数字经济赋能商贸流通体系转型升级路径探析

管　坤

济南市社情民意调查中心　山东　济南　250000

摘　要：数字技术的迭代革新为传统商贸流通行业转型提供了全新发展契机，二者具备深度内生耦合特质。当前商贸流通体系存在业态固化、数字化发展失衡、产业链协同不足等现实短板。立足行业发展痛点，从业态重构、均衡赋能、产业链协同、数据赋能与体系保障维度探索转型路径，可为商贸流通行业高质量发展提供有效支撑。

关键词：数字经济；商贸流通；体系升级；业态重构；资源优化

引言：商贸流通是衔接生产与消费、畅通国民经济循环的关键环节，传统流通模式的发展红利逐步消退，转型瓶颈日益凸显。数字经济的普及渗透重塑了产业运行逻辑与资源配置模式，为流通行业突破发展桎梏创造了条件。基于二者耦合关系剖析行业现存问题，系统性探寻数字化转型落地路径，是流通产业升级的必然选择。

1 数字经济与商贸流通体系的耦合逻辑

商务部有关数据显示，我国数字消费扩容提质，2025年居民数字消费规模达25.3万亿元。数字经济以数据资源化、技术智能化、业态融合化为核心特征，与商贸流通体系的革新发展具备高度内生耦合性，二者的深度适配是行业转型升级的关键基础。从要素维度来看，传统商贸流通过度依赖人力、场地、仓储等实体资源，存在信息滞后、资源调配僵化等问题，易造成库存积压、运力空驶等资源错配问题。而数字经济将数据转化为全新生产要素，可实现流通信息的实时采集、整合与传导，破解传统要素配置固化的痛点，提升资源利用精准度。从运行模式来看，传统流通体系呈现层级化、线性化运转特征，上下游信息割裂严重，供需匹配效率较低，数字经济的去中心化、网络化特质，能够重构流通主体的连接方式，搭建扁平化流通架构，缩短商品流转链路。从发展动能来看，传统商贸流通的增长动力源于规模扩张与业态复制，增长空间逐步收窄，数字技术持续迭代，不断孵化新型流通业态，为行业赋能增效。直播电商、即时零售快速发展，精准匹配了消费者时效化、个性化的消费需求。数字经济与商贸流通体系的深度耦合并非简单的技术叠加，而是产业逻辑、运行机制、价值体系的全方位重塑，为商贸流通体系转型升级奠定了底层基础[1]

2 数字经济视域下商贸流通体系的发展短板

2.1 流通业态架构固化，创新迭代能力不足

当前商贸流通行业仍以传统线下流通业态为主体架构，长期形成的层级分销、实体零售等传统模式占据市场主流，业态创新的内生动力相对匮乏。多数流通主体的经营逻辑仍局限于传统商品流转思维，核心盈利模式依赖商品差价与流量变现，未能依托数字思维重构价值体系。数字化业态转型存在明显的同质化问题，多数主体的数字化改造仅停留在线上渠道拓展、线上店铺搭建等表层环节，并未实现经营模式、服务逻辑、盈利结构的深度革新。同时，流通业态的融合化程度偏低，线上线下业态处于独立运转、简单叠加的状态，场景融合、资源互通、服务联动的一体化业态体系尚未形成，难以适配个性化、多元化、场景化的新型消费需求，导致流通业态的市场适配性与创新活力持续不足。

2.2 数字化渗透不均衡，层级分化问题突出

商贸流通行业主体规模差异较大，不同主体的数字化转型能力、资源储备、认知水平存在显著差距，造成行业数字化渗透不均衡、发展层级分化的格局。大型流通企业具备充足的资金、技术与人才储备，能够搭建专属数字化流通系统，实现全链路数字化运营，数字化转型深度与成效较为突出。商贸流通领域深度应用云计算、大数据、人工智能等信息技术，支撑实体商业转型融合发展。京东通过大数据、无人机、机器人等技术的应用，降低了运营成本，提高了资源配置效率。而占据行业主体的中小微流通主体，普遍存在数字化投入不足、技术应用能力薄弱、专业人才匮乏等问题，仅能完成基础的数字化操作，无法实现数据挖掘、智能匹配、精准运营等深度数字化应用。部分社区小店、个体商户

