

# 新发展理念引领下直播电子商务的高质量发展 路径探析

袁 驰

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年1月31日; 录用日期: 2026年2月10日; 发布日期: 2026年3月23日

## 摘 要

直播电子商务是数字经济与实体经济深度融合的新型业态, 在高速发展中暴露出的创新不足、协调失衡等深层次问题, 制约了其从规模扩张向质量提升的转型, 亟需新发展理念引领规范。本文以马克思主义生产力与生产关系辩证原理为基础, 引入数字劳动、平台资本主义理论视角, 界定了新发展理念与直播电商高质量发展的核心内涵, 剖析了二者的内在契合性, 还从新发展理念视角梳理了行业发展现状与现存问题。在此基础上, 本文从创新、协调、绿色、开放、共享五大维度提出直播电商高质量发展的具体路径, 并构建了政策、平台、行业、监管四位一体的配套保障机制。本研究旨在丰富新发展理念在数字经济领域的应用研究, 完善直播电商高质量发展的理论框架, 为行业规范可持续发展提供实践参考, 同时彰显马克思主义理论在数字经济时代的当代实践价值。

## 关键词

新发展理念, 高质量发展, 实体经济融合, 数字劳动, 平台资本主义

# Research on the High-Quality Development Path of Live E-Commerce under the Guidance of the New Development Concept

Chi Yuan

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

Received: January 31, 2026; accepted: February 10, 2026; published: March 23, 2026

## Abstract

Live e-commerce is a new form of the deep integration of the digital economy and the real economy.

The deep-seated problems such as insufficient innovation and unbalanced coordination exposed in its rapid development have restricted its transformation from scale expansion to quality improvement, which urgently needs the guidance and standardization of the new development concept. Based on the Marxist dialectical principle of productive forces and production relations, and introducing the theoretical perspectives of digital labor and platform capitalism, this paper uses the methods of literature research, case analysis and data analysis to define the core connotations of the new development concept and the high-quality development of live e-commerce, and analyzes their internal consistency. It also sorts out the industry's development status and existing problems from the perspective of the new development concept. On this basis, this paper puts forward specific paths for the high-quality development of live e-commerce from the five dimensions of innovation, coordination, green development, opening up and sharing, and constructs a four-in-one supporting guarantee mechanism including policy, platform, industry and supervision. This research aims to enrich the application research of the new development concept in the digital economy, improve the theoretical framework for the high-quality development of live e-commerce, provide practical references for the standardized and sustainable development of the industry, and highlight the contemporary practical value of Marxist theory in the digital economy era.

## Keywords

New Development Concept, High-Quality Development, Integration of Real Economy, Digital Labor, Platform Capitalism

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

数字技术迭代与居民消费升级的双重驱动下，直播电子商务成为数字经济与实体经济深度融合的典型业态，凭借互动性、场景化、高效率的特征，在提振消费、扩大就业、赋能乡村振兴与产业升级中发挥着重要作用。但行业在高速规模扩张的同时，也暴露出创新不足、协调失衡、绿色发展滞后等深层次问题，平台资本主义下的流量垄断与利益分配失衡问题凸显，数字劳动价值分配不合理等矛盾逐渐显现，制约其从规模扩张向质量提升的转型，亟需以创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念为引领实现规范发展。

当前学界对直播电商的研究已形成多元视角，既有研究多聚焦行业发展现状与现存问题梳理，围绕监管体系完善、乱象治理提出针对性对策；也有研究从宏观层面剖析新发展理念与数字经济的融合逻辑，阐释新发展理念对数字业态的指导价值；少数研究尝试将新发展理念与直播电商结合，探索行业发展路径，但整体研究深度不足。现有成果尚未深挖新发展理念的马克思主义理论根基，也未引入数字劳动、平台资本主义等理论视角与行业实践深度结合，缺乏对直播电商高质量发展核心内涵的精准界定，难以形成对行业发展的全面理论指导。

基于此，本文以马克思主义生产力与生产关系辩证原理为基础，引入数字劳动、平台资本主义理论视角，结合文献研究、案例分析与数据分析法，探析新发展理念与直播电商高质量发展的内在契合性，从五大理念视角梳理行业问题并提出发展路径，同时构建配套保障机制，以期完善直播电商高质量发展的理论框架，为行业规范可持续发展提供实践参考。

## 2. 核心概念界定与理论契合性分析

### 2.1. 核心概念界定

#### 2.1.1. 新发展理念

新发展理念是 2015 年党的十八届五中全会提出的重要发展理念，包含创新、协调、绿色、开放、共享五大维度，是一个相互联系、相互支撑、有机统一的整体，共同构成了我国经济社会高质量发展的指导体系。从马克思主义理论视角来看，新发展理念具有深厚的马克思主义理论根基，是马克思主义发展观在当代中国的创新发展：创新发展契合马克思主义生产力发展理论，强调通过技术创新、制度创新推动生产力的解放和发展；协调发展契合马克思主义系统观与整体观，强调事物之间的相互联系、相互作用，实现整体发展、全面发展；绿色发展契合马克思主义人与自然和谐共生思想，强调人是自然界的一部分，人类活动必须遵循自然规律；开放发展契合马克思主义世界历史理论，强调随着生产力的发展，世界各国将逐渐形成相互依存、相互联系的整体；共享发展契合马克思主义共同富裕理论，强调生产的目的是满足人民的物质文化需求，实现全体人民共同富裕[1]。

