

《资本论》视域下数字平台的价值逻辑研究

——基于短视频平台的商业模式分析

孟 瑞

新疆大学马克思主义学院, 新疆 乌鲁木齐

收稿日期: 2026年9月16日; 录用日期: 2026年10月7日; 发布日期: 2026年10月19日

摘 要

短视频平台属于数字经济的典型形式, 它的商业模式本质就是资本逻辑在数字时代的新呈现。本文以《资本论》的政治经济学批判为框架, 从价值源泉、价值实现、价值分配三个方面来揭示短视频平台“免费使用、数据生产、广告变现”商业模式背后的价值逻辑。研究表明, 用户的无酬数字劳动是平台价值增殖的活劳动来源, 算法推荐机制改变了价值实现的空间, 使流通领域成为剩余价值榨取的新场域, 数据产权的资本垄断造成价值创造主体和占有主体的分离。短视频平台表面上繁荣的生态, 实际上就是资本对用户生命活动的全面吸纳和系统性剥削。只有从数据共有、算法共治入手, 才能破除数字拜物教的幻象。

关键词

《资本论》, 数字平台, 价值逻辑, 数字劳动, 短视频

The Logic of Value of Digital Platforms from the Perspective of *Das Kapital*

—An Analysis Based on the Business Model of Short-Video Platforms

Rui Meng

School of Marxism, Xinjiang University, Urumqi Xinjiang

Received: September 16, 2026; accepted: October 7, 2026; published: October 19, 2026

Abstract

Short-video platforms are a typical form of the digital economy, and their business model represents, in essence, a new manifestation of the logic of capital in the digital age. Drawing on the

文章引用: 孟瑞. 《资本论》视域下数字平台的价值逻辑研究[J]. 哲学进展, 2026, 15(10): 174-182.

DOI: 10.12677/acpp.2026.1510475

critique of political economy in *Das Kapital*, this paper reveals the underlying logic of value behind the “free use, data production, advertising monetization” business model of short-video platforms from three dimensions: the source of value, the realization of value, and the distribution of value. The findings show that users’ unpaid digital labor constitutes the living-labor source of value augmentation for platforms; the algorithmic recommendation mechanism transforms the space of value realization, turning the sphere of circulation into a new domain of surplus-value extraction; and the capital monopoly over data property rights creates a separation between the subjects who create value and those who appropriate it. The ostensibly flourishing ecosystem of short-video platforms is, in fact, the capital’s total absorption and systematic exploitation of users’ life activities. Only by starting with data co-ownership and algorithm co-governance can the illusion of digital fetishism be dispelled.

Keywords

Das Kapital, Digital Platforms, Logic of Value, Digital Labor, Short-Video

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

短视频平台已经成为当代数字经济最具有代表性的业态之一。抖音、快手、微信视频号等平台依靠亿级用户基数，形成起庞大的商业体系。到 2025 年，抖音月活约 10 亿、日活口径在 6 亿~7.7 亿以上，单 DAU 日均时长在部分月份约 120 分钟级；母公司字节跳动 2025 年私募估值在 3300 亿~4800 亿美元区间波动¹。但是用户每天都在平台上生产内容、贡献数据、投入注意力，平台据此获得巨额广告收入和资本估值，但是用户并没有得到与其付出相称的报酬。免费使用和天价估值之间巨大的差距，成了数字时代最显眼、最容易被自然化的经济谜题。

对于这一谜题，主流的解释大致可以分为两种。一类是技术赋权叙事，认为平台是中立的技术中介，用算法实现了供需两端的高效匹配，给用户提供了展示自我、获取信息、实现社交连接的公共空间。另一类是要素价值论叙事，认为数据已经成为独立于劳动、资本、土地之外的“第四生产要素”，数据的价值来自于它的稀缺性以及分析潜力，而不是用户的劳动投入。两种叙事虽然视角不同，但是都以数字平台的价值创造和价值占有具有天然合理性为基本前提。

