

文化自信助力电子商务高质量发展的理论逻辑与实践路径

徐克¹, 柳任飞^{2*}

¹南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

²南京林业大学土木工程学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年12月31日; 录用日期: 2026年1月12日; 发布日期: 2026年2月3日

摘要

在经济发展转向创新驱动、全球经济发展陷入困境之际, 单纯依靠技术引进和要素投入的传统经济发展模式已经行不通了。随着互联网经济的飞速发展, 电子商务已经渗透到人们日常生活的方方面面。文化与电子商务深度融合, 是发掘数字经济新动能的有效途径, 只有准确把握文化自信赋能互联网经济的内在逻辑, 才能在以往技术为上、文化与发展对立的错误思维定势下破除旧有定式, 从中华优秀传统文化中汲取智慧, 结合革命文化、社会主义先进文化的时代内涵, 使文化的价值转化为促进互联网产业发展的动能, 用文化自信为互联网经济指路。文化自信通过社会共识凝聚指引电子商务主体方向; 文化元素嵌入促进电子商务产业链与价值链升级; 制度文化的根基有助于降低平台交易成本与信任成本。本文从活化文化资源与数字要素融合、推动文化与互联网实体经济深度对接、完善数字文化制度体系、通过跨境电商传播构建文化话语体系四个维度, 剖析文化自信是如何助力突破互联网经济增长瓶颈, 推动实现电子商务高质量发展的理论逻辑与实践路径。

关键词

文化自信, 电子商务, 高质量发展, 数字文化, 互联网经济

Theoretical Logic and Practical Pathways of Cultural Confidence in Promoting High-Quality Development of E-Commerce

Ke Xu¹, Renfei Liu^{2*}

¹School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

²College of Civil Engineering, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

*通讯作者。

文章引用: 徐克, 柳任飞. 文化自信助力电子商务高质量发展的理论逻辑与实践路径[J]. 电子商务评论, 2026, 15(2): 8-16. DOI: 10.12677/ec.2026.152122

Abstract

In the context of economic development shifting toward innovation-driven growth and global economic stagnation, the traditional economic model reliant solely on technology transfer and factor input has become untenable. With the rapid expansion of internet-based economies, e-commerce has permeated every facet of daily life. The deep integration of culture and e-commerce serves as an effective pathway to unlock new momentum in the digital economy. Only by accurately grasping the intrinsic logic of cultural confidence empowering the internet economy can we break free from outdated paradigms rooted in the erroneous mindset of prioritizing technology over culture or treating them as opposing forces. Drawing wisdom from China's outstanding traditional culture, revolutionary culture, and advanced socialist culture enables the transformation of cultural value into driving force for internet industry development, guiding the internet economy with cultural confidence. Cultural confidence fosters social consensus to steer the direction of e-commerce entities; embedding cultural elements promotes the upgrading of e-commerce industrial and value chains; the foundation of institutional culture helps reduce platform transaction and trust costs. From the four dimensions of activating the integration of cultural resources and digital elements, promoting the deep connection between culture and the Internet real economy, improving the system of digital culture, and building a cultural discourse system through cross-border e-commerce communication, this paper analyzes how cultural self-confidence can help break the bottleneck of Internet economic growth and promote the theoretical logic and practical path of high-quality development of e-commerce.

Keywords

Cultural Confidence, Electronic Commerce, High Quality Development, Digital Culture, Internet Economy

Copyright © 2026 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

中国式现代化要实现“物质文明和精神文明相协调”，在数字经济上就是要让电子商务实现由量变向质变的跃升。目前，电子商务已成为中国式现代化的核心经济样态。国家统计局发布的数据显示，2024年我国数字经济核心产业增加值占GDP比重达10%左右，集成电路、人工智能、工业软件、基础软件等领域取得长足进步，数字化转型工程深入推进，智能产品、直播电商等成为消费新热点。

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》将“激发全民族文化创新创造活力，繁荣发展社会主义文化”列为重大战略任务，这既彰显了新时代文化建设的重要性，也为互联网经济的发展指明了方向，即必须超越电商以往单纯依赖流量与销量的传统路径，需从传统文化中汲取长远发展的动能。

