

数据要素驱动下电商平台运营效率提升与大学生创业赋能

陈思伽

南京邮电大学, 电子与光学工程学院、柔性电子(未来技术)学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年8月10日; 录用日期: 2026年8月25日; 发布日期: 2026年10月23日

摘要

数据要素能否有效赋能大学生创业, 是数字经济时代创业教育的重要议题。既有研究揭示了电商平台效率提升的机理, 也指出了大学生创业成功率偏低的现实, 但对二者间的“传导断层”缺乏系统诊断。本文借助技术-组织-环境(TOE)框架与动态能力理论, 聚焦于这一断层。研究发现, 当前赋能实践面临三重障碍: 技术维度上, 平台工具门槛高、接口缺失且存在马太效应; 组织维度上, 高校教育脱节, 大学生创业者感知、捕获、转型能力薄弱; 环境维度上, 专项政策缺位、跨部门协同不畅、治理规范模糊。据此, 从技术、组织和环境三个层面提出针对性优化策略。研究表明, 破解赋能困局的关键不在于技术工具供给, 而在于系统性降低TOE三个维度障碍, 并着力培育创业者的动态能力。

关键词

数据要素, 电商平台, 大学生创业教育, 动态能力, TOE框架

Improvement of E-Commerce Platform Operation Efficiency and Entrepreneurial Empowerment of College Students Driven by Data Elements

Sijia Chen

College of Electronics and Optical Engineering, College of Flexible Electronics (Future Technology), Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: August 10, 2026; accepted: August 25, 2026; published: October 23, 2026

Abstract

Whether data elements can effectively empower college students to start their own businesses is an

文章引用: 陈思伽. 数据要素驱动下电商平台运营效率提升与大学生创业赋能[J]. 电子商务评论, 2026, 15(10): 560-569. DOI: 10.12677/ecl.2026.15101153

important issue in entrepreneurship education in the digital economy era. Existing research has revealed the mechanism of improving the efficiency of e-commerce platforms, and also pointed out the reality of the low entrepreneurial success rate of college students, but there is a lack of systematic diagnosis of the “conduction gap” between the two. This article focuses on this gap with the help of the technology-organization-environment (TOE) framework and dynamic capabilities theory. The study found that current empowerment practices face three obstacles: from the technical dimension, platform tool thresholds are high, interfaces are missing, and the Matthew Effect exists; from the organizational dimension, university education is out of touch, and college student entrepreneurs have weak abilities to perceive, capture, and transform; from the environmental dimension, special policies are absent, cross-department collaboration is poor, and governance norms are vague. Based on this, targeted optimization strategies are proposed from three levels: technology, organization and environment. Research shows that the key to solving the empowerment dilemma lies not in the supply of technical tools, but in systematically reducing obstacles in the three dimensions of TOE and focusing on cultivating the dynamic capabilities of entrepreneurs.

Keywords

Data Elements, E-Commerce Platforms, University Student Entrepreneurship Education, Dynamic Capabilities, TOE Framework

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

随着《中共中央 国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》(即“数据二十条”)正式出台¹,数据要素开始从理念层面正式进入实践层面,数字消费行业竞争逻辑由此加速重塑。“十四五”期间,我国数字消费整体规模超 23.8 万亿元,连续 13 年位居全球最大网络零售市场²。数字平台因此积淀了海量用户行为和交易数据,并基于这些数据提炼出用户转化率、营销投产比、履约时效等核心运营指标,使其成为驱动自身效率提升的关键数据要素[1]。依托这些数据要素,平台将选品洞察、用户画像等数据能力,转化为一系列精准营销工具与生态服务。理论上,这些数据产品和服务的应用,应能降低初创者的获客门槛与试错成本,从而产生普惠性的“溢出效应”。然而现实中,受数据垄断、算法黑箱和高昂的流量成本等因素制约,其溢出效应并未有效惠及大学生创业者。大学生电商平台创业成功率长期偏低,恰恰印证了这一困境。其症结不在于数据缺乏价值,而在于平台侧的数据势能未能转化为创业者可获取、可应用的能力要素,这种传导断层,使得数据要素难以自然转变为支撑大学生创业的现实力量。

何以断层?既有研究大致沿着三条脉络展开。一是聚焦数据要素的制度研究。主要聚焦数据确权、定价与流通机制,核心关切是让数据安全合规地流动起来[2]。其讨论终点大多停留在规则制定层面,很少进一步追踪规则落地后的实际效用。对于大学生创业者而言,真正的困难并非数据无法流动,而是流动到面前的数据超出了他们的理解和应用范围。制度研究回答了数据如何流动的问题,却没有回答数据如何被有效使用的问题。二是聚焦平台对中小商家的赋能研究。研究对象通常围绕具备一定的经营基础和经验积累的中小商家,揭示平台在流量分配、数据工具、供应链服务等方面对经营者的支撑作用[3]。

¹中共中央 国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见[EB/OL].

https://www.gov.cn/zhengce/2022-12/19/content_5732695.htm, 2022-12-02.

