

马克思主义垄断理论视域下电子商务的可持续发展研究

高 林

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年12月2日; 录用日期: 2024年12月13日; 发布日期: 2025年1月23日

摘 要

数字经济的迅猛扩张促进了平台经济新模式的兴起, 平台经济逐步成为驱动中国经济高质量发展及构建现代化产业体系的关键力量。本文旨在从马克思主义垄断理论的视角出发, 探讨电子商务的可持续发展问题。文章概述了马克思主义垄断理论的核心观点, 分析了电子商务中的垄断现象及其成因, 并提出完善反垄断法律法规体系、加强技术创新和知识产权保护、推动电子商务与实体经济的深度融合等发展策略。旨在推动电子商务的健康持续发展, 对电子商务的未来发展有着重要的理论意义与现实意义。

关键词

马克思主义垄断理论, 电子商务, 可持续发展, 策略

Research on Sustainable Development of E-Commerce from the Perspective of Marxist Monopoly Theory

Lin Gao

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Dec. 2nd, 2024; accepted: Dec. 13th, 2024; published: Jan. 23rd, 2025

Abstract

The rapid expansion of digital economy has promoted the rise of a new model of platform economy, and platform economy has gradually become a key force driving the high-quality development of China's economy and building a modern industrial system. This paper aims to discuss the sustainable development of e-commerce from the perspective of Marxist monopoly theory. This paper

summarizes the core views of Marxist monopoly theory, analyzes the phenomenon of monopoly in e-commerce and its causes, and puts forward some development strategies such as improving the system of anti-monopoly laws and regulations, strengthening technological innovation and intellectual property protection, and promoting the deep integration of e-commerce and real economy. The aim is to promote the healthy and sustainable development of e-commerce, which has important theoretical and practical significance for the future development of e-commerce.

Keywords

Marxist Monopoly Theory, Electronic Commerce, Sustainable Development, Tactics

Copyright © 2025 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

近年来我国 5G、人工智能等技术创新持续取得突破,数据要素市场加快建设,数字经济产业体系不断完善,数字经济规模扩张稳步推进。2023 年,“我国数字经济规模达到 53.9 万亿元,较上年增长 3.7 万亿元”[1]。然而,电子商务在蓬勃发展的同时,也面临着资源消耗、环境污染、社会不公等一系列挑战。其中,垄断问题尤为突出,对电子商务的可持续发展构成了严重威胁。

马克思主义垄断理论是马克思主义经济学的重要组成部分,它深刻揭示了资本主义经济中垄断的生成逻辑、发展过程及其社会经济效应。该理论认为,垄断是自由竞争发展的必然结果,它在带来了规模经济效益和技术创新的同时也加剧了社会矛盾,阻滞了社会再生产的顺利实现。从马克思主义垄断理论的视角出发,剖析研究电子商务领域垄断的类型、产生根源以及表征,进而提出相应的可持续发展策略。这回应了当前我国电子商务的发展需求,具有重大的理论意义和现实意义。

2. 马克思主义垄断理论概述

马克思主义垄断理论分析了垄断形成的原因,认为垄断源于竞争,垄断与竞争之间是并存的关系。垄断对社会经济发展的影响具有二重性,垄断一方面能够推动技术进步、促进生产力的发展,同时也会带来资源浪费、扩大贫富差距等消极影响。

2.1. 垄断的形成——垄断源于竞争

马克思指出,自由竞争是垄断产生的根本原因。在自由竞争环境下,资本家通过资本积累和集中,推动生产日益集中。随着集中度的提升和规模的扩大,垄断逐渐形成。资本家为追求高额利润,展开激烈竞争,提高生产效率成为关键。当技术发展放缓,产品迭代受技术壁垒影响时,扩大企业规模成为提升效率的主要手段。因此,企业将大部分剩余价值再投入生产。依据自由竞争原则,大型资本凭借优势兼并小型资本,实现生产资料与劳动力的转移;或各资本联合形成更大规模,实现资本集中。生产集中后,少数占据市场大部分份额的企业主导产品生产与流通,企业规模扩大,市场总数减少。小企业在与大型企业竞争中处于劣势,自由竞争受限,部门发展停滞。为避免更激烈竞争和两败俱伤,头部企业常通过协议妥协瓜分市场,形成垄断局面。自由竞争促使资本积累和集中,推动生产集中,最终导致垄断产生[2]。小型企业难以与大型企业竞争,市场内部竞争受限,部门发展受阻,头部企业则通过协议达成垄断,控制市场。

