

# 马克思主义劳动价值论视角下的 文化产业价值创造

申文

新疆大学马克思主义学院, 新疆 乌鲁木齐

收稿日期: 2026年4月11日; 录用日期: 2026年5月2日; 发布日期: 2026年5月15日

## 摘要

文化产业作为当代资本主义和社会主义市场经济的显著现象, 它的价值创造过程呈现出与传统物质生产领域不同的复杂性, 同时文化产业的兴起也对马克思主义劳动价值论提出了双重挑战, 即创意劳动是否创造价值? 符号价值是否消解劳动价值? 马克思主义劳动价值论是理解马克思主义政治经济学的理论基石, 本文基于对《资本论》及其手稿的文本考证来论证劳动价值论在文化产业领域虽然仍具有解释力, 但是需要进行理论的重构和深入。本文阐述了劳动价值论的内涵, 提出了文化产业价值创造的内在构成, 指出了当代文化产业价值创造的现实困境并批判性审视了对“文化例外论”与“符号价值论”的理解, 最后提出了优化文化产业价值创造的具体实践策略。新时代中国特色社会主义文化经济学应坚持劳动价值论, 同时构建具有中国特色的文化价值评估体系。

## 关键词

劳动价值论, 文化产业, 价值创造

# Value Creation in the Cultural Industries from the Perspective of Marxist Labor Theory of Value

Wen Shen

School of Marxism, Xinjiang University, Urumqi Xinjiang

Received: April 11, 2026; accepted: May 2, 2026; published: May 15, 2026

## Abstract

As a prominent phenomenon of contemporary capitalism and the socialist market economy, the

cultural industries exhibit a complexity in their value creation process that differs from that of traditional material production sectors. At the same time, the rise of the cultural industries poses a dual challenge to Marxist labor theory of value: Does creative labor create value? Does symbolic value negate labor value? Marxist labor theory of value serves as the theoretical cornerstone for understanding Marxist political economy. Based on textual analysis of *Capital* and its manuscripts, this paper argues that while the labor theory of value retains explanatory power in the cultural industry sector, it requires theoretical reconstruction and further elaboration. This paper elucidates the essence of the labor theory of value, proposes the intrinsic structure of value creation in the cultural industries, identifies the practical dilemmas facing contemporary value creation in the cultural industries, and critically examines interpretations of the “cultural exception” and “semiotic value theory.” Finally, it proposes specific practical strategies for optimizing value creation in the cultural industries. The cultural economics of socialism with Chinese characteristics in the new era should adhere to the labor theory of value while simultaneously constructing a cultural value assessment system with Chinese characteristics.

## Keywords

Labor Theory of Value, Cultural Industries, Value Creation

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. 马克思劳动价值论内涵及其文化向度

### (一) 理论内涵

马克思创立了劳动二重性理论，就是生产商品的劳动具有具体劳动和抽象劳动的二重性，其中具体劳动是指创造使用价值的特定形式的有用劳动，例如通过特定形式(如裁剪、绘画)改变物质的形态；而抽象劳动则是指形成价值的无差别的人类劳动，剥离具体形式后表现为人类脑力与体力的耗费。劳动二重性学说是“理解政治经济学的枢纽” [1]，这一理论突破了古典政治经济学将价值归结为物质要素的局限，确立了劳动作为价值唯一源泉的科学结论。而商品二因素根源于劳动的二重性，马克思指出使用价值是具有满足人们某些需要的自然属性，是商品价值的物质承担者，没有使用价值的东西是不可能有价值的，而价值则体现着商品生产者之间在生产生活中由于自身需要而相互交换劳动的社会属性。商品的使用价值和价值是对立统一的，二者相互依存不可分割，商品生产者是通过生产商品的使用价值去获得商品的价值的，而消费者则是通过购买商品来获得自己所需要的使用价值，这一过程始终是通过交换来实现的。价值的实现依赖于社会交换，构成价值的唯一源泉和实体是一般的、无差别的人类劳动即抽象劳动，也就是说价值是“凝固的劳动时间” [2]。商品的价值量由生产该商品所耗费的社会必要劳动时间决定，而“商品的价值量与体现在商品中的劳动量成正比，与这一劳动的生产率成反比。” [1]这并非个别劳动时间而是在“社会正常的生产条件下，用社会平均的劳动熟练程度和强度” [1]生产某种使用价值所需的时间，这体现了价值的社会属性。