²网络零售市场规模连续 13 年居全球第一 我国网络消费延续向好向新态势[EB/OL].

https://www.gov.cn/lianbo/202603/content_7060109.htm, 2026-03-01.

但是大学生创业者大多数属于初创型，恰恰缺乏这些前提条件。平台提供的数据工具预设了一个他们尚未达到的能力门槛，使用者却难以有效接应。三是围绕大学生创业教育研究展开。该类研究多侧重于创业教育本身，往往侧重于通用能力的培养，诚然在课程体系、能力模型、扶持政策等方面积累了丰富的成果[4]，但是很少将电商平台的数据环境和技术工具作为分析变量。由此便会导致学校教育传授的内容与平台运营所需的实操能力之间出现了结构性错位，大学生创业时往往无所适从。

将上述三条脉络并置观察，可以发现，制度设计、平台赋权与教育培养这三个环节，各自沿着自身的轨道运行，未能围绕大学生创业者这一特定群体形成合力。制度解决了数据流动的规则问题，平台提供了效率提升的工具，教育培育了通用的创业素养。却无人专门回应一个更根本的问题，即数据要素到底需要经历怎样的转化环节，才能变成大学生创业者真正可用的能力。本文的核心任务正是揭示这一转化链条的内在机制与断裂根源。为此引入动态能力理论和技术-组织-环境(Technology-Organization-Environment, 简称 TOE)框架进行分析。前者主要解释大学生如何通过感知、捕获、转型三种能力整合内外部资源以形成竞争优势，本文用以揭示创业者将外部赋能资源内化为自身绩效的关键中介机制。后者从技术、组织、环境三个维度系统诊断组织采纳技术创新时所面临的阻碍，适用于本文分析赋能过程中的多层次结构性障碍。二者的结合，能够从“宏观结构诊断”与“微观机制阐释”两个层面，系统回答数据要素赋能传导断层的成因与破解路径。据此，本文提出三个问题：第一个问题，数据要素驱动电商平台运营效率提升的内在机理是什么？第二个问题，这一效率提升机制如何才能有效赋能大学生创业群体？第三个问题，当前赋能实践面临哪些来自技术、组织、环境维度的现实障碍，又应当如何加以破解？

2. 数据要素驱动电商平台运营效率提升的机理分析

2.1. 核心概念

1、数据要素

数据要素是指参与到社会生产经营活动中，能够带来经济效益的数据资源，具有“非竞争性”“规模报酬递增”“高固定成本、低边际成本”的特征[5]。与传统生产要素相比，数据要素呈现出三个根本差异。第一个差异性特征是非竞争性。同一份数据可以被无数个使用者在同一时间、不同场景下重复利用而不会在使用过程中产生消耗或价值减损，使用的边际成本近乎为零[6]。第二个差异性特征是规模报酬递增。孤立的数据点价值微弱，但当数据量积累到一定阈值之后，其中所蕴含的模式规律与预测能力便呈指数级放大。第三个差异性特征是：高固定成本、低边际成本。平台建设过程中数据采集、清洗、标注、建模、存储基础设施建设等前期环节需要投入大量资源，这些成本不随数据使用量或复制次数增加而变化[7]。数据要素的价值不在于其自身，而在于其流动与应用之中。

2、电商平台运营效率

电商平台运营效率，指的是平台在用户获取、营销转化、订单履约、风险控制等全链路环节中，实现低成本、高产出、优体验的综合能力[8]。与传统的电商绩效侧重评价“做得怎么样”³不同，本文侧重于分析“怎么做得更好”，将从四个维度来衡量电商平台运营效率。用户转化效率，衡量流量向实际购买转化的比率，反映平台将注意力变现的能力；营销投入产出效率，着眼单位营销支出所带来的销售额增长，反映资源配置的精准程度；供应链履约效率，指向订单从生成到交付的时间周期与成本水平，反映后端运营的协同能力；风控治理效率，覆盖风险识别与处置的及时性与准确性，反映平台生态的健康程度。其中，用户转化是起点，决定了流量价值的基础水位；营销投放是杠杆，放大了优质供给的触达范围；履约交付是支撑，将交易意愿转化为实际成交；风控治理是底线，保障前述各环节始终运行在合

