

商品的权力化还是权力的商品化

——马克思主义政治经济学批判视域下的“权力商品”概念

郑 越

中国民航大学外国语学院, 天津

收稿日期: 2026年9月13日; 录用日期: 2026年10月4日; 发布日期: 2026年10月15日

摘 要

既有研究多把货币、机器、职位、平台、数据视作“权力商品”，但缺少判定标准，概念边界不清。“似乎具有权力效力”不等于“权力本身已成为商品”。本文在马克思政治经济学批判的视域下，把“权力”界定为社会关系在特定制度与物质载体中的现实效力，由此区分两个方向相反的过程：“商品的权力化”说明商品关系何以呈现为支配力量，“权力的商品化”说明权力效力及其实现条件如何进入商品形式。判定权力商品需同时满足五个可检验要件：载体化、产权化、定价化、市场依赖化、国家规制化；五要件同时满足才构成权力商品。以货币为反例校准判定边界——货币具有普遍权力效力，却只是权力效力的抽象媒介，不构成权力商品。以十八世纪棉纺织业机器体系与东印度公司特许为历史检验，表明机器使用权与特许经营权只有在进入生产资料产权、雇佣劳动、工厂组织和特许制度时，才成为可转让的权力商品；以数据、算力与算法接入权为当代检验，表明算法接入权等正在成为新的权力商品形态，但商品化程度不等于权力程度。本文由此给出两个理论后果：分析“权力商品”必须回到生产关系、国家制度与市场依赖的复合框架；不能把货币、机器、数据或算法本体化为权力主体。

关键词

权力商品，权力的商品化，资本权力，货币权力，机器体系，平台资本主义

The Powerization of Commodities or the Commodification of Power?

—The Concept of the “Power Commodity” from the Perspective of Marxian Critique of Political Economy

Yue Zheng

School of Foreign Languages, Civil Aviation University of China, Tianjin

Received: September 13, 2026; accepted: October 4, 2026; published: October 15, 2026

文章引用: 郑越. 商品的权力化还是权力的商品化[J]. 哲学进展, 2026, 15(10): 105-111.

DOI: 10.12677/acpp.2026.1510465

Abstract

Existing studies identify money, machinery, positions, platforms, and data as “power commodities” without determinate criteria, leaving the concept’s boundary ambiguous. This paper argues that “seeming to exercise power efficacy” is not equivalent to “power itself having become a commodity.” Within Marx’s critique of political economy, it defines power as the real efficacy of social relations embedded in specific institutions and material carriers, and distinguishes two opposite processes: the powerization of commodities, whereby commodity relations manifest as a dominating force, and the commodification of power, whereby power efficacy and its conditions of realization enter the commodity form. The latter defines the power commodity. Five testable conditions must be satisfied simultaneously—carrier materialization, propertization, pricing, market dependence, and state regulation. Money serves as a counter-example: possessing universal power efficacy, it is nonetheless merely the abstract medium of that efficacy and does not qualify as a power commodity. Historical tests on the eighteenth-century cotton machinery system and the East India Company charter show that machine-use rights and chartered franchises become transferable power commodities only when embedded in property rights over the means of production, wage labor, the factory system, and the charter system. Contemporary tests on data, computing power, and algorithmic access show that the right of algorithmic access is emerging as a new form of power commodity, while the degree of commodification does not equal the degree of power. The paper concludes that analyzing power commodities requires returning to the composite framework of production relations, state institutions, and market dependence, and that money, machinery, data, or algorithms must not be reified as power subjects.

Keywords

Power Commodity, Commodification of Power, Capital Power, Money Power, Machinery System, Platform Capitalism

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

“权力商品”这个说法的直觉来源，是货币可以买到机器、职位可以出售、特许可以买卖、平台掌握接入权、数据被加工成利润。既然占有这些对象就能影响他人行动，它们似乎就是“权力”。但“似乎”不等于概念成立：货币、机器、职位、平台和数据，究竟是因为自身而成为权力，还是因为在特定制度关系中承载了某种权力效力？若是后者，“占有权力”与“占有权力得以实现的条件”就并不是同一件事。由此产生本文要回答的问题：在什么条件下，一个对象才称得上“权力商品”？什么对象只是具有权力效力的普通商品，什么对象才是权力效力本身进入了商品形式？

