

新时代电商高质量发展的现状分析及路径对策

刘亦尤

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年7月23日; 录用日期: 2025年8月5日; 发布日期: 2025年9月1日

摘要

随着中国特色社会主义进入新时代, 电商高质量发展成为摆在各大电商平台面前的重要挑战。新时代电商的高质量发展具有数字化、智能化、绿色化和国际化的特征。新时代电商不可否认的是仍存在问题与挑战, 存在差异化不足, 运营能力有待提高、“大数据杀熟”屡禁不止、个人隐私信息泄露问题突出、跨境电商潜能未能得到充分挖掘等问题。为了解决上述不足, 需要做到提升运营能力, 推动行业升级、夯实数据基础, 优化服务品质、完善相关政策, 加强行业监管、推进跨境电商, 拓展增长空间等。

关键词

新时代, 电商, 高质量发展

Analysis on the Current Situation and Path Countermeasures of High-Quality Development of E-Commerce in the New Era

Yiyou Liu

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jul. 23rd, 2025; accepted: Aug. 5th, 2025; published: Sep. 1st, 2025

Abstract

As socialism with Chinese characteristics enters a new era, the high-quality development of e-commerce has become a significant challenge for major e-commerce platforms. The high-quality development of e-commerce in the new era features digitalization, intellectualization, greenization and internationalization. It is undeniable that e-commerce in the new era still has problems and challenges, including insufficient differentiation, need for improvement in operational capabilities, repeated occurrence of “big data price discrimination against regular customers”, prominent issues

文章引用: 刘亦尤. 新时代电商高质量发展的现状分析及路径对策[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 172-177.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1492899

of personal privacy information leakage, and inadequate exploitation of the potential of cross-border e-commerce. To address these deficiencies, it is necessary to enhance operational capabilities to promote industrial upgrading, consolidate data foundations to optimize service quality, improve relevant policies to strengthen industry supervision, and advance cross-border e-commerce to expand growth space.

Keywords

New-Era, E-Commerce, High-Quality Development

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

新时代以来,随着中国特色社会主义进入新时代,网络经济越发成为经济发展的重要驱动力。电子商务作为一种新型的商业运营模式,在全球范围内迅速崛起并呈现出蓬勃发展的态势。但同时也存在着同质化严重、消费潜力挖掘不够,运营能力欠缺等问题。新时代背景下,研究电商高质量发展有着十分重要的理论和现实意义。

通过综合梳理相关文献,众多文献围绕电商发展展开研究。早期聚焦电商现状、趋势与对策,如分析环境条件变化、瓶颈问题等[1][2]。近年则结合新发展格局,探讨电商转型、可持续发展路径。其中农村电商、跨境电商是热点,分别关注其治理机制、动力机制及发展困境与解决途径等方面[3]-[5]。本文从现实出发,对新时代背景下的电商发展的特点、现状和提升路径做进一步分析。

2. 新时代电商高质量发展的现实特点

在数字经济快速发展的当下,电商作为连接生产与消费的关键纽带,正经历着深刻变革。电商高质量发展过程中形成的数字化、智能化、绿色化、国际化发展已成为电商高质量发展的重要特征,为剖析电商发展新逻辑、探寻经济增长新路径锚定了关键切入点。

2.1. 数字化

电商作为一种以网络为媒介的经济增长方式,数字化是其必须具备的一个特点。一是商品信息数字化。在电商平台中,商家可以将商品信息等内容,以数字化的形式展现给消费者。二是交易流程数字化。消费者从下单到收到商品都通过数字系统处理。三是供应链管理数字化。电商企业可以使用信息系统,实时管理库存等内容,物流企业也可实时与电商企业进行对接,对物流配送过程实时监督与管理。数字化特征成为了新时代电商高质量发展的基本特征之一。