³电商绩效，通常多被拆解为营销与销售、客户服务、供应链效率与财务表现等构面，或者按意识唤醒、线索培育到销售转化的阶段细分为一系列数据驱动指标。这些做法的落脚点在于经营结果，侧重评价“做得怎么样”。

规轨道上。

3、大学生电商创业赋能

在平台研究领域，赋能通常被理解为平台通过整合资源、开放能力来降低参与方的交易成本和学习成本。从数字商业生态系统的视角来看，平台赋能可以进一步分解为价值节点、价值链条和价值网络三个层次[5]。由此，本文所讨论的“大学生电商创业赋能”，指的是平台将自身的数据资源与运营能力，以工具化、服务化的形式向大学生创业者开放，由此推动其从经验主导型创业转向数据驱动型创业的过程。

该过程并非简单的将数据资源划拨给创业者，而是将平台运营过程中积累的数据分析成果、市场洞察路径和资源配置方案，封装成工具与服务，以降低创业者获取这些要素的门槛。为此本文依托 TOE 框架，从技术、组织和环境三个维度，系统分析大学生数据要素赋能大学生电商创业的障碍和路径。并在该过程中综合运用动态能力模型，解释大学生如何将外部赋能内化为自身的创业绩效。资源获取便捷程度、大学生运营能力的成长、风险应对有效性三个方面衡量平台对大学生创业者的赋能效果。其中，资源获取对应技术维度和环境。同时，重点关注大学生电商创业三个方面的表现：数据资源的可及性与便捷程度、大学生运营能力的成长状况、以及创业风险的应对有效性。需要说明的是，这三个方面是根据平台赋能理论和大学生创业的特点归纳而来的操作化观察点，目前学术界尚无针对这一群体的统一衡量框架，系本文在此提出的初步尝试。

2.2. 理论基础

1、动态能力理论

动态能力是企业通过组织与战略惯例重构资源以应对环境变化的能力[9]，早期被界定为超越功能能力的战略更新能力，与功能能力、创新能力构成递进关系[10]。后续研究强调动态能力是企业调整资源组合的核心，体现为资源整合惯例[11]。本文对动态能力理论的运用聚焦于两个层面：一是诊断困境根源。对于大学生创业者而言，电商平台开放的数据、流量、供应链等均属于外部赋能资源，但这些资源本身并不自动产生价值。大学生能否有效吸收、整合并应用这些资源，取决于其自身的动态能力水平，具体包括感知能力(识别机会与威胁)、捕获能力(把握新机会所需的知识、技能与资源)和转型能力(持续学习与重构资产)；二是重构提升路径。按照动态能力需要具备的感知、捕获和转型三方面的能力维度，将“树立数据思维”升华为“提升感知能力”，将“夯实实操技能”升华为“强化捕获能力”，将“应对风险”升华为“涵养转型能力”。使外部资源通过动态能力的中介作用真正内化为大学生创业的实践本领。

2、TOE 框架

TOE 框架由 Tornatzky 和 Fleischer 提出，即一项新兴技术被采纳和应用主要受技术、组织以及环境三个维度影响[12]。本文对 TOE 框架的运用体现为：技术维度对应平台数据工具的复杂性与开放不足、与教学环境的接口缺失；组织维度对应高校创业教育的滞后与学生动态能力的薄弱；环境维度对应政府政策缺位、数据治理制度模糊、跨部门协同不足与生态割裂。依托此框架，对现实困境的诊断升级为技术、组织、环境三个系统层面的结构化分析，清晰揭示了各维度之间的嵌套关系。在优化策略中，电商平台的建议主要回应技术维度，高校与大学生的建议主要回应组织维度，政府的建议主要回应环境维度。

由此，动态能力理论与 TOE 框架共同构成本文的理论根基。动态能力理论聚焦创业者从资源获取到绩效产出的中间环节，揭示外部赋能何以未能转化为创业能力的内在机理，回答“为何未能转化”的问题。TOE 框架从技术、组织、环境三个维度诊断赋能障碍的结构性分布，回答“阻碍在哪里”的问题。

2.3. 数据要素嵌入运营全链路的效率生成逻辑

数据要素驱动电商平台运营效率提升的核心机理，在于其能够系统性地降低经营全链路中的不确定

性。通过采集、建模与反馈闭环，数据要素将传统电商运营中不可知的用户需求、不可测的营销效果、不可控的供应链响应与不可预的风险事件，逐步转化为可量化、可预测、可干预的决策变量，从而使平台形成自我强化的效率闭环。