### (二) 文化向度

劳动二重性学说是“理解政治经济学的枢纽”对于文化产业也是同样适用，这一基本原理不会因为劳动对象从物质产品转向精神产品而失效，关键在于文化产业的具体劳动表现为符号编码类劳动，它的使用价值是在于体验感受。马克思将劳动划分为物质生产劳动与精神生产劳动，认为精神生产劳动是为

了满足人们的精神需要而进行的生产活动，精神生产劳动的成果虽然是以书籍、艺术品、思想观念等形式来呈现的，但是同样耗费了人类脑力和体力的劳动，是具有价值创造的属性的。无论是物质生产领域还是精神生产领域，劳动都是价值产生的根本前提，没有人类劳动的投入任何产品都是不具备价值的。马克思主义劳动价值论的核心要义不仅揭示了物质生产领域价值创造的普遍规律，同时更为我们解读精神生产领域的价值创造提供了科学的理论框架，为我们分析文化产业这一特殊的精神生产与物质生产相结合的产业形态奠定了坚实的理论基础，文化产业以创意为核心的驱动力，其价值创造的过程深刻体现了劳动二重性的辩证统一。

## 2. 文化产业价值创造的内在构成

### (一) 精神劳动与物质劳动的辩证统一

“精神劳动特指生产精神产品的劳动，而物质劳动特指生产物质产品的劳动，二者是针对劳动的具体性和有用性而言的。”<sup>[3]</sup>根据马克思主义的劳动价值论，文化产业的价值创造同样是源于人类劳动的投入，但是呈现出了精神劳动主导、物质劳动支撑的辩证统一特征，二者共同构成文化产业价值创造的完整链条。

文化产业的本质是“创意驱动”，精神劳动是文化产品差异化价值的根本来源同时也贯穿于文化产业价值创造的全过程。从劳动的过程来看，精神劳动可分为三个阶段：一是创意构思阶段，即劳动者通过对社会生活的观察、体验、提炼来形成独特的思想理念、艺术构思或文化符号，如作家的文学创作、设计师的创意构想、艺术家的审美表达等。二是内容生产阶段，即劳动者通过将创意构思转化为具体的精神产品形态，如编剧将故事构思转化为剧本、音乐家将旋律构思转化为乐曲、画家将视觉构思转化为画作等。三是价值提炼阶段，即劳动者对精神产品的思想内涵、文化意义进行升华，使生产出来的文化产品具备引导社会价值观、传承文化基因、满足精神需求的功能，如红色文化产品对革命精神的诠释、传统文化IP对优秀传统文化的传承等。

文化产品的精神价值无法脱离物质载体而独立存在，必须通过一定的物质形式呈现和传播，这就离不开物质劳动的支撑。物质劳动是劳动者在文化产品生产、传播、推广过程中进行的以体力耗费为主、具有重复性和标准化特征的劳动，主要包括三个环节：一是生产制作环节，即通过一定的技术手段将精神劳动成果转化为实体或数字形态的文化产品，如书籍的排版、印刷、装订，影视产品的拍摄、剪辑、后期制作，文创产品的生产加工。二是传播推广的环节，即通过各种渠道将文化产品传递给受众群体，如电影院线的发行、图书的销售、数字内容的平台上架、文化产品的营销推广等。三是服务保障环节，即为受众消费文化产品提供配套服务，如博物馆的讲解服务、文化场馆的运营管理、数字平台的技术维护等。在文化产业价值创造过程中精神劳动与物质劳动是相互依存、相互促进的，其中精神劳动为物质劳动提供内容指引和价值核心，物质劳动为精神劳动提供实现路径和保障条件，二者共同构成了文化产业价值创造的完整链条。

### (二) 物质使用价值与精神使用价值的统一

马克思主义劳动价值论指出，商品的价值是由生产商品所耗费的社会必要劳动时间决定的。而文化产品作为一种特殊商品，其价值构成既遵循这一普遍规律又因产品形态的特殊性呈现出多元特征，核心体现为使用价值的双重性。