2.2. 智能化

智能化也是电商高质量发展的一个重要特征。一是电商可以做到智能选品,智能推荐。电商平台能够借助海量的用户数据,进行深度学习,依据不同用户的行为模式等,为用户提供不同种类的推送,实现精准推送,实现“千人千面”的精准营销。二是电商可以实行智能仓储和物流。电商在仓库中可以使用智能化设备,利用智能算法规划最优配送路线,提高配送时效,减轻成本。三是智能客服与售后。通过智能客服与售后管理系统的使用,可以实现24小时售后处理,从智能机器人主动理解用户提问,并给

出相应答案,并进行售后数据分析,从而及时提醒相关人员处理,确保售后问题得到高效解决,提升用户满意度。四是智能营销与运营。电商企业借助人工智能技术,充分分析抓取用户的兴趣点,充分对竞争对手、市场趋势等进行分析,为企业制定出更好的经营方案。

2.3. 绿色化

电商行业的绿色化发展也是其重要的特征之一。一是供应链环节绿色化。电商平台通过对绿色产品的宣传,能提高消费者的绿色消费意愿,倒逼农户等生产者采取绿色生产行为。部分电商通过采用海运和铁路等相对环保的方式,降低碳排放,实现绿色发展。同时,部分电商也通过减少包装从而降低成本,更好保护环境。二是相关政策的要求。新时代以来,我国制定了《电子商务法》,规定:“国务院和县级以上地方人民政府及其有关部门应当采取措施,支持、推动绿色包装、仓储、运输,促进电子商务绿色发展。”[6]从法律层面对电商企业绿色发展做出了法律依据。

2.4. 国际化

随着“一带一路”的深入发展,电子商务逐渐呈现出国际化特征,这一特征有助于其突破传统贸易的时空限制。其一,电子商务能够实现支付与物流的全球化支持。电商平台可借助互联网连接全球各地,无论消费者身处何地,只要接入互联网,就能浏览并购买其他国家的商品,这构成了电商国际化发展的重要条件。其二,电子商务的信息传播具有无国界性。电商所依托的互联网,其信息传播不受国界约束,商家能够通过平台向全球用户展示商品信息和营销活动内容。其三,市场需求具有全球性。不同国家和地区的消费者需求丰富多样,电商平台能够很好地满足全球市场的需求,来自不同国家的商品可通过电商在全球范围内销售。这些因素共同作用,使电子商务天然具备国际化特征,成为连接全球市场的重要纽带。

3. 新时代电商高质量发展的现状审视

据国家统计局数据:“2024年,全国网上零售额155,225亿元,比上年增长7.2%。其中,实物商品网上零售额130,816亿元,增长6.5%,占社会消费品零售总额的比重为26.8%;在实物商品网上零售额中,吃类、穿类、用类商品分别增长16.0%、1.5%、6.3%[7]。2023年,有电子商务的企业达到了203,411家[8],电商规模正在逐年扩大。尽管电商平台目前正处于高速发展期,但其中仍然存在有一些不足,概括来讲,包括电商平台自身、消费者维权难、隐私泄露等一系列突出问题。

3.1. 差异化不足,运营能力有待提高

当前电商行业的同质化困局与精细化运营短板,根源在于多重因素的交织作用。早期流量红利期“低成本复制”模式形成路径依赖,资本对短期回报的追逐,使得平台更愿选择低风险的同质化竞争,而非高投入的差异化探索,导致业务模式、商品与服务高度重叠。同时,技术应用浮于表面,用户画像仅停留在数据堆砌,难以解析消费心理;组织架构僵化形成“部门墙”,数字化工具实效受限,加剧了需求洞察不足与运营低效。更关键的是,同质化迫使平台陷入价格战,压缩技术与服务投入,进一步削弱精细化运营能力,而运营短板又阻碍差异化实现,形成恶性循环,制约市场潜力释放。

3.2. “大数据杀熟”屡禁不止

“大数据杀熟”是指“大数据杀熟是指商家运用大数据收集消费者的信息,分析其偏好、消费习惯、收入水平等个人信息,将同一商品或服务以不同价格卖给不同支付意愿的消费者,从而获取更多消费者剩余的价格歧视行为。”[9]近些年来,尽管相关部门已经采取了多种措施制止该行为,但仍屡禁不止。

