

数智技术赋能电子商务平台用户体验的 底层逻辑与实践路径探析

张文慧, 蒋俊明

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2026年7月10日; 录用日期: 2026年7月23日; 发布日期: 2026年9月4日

摘 要

随着数智技术在各领域的深入渗透, 电商平台的用户体验优化工作迎来了全新的发展机遇, 也面临着诸多现实挑战。立足数字经济背景下电商行业从规模扩张转向质量提升的转型现实, 以马克思主义生产力与生产关系辩证运动原理为根本指导, 直面传统电商长期存在的推荐同质化、客服响应滞后、搜索匹配精准度不足等用户体验痛点, 深入挖掘数智技术作为新质生产力在用户体验提升方面的赋能潜力。研究发现, 数智技术通过精准化、具身化、参与式三大核心逻辑, 对电商领域的供需匹配方式、用户价值感知形式以及价值创造模式进行了系统性重构。在此基础上, 探索出三条可落地的实践路径, 通过搭建全域数据运营体系、构建人机协同的智能化服务生态、打造沉浸式消费场景, 在发挥数智技术的效能的同时, 推动技术超越工具理性, 回归为人服务的目标指向。

关键词

数智技术, 电商平台, 用户体验

Exploring the Underlying Logic and Practical Path of Digital and Intelligent Technology Empowering User Experience on E-Commerce Platforms

Wenhui Zhang, Junming Jiang

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: July 10, 2026; accepted: July 23, 2026; published: September 4, 2026

文章引用: 张文慧, 蒋俊明. 数智技术赋能电子商务平台用户体验的底层逻辑与实践路径探析[J]. 电子商务评论, 2026, 15(9): 136-141. DOI: 10.12677/ecl.2026.159979

Abstract

With the deep penetration of digital and intelligent technology in various fields, the optimization of user experience on e-commerce platforms faces both new development opportunities and numerous practical challenges. Based on the reality of the e-commerce industry's transformation from scale expansion to quality improvement in the context of the digital economy, guided by the fundamental principle of Marxist dialectical movement of productive forces and production relations, this study addresses long-standing user experience pain points in traditional e-commerce, such as homogenization of recommendations, lagging customer service response, and insufficient search matching accuracy. It delves into the empowering potential of digital and intelligent technology as a new productive force in enhancing user experience. The study finds that digital and intelligent technology systematically reconstructs the supply-demand matching methods, user value perception forms, and value creation models in the e-commerce field through three core logics: precision, embodiment, and participation. Based on this, three practical paths are explored. By establishing a comprehensive data operation system, constructing an intelligent service ecosystem with human-machine collaboration, and creating immersive consumption scenarios, the study promotes the efficacy of digital and intelligent technology while pushing technology beyond instrumental rationality and returning to the goal of serving people.

Keywords

Digital and Intelligent Technology, E-Commerce Platform, User Experience

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

数字经济深入推进, 电商正从“做大”转向“做精”。流量红利消退使电商竞争转向用户全生命周期价值, 用户体验成为核心命题。已有研究从价值共创[1]与技术接受[2]等视角分析了用户参与对平台绩效的促进作用。尽管已有研究从“价值共创”角度探讨用户参与, 但本文基于生产关系的视角, 更强调这种参与对改变用户与平台之间权力关系的潜在意义。基于此, 本文聚焦数智技术优化用户体验的内在逻辑, 揭示其背后隐含的权力转移机制, 为构建更公平的电商生产关系提供理论参照。

2. 数智技术与电商用户体验的辩证审视

数智技术的兴起, 正以革命性的力量逐步重塑着电子商务的生态格局, 这是当下电商行业发展中面临的现实。要把握数智技术对电商用户体验的深刻影响, 或必先从数智技术作为新质生产力的本质特征出发, 辩证剖析其赋能价值与现实困境。而所有电商用户体验领域的问题, 究其深层根源, 或皆是传统生产关系与新质生产力之间辩证矛盾的具象化体现。