本文试图穿透这些表层的叙述，用马克思《资本论》的政治经济学批判视角来揭示短视频平台商业模式背后的价值逻辑。马克思在《资本论》中揭示了商品拜物教的秘密，即商品形式把人与人之间的社会关系遮蔽成物与物之间的关系，使资本的剥削逻辑有了天然的外观。数字时代拜物教并没有消失，而以数据崇拜的新形态延续和深化了这种遮蔽。本文从劳动价值论、剩余价值理论、资本积累理论出发，一层一层地揭示短视频平台价值逻辑的内在构造。

2. 理论基础

2.1. 劳动价值论

马克思的劳动价值论是《资本论》全部理论分析的根基[1]。《资本论》开篇就指出商品是使用价值

¹<https://finance.sina.com.cn/stock/usstock/c/2025-08-27/doc-infnmvkx5670279.shtml?from=ggmp>

和价值的二重统一体，使用价值是商品的自然属性，是满足人的某种需要的；价值是凝结在商品中的无差别人类劳动，是商品的社会属性。商品的二重性是由生产商品的劳动的二重性所决定的，即具体劳动创造使用价值，抽象劳动形成价值实体。这一区分是认识马克思政治经济学批判的方法论枢纽。

马克思进一步指出，价值形式的发展就是货币的产生。货币作为一般等价物，使商品世界有了统一的价值表现尺度，也遮蔽了价值背后的社会关系。但是货币转化为资本才是《资本论》分析资本主义生产方式的核心枢纽，“G-W-G'”这个资本总公式说明，资本运动的目的不是满足使用价值的需求，而是价值增殖本身。

2.2. 剩余价值生产

资本如何增殖？马克思认为资本在市场中购买到劳动力这种特殊商品。劳动力成为商品，是货币转化为资本的历史前提[2]。劳动力商品的使用价值是它能够创造大于自身价值的价值。劳动力商品的价值是由维持劳动力再生产所必需的生活资料的价值决定的，而其使用又可以创造出超出这个界限的新价值，超出的部分就是剩余价值。劳动力的买与卖在形式上是平等的商品交换，但是当它进入生产过程之后，资本对无酬劳动的支配权就暴露出来，形式上的平等掩盖了实质上的不平等。

马克思把剩余价值生产分为两种。绝对剩余价值是通过延长工作日总长度来实现的，在必要劳动时间不变的情况下，只延长剩余劳动时间。相对剩余价值是通过缩短必要劳动时间来实现的，即通过提高劳动生产率使劳动力商品的价值降低，在不延长总工作日的情况下改变工作日中必要劳动和剩余劳动的时间比例。两者在实践中常常结合使用，共同为资本追求剩余价值无止境的扩张服务。马克思用剩余价值率来衡量劳动力受剥削的程度，该范畴在数字时代仍然有直接的适用性。

剩余价值生产必须以对活劳动的支配为必要条件。马克思反复强调，只有活劳动才是新价值的唯一源泉。机器和技术进步可以提高劳动生产率，在单位时间内生产更多的使用价值，但是它们本身并不创造新的价值增量。这一区分对于认识数字时代的价值逻辑十分重要，无论劳动形态发生怎样的变化，只要价值的实体仍然是抽象的人类劳动，剩余价值的源泉就仍然是活劳动的时间耗费。数据、算法、人工智能都不能取代活劳动成为价值的独立源泉。

2.3. 资本积累

剩余价值不只是被占有，更根本的是它被重新投入到资本增殖过程中，这就是资本积累。马克思认为资本家既是剩余价值的占有者，又是剩余价值的“人格化”执行者，积累是资本的内在必然性。资本积累促使生产规模扩大、技术构成改善、劳动生产力提高，但是也加深了资本主义的基本矛盾。

资本积累规律的主要发现就是，随着积累的推进，资本有机构成不断提高，对活劳动的需求相对减少，产业后备军扩大，工人阶级的相对贫困化加剧。与此同时，资本的集中和垄断不断加深，少数大资本对中小资本的吞并速度也越来越快。因此马克思得出资本积累既是资本主义发展的动力，又是资本主义自我否定的物质基础的结论。

在《资本论》的分析图景里，生产领域一直处在优先的地位上。马克思认为，虽然流通过程是资本循环的必要环节，但是价值增殖的根源始终在生产领域。这一区分对于分析数字平台以流通为核心的价值榨取模式有方法论上的警示意义，平台的价值增殖主要发生在流通领域而不是直接生产领域，那么增殖的源泉是什么？这就需要在理论上做出审慎而具体的回应。