然而，这一效率闭环的持续优化，天然倾向于将资源集中到数据最丰富、反馈最密集的头部的商家身上。因为头部商家的交易量大、行为路径长，能够为算法提供更充分的训练样本，从而获得更精准的流量分配与营销建议。相反，大学生创业者普遍面临“冷启动”困境：缺乏历史交易数据，无法被算法充分识别；行为稀疏，难以在闭环中获得正向反馈。平台为提升整体效率而设计的复杂工具，如多维归因报表、动态定价模型，其操作界面与解读逻辑也默认使用者具备相当的运营经验，这进一步抬高了新手的入门门槛。

换言之，数据要素驱动效率提升的“规模报酬递增”特性，在平台内部形成了“富者愈富”的马太效应；而恰恰是这种效应，使得平台所沉淀的市场知识、策略工具、供应链接口与风控规则，难以自然地流向最需要它们的大学生创业者。平台效率闭环的深度优化，反而拉大了其与创业新手能力之间的鸿沟。借助 TOE 框架可以更清晰地看到这种张力的结构：在技术维度，平台为效率优化而设计的复杂工具与算法逻辑天然抬高了新手的使用门槛；在组织维度，大学生创业者普遍缺乏将外部数据资源内化为自身能力的动态能力；在环境维度，现有政策与治理规范尚未为数据要素向创业群体流动提供足够的制度保障。技术、组织、环境三个维度的障碍相互嵌套，共同构成了从平台效率到创业赋能的传导断层。基于上述分析，下文将构建一个理想化的赋能路径框架，分别从技术赋能、组织赋能和环境赋能三个层面，系统探索如何将平台效率提升中沉淀的数据资产转化为大学生创业者可获取、可应用的能力要素。

3. 数据要素赋能大学生电商创业的路径构建：一个理想框架

平台内部效率的提升并不会自动外溢至大学生创业群体，要打通从“平台效率”到“学生创业”的传导链条，需要构建一个“应然”的系统化赋能框架。

3.1. 技术赋能：数据开放与工具适配

技术赋能聚焦于降低大学生创业者获取和应用数据资源的门槛。其一，数据开放是赋能路径的起点与基础。电商平台应将自身运营中积累的用户画像数据、品类趋势数据、消费行为数据，在保障数据安全与用户隐私的前提下，以轻量化数据工具的形式向大学生创业者开放。其二，开发适配新手能力水平的数据工具。平台通过简化数据报表的呈现方式，增加解读指引和可视化分析模板，使大学生“看得懂、用得上”。并提供模拟经营系统，让新手在无风险环境中练习数据驱动的选品、定价、营销等操作。其三，打通平台与高校教学环境的技术接口。提供标准化的 API 接口或沙箱环境，使高校课程系统能够接入平台的脱敏数据集与仿真工具，消除课堂知识与真实运营之间的技术断层。以天猫“千星计划”为例，该计划向入选创业者开放品类趋势看板、用户画像工具、竞品监测报表等数据产品，使创业者能够实时把握所在赛道的市场动态与用户需求变化，317 家千星商家实现成交同比突破 30% 增长，其中 41 家商家首次单季度成交破千万，更有 373 家商家在趋势赛道中成为行业 TOP1⁴。

3.2. 组织赋能：能力培育与生态协同

组织赋能侧重提升大学生创业者的内生能力，并构建多主体协同的支持网络。一是构建三层能力培育体系。在知识传授层，由电商平台联合高校开设涵盖数据分析基础、电商数据指标体系、数据可视化呈现等内容的理论课程；在技能训练层依托平台提供的模拟经营系统或沙盘工具，让大学生在虚拟环境

⁴中国产业经济信息网。从潜力商家的流量扶持到能力成长，“天猫千星计划”第三季度再升级[EB/OL]. <https://www.cinic.org.cn/zgzz/qy/1599799.html>, 2025-08-06.

中练习使用数据工具进行选品分析、定价测试、营销优化等模拟操作；在实战演练层，鼓励大学生在真实创业项目中有意识地运用数据工具进行决策，由平台运营导师对数据应用情况进行定期复盘与指导，在实战中迭代优化。通过采用知识传授、技能训练、实战演练的培养模式，抖音“青年创作者成长计划”使参训青年创作者的冷启动涨粉效率达到大盘自然流量的近 5 倍⁵。二是平台与高校需联动。一方面双方需共建实景运营实训基地。平台方提供脱敏后的真实经营数据、仿真工具，以及专业的平台运营导师。高校则提供场地、教学组织并配备校内教师。另一方面开展常态化创业竞赛。通过让学生在在校期间接触真实商业环境，毕业后便能更快适应平台运营岗位或自主创业，同时高校也能据学生表现动态更新课程内容。三是构建创业生态网络。在统一商品信息格式、建立信用评价迁移机制等方面，推动电商平台之间的数据互通与规则互认，降低创业者跨平台运营的学习成本与迁移门槛。