等仍停留在手工记账、线下进销货、扫码收款阶段，数字化水平较低。此外，流通领域的数字化渗透存在区域失衡特征，核心商圈、城市流通场景数字化水平较高，下沉市场、基层流通节点的数字化建设滞后，城乡、区域流通数字化差距持续拉大，整体流通体系的数字化均衡性难以保障，制约了行业整体转型效能[2]。

2.3 产业链协同性薄弱，资源配置效率偏低

传统商贸流通产业链呈现碎片化、分散化发展特征，上下游主体之间缺乏高效的数字化协同机制，数据壁垒与信息孤岛问题较为突出。生产端、流通端、消费端的信息数据无法实现实时互通与共享联动，生产主体难以精准捕捉市场消费动态，流通主体无法高效衔接供需两端资源，消费端的个性化需求难以反向传导至生产环节，造成供需错配、库存积压、资源浪费等行业痛点。同时，流通体系内部的仓储、物流、营销、售后等细分环节各自独立运转，缺乏一体化的数字协同调度体系，各环节资源无法实现优化整合与高效流转，环节衔接成本较高、运转效率偏低。产业链协同机制的缺失，导致数字经济的资源整合优势无法充分释放，流通体系整体的资源配置效率与循环运转质量难以提升。

3 数字经济赋能商贸流通体系转型升级的核心路径

3.1 重构流通业态体系，激活业态创新内生动力

推进业态创新是实现商贸流通体系转型升级的重要路径。商贸流通行业以数字技术破除传统业态发展壁垒，持续迭代升级存量经营模式、培育壮大新兴流通业态，打造供需适配、多业态融合的现代化商贸流通体系。从业者需要转变浅层数字化改造的固有思维，把用户实际需求作为经营核心，重新梳理整体经营逻辑；线下实体流通门店可以结合数字工具打造线上线下联动的经营场景，将线下的体验优势与线上的流量优势相互结合，覆盖商品展示、商务洽谈、订单交付以及售后保障的全流程服务，能够有效打破实体经营的时空束缚；传统的批发分销行业，也可以利用大数据整合上下游各类资源，精简多余的分销层级，搭建更为扁平、精准的供销模式，进而缩减流通开支，提升商品流转速度。借助大数据、人工智能等数字技术，市场能够挖掘出更多新兴消费场景与流通需求，慢慢衍生出直播带货、社交零售、即时配送、线上展销等全新业态，改变流通行业单一的经营模式，丰富个性化、智能化的流通服务形式。除此之外，行业还需要打破线上线下、不同品类和服务环节的发展壁垒，促进流量、场景、资源与服务的深度融合，打造一体化的经营体系，逐步改善业态固化、同质化严重的行业问题，持续增强流通业态的市场适配能力与创新活力[3]。

3.2 推进全域数字渗透，构建均衡化发展格局

在市场主体转型层面，行业可以按照企业规模划分不同的转型方案，以此应对不同主体遇到的数字化发展难题。大型流通企业本身具备技术、资金和资源优势，可以在现有数字化运营的基础上，朝着智能化、平台化的方向持续升级，企业可以依托数字系统搭建综合性的流通服务平台，整合整条产业链的上下游资源，能够为整个行业的数字化转型起到示范带头作用；数量庞大的中小微流通企业，大多以降低经营成本、提升运营效率为核心发展目标，市场可以为其推广操作简单、投入成本更低的轻量化数字工具，这类工具可以适配库存管理、客户维护、数据统计、线上获客等基础经营场景，能够有效降低中小企业的数字化转型难度，逐步缩小行业内部的数字化发展差距。在区域发展层面，各地需要统筹推进基层市场的数字化建设工作，持续完善县城、乡镇等基层流通网点的数字基础设施，让城市成熟的数字化经营模式可以顺利下沉至基层市场；各地也可以搭建互通共享的数字化流通平台，打破区域之间的信息隔阂，让城乡、不同区域的流通数据、行业资源、经营模式可以相互联动，从而打造全域协同、均衡发展的数字化流通格局，稳步提升整个商贸流通体系的数字化建设质量。