从已取得的成就方面看，抖音发布的《2025 抖音非遗数据报告》显示，非遗视频和直播助力非遗产品已经被用户广泛体验和消费，抖音电商上非遗商品年销量超过 65 亿单。同时，跨境电商平台持续发力，数字文创市场规模也不断扩大。这些现象表明，国人的文化心态已从曾经的“仰视追随”转向主体自信，

也印证了将文化资源融入互联网经济发展这一路径的可行性与正确性。

2. 文化自信的当代阐释：“第二个结合”与上层建筑能动性的理论升华

2.1. 理论根基：“第二个结合”对马克思主义基础理论的深化

“第二个结合”即把马克思主义基本原理同中华优秀传统文化相结合,是习近平文化思想的重要创举。在电子商务领域,这一结合体现为马克思主义魂脉与中华优秀传统文化根脉在数字经济场景中的实践融合,是对马克思主义中国化时代化的深化发展在电子商务领域,“第二个结合”进一步拓展为马克思主义魂脉与中华优秀传统文化根脉在数字经济场景中的实践融合,这并非背离马克思主义基本原理,而恰恰是在当代中国实践中对其的深化与发展。在电子商务领域,“第二个结合”得到进一步更新与拓展,“第二个结合”得到进一步更新与拓展,正因如此,才促进魂脉与根脉在电商实践中的深度融合与共同发展。“第二个结合”的形成,绝不是对马克思主义基本原理的简单取舍,本质上是对马克思主义归根结底的发展性诠释。

马克思在《〈政治经济学批判〉序言》中指出:“物质生活的生产方式制约着整个社会生活、政治生活和精神生活的过程。不是人们的意识决定人们的存在,相反,是人们的社会存在决定人们的意识[1]。”随着电子商务这一新型经济社会形态的兴起,必然引起广泛而深远的、覆盖整个庞大上层建筑的变革。这里体现的是经济因素在社会发展中的决定作用,但并非将其视为唯一根本的决定性因素。

关于经济基础与上层建筑辩证关系的经典阐释及其当代发展,恩格斯对机械理解“经济决定论”的倾向作出重要补充:“历史过程中的决定性因素归根到底是现实生活的生产和再生产[2]”,但同时也明确指出,如果有人把经济因素说成是唯一决定性的因素,就是对这一命题的歪曲,会使其变成毫无内容的、抽象的、荒诞无稽的空话。在此基础上,恩格斯既充分肯定经济前提和条件的归根结底作用,也特别强调上层建筑诸因素具有相对独立性并能产生反作用。这为上层建筑,特别是观念上层建筑,发挥能动作用留下了重要理论空间。

2.2. 理论升华：“第二个结合”对文化自信进行了本质性重塑

“第二个结合”在文化自信层面的本质是上层建筑能动性的理论升华、是意识形态实践视域下文化自信的重构,它不是一种空洞的抽象的情感属性,而是扎根于五千年的中华文明土壤,在马克思主义真理力量涤荡洗礼下提炼凝结而来的精气神:一方面是对中华优秀传统文化的高度认同和深度情感投入,另一方面则是根植传统文化、紧跟时代步伐的具体实践样本。

马克思和恩格斯在《德意志意识形态》中指出,观念上层建筑“归根到底是以物质生活条件为基础的社会存在的”,是社会物质生活过程的“必然升华物”[3]。这说明意识形态始终有其“物质前提”。当今中国的互联网数字经济生态,正是这一物质前提的具体体现。

中华优秀传统文化作为中华民族历代物质生活过程的精神凝练,本身蕴含着深厚的实践基因。“天人合一”的生态智慧、“和而不同”的交往理念、“精益求精”的工匠精神,都源自于对传统生产生活实践的总结与提炼。“第二个结合”以马克思主义的立场、观点和方法对待中国传统文化,不将其视为僵化的历史“前提”,而是作为可被激活、可被转化的“活态资源”[4],融入电子商务时代的物质“前提”中,实现中国优秀传统文化与数字技术场景深度融合——“天人合一”可以转化成为绿色电商以及数字产品低碳设计的准则,“和而不同”能成为跨境电商本土化经营的方法,“精益求精”能够融入到电商平台产品迭代与用户体验服务之中。

由此,文化自信也才真正超越过往那种仅仅局限于精神内省的单一状态,作为贯通历史实践和当下互联网经济的一种具有能动性的中介而存在,实现了由“解释世界”向“改变世界”的转变。