文化产品的使用价值具有鲜明的双重属性，这是文化产业区别于传统物质产业的核心特征。一是物质使用价值，即文化产品的物质载体所具备的实用性，如书籍的阅读功能、影视产品的观看功能、文创产品的实用功能、文化场馆的使用功能等。二是精神使用价值，即文化产品承载的思想内涵、审美体验、知识信息、情感共鸣等。精神使用价值是文化产品的核心使用价值具有三个显著特征：其一，非消耗性，

同一文化产品可被多个受众同时或重复消费且消费过程不会导致其精神价值的损耗，如一部电影可被无数观众观看但是其传递的思想理念和审美体验并不会因为观看次数增多而减少。其二，共享性，文化产品的精神价值可以通过传播实现广泛的共享从而形成社会共识，如优秀的传统文化产品能够跨越时空，被不同时代、不同地域的受众接受和认。其三，可持续性，文化产品的精神价值能够长期存在并产生深远影响，甚至可以通过人们的再创造实现价值的增值，如经典文学作品被改编为影视、戏剧等多种形式持续产生价值。

### (三) 价值的多元凝结

文化产业的价值是生产过程中活劳动与物化劳动的共同凝结，同时也包含着文化传承与创新的价值，具有价值多元凝结的特性。一是活劳动的直接创造，活劳动是指劳动者在生产过程中耗费的脑力和体力劳动，包括创意创作、生产制作、传播推广、服务保障等环节的劳动，这是文化产业价值创造的直接源泉。二是物化劳动的价值转移，物化劳动是过去劳动的凝结，包括生产资料如生产设备、技术工具、原材料、场地等和不变资本的投入，这些物化劳动通过活劳动的作用将其价值转移到文化产品中共同构成了文化产业价值的重要组成部分。三是文化传承与创新的价值积淀，许多文化产品不仅是当下劳动的凝结还承载着历史文化的积淀，其价值不仅包括劳动者的劳动投入同时还凝聚着历史上无数劳动者的劳动成果。

## 3. 当代文化产业价值创造的现实困境

### (一) 精神劳动价值被低估，社会效益与经济效益脱节

精神劳动是文化产业价值创造的核心，但在当前的文化产业中精神劳动的价值常常被低估。一方面，创意劳动的复杂性和创造性出现难以量化的情况，导致其价值在利益分配中得不到充分体现如部分网络文学作者、独立音乐人、小众艺术家的劳动报酬微薄，这与作品的市场价值和社会价值严重不符合。另一方面，知识产权的保护力度不足导致抄袭、盗版等侵权行为频繁发生，严重损害了创意劳动者的合法权益并且打击了其创新的积极性。让·鲍德里亚提出的“符号价值论”认为在后工业社会里，价值源泉不再是劳动而是符号差异与意义交换，这一理论看似解释了文化产业的“虚拟价值”，但事实上却是陷入了唯心主义的陷阱。在创意经济时代，我们必须坚持劳动创造价值的唯物主义立场，抵制“一夜暴富”和“流量至上”等错误观念，弘扬工匠精神与创作正道夯实文化强国的价值根基。

目前存在部分文化产业的生产者片面追求市场利益而忽视文化产品的精神价值和社会价值的情况，这就导致了文化产业价值导向的失衡。一些文化产品为吸引流量、追求票房和点击率刻意迎合低级趣味，产品充斥着低俗、暴力、拜金等不良内容，与我国宣扬的社会主义核心价值观不符。

### (二) 价值评估体系单一，数字技术赋能不足

有学者提出，文化产业作为兼顾经济效益与社会效益的典型服务业态，应该引起重视[4]。而我国的文化产业价值评估体系多以经济指标为核心如票房收入、销售额、利润率等，缺乏对精神价值、文化价值、社会价值的科学评估标准。这种单一的价值评估体系会导致部分具有较高文化价值、社会价值但经济收益有限的优质文化产品被忽视，从而难以获得国家政策支持和资源的倾斜。

随着数字时代的到来，数字技术在为文化产业的价值创造提供新机遇的同时也带来了新的挑战。一是数字技术与精神劳动的融合不够深入，如大数据、人工智能等技术在创意构思、内容生产等环节还没有广泛运用。二是数字文化产品的版权保护难度大，侵权成本低导致数字文化产业价值流失十分严重。三是数字传播渠道的运营能力不足，部分文化产品虽然具备优质的内容，但因为缺乏有效的数字营销和传播手段难以影响到受众群体。马克思严格区分生产劳动与非生产劳动的区别：“只有生产资本的雇佣劳动才是生产劳动。”[5]福克斯等人的“数字劳动”理论扩大了劳动概念将所有数字活动纳入生产劳动，



