

# 新发展理念下数据要素对首发经济的赋能<sup>[\*]</sup>

李向阳

(山西财经大学 信息学院, 山西 太原 030006)

**[摘要]**首发经济的发展关键在于强化数据要素的支撑作用。在赋能路径上,数据要素推动创新要素充分涌动力首发经济开拓新模式,激发协调要素联动优化首发经济的区域和产业布局,释放绿色要素潜力助推首发经济实现可持续发展,促进开放要素流通增强首发经济的全球化能力,推动共享要素整合实现首发经济的普惠发展。但是,当前数据赋能首发经济上存在实践障碍,如数据要素服务难以适应首发经济的多元场景要求,多主体参与下的数据共享障碍削弱了首发经济的协作效能,数据质量及治理能力有待提升,安全与隐私保护形成双重制约等。因此,需要构建高动态适应性的首发经济数据驱动架构,完善首发经济多主体数据协作生态系统,提升首发经济数据质量的动态保障能力,平衡隐私保护与首发经济数据赋能的双重需求,规范首发经济数据算法伦理,推进公平与普惠发展。

**[关键词]**首发经济;数据要素;数据共享;数据质量

DOI:10.3969/j.issn.1002-1698.2025.01.007

随着消费领域的深刻变革和创新型经济形态的快速崛起,中国经济正处于转型升级的关键阶段。特别是新业态、新模式、新产品的集中涌现,体现了消费需求的多样化,反映了中国经济从投资驱动向消费驱动转变的趋势。从直播电商、线上线下融合的消费新场景,到“首店经济”“首展经济”“首秀经济”等首发经济形式的广泛推广,新经济形式正在重塑中国的市场格局。<sup>[1]</sup>

中国政府高度重视消费领域的新动能培育,出台了一系列政策推动首发经济发展。2024年7月,党的二十届三中全会专门强调应当“积极推进首发经济”。2024年12月,中央经济工作会议指出,“积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济”。在中央政策的引导下,地方政府也在积极构建具有区域特色的首发经济生态,如上海、北京等城市通过政策支持和资源引导,加快“首发地”建设。首发经济作为新消费模式的核心组成部分,已经成为国家经济发展的重要抓手。与此同时,首发经济的快速发展也带来新的挑战,需从更高层次进行系统化研究和分析,挖掘背后的深层次机制与发展逻辑。

首发经济与传统经济模式在结构、逻辑和运行机制上存在本质性差异。传统经济业态以规模化

**作者简介:**李向阳,经济学博士,山西财经大学信息学院教授,从事数据要素、信息化与经济社会发展、大数据等研究。

[\*]本文系国家自然科学基金重点项目“数据要素促进共同富裕的理论机制与实践路径研究”(23&ZD083)子课题的阶段性成果。

生产和供需均衡为核心,关注资源的优化配置与利用效率提升,而首发经济更加强调创新驱动和消费体验,其运营逻辑围绕消费者个性化需求展开,具有高度的不确定性和试验性。首发经济场景的复杂性决定了其难以简单依靠传统商业模式实现持续发展。首发经济中对消费趋势的洞察、市场风向的捕捉,以及品牌传播的创新,都对企业的资源整合能力和动态决策能力提出更高的要求。然而,实践中首发经济面临诸多难点与堵点,亟待研究与解决。首先,首发经济企业的市场洞察不足。首发经济的快速变化和复杂消费场景的多样性,使企业难以通过传统手段及时掌握市场动态,产品与服务的推出存在滞后性。其次,数据资源分布的不均衡加剧了企业在首发经济中的竞争压力,大型企业可以凭借其数据优势占据市场主动权,中小企业由于数据获取与应用能力的限制而处于劣势。最后,政策支持与监管体系的相对滞后也阻碍了首发经济的发展,影响其在整体经济结构转型中的潜力释放。

除了要解决上述问题,首发经济高质量发展的关键还在于强化数据要素的支撑作用。数据作为新型生产要素,相较于其他有形生产要素,具有较强的外部性和扩展性,<sup>[2]</sup>特别是在首发经济中,数据对消费行为的精准洞察、市场趋势的动态把握和场景设计的实时优化具有无可替代的作用。然而,目前关于数据要素的研究更多聚焦于数字经济和智慧城市领域,<sup>[3]</sup>对首发经济这种新兴业态的覆盖明显不足。特别是关于数据要素如何嵌入首发经济的具体实践,尚未形成系统化的理论框架与政策建议。因此,针对首发经济数据要素研究的空白,本文以“数据要素赋能首发经济”为切入点,从赋能机制、现实困境和政策路径三个维度展开深入研究,为首发经济高质量发展提供理论支持和实践参考,提高其对中国式现代化发展的贡献。

## 一、新发展理念下数据要素对首发经济的赋能路径

### (一)创新赋能:数据要素推动创新要素充分涌动,助力首发经济开拓新模式

#### 1. 数据驱动首发经济中的商业模式创新

数据要素以前所未有的深度融入企业的首发经济模式设计与优化过程中。首发经济依托其“首店、首展、首秀”的开拓性特征,对市场动态变化、消费需求多样化的响应速度有极高要求,数据技术为其提供了有力支持。精准定位消费者需求是首发经济商业模式创新的核心,通过对数据的采集、分析与洞察,企业突破僵化的传统模式,构建更为灵活、精准、互动的商业结构。<sup>[4]</sup>传统企业依赖经验与市场调研的笼统方法,难以快速准确捕捉瞬息万变的市场需求。而今,通过深度学习算法与大数据挖掘技术,企业能实时捕获消费者的偏好与行为模式。诸多新兴品牌通过分析社交媒体中的互动数据,实时调整产品设计与店铺选址策略,准确契合新生代消费者的喜好。对数据的精准把握大幅度提升了品牌的市场渗透力,增强了消费者的购买意愿与忠诚度。首发经济的全链路数字化创新,则是数据技术赋能的另一重要领域。首店、首展、首秀这类场景,需要将线下与线上环节无缝整合,打造沉浸式的消费体验。在数字零售业,数据技术使企业能够实时调控库存、调整营销策略,为消费者提供个性化服务。例如在首店中使用人工智能驱动的互动屏幕,可以根据进店顾客的行为模式与过往购买记录,自动生成推荐产品,甚至能优化店内路径规划以提升消费便利性。首展的数字化则更多体现在对沉浸式体验的塑造上,即通过增强现实(AR)技术与数据流的结合,在展览过程中实时更新产品信息,让参展者感受到科技与艺术的融合魅力。

#### 2. 数据推动首发经济的产品与服务创新

数据要素的核心价值是优化流程,企业通过它洞察消费需求与市场变化,推动产品与服务层面的创新,进而实现首发经济在产品价值链中的全新跃升。数据的深度挖掘能够精准揭示市场的痛点与