2.4. 当代数字劳动研究的流派与论争

数字平台的价值从何而来，是近二十年来马克思主义学者与传播政治经济学者的核心论题，大致形

成三条理论谱系。其一是受众商品论及其延伸：斯麦兹早在 1977 年就提出，商业媒介的免费午餐并非无偿馈赠，受众的注意力被打包出售给广告商，受众才是媒介工业的真正商品[3]；泰拉诺瓦进一步提出免费劳动概念，指出用户的自愿贡献虽不取报酬却直接为资本创造价值[4]。该谱系敏锐发现了使用即生产的颠倒结构，但对用户行为是否构成严格意义上的劳动缺乏细致论证。其二是自治主义马克思主义的非物质劳动理论：拉扎拉托[5]提出“非物质劳动”，哈特与奈格里[6]将其扩展为“生命政治劳动”，为理解数字劳动的全景性提供了启发，但其以生命政治取代价值实体的分析，削弱了对价值量的科学说明。其三是以福克斯为代表的数字劳动批判：福克斯[7]系统地将《资本论》的劳动价值论、剩余价值论应用于社交媒体分析，国内学者周延云、闫秀荣 2018 年在《数字劳动和卡尔·马克思》译介基础上，系统分析了数字劳动的概念内涵与剥削机制[8]；蓝江 2019 从马克思主义哲学角度切入，提出了“数字化”概念，认为数字平台通过算法治理实现了对人的更深层次的异化控制[9]；邓伯军 2023 基于马克思劳动价值论，对当代资本主义社会的数字劳动进行了系统分析[10]；邹永红、李红亮 2025 从生成到积累的维度，阐释了数字劳动价值实现的理论与实践向度[11]，本文即在这一谱系内部展开。

争议集中在三点。其一，用户的数据生产是否构成劳动？本文认为，判断关键不在主观意愿或形式契约，而在行为是否具有劳动的规定性即目的性的人的活动、对象化为可交换的价值产品、进入社会化的生产过程；用户的自愿外观恰是劳动被遮蔽而非不存在的表现。其二，数据能否取代劳动成为独立价值源泉？“数据要素论”视数据为第四生产要素，本文认为这仍是数字拜物教：数据是劳动过程的产品和新的生产资料，把产品当作源泉是用结果解释原因。其三，数字劳动的价值如何计量？本文将其置于社会必要劳动时间的总体关系中，通过平台收入来源结构与用户行为数据的对应关系加以论证，而不纠缠于个体劳动时间的精确折算。

本文的贡献在于把既有研究以定性之争为主的讨论推进到机制分析的层面，即沿着《资本论》从生产、流通到分配的内在逻辑，在价值源泉、价值实现、价值分配三个环节上系统检验马克思范畴对平台资本主义的解释力。

2.5. 与其他平台价值理论的对话

马克思主义之外，解释平台价值的主流理论是网络效应理论与双边市场理论。卡茨和夏皮罗指出产品效用随用户规模扩大而提高[12]；罗歇与梯若尔的双边市场理论解释了免费的定价策略即平台对一边用户免费，通过对另一边收费实现交叉补偿[13]；注意力经济学把用户注意力视为稀缺资源与交换标的。

这些理论能说明平台估值为何随用户规模几何级数增长，但局限恰好构成对话的起点。第一，网络效应把价值归因于连接结构本身，不追问价值实体从何而来，用户越多平台越值钱，恰恰以用户对连接的无偿贡献为前提，网络效应描述的只是用户劳动贡献被资本化之后的规模表现。第二，免费定价被视作中性技术安排，遮蔽了用户以数据与注意力替代货币支付的交换结构。第三，它们无法解释流量分发权为何能转化为对商家和创作者的高比例抽成，只能诉诸市场势力的循环论证。