2.2. 垄断与竞争的关系——垄断与竞争并存

马克思主义垄断理论认为垄断产生之后并没有消除竞争，垄断与竞争是并存的关系。“在实际生活中我们不仅可以找到竞争、垄断和它们的对抗而且可以找到它们的合题这个合题并不是公式而是运动。垄断产生着竞争，竞争产生着垄断。垄断只有不断投入竞争的斗争才能维持自己”[3]。“垄断是自由竞争的直接对立面但是我们眼看着自由竞争开始转化为垄断。同时从自由竞争中生长起来的垄断并不消除自由竞争而是凌驾于这种竞争之上与之并存因而产生许多特别尖锐特别剧烈的矛盾、摩擦和冲突”[4]。例如：垄断和垄断组织产生后，它们之间仍存在激烈竞争。同一部门内，垄断组织除价格协定外，还进行公开或隐蔽的价格竞争，及促销、产品质量、服务等方面的非价格竞争。不同部门间，垄断组织在相关垄断部门形成双边垄断竞争关系，同时在非垄断部门内展开竞争，这些非垄断部门成为垄断组织投资和扩大势力的关键场所。垄断并未消除竞争，还体现在企业数量上，非垄断的中小企业仍占据绝对优势。这些数量众多的中小企业的存在，证明了在垄断条件下，自由竞争依然客观存在。不过，此时的自由竞争已不同于传统意义上的自由竞争，其形态和性质都已发生了显著变化。

2.3. 垄断的二重性——消极与积极并重

对垄断作用需辩证看待，不能独断地否定或肯定，要深入分析正负两方面的作用。从垄断的消极方面来看，资本主义为了消除资源浪费与无序生产导致了垄断，但是垄断的出现并没有达到资本主义的目的，反而加剧了其中的矛盾。如在垄断组织内部各部门之间，为了争取更多利润份额，常常试图打破垄断协议规定，进行更为激烈的暗中竞争。大型垄断一旦产生且无法短时间内被打破，则必然导致部门发展停滞。没有竞争，企业也就失去了竞争的动力，技术进步被人为阻止，进而阻碍现代社会的发展。同时，垄断使企业能够肆意使用市场支配地位操控物价，影响正常的市场规律，造成极大的贫富差距。

从垄断的积极方面来看，垄断是生产集中的产物，生产经营者为了能够进行更大规模的生产而选择垄断，因此，垄断可以进一步促进生产力的发展。在垄断局面下，占据垄断地位的企业能够更好地协调好内部交流和配合，消除企业之间的合作壁垒，使生产流程缩短，提高生产效率。同时，使企业能够更好地预估市场容量，提前配置生产物料与劳动力需求，在一定程度上避免了资源的浪费。