机遇,为企业提供行动依据,在产品设计与服务创造上更具前瞻性与差异化优势。在产品创新方面,数据为企业提供从产品设计到投放的全流程支持。消费者在数字化环境中生成的诸如购买记录、社交媒体评论、地理位置等大量数据,成为企业了解目标市场的“显微镜”。通过对这些数据的深度分析,企业迅速掌握消费者在产品功能、审美偏好和价格敏感度上的隐性需求。在服务创新方面,首发经济的场景创新强调消费者与品牌的深度互动,而数据技术是实现这一目标的关键。利用人工智能与数据驱动算法系统,企业实现动态优化服务流程。<sup>[5]</sup>具体而言,在首秀活动中,基于实时数据分析的推荐引擎,可以根据参展者的浏览行为推送与其兴趣匹配的定制化产品;在首店中的智能导购系统中,通过捕捉店内流量热点与消费者行为路径,实时调整产品陈列与展示方式,让每位消费者感受到个性化的关注。此外,数据还在消费体验的增值层面发挥着不可替代的作用。如物联网设备与数据的深度整合,让首发经济的场景向全感官沉浸体验迈进。在首店场景中,引入动态数据流驱动的光影互动装置,让消费者在购物的同时享受到艺术化、娱乐化的氛围,这代表着由数据技术赋能的消费场景,可即时提升消费者的情感价值与品牌认同感。

## (二)协调赋能:数据要素激发协调要素联动,优化首发经济的区域和产业布局

### 1. 数据助力首发经济区域间协同发展

首发经济的高质量发展需要区域间的协调联动,数据要素作为信息传递的工具,它在赋能区域协同的同时,塑造了以数据为驱动的新型空间经济格局,助力首发经济在不同区域的扩展与协作。首先,数据要素通过揭示区域经济潜力,为首发经济的均衡布局提供科学依据。在传统经济模式中,区域市场通常被片面地评估为“发达”或“欠发达”地区,这种笼统的分类忽视了首发经济对细分市场和消费群体的依赖。而数据则通过深度挖掘区域内部消费层级、偏好结构和行为模式,为首发经济在区域内的精准布局提供了立体的视角,使品牌方不仅对消费能力强的中心城市进行资源投放,还能敏锐发现“隐形”市场的活力。它基于数据的空间分布逻辑,为首发经济的开拓提供可靠指导,有效缓解区域间发展的不平衡性。其次,利用数据要素构建互连网络的能力,在区域协同中发挥更大价值。在首发经济的区域化扩展过程中,数据要素推动区域间信息互通,让区域之间形成多层次、多领域的协同效应,使区域经济群在消费信息层面保持同步,通过动态分析调节资源的流动方向和力度,塑造区域经济群之间互为支持的联动模式。协同关系的形成不再依赖传统的政策驱动,而是由数据驱动的经济自组织现象所主导。数据要素赋予区域市场敏捷性,使资源以更快的速度流向需求增长最快的地方,这一流动机制强化了区域间的经济互动与共同繁荣。由此,数据要素对首发经济区域间的协作形式实现了重塑。在数据驱动下,传统意义上的区域边界被打破,首发经济不再以某个区域为核心,而是形成了“分布式节点”模式。数据要素既是区域协作的基础资源,还成为区域间决策优化的工具,使区域协作从静态的互联走向动态的共生。区域之间摒弃竞争关系,通过数据交换、资源共享、共同发展形成新型经济生态,让首发经济扩展了空间的覆盖范围,拓宽了其在区域协作中的价值创造路径。

### 2. 数据提升首发经济产业链协同效率

首发经济的快速迭代与创新,对产业链协同效率产生高度依赖,数据要素的融入让协同从传统的物质联通与契约合作,进化为基于数据联动的多维度协作,从而优化首发经济内部的资源调度和供需匹配,从根本上改变其生产和价值创造方式。首先,数据要素为首发经济产业链中的上下游关系提供全景视角。在传统经济活动中,产业链的协作主要依赖于静态的契约关系与经验决策,数据则打破了这种固有模式。通过对数据的动态采集与分析,首发经济的上下游环节对彼此的需求变化保持实时感知,能准确预测需求规模,并对需求性质深入解析,使产业链各环节基于数据决策,进行资源的灵活

配置与协同生产。因此,数据要素使首发经济的产业链从单向驱动变为双向调节,提升供给的精准性,在需求端创造更大的价值空间。其次,数据要素使首发经济产业链协作从静态的线性合作转变为动态的生态联动,彻底重构了产业链逻辑。在数据的推动下,首发经济的上下游企业不再各自为战,而是通过数据的高效交换形成共生关系。产业链中的每个节点,除关注自身的运营目标外,在数据分析的引导下,还主动优化自身与其他环节之间的互动关系。由数据驱动的生态联动能够提升整体效率,为首发经济的持续创新提供有力支撑。最后,数据要素对首发经济产业链协同提供了动态优化。传统模式中的产业链规划与调整通常基于长期稳定的预测,而数据的实时性特点让首发经济产业链的优化能够随市场环境变化即时进行。企业通过数据反馈,调整供应链策略、重新分配资源,甚至重新设计产品生产与服务流程,快速的动态优化可让产业链更高效地应对突发事件与市场波动。

### (三)绿色赋能:数据要素释放绿色要素潜力,助推首发经济实现可持续发展

#### 1. 数据优化首发经济中的资源利用与环境管理

数据要素的深度介入,为首发经济提供从资源使用到环境保护全链条优化的全新路径,其核心价值是提升资源利用效率并塑造动态平衡机制,探索首发经济在生态友好与商业成功之间的最佳结合点。首发经济的特性决定其资源利用的高强度性和复杂性,无论是首店的选址和运营,还是首展的布局与装置设计,抑或是首发中的材料使用与能耗管理,每个环节都涉及资源的高效分配与低碳实践。而数据要素在此过程中扮演“调节者”的角色,使资源使用摆脱粗放式管理的传统局限,实现细致入微的动态调整。企业通过数据驱动完成对资源全生命周期的监控与分析,如识别高消耗环节,提出针对性的优化方案,有效降低资源浪费,将节能减排的理念内化为首发经济运行的基础逻辑,从而大幅度减少对环境的负面影响。同时,数据技术为首发经济中的绿色供应链管理注入活力。供应链是连接生产与消费的重要桥梁,其管理水平直接决定首发经济的生态绩效,数据赋能让供应链的透明度和效率得以提升,使资源流转的每个环节都能实现追溯并优化。数据分析可以揭示供应链中存在的高耗能节点,通过实时监控与反馈机制,帮助企业及时调整生产与物流安排。更重要的是,基于数据的绿色供应链管理并非一刀切的改革,而是根据不同的市场需求和环境条件,设计出具有适应性的管理策略,最终在多样化的首发经济场景中取得最佳的资源利用效率。此外,数据技术还为首发经济企业制定可持续发展战略提供科学支持。不同于传统的经验导向型决策,数据驱动的战略设计强调以客观分析为基础,通过多维度的数据模型,帮助企业预测其经营活动对环境的潜在影响,量化首发经济的环境压力,模拟不同的运营方案,寻找兼顾绿色目标与经济效益的最优解。这种战略以企业内部部为根本,通过数据共享与合作机制,推动整个首发经济生态系统向可持续的方向演进。