3. 价值源泉的重构

3.1. 从《资本论》到数字平台

《资本论》的主要观点是活劳动是价值的唯一源泉，在数字时代依然有效。数字平台的价值增殖，最终还是建立在数据之上活劳动的基础上。

短视频平台的价值链条里，至少要包含以下几类活劳动投入。其一，用户拍摄、剪辑、撰写文案、表演、创意构思的内容生产劳动，虽然常常以娱乐的形式出现，但是本质上是脑力耗费为主的创造活动。第二，用户观看、点赞、评论、转发、停留等看似被动的行为，却产生了大量的行为数据，这些数据的产

生是依靠用户活的时间投入，是平台算法运转的燃料。其三，平台劳动者雇佣劳动，即程序员开发维护算法、运营人员管理内容生态、审核人员过滤违规信息等属于传统意义上的有偿劳动。三者一起成为平台价值创造的活劳动源泉[14]。

3.2. 短视频平台中的数字劳动形态

短视频平台的用户行为呈现出鲜明的劳动特征。

第一，劳动的隐匿性。用户的玩、休闲、社交被看作纯粹的消费行为，而不是生产行为。但是这些看似非生产性的活动却产生了大量的数据，浏览记录产生注意力数据，社交互动产生关系数据，消费行为产生偏好数据。这些数据成了平台最重要的原材料和商品。平台精心设计的界面和用户体验，其根本目的就是使用户在无意识中不断产生劳动[15]。正如马克思所说，资本在它愿意的时候，就会把闲暇时间变成劳动时间。

第二，劳动的无酬性。不同于传统的雇佣劳动，用户数字劳动并没有得到工资报酬。平台用免费服务换取用户生产的数据以及衍生价值[16]。马克思早就指出，资本并不只是亚当·斯密所认为的对劳动的支配权。就其本质而言，它是对无酬劳动的支配权。传统资本主义的剥削是资本家支付劳动力价值却占有其创造的全部价值，数字平台的剥削则更彻底，连形式上的环节都省略了。

第三，劳动的全景性。数字劳动冲破了传统劳动在时间和空间上的限制[17]。用户所有的在线行为，无论是白天还是黑夜，工作还是休闲，都在不断地产生数据。资本于是把生活本身全部纳入自己的范围。用户的每一分在线时间都在为平台生产可货币化的数据[18]。

3.3. 剩余价值占有的双重路径

第一条路径对应绝对剩余价值的生产，核心是延长用户的数据生产时间[19]，机制可分解为四个环节：其一，产品设计上消除使用的自然终点，无限下拉的信息流使自然终止被技术性悬置；其二，内容供给上的即时反馈闭环，推荐系统依据停留时长、滑动速度、复播率实时调整内容序列；其三，可变奖励调度，点赞、金币等反馈以不可预测的时间间隔出现，形成操作性条件反射，其机制与博弈装置中的变比率强化相同；其四，时间计量的精确化，在线时长每延长一分钟，可售卖的广告库存即相应增加。用户在零报酬条件下提供的时长，与平台由此获得的广告收入之间的差额，构成剩余价值的来源之一。

第二条路径对应相对剩余价值的生产，核心是提高单位数据的变现效率，算法对行为数据实时清洗、打标与匹配使广告转化率持续提升，数据加工的技术构成提高使单位处理成本下降，结果是单位用户时间不变而提取的广告价值上升。头部平台公开财报中反复出现用户时长增速放缓而广告收入持续增长的结构，正是相对剩余价值生产在数字空间的表现[20]。

4. 价值实现的变形

4.1. 从生产到流通

马克思认为商品到货币的转化是“惊险的跳跃”。短视频平台的商业模式中，这种跳跃就产生了新的形态。平台自身价值的增值不是由内容的生产引起的，而是由流量变现即把用户的注意力转化为广告收入来实现的。这就意味着平台资本积累的重心已经从生产领域转移到了流通领域。

在这种模式之下，平台凭借对流量分配权的垄断，实际上控制了商品价值实现的通道。任何商家在平台上销售商品，都必须向平台购买流量，这相当于向消费领域支付费用。马克思把用于商品买卖过程的支出称为“纯粹流通过费用”，它既不创造产品，也不创造价值，只是对已有的价值进行扣除。但是平台经济中流通过费用成了资本积累的新来源。