3.3. 环境赋能：资源对接与政策保障

环境赋能致力于为大学生创业提供良好的外部条件。一是不断完善服务体系。平台需要建立大学生专属的供应商对接通道。基于大学生创业店铺类型、定位、产品目录及目标人群等数据，智能推荐供应链。以此有效缓解创业初期采购量小、议价能力弱的困境。同时，整合供应链、物流及金融等第三方服务资源，形成覆盖选品、上架、营销、履约、售后全生命周期的服务生态。二是加大流量扶持。平台应设立大学生创业专属流量池，通过不断分析大学生电商产品的质量、覆盖率和互动率等核心指标，对大学生进行阶梯式流量加持。对于初创店铺，可提供冷启动期的基础流量包，帮助其完成零到一的验证。对于成长型店铺，则根据运营数据动态增加推荐位和曝光机会。同时，在开学季、毕业季等节点集中投放校园专属流量，提高大学生店铺的精准触达效率。三是政策和资金支持。一方面出台大学生电商创业专项扶持政策，对向大学生开放数据资源的电商平台给予税收优惠或财政补贴，对大学生电商创业项目提供创业补贴与低息贷款支持。另一方面资金方面，平台可联合金融机构推出大学生创业专属信贷产品，以店铺经营数据作为信用评估依据替代传统抵押担保要求。

需要强调的是，本章设定了“应该怎么做”的目标状态，所建构的赋能路径是一个基于机理推导的理想模型，它尚未考虑现实中各主体能力的约束与制度摩擦。这一理想框架为后续分析提供了参照系，但其在转化过程中必将面临诸多阻碍。下文将转入现实审视，诊断当前实践中存在的具体障碍，从而为这一框架找到落地的着力点。

4. 数据要素赋能大学生电商创业的现实困境与问题诊断

本章对照前文构建的理想框架，按 TOE 三个维度系统诊断现实中的传导障碍。技术维度主要考察“数据开放”“工具适配”“接口打通”等目标的落地受阻情况；组织维度考察“能力培育”“生态协同”在高校和学生层面的实现困境；环境维度考察“资源对接”“政策保障”的现实缺位。

4.1. 技术维度的障碍：平台赋能体系的结构性缺陷

技术维度的障碍主要聚焦于平台数据工具的可用性不足与开放深度有限。其一，数据工具的技术门槛过高。平台向大学生创业者开放的多为宏观行业趋势或基础经营数据，涉及具体品类的转化漏斗、用户留存、竞品对标等核心经营数据获取难度极大；同时数据报表专业术语密集、维度繁杂，缺乏面向创业新手的解读指引，导致大学生面对数据界面无从下手。其二，平台与高校教学环境的技术接口缺失。多数平台的数据系统与高校的课程管理系统、实训平台之间缺乏标准化的数据接口，学生在课堂上学到的知识与平台实际运营中需要的能力之间存在技术断层。其三，数据工具的适配性不足。平台提供的数

⁵央广网.“抖音青年创作者成长计划”多举措扶持青年创作[EB/OL].
http://edu.cnr.cn/gc/20250926/t20250926_527376574.shtml, 2025-09-26.

据分析工具预设了使用者具备一定的运营经验，而大学生创业者大多处于零基础状态，工具功能与学生能力之间存在着显著的技术落差⁶。其四，赋能资源分配存在“马太效应”。平台的赋能资源往往集中在特定项目的有限时段，难以转化为长期可持续的运营能力。另外头部商家在平台资源分配中占据明显优势，而大量处于起步阶段的初创项目即便需要支持，也往往难以获得有效的初始资源配置。

4.2. 组织维度的困境：教育供给与个体能力的双重落差

组织维度的困境来自作为教育组织的高校以及大学生群体两类。

4.2.1. 高校创业教育的组织性障碍

高校创业教育在课程、师资和实训三个方面与数据化运营实践存在脱节[13]。第一，课程内容和实际需求存在落差。多数高校的创新创业课程以传统商科为主，涉及数据化运营、电商数据分析、用户画像解读、流量投放策略等实操技能的部分比较少。学生面对生意参谋、数据银行这类电商数据工具时往往不知道如何入手。第二，师资队伍的数据素养整体偏弱。承担创业指导任务的课程教师，学科背景多数集中在教育学、管理学等领域，缺少电商运营或数据分析等经验。面对转化率波动、流量结构异常等具体问题时，往往很难做出基于数据的精准判断。第三，实训条件与真实场景存在差距。部分高校的创业孵化基地或电商实训室中，缺少真实的交易数据、用户流量和市场反馈机制。学生大多是在理想状态下进行实训，一旦面对更复杂的数据环境和决策压力，模拟场景难以提供足够经验。2025年9月，某高校电子商务专业在“网店经营与管理”课程中要求学生开设淘宝店铺，完成商品上架、铺货等模拟操作。然而，由于只教授“如何上架”的操作技能，缺失“什么能上架”的平台规则教育与知识产权法律教育，学生使用自行下载的带品牌 logo 图片完成作业后，虽无实际经营行为，仍被平台判定售假并罚款⁷。由此可见，当高校课程内容与真实商业环境的规则要求存在系统性的认知差时，学生一旦脱离模拟环境便极易遭遇现实困境。