既有研究为这个问题提供了材料，但没有给出判定标准。陈飞[1]从马克思物化批判出发[2]，把商品、货币与资本的物化形式理解为具有客观约束效应的微观权力形态，其关于货币权力的研究进一步强调货币的社会效力来自交换关系而非金银自然属性[3]；平台权力、数据商品与资本社会权力等研究亦分别说明了商品关系如何呈现为支配力量，但“呈现为支配力量”不等于“权力本身已经成为商品”：前者说明商品、货币或资本何以取得超出个体意志的现实效力，后者说明特定权力效力及其实现条件如何被固定在职位、特许、产权、使用权、接入权等载体上并进入定价、转让或有偿使用关系。本文以这一区分为出

发点，以货币为反例、以五要件为判定标准，并以平台算法接入权为贯穿全文的当代检验案例。

2. 判定前提：权力是社会关系的现实效力

要判断什么才算“权力商品”，先要回答一个前提问题：权力是否可以被占有和转让。“占有权力”这个日常说法暗含一个假设——权力像物品一样可以被持有、储藏和转移。这一假设可以检验：旧制度中官职可以被购买，但买到的官位须经任命才发生效力；资本家的工厂能够支配劳动，不是因为工厂主持有某种可见的“权力物”，而是因为工人缺乏生产资料、必须出卖劳动力才能获得生活资料。两组经验指向同一区分：能被占有、被转移的是职位、资格、设备、组织位置和基础设施，即权力借以实现的条件；权力本身，即这些条件对他人行动的实际约束，并不随占有行为自动产生。

把权力理解为纯粹的关系，同样无法通过检验：若权力只是“关系”，便无法解释为什么有些关系能稳定改变他人的行动范围、资源占有和生活机会，另一些则不能。权力产生可感知效果，必然依托组织位置、规则体系、资源配置和物质条件。由此需要一种能同时容纳关系与物质条件的规定：权力是社会关系在特定制度与物质载体中的现实效力。欧阳谦的辨析表明[4]，福柯的权力谱系学正是从《资本论》的方法论(尤其是第二卷的资本流通过程分析)出发[5]；把权力理解为社会关系的现实效力而非实体，与马克思的批判传统相通[6][7]。

这一规定包含两个可检验的含义：效力不由载体的自然属性自动提供——同一台机器在家庭手工业与资本主义工厂中对劳动节奏产生不同约束，同一组数据在公共研究与私人广告投放中产生不同后果；效力依赖制度化而获得持续——只有规则、产权、组织程序和强制保障把关系固定下来，效力才会跨时间、跨主体重复。由此，“占有权力”的真实所指是控制权力实现的条件，而非占有抽象的“命令力量”。第二个前提涉及载体：权力必须通过可被占有、定价、转让的媒介(载体)才能实现，而权力本身不能；货币、机器、职位、特许、平台与数据进入权力分析，其依据在于它们能够在产权、合同、许可、收费、市场依赖和国家规制中被配置。只有当权力效力的实现条件被载体化、产权化并纳入交换或有偿使用关系时，才有必要讨论“权力的商品化”。

3. 货币作为反例：为什么“黄金即权力”不成立

判定“权力商品”时，货币最容易被误认。“黄金即权力”的直觉隐含一个未检验的推断——支配力来自黄金本身。该推断可被检验：若支配力来自黄金的自然属性，则无需解释货币制度；若来自社会关系，则须说明是哪些关系、通过什么机制加以实现。货币的支配力来自商品交换的普遍化：商品生产者彼此独立，必须通过交换取得生活资料和生产条件，私人劳动只有在市场交换中才能得到社会承认，货币由此成为价值的独立表现形式和交换过程的普遍中介。货币的非人格性不是权力消失，而是权力实现方式的变化：支配表现为支付能力、价格压力和市场准入条件。货币一方面是社会关系的抽象表现，另一方面以独立于个体意志的形式反过来组织社会行动——这种“独立性”属于社会关系的对象化表现，不属于黄金的自然本体。货币能购买机器使用权、平台接入权或政治影响，但必须以这些权利已被制度化和可交易化为前提。

