

新质生产力视角下人工智能驱动直播电商发展的路径研究

安 琪

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年11月9日; 录用日期: 2025年11月24日; 发布日期: 2025年12月17日

摘 要

新质生产力作为驱动经济增长的新动能, 正深刻重塑数字经济的发展路径。直播电商作为数字经济的重要形态, 在经历高速增长后, 面临同质化竞争加剧、用户体验待提升、运营效率遭遇瓶颈等挑战。人工智能作为新质生产力的核心引擎, 正从数据智能、运营赋能与价值链重构等方面推动直播电商的转型升级。本文基于新质生产力的理论框架, 深入探讨了当今人工智能正在重塑直播电商行业, 分析了其在数据智能决策、全链路运营赋能与价值链重构等方面的关键作用。同时, 如今人工智能在应用过程中面临着技术可靠性、算法公平性和数据安全等挑战。为此, 可以通过加强技术可控性、构建向善的算法机制以及创新人机协同的培养模式, 推动直播电商实现更高效能、更高质量与更可持续的发展。

关键词

新质生产力, 人工智能, 直播电商

Research on the Pathways of AI Driving the Development of Live-Streaming E-Commerce from the Perspective of New Quality Productive Forces

Qi An

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: November 9, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 17, 2025

Abstract

As a new driver of economic growth, new quality productive forces are profoundly reshaping the

文章引用: 安琪. 新质生产力视角下人工智能驱动直播电商发展的路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 2903-2908. DOI: 10.12677/eci.2025.14124192

development trajectory of the digital economy. Live-streaming e-commerce, a vital form of the digital economy, faces challenges such as intensified homogenized competition, the need for enhanced user experience, and bottlenecks in operational efficiency following its period of rapid growth. As the core engine of new quality productive forces, artificial intelligence (AI) is driving the transformation and upgrading of live-streaming e-commerce through data intelligence, operational empowerment, and value chain restructuring. Based on the theoretical framework of new quality productive forces, this paper delves into how AI is currently reshaping the live-streaming e-commerce industry, analyzing its key roles in data-intelligent decision-making, end-to-end operational empowerment, and value chain restructuring. Simultaneously, the application of AI faces challenges including technical reliability, algorithmic fairness, and data security. To address these, pathways such as enhancing technological controllability, establishing ethical algorithmic mechanisms, and innovating human-machine collaborative training models can be adopted to steer live-streaming e-commerce towards greater efficiency, higher quality, and more sustainable development.

Keywords

New Quality Productive Forces, Artificial Intelligence, Live-Streaming E-Commerce

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

在当前新一轮科技革命与产业变革席卷全球背景下，我国正致力于通过发展“新质生产力”来塑造经济增长的新动能。与此同时，作为数字经济典型代表的直播电商，在经历迅猛发展后，正步入发展的瓶颈期，产业内在的升级需求极为迫切。而人工智能的深入发展，为破解这些瓶颈提供了重要契机。人工智能正从“人、货、场”三个方面深度渗透，展现出重塑直播电商产业发展的巨大潜力。因此，在国家战略、产业需求与技术机遇三者的交汇点上，系统探究新质生产力视角下人工智能如何驱动直播电商发展，是关乎此产业未来走向的重要课题。

本研究具有重要的理论价值与实践指导意义。在理论方面，它将新质生产力这一宏观理论置于直播电商这一鲜活的经济业态中进行检验与深化，通过具体阐释人工智能如何催生高科技的运营模式、高效的组织形态和高质量的服务体验，有力地丰富和拓展了新质生产力的理论内涵与应用边界。在实践方面，本研究的成果能够为直播电商平台提供清晰的转型升级路线图，在应用人工智能技术的同时，加强技术可控性、构建向善的算法机制以及创新人机协同的培养模式，规避如今出现的一些问题，在激烈的市场竞争中提升自身优势，从而推动整个数字经济实现高质量、可持续发展。推动直播电商行业朝着更高效能、更高质量和更可持续的方向发展。