#### 2.1.2. 直播电商高质量发展

直播电子商务(简称“直播电商”)是指依托互联网直播技术，以主播为核心，通过直播平台实现商品展示、实时互动、在线交易、售后服务等全流程的新型电子商务模式，其核心特征是“直播 + 电商”的深度融合，兼具互动性、场景化、精准化、高效率的优势。作为数字技术赋能下的新生产力组织形式，直播电商重构了商品生产、流通、消费的全链条，改变了传统电商的供需关系，也催生了主播、MCN 机构、平台运营等新型数字劳动岗位，形成了全新的产业生态和生产关系格局。

直播电商高质量发展是相对于传统流量驱动型发展而言的，其核心内涵是实现“规模增长与质量提升并重、技术创新与业态规范协同、经济价值与社会价值统一”，同时也是矫正平台资本主义异化、实现数字劳动合理价值分配、重构和谐生产关系的过程。

#### 2.1.3. 数字劳动与平台资本主义

数字劳动是指在数字技术支撑下，劳动者依托互联网平台进行的生产性劳动，其劳动成果表现为数字内容、数据服务、线上交易促成等形式，是数字经济时代生产力的重要表现形式。直播电商领域的数字劳动涵盖主播的直播带货劳动、MCN 机构的运营管理劳动、平台的技术开发劳动、商家的线上运营劳动等多种形式。

平台资本主义是指以互联网平台为核心的资本积累模式，平台作为数字生产资料的掌握者，通过构建数字生态，整合供需双方资源，实现资本的增值。在直播电商领域，平台资本主义表现为头部平台掌握流量、数据等核心数字生产资料，通过算法推荐实现流量分配，对主播、中小商家等数字劳动者形成劳动控制；同时，平台通过抽成、佣金等方式攫取数字劳动的剩余价值，导致利益分配失衡，这也是直播电商行业共享发展不充分的重要根源。

### 2.2. 新发展理念与直播电商高质量发展的契合性

新发展理念作为我国经济社会高质量发展的根本遵循，与直播电商高质量发展的内在需求高度契合，五大理念分别从动力、结构、方向、空间、价值五个维度，为直播电商高质量发展提供了全方位的指导。

#### 2.2.1. 创新发展：直播电商高质量发展的核心动力

直播电商作为数字经济的新型业态，其发展本身就是创新的产物，数字技术的迭代是推动直播电商生产力发展的核心要素，而直播电商的发展也进一步推动了数字技术在实体经济领域的应用。创新发展

理念强调以创新为核心动力，推动技术、模式、内容等方面的全方位创新，这与直播电商高质量发展的核心需求高度契合。技术创新能够推动直播电商生产力的进一步发展，打破平台对数字生产资料的垄断，推动数字技术向供应链、生产端深度赋能；模式创新和内容创新能够摆脱“低价带货”的同质化竞争，培育新的经济增长点，同时为数字劳动者提供更多的就业形态和价值实现路径。

### 2.2.2. 协调发展：直播电商高质量发展的关键支撑

直播电商的高质量发展不是孤立的发展，而是与城乡发展、区域发展、实体经济发展紧密联系的整体发展，其作为新型生产力组织形式，必然要求生产关系与之相适应，而生产关系的失衡也是导致直播电商协调发展不足的重要原因。协调发展理念强调统筹兼顾各方面发展，破解发展不平衡问题，为直播电商统筹城乡、区域、业态发展，深化与实体经济融合提供了根本指导。通过统筹城乡、区域直播资源，能够推动数字生产资料的均衡分配，缩小发展差距；通过深化与实体经济融合，能够推动直播电商生产力与实体经济生产力协同发展，实现生产关系的优化调整[2]。

### 2.2.3. 绿色发展：直播电商高质量发展的必然要求

直播电商作为一种新型消费业态，其发展过程中涉及商品生产、物流配送、包装回收等多个环节，与生态环境密切相关，其生产力的发展不能以牺牲生态环境为代价。绿色发展理念强调生态优先、绿色低碳，推动可持续发展，这与直播电商高质量发展的内在要求高度契合。践行绿色发展理念，能够推动直播电商行业实现生产力的绿色转型，构建绿色供应链、绿色物流体系，实现经济发展与生态保护的统一；同时，绿色发展也能够推动生产关系的优化，形成“平台引导、商家践行、消费者参与”的绿色生态，破解平台资本主义下的生态异化问题[3]。

### 2.2.4. 开放发展：直播电商高质量发展的重要路径

在经济全球化深入发展的背景下，直播电商的高质量发展不能局限于国内市场，必须主动融入世界经济，实现内外联动发展。当前，我国直播电商行业在跨境发展方面面临诸多壁垒，国际影响力有限，其本质是直播电商生产力的国际拓展不足，而平台资本主义的本土垄断也制约了行业的国际化发展。