值得追问的是，用户为什么会在短视频平台上流通？这不是偶然的。平台依靠海量免费内容形成起庞大的用户基础，形成一种“注意力蓄水池”。商家愿意支付广告费，是因为他们看到了蓄水池。用户的无酬劳动实际上形成了平台对商家的定价权，用户越多、停留时间越长，平台向商家收取的通道费就越高。用户的每一次观看、每一个点赞，都在客观上加强了平台的市场支配地位，但是并没有因此获得任何额外的回报。

4.2. 算法推荐与注意力商品化

算法的核心功能就是把海量的内容和海量的用户进行高效匹配，本身具有一定的技术合理性。但是资本逻辑支配之下，算法变成了注意力商品定价的机制。算法推荐权重实际上决定哪些内容可以被看见，而这种可见性本身就是一种可以被售卖的商品，竞价排名、信息流广告、达人带货，本质上都是对算法推荐位的商业化运作。

更深层次的问题是，算法会不断地对用户的行动进行学习和预测，把用户的注意力、情感、偏好甚至是无意识的冲动都纳入到可以被计算、可以被操控的范围之中。这已经不是对劳动时间的占有，而是对生命活动本身进行编程。用户以为自己是在自由选择观看内容，其实它的选择的可能性空间已经被算法预先结构。算法推荐的去中心化表象之下，是资本对注意力的高度中心化控制，表面上看是万千内容百花齐放，实际上却是平台通过算法统一调配流量分配，把用户的注意力引向最能产生商业价值的领域。

4.3. 数字地租

马克思的地租理论说明土地所有者通过所有权把剩余价值分割出来[21]。短视频平台里，它就以“数字地租”的形式重现。平台凭借对流量入口的垄断，向内容创作者和商家收取实质性的“地租”。

绝对地租表现为所有想要获得流量曝光的内容和商品经营者，都必须缴纳最低标准的流量成本。广告主投放品牌广告所付出的千次展示成本，有很大一部分不是用来购买算法精准投放服务的，而是被迫为只能依靠该平台才能接触到目标用户这一现实买单。

级差地租体现的是平台依靠算法把流量划分成不同的层次。热门推荐这类优质流量位商业价值更高，平台就设置阶梯定价。这就如同肥力不同的土地对应着高低不同的地租，差价来自于流量品质的好坏，而全部流量资源都归平台所有，由此产生的超额利润最终被平台以地租的形式攫取。2024年抖音电商交易总额突破3万亿元，在高抽佣类目中，据界面报道，2024年抖音电商GMV约3.5万亿元(非官方确认)；行业测算其电商货币化率约10%左右。商家侧成本另含约1%~5%技术服务费及常见10%~20%精选联盟达人佣金²。这类收入实质上是对实体经济产出价值进行二次分配，决定分配比例的不是平台参与价值生产的贡献大小，而是它牢牢把持线上流通渠道形成的垄断势力。

5. 价值分配的逻辑悖论

5.1. 价值创造与占有的分离

短视频平台最深刻的价值逻辑悖论就是价值的创造者和价值的占有者出现了系统性的分离。用户是数据生产的活劳动来源，但是数据的控制权、收益权却完全归于平台资本。

该分离可以从三个层次来把握。第一，劳动和报酬相分离。用户为数据生产付出的活劳动时间，却没有得到任何报酬。第二，权利与权力相分离。用户是数据的生产者，但是没有数据的产权，平台可以自由地将用户的数据用于商业变现，用户既不能撤资，也不能参与数据收益的分配决策。第三，成本和收益相分离。用户要承担起时间耗费、精力投入、隐私让渡等数据生产所付出的所有成本，平台则独占

²<https://m.jiemian.com/article/12351191.html>

了数据商业化产生的全部收益。

这不仅是经济上的不公，更是认识论上的遮蔽。用户不能知道自己的数据被如何使用、被以何种价格出售。数据物化就是活生生的人的行为被转化为可以量化的数据点，人本身成了被算法归类、预测、操控的客体。马克思在论述商品拜物教的时候指出，商品世界这种完成形态——货币形式——用物的形式掩盖了私人劳动的社会性质。数字时代，数据的形式更加彻底地掩盖了用户活劳动的社会性质。