2. 新质生产力与人工智能的理论关联

新质生产力是创新起主导作用，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。它由技术革命性突破、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，特点是创新，关键在质优，本质是先进生产力^[1]。这一理论框架为理解人工智能与直播电商的融合发展提供了重要的分析视角。

2.1. 技术引领

新质生产力的诞生以技术革命性突破为前提，它的本质特征是主要依靠创新来推动发展，并且具备高科技属性。以生成式人工智能、大语言模型为代表的人工智能技术，作为具有广泛适用性的通用性技术，它不仅推动了特定领域的技术进步，更引发了整个社会技术经济模式的系统性变革，这为新质生产力的形成奠定了重要的技术基础。

人工智能不仅是一项重要的新技术，更是推动当前社会变革的关键力量。它通过整合多种先进技术，正在将我们的生产活动和社会运行带入一个全新的阶段。机器学习、深度学习、自然语言处理等多项关键技术都取得了重大进步，共同推动生产力系统实现从效率提升到模式创新的质变性飞跃，它通过优化生产要素配置和创新生产组织方式，推动经济发展模式实现从规模扩张向质量效益的根本转变。

2.2. 要素升级

新质生产力的发展要求劳动者、劳动资料、劳动对象等基本要素都实现显著提升。在这个过程中，人工智能通过其技术能力，推动着这些生产要素进行系统性重构。具体来说在劳动者层面，虚拟主播成为“新型劳动者”的典型代表。以淘宝直播的虚拟主播“冬冬”为例，其通过自然语言处理和情感计算技术，能够实现 24 小时不间断直播，突破了真人主播的生理限制。同时，AI 训练师、数据策略师等新兴职业应运而生，形成了“真人主播 + 虚拟助手”的人机协同工作模式，显著提升了劳动效率。

在劳动资料层面，智能算法与海量数据构成了“新型劳动资料”。如人工智能选品系统可以通过机器学习分析用户偏好，实现精准的商品匹配和内容推送。这些智能化生产工具极大地提升了直播电商的运营效率。在劳动对象层面，数据要素的价值得到充分释放。直播电商平台通过对用户行为数据、交易数据和内容数据的深度挖掘，将原始数据转化为高价值的决策支持服务。例如，通过分析用户的互动行为和购买偏好，平台能够为商家提供精准的产品改进建议，实现从数据采集到价值创造的转化。

这种要素重构不仅体现在各个生产要素的单独演进上，更表现在生产要素之间的重新组合与协同创新。从传统生产要素的简单叠加，到智能化生产要素的有机融合，人工智能正在重塑生产力发展的基本格局[2]。

2.3. 效能突破

新质生产力的核心特征在于全要素生产率得到显著提高。在这一过程中，人工智能凭借其特有的技术优势，构建了多层面的价值创造机制。人工智能具备优化决策的能力，能够在整个系统范围内改善资源的配置，从而大幅提升资源利用效率。它还能够进行精准预测，有效减少因决策失误带来的成本，帮助作出更明智的选择。此外，借助自动化执行系统，人工智能实现了对复杂工作流程的智能管理，全面提高了运营效率。这些技术特性的综合运用，使经济活动在效率提升和质量改善两方面都取得了明显进步。这充分表明，人工智能在发展方式从注重规模扩张转向追求质量效益转变过程中，发挥着关键作用。这种转变不仅是技术应用的成果，更是新质生产力在发展路径上的重要体现。

3. 新质生产力视角下直播电商中人工智能的运用

随着电商直播行业呈现快速发展态势，传统运营模式的局限性正日益凸显，市场监管数据反映出行业在运营效率、质量管控和人才培养等方面存在明显短板，行业急需借助技术创新来实现突破发展[3]。而新质生产力是以科技创新为主导，具有高科技、高效能、高质量特征的生产力新形态。直播电商作为数字经济的典型代表，其发展正深度契合新质生产力的内在要求。新质生产力以高科技、高效能、高质量为特征，其核心在于科技创新，在直播电商领域，人工智能正作为核心驱动力，重塑行业的运作模式

