者隐私，成为企业亟需解决的关键问题。

4.2. 市场竞争中的创新与精准营销难题

第一，持续创新压力。在电子商务领域，持续创新是企业保持竞争力的关键。然而，这也带来了巨大的挑战。企业需要不断在产品、服务和商业模式上进行创新，以应对消费者日益多样化和个性化的需求。产品创新要求企业不断研发新技术、新材料，提升产品质量和性能；服务创新则要求企业优化用户体验，提供更为便捷、高效的服务；商业模式创新则需要企业探索新的盈利模式和业务增长点。这些创新不仅需要大量的研发投入，还需要企业具备敏锐的市场洞察力和快速响应市场变化的能力。

第二，精准营销难度。精准营销是电子商务企业提升市场份额和品牌影响力的重要手段。然而，随着市场竞争的加剧和消费者需求的多样化，精准营销的难度也在不断增加。企业需要借助大数据分析和人工智能技术，对消费者进行精准画像，实现个性化推荐。然而，这要求企业具备强大的数据处理能力和算法优化能力，同时还需要遵守相关的数据隐私和法律法规要求，确保数据的合法性和安全性。

第三，供应链管理与品牌建设挑战。优化供应链管理和强化品牌建设也是电子商务企业面临的重要挑战。企业需要实时监控和优化供应链管理，降低运营成本，提高库存周转率。然而，这要求企业具备高效的物流体系、先进的仓储管理系统和强大的数据分析能力。同时，品牌建设也是企业保持竞争优势的重要途径。企业需要塑造独特的品牌形象，传递企业价值观和文化理念，与消费者建立情感联系，提高品牌忠诚度和美誉度[12]。然而，品牌建设需要长期的投入和持续的努力，还需要企业具备强大的品牌策划和执行能力。

4.3. 政策法规环境下的合规与保护困境

第一，数据隐私保护的法律约束。随着全球范围内数据保护法律的日益严格，电子商务企业在处理用户数据时面临巨大的法律压力。这些法律要求企业在收集、存储、使用和传输用户数据时，必须确保数据的合法、正当和透明。这不仅增加了企业的合规成本，还要求企业具备高度的数据安全和隐私保护能力。一旦数据泄露或隐私被侵犯，企业可能面临严重的法律后果和声誉损失。

第二，知识产权保护的复杂性。电子商务平台上知识产权侵权行为频发，严重损害了知识产权人的合法权益，也扰乱了市场秩序。企业在运用新质生产力时，必须加强对知识产权的保护，防止盗版、假冒和剽窃等行为的发生。然而，由于知识产权法律制度的差异和跨境电子商务的复杂性，企业在保护自身知识产权方面面临诸多困难。这包括不同国家和地区的知识产权保护标准不一、跨境执法难度大等问题。

第三，电子商务法规滞后与监管机制不完善。随着电子商务行业的快速发展，一些新兴的技术和商业模式可能尚未被现有的法规所涵盖，导致企业在运营过程中面临法律空白和不确定性。这种法规滞后性可能使得一些企业利用法规漏洞进行不正当竞争或违法行为，从而损害市场秩序和消费者权益。同时，电子商务行业的监管机制尚不完善，存在监管空白和漏洞，这进一步增加了企业的经营风险和合规难度。

4.4. 人才与文化适应的双重挑战

随着大数据、人工智能、物联网等新质生产力在电子商务领域的广泛应用，企业面临的人才短缺问题日益凸显。这些新兴技术不仅需要具备深厚技术功底的专业人才，如数据科学家、人工智能工程师等，

还需要能够将技术与业务深度结合的复合型人才。然而，当前市场上这类高端技术人才稀缺，导致企业在招募和留住这些关键人才方面面临巨大挑战。人才短缺不仅影响企业的技术创新和业务拓展能力，还可能制约企业的整体竞争力和市场地位。

新质生产力的引入对电子商务企业的传统企业文化构成了冲击。传统电子商务企业往往注重快速响应市场、强调团队协作和结果导向等文化特质。然而，随着大数据、人工智能等技术的广泛应用，企业开始更加注重数据驱动决策、持续创新和用户体验等新的文化理念。这种文化转变可能导致企业内部出现文化冲突，尤其是对于那些习惯了传统工作方式和思维模式的员工来说，他们可能难以适应新的企业文化。这种文化冲突不仅影响员工的工作积极性和团队协作效率，还可能阻碍企业的技术创新和业务发展。