检验“黄金凭自然属性即权力”这一前提会遇到三重困难：若货币直接就是权力，则无法解释卖官鬻爵的交易对象是职位而非黄金，也无法解释同一金属在不同货币制度中功能不同的原因，此即价值规定与同义反复；货币的发行、支付与强制执行有赖于银行、清算、税收和司法等制度保障，此即制度预设；货币能影响官员、企业与劳动者的行动，却不能替代职位、资格、组织和强制机关，后者即使具有价格形式，仍须通过任命、许可、注册或组织控制才能生效，此即交换主体有限性。三重困难共同指向一个结论：货币不是自行拥有权力的自然物，而是社会关系的对象化表现。

货币由此在“权力商品”的判定中占据一个特殊位置：货币是权力效力的抽象媒介，却不是权力商品本身。原因是，货币自身并不经历“载体化－产权化－定价化－市场依赖化”的完整过程，它本身就是价值形式，而不是某个具体权力效力的制度化载体。货币是否构成权力商品，取决于它是否被纳入某种需要产权化与规制的具体载体(如货币发行权、铸币权、外汇经营许可)，而非取决于黄金或纸币的持有本身。

4. 判定：什么才算“权力商品”

从商品二因素看，商品能够支配行动，不是因其使用价值或价值，而是因其嵌入的社会关系：商品交换把生产者之间的社会关系表现为物与物之间的关系，使物的价格、稀缺性与可交换性看起来具有独立的社会力量。这种“似乎”的支配力并不表示效果虚假，而表示权力的社会来源被物的形式遮蔽。由此需要区分两个方向相反的过程。商品的权力化，指商品在使用和交换中表现出超出个体意志的支配效力，例如货币的抽象统摄、机器对劳动节奏的规范、平台对信息与资源的调配；权力的商品化，指权力效力及其实现条件被纳入定价、许可或有偿使用关系，例如职位出售、特许经营、机器租赁、数据许可和平台接入收费。判定“权力商品”的核心是后者——权力效力及其载体是否进入了商品形式。

4.1. 判定的五要件

五个要件并非随意列举，而是从判定定义中逐项推出，每一要件排除一类常见误认：定义要求权力效力固定在可识别、可组织、可执行的形式中，由此推出载体化；要求效力具有可主张的归属，由此推出产权化；要求载体进入交换并取得价格形式，由此推出定价化；参照伍德的市场依赖命题[8]，资本主义意义上的商品化以系统性依赖为特征，只有当事者必须依赖市场取得生产工具、生活资料或经营资格时，交换才成为持续的支配压力——由此推出市场依赖化；国家规制要求效力获得制度确认与强制保障，由此推出国家规制。五个要件在实践中有重叠且并非线性自动发生——某些关系完成产权化却未完成市场定价，某些资格可收费却不可自由转让——每一要件回答不同的判定问题(形式有无、归属何人、可否比较、是否系统、有无保障)，须看五要件是否形成相互支撑的制度组合。

4.2. 判定在历史形态上的区分

用五要件检验，可以分辨几种容易被混同的现象。卖官鬻爵中，职位被定价并转让，官职的效力以国家身份制度、官僚组织和法定权限为前提：购买者取得的不是“权力”，而是取得某一职位或资格的机会，以及由该职位承载的行政效力。特许经营把国家授予的经营资格、贸易垄断权或资源使用权交给私人企业，权利边界、有效期限和强制保障仍由国家制度规定。机器使用权是另一种组合：生产资料作为商品进入市场，机器能够被买卖，但机器商品化只有同工厂制度、雇佣劳动和劳动纪律结合时，才形成对劳动过程的间接支配。劳动力商品化则需要特别排除：劳动力是活劳动本身，是权力效力施加于其上的对象，而非权力载体取得商品形式的历史性产物。这些形态的差异不在“权力实体”的多寡，而在于五种要件组合方式的不同。

4.3. 判定标准与定义

综合上述形态的共同结构，可以对“权力商品”作如下判定：社会关系所产生的权力效力及其制度化载体，在特定制度条件下被纳入商品交换、产权配置或有偿使用关系后形成的历史性形态，就是权力商品。这个判定包含三个限定：其对象不是脱离关系而独立存在的权力实体，而是权力效力及其实现条件；其形成不是由自然属性决定，而是由产权、合同、组织、市场依赖和国家规制共同塑造；它具有历史性，不同社会形态中的职位、特许、机器和技术并不必然具有同一商品化意义。由此，“商品的权力化”