与价值创造方式，具体体现在以下三个方面。

3.1. 数据智能驱动精准决策

在传统模式中，决策高度依赖人的经验和直觉，具有滞后性和不确定性。人工智能首先在数据层面实现了对传统运营模式的根本性重构，为高效能运营奠定了基石。人工智能凭借多模态感知技术，能够全量且实时地采集用户行为数据、直播内容数据以及宏观市场趋势数据。在此基础上，人工智能进一步对多源数据进行深度挖掘与整合分析，从而能精准构建用户画像、预测爆款趋势和洞察消费偏好。这一数据智能过程的重要价值在于，其分析结果被即时反馈至运营与供应链环节，能够有效指导直播的智能选品，进而驱动营销内容的自动化生成以提升运营效率，并实现库存的精准优化管理以保障供应链稳定。由此形成一个从“数据感知”到“智能决策”再到“供应链响应”的高效闭环系统，全面提升了全链路决策效率与资源利用水平，实现显著的降本增效。

3.2. 智能工具赋能全链条运营

在数据智能的基础上，人工智能通过一系列智能工具的应用，直接作用于直播的核心要素——“人、货、场”，推动用户体验向高质量升级。在“人”的方面，数字主播能够实现24小时不间断直播，智能客服能够随时解答用户问题，有效克服了真人主播在体力和精力上的限制。在“货”的方面，AIGC技术可以自动撰写商品介绍和推广内容，AR和VR试穿技术则让消费者能够以更直观、更真实的方式体验商品。在“场”的方面，智能导播系统自动选择最佳拍摄角度，为观众带来更流畅、更舒适的观看感受。这三个方面的有机结合，共同构建了一个高度个性化、互动性强、沉浸感足的新型消费环境。这种变化不仅有效降低了运营成本，还通过提高消费决策的准确性和购物过程的趣味性，从根本上提升了用户的满意程度。

最终，前端体验与后端支持的有效配合，使整个直播平台的流量分配达到最优状态。平台能够将每个流量引导到最有可能达成交易的场景中，这不仅全面提高了平台的转化效率，也为商家带来了更稳定、更优质的业务增长。这一过程充分展现了新质生产力对“高效能”和“高质量”发展目标的实现路径。

3.3. 人工智能重构产业价值链

人工智能正在改变直播电商的运作方法与价值创造模式，推动形成覆盖整个产业链的数字化生态。通过与人工智能技术的深度融合，直播电视平台实现了从生产端到消费端的全链路重构，催生了“直播+产业”的新业态。例如，直播电商与制造业深度融合，通过实时销售数据分析反向指导产品研发与生产计划，形成以销定产的柔性供应链模式^[4]。在产业协同层面，人工智能打通了设计、生产、营销、物流等环节的数据壁垒，构建了实时响应的产业协同网络。数字人主播与智能客服的应用不仅降低了人力成本，还能通过全天候运营帮助企业开拓更广阔的市场。智能推荐系统通过分析用户行为进行精准的商品匹配，既提升了营销效果，也优化了资源配置，显著提升了产业运行效率。此外，还可以基于人工智能的市场趋势预测，让制造企业能够提前调整生产计划，有效减少库存压力，加快资金流动速度。这些变化充分展现了新质生产力对整体生产效率的提升作用。

4. 新质生产力视角下直播电商中人工智能应用的挑战

在新质生产力追求高科技、高效能、高质量的内涵要求下，人工智能在直播电商中的深入运用的同时，也引发了一系列新的挑战与问题。这些挑战深刻关系到产业健康、公平与可持续发展的系统性风险，是迈向更高水平新质生产力必须直面的问题。