#### 2. 精准化资源配置下的绿色价值高效承载与品牌价值集聚

首发经济既是商业模式的创新实践,也是绿色价值的重要载体。数据要素的参与使绿色价值的挖掘与传播具备纵深度。绿色价值的挖掘是通过数据分析将隐藏的潜力转化为显性的市场优势,从绿色产品与服务的推广到绿色理念的广泛传播,数据技术正在塑造首发经济的生态圈,引领消费文化的绿色转型。首发经济的核心是对新消费趋势的捕捉与回应,数据分析恰好为其提供了全景视角。<sup>[6]</sup>通过对消费者行为模式、环保意识以及购买意愿的深度解读,企业可以动态跟踪消费者对绿色价值的认可度变化,优化其绿色产品策略,提升市场占有率,精准识别低碳产品与服务的市场切入点。绿色价值的传播是文化上的扩展,数据要素在其中充当催化剂的角色。通过数据赋能,绿色理念以更加精准和生动的方式触达消费者。数据驱动的传播策略强调以消费者偏好为中心,结合多维数据呈现绿色价值的经济和社会意义,在潜移默化中改变消费决策模式,通过长期的数据反馈与优化机制,逐步

建立起绿色消费的文化认同。因此,首发经济既是经济活动的集合,更是文化传播的平台。此外,数据要素还在绿色价值的评价与衡量中发挥重要作用。传统的绿色价值评价方法局限于定性分析,数据技术则通过量化指标和模型,使评价过程科学并透明。首发经济的企业以数据为依据证明其绿色实践的有效性,利用数据与消费者建立更加信任的关系,基于数据的透明机制提升消费者的参与感,巩固了首发经济的绿色品牌形象。

#### (四)开放赋能:数据要素促进开放要素流通,增强首发经济的全球化能力

##### 1. 数据助力首发经济拓展国际市场

首发经济以“首店、首展、首秀”的形式延伸至国际市场,除产品与服务本身,更需要对全球消费趋势与市场结构的精准洞察,数据要素在其中扮演了桥梁与催化剂的双重角色。数据技术的嵌入,使首发经济企业突破传统市场调研手段,从静态的、经验式的分析转向动态的、实时化的洞察。面对不同国家和地区的消费者需求差异,企业利用数据技术细致地挖掘潜在的消费层级、文化偏好以及购买习惯,为其国际化策略提供切实可行的理论依据。由数据驱动的决策机制,让首发经济企业对目标市场的理解更深刻,能够采取更加精细化的资源配置方式,确保初入市场时的投入产出比达到最优。同时,数据赋予首发经济企业在全球供应链协同上的新能力。在国际市场的复杂环境中,供应链的效率与韧性直接决定企业的运营能力与市场竞争力。数据技术能够实时监控供应链各节点的运行状态,动态调整资源调度策略,帮助企业快速响应市场需求的变化。基于数据分析的供应链协同能够提质增效,重塑首发经济企业的战略能力,使它们在激烈的全球市场竞争中保持灵活性与持续的竞争优势。数据要素优化能够推动生产与物流线的高效运作,让首发经济企业在国际市场上实现资源利用的最优化,数据驱动的资源配置策略可以根据不同市场的经济发展水平、文化氛围以及政策环境,协助企业设计出最适合当地的进入方式与运营模式。首发经济企业的高效性、精准性和灵活性是传统经验导向型企业所无法企及的,亦是数据要素赋能首发经济国际化发展的关键所在。

##### 2. 数据推动首发经济企业的国际化合作与文化传播

首发经济企业在走向国际化时需要融入目标市场的文化语境和社会结构,而不是简单地将国内成功经验复制到海外,数据要素将为跨文化交流与市场扩展开启全新的视角。数据要素赋予首发经济企业与目标市场文化对接的能力,让企业精准理解不同文化背景下消费者的心理与行为特点。数据技术通过对社交媒体数据、消费评论和网络搜索趋势的深度分析,揭示不同文化群体的兴趣点与价值观,帮助企业设计出更符合当地文化预期的产品与服务。数据技术赋予的文化敏感性,使首发经济企业的发展超越单纯的经济活动,在目标市场上引起深度的文化共鸣。因此,数据要素增强了首发经济企业在国际市场上的品牌影响力与文化输出能力。首发经济企业借助数据分析,准确识别品牌与目标市场文化之间的契合点,以本土化方式传递品牌理念,促进首发经济企业的品牌形象在他国获得认可与共鸣。进而,数据要素赋能的国际化合作,为首发经济企业与其他国家和地区的企业建立互惠共赢的伙伴关系提供了可能。通过开放数据接口与合作平台,企业实现跨国界的数据共享与协作,提高资源配置的效率,加强在全球经济网络中的嵌入性。数据驱动的国际合作,不以竞争为核心,而以共赢为目标,促使首发经济企业在全球化过程中更加积极进取。

#### (五)共享赋能:数据要素推动共享要素整合,实现首发经济的普惠发展

##### 1. 数据构建首发经济的共享资源平台

首发经济的发展依赖资源在不同主体间的高效流动与配置,除基础设施建设外,在实践中还需要基于数据要素构建起虚拟层面的共享资源平台,以充当资源流动的中介,改变资源配置的逻辑,<sup>[7]</sup>为

首发经济注入普惠特质和协作效应。数据驱动的资源共享平台,将首发经济的资源分配模式从传统的线性结构转向高度网络化的格局。在传统模式中,资源的供给与需求之间呈现信息不对称与流动滞后的低效率状态,不仅延缓市场响应速度,还导致资源浪费。而基于数据构建的共享平台,通过对资源供需的实时监控与分析,形成动态的优化机制,让资源的配置效率得到提升。在首发经济中,无论是首店的新型商业模式,还是首展中的创新主题展示,基于数据驱动的高效资源分配能为经济效率的跃升提供坚实的技术支持,随着数据技术的深度应用,还可大幅降低资源共享交易成本。首发经济的参与主体多元且层次丰富,从初创品牌到供应链企业,从终端消费者到合作伙伴,每个主体的行为选择都会对资源共享的整体成本产生影响。数据要素通过共享平台,将分散的行为聚合为有序的流动,使交易环节的摩擦被有效削减,进一步降低企业成本,在经济层面和资源层面均实现更大的公平性,让首发经济摆脱少数资源垄断者的控制,逐渐显现出普惠发展的特质,帮助更多主体公平地享受到经济增长带来的红利。