3.3 重塑产业链协同机制，提升资源配置效能

首先，搭建全链路数据共享平台，打通生产、流通、消费三大核心环节的数据壁垒，实现产业链信息实时互通。通过大数据技术对消费数据、流通数据、市场数据进行精准挖掘与分析，精准捕捉市场需求变化、消费偏好迭代、行业发展趋势，将终端消费需求反向传导至生产与流通环节，引导生产端精准生产、流通端精准配货，从根源上破解供需错配问题，实现供需两端的动态平衡。其次，优化流通内部环节协同机制，整合仓储、物流、营销、售后等细分环节资源，依托智能调度系统实现各环节的数字化联动、智能化调度。通过数字技术统筹仓储库存数据、物流运力数据、市场订单数据，实现库存智能管控、物流智能调配、订单智能匹配，减少环节衔接耗时，降低资源闲置与浪费，提升全链路流转效率。同时，构建产业链主体协同生态，打破各市场主体独立运转的发展模式，依托数字化平台实现上下游主体的资源对接、优势互补、合作联动，推动产业链从线性运转模式向网络化协同模式转型，全面提升产业链整体韧性与资源配置效率[4]。

3.4 优化数字资源配置，释放数据要素价值

在数字经济发展背景下，数据资源能够为商贸流通体系升级提供核心发展动力，行业可以通过合理调配、深度挖掘和落地应用各类数据资源，充分发挥数据要素的赋能作用，让商贸流通行业从传统的要素驱动模式，逐步转向全新的数据驱动发展模式。行业需要先搭建完善的数据归集整合机制，全面汇总流通行业的用户、交易、用户、物流、场景等各类数据信息，建立统一规范的数据管理体系，改善数据零散、杂乱、碎片化的使用问题，能够为后续的数据研判与落地应用筑牢基础。义乌全球数贸中心搭建行业公共数字平台，统一归集商户交易、仓储物流、采购需求数据，制定行业通用数据标准。相关主体企业可以借助大数据、人工智能技术，对汇总的数据开展深度分析，从中梳理出市场发展规律、消费者需求以及行业发展走向，为企业经营决策、货品选型、流量运营和服务优化提供可靠依据，改变以往依靠经验决策的模式，提升经营决策的精准性。此外，行业可以结合不同业态、不同区域、不同企业的发展需求，对数据和数字技术资源进行精细化调配，避免资源堆积或闲置浪费，最大限度发挥数据价值，助力商贸流通行业提质降本、高效发展。

3.5 完善数字化支撑体系，夯实转型发展根基

在技术服务方面，数字化服务商可以结合流通行业不同主体的转型差异需求，不断优化自身的产品和服务内容，开发适配中小流通商户的简易数字工具，定制适配各类细分流通场景的数字化方案，能够有效提升数字服务的适配程度；各地也可以搭建公共数字化服务平台，为流通企业提供低价或免费的数据查询、技术指导、运营帮扶等服务，帮助市场主体压缩数字化转型的投入成本。在人才建设方面，搭建多元的人才培养模式，依托各类高校、行业平台和企业实训基地，开设商贸经营与数字技术结合的相关课程，重点培养兼具商贸运营经验和数字操作能力的复合型人才；企业可以定期组织在岗员工开展数字技能培训，覆盖数字化运营、数据整理、智能工具使用等内容，提升从业人员的数字素养。在安全保障方面，相关部门可以建立流通数据运维管理制度，规范数据采集、储存、传输和使用的全流程，搭建智能风险防控体系，及时排查和处理数据与运营隐患，保障流通数据、线上交易和日常经营的安全性，为行业数字化转型筑牢稳定的发展根基[5]。

结束语：商贸流通体系的数字化转型是一场全方位、深层次的产业革新，并非单一技术的简单叠加。行业发展需立足现存短板，依托数字技术重构业态模式、平衡发展格局、强化产业链协同、释放数据价值并完善配套支撑，全方位激活流通产业发展活力，助力商贸流通行业实现提质增效的长效发展。

参考文献

[1] 张轩栋, 李欣瑶, 李雨航. 耐心资本对商贸流通企业数字化转型的影响研究 [J]. 河南理工大学学报（社会科学版）,2026,27(2):34-43.

[2] 黄帅诚. 新质生产力赋能农产品流通体系的模式比较、适配困境与路径选择 [J]. 中国商论,2026,35(6):10-13.

[3] 陈金伟, 崔俊富. 数字经济背景下商贸流通企业的新零售转型路径研究 [J]. 长安大学学报（社会科学版）,2024,26(1):31-43.

[4] 苗明慧. 新质生产力赋能电商经济的发展路径探析 [J]. 电子商务评论,2025,14(11):2870-2875.

[5] 汪沁. 商贸流通企业 ESG 绩效提升路径组态分析 [J]. 商业经济研究,2025(1):45-48.