2.3. 功能阐释：以文化自信为内生动力，促进电商经济高质量发展

在价值引领方面，文化自信作为能动的观念上层建筑，在互联网经济领域形成了逻辑完整而严谨的功能图谱。马克思在《〈政治经济学批判〉导言》中深入剖析了生产与消费的辩证关系，一方面指出“生产生产着消费”，另一方面也强调“消费中介着生产，因为正是消费替产品创造了主体”[5]。这表明，没有生产就没有消费，但消费同样反作用于生产。这一辩证关系对于理解文化自信在互联网经济中的功能具有核心启示：在电商价值引领方面，文化自信能够重构网络审美与数字消费的价值体系，并培育出新的消费观、新的消费主体，推进互联网消费从功能性的比价向意义型认同，将承载文化符号的电商产品与服务，与具有文化认同感的消费群体建立深度链接，不断开辟新的文化消费场域，寻找数字消费新增量。

在资源转化与创新驱动方面，文化自信推动数字价值倍增与发展动能升级。从资源转化角度看，文化自信促使静态的“文化资源”通过数字创意赋能与技术加持，转化为鲜活的“文化产品”，实现文化资源的“价值倍增”。故宫数字文创的“出圈”、抖音非遗带货的规模化发展等案例，均体现出文化资源在数字化过程中呈现的增值特性与倍增效应。此外，在共识凝聚与创新驱动层面，文化自信作为马克思主义所说的“普遍的意识”，能够在互联网空间生成共享互信体系、数字商业伦理与协同思维方式等社会意识要素。这些要素可直接“中介”并优化互联网经济的生产协作过程，降低电商平台交易中的信息不对称与信任成本，成为数字产业集群协作的精神纽带。同时，文化自信能够激活中华优秀传统文化中“经世致用”的实践智慧、“和而不同”的包容理念，结合马克思主义关于生产方式变革的理论，推动电商平台经济优化资源配置效率，促使数据要素成为新型生产要素融入价值创造过程，通过算法权力的规范运用实现供需精准匹配，催生工业互联网、智慧零售等新业态新模式，从而构建推动新时代互联网经济新质生产力发展的文化思维范式。

基于“第二个结合”的理论升华，文化自信与互联网经济并非单向作用，而是形成了“经济奠基 - 文化反哺”的双向互动机制，这一机制的具体路径需进一步深入剖析。

3. 互动机制分析：由互联网经济奠基到文化自信能动的反哺

在习近平文化思想指引下，在中国式现代化进程中，文化自信既具备深厚的历史文化底蕴与鲜明的时代精神内核，也在网络经济发展条件下呈现出更加能动的实践属性。它体现为一种具有生产性的观念形态，并在“更基础、更广泛、更深厚”的层面上，展现出理论驱动与实践导向相统一的特征。其实质并非独立于实践之外的纯粹精神，而是与高质量发展的互联网经济构成辩证统一体，体现了物质文明与精神文明并重的要求。二者之间的关系，尤其需要从辩证的视角加以把握。

根据马克思主义关于经济基础决定上层建筑 and 上层建筑对经济基础能动的反作用的辩证关系原理，电子商务与文化自信之间形成了“双向赋能”的动态循环，即以互联网经济为代表的新型经济基础，是文化自信生成的重要物质前提与数字实践场域；以文化自信为核心的观念上层建筑则是通过内在驱动来引导互联网经济发展，在价值层面实现对互联网经济的主导作用。“奠基 - 反哺 - 再奠基”，其本质是二者的相互促进、融合发展，本文结合文化赋能、数字经济与新质生产力等方面的相关研究，从“互联网经济对文化自信的奠基性支撑”与“文化自信对互联网经济的能动反哺机制”两个方面分析二者互相转化、相互促进的路径和实践逻辑。

3.1. 理论根基：电子商务对文化自信生成的双重奠基

马克思主义认为，“物质生活的生产方式制约着整个社会生活、政治生活和精神生活的过程”[1]。互联网经济作为先进生产方式的代表，其发展水平深刻影响着数字文化的繁荣程度，也决定着数字文化