## 2. 数据推动构建首发经济中的多方共创机制

首发经济高度依赖多方协作,将不同主体的资源、能力与价值观整合起来,实现多方共创是其可持续发展的关键。数据要素在其中扮演赋能者和组织者的双重角色,让首发经济的多方合作不再局限于物理层面的资源调动,还向精神层面的价值共创迈进。数据要素的介入,使首发经济的多方共创机制从传统的静态合作转向动态协作。在静态合作模式下,消费者、企业与供应链伙伴之间的互动单向且被动,消费者处于需求端,供应链与企业则根据既定逻辑提供产品。而在数据驱动的共创机制中,这种关系被颠覆。具体来说,消费者的需求通过数据分析被转化为生产环节的决策依据。企业通过数据洞察,将消费者潜在需求融入设计与生产的全过程,形成双向互动的价值创造模式。此时数据技术既能揭示消费者的显性偏好,还能挖掘隐性需求,使消费者成为首发经济的价值共创者。同时,数据要素为供应链伙伴提供更加精准的协作信息,让上下游企业之间的合作能够以更高的效率和更低的成本完成。在首发经济的多方共创机制中,每一个参与主体均能找到自己独特的位置,通过数据技术的支持,最大限度地发挥自身的价值潜力,实现数据赋能,有效提升多方共创的效率,增强消费者的参与感与体验感。在传统经济模式中,消费者被隔离在生产与设计的流程之外,其行为选择的影响力被局限于购买环节。而数据要素的应用,使消费者通过反馈机制直接影响首发经济的产品与服务,成为品牌价值链中的重要参与者,他们会创造深层次的消费体验,提升对品牌的认同,这种角色的转化使首发经济的消费过程从单纯的物质交易转变为价值与意义的双重创造。

## 二、数据要素服务首发经济过程中面临的主要困境

### (一) 首发经济的多元场景对数据要素服务的适应性要求极高

#### 1. 数据要素难以全面适应首发经济的多样化场景需求

首发经济的多样化场景呈现出高度复杂的需求特征,数据要素在适应性上面临极大的挑战。无论是首店的精准消费引导、首展的体验创新,还是首秀的品牌塑造,场景的功能与目的迥异,对数据服务提出截然不同的要求。场景的复杂性使数据要素在支持首发经济时,很难以统一的逻辑进行全面赋能,体现出场景适配性的局限性。首先,首发经济的多样化场景对数据实时性的要求差异显著。首店是消费者与品牌之间的初次接触点,为了捕捉消费者的行为路径与购买意图,极为依赖实时数据分析。而在首展场景中,数据的价值更多体现为对展览过程的监控与优化,需要及时处理互动反馈,强化观众的参与感和体验深度。场景间实时性的不同需求,使数据服务在技术层面必须兼具高频动态

响应和深度分析整合的能力。然而,现有的数据要素偏向单一维度的优化,缺乏针对不同场景特性的动态平衡能力,无法完全满足首发经济多样化场景对实时性支持的极致追求。其次,多样化场景对数据个性化的需求加剧了数据服务的局限性。在首发经济中,每个场景既要满足消费者的普遍需求,又要迎合其独特偏好。在首秀品牌塑造与文化输出的高端场景,尤其依赖数据技术去挖掘与消费者情感和价值观契合的内容元素,这就对数据服务提出极高的定制化要求。然而,现有的数据服务体系通常以标准化为导向,设计逻辑更适合于大规模、单一化的消费场景,无法为满足首发经济的高度个性化需求提供有效支持,限制了场景的应用价值。最后,首发经济场景的动态性进一步放大了数据要素适配性的缺失。在首展和首秀场景中,消费者的关注点与行为模式瞬息万变,要求数据服务必须具备快速捕捉、分析和反馈的能力。然而,许多数据系统的处理周期过长,数据在实际应用中呈现滞后性,难以提供精准的场景支持,降低了首发经济运营效率,进而削弱数据要素在场景中的战略价值。

## 2. 跨场景数据整合能力不足限制了首发经济的协同效应

首发经济的跨场景联动能力,使首店、首展和首秀协同共振,通过数据在不同场景间高效整合,为消费者构建完整的品牌体验。但是,当前数据要素在跨场景整合能力上表现不足,不同场景间的数据孤立性和标准差异性,限制了首发经济价值的完整释放。首先,数据标准的不一致,导致首发经济跨场景数据难以整合成为有机系统。在首发经济的不同场景中,数据的来源、结构和存储方式各自独立。首店的数据以消费记录与购买行为为主,首展则更依赖于交互数据与现场反馈,数据格式和内容的差异使场景间的数据难以直联,形成各自为政的数据孤岛。数据的碎片化影响数据在跨场景联动中的流动,致使首发经济的整体协同效应被削减。其次,场景间数据的系统孤立性,阻碍数据协同价值链的构建。在首发经济中,首店的消费数据若能实时与首展的策划方案联通,可为展览内容的优化提供及时依据,改进消费者在不同场景中的一致性体验。然而,现有的数据系统多为各场景专属设计,缺乏对外部系统的开放性和兼容性,现实的局限使场景间的数据未实现高效共享,让首发经济的协同潜力止步于理论层面,难以转化为实际价值。在跨场景联动中,数据是信息传递的工具,更是驱动场景互动的核心。由于现有数据流动机制的滞后性,不同场景间的信息传递无法做到实时同步,削弱了场景互动的效率与效果。因而,数据流动的不畅限制了首发经济多维度释放价值的潜力。

### (二) 多主体参与下的数据共享障碍削弱了首发经济的协作效能

#### 1. 参与主体间缺乏信任机制限制了数据共享深度

首发经济的繁荣植根于多方协作的高效整合,但在数据共享时也面临信任与利益分配的多重挑战。品牌方、平台方、技术服务商等不同主体在数据合作中,他们目标与需求各异,使数据流动的路径复杂化,引发深度共享的停滞与协作效能的削弱。缺乏信任的机制设计是阻碍数据共享的核心。在首发经济中,由于各主体对数据的价值认知不对称,利益冲突成为数据共享的常态。品牌方通常关注数据对消费行为的洞察能力,希望以数据为依据来优化产品与服务;而平台方更强调数据的交易价值,追求数据在商业模式中的直接变现;技术服务商则试图通过数据分析和技术支持获取长线合作机会。不同利益诉求之间难以达成统一的目标,多主体之间信任脆弱,致使数据共享在深度与广度方面都难以突破。同时,数据共享规则的不明晰加剧了主体间的矛盾。<sup>[8]</sup>数据在首发经济中从辅助性工具上升为核心战略资源,让数据也面临被滥用与泄露的风险。企业普遍担心数据在共享过程中被竞争对手利用,形成商业威胁。数据的采集权限与使用边界也处于模糊状态,进一步削弱企业间的信任。缺乏安全保障的共享环境,让数据持有方更倾向采取保守策略,导致数据流动的冻结与资源的孤立。另外,首发经济中数据共享尚缺乏制度性保障与激励机制。现有的数据共享模式,更多依赖临时性的

合作协议,而非制度化的信任框架。没有明确的利益分配机制与责任分担规则,多主体间的合作流于表层,数据共享难有纵深度。缺乏信任机制的设计,限制了数据的流动,使首发经济面对市场快速变化,无法形成多主体协同应对的高效体系,削弱其整体竞争力。