2.1. 数智技术的本质特征与体系构成

数智技术是数字化和智能化技术深度结合的成果, 它代表着一种全新的生产力形态, 从本质上来说, 数智技术搭建起了以数据为核心生产要素、算法为核心生产工具、算力为核心基础设施的技术生态系统, 在这套体系里, 大数据技术负责感知和收集各类生产资料, 人工智能技术主导价值创造的核心环节, 物

联网技术打通了物理世界和数字世界的连接, 云计算为社会化大生产提供必要的基础支撑, AR/VR 技术则更新了商品价值的展示形式, 只有这些技术形成集群并相互配合, 才能真正实现对传统电商生产方式的根本性变革, 这也是数智技术作为新质生产力的核心特征。

2.2. 电商用户体验的辩证认识

电子商务是数字经济的核心组成部分, 其用户体验的水准直接关乎平台的市场竞争力与可持续发展[3]。数字商业的繁荣使网络购物成为主流消费模式。消费者需求的持续升级与分化, 是推动电子商务竞争加剧的内在动力, 对平台的服务水准、用户体验与模式创新提出了更高要求。数字商业的繁荣使网络购物成为主流消费模式。消费者需求的持续升级与分化, 是推动电子商务竞争加剧的内在动力, 对平台的服务水准、用户体验与模式创新提出了更高要求[4]。马克思在《1857~1858 年经济学手稿》中对消费力进行了论述, 即“消费的能力是消费的条件, 而这种能力是一种个人才能的发展, 生产力的发展”[5]。从马克思主义消费理论视角来看, 电商平台的用户体验本质上反映了用户在商品流通和消费过程中的主体性地位。我们将电商用户体验拆解为功能、情感、场景、价值四个辩证统一的维度, 这四个维度相互联系、相互制约, 共同构成了一个完整的用户体验价值体系, 分别体现在功能体验体现了使用价值实现的物质基础, 平台搜索、下单、支付等功能的流程适配性, 直接决定了用户体验的基本底线; 情感体验反映了消费过程中的精神满足, 客服的情感性服务供给、售后的高效性问题处置满足了用户获得情感认同的需求; 场景体验展现了消费时空的延伸与重构, 直播带货这一典型实例正是让消费者突破线下固定场景的限制; 价值体验则揭示了用户作为价值共创者的本质属性, 用户发布的商品测评、使用反馈, 为平台和其他消费者提供价值增量。上述方面正是数字时代价值共创的具体体现。

2.3. 现实困境的深层剖析

当前电商用户体验方面存在的不少问题, 根源都在传统生产关系各个环节的内在矛盾, 固定规则的推荐系统让“信息茧房”现象越来越明显, 人工客服体系没法保证服务质量的稳定性和响应速度, 关键词检索机制没法精准把握用户的真实意图, 脱节的购物流程和不够透明的供应链管理, 更是不断消耗着用户的信任度。这些问题的本质, 是传统生产关系难以适应新的生产力发展要求的集中体现[6]。推荐内容的同质化问题, 根源是资本追求标准化生产和用户个性化需求之间的矛盾, 客服体系的效率偏低, 体现了社会化大生产和个性化服务之间的内在矛盾, 搜索功能的机械死板, 暴露出技术理性和人的全面发展要求之间的差距, 购物流程的脱节, 也说明资本追求效率最大化和用户体验完整性之间的冲突, 是资本逻辑对用户信任的不断消耗, 解决这些矛盾, 既需要新质生产力的技术突破, 更需要与之匹配的生产关系调整, 而调整的核心, 始终要回归人的需求、彰显人的主体性。

3. 数智技术优化用户体验的内在逻辑

电商平台用户体验, 是用户从搜索、浏览、决策、购买至售后全流程的感知质量与满意程度。它不仅关乎流程顺畅, 更集中体现了平台满足用户需求的能力, 其核心要素包括精准高效的信息获取、智能化的商品推荐、流畅自然的交互设计, 以及及时可靠的服务响应[7]。