5.2. 数字拜物教的运作机制

遮蔽作用通过三个相互衔接的环节展示。第一，生产界面与消费界面的同一化，内容生产与内容消费使用同一套界面、同一只手、同一种姿势，劳动的痕迹在这种设计中被抹平，行为的二重性质被折叠为一重。第二，被监视感向被理解感的体验转换，算法推荐以对行为数据的持续收集为认识论前提，其实质是监视，但通过猜你喜欢个性化包装被体验为体贴与陪伴，被控制的经验被改写为被服务的经验。第三，同意机制的形式化，数万字且不可协商的服务协议使同意成为只能点“同意”的选择[22]，数据占有由此获得形式上的合法性外衣。经过这三个环节，占有不再以外力强加的面貌出现，而被体验为自愿交换，因此不是占有关系消失了，而是它变得不可见了。

5.3. 从无偿劳动到数据产权

如果说传统资本主义的剥削是以形式上的平等为基础的，那么数字平台的剥削则是更彻底地连形式上的平等的外衣都抛弃了。用户与平台之间不存在雇佣合同，用户自愿贡献数据，平台免费提供服务，剥削以一种非剥削的面貌出现。

新型剥削的根源就是数据产权的资本垄断。用户是数据的事实生产者，但是既没有数据的所有权，也没有数据的收益权。平台资本凭借对数据基础设施的排他性控制，把公共的数据资源私有化为自身的增殖工具。马克思在论述原始积累的时候提出，资本主义的前提就是生产者同生产资料的分离。数字时代下，这种分离又有了新的表现形式，用户与自身生产的数据相分离，用户创造了数据，但是没有拥有数据；数据是数字生产中最核心的生产资料，被平台资本所占有。

6. 结语

短视频平台的商业模式不是孤立的经济现象，它是数字资本主义一般逻辑的具体化。它用连接、分享、创作的名义，进行数据榨取、注意力剥夺、生命控制的实现。表面上的自由平等的数字空间，实际上是一种新的、更加隐蔽的剥削体系。

本文以资本论的劳动价值论、剩余价值生产、资本积累三大核心范畴为理论框架，对短视频平台的价值逻辑进行系统地分析。研究发现，用户无酬数字劳动是平台价值增殖的真正来源，在价值实现上，算法推荐机制重新塑造了价值实现的空间条件，流通领域价值分割成了平台资本积累的主要方式，在价值分配上，数据产权资本垄断造成价值创造主体和占有主体制度化分离。

马克思撰写《资本论》的本意并不是从道德上批判资本，而是从理性上剖析资本自身的运行规律。只有理清资本运转的内在机理，才能找到摆脱资本主义制度的现实路径。放到今天的数字经济环境中，这项研究任务就变得更加具体了，撕开数据看似客观中立的表象，看清平台背后真实存在的雇佣与被雇佣关系；跳出算法中立的技术说辞，认清它只是资本用来控制劳动者的工具；不再默认免费互联网服务天经地义，正视数据红利分配不公的现实问题。

想要瓦解这套数字剥削体系，必须兼顾理论建构与现实改革。理论上，要打破盲目迷信数据的数字拜物教，重拾劳动价值论，用这一经典理论解读当下的数字经济现象。现实治理中，在数据权利层面，

则要重新划定数据权属。2021年11月施行的《个人信息保护法》[23]已确立知情权、决定权、查阅复制权与删除权(第四十四、四十五、四十七条),第四十五条第三款还规定了可携带权,为用户重新连接其数据价值提供了法律接口,让产生数据的普通用户掌握数据支配权,合理分得数据带来的收益³。在算法治理层面,2022年3月施行的《互联网信息服务算法推荐管理规定》[24]第十六条要求公示算法推荐的基本原理、目的意图和主要运行机制,第十七条赋予用户关闭个性化推荐、选择非个性化选项的权利,这是算法共治的法定起点⁴;2022年《反垄断法》修订新增第九条,明确禁止利用数据和算法、技术、资本优势从事垄断行为,《平台经济领域反垄断指南》[25]将二选一、大数据杀熟纳入规制⁵。由此,“数据共有、算法共治”并非抽象的伦理呼吁,而是一项三重任务:以立法细化把数据权利从宣示变为可诉的利益,以组织创新把原子化的用户聚合为集体行动者,以常态化执法和算法审计把监管嵌入平台运营日常。三者的共同指向,是恢复价值创造主体在价值分配中的应有位置,使数字经济的繁荣真正服务于人的全面发展。