这种行为不仅打破了市场公平竞争的底层逻辑，让消费者在信息不对称中遭受隐性剥削，更严重透支了消费者对电商平台的信任。当“熟客”反而面临更高定价时，公平交易的根基被动摇，消费者的知情权与选择权受到直接侵害，长此以往既挫伤消费意愿，也对电商行业的诚信形象与可持续发展造成难以修复的负面影响。

3.3. 个人隐私信息泄露问题突出

在电商业务的全流程中，平台与商家积累了海量用户个人信息，涵盖姓名、手机号、家庭住址等核心隐私数据，甚至包括消费记录、支付习惯等敏感信息。这些数据一旦发生泄露，可能引发电信诈骗、身份盗用等严重后果，对消费者权益构成重大威胁。然而现实中，部分企业的信息安全意识仍显薄弱，既未建立完善的数据加密机制，也缺乏常态化的安全漏洞排查，导致用户隐私在技术防护的漏洞中频繁泄露。信息泄露直接转化为对消费者生活的侵扰：垃圾短信持续轰炸、骚扰电话昼夜不断，甚至出现精准诈骗等恶性事件，不仅打乱正常生活节奏，更让消费者对该平台的信任度大幅下滑，成为制约行业健康发展的隐忧。

3.4. 跨境电商潜能未能得到充分挖掘

随着“一带一路”政策和“对外开放”的战略的进一步落实，我国跨境电商也正日益突起，成为推动经济发展的重要力量，越来越多的国家用上了“中国造”。但在其发展过程中，其蕴含的巨大潜能仍未被充分发掘。一方面，跨境电商面临着复杂的文化、经济和国际政治环境，同时不同的国家间还存在有不同的政策法规，对跨境电商的发展造成了一定的运营风险和成本。另一方面，由于跨境商品运输的距离较长，在运输和售后等环节中存在运输时间长、运输成本高，售后服务难以保障等，以此也制约着跨境电商的发展。

4. 新时代电商高质量发展的路径对策

新时代电商要想实现高质量发展，必须要充分认识到目前行业发展中存在的问题与不足，同时也需要社会各方携手共同解决。既需要各大电商平台结合自身实际情况，把好数据关，留住消费者，同时也需要政府及相关部门做好监管工作，这样方可推进新时代电商的高质量发展。

4.1. 提升运营能力，推动行业升级

随着消费升级，消费者观念深刻转变，对商品品质与性价比的要求日益凸显，单纯低价策略已难满足多元化需求。在此背景下，电商平台及商家需强化市场调研，精准捕捉消费者在产品功能、服务体验等方面的潜在诉求，提供更个性化、差异化的商品及配套服务，以匹配消费升级趋势。平台应打造契合自身定位的特色品牌，通过优化供应链、提升品控能力、创新服务模式等构建核心竞争力，既从容应对市场波动与需求变化，又推动行业高质量可持续升级。同时，需加大技术研发投入，利用自主研发或与科研机构合作，提高人工智能、大数据分析等前沿技术的应用，优化智能推荐与精准营销；还要加强人才培育，通过技能培训优化从业者知识结构，完善电商人才队伍。总之，“各级人才培养主体应遵循系统观、生态观与全局观的理论逻辑，以打造‘新农村－新农商－新农人’为总体目标，从体系、模式、平台、思维四个方面入手，主动适应产业链和人才供需链的新常态”^[10]，从而推进电商行业的运营水平的提高。

4.2. 夯实数据基础，优化服务品质

优质服务是电商平台赢得用户信任的根基，而数据则是驱动商业活动高效运转的核心要素。在新时

代电商高质量发展的进程中，二者的协同发力尤为关键。一方面，平台需强化对数据的深度挖掘与价值转化，通过构建全链路数据采集体系，对用户浏览轨迹、购买记录、评价反馈等信息进行系统化整理与智能化分析，精准勾勒消费者个体的兴趣图谱与偏好特征，从而实现商品推荐、服务供给的个性化匹配，既满足多元消费需求，也为消费升级注入持续动力。另一方面，服务品质的优化升级同样不可或缺。平台应着力提升服务团队的专业素养与响应效率，通过建立即时沟通机制、简化售后流程等方式，增强与消费者的互动黏性；更需将消费者权益保护贯穿全流程，从商品质量溯源到维权渠道畅通，构建完善的权益保障体系，让优质服务成为数据应用的最终落点，推动电商生态向更高质量发展。