## 2. 数据孤岛现象制约了首发经济的整体赋能效率

在首发经济中,多主体之间动态联动模式的成功需要数据在不同主体间高效流通。然而数据孤岛现象的普遍存在,削弱了首发经济的整体赋能效率。首发经济中的每一个主体,都是独立的数据拥有者,所有这些数据在不同主体之间无法形成价值链的延续,阻碍首发经济在大生态系统中的协同创新。数据孤岛现象不仅抑制了首发经济的动态适应性,也使多方协作的实际效率远低于理论的最优状态。该问题的另一个后果是资源利用效率的下降。由于数据持有者之间缺乏开放共享的意愿,数据资源被限制在单一主体内部,出现数据多主体的重复建设与数据浪费。一方面,企业为弥补数据的不足,独立投入大量资源进行数据的重复采集与分析;另一方面,封闭状态限制数据的全面性,降低了数据分析结果的准确性与适用性,进而影响企业的健康发展。首发经济的核心价值是通过跨主体协作与资源整合,快速推出符合市场需求的创新产品与服务。然而,数据孤岛让企业缺乏系统性的数据联动,既无法全面了解市场需求,也无法全面获得供应链与合作伙伴的动态反馈。信息链条的断裂会严重影响首发经济产品与服务的快速迭代。进一步地,首发经济是多主体参与的复杂经济形式,需要高度协同的生态网络来支持其长期发展。数据孤岛的存在,限制了首发经济的生态系统建设和高质量发展。

### (三) 首发经济对数据质量和治理能力提出更高要求

#### 1. 非结构化和碎片化数据的治理难题

首发经济是以创新为驱动的新兴经济形态,依靠数据来完成对消费者行为、市场动态和社会互动的洞察。与传统结构化数据不同,首发经济中的核心数据呈现出高度非结构化和碎片化的特征,增加了数据治理的难度,成为影响数据应用效率的主要障碍。非结构化数据的复杂性首先体现在其来源的多样化,首发经济中的关键数据包括消费者的行为轨迹、社交互动生成的信息以及物联网设备产生的实时动态数据,在内容、格式和时效性上存在显著差异,难以用传统的数据治理方法去治理。因此,碎片化数据的分布特性使数据清洗与整合的难度大幅提升,企业在使用这些数据时需要耗费大量时间和资源进行预处理,高成本降低了数据的商业价值与实践效率。首发经济的多场景运作模式,决定了数据采集的分散性与多源性。不同渠道和设备采集的数据彼此独立,缺乏统一的标准与接口。数据碎片化还增加数据流转的复杂度,使数据分析难以形成全面、连贯的视图,企业无法在多个消费场景中建立清晰的用户画像,进而降低数据分析的价值密度。当前碎片化特性使数据的重复采集与存储现象屡见不鲜,既增加治理成本,也浪费计算与存储资源。非结构化和碎片化数据的治理难题,还体现在对数据流动性的抑制上。在首发经济的多主体协作环境中,数据价值来源于不同主体之间的共享与联动。然而,由于数据治理的低效,非结构化与碎片化数据在跨主体流动时,面临数据格式转换与内容重构的双重阻力。这种状况的长期存在,削弱了数据要素的战略价值,抑制了首发经济的运行效率。

#### 2. 动态场景中数据更新与质量控制的矛盾

首发经济的动态性体现在市场需求的快速变化上,也表现在消费场景的即时调整中。然而,与动态特性形成鲜明对比的是,现有数据治理方法多基于静态场景设计,难以适应首发经济对数据更新与质量控制的高要求。首发经济的动态场景特征是通过数据持续更新,实时反映市场环境 with 消费者行

为的变化。传统数据治理方法更多关注历史数据的积累与分析,缺乏对实时数据的处理能力,现有的数据治理体系在更新频率上无法满足于采用这种方法。在首发经济中,面对动态消费场景的复杂和 高频变化,企业需要即时对数据进行更新与修正。基于治理方法的滞后,数据在实际应用中经常出现 延迟甚至过时的问题,导致企业错失关键机遇。另外,动态场景中的数据质量控制与现有的质量标准 体系之间存在显著不匹配。在首发经济的多主体、多场景运营模式下,数据质量的评估与维护需跨越 不同应用领域。然而,当前的数据质量标准缺乏统一性与可扩展性,无法涵盖首发经济中复杂的实际 场景。不同主体对数据准确性、完整性和一致性的要求各异,而现有标准的单一性致使差异化需求难 以得到满足。需求的不匹配进而增加了数据质量控制的复杂度,使数据在跨主体协作中的应用价值 被削弱。同时,还存在数据质量控制的动态性与系统性之间的平衡难题。首发经济的动态特性,要求 数据质量控制能够实时响应市场变化,与系统性的治理框架形成冲突。动态质量控制强调即时性与 灵活性,而系统性治理更注重稳定性与一致性。平衡难题使数据质量控制在实际操作中面临效率与 稳定性的双重折损,影响数据在动态场景中的可靠性,抑制数据在多主体协作中的信任基础。

#### (四)安全与隐私保护对数据要素赋能首发经济的双重制约

##### 1. 隐私保护法规加大了数据服务的合规难度

首发经济的运营过程高度依赖跨境数据的采集、分析与共享。然而,隐私保护法规的复杂性和差 异化,使数据要素的赋能在全球范围面临合规挑战,提升了数据服务的操作成本,影响首发经济精准 决策与市场洞察的效率。多区域隐私保护法规的实施,是首发经济数据使用的第一重约束。首发经 济的全球化运作,涉及多个国家与地区的消费者行为数据,各区域对隐私保护的要求均不相同,甚至 存在冲突性条款。法规环境的复杂性,加重企业的管理难度,迫使其在跨境数据流动时投入大量 资源进行合规评估与调整。<sup>[9]</sup>尤其是在消费者数据使用涉及敏感信息时,企业需要额外设计专门的 保护机制,以满足不同法规的要求。资源的高投入与制度的不确定性,提升了首发经济数据服务的运营 成本,降低了数据流转的效率。此外,数据匿名化与脱敏技术的局限性,进一步限制首发经济对数据 的高效利用。在隐私保护法规的压力下,企业对敏感数据的处理量大幅提升。现有技术匿名化与 脱敏处理时,需要在数据的可用性与隐私保护之间作出权衡,这种权衡的妥协结果致使大量具有高 价值的信息在处理过程中被模糊化甚至丢失,直接削弱数据对市场洞察与消费者行为预测的支持能力。 特别是在首发经济中,精准营销和消费者偏好分析是商业成功的核心,而隐私保护的严格性使关键数 据的可用性下降,影响企业在市场竞争中的响应速度与精准度。由此可见,隐私保护法规的差异化与 技术约束,暴露出数据服务与首发经济需求之间的深层矛盾。首发经济依赖于数据的快速流动与深 度挖掘,而隐私保护的刚性要求,则迫使数据流转的路径变得冗长且复杂。对立的矛盾不仅对企业的 运营效率产生负面影响,也对首发经济的创新能力形成间接制约。数据服务的合规难度,是技术与法 规的博弈,这一难题得不到有效解决,首发经济的全球化潜力将难以充分释放。

##### 2. 数据安全风险影响首发经济的消费者信任基础

发展首发经济,数据既是生产要素,也是与消费者建立信任关系的纽带。然而,数据安全的风险 让纽带变得极为脆弱。当前,数据泄露与数据滥用事件的频发,直接威胁到消费者的隐私权,对首发 经济品牌的信誉与市场表现均造成负面影响。数据泄露风险是削弱消费者信任的首要隐患。在首发 经济的高频交易场景中,消费者的数据被广泛用于产品优化、服务提升与个性化推荐,当企业在数 据保护上出现纰漏,消费者对品牌的信任将迅速崩塌。首发经济的特点是品牌与消费者之间在首次 接触时即达成互信,而数据安全事件一旦发生,会让初始信任难以为继,严重影响企业的市场拓展。