开放发展理念强调坚持对外开放，融入双循环格局，拓展发展空间，为直播电商推进跨境发展、输出中国模式、拓展国际市场提供了根本遵循。

### 2.2.5. 共享发展：直播电商高质量发展的价值归宿

直播电商作为一种普惠性的新型业态，其发展的根本目的是满足人民日益增长的美好生活需要，实现商家、主播、消费者、社会的多方共赢。但在平台资本主义下，平台掌握核心数字生产资料，通过算法控制和流量垄断，攫取数字劳动的剩余价值，导致主播、中小商家、农户等数字劳动者的利益受损，利益分配失衡，消费者权益也难以得到有效保障，违背了共享发展的理念。

共享发展理念强调以人民为中心，实现发展成果由人民共享，这与直播电商高质量发展的价值导向高度契合。践行共享发展理念，能够破解平台资本主义的利益分配异化，完善数字劳动的利益分配机制，保障数字劳动者的合法权益。

## 3. 新发展理念视角下直播电商的发展现状与现存问题

### 3.1. 直播电商行业发展现状

近年来，我国直播电商行业凭借数字技术的赋能和消费需求的拉动，实现了快速发展，已成为数字经济与实体经济融合的重要载体，在促消费、扩就业、赋能乡村振兴等方面发挥了重要作用，呈现出规模持续扩张、业态不断创新、赋能效应凸显的发展态势[4]。同时，直播电商作为新的生产力组织形式，

也催生了大量数字劳动岗位，重构了商品生产、流通的全链条，形成了全新的产业生态。

一是市场规模持续扩张，行业影响力不断提升。据中国国际电子商务中心发布的《直播电商高质量发展报告(2024)》显示，2024年我国直播电商市场规模达5.8万亿元，同比增长18.3%，占网上零售额的比重达38.2%，成为我国消费市场的重要增长极。同时，直播电商的覆盖范围不断扩大，从最初的服饰、美妆等品类，逐渐延伸至农产品、家电、汽车、房产等多个领域，成为全品类覆盖的新型消费模式[4]。

二是业态模式不断创新，发展活力持续激发。随着行业的发展，直播电商的业态模式不断丰富创新，“直播+产业带”“直播+助农”“直播+工厂”“AI数字人直播”等新型模式逐渐成为主流。其中，“直播+产业带”模式实现了商品从生产端直接到消费端的对接，降低了流通成本。

三是赋能效应凸显，助力经济社会高质量发展。直播电商不仅推动了消费升级，更在赋能实体经济、扩大就业、推动区域协调发展等方面发挥了重要作用。在赋能实体经济方面，72%的传统制造企业通过直播电商新增了客户来源，实现了销售额的增长，浙江江山、广东东莞等地区的制造企业，通过打造“车间直播间”，实现了“直播促生产、生产强直播”的良性循环。四是数字劳动生态初步形成，新型劳资关系显现。直播电商的发展催生了大量数字劳动岗位，形成了平台、MCN机构、主播、商家等多方参与的数字劳动生态。截至2024年，我国职业主播数量超1000万人，兼职主播超5000万人，MCN机构数量达1.8万家，主播与MCN机构之间形成了合同制、合作制、计件制等多种劳资关系，平台则通过算法对主播的数字劳动进行考核和激励，成为数字劳动生态的核心主导者[5]。

### 3.2. 新发展理念视角下直播电商的现存问题

尽管我国直播电商行业取得了快速发展，但从新发展理念的视角来看，行业在高质量发展过程中仍面临诸多问题，创新、协调、绿色、开放、共享五大理念的践行仍存在不足。

#### 3.2.1. 创新发展不足，发展动力亟待激活

创新是引领直播电商高质量发展的核心动力，但当前我国直播电商行业的创新能力仍有待提升，存在技术应用浅层化、模式同质化、内容创新不足等问题，平台资本主义下的流量垄断进一步制约了创新要素的流动和发展。

在技术创新方面，AI、大数据、数字孪生等先进技术的应用多停留在流量推荐、用户画像分析等浅层环节，未能深度赋能直播电商的供应链、生产、售后服务等全链路，如多数平台的AI技术仅用于主播推荐和商品推送，未实现对柔性生产、精准物流的深度赋能。平台作为数字技术的主要掌握者，为了维持垄断地位，缺乏推动技术向中小商家赋能的动力，导致技术创新的普惠性不足。

在模式创新方面，行业模式同质化严重，多数直播仍以“低价带货”为核心模式，缺乏对C2M定制化生产、非遗直播、知识直播等新型模式的探索。中小商家更是盲目跟风，缺乏自身特色，难以形成核心竞争力，其根源在于平台的流量分配算法倾向于低价带货的直播内容，创新型模式难以获得流量支持，平台资本主义的创新惰性凸显。