能否有效培育文化自信。这种支撑作用主要体现在数字物质实力的奠基与数字产业和科技的赋能两个方面,二者共同构成了文化自信在当代的现实基础。

互联网的发展推动人们从对本国文化的价值认同与实践走向自觉的文化自信,而这离不开强大的数字物质基础。改革开放四十多年来,我国电子商务实现了快速发展,形成了全球最大的电商基础设施系统,网民规模已经突破了 11 亿人,数字支付、电子商务、短视频等都融入到了人们的日常生活和工作中,网络空间已经成为除现实生活外的另一个重要交往场所。正是在这个基础上才让国人有了更多的“平视世界”的底气,人们的生活更加富足自然就会使人们对自己的文化产生更强的精神认同感,从而有利于文化自信的自觉发生。而中国式现代化追求的正是物质富足、精神富有。也正是互联网经济造就了国人的物质富足,从而让人更加自信自己背后的文化。脱贫地区群众在物质生活改善后,对非遗传承、民俗复兴的参与热情显著提升,印证了物质基础对文化自信的催生效应[6]。这些实践生动表明,互联网经济有力促进了文化自信的生成与传播。

与此同时,完善的数字产业体系与前沿科技突破也为文化自信的构建提供了关键支撑。只有具备健全的产业基础和技术能力,才能真正激活文化资源、赋能文化产业,推动文化自信从“观念形态”转化为“数字实践形态”。当前我国已建立起门类齐全、自主完整的数字产业体系,为文化要素融入电子商务提供了广阔平台;人工智能、虚拟现实、区块链等新技术突破,则有效破解了传统文化“传承难、转化弱”的困境[7]。具体而言,科技赋能体现在多个方面:借助 VR 技术重现敦煌石窟景象,利用 AIGC 智能解析古籍并创作文化产品,通过区块链实现数字文创版权溯源等。这些技术手段使传统文化从“静态陈列”转向“动态数字体验”,大幅提升了文化传播效能。“数字科技 + 文化”深度融合形成了文化领域的新质生产力,不仅提升了文化生产效率,也催生了数字藏品、非遗直播带货、虚拟电商等新业态。这些数字文化产品以可感知、可参与的方式,成为文化自信的具象化载体[8]。浙江义乌创新推动“电商 + 非遗”融合,将本土传统手工艺融入数字产业链,通过直播带货、数字文创等形式让非遗文化触达更广泛消费群体,印证了数字产业对文化自信的实践赋能。

3.2. 能动反哺: 发挥文化自信促进电子商务高质量发展的四重机制的作用

文化自信作为不依附于电子商务的“能动的观念上层建筑”,通过价值引领、要素注入、品牌塑造与伦理规范四个层面的作用机制,深刻影响互联网经济的需求端、供给端、国际端与生态端,从而推动形成从“文化软实力”到“数字经济硬实力”的赋能闭环,反哺互联网经济高质量发展。

3.2.1. 需求端赋能: 驱动电商消费升级, 夯实内需战略基点

文化自信催生的消费观念转型,推动数字消费从“功能满足”向“意义认同”升级,为内需市场扩容提供核心动力。文化自信程度与“意义消费”意愿呈正相关,国民对中华文化的认同度提升直接推动国潮消费、文化体验消费等新型消费形态爆发[9]。文化自信推动民众对本国文化认识和评价,从而改变了人们原有的消费观念,从“工具理性”转向“价值理性”,更侧重于看重产品与服务蕴含的文化价值内涵,引导电商消费市场从数量型增长转向质量型提高;同时消费升级进一步倒逼供给侧改革,在推动经济发展的同时,提升了互联网企业的商品附加值,在促进其经济发展的同时,增加了互联网企业的商品附加值。

3.2.2. 供给端赋能: 文化要素融入电商, 培育电商新质生产力

文化自信通过“文化 + 数字技术”“文化 + 电商平台”“文化 + 跨境贸易”等模式,推动文化要素融入数字业态,催生文化新质生产力,助力产业结构向价值链高端攀升。文化要素作为“非竞争性生产要素”,有助于突破传统产业边际报酬递减规律,形成具有本土特色的产业竞争优势[10]。在传统产业