5. 新质生产力赋能电子商务高质量发展挑战的应对策略

5.1. 技术领先与保护策略

加强技术研发，提升核心竞争力成为首要任务。企业应增加对技术研发的投入，建立专业的研发团队，或与科研机构携手合作，共同探索前沿技术。这支团队将紧跟行业技术趋势，确保企业技术始终保持领先地位。同时，企业还需加强知识产权保护，通过申请专利、注册商标等手段，为核心技术筑起法律屏障，有效防止被竞争对手模仿或侵权。

引进先进技术，加速技术创新也是企业应对技术挑战的关键一环。企业应密切关注国内外电子商务技术的最新发展，积极引进大数据分析、人工智能算法、物联网技术等先进技术，并快速消化吸收。在此基础上，企业应勇于创新，将引进的技术与自身业务深度融合，形成具有自主知识产权的新技术，从而推动企业业务模式创新，提升运营效率和用户体验，进一步巩固市场地位。

培养与引进技术人才，强化创新力量是企业技术创新不可或缺的一环。企业应通过内部培训、外部招聘和校企合作等多种途径，培养和引进具有创新思维和实践能力的技术人才。内部培训体系应不断完善，为技术人员提供持续的学习和发展机会；外部招聘则应注重吸引具有丰富经验和创新能力的人才加入企业；校企合作则有助于企业提前储备优秀人才，同时了解高校的人才培养体系，为双方合作搭建桥梁。通过这些措施，企业将拥有一支高素质的技术人才队伍，为技术创新提供源源不断的人才支持，推动企业在电子商务领域不断前行。

5.2. 市场精准定位与服务优化

加强市场调研，精准把握市场需求成为企业应对市场竞争的首要步骤。企业应通过问卷调查、数据分析、消费者访谈等多种方式，深入了解目标市场的消费者需求、购买习惯及偏好变化[13]。同时，密切关注竞争对手的动态，分析其行为模式和市场份额，以便及时调整市场策略，确保企业产品与服务始终贴近市场需求。

优化产品组合，提升市场竞争力是企业应对市场竞争的重要策略。基于市场调研的结果，企业应不断调整和优化产品组合，确保产品线既能覆盖广泛的市场需求，又能突出特色，形成差异化竞争优势。此外，企业应注重产品的创新与升级，通过引入新技术、新材料或新功能，提升产品的附加值，满足消费者日益增长的个性化需求。同时，加强供应链管理，确保产品质量稳定可靠，提高客户满意度和忠诚度。

提升服务质量，增强客户体验是企业赢得市场竞争的关键。企业应建立完善的客户服务体系，包括售前咨询、售中指导、售后保障等各个环节，确保客户在购买过程中得到及时、专业、贴心的服务。通过

加强员工培训，提升服务人员的专业素养和服务意识，确保客户在每一次交易中都能获得满意的体验。此外，企业还应积极收集客户反馈，持续优化服务流程和服务质量，以不断提升客户满意度和口碑，为企业的长期发展奠定坚实的基础。

5.3. 政策与法规适应性策略

首先，加强政策研究，把握政策走向。企业应设立专门的政策研究团队，持续跟踪国家和地方电子商务相关政策、法规的动态。通过深入研究政策内容，分析其对企业运营的具体影响，企业可以及时调整经营策略，确保合规经营。同时，政策研究团队还应关注政策走向，预测未来可能的变化，为企业制定长期发展规划提供决策支持。

其次，积极参与法规制定，争取行业利益。企业应积极通过行业协会、商会等渠道，参与电子商务相关法规的制定和修订过程。通过与政府部门的沟通与合作，企业可以表达自身诉求，争取有利于行业和企业发展的政策环境。这不仅有助于提升企业的行业地位，还能为行业健康发展贡献力量。

最后，加强合规管理，确保稳健经营。合规管理是企业应对政策与法规挑战的基础。企业应建立健全合规管理体系，明确合规标准和流程，加强内部合规培训和监督^[14]。通过加强合规管理，企业可以确保自身运营活动符合法律法规要求，降低合规风险。同时，企业还应定期审查合规管理情况，及时发现和纠正违规行为，确保稳健经营。