与“权力的商品化”构成两条分析线索：前者揭示物的形式如何表现社会关系并对主体形成抽象约束，后者揭示权力效力如何通过职位、产权、特许、机器、平台和数据等载体进入交换和收益机制。判定“权力商品”以后者为准：当且仅当五要件同时满足时，才存在权力商品。

5. 历史检验：机器使用权与特许经营权

以历史案例检验判定框架，五要件可一并说明。十八世纪棉纺织业机器体系证明[9]：当机器进入生产资料产权与工厂雇佣关系时，机器使用权成为可转让的权力载体——机器支配关系固定在设备、合同与工厂组织之中(载体化)，租赁与设备许可使所有权与使用权分离(产权化)，租金与许可费构成价格形式(定价化)，生产者依赖市场取得生产工具(市场依赖化)，英国通过专利、禁令与出口管制保护机器收益(国家规制化)。东印度公司特许展示更复杂的形态：特许制度把贸易权、征税权与领土治理权固定在特许文书中(载体化)，特许授予公司排他性经营资格(产权化)，公司通过关税与贸易利润实现收益化(定价化)，印度织工对预付定金和采购网络形成依赖(市场依赖化)；但被商品化的仅是特定特许权，政治最高权威本身仍由国家制度支撑，恰是“国家规制”要件的体现。这里需要补充而非接受伍德的分析：伍德区分封建领主的超经济强制与资本主义的纯经济市场机制，但东印度公司的统治实践表明，市场关系可与军事、政治和司法强制并存。被商品化的是特定贸易权、征税权与治理收益，政治威信仍由国家制度支撑。这一补充表明，市场关系可与超经济强制并存，国家规制始终是权力商品化的边界条件。

6. 当代检验：数据、算力与算法接入权

当代检验集中于一个问题：数据、算力与算法接入权是否构成权力商品。这里不再泛论平台权力或算法控制，而是用五要件逐一检验。

6.1. 数据商品化不等于数据权力化

“数据进入商品关系”不等于“数据构成权力商品”：张旺、白永秀将数据商品概括为数字劳动经数字平台生产、以使用权转让实现流通的产物[10]，但前者只要求数据可交易，后者还要求数据承载稳定的支配效力。支配效力取决于平台对数据的收集、处理、调用与算法决策的控制，而非数据本身——单一数据项不能直接支配行动者，支配来自数据集聚合、模型计算、规则执行与组织对结果的采纳。数字资本对数据的占有与控制由此构成新型权力形态，其权力叙事与监控运作均依托数字形态的资本化。

用五要件检验，数据商品化在载体化与定价化上已经具备：数据被固定在平台系统中，数据许可与调用获得价格形式。但产权化、市场依赖化与国家规制三个要件，决定了数据能否成为权力商品。数据调用权限若由平台排他性控制，使用者对平台形成依赖，国家通过数据安全与平台监管确认其边界，则数据接入权构成当代权力商品；若数据只是分散交易的普通信息商品，没有进入排他性算法决策，就只是数据商品，不是权力商品。

6.2. 算力与算法接入权的判定

算力的位置可以从云计算服务的使用方式中看出。云计算服务按使用量、时间、存储或调用次数收费，使算力使用权获得价格形式；服务商通过接口权限、技术标准和资源调度，决定用户能够使用何种模型与处理能力，有偿接入关系因此带有排他性。平台接入权被定价或分级后，可能成为权力载体商品化的形式；平台权力研究所揭示的“主体－资本－技术”结合，说明平台不是单纯的市场中介，而是能够重排参与者行动条件的组织形式。

用五要件检验，算力使用权的商品化并不难判定。云服务与数据中心构成载体；服务合同把使用权写定为可主张的权利；按量计费使它进入价格形式；用户一旦离开算力服务便难以维持生产运营，这种