中丝绸、陶瓷等领域借助电商平台深挖文化内涵,做到价值再造,在新兴数字领域,文化与人工智能、虚拟现实等深度融合催生出数字藏品、数字演出、元宇宙场景等新业态。文化新质生产力形成的内在机理在于文化自信是其价值取向,数字科技是其技术依据,二者的配合则使电商产业由过去的“流量驱动”向“文化创新驱动”转变。

3.2.3. 国际端赋能：重构电商品牌叙事，提升跨境电商竞争力

文化自信使得数字化重塑品牌价值得以实现,助推中国互联网品牌由“功能输出”迈向“文化输出”,助力提升我国在全球数字竞争中的话语权。运用中华文化视角塑造电商品牌的独特文化气质和无法替代的文化存在价值,是目前全球数字经贸范式的再造过程。通过融入书法、水墨、榫卯等元素以及“天人合一”、“和合共生”等思想,结合数字平台出海充分挖掘并利用好我国的文化符号资源,有利于打造差异化文化叙事,帮助企业有效冲破海外市场的文化壁垒。“文化+电商平台”的出海模式将提升我国国际电商话语权、实现由“贸易大国”到“数字文化贸易强国”的转变打下坚实基础。

3.2.4. 生态端赋能：优化电商发展伦理，促进可持续电商生态

文化自信引导电子商务发展契合社会主义生态文明要求,融合“天人合一”“天下为公”等传统智慧,构建兼顾效率与公平、包容可持续的电商生态。这些理念为互联网经济注入“人民至上”的伦理基础,抵制“流量至上”的片面导向。商务部2025年8月22日发布的数据显示:“2025年1~7月,农产品网络零售额同比增长7.4%,今年上半年农村居民人均可支配收入同比增长6.2%。”这一增长背后,是文化自信引导下电商生态兼顾商业价值与社会价值的体现,既助力乡村振兴,又通过“助农+文化传承”强化了电商生态的包容性与可持续性。此外,抖音“非遗大师工作室”、快手“文化助农”专区等人文经济传播项目,实现商业价值与社会价值统一。在宏观层面,文化自信引导资本与科技向善,催生绿色电商、公益电商等可持续业态。面向“十五五”时期,新质生产力与优质文化资源结合,将进一步强化这种包容性发展模式,为共同富裕提供实践路径[11]。

互联网经济为文化自信提供物质基础和实践载体,文化自信通过需求升级、要素赋能、品牌塑造、伦理导向这四个方面的内涵展开,推动互联网经济从低质走向高质量发展。但并非二者之间的简单叠加,而是“互联网经济越发展,文化自信越坚实;文化自信越坚定,互联网经济发展质量越高”这样一种互融共荣、合作共赢的大格局。

4. 文化自信促进电子商务高质量发展实践路径

理论的生命力在于指导实践。要使文化自信持续稳定、有力地融入电子商务发展,并继续成为推动互联网经济高质量发展的重要动能,就必须推动“第二个结合”从以往的自发状态转向自觉的规划与建构。要在现有工作基础上,汇聚人民群众的智慧,不断探索科学方法论并积极付诸实践,将中华优秀传统文化转化为传统与现代交融互鉴的文化资源,进而实现其数字化转化。在这一过程中,应充分发挥马克思主义方法论对文化资源数字转化进程的指导与启发作用。本部分通过理论、创新、传播、培养与生态等维度展开分析,构建了从理论到创新、传播、培养乃至生态的完整发展体系,并据此提出相应的实施路径。

4.1. 深化理论结合与顶层设计，构建数字协同引导机制

“第二个结合”是“又一次的思想解放”,为文化自信的能动性建构提供了根本的理论自觉基础[12]。但在互联网经济时代下推进文化自信向制度效应的转化还存在着“散点化”、“浅层化”倾向的原因,核心原因是缺乏电商与文化融合的系统化理论支撑与顶层协同。必须以深化理论阐述为抓手,强化顶层设计系统性,统筹运用政策引导、市场驱动和社会聚合等方式方法。

首先,应着力推动构建“电商人文经济学”的中国学派,深入挖掘和阐释“第二个结合”框架下文化作用于互联网经济的独特机理,重点围绕“数字平台的文化认同机制”“数据要素与文化资源的资产化融合”“共同富裕目标下的数字文化普惠”“绿色数字经济中的文化生态观”等议题开展研究,形成既具中国特色又立足本土实践的话语体系,为数字经济相关政策制定提供学理扎实、论据充分的支撑[13]。