4.3. 完善相关政策，加强行业监管

对于目前电商行业中突出存在的诸如数据泄露等问题，需要政府和相关部门做好政策完善和行业监管工作。一方面，政府和相关部门需要完善相关政策。当前我国对于电商的经营环节的相关法律法规政策仍然较少，难以满足现有的状况。因此，需要政府部门结合实际情况制定出新的法律法规，“让商家知法守法，促进消费者使用法律武器保护自己的权益。”^[11]另一方面，则需要加强行业监管。目前的监管大多是处于低层次的监管，必须充分发挥相关人才的作用，实现智慧监管和事前监管，保护好最广大消费者的根本利益。

4.4. 推进跨境电商，拓展增长空间

跨境电商作为我国经济新的增长点，更应加大支持力度，扩展其生存空间。一方面，政府要持续优化跨境电商的政策需求，简化跨境贸易的手续，降低跨境贸易的成本。另一方面，要强化跨境电商的金融支持力度，搭建起数字电商金融服务网络，确保支付安全，同时也要积极鼓励中国企业走出去，不断树立品牌形象，以高质量的国货品牌提高客户的忠诚度和依赖度，让品牌发挥关键作用。跨境电商的发展前途光明，更需要电商平台抓住机遇，实现自身的突破，从而培育自己新的生存空间。

5. 结语

新时代电商的高质量发展，既是顺应数字经济浪潮的必然选择，也是满足人民美好生活需要的重要路径。尽管当前行业仍面临差异化不足、运营粗放、消费者权益保障薄弱等多重挑战，但这些问题恰恰指明了升级方向。唯有以消费需求为导向，以政策监管为保障，以场景创新为动力，以数据服务为支撑，同时积极拓展跨境空间，才能推动电商行业突破发展瓶颈，实现从规模扩张向质量提升的转型。未来，随着各方协同发力，电商生态将更趋完善，不仅能释放更大消费潜力，更能在数字化、智能化、绿色化、国际化的进程中，为中国经济高质量发展注入持久动能。

参考文献

- [1] 李琪. 中国电子商务现状、趋势与对策研究[J]. 当代经济科学, 2000(6): 21-24.
- [2] 金福俊. 我国电子商务的现状与发展对策[J]. 商场现代化, 2007(4): 90.
- [3] 马玉杰. 我国电商产业集群发展存在的问题及解决途径[J]. 商业经济研究, 2024(8): 178-180.
- [4] 徐娜. 新发展格局下促进我国电商可持续发展路径分析[J]. 商业经济研究, 2024(7): 113-115.
- [5] 金恩焘, 王瑞军, 郑克强. 新时代农村电商治理机制、模式与路径[J]. 农业经济, 2019(6): 129-131.
- [6] 中国人大网. 中华人民共和国电子商务法(2018年8月31日第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过)[EB/OL]. http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/lfzt/rlyw/2018-08/31/content_2060827.htm, 2025-07-01.
- [7] 国家统计局. 2024年12月份社会消费品零售总额增长3.7%[EB/OL]. https://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202501/t20250117_1958327.html, 2025-07-01.
- [8] 国家统计局数据[EB/OL]. <https://data.stats.gov.cn/search.htm>, 2025-07-01.

-
- [9] 何佳, 高彧, 孟涓涓, 等. 个人信息披露决策: 强制收集与挤入效应[J]. 经济研究, 2022, 57(5): 158-175.
- [10] 徐思凡. 从“助力”到“赋能”: 新媒体时代农村电商人才培育策略研究[J]. 农业经济, 2024(10): 140-142.
- [11] 王艳艳. 直播电商政府监管问题及对策探究[J]. 现代营销, 2025(15): 73-75.