在内容创新方面，直播内容多以商品叫卖、低价促销为主，缺乏对产品知识、场景体验、文化内涵的挖掘，内容的专业性和趣味性不足，难以吸引用户长期关注。主播的数字劳动多集中于商品销售的促成，内容创作的劳动价值未能得到充分体现，平台对直播内容的考核也以销售额为核心指标，进一步制约了主播的内容创新积极性。

#### 3.2.2. 协调发展失衡，结构矛盾日益突出

协调发展是直播电商高质量发展的关键支撑，但当前我国直播电商行业存在城乡、区域、业态发展失衡，与实体经济融合不深等问题，结构矛盾日益突出。这一问题的本质是直播电商生产力的区域、城

乡分布不均，而生产关系的调整滞后于生产力的发展，平台资本主义下的资源集聚进一步加剧了发展的不平衡。

在城乡协调发展方面，城乡直播资源分配不均的问题较为明显，城市地区拥有完善的物流、仓储、人才配套，直播电商发展成熟，而农村地区缺乏专业的主播人才、完善的物流配套和标准化的仓储设施，导致农村直播电商发展缓慢，农特产品直播面临“卖得出、送不快、品难保”的问题。平台的数字生产资料向城市集聚，农村地区的数字基础设施和流量资源匮乏，城乡直播电商发展差距不断扩大。

在数字劳动协调方面，不同类型数字劳动者的发展失衡，头部主播凭借流量优势获得高额收益，而普通主播、兼职主播的劳动报酬偏低，MCN机构的运营人员、选品人员等数字劳动者的劳动价值也未能得到充分体现，数字劳动的职业发展通道狭窄。

### 3.2.3. 绿色发展短板，可持续发展面临挑战

绿色发展是直播电商高质量发展的必然要求，但当前我国直播电商行业的绿色发展水平不高，存在资源浪费、环境污染等问题，平台与商家为了追求资本增值，忽视了生态成本的投入，绿色发展理念难以落地生根。

在物流环节，直播电商的逆向物流退货率居高不下，服饰、美妆等类目退货率超过35%，大量退货商品造成了严重的资源浪费。同时，物流配送过程中使用的燃油车辆、不可降解包装等，也增加了碳排放量，加剧了环境污染。平台对商家的考核以销售额为核心，未将绿色物流纳入考核体系，商家缺乏降低退货率、践行绿色物流的动力。

在包装环节，直播商品过度包装问题突出，部分商家为了提升商品的视觉效果，使用多层包装、豪华包装，导致包装废弃物大量增加，绿色包装的普及率不足20%。平台为了提升用户体验，对商品包装的要求偏向于精美化，而非绿色化，进一步助长了过度包装的风气[6]。

### 3.2.4. 开放发展受限，国际发展空间不足

开放发展是直播电商高质量发展的重要路径，但当前我国直播电商行业的开放发展水平不高，跨境直播面临诸多壁垒，国际影响力有限，平台资本主义的本土垄断也制约了行业的国际化发展，直播电商生产力的国际拓展不足。

在跨境直播方面，我国直播电商平台面临海外平台壁垒、跨境物流不畅、海外合规风险高等问题。在跨境物流方面，物流成本高、配送周期长、退换货不便等问题制约了跨境直播电商的发展，2024年我国跨境直播电商交易额仅占直播电商总交易额的6.8%，国际影响力有限。我国跨境物流体系的建设滞后于跨境直播电商的发展，难以满足行业的国际化需求。

在模式输出方面，我国直播电商的发展模式具有独特优势，但目前缺乏对国际市场的深入研究和本土化适配，导致中国直播电商模式的国际输出不足。

### 3.2.5. 共享发展不充分，普惠价值未能彰显

共享发展是直播电商高质量发展的价值归宿，但当前我国直播电商行业的共享发展不充分，平台资本主义下的流量垄断和利益分配失衡问题凸显，数字劳动的价值分配不合理，消费者权益保障不到位，数字红利的普惠性不足。

在利益分配方面，直播电商行业的流量分配严重不均，头部平台掌握核心流量资源，头部主播凭借自身优势占据了行业80%以上的流量和销售额，而中小商家、农户、普通主播的流量资源匮乏，收益微薄。平台通过抽成、佣金等方式攫取了行业大部分利润，MCN机构也对主播的劳动报酬进行层层分成，普通主播的数字劳动价值被严重低估，形成了“平台垄断、头部集聚、中小困境”的利益分配格局，违背了共享发展的理念。在消费者权益保障方面，直播电商行业的虚假宣传、数据造假、假冒伪劣、售后

不完善等问题频发，部分主播为了追求销量，夸大产品功效、虚假承诺，损害了消费者的合法权益。

## 4. 新发展理念引领下直播电商高质量发展的具体路径

针对新发展理念视角下直播电商行业的现存问题，结合直播电商作为新生产力组织形式的发展特征，引入数字劳动、平台资本主义理论视角，本文从创新、协调、绿色、开放、共享五大维度，提出新发展理念引领下直播电商高质量发展的具体路径。