依赖令交换成为再生产条件；数据安全、算法备案与基础设施管理则划定了国家规制的边界。五要件在此同时成立，算力使用权和算法接入权由此构成当代权力商品。然而，商品化程度不等于权力程度：定价再高未必拥有广泛支配效力，低价甚至免费的平台服务也可能凭借数据收集与规则控制积累可观的权力——判断始终是五要件，而非价格高低。平台资本主义研究提供了佐证：Srnicek 将平台资本主义理解为依赖数据提取与居间撮合的新商业模式[11]，Langley 与 Leyshon 强调数字化经济循环的居间化与资本化[12]，Rahman 与 Thelen 指出平台商业模式正在改写二十一世纪资本主义的权力结构[13]，三者都指向同一判断——平台权力的形成既依赖技术架构，也离不开市场依赖与国家规制。这一判断有现实的对应：生成式人工智能的模型接入权同样满足五要件——账户与密钥划定调用权限的归属，按调用量计费给出价格形式，应用只能依附模型服务形成市场依赖，算法备案与数据监管完成国家规制——因而构成当代权力商品。

7. 结语

“权力商品”是一个被严格限定的历史范畴：社会关系所产生的权力效力及其制度化载体，只有在同时满足载体化、产权化、定价化、市场依赖化和国家规制化五个要件时，才构成权力商品。

这一判定区分三类容易混同的对象：货币具有普遍权力效力，却只是权力效力的抽象媒介，是边界案例而非权力商品本身；机器、职位、特许、数据接入权等制度化载体在五要件同时满足时构成权力商品；算力使用权与算法接入权则是新的权力商品形态。

判定以“权力的商品化”而非“商品的权力化”为基准。这一判定为理解当代资本主义提供了新观察线索：在阶级关系上，市场依赖使劳动者必须经由接入权市场才能获得工作机会，平台用工由此将“自由进入”转化为“不得不进入”；在国家与市场关系上，算法备案、数据监管与算力基础设施是国家既约束又参与权力载体的配置；在社会斗争形式上，围绕接入权、数据权利与算法透明的争议正取代传统的工资与工时诉求，成为新的冲突焦点。判断权力商品，最终应追问支配是否被固定在可识别的载体、可否主张归属、是否进入定价与市场依赖、有无国家制度保障，而非把载体实体化为权力主体。

参考文献

- [1] 陈飞. 马克思拜物教批判语境中的微观权力问题[J]. 理论探讨, 2025(1): 149-157.
- [2] 马克思. 资本论: 第一卷[M]//马克思恩格斯文集: 第5卷. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 编译. 北京: 人民出版社, 2009: 47-580.
- [3] 陈飞. 《资本论》语境中的货币权力问题: 一个哲学分析[J]. 求索, 2025(1): 21-29.
- [4] 欧阳谦. 福柯与马克思: 从《资本论》到权力谱系学[J]. 教学与研究, 2025(11): 131-140.
- [5] 马克思. 资本论: 第二卷[M]//马克思恩格斯文集: 第6卷. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 编译. 北京: 人民出版社, 2009: 116-119.
- [6] 马克思. 资本论: 第三卷[M]//马克思恩格斯文集: 第7卷. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 编译. 北京: 人民出版社, 2009: 411-419.
- [7] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集: 第2卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 编译. 第3版. 北京: 人民出版社, 2012: 683-875.
- [8] 伍德. 资本主义的起源: 学术史视域下的长篇综述[M]. 夏璐, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2016.
- [9] 斯文·贝克特. 棉花帝国: 一部资本主义全球史[M]. 徐轶杰, 杨燕, 译. 北京: 民主与建设出版社, 2019.
- [10] 张旺, 白永秀. 数据商品生产及其流通的政治经济学分析[J]. 当代经济研究, 2024(5): 5-16.
- [11] Srnicek, N. (2017) The Challenges of Platform Capitalism: Understanding the Logic of a New Business Model. *Juncture*, 23, 254-257. <https://doi.org/10.1111/newe.12023>
- [12] Langley, P. and Leyshon, A. (2017) Platform Capitalism: The Intermediation and Capitalisation of Digital Economic

-
- Circulation. *Finance and Society*, **3**, 11-31. <https://doi.org/10.2218/finsoc.v3i1.1936>
- [13] Rahman, K.S. and Thelen, K. (2019) The Rise of the Platform Business Model and the Transformation of Twenty-First-Century Capitalism. *Politics & Society*, **47**, 177-204. <https://doi.org/10.1177/0032329219838932>