4.2.2. 大学生创业者的动态能力薄弱

大学生群体动态能力的结构性短板是制约赋能效果的关键中介变量。第一，感知能力不足。大多数大学生创业者仍习惯凭感觉选品、追风口、模仿爆款，而非借助数据工具进行系统理性的市场分析。例如大学生小 L 被网络上“无货源躺赚”“零成本起家”等话术吸引入局，仅凭直觉判断便开了 3 家店卖女装牛仔裤，日均一两百单但每单利润不过 10 元，最终因无货源经营违规被抖音罚款 2000 元⁸。第二，捕获能力薄弱。面对多维度数据报表，大学生往往不知如何提取关键指标，更缺乏对指标间交叉关系的分析能力，对转化漏斗、用户留存、竞品动态等深层信号的捕捉不及时。例如看到转化率下滑，却无法通过归因追溯至具体环节，更遑论据此调整运营策略。第三，转型能力匮乏。大学生创业者的试错空间本就有限，一旦遇到流量下滑、差评出现、账号被罚等风险事件，往往只能被动应对直至放弃项目。更关键的是，多数团队很难形成复盘机制，还不能将挫折转化为认知资产。大学生创业时感知、捕获、转型三个能力的缺失，正是“外部赋能资源无法内化为创业绩效”的微观机制所在。

4.3. 环境维度的制约

环境维度的制约集中体现为政策供给与治理规范两方面。其一，针对大学生电商创业专项扶持政策精细化不够。当前各级政府为大学生创业提供的支持，仍以创业补贴、小额担保贷款及税费减免等普惠性工具为主，几乎没有专门针对数据要素赋能的设计。电商平台向大学生开放数据资源，也得不到相应

⁶跨学科融合破局电商数智化困境——华理学子联合亿邦动力推出“智价星探”全链路解决方案[EB/OL].

<https://hartcenter.ecust.edu.cn/index/detail/oid/2-4285054/m/zxdt>, 2026-03-10.

⁷未赚一分先罚两千“模拟”实训的风险谁来买单?[EB/OL]. https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_31618591, 2025-09-16.

⁸无货源店铺，梦碎 618 前夜[EB/OL]. <https://36kr.com/p/3804656161365513>, 2026-05-11.

的激励或补贴。大学生利用数据工具开展电商创业，也缺少差异化的认定标准与扶持通道。诚然 2025 年发布了《国家发展改革委 国家数据局 教育部 科技部 中共中央组织部关于加强数据要素学科专业建设和数字人才队伍建设的意见》，明确提出“鼓励各地以产业园区为基础，打造兼具人才培养、创新创业、促进数据产业高质量发展功能的数据行业市域产教联合体”⁹。但从地方落地来看尚未形成针对大学生电商创业的针对性扶持。其二，跨部门协同机制不健全。数据要素赋能大学生创业涉及教育、人社及市场监管等多个部门，然而在政策制定与资源投放上各部门各自为政，缺乏统一的协调机制和信息共享平台。其三，数据治理规范模糊。尽管相关法律文件已经搭建了数据治理的基本制度框架，但在具体操作层面，比如操作流程是什么、合规边界划在哪里、各方责任如何划分，这些实施细则仍然缺失。