同时,数据泄露事件常伴随舆论的放大效应,对部分企业形成致命冲击,甚至对首发经济的行业形象与发展环境产生集体负面效应。反之,企业对数据安全的过度保护,也在一定程度上限制数据的深度赋能。在数据安全风险上升的背景下,部分首发经济的企业选择保守策略,避免潜在的合规与声誉风险,虽然这能降低企业短期内的数据滥用,却也抑制了数据价值的深挖。首发经济的动态场景,要求对数据以更加灵活开放的形式进行处理与应用,而过度保守的策略,使企业在数据处理时避重就轻,选择性地规避潜在风险较高的环节。这种行为的后果是数据要素无法在场景赋能中发挥应有价值,削弱了首发经济的竞争力。另外,在数据滥用与泄露事件频发的报道中,消费者对数据共享行为表现出更高的警惕性。消费者在抱着防范的心态面对数据授权请求时,更加倾向拒绝甚至回避,大幅减少首发经济中高质量数据的来源,从而对整个数据生态系统产生不利影响。

### (五)算法与技术伦理对首发经济数据赋能的潜在负面效应

#### 1. 算法黑箱限制了数据要素的透明性与公平性

首发经济的蓬勃发展依赖于算法技术在数据分析和决策支持中的应用,推荐系统和预测模型等技术的使用为企业提供了高效的消费洞察。然而,新技术在实际运作中暴露出的“黑箱”特性,对数据要素的透明性与公平性提出了严峻挑战,进而对首发经济的发展逻辑构成潜在威胁。首先,算法的“黑箱”特性使决策逻辑难以被外界清晰理解,引发企业与消费者之间的信任危机。在首发经济中,数据驱动的推荐和预测体系具有高度复杂性,其运行规则和决策依据被封闭在技术逻辑内部,算法的公信力常受到多方质疑。当消费者无法理解推荐内容的生成方式时,很容易将其归因为企业操控,进而对品牌形成抗拒。对于企业而言,算法的不可解释也可能导致内部决策的盲目,使战略调整缺乏理性基础。其次,算法偏见对首发经济的普惠发展形成系统性制约。首发经济的特质是多样化的消费场景和广泛的市场覆盖,算法如果在设计与应用过程中带有偏见,就会对多样性和普惠性形成排斥。算法的优化目标以主流消费者的需求为基准,边缘化群体的消费行为由于样本数据不足,常被算法所忽视甚至误判,致使这类消费者无法享受到首发经济带来的价值创新,加剧了市场的不平等。一旦这种情况常态化存在,就会对首发经济的普惠性特质形成侵蚀,限制首发经济对新兴市场的开发能力。

#### 2. 技术主导下数据要素的价值歧视问题

数据技术在首发经济中的应用,为品牌方与平台方创造出可观的商业价值。然而,以技术为主导的经济逻辑,在市场资源分配与竞争格局中,潜移默化地引发了价值歧视。对弱势市场的忽视以及数据赋能模式的不平衡,强化了品牌方和平台方的市场权力,同时削弱了中小型企业的竞争能力。首先,数据技术的过度商业化倾向,使首发经济的价值分配呈现出严重的不均衡状态。首发经济的发展对效率与创新高度依赖,而数据技术在实现效率提升的过程中,通常会选择性地关注主流消费市场的需求,忽略弱势市场的潜在价值,非主流消费群体的需求甚至被视为数据分析中的“噪声”而被排除在有效数据之外,最终削弱了首发经济的覆盖广度,在一定程度上损害首发经济的社会责任感与文化多样性。其次,数据赋能模式的不对称,加剧首发经济中的利益倾斜。品牌方与平台方由于在数据资源、技术能力和市场影响力上的优势,会迅速扩大市场份额并增强品牌声誉。而中小企业由于缺乏足够的的数据积累与技术支持,在市场竞争中处于被动地位。数据信息的不对称,导致数据赋能带来的价值增长更多地集中于少数大企业手中,中小企业则被迫在市场边缘挣扎。这破坏了首发经济发展的市场公平,阻碍创新型中小企业对行业生态系统的贡献。同时,技术主导的市场逻辑,正在逐步改变首发经济的内在价值观。首发经济通过多样化的消费体验和广泛的市场覆盖,促进经济与社会的双重繁荣。然而,当数据技术以效率为唯一导向时,首发经济的核心价值会逐步转为商业利益最大化。

单纯逐利的价值观,影响首发经济的文化认可度和公众信任度,进而影响首发经济的高质量发展。

### 三、数据要素服务首发经济的对策建议

#### (一)构建高动态适应性的首发经济数据驱动架构

##### 1. 基于实时感知的首发经济动态数据建模

首发经济的精准运行高度依赖动态数据的实时感知与高效处理,因此,从高频数据采集入手,构建覆盖消费行为全流程的动态感知体系,可确保首店、首展、首秀等核心场景中的数据变化被迅速捕获,及时转化为具备操作指导意义的有效数据。数据建模突破了传统单维度分析的局限,采用多源数据融合技术,将消费行为、市场趋势与情境特征融入动态迭代的分析框架,实现数据实时更新与精准解析的双重目标。在算法设计层面,开发具备自适应优化功能的智能模型,可提升计算精度和分析效率。通过动态调整算法参数,可避免模型因市场环境突变而产生预测滞后或偏差,为首发经济运行提供更具前瞻性的决策支持。分布式计算与智能调控机制是模型部署的核心支撑,能快速生成场景优化的可操作策略,推动资源配置效率与市场响应速度的同步提升。<sup>[10]</sup>同时,为保持动态建模体系的长期可持续性,还可采用融合机器学习与强化学习的前瞻性算法架构设计,通过自学习能力动态捕捉不确定性因素,提供有效应对策略。最终,形成全链条覆盖的动态数据建模体系,将消费行为感知、市场需求预测与情境优化深度联动,为首发经济提供精准、高效的资源利用与市场调控能力,推动其在动态市场环境中实现高质量发展。