4.1. 技术可靠性方面的问题

人工智能技术的引入在提升效率的同时，也带来了新的不确定性和风险，这在一定程度上与新质生产力所要求的稳定、可靠相违背。首先，AI 的选品、定价及内容推荐决策严重依赖数据与算法，但其内部的复杂逻辑往往是一个难以解释的黑箱。这可能导致无法预判的决策失误，例如 AI 错误地预测某个爆款趋势，导致商家大量备货后滞销，或因数据算法生成不实的产品描述，从而引发消费纠纷。这种不确定性为商业决策带来了新的风险。其次，网络安全漏洞会构成潜在威胁。高度智能化的直播系统依赖于稳定的算力和复杂的代码，一旦遭遇网络攻击、出现技术故障或仅仅是一个算法漏洞，就可能导致整个直播中断、数据错误甚至资金损失，其脆弱性远高于传统直播模式。

4.2. 数据与算法机制方面的问题

数据是 AI 的燃料，算法是 AI 的引擎，但二者当前的应用现状存在显著瓶颈，制约了新质生产力全要素生产率提升的潜力。首先，数据隐私与合规性是首要挑战。直播电商在采集用户面部表情、互动行为、消费记录等海量数据以实现精准营销的同时，也面临着日益严峻的数据安全监管与用户隐私保护压力。数据的滥用、泄露或违规使用，不仅会引发法律风险，更会严重损害用户的信任。此外，算法的“短视”与“封闭”倾向正在制约行业创新。当前，算法的核心目标常常被设定为尽可能高地提升“瞬间点击”和“立即下单”的数据。这导致了一场恶性竞争，流量越来越向少数已经成名的主播和品牌集中，使得有特色、有潜力的新商家难以冒头，整个产业的多样性因此受到损害。同时，算法为了留住用户，会不停地推荐他们之前喜欢过的同类内容。这就像给用户打造了一个“舒适圈”，虽然短期来看效果不错，但长期却会让用户感到厌倦，并且接触不到其他可能感兴趣的新商品。这不仅限制了消费者视野，抑制了潜在的、多元的消费需求，而且与通过创新驱动创造新需求的理念背道而驰。

4.3. 人才结构方面的问题

在长远发展层面，过度依赖 AI 会导致的情感信任缺失与生态同质化风险，与新质生产力所追求的“高质量”发展内涵相悖。新质生产力不仅要求效率，更追求发展的品质与可持续性。过度依赖 AI 生成的话术和虚拟形象，虽然降低了成本，却可能使直播内容变得机械、同质化，削弱了主播与消费者之间基于真实互动所建立的情感连接。这种情感信任是品牌忠诚度的基石，其一旦缺失，将从长远损害用户与品牌的关系。当一个充满随机性与人情味的交易场域，彻底被标准化、可预测的算法逻辑所主导时，直播电商本身的活力与魅力也将随之衰减，最终制约其向更高质量、更可持续的形态演进。同时，近日，有女演员公开表示自己遭遇 AI 换脸盗播，多个平台的直播间中出现其带货形象。在数字经济蓬勃发展的当下，人工智能等新一代信息技术正深刻重塑传统电商的生态格局。AI 技术虽能助力直播电商提升效率、降低成本，但同时也被不法分子滥用，出现仿冒名人带货、生成违规内容等现象，严重侵蚀行业可持续发展的根基[5]。

5. 新质生产力视角下人工智能推动直播电商发展的路径探索

为化解人工智能在直播电商中的应用所带来的挑战，推动直播电商向新质生产力要求的高质量发展转型，需从以下两个层面进行系统性探索。

5.1. 强化技术可控性与韧性，筑牢高效能根基

新质生产力要求发展稳定可靠。首先，必须致力于穿透算法的“黑箱”将数据智能与人的商业智慧深度融合，使 AI 的选品、定价与内容生成决策变得可理解、可追溯。致力于坚持“人机协同”的原则和