参考文献

- [1] 马克思. 资本论: 第1卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 第2版. 北京: 人民出版社, 2004.
- [2] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第5卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [3] Smythe, D.W. (1977) Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1, 1-27.
- [4] Terranova, T. (2000) Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, 18, 33-58. <https://doi.org/10.1215/01642472-18-2> 63-33
- [5] Lazzarato, M. (1996) Immaterial Labor. In: Virno, P. and Hardt, M., Eds., *Radical Thought in Italy*, University of Minnesota Press, 132-146.
- [6] Hardt, M. and Negri, A. (2000) *Empire*. Harvard University Press.
- [7] Fuchs, C. (2014) *Digital Labour and Karl Marx*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315880075>
- [8] 周延云, 闫秀荣. 数字劳动和卡尔·马克思——数字化时代国外马克思劳动价值论研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2016.
- [9] 蓝江. 一般数据、虚体、数字资本——数字资本主义的三重逻辑[J]. 哲学研究, 2018(3): 26-33.
- [10] 邓伯军. 论当代资本主义社会的数字劳动——基于马克思劳动价值论的分析[J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2023, 44(5): 9-17.
- [11] 邹永红, 李红亮. 从生成到积累: 数字劳动价值实现的理论阐释与实践向度[J]. 经济问题, 2025(4): 32-40.
- [12] Katz, M.L. and Shapiro, C. (1985) Network Externalities, Competition, and Compatibility. *American Economic Review*, 75, 424-440.
- [13] Rochet, J. and Tirole, J. (2003) Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, 1, 990-1029. <https://doi.org/10.1162/154247603322493212>
- [14] 刘璐璐. 数字经济时代的数字劳动与数据资本化——以马克思的资本逻辑为线索[J]. 东北大学学报(社会科学版), 2019, 21(4): 404-411.
- [15] 胡骞, 吴鼎铭. “玩”何以成为劳动——以游戏(play)之名耦合资本主义的商业逻辑[J]. 传媒观察, 2020(8): 86-93.
- [16] Duffy, B.E., Pinch, A., Sannon, S. and Sawey, M. (2021) The Nested Precarities of Creative Labor on Social Media. *Social Media + Society*, 7, 1-12. <https://doi.org/10.1177/20563051211021368>
- [17] 温欣. 青年直播带货的劳动过程及其空间生产[J]. 人文杂志, 2024(4): 75-86.
- [18] 郭新茹, 郑力凡. 互联网视频平台虚拟主播粉丝圈层的形成与迁移研究[J]. 传媒经济与管理研究, 2023(2): 219-240.
- [19] 王卫华, 董逸. 平台资本主义: 历史演进、现实逻辑和基本特征——基于政治经济学批判视角[J]. 理论月刊,

³http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202108/t20210820_313088.html

⁴https://www.gov.cn/gongbao/content/2022/content_5682428.htm

⁵https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2023/art_669dd2f3013045aa8ce45002bb76e0e1.html

2022(3): 58-67.

- [20] 陆茸, 葛浩阳. 平台经济下“受众商品论”再审视——基于马克思主义政治经济学视角[J]. 新闻与传播研究, 2022, 29(1): 86-103.
- [21] 马克思. 资本论: 第3卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社, 2004.
- [22] 孟飞, 郭厚宏. 数据资本价值运动过程的政治经济学批判[J]. 中国矿业大学学报(社科版), 2022, 24(3): 1-12.
- [23] 中华人民共和国个人信息保护法[J]. 中华人民共和国全国人民代表大会常务委员会公报, 2021(6): 1117-1125.
- [24] 互联网信息服务算法推荐管理规定[J]. 中华人民共和国国务院公报, 2022(9): 71-75.
- [25] 国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南: (2021年2月7日国务院反垄断委员会印发) [N]. 中国市场监管报, 2021-02-09(003).