### 4.1. 以创新发展为核心，激活直播电商高质量发展动力

坚持创新发展理念，打破平台对数字生产资料的垄断，激活行业发展动力，破解行业发展瓶颈，实现直播电商的创新驱动发展，同时为数字劳动者提供更多的价值实现路径。

一是推动技术创新，赋能直播电商全链路升级。依托 AI、大数据、数字孪生、区块链等先进技术，推动技术与直播电商全链路的深度融合，实现技术赋能发展。在供应链环节，利用大数据、AI 技术分析用户消费需求，推动 C2M 定制化生产，实现“需求牵引供给”。在直播环节，推广 AI 数字人主播、虚拟直播等新型直播模式，降低中小商家的直播门槛，实现全天候直播，同时利用数字孪生技术打造虚拟直播场景，提升用户的沉浸感和体验感。在物流和售后服务环节，利用 AI、大数据技术优化物流配送路线，实现精准物流、快速配送，同时利用区块链技术实现商品溯源，保障商品质量，提升售后服务水平。

二是深化模式创新，培育行业发展新动能。摆脱“低价带货”的同质化模式，聚焦产业融合、特色发展，培育新型直播模式，推动直播电商模式升级。深化“直播 + 产业带”“直播 + 工厂”模式，推动直播电商向产业链上游延伸，赋能生产、研发环节，实现“直播促生产、生产强直播”的良性循环，如浙江江山 51 家制造企业打造 70 余个车间直播间，直接对接消费者，获取消费需求，优化生产流程，2024 年通过车间直播获得 30 亿元线上订单。培育“直播 + 乡村”“直播 + 非遗”“直播 + 知识”等特色模式，挖掘乡村特色、非遗文化、专业知识等内容，打造差异化竞争优势，避免低价内卷，如宿迁市依托乡村特色产业，打造“乡村直播基地”，培育乡村主播，推动农特产品品牌化、标准化发展，2024 年乡村直播销售额突破 50 亿元。探索跨境直播、社交直播等新型模式，拓展直播电商的发展空间，提升行业竞争力[7]。

三是强化内容创新，提升直播内容质量。推动直播内容从“价格带货”向“价值带货”转型，挖掘产品的文化内涵、实用价值，提升直播内容的专业性、趣味性和创新性，充分体现主播的内容创作劳动价值。加强主播培训，提升主播的专业素养和内容创作能力，引导主播从“商品叫卖者”向“产品推荐官”“知识分享者”转型，注重产品知识讲解、场景体验展示、实用技巧分享。挖掘产品的文化内涵和品牌故事，将文化元素融入直播内容，打造有温度、有内涵的直播内容，如非遗直播通过展示非遗技艺、讲述非遗故事，既推广了非遗产品，又传承了传统文化。平台应优化流量分配算法，对创新型内容给予流量倾斜，激励主播进行内容创作，让优质内容成为流量分配的核心指标。

### 4.2. 以协调发展为支撑，破解直播电商发展结构矛盾

坚持协调发展理念，统筹城乡、区域、业态发展，深化直播电商与实体经济的融合，推动数字生产资料的均衡分配，破解行业发展结构矛盾，实现直播电商的协调均衡发展，同时优化数字劳动的区域、城乡分布结构。

一是统筹城乡直播资源，推动城乡直播电商协同发展。聚焦乡村振兴，加大对农村直播电商的扶持力度，完善农村直播配套设施，培育农村直播人才，缩小城乡直播电商发展差距。建立乡村直播人才培养体系，加强与高校、职业院校、行业协会的合作，开展直播技能培训，培育一批本土乡村主播、返乡创

业主播，如宿迁市与当地高校合作开设直播电商专业，开展针对性培训，每年培育乡村主播超 2000 人。完善农村物流、仓储配套设施，依托农村电商服务站，搭建农村直播仓储基地，优化物流配送路线，解决农村直播“送不快、品难保”的问题。打造“农产品直播基地”，推动农特产品标准化、品牌化发展，统一产品包装、质量标准，提升农特产品的市场竞争力[8]。

二是推动区域协调发展，缩小区域直播电商发展差距。建立东中西部直播电商产业带合作机制，推动东部地区的技术、人才、平台资源向中西部地区辐射，带动中西部地区直播电商发展。鼓励东部地区的头部平台、主播、企业与中西部地区的产业带合作，搭建直播合作平台，输出直播技术和经验，帮助中西部地区培育特色直播产业带。

三是深化与实体经济融合，推动直播电商赋能产业升级。坚持“直播赋能实体经济”的发展导向，推动直播电商向产业链上游延伸，赋能生产、研发、销售等全环节，实现直播电商与实体经济的深度融合[9]。鼓励传统制造企业、中小企业入驻直播平台，打造“车间直播间”“工厂直播间”，直接对接消费者，获取消费需求，优化生产流程，实现柔性生产，提升产品竞争力。推动直播电商与农业、工业、服务业的深度融合，赋能农业现代化、工业智能化、服务业数字化，如农业领域通过直播推动农特产品产销对接，工业领域通过直播推广智能制造产品，服务业领域通过直播拓展服务场景[10]。完善直播电商与实体经济融合的激励机制，对积极开展直播电商业务、实现产业升级的企业给予财政补贴、税收优惠等扶持，激发企业的参与积极性。