3.1. 精准化逻辑: 供需关系的智能化重构

数智技术依靠精准化逻辑, 实现了电商领域供需匹配方式的根本性改变, 这一改变的关键, 是用智能算法这一先进的生产工具, 对用户这一生产过程中的重要主体进行深入理解和精准服务, 智能算法的广泛深入应用, 让平台能够搭建动态的用户画像和智能推荐系统, 更精准地捕捉用户需求的变化趋势,

最终实现从“人找货”到“货找人”的转变。智能推荐系统由深度神经网络与协同过滤混合驱动,通过解码用户浏览、点击、购买等行为,动态生成高度匹配其兴趣与习惯的个性化商品列表[8]。这种转变不仅大幅提升了商品的流通效率,更从根本上改变了传统的商品交换关系,让生产更贴近消费需求,让价值创造更精准地对接价值实现环节,需要特别注意的是,这一过程必须警惕算法权力异化的风险,算法容易变成资本收割流量的工具,甚至会变成掩盖人的多元需求的屏障,要在技术效率和人的全面发展之间找到合适的平衡点。

3.2. 具身化逻辑: 使用价值体验的数字化跃升

数智技术依靠具身化逻辑,有效破解了电商场景中商品使用价值感知缺失的核心难题,这也是线上购物和线下购物最核心的区别,借助 AR、VR 等技术手段,用户能在虚拟环境里获得接近真实的商品感知体验,很大程度上弥补了线上购物没法直接检验商品使用价值的不足,从商品二因素理论来看,这样的技术创新让商品的价值表现形式变得更丰富,使用价值的验证方式也更多元,在一定程度上缓解了线上交易中“商品惊险的跳跃”这一经典难题,这样的体验升级不仅提升了交易效率,更关键的是强化了用户在价值实现过程中的主体地位,让用户能更自主地做出消费选择。

3.3. 参与式逻辑: 价值创造主体的历史性回归

数智技术依靠参与式逻辑,重新确立了用户在价值创造过程中的主体地位,这一逻辑的落地,也是对传统生产关系的深刻革新,在数智技术的支持下,用户不再是被动接受服务的消费者,而是变成了价值共创的积极参与者,平台通过系统利用用户生成的内容和行为数据,能把用户的智慧和创造力融入价值创造的整个过程,这样的转变从本质上革新了传统生产关系,打破了生产者和消费者之间的绝对界限,让价值创造的过程变得更加民主、更加社会化,这种新型生产关系不仅改善了用户体验,更重要的是为实现人的全面发展创造了有利条件。

4. 数智技术优化用户体验的实践路径

在剖析了数智时代电商用户体验的深层矛盾后,探索其破解之道便成为当务之急。数智技术优化用户体验的实践,其终极目标绝非简单的效率提升,而是超越工具理性,使技术发展回归人的尺度,从“数据驱动”的运营体系革新,到“人机协同”的服务生态重构,再到“沉浸场景”的消费价值拓展,三者共同构成了一套回应核心问题、旨在实现用户体验更深层次解放的实践方案。

4.1. 构建全域数据驱动的精准化运营体系

搭建全域数据驱动的精准化运营体系,本质是建立适配数智时代发展要求的新型生产关系,这一实施路径需要打破各业务板块的传统数据孤岛,搭建统一的数据中台,实现数据这一核心生产资料的社会化共享与高效利用,推荐算法的时序性学习机制,可以实时追踪用户兴趣的变化趋势。它不仅能识别用户在不同阶段的消费侧重,更能敏锐捕捉其核心偏好的转移趋势,从而理解用户需求的动态演进[9]。搭建起多维动态的用户标签体系,平台能更精准地掌握用户的需求特征,加入多样性探索机制,可以很好地规避算法带来的“异化”问题,打造全场景的智能触达能力,能让价值传递变得精准高效,搭建这样的运营体系,不仅需要技术层面的创新突破,更需要配套调整生产关系,保证技术发展始终服务于人的真实需求。

4.2. 建立人机协同的智能化服务生态

打造人机协同的智能服务生态,核心在于妥善协调技术发展与人文关怀之间的内在关系,在全面提升智能客服的理解与响应能力的同时,也要守住服务本身应有的温度,在稳步推进服务流程自动化的过