这一泛化虽然具有批判性但消解了劳动价值论的精确性。

## 4. 优化文化产业价值创造的实践策略

### (一) 凸显精神劳动核心地位，强化知识产权保护

建立科学的精神劳动价值评价机制，将创意难度、文化内涵、社会影响等纳入评价指标，完善文化产业利益分配制度保障创意劳动者的合法权益，提高劳动者精神劳动的回报率。例如，在文化产品收益分配中，适当提高创作者的分成比例，建立起基于作品影响力的二次收益分配机制。同时要加大知识产权保护力度，完善我们的文化产业知识产权法律法规，加强对抄袭、盗版、侵权等行为的打击力度提高侵权成本。建立知识产权快速维权机制为创意劳动者提供便捷、高效的维权服务，加强知识产权宣传教育提升全行业的知识产权保护意识。加强文化人才的培养，构建起兼具创意能力、文化素养和价值引领意识的人才培养体系，通过高校专业建设、在职培训、行业交流等多种形式提升精神劳动者的专业水平和创新能力。

### (二) 拓宽多元价值转化路径

推动文化产业与其他产业的深度融合，从而拓宽文化产品的价值实现路径。例如将文化产业与旅游产业融合开发文化旅游产品、将文化产业与科技产业融合提升文化产品的科技含量和呈现形式。同时要通过强化政策引导完善我国文化产业政策体系，通过财政补贴、税收优惠、项目扶持等政策支持优质公益文化产品的生产和传播，从而引导生产者兼顾社会效益与经济效益。要建立科学的文化产品价值评估体系，将精神价值、文化价值、社会价值纳入评估指标，改变单纯地以经济指标为核心的评估模式。可以搭建社会认可的文化平台，通过文化展会、公益展演、非遗进校园、优秀作品巡展等活动提升优质文化产品的社会影响力。还可以建立文化产品的社会价值传播机制，利用新媒体平台宣传和推广具有较高精神价值和文化价值的作品，从而促进社会认可向市场价值转化。

### (三) 强化数字技术赋能

推动数字技术与精神劳动深度融合，利用大数据、人工智能等技术提升创意转化效率和产品呈现质量，例如通过大数据分析精准把握受众需求为创作提供参考。可以完善数字文化产业的基础设施与版权保护体系，通过加强数字文化平台建设可以提升数字内容的传播效率和覆盖范围。通过建立起数字文化资源共享机制可以促进优质文化资源的数字化传播和利用，同时运用区块链等技术构建数字版权保护体系实现数字文化产品的全程追溯和维权，从而保障数字文化产品的价值实现。还可以通过提升文化产业数字化的运营能力来培养数字化运营人才，引导文化企业运用数字技术来开展营销推广、用户运营等活动，近距离接触受众群体从而提升价值的实现效率。

## 5. 结论

马克思主义劳动价值论为解读文化产业价值创造规律提供了科学的理论框架。文化产业的价值创造以精神劳动为核心、物质劳动为支撑，其价值构成体现为物质使用价值与精神使用价值的双重统一，价值实现依赖市场交换与社会认可的多元路径。在文化强国建设的时代背景下文化产业的高质量发展具有重要意义，我们要以马克思主义劳动价值论为指引深入把握文化产业价值创造的本质规律，优化价值创造的实践路径从而推动文化产业向内涵式、高质量发展转型，生产出更多满足人民美好生活需要的优质文化产品。

## 参考文献

- [1] 马克思. 资本论: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 2004: 52-55.

- 
- [2] 马克思. 政治经济学批判(柏林版) [M]. 柏林: 柏林敦克尔出版社, 1859: 6.
  - [3] 郑权. 从精神劳动到数字资本主义——论劳动价值论在数字时代的有效性[J]. 现代交际, 2024(6): 9-20+121.
  - [4] 刘玉杰, 顾江, 石志如. 数字化与文化产业高质量发展格局重塑: 创新升级与效率变革[J]. 经济理论与经济管理, 2025, 45(10): 1-18.
  - [5] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 《马克思恩格斯全集》第 26 卷第 1 册[M]. 北京: 人民出版社, 1972: 142.