加强人才培养,可以利用 AI 处理标准化任务,而让人专注于情感连接与创意表达,避免内容同质化与“人情味”的流失,守护品牌长期价值。同时可以利用 AI 辅助培训系统模拟真实直播场景,帮助主播熟悉直播话术生成、商品要素提取与互动技巧运用等关键技能,通过人机协同培养模式提升主播的专业能力[6]。其次,提升系统技术韧性,构建“防御-监测-恢复”三位一体的安全体系。具体包括:部署多层次网络安全防护,建立 7×24 小时实时监测平台,制定分级应急响应预案,确保在系统故障时能快速恢复核心功能。例如,可借鉴金融级容灾标准,建立直播电商系统的异地多活架构,确保单点故障不影响整体业务连续性。

5.2. 推动数据与算法向善,实现高质量创新

在数据治理方面,应建立全生命周期的数据安全管理体系。严格遵循最小必要原则,采用隐私计算等前沿技术,在数据“可用不可见”的前提下完成模型训练与分析。建立数据分类分级管理制度,对用户敏感数据实施加密存储和权限管控,从根本上平衡数据价值挖掘与用户隐私保护之间的关系。在算法治理层面,需构建多元参与的算法审计机制。具体包括引入第三方机构对推荐算法进行定期评估,建立包含公平性、多样性等指标的评估体系;在平台内部设立算法伦理委员会,吸纳技术专家、法律顾问和用户代表参与算法评审;建立消费者反馈与修正闭环,设置推荐理由展示和不感兴趣反馈通道,允许用户参与算法优化,打破“信息茧房”,引导流量和资源实现更公正的分配。

5.3. 创新人才培养与组织机制,支撑可持续发展

我们要直面人才结构失衡与情感信任缺失的挑战,关键在于构建与智能时代相匹配的人才培养体系和组织协同模式。面对人才结构失衡问题,应构建产教融合的培养体系。通过高校开设“人工智能+电子商务”交叉学科,与企业共建实训基地,培养既掌握 AI 技术又深谙商业逻辑与消费者心理的新型人才。在组织机制方面,确立“人机协同”的黄金法则。在运营实践中,明确界定 AI 与人的角色分工,由 AI 承担数据分析和标准化内容生成等重复性工作,而人则专注于情感连接、创意策划和复杂场景的临场应变,从而避免内容同质化,守护直播的“人情味”与品牌的情感价值。最后,充分利用 AI 技术赋能从业人员能力提升。通过构建智能仿真培训系统,创建高度拟真的商业场景,帮助从业者锻炼数据思维与智能决策能力,实现从技能训练到认知升维的系统化赋能。这种系统化的人才培养与组织创新机制,为实现新质生产力在直播电商领域的高质量发展提供了坚实支撑[7]。

参考文献

- [1] 蒲清平,黄媛媛. 习近平总书记关于新质生产力重要论述的生成逻辑、理论创新与时代价值[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2023, 49(6): 1-11.
- [2] 余荣浩,李勇,李英军,等. 数字经济下的虚拟数字人直播带货模式研究[J]. 商场现代化, 2025(5): 54-56.
- [3] 张平平. 基于大数据和人工智能的电商直播商业模式优化浅析[J]. 上海商业, 2025, 41(7): 14-16.
- [4] 金灏. 人工智能赋能直播电商高质量发展策略与实践路径探究[J]. 科技资讯, 2025, 13(11): 16-18.
- [5] 李子晨. 直播电商要如何拔掉这根“刺”[N]. 国际商报, 2025-11-12(005).
- [6] 毛雪. 人工智能助力网络直播营销: 应用场景与前景展望[J]. 商场现代化, 2024(19): 79-83.
- [7] 王永贵,胡倩妮. 智能时代的人机协同: 一个分析框架与应用展望[J]. 管理世界, 2023, 39(4): 127-145.