其次,为完善横向协同、健全顶层架构、破除“政出多门”和“资源碎片化”等问题,需健全“数字文化-电子商务”协同议事机构,将宣传、文旅、发改、工信、科技、财政等部门关于促进数字文化、互联网经济协同发展的相关政策、资源协调结合,制定具有针对性的具体落实意见和措施;打造“电商文化创新试验区”,开展文化IP跨境传播税收优惠政策,数字文创版权区块链确权,平台文化价值评估体系创新试点等,打通从“文化资源”到“数字产业资本”的堵点[14],并总结可推广的经验教训。可借鉴文旅融合发展的有益做法,针对数字文化技术研发中的短板,出台技术支持清单并打造数字文化产业技术研发公共平台,提升技术成果转化效率[15]。

4.2. 推动电商文化创新转化,规避电商产品符号化与浅层化

以文化自信助力电子商务发展,需要坚持做到“创造性转化、创新性发展”,让互联网成为经济转型升级的助推器。然而现在一些互联网文化产品的文化理念浅显、文化内涵不足,只是简单粗暴地把传统文化的视觉符号拿来应用,并没有深入探寻其文化内核,也没有很好地将其与当代数字化的生活场景进行有效结合。

解决以上问题可从两方面着手:一是实现从“数字符号消费”到“文化价值认同”的转变。应引导电商平台、企业与高校、研究机构加强合作,系统汲取中华美学与哲学理念,融入电商品牌与产品叙事,并将其转化为数字品牌的精神内涵、产品叙事与消费体验。二是以数字技术为驱动,彻底重塑文化转化范式。应大力推进人工智能、虚拟现实、区块链等新型生产力与数字文化产业全链条深度融合[16]。支持利用AIGC技术对古籍、文物、非遗进行智能解析与创意再生,开发沉浸式文化体验场景;运用区块链技术构建文化数字版权与资产交易平台,解决文化资源确权难、交易难的瓶颈,激活“沉睡”的文化数据资源[9]。这一过程本身就是“文化新质生产力”的培育,它通过“技术-文化”范式的融合,不仅能创造新场景、新业态,更能从底层重塑文化生产与消费的关系,实现效率与内涵的双重提升[17]。

4.3. 提升跨境电商文化传播效能,构建文化电商双循环体系

强大的文化自信需要通过跨境传播走向世界,实现从“内在建构”到“国际表达”的延伸。我国文化产品的对外输出还面临“文化折扣”以及叙事能力不足等问题,为突破这一障碍从而更好地将国家文化自信由“内在建构”扩展到“对外数字传播”,以及由此加强我国国家文化软实力和提高我国的国际互联网经济竞争力都具有十分重要的意义。

在传播策略上,构建电商文化出海的精准传播与运营体系。通过对目标市场受众审美习惯与接受心理的深入研究,借助本地化运营团队与跨国数字平台,将中国文化元素有机融入全球流行的叙事框架与视觉语义之中。例如,推出融合中外文化的电商主题内容,通过TikTok等平台实现精准传播;也可借鉴《黑神话:悟空》在全球游戏市场成功的经验,其核心在于用世界顶尖的技术水准和英雄叙事包装深厚的中国文化内核,实现了“硬实力”与“软实力”的完美结合[18]。

在产业上要以产业为载体打造具有全球影响力的中国数字文化IP集群和旗舰品牌;围绕长城、敦煌、传统节日等“中华文明标识”强化全产业链、多领域、跨媒介运作,打造国潮电商、数字文创、跨境电商IP等出海矩阵;推动电商企业通过本土化运营、跨境电商平台、IP授权等方式嵌入全球价值链,丰富应用场景,开拓新市场;文化自信是塑造数字品牌竞争力的灵魂所在,“中国制造”的数字品牌不但会赋

予中国文化更多的厚重感和认同感,进而使出口的商品更容易得到海外市场消费者的青睐,而且能充分满足数字品牌的成长需求,利用国外的资本、技术、市场来反哺中国文化发展。

4.4. 完善电商文化融合人才培养体系,筑牢电商发展智力基石

人才贯通“文化”与“电子商务”两个领域。人才短缺是关键卡点,既懂文化艺术,又懂电商运营与数字技术的人才十分匮乏,缺少打通两者结合的“桥接人才”,容易使文化自信不能充分融入到互联网经济中来,造成难以真正发挥出文化自信作用于互联网经济中的功效。