5. 破解赋能障碍：面向现实困境的针对性优化策略

前文的诊断显示，理想化的赋能路径在现实中遇到了明显的传导障碍，那么如何克服这些阻碍？

5.1. 技术维度：平台完善数据赋能体系

电商平台作为数据资源的持有者，赋能服务的供给方，可以从四个方面完善赋能体系。第一，平台应分层开放数据。首先，在保障隐私和安全的前提下，平台应先向全体大学生免费开放行业大盘、品类趋势、消费时段等宏观数据，帮助大学生建立市场的基本认知。其次，平台对完成认证培训的大学生开放细分品类转化率、价格带分布等数据，辅助大学生进行选品和定价。最后，平台对运营表现优异的学生进一步开放竞品对标、用户流失归因等深度分析工具，引导大学生复盘。第二，设立大学生创业专项资源池。资源池的考核标准不再只看销售额或粉丝量，而是综合考量店铺成长速度、商品质量评分、服务评价等相对指标。对于初创期项目，平台侧重选品指导和基础流量测试；对于成长期项目，平台加大流量扶持和供应链对接力度。如可借鉴淘宝教育和高校合作推出的淘宝“百万新商造星计划”，其为商家提供 9 大核心权益，包括新商入驻 0 保证金开店、新商新品冷启流量孵化、最高 2000 元流量补贴、600 元物流发货补贴以及淘宝教育免费课程等支持¹⁰。第三，强化数据安全与合规能力。一方面，平台要建立数据脱敏、加密传输、权限管控、操作审计等技术体系。另一方面，平台要主动为大学生提供数据合规指引，明确数据的使用边界。如此创业者方能在合规框架内安心使用数据。第四，引导大学生创业者将数据工具转化为运营行动。联合高校开展实操培训，设置阶段性学习任务，让学生从“看得见数据”过渡到“用得上数据”。

5.2. 组织维度：高校深化数据赋能融合

高校是人才培养的主阵地，应将数据要素驱动的电商运营能力纳入创新创业教育目标体系。第一，推动课程与数据化运营深度融合。高校在引入真实案例和数据的基础上，采用三段式课程结构：理论模块讲授数据驱动运营的基本原理；工具模块训练学生操作主流电商数据工具；实战模块引导学生完成真实店铺的数据分析全流程。第二，高校要把数据素养纳入创业指导教师的考核标准。通过定期组织教师参加平台的数据工具培训和运营实训、教师到电商企业挂职锻炼的常态化机制、引入平台运营导师等形式，弥补校内教师实战经验不足的短板。第三，建设数据化运营导向的实训环境。高校要推动创业孵化基地转型升级，升级为数据化运营能力的训练场。硬件上，配置可接入电商平台数据系统的终端设备和数据大屏。软件上，与平台合作引入脱敏后的真实经营数据，开发配套教学案例。第四，在实训中强化动态能力培养。高校可以通过模拟市场波动、供应链中断等真实经营情境，训练学生在压力下调整经营策略、重组可用资源。同

⁹ 国家发展改革委 国家数据局 教育部 科技部 中共中央组织部关于加强数据要素学科专业建设和数字人才队伍建设的意见 [EB/OL]. https://www.ndrc.gov.cn/xwdt/tzgg/202512/t20251202_1402115_ext.html, 2025-12-02.

¹⁰ 中国青年网. 南京市大学生电商创业双百计划暨“淘宝百万新商造星计划”南京高校创造营启 [EB/OL]. http://df.youth.cn/dfzl/202312/t20231214_14964283.htm, 2023-12-14.

时，高校要在课程实训中设置数据驱动选品、投放策略优化、经营复盘等专项训练模块。

5.3. 环境维度：政府强化赋能政策保障

政府需要从政策供给、平台打造、数据治理以及动态引导四个层面入手，推动数据要素赋能大学生电商创业。其一，制定针对性的专项扶持政策。在当前的大学生创业扶持体系基础上，增设数据要素赋能专项，并设计差别化的激励办法。对于主动向大学生开放数据资源的电商平台，给予税收减免或财政补贴。其二，由地方政府统筹跨区域协同的公共服务平台建设。通过整合电商平台数据工具、高校创业教育资源、产业园区实体场地与金融机构信贷服务，搭建起涵盖数据查询、行业数据解读、标杆案例拆解、技能培训、资源对接与创业咨询于一体的综合性服务载体，为大学生创业提供一站式服务。其三，强化数据治理。既要遵照《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》相关规定，也要结合实际制定电商平台面向大学生等特定群体开放数据的操作规范与合规标准，清晰界定数据开放范围、脱敏处理要求、使用用途限制以及各方主体责任划分。并加大对电商平台数据开放行为的日常监管力度，严格遏制数据垄断、差异化对待、歧视性数据开放等违规行为。其四，政府还应发挥引导大学生动态能力成长的杠杆作用。在创业项目评审与资助遴选中，将数据驱动决策的规范性与经营复盘的系统性纳入考察指标，从制度层面激励创业者重视数据思维与学习能力的积累。