程中, 还要保障用户与服务主体的地位不被弱化, 合理运用 AIGC 技术, 更要保护人的创造能力与独特属性, 这样的服务生态在实际构建中, 充分体现出技术发展与人的全面发展相统一的内在要求, 也是数智时代下新型服务关系的真实展现。

4.3. 打造沉浸式消费的场景化解决方案

打造沉浸式消费的场景化方案, 核心在于借助技术创新重新塑造消费场景, 提升用户对商品使用价值的感知层次, 平台可以开发 3D 购物与 VR 商城, 推动 AR 技术更广泛地落地应用, 探索 VR 直播等新的互动形式, 为用户带来更丰富、更贴近真实的消费感受, 这种场景层面的重构不只改变了商品的展示形式, 更改变了价值实现的具体方式, 让线上消费可以更好地满足人们不断提升的美好生活需求, 在整个推进过程中, 要始终坚持以人为本的基本原则, 保证技术创新真正落到提升用户体验的实际效果上。

5. 挑战与展望

在推进数智技术赋能用户体验的过程中, 既要看到技术进步带来的积极改变, 也要清醒认识到其中潜藏的各类矛盾与现实挑战, 算法权力的过度集中可能引发新的异化问题, 数据垄断会进一步加剧市场发展的不公平现象, 过度的技术依赖也会不断弱化人在消费活动中的主体地位, 解决这些问题, 不仅需要持续推进技术层面的优化与创新, 更需要加强制度层面的完善和价值层面的正确引导。未来, 随着数智技术的持续发展与深度应用, 电商行业还会迎来更为深刻的整体变革, 需要在马克思主义理论的科学指引下, 坚持技术发展服务人民、技术成果由人民共享的基本理念, 不断探寻技术创新与人文关怀相互统一的可行路径。

6. 结语

数智技术对电商用户体验的优化是一项系统性工程, 既包含生产力层面的技术创新, 也涵盖生产关系层面的制度调整与创新, 本文通过搭建“逻辑-路径”的分析框架, 阐释了数智技术赋能用户体验的内在机理与实践方向, 从相关分析可以看出, 只有在马克思主义理论的科学指导下, 才能准确把握这场变革的深层逻辑, 找到契合最广大用户根本利益的实践方向, 后续研究可以进一步聚焦数智技术发展中的伦理规范、制度保障以及人的全面发展等议题, 为推动电商平台实现高质量发展提供更为系统和全面的理论支持。

基金项目

江苏大学第二十四批学生科研课题立项项目“数智赋能‘三新’青年思政教育的分众化机制与实践路径研究”(项目号: 24C135); 2025 年江苏省研究生科研与实践创新计划(项目号: KYCX25_4138)。

参考文献

- [1] Davis, F.D. (1989) Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13, 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- [2] Zwass, V. (2010) Co-Creation: Toward a Taxonomy and an Integrated Research Perspective. *International Journal of Electronic Commerce*, 15, 11-48. <https://doi.org/10.2753/jec1086-4415150101>
- [3] 宋柯颖, 巴若易, 杜静雯. 电子商务对传统零售业的冲击与转型[J]. 商场现代化, 2025(15): 14-16.
- [4] 夏近秋. 电子商务平台用户体验对购买意愿的影响研究[J]. 商场现代化, 2024(21): 25-27.
- [5] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集: 第 8 卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 14.
- [6] 喻焕. AIGC 助力电商效能的提升[J]. 现代家电, 2025(4): 60-64.
- [7] 吴静. 电子商务平台用户增长策略的创新与实践研究[J]. 现代商贸工业, 2025(18): 107-110.

- [8] 杨剑彬. 人工智能赋能电子商务高质量发展路径研究[J]. 现代商业研究, 2025(8): 52-54.
- [9] 苏美文, 杨文爽, 李博文, 等. 推动人工智能与实体经济深度融合加快发展新质生产力[J]. 工业技术经济, 2025, 44(4): 32-59.