可以开设“电商文化经济”“数字文创与电商运营”等课程,在课程教学中整合马克思主义文化理论、中华优秀传统文化、互联网经济学、跨境电商运营、数据科学、AIGC 文创设计、跨文化传播等多门类的内容,使学生有机会走近并融入电商文创产品开发与跨境电商文化叙事实践。

同时,依托头部电商平台与互联网企业建立“产学研用”协作平台,鼓励支持其联合高校、科研院所打造“数字文化电商实验室”“跨文化传播创新中心”等协作载体,开展“非遗传承人+电商运营+数字技术”复合型人才培养;从政策上可将“电商文化融合”“跨境电商传播”纳入人才支持专项,对于能够创造新的文化和数据 IP,在文化 IP 数字化、文化数据资产化、跨文化数字营销等方面做出重要贡献的复合型人才或者团队予以重点激励和支持,加快培养大批立足于中华文化根基、拓展互联网经济新领域、引领互联网时代潮流的新型复合型人才队伍。

4.5. 构建“数字文化-电子商务”良性循环的生态系统

要推动文化自信与互联网经济实现高质量良性互动,需要构建健康、可持续的生态环境,并以市场机制为驱动,以金融支持为后盾,以评价体系为导向,以社会参与为基础,形成系统有力的支撑保障。

在要素市场层面,应加快培育规范高效的文化数据要素市场与产权交易市场。在国家数据基础制度框架下,探索建立覆盖电商文化数据确权、评估、交易的全流程机制,研究制定短视频文化内容版权定价标准与数字文创资产价值评估规范,推进电商文化数据资产化试点,使文化数据真正成为可量化、可交易的关键生产要素。

在金融支持层面,应构建适配电商文化产业特点的金融服务体系。一方面,创新金融工具,支持设立数字文化产业基金,推广电商文创 IP 质押融资、文化资产证券化等融资模式。另一方面,引导金融机构建立“电商文化价值”评估模型,不仅关注企业财务数据,更应纳入 IP 储备、文化影响力、用户认同等软实力指标,切实缓解中小互联网文化企业“轻资产、融资难”的困境[19]。

就社会层面而言,建立以社会效益为导向的电商文化项目评价体系,将文化传承度、价值引领力、公众满意度、跨文化传播效用等作为互联网文化项目的评价指标,促使更多的社会资本参与“向善而行”。借助于公共数字文化服务平台,提升人民群众的文化素养水平,在供给侧提供更加优质的数字文化产品和服务的同时也培育具备文化品位与参与能力的电商消费者,在需求侧为高品质的数字文化产品的生产提供可能,并最终实现文化的繁荣促进互联网经济的发展,互联网经济反过来促进文化的传承。

5. 结语

文化自信与电子商务的高质量发展具有内在统一性,是马克思主义关于经济基础与上层建筑辩证关系在当代中国的生动体现。“第二个结合”作为新时代发展的基本命题,以马克思主义的“魂脉”激活中华优秀传统文化的“根脉”,以真理力量筑牢文化自信,也从精神层面推动我国电子商务突破传统路径依赖、走出固有模式局限,以新时代技术底色激活数字新质生产力,实现从精神厚势到物质优势的转化。

电子商务在数字物质积累与产业科技升级中,不断凸显文化与自信的作用,并借助文化传播载体与实践场景,通过价值引领、要素注入、品牌塑造和伦理规范等方式,从需求端、供给端、国际端与生态端

全面牵引互联网经济发展质量的提升。文化自信正是在与电子商务高度融合的条件下得以培育和发展。二者一旦脱节, 易导致电子商务陷入“流量内卷”与文化浅薄, 也使文化自信失去现实依托与实践持续性。要使文化自信真正成为中国式现代化建设的重要驱动力, 就必须推动其与电子商务融合共生发展, 这也正是践行“物质文明与精神文明相协调”的必然路径。