3. 电子商务中的垄断现象分析

3.1. 电子商务中的垄断类型

电子商务代表着未来贸易方式的发展方向在未来商业模式中企业营销方式将转向网络营销电子商务环境下的营销模式将逐步替代传统的营销模式。在电子商务这一蓬勃发展的领域中，垄断现象以其多样化的类型日益凸显，这些类型不仅深刻反映了市场竞争的失衡状态，也揭示了资本与技术紧密结合下市场结构的根本性变革。电子商务中的垄断现象，若从其核心特征出发，可划分为平台垄断、技术垄断、供应链垄断三种类型。第一种平台垄断。它是指大型电商平台凭借长期积累的用户数据资源和精心构建的复杂生态系统，成功营造出了强大的网络效应，这种效应如同一道坚实的壁垒，使得新进入者难以跨越，更难与之竞争。平台垄断不仅体现在市场份额的高度集中，更在于对消费者行为模式、商家入驻门槛以及商品定价策略等方面的深度控制，这种全方位的控制力进一步强化了其市场支配地位。第二种技术垄断。它表现为部分电商企业凭借在算法设计、大数据分析以及人工智能技术应用上的领先优势，实现了对用户需求的精准捕捉与个性化推荐，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出，占据了明显的优势地位。这种技术优势不仅提升了企业的运营效率和服务质量，更在无形中转化为市场垄断的力量，进一步巩固和扩大了其市场版图。第三种供应链垄断。它指一些电商企业通过垂直整合供应链，从原材料采购到产

品制造，再到销售与服务，实现了全链条的精准把控，这种全程控制不仅降低了运营成本，提高了响应速度，还带来了显著的效率提升。然而，供应链垄断的负面效应同样显著，它挤压了供应链上下游企业的生存空间，削弱了市场的公平竞争机制，对行业的健康发展构成了潜在威胁。

电子商务中的垄断类型多样且相互交织，共同构成了当前电商市场复杂的市场结构。这些垄断现象不仅影响了市场的公平竞争，也可能对消费者利益、中小企业发展以及整个电商行业的可持续发展造成负面影响。

3.2. 电子商务垄断现象的表征

电子商务垄断现象的表征主要包括价格垄断、数据垄断、排他性交易及市场进入壁垒，这些行为对消费者权益、市场竞争秩序及行业创新发展构成严重威胁。

第一，价格垄断是电子商务平台利用用户与供应商资源，通过控制价格巩固市场地位的手段。这包括设定过高的供应商抽成比例，或运用算法实施价格歧视，如“大数据杀熟”，严重损害消费者利益，扰乱市场竞争。第二，数据垄断表现为电子商务平台对用户数据的强势掌控。平台可能要求用户提供超出服务范畴的数据，以挖掘潜在需求，并利用数据优势排斥竞争者，甚至跨界进入其他市场，破坏相关市场的有序竞争。这种数据垄断不仅加剧了市场集中度，还抑制了创新活力。排他性交易是电子商务平台垄断的又一显著特征。平台可能要求供应商或消费者无条件选择与其或其选定的商品进行交易，如要求供应商“二选一”，限制消费者使用特定支付方式等，从而排除其他竞争对手，限制市场选择多样性。电商平台“二选一”行为对商家、消费者、其他平台都有损害：“既损害了商家的多归属又损害了消费者的选择权还损害平台的公平竞争”[5]。市场进入壁垒是电子商务平台巩固其市场地位的重要策略。平台可能通过技术创新、商业模式创新及数据积累等方式，提高市场门槛，阻碍其他企业进入。技术创新壁垒和商业模式创新壁垒分别通过提升技术标准和创造差异化优势，排斥竞争对手；而数据积累壁垒则通过长期数据分析和用户洞察，提供精准服务，形成难以复制的优势。

电子商务垄断现象的表征复杂多样，不仅损害消费者权益和市场竞争秩序，还抑制了行业创新和健康发展。

3.3. 电子商务垄断现象的成因

从马克思主义垄断理论视域来看，“平台经济属商品经济，竞争与垄断是商品经济中不可避免的经济现象”[6]。电子商务垄断现象的成因分析是一个多维度且复杂的议题，它涉及资本积累、技术创新、以及政策环境等多个层面。首先，资本积累与规模效应在电子商务领域发挥了举足轻重的作用。大型电商平台凭借其强大的融资能力和扩张战略，成功地实现了规模经济的最大化，这不仅显著降低了单位成本，还大幅提升了市场竞争力。这种规模效应不仅进一步巩固了它们的市场领导地位，还构筑了一道难以逾越的市场壁垒，使得新进入者难以在短时间内达到同等规模，进而无法形成有效的市场竞争。其次，技术创新与数据驱动成为电子商务垄断的另一大核心成因。电商平台通过深度挖掘大数据、人工智能等前沿技术的潜力，实现了对用户需求的精准预测和个性化服务的提供，这不仅极大地增强了用户的忠诚度与粘性，还使得这些平台能够在激烈的市场竞争中保持明显的优势。更为关键的是，这些数据资源已经逐步演变为电商平台的核心竞争力，为它们构筑了一道难以复制的技术壁垒。再者，政策环境的不完善为电子商务垄断的滋生提供了肥沃的土壤。在某些特定情境下，政府对电商行业的监管可能存在滞后或缺失，这导致部分企业通过采取不正当的竞争手段，如恶意降价、独家合作等，来获取市场优势，进而加剧了市场竞争的不公平性。这种监管的不足不仅损害了其他竞争者的利益，还对整个行业的健康发展构成了潜在的威胁。