5.4. 人才培养与文化创新

首先，加强人才培养，构建高素质团队。企业应注重人才培养，通过内部培训、外部引进、校企合作等多种方式，构建一支高素质、专业化的团队。内部培训应涵盖专业技能、团队协作、创新思维等多个方面，提升员工的综合素质和业务能力。同时，企业应积极引进具有丰富经验和创新思维的人才，为团队注入新鲜血液。此外，通过校企合作，企业可以提前储备优秀人才，为未来发展奠定人才基础。

其次，塑造创新文化，激发团队活力。创新是企业持续发展的关键驱动力。企业应塑造一种鼓励创新、容忍失败的文化氛围，激发员工的创新精神和创造力。通过设立创新基金、举办创新大赛等方式，企业可以鼓励员工积极参与创新活动，提出新想法、新方案。同时，企业应建立容错机制，允许员工在创新过程中犯错，从而保护员工的创新积极性。这种创新文化将有助于企业保持竞争优势，不断开拓新的业务领域。

最后，团队协作是企业实现目标的重要保障。企业应强化团队协作，通过明确职责分工、优化沟通机制、加强团队建设等方式，提升组织效能。通过定期举办团建活动、分享会等，企业可以增强团队凝聚力，促进员工之间的交流与合作。同时，企业应建立有效的激励机制，激发员工的积极性和创造力，共同推动企业发展。

6. 结语

本研究揭示了新质生产力对电子商务高质量发展的深刻影响。新质生产力，特别是大数据与人工智能技术，显著提升了电子商务的运营效率、用户体验和市场竞争力。然而，企业在享受技术红利的同时，也面临着多重挑战。应对策略包括技术方面、市场方面、政策与法规方面、人才与文化方面，这些措施凸显了新质生产力在推动电子商务迈向高质量发展阶段的不可或缺性。

新质生产力未来将持续引领电子商务领域的创新潮流。随着技术的不断演进，电子商务将更加智能化、个性化和全球化。为进一步深化研究，建议聚焦于新质生产力与电子商务融合的新模式、新场景，以及如何通过技术创新和政策引导，有效应对新兴挑战，促进电子商务行业的健康可持续发展。

参考文献

- [1] 田天雨. “互联网+”环境下电子商务与工商管理的发展分析[J]. 中文科技期刊数据库(全文版)经济管理, 2023(5): 101-104.
- [2] 刘衍峰. 数字经济背景下新质生产力的内涵特征、核心要素与实践培育[J]. 社科纵横, 2025, 40(1): 60-70.
- [3] 郭明英, 曹麦, 黄煌, 何强. 新质生产力内涵特征与发展路径研究[J]. 调研世界, 2024(11): 27-35.
- [4] 王银. 生态系统视角下陕西省电商物流绿色发展策略[J]. 中国储运, 2022(7): 170-171.
- [5] 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.
- [6] 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.
- [7] 周聪. 基于大数据分析的直播电商模式创新路径探索[J]. 中国宽带, 2023, 19(1): 179-181.
- [8] 李思玮. 面向全域智能的金融科技对金融机构数字化转型的影响与应对策略[J]. 海峡科技与产业, 2023, 36(7): 1-3+10.
- [9] 王敏. 企业市场营销管理的创新策略[J]. 葡萄酒, 2023(6): 108-110.
- [10] 李晓涵. 服装电商平台的品牌形象与宣传策略研究[J]. 纺织报告, 2023, 42(6): 27-29.
- [11] 方志国. 我国企业社会责任履行机制的构建探讨[J]. 决策探索, 2020(10): 35-37.
- [12] 杜立广. 品牌定位在市场营销战略管理中的重要性研究[J]. 老字号品牌营销, 2024(10): 3-5.
- [13] 李姣. 全球化背景下 IT 企业跨国业务拓展的商务模式分析[J]. 中文科技期刊数据库(全文版)经济管理, 2023(8): 9-12.
- [14] 黄亮洲. 合规管理融入企业管理体系的思考[J]. 中文科技期刊数据库(全文版)经济管理, 2023(7): 52-55.