##### 2. 构建跨场景数据联动机制以解决首发经济的数据割裂问题

要解决首发经济场景割裂问题,首先,应制定适配复杂多样场景需求的数据互联标准。针对首发经济特有的场景特性,细化数据采集、交换、存储等环节的规范。在首店场景中,应建立动态实时的数据捕捉和行为分析标准,支持用户画像的高效生成;在首展场景中,需注重反馈数据的标准化,优化互动内容的设计和呈现;首秀场景则需重点关注品牌传播与受众情感反馈数据的整合,形成支持品牌价值评估的全流程标准体系。统一的数据标准能够有效消除不同场景间的数据壁垒,为场景间的联动创造制度化基础。其次,应构建基于去中心化技术的数据共享平台,为首发经济的多主体协作提供支撑。传统的中心化数据管理模式无法满足首发经济多主体间的复杂需求,而去中心化平台通过区块链技术可以确保数据的安全性和可信性。在平台设计上,结合智能合约技术能够实现对数据使用权限的精确管理。首店中的消费者行为数据可以通过智能合约授权共享至首展,为展览内容的动态调整提供实时依据,首秀场景中生成的品牌效应数据被安全传递回首店,用以优化营销策略。安全高效的共享机制能显著提升平台的数据流通效率,同时降低多主体间的数据合作风险。最后,应积极采用智能数据编排技术提升首发经济数据联动效率。当前,不同场景数据的格式与语义差异导致整合难度加大,智能编排技术可以自动解析数据源的类型和内容特征,快速生成符合场景需求的整合方案。在实践中,这种技术能动态调整数据处理流程,适应首发经济对实时性和精准性的双重要求。当首店实时销售数据与首展现场反馈数据通过智能编排实现联动时,可为企业提供优化展览内容的依据,生成场景化的数据联动模型,从而在不同场景之间形成高效协同。

#### (二)完善首发经济多主体数据协作生态系统

##### 1. 构建多主体数据协作中台以推动首发经济高效发展

首发经济实现数据高效流通与价值共创需要多主体数据联合协作。中台建设应以智能合约技术为基础,建立透明、公正的数据流转规则体系,从机制上解决品牌方、平台方与供应链企业之间的数据

协作分歧,增强各方协作的信任度与参与意愿。为保障数据流通的合法性与安全性,中台需集成自动化的数据权限管理功能,精细化授权流程确保数据使用的规范化,实施全流程的共享监测,动态追踪数据使用状况并及时反馈异常,在管理上形成闭环。同时,大力推动“首发经济数据生态共享机制”的落地,倡导以联盟式数据池的形式整合不同行业与场景的异构数据资源。数据池具备跨行业数据兼容与融合能力,可有效打破行业壁垒并释放数据整合的协同效应。此外,协作中台需进一步嵌入智能分析工具,实现对大规模数据的高效处理和深度洞察,使多主体基于共享数据资源开展协同创新,推动数据增值和商业模式的多元化发展。最终,通过构建开放、智能和高度集成化的数据协作中台,提升首发经济的数据流通效率,增强资源配置优化能力,实现从数据共享到创新驱动的全面升级,为行业高质量发展注入动能。

## 2. 构建基于数据供给价值评估的激励机制以推动首发经济数据共享

为有效激发多主体间的数据共享意愿,首发经济需构建以“数据供给价值评估”为核心的激励机制,以数据贡献量化为基础,全面评估数据供给效能,包括数据的使用频率、覆盖广度以及在创新应用中的价值表现,并据此制定收益分配规则,确保所有数据供给方在共享生态中实现收益与贡献的对等性。<sup>[11]</sup>这意味着应该采用科学的收益分配策略,达到提升数据共享的公平性与合作效率的目的。激励机制引入“数据贡献指数”体系,对数据流通环节的关键节点和核心贡献主体进行精准识别,采用多维度指标体系设置涵盖数据质量、独特性、可用性以及对整体协作效能的提升程度等方面的关键参数。在分配策略上,基于指数结果动态调整数据收益比例,形成激励精准导向,优先激发对首发经济价值具有决定性影响的数据供给行为。此外,还应辅以制度化的评估与反馈机制,对激励政策的实施效果进行定期监测与优化。基于数据供给价值评估的激励机制的落地,将显著增强多主体间的协作深度,消除数据共享的顾虑与障碍,推动数据资源的高效流通与深度利用。由此,首发经济逐步构建起公平、透明、可持续的协作生态,为产业创新和经济高质量发展提供制度保障。

### (三) 提升首发经济数据质量的动态保障能力

#### 1. 构建高效数据治理框架以提升首发经济中非结构化数据的利用效能

面对首发经济场景中非结构化数据的复杂性与多样性,亟需构建系统化的数据治理框架,提升数据资源的利用效能。数据治理框架应聚焦于首发场景的独特需求,优先开发针对消费评论、社交互动等数据类型的高效清洗与结构化转换技术,将无序的数据流整理为具备分析价值的结构化资源。在技术实践上,全面引入多模态数据处理方法,确保文本、图像、音频等多种形式的非结构化数据以统一标准进行整理和转换,从而构建跨类型数据的协同分析能力。为进一步挖掘数据的潜在价值,数据治理框架需整合深度学习驱动的语义分析工具,将数据治理从基础清理与组织提升到深层次价值挖掘。语义分析工具的设计需着眼于两大核心功能:一是精准提取消费数据中隐藏的情感偏好与需求趋势,助力企业更好地理解市场动态;二是生成前瞻性的市场洞察,以数据为支撑向企业提供战略性决策建议。通过构建覆盖全流程、全场景的非结构化数据治理框架,首发经济将在数据资源的开发利用上实现质的飞跃。数据治理框架的全面实施将为企业打造敏捷的数据决策体系,赋能市场主体实现数据驱动的持续创新和场景优化,为首发经济的高质量发展提供强有力的技术保障。

#### 2. 构建“数据质量动态监控”体系以支撑首发经济高效运作

首发经济的动态特性决定了数据质量需要与市场环境以及消费场景的变化保持实时同步,采用“数据质量动态监控”体系可以将实时质量评估与自动修正功能深度嵌入首发经济的全链条运营中,通过智能化监控和优化手段实现数据质量的动态提升。在评估层面,引入多维质量指标,对数据的准

确性、一致性和时效性进行实时评估,保证数据精准反映消费行为和市场趋势。<sup>[12]</sup>在修正层面,依托自动化算法快速识别并修复数据中的缺失、异常或重复问题,保证数据在复杂场景中的持续适配性与稳定性。为进一步提升数据的可信度和安全性,动态监控体系可与基于区块链的“数据可信度追溯系统”联动运行,追溯系统,全程记录数据的来源、处理和流转路径,为跨场景的数据共享提供可验证的透明性保障。联合运行机制能增强数据在多主体协作中的使用信任度,它依靠追踪数据处理流程,精准定位数据质量问题的源头,提升治理效率。通过构建实时响应、高度透明的动态监控体系,首发经济的多场景应用将获得可靠的数据质量保障,显著提高数据资源的利用效率,加强市场主体间的协作深度,为首发经济的高效运作提供技术支撑与制度保障。

#### (四)平衡隐私保护与首发经济数据赋能的双重需求

##### 1. 通过场景化隐私保护设计推动首发经济数据安全与商业创新的平衡

为精准适配各场景的特定隐私需求,将隐私保护从单一标准化模式向场景化设计转变,实现隐私安全与数据流通之间的动态平衡,满足首发经济场景的多样化要求。分层隐私保护策略应针对首店、首展、首秀等不同场景中数据使用的多样化特性,制定差异化保护方案。为防止隐私泄露,敏感数据应在严格加密与分级授权机制的约束下使用,而非敏感数据则可在保证安全的前提下灵活处理,支持商业创新和运营优化。推广多方安全计算、联邦学习等先进技术,在数据不出本地的情况下实现跨主体间的安全计算和联合建模,缓解隐私保护与数据分析之间的矛盾。为进一步增强数据处理的透明性,隐私保护机制需内嵌清晰的规则展示和风险提示功能,帮助消费者了解数据的使用方式及潜在风险,提升对数据处理行为的信任度与参与意愿。通过场景化的隐私保护设计,首发经济数据生态可实现多场景间的安全互联与价值协同。在保障消费者隐私权的同时,为市场主体在创新应用和数据治理合作方面提供制度与技术基础,推动首发经济在数据驱动时代实现安全、合规与高效的高质量发展。