四是优化数字劳动结构，推动数字劳动者协调发展。搭建数字劳动技能培训平台，面向普通主播、兼职主播开展专业技能培训，提升其劳动素养和就业能力。完善数字劳动的职业发展通道，为 MCN 机构运营人员、选品人员等数字劳动者提供晋升空间和培训机会。推动数字劳动岗位向农村、中西部地区延伸，培育本土数字劳动人才，实现数字劳动的区域、城乡均衡发展[11]。

### 4.3. 以绿色发展为导向，推动直播电商可持续发展

坚持绿色发展理念，聚焦绿色供应链、绿色包装、绿色消费，完善绿色发展标准，推动直播电商行业的绿色转型，实现直播电商的可持续发展，同时构建“平台引导、商家践行、消费者参与”的绿色生产关系。

一是构建绿色供应链，推动物流环节绿色转型。优化直播电商物流体系，减少物流环节的资源浪费和环境污染，构建绿色、高效、低碳的物流供应链。建立直播电商绿色退货机制，引导商家优化商品描述、提升产品质量，降低退货率，同时推动退货商品的回收利用，减少资源浪费。推广绿色物流、低碳物流，鼓励物流企业使用新能源配送车、可降解包装材料，优化物流配送路线，减少物流运输过程中的碳排放量。

二是完善绿色发展标准，强化绿色包装推广。建立健全直播电商绿色发展评价标准，明确商家在绿色生产、绿色包装、绿色物流等方面的要求，引导商家践行绿色发展理念。由行业协会、平台企业联合制定直播电商绿色包装标准，明确包装材料的环保要求、包装规格，禁止过度包装，推广可降解、可回收、可循环的绿色包装材料，如淘宝、抖音等平台出台绿色包装扶持政策，对使用绿色包装的商家给予流量倾斜和费用减免。加强对商家的绿色监管，建立绿色信用评价体系，对践行绿色发展理念的商家进行表彰和推广，对过度包装、资源浪费严重的商家进行处罚，倒逼商家落实绿色发展要求。平台应将绿色发展纳入商家考核体系，对绿色商家给予流量扶持，构建绿色发展的激励机制。

三是强化绿色消费引导，培育绿色消费理念。通过直播平台、主播引导消费者树立绿色消费理念，推动绿色消费行为，形成“商家绿色生产、平台绿色推广、消费者绿色购买”的良好生态。引导主播在直播过程中普及绿色消费知识，介绍绿色产品的优势和价值，推荐绿色、环保、低碳的商品，对绿色商

品标注“碳足迹”，引导消费者绿色购买。平台企业打造绿色商品专区，集中展示和推广绿色商品，给予绿色商品流量倾斜和价格优惠，激发消费者的绿色消费热情。

#### 4.4. 以开放发展为路径，拓展直播电商国际发展空间

坚持开放发展理念，主动融入双循环格局，推进跨境直播电商创新，推动中国直播电商模式的国际输出，拓展直播电商的国际发展空间，实现直播电商的开放包容发展，同时推动直播电商生产力的国际延伸。

一是推进跨境直播电商创新，突破跨境发展壁垒。依托自贸区、跨境电商综合试验区，搭建跨境直播电商平台，简化跨境直播备案流程，优化跨境直播监管模式，为跨境直播电商发展提供政策支持。完善跨境物流、支付配套体系，加强与国际物流企业的合作，搭建跨境物流专线，降低跨境物流成本，缩短配送周期，解决跨境直播“物流慢、成本高”的问题。二是推动直播电商模式出海，提升国际影响力。总结我国直播电商的发展经验和成功模式，结合海外市场的需求和特点，进行本土化适配，推动中国直播电商模式的国际输出[12]。鼓励我国头部直播电商平台、企业出海，在海外建立本土化直播团队、运营中心，适配海外市场的文化习俗和消费需求，打造本土化直播内容和品牌，如抖音海外版 TikTok 在东南亚、欧美等地区推出直播电商业务，结合当地文化特色打造直播内容，取得了良好的发展成效。加强与海外平台、企业的合作，开展跨境直播合作，推动中国优质商品“卖全球”，同时引进海外优质商品，丰富国内消费市场，实现内外循环相互促进。

三是融入双循环格局，拓展直播电商发展空间。立足国内大循环，依托我国庞大的消费市场，推动直播电商赋能国内产业升级，提升国内商品的竞争力；同时，依托国际大循环，推动跨境直播电商发展，拓展国际市场，实现国内国际双循环相互促进。鼓励国内产业带商家通过跨境直播走向国际市场，推广中国优质产业带商品，如南通家纺、义乌小商品等通过跨境直播，出口额同比增长 50% 以上。加强与“一带一路”沿线国家的直播电商合作，搭建“一带一路”跨境直播平台，推动中国直播电商技术、模式、商品向“一带一路”沿线国家输出，实现互利共赢。