立足“第二个结合”与实践导向, 以理论深掘、创新转化、国际传播、人才培养、生态构筑等为着力点, 解决文化资源数字化“符号化”“浅层化”的困局, 打通文化软实力转化为电商竞争力之壁垒。面向新的发展阶段, 强化“魂脉”与“根脉”的相互建构, 融合数字科技于文化之中, 促进跨部门协作以及制度建设上的共同推进, 将文化自信作为推动电子商务高质量发展、赋能美好生活的重要力量, 在促进共同富裕、推动构建人类命运共同体中探索一条契合我国国情的电商文化融合发展之路, 进一步丰富马克思主义中国化时代化的内涵及价值意蕴。面向“十五五”时期, 文化自信与电子商务的融合发展, 既是新质生产力培育的重要路径, 也是中国式现代化“物质文明与精神文明相协调”的生动实践, 将为全球数字经济文化融合提供中国方案。

基金项目

本文系江苏省教育厅 2024 年高校思想政治教育高校辅导员名师工作室建设项目阶段性成果。

参考文献

- [1] 马克思.《政治经济学批判》序言[M]//马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集(第 2 卷). 北京: 人民出版社, 2012: 3.
- [2] 恩格斯. 家庭、私有制和国家的起源//马克思恩格斯选集: 第 4 卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 编译. 北京: 人民出版社, 2012: 13-198.
- [3] 马克思, 恩格斯. 德意志意识形态[M]//马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集(第 1 卷). 北京: 人民出版社, 2012: 153.
- [4] 商志晓.“第二个结合”何以可行[J]. 马克思主义理论学科研究, 2025, 11(9): 4-13.
- [5] 马克思. 政治经济学批判导言[M]//马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集(第 2 卷). 北京: 人民出版社, 2012: 9-10.
- [6] 周文, 李吉良. 人文经济学: 中国式现代化的人文基因[J]. 广东社会科学, 2025(5): 16-29, 283-284.
- [7] 黄旭, 叶俊, 梁雅爽. 文化赋能现代工业体系的理论基础、现实挑战与实现路径[J/OL]. 产业经济评论, 1-17. <https://doi.org/10.19313/j.cnki.cn10-1223/f.20251204.004>, 2025-12-10.
- [8] 段妍. 文化新质生产力赋能经济高质量发展的逻辑理路与实践路径[J]. 求索, 2025(6): 27-33.
- [9] 林晓珊. 文化新质生产力与文化消费新趋势[J]. 新视野, 2025(3): 55-65.
- [10] 邵传林, 刘登晖. 面向新质生产力发展的产业政策创新与调整[J/OL]. 产业经济评论, 1-21. <https://doi.org/10.19313/j.cnki.cn10-1223/f.20251204.007>, 2025-12-10.
- [11] 汤尚. 面向“十五五”的新质生产力赋能优质文化资源直达基层研究[J/OL]. 图书馆, 1-7. <https://link.cnki.net/urlid/43.1031.G2.20250829.1541.006>, 2025-12-10.
- [12] 习近平. 在文化传承发展座谈会上的讲话[J]. 青海教育, 2025(Z2): 17-18, 27.
- [13] 潘岳. 以“两个结合”推进文化强国建设[EB/OL]. <http://www.cppcc.gov.cn/zxww/2025/11/28/ART11764289796968127.shtml>, 2025-11-28.
- [14] 徐金海, 陈琳琳. 新质生产力赋能文旅融合高质量发展的理论机理与路径[J]. 社会科学家, 2025(2): 68-75.
- [15] 杜黎明, 马敏. 新质生产力赋能经济社会发展全面绿色转型的机理与路径[J]. 江西社会科学, 2025, 45(6): 66-79.
- [16] 周锦, 曹洋. 新质生产力如何赋能文化产业高质量发展[J]. 烟台大学学报(哲学社会科学版), 2025, 38(3): 112-126.
- [17] 江小涓. 数字时代的技术与文化[J]. 中国社会科学, 2021(8): 4-34.
- [18] 刘晓霞, 史梦菲, 赵宸希. 新质生产力推动文化产业高质量发展的内在逻辑及路径研究[J]. 税务与经济, 2025(5): 90-95.
- [19] 王文姬, 曹德峰. 共同富裕视域下数字普惠金融对文化消费差距的影响研究[J]. 南京社会科学, 2023(1): 149-158.