##### 2. 构建跨区域数据合规框架以应对首发经济国际化运营挑战

在首发经济国际化发展中,跨区域数据流通面临合法性和合规性问题,面对隐私保护法规间的差异和一系列潜在冲突,亟需构建首发经济的跨区域数据合规框架。其设计需着眼于多地区规则的兼容性分析,提炼隐私保护和数据流动的共性要求,建立跨越制度差异的通用化合规规则,确保跨境数据流通的合法性、安全性和可操作性。为提升规则执行的灵活性,框架设计还需具备对区域间动态变化的快速适应能力,以分层设计实现本地化法规与国际化运营需求的有效对接。在技术层面,为减少企业的合规负担,应优先开发模块化合规工具,对数据采集、传输、存储和使用的全链条进行监控与提示。模块化工具通过标准化接口和智能化配置,根据不同区域的具体法规动态调整合规策略,能显著降低企业在多国运营中的合规成本与复杂性。此外,框架应支持设立数据跨境流通试点项目,选取隐私保护规则相对成熟且与数据流通需求高度匹配的区域,推动技术与政策的协同创新。以试点项目作先行示范,验证隐私计算、数据沙箱等技术的实际应用效果,探索隐私保护与数据高效利用的平衡路径,为国际化运营提供技术可行性验证与政策优化参考。通过对跨区域规则协调的推动,可为全球隐私保护规则创新和数据治理体系优化提供实践样本,为构建开放、透明、规范的数据生态作出贡献。

#### (五)规范首发经济数据算法伦理,推进公平与普惠发展

##### 1. 构建首发经济算法透明化规则以保障数据技术应用的公平性

在首发经济中,实现算法透明化是保障数据技术应用公平性与社会信任的关键。建立全面的算法透明化规则,要求企业对关键数据决策算法进行公开披露,明确算法的设计逻辑、优化目标和可能

带来的社会与市场影响,满足算法运行过程的可理解性,让数据具备高度的可追溯性,方便社会公众和独立第三方机构对算法进行审查与监督,<sup>[13]</sup>确保数据符合公平性与合规性要求。<sup>[14]</sup>在算法开发环节,嵌入伦理审视机制,对算法目标、数据处理流程及潜在影响进行全程评估,避免因数据样本偏差、目标设定单一或优化方向不当而引发不公平现象。重点规避因收入水平、地域分布、性别等特征导致的算法歧视问题,维护不同消费群体特别是低收入者和弱势群体平等参与首发经济的消费与互动场景的权利。此外,透明化规则的制定是技术治理的必要手段,是提升社会信任和市场参与度的核心环节。为保障算法公平性,应推动对算法结果的持续监控与优化,动态调整参数并更新模型,减少不公平行为产生的可能性。算法透明化为数据技术的规范化应用提供制度支持,增强企业与消费者之间的信任,降低因数据技术应用带来的社会风险,推动首发经济向更加公平、包容和可持续发展的方向发展,进一步奠定首发经济高质量发展的伦理与社会基础。

## 2. 推动普惠性数据技术应用以实现首发经济的公平发展

为推进首发经济公平发展,需大力推广普惠性数据技术,加速“数据普惠平台”建设,共享高质量数据资源,为中小型市场主体提供低门槛的数据技术支持,帮助小微企业和初创企业在首发经济的竞争中获得公平参与的机会。数据普惠平台具有优秀的数据整合和资源优化能力,能将零散的行业数据、公共数据、商业数据资源高效融合,形成统一、高可用性的数据资源池,为中小型企业提供简便的数据访问接口和直观化的数据分析工具,显著降低技术与数据获取门槛。同时,针对弱势市场和边缘化群体的数据需求,开发覆盖这些市场的个性化数据分析工具,结合特定消费场景,精准识别市场群体的独特需求与行为偏好,帮助企业设计契合的营销与服务策略,将主流算法忽视的市场潜力充分挖掘出来。在此,数据技术的应用需兼顾商业价值与社会责任,利用个性化服务促进市场的多样化与包容性增长。此外,普惠性数据技术推广还需配套相应的政策激励措施,鼓励企业和技术提供方积极参与普惠平台的构建与运营,推动跨主体的数据协作与技术共享。通过全面覆盖多元市场需求,数据普惠平台赋能首发经济在扩大覆盖范围的同时提升资源配置效率,最终实现社会效益与经济效益双赢的目标,为首发经济的高质量发展奠定坚实基础。

### 注释:

[1] 赖立、胡乐明、粟小舟:《首发经济赋能消费升级的内涵机理和路径选择》,《经济学家》2024年第12期。

[2] 刘涛雄、张亚迪、戎珂等:《数据要素成为中国经济增长新动能的机制探析》,《经济研究》2024年第10期。

[3] 孙绍勇、李诗:《培育和发展新质生产力的数智化逻辑旨要及驱动路向》,《政治经济学评论》2024年第6期。

[4] 朱大辉、林思涵、张晓晨:《数字经济时代平台企业如何促进共同富裕》,《金融经济研究》2022年第1期。

[5] 史丹、郑玉:《数据要素的赋能机制与企业全要素生产率提升——来自国家级大数据综合试验区的证据》,《改革》2024年第11期。

[6] 孙博文:《面向中国式现代化的数字生态文明建设的三重逻辑》,《改革》2024年第10期。

[7] 洪名勇、张西风:《数据赋能新质生产力发展的作用机理与实现路径研究》,《经济问题》2024年第10期。

[8] 赵畅:《企业数据资产信息披露:理据、困境及出路》,《南方金融》2024年第8期。

[9] 王延隆:《数据要素化:人工智能时代政府数据治理的功能、困境与变革》,《贵州师范大学学报(社会科学版)》2024年第6期。

[10] 张会平:《数据要素协同治理:行动目标、主体作用和机制完善》,《行政论坛》2024年第5期。

[11] 许中缘、郑煌杰:《赋能新质生产力:数据要素资产化的法律配置》,《湖北大学学报(哲学社会科学版)》2024年第5期。

[12] Janssen M., Brous P., Estevez E., Barbosa L. S., Janowski T., “Data Governance: Organizing Data for Trustworthy Artificial Intelligence”, *Government Information Quarterly*, 2020, 37(3): 101493.

[13] 杨国强、许明月:《新质生产力生成中数据要素交易监管的完善路径》,《湖北大学学报(哲学社会科学版)》2024年第3期。

[14] 胡俊宏、仲瑞洋:《数据安全治理的经济法理念分析与制度构建》,《北京师范大学学报(社会科学版)》2024年第5期。

〔责任编辑:刘毅〕