#### 4.5. 以共享发展为归宿，彰显直播电商的普惠价值

坚持共享发展理念，以矫正平台资本主义异化为核心，完善利益分配机制，强化消费者权益保障，提升数字红利普惠性，实现商家、主播、消费者、社会的多方共赢，彰显直播电商的普惠价值和社会主义本质，同时优化数字劳动的生产关系，保障数字劳动者的合法权益。

一是完善利益分配机制，实现多方共赢。发挥平台企业的调节作用，优化流量分配算法，打破头部主播的流量垄断，向中小商家、乡村主播、普通主播倾斜流量资源，保障中小主体的合法权益。建立“产业带 + 主播 + 农户”的利益共享机制，明确各方的利益分配比例，保障农户、中小商家的合理收益，规范主播与 MCN 机构的劳资关系，出台数字劳动相关的行业规范，明确双方的权利和义务，禁止 MCN 机构克扣报酬、强制签约等行为，保障主播的数字劳动价值。加强行业自律，引导头部主播、企业承担社会责任，主动让利中小商家和农户，避免恶性竞争和利益垄断，推动行业良性发展。平台应降低抽成比例，减少对数字劳动剩余价值的攫取，推动利益分配向数字劳动者、中小商家倾斜[13]。

二是强化消费者权益保障，提升行业公信力。构建“政府监管 + 平台自律 + 社会监督”的消费者权益保障体系，严厉打击直播电商行业的虚假宣传、数据造假、假冒伪劣等违法违规行为，保障消费者的合法权益。平台企业履行主体责任，加强内容审核和品控管理，建立商品溯源体系，利用区块链技术实现商品从生产到销售的全程溯源，确保商品质量。监管部门加大监管力度，完善相关法律法规，对违法违规行为依法予以处罚，提高违法成本，畅通消费者投诉维权渠道，建立消费者投诉快速处理机制，

及时解决消费者的投诉举报，提升消费者的满意度和信任度。

三是提升数字红利普惠性，缩小数字鸿沟。加大对农村地区、低收入群体、残疾人等弱势群体的扶持力度，提升其数字素养和直播技能，帮助其参与直播电商行业，共享数字红利。开展面向弱势群体的数字技能培训，普及直播电商知识和操作技巧，帮助其掌握直播带货、商品推广等技能。完善农村地区的数字基础设施，加大宽带网络覆盖力度，降低农村地区的数字接入成本，让农村居民能够便捷地参与直播电商活动。鼓励平台企业推出针对弱势群体的扶持政策，如降低入驻门槛、提供流量倾斜、给予费用减免等，帮助弱势群体实现创业就业，缩小数字鸿沟，实现共同富裕。

## 5. 直播电商高质量发展的保障机制

为确保新发展理念引领下直播电商高质量发展路径的有效落实，推动直播电商行业规范、可持续发展，矫正平台资本主义异化，优化数字劳动生产关系，需要构建“政策保障、平台保障、行业保障、监管保障”四位一体的保障机制，为直播电商高质量发展提供全方位的支撑。

### 5.1. 政策保障：完善政策体系，强化政策扶持

政府部门应加强顶层设计，完善直播电商行业的法律法规和政策体系，强化政策扶持力度，引导直播电商行业践行新发展理念，实现高质量发展。完善直播电商行业法律法规，加快修订《电子商务法》《网络直播营销行为规范》等相关法律法规，增设数字劳动、平台资本主义相关的条款，明确直播电商平台、主播、MCN 机构的权利和义务，规范行业行为，打击违法违规行为。出台新发展理念引领下直播电商高质量发展的专项扶持政策，对创新发展、绿色发展、乡村直播、跨境直播等领域给予财政补贴、税收优惠、信贷支持等扶持。加强政策引导，制定直播电商行业发展规划，明确行业发展目标和重点任务，引导行业向创新化、协调化、绿色化、开放化、共享化方向发展。加强跨部门协作，建立直播电商发展协调机制，统筹推进直播电商行业的发展，破解行业发展中的难点、堵点问题。同时，出台数字劳动保障相关的政策，将主播等数字劳动者纳入劳动保障体系，保障其合法权益。

### 5.2. 平台保障：履行主体责任，强化自律管理

直播电商平台作为行业发展的核心载体，应履行主体责任，加强自律管理，优化平台服务，推动平台自身和行业的高质量发展，同时摒弃平台资本主义的垄断思维，践行共享发展理念。加强内容审核和品控管理，建立健全内容审核机制，严厉打击虚假宣传、数据造假、假冒伪劣等违法违规行为，规范主播和商家的行为。优化流量分配算法，打破头部垄断，向中小商家、乡村主播倾斜流量资源，保障中小主体的合法权益。完善平台服务体系，为商家、主播提供直播培训、物流配送、售后服务等全方位的服务，降低商家和主播的入驻门槛和运营成本。推动平台绿色发展，推广绿色包装、绿色物流，引导商家践行绿色发展理念。加强技术创新投入，推动 AI、大数据等先进技术的应用，提升平台的技术水平和服务质量，同时搭建技术共享平台，向中小商家开放技术资源。规范与 MCN 机构、主播的合作关系，降低抽成比例，保障数字劳动者的劳动报酬，推动利益共享。