6. 结语

本文围绕数据要素驱动电商平台运营效率提升与大学生创业赋能这一核心问题，将动态能力理论从成熟企业情境拓展至大学生创业场域，沿循生成逻辑、赋能传导路径与现实障碍诊断展开，研究揭示了平台赋能向创业绩效转化过程中创业者感知、捕获、转型能力的中介机制，与 TOE 框架共同构成外部结构诊断与内部机制阐释的双层解释，为理解数据要素时代创业教育的核心命题提供了理论参照。研究发现：第一，数据要素通过用户洞察、智能营销、供应链协同与风控治理四大环节的闭环潜入，显著提升了电商平台的全链路运营效率。这是赋能得以可能的效率基础。第二，这种效率提升并不会自动惠及大学生创业群体。平台侧积累的数据势能只有通过制度化的开放机制、系统化的能力培育、精准化的资源匹配以及多元主体的生态协同，才能有效转化为创业者侧的决策能力、资源条件与抗风险水平。在此过程中，创业者的动态能力构成了从资源可得迈向绩效产出的关键中介。第三，借助 TOE 框架的系统诊断，当前赋能实践在技术维度的平台开放深度、组织维度的高校教育衔接与学生动态能力、环境维度的政策供给与跨部门协同等层面仍存在明显短板。

本文的研究局限主要体现在三个方面。其一，研究样本集中于淘宝、京东、抖音等头部平台，对中小平台及跨境平台的赋能实践观照不足，研究结论的普适性尚需进一步检验。其二，缺乏对赋能效果的长周期追踪，对创业者在不同发展阶段赋能需求的动态变化把握不够深入。其三，赋能效果的评估仍以定性描述为主，尚未建立可量化的指标体系。未来研究宜拓展样本类型，将拼多多、小红书、微信视频号等差异化平台纳入比较视野，开展纵向动态跟踪，并借鉴数字鸿沟与技术接受等领域的成熟量表，构建适用于电商创业场景的赋能效果评估工具。

数据要素赋能大学生创业的真正意涵，不应止于技术工具的供给或运营效率的提升，应当指向一种创业范式的转换。即从经验直觉驱动的试错型创业转向数据理性支撑的科学型创业。这种转换的核心在于培养创业者建立起以数据为参照的思维框架和决策习惯，在效率导向与育人本位之间求得平衡，这是数据要素时代创业教育必须持续追问的命题。大学生电商创业的真正突破，不在于获得多少流量扶持或数据工具，而在于能否在数据理性的滋养下，培育出独立判断市场、持续迭代认知的能力。此举将在很大程度上决定大学生电商创业能否从低成功率的困局中突围，走向更高质量、更可持续的发展之路。

参考文献

- [1] 纪南巡. 面向电商平台用户生成内容的多源异构数据融合与表示[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中国矿业大学, 2021.
- [2] 黄梁峻, 何丹丹. 数据要素市场化配置的基本理论和实践路径研究[M]//载蒋艳. 数字经济发展报告(2023-2024). 北京: 社会科学文献出版社, 2024: 182-209.
- [3] 李小玲, 余红玉, 凡婷婷, 等. 政府和市场如何助推跨平台流动——基于中小商家的平台市场决策分析[J]. 管理世界, 2024, 40(6): 132-149.
- [4] 刘畅. 大学生创业能力培养机制的实证研究[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2017, 38(3): 147-160.
- [5] 谭洪波, 欧阳泽楷. 数据要素赋能产业转型升级: 路径、机制与对策[J]. 经济纵横, 2026(4): 41-52.
- [6] Jones, C.I. and Tonetti, C. (2020) Nonrivalry and the Economics of Data. *American Economic Review*, **110**, 2819-2858. <https://doi.org/10.1257/aer.20191330>
- [7] 于立, 王建林. 生产要素理论新论——兼论数据要素的共性和特性[J]. 经济与管理研究, 2020, 41(4): 62-73.
- [8] 钟婷婷, 李春波. 基于 B-C 模型的电商平台数据资产价值评估——以拼多多为例[J]. 当代经济, 2024, 41(10): 39-47.
- [9] Sullivan, Y. and Wamba, S.F. (2024) Artificial Intelligence and Adaptive Response to Market Changes: A Strategy to Enhance Firm Performance and Innovation. *Journal of Business Research*, **174**, Article 114500. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114500>
- [10] Collis, D.J. (1994) Research Note: How Valuable Are Organizational Capabilities? *Strategic Management Journal*, **15**, 143-152. <https://doi.org/10.1002/smj.4250150910>
- [11] Eisenhardt, K.M. and Martin, J.A. (2000) Dynamic Capabilities: What Are They? *Strategic Management Journal*, **21**, 1105-1121. [https://doi.org/10.1002/1097-0266\(200010/11\)21:10/11<1105::aid-smj133>3.0.co;2-e](https://doi.org/10.1002/1097-0266(200010/11)21:10/11<1105::aid-smj133>3.0.co;2-e)
- [12] Tornatzky, L.G., Fleischer, M. and Chakrabarti, A.K. (1990) Processes of Technological Innovation. Lexington Books.
- [13] 古丽逊. 产教融合视域下高校跨境直播电商实践教学体系构建[N]. 河北经济日报, 2026-04-16(012).