### 5.3. 行业保障：加强行业自律，规范行业发展

行业协会应发挥桥梁纽带作用，加强行业自律，制定行业标准和职业道德规范，推动行业交流与合作，引导直播电商行业规范发展。成立直播电商行业协会，制定行业发展标准、职业道德规范和绿色发展评价标准，同时制定数字劳动行业规范，明确数字劳动者的权利和义务，规范劳资关系。加强行业交流与合作，组织开展直播电商行业论坛、培训、交流活动，推动技术、模式、经验的共享，提升行业整体发展水平。加强行业自律管理，建立行业信用评价体系，对践行新发展理念、规范运营的企业和主播进

行表彰和推广,对违法违规、失信失德的企业和主播进行惩戒,营造良好的行业氛围。开展行业研究,跟踪行业发展趋势,及时反映行业发展中的问题和诉求,为政府制定政策提供参考。同时,行业协会应建立数字劳动维权机制,为主播等数字劳动者提供维权服务,保障其合法权益。

#### 5.4. 监管保障: 构建协同监管体系, 提升监管效能

构建“政府监管 + 平台自律 + 社会监督”的协同监管体系,强化监管力度,提升监管效能,规范直播电商行业行为,保障行业高质量发展,同时加强对平台资本主义垄断行为的监管,维护市场公平竞争[14]。政府监管部门应加大监管力度,利用大数据、AI等先进技术,实现对直播电商行业的精准监管,加强对直播内容、商品质量、流量数据、利益分配等方面的监管,严厉打击平台垄断、流量造假、利益侵占等违法违规行为。加强跨部门、跨区域监管协作,建立监管信息共享机制,破解监管盲区,形成监管合力。平台企业应履行自律监管责任,加强对自身平台的监管,及时发现和处理违法违规行为,主动接受政府和社会的监督。畅通社会监督渠道,鼓励消费者、媒体、行业协会等参与社会监督,对违法违规行为进行举报和曝光,形成“人人参与监管、人人监督行业”的良好氛围。同时,加强对跨境直播电商的监管,完善跨境监管体系,保障跨境直播电商的规范发展。

## 6. 结论

直播电子商务作为数字经济与实体经济深度融合的新型业态,是数字经济时代新的生产力组织形式,已成为推动我国经济社会高质量发展的重要力量,但行业在发展过程中仍面临创新不足、协调失衡、绿色短板、开放受限、共享不充分等突出问题,同时存在生产关系变革滞后于生产力发展的问题,平台资本主义异化现象凸显,数字劳动的劳资关系、利益分配等问题亟待解决,亟需新发展理念的引领和规范。

## 参考文献

- [1] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯选集[M]. 北京: 人民出版社, 2012.
- [2] 习近平谈治国理政(第三卷) [M]. 北京: 外文出版社, 2020.
- [3] 论把握新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局[M]. 北京: 中央文献出版社, 2021.
- [4] 中国国际电子商务中心. 直播电商高质量发展报告(2024) [EB/OL]. <https://ciecc.ec.com.cn/upload/article/20250508/20250508102036216.pdf>, 2025-04-30.
- [5] 中国互联网络信息中心. 第53次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. [https://www.cac.gov.cn/2024-03/25/c\\_1713038218396702.htm](https://www.cac.gov.cn/2024-03/25/c_1713038218396702.htm), 2024-03-25.
- [6] 网络直播营销管理办法(试行) [EB/OL]. [https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-04/23/content\\_5601682.htm](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-04/23/content_5601682.htm), 2026-02-12.
- [7] 宿迁市人民政府. 电子商务产业发展条例[Z]. 2023.
- [8] 张辉. 新发展理念引领数字经济高质量发展研究[J]. 马克思主义研究, 2022(5): 102-110.
- [9] 王浩. 马克思主义生产力理论视角下直播电商创新发展研究[J]. 当代经济研究, 2023(7): 89-97.
- [10] 刘敏. 新发展理念与直播电商的融合发展研究[J]. 商业研究, 2024(2): 34-41.
- [11] 陈丽. 直播电商赋能乡村振兴的路径研究——基于共享发展理念[J]. 农业经济问题, 2024(1): 112-120.
- [12] 赵阳. 跨境直播电商的发展困境与突破路径[J]. 国际贸易问题, 2024(3): 78-86.
- [13] 万琳, 李祖佩. 电商平台主导下农产品流通主体的权力重构与利益分配——基于陕西省周县S镇的案例研究[J]. 农业经济问题, 2025(12): 41-57.
- [14] 欧阳日辉, 唐天裕. 电商平台“内卷式”价格竞争对生产者价格指数(PPI)的影响[J]. 价格理论与实践, 2025(5): 37-45, 241.