电子商务垄断现象的成因是多方面的，既有市场自身的运行规律，也有技术创新和政策环境等外部因素的影响。因此，在解决电子商务垄断问题时，需要综合考虑这些因素，制定针对性的政策措施，以促进电商行业的健康有序发展。

4. 电子商务可持续发展的策略建议

作为现代信息技术和现代商务活动的交集，“电子商务是由掌握现代信息技术和商务技能的人系统化地应用现代电子工具，高效率、低成本、安全、可靠、方便地从事经济活动的集合，它是一种新兴的商务生产力”[7]。“中国电子商务发展空间大，今后仍将保持快速增长态势，在促进发展方式转变、扩大内需、增加就业等方面将发挥越来越重要的作用”[8]。政府及监管部门应加强对电子商务平台的监管，打击垄断行为，维护市场秩序，促进公平竞争和健康发展。同时，鼓励技术创新和商业模式创新，降低市场进入壁垒，激发市场活力，推动电子商务行业的高质量发展。

4.1. 完善反垄断法律法规体系

完善反垄断法律法规体系，是保障电子商务市场公平竞争的关键。首先，应加强对电子商务经营者的反垄断监管，明确界定市场支配地位的标准，并严格禁止滥用市场支配地位的行为，如不公平定价、拒绝交易、搭售等。同时，“要监督平台资源的整合与分配利用，推进与行业合作的扩展机制，加强反垄断机构与行业监管的统筹协调，引导行业协助规范平台行为，助推产业发展”[9]。此外，修订和完善相关法律法规，如《反垄断法》和《电子商务法》，以适应电子商务发展的新趋势和新特点，也是必不可少的。这包括细化反垄断和反不正当竞争规则，预防和制止平台经济领域的垄断和不正当竞争行为，引导平台经营者依法合规经营。在执法层面，应提高反垄断执法的透明度和可预期性，加强对电子商务平台的反垄断调查和处罚力度，确保法律法规得到有效执行。同时，还应建立健全反垄断合规管理体系，帮助企业识别和评估反垄断法律风险，促进企业持续健康发展。充分发挥法规、标准的引导和规范作用，“形成管理适度、竞争有序的电子商务发展新市场，营造有利于公平竞争的市场环境，为电子商务健康、快速发展奠定良好基础”[10]。“反垄断监管法规体系也需加强对不正当竞争的监管，如立法明确规定‘二选一’竞争限制的法律性质及处罚措施”[11]。

通过加强反垄断监管，“健全完善的反垄断监管法规体系，有效保障包括平台在内的各种市场主体健康规范发展”[12]，保护消费者权益，推动电子商务行业的持续健康发展。

4.2. 加强技术创新和知识产权保护

党的二十大报告强调，“要坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位，加快建设科技强国”[13]。政府应加大对电子商务企业的技术创新支持力度，并同时加强知识产权保护，以推动电子商务行业的持续繁荣和发展。技术创新是推动电子商务行业持续发展的关键动力。政府应鼓励电子商务企业加大研发投入，提升自主创新能力。为此，政府可以设立专项基金，为电子商务企业提供研发资金支持；同时，制定税收优惠政策，降低企业研发成本，激发企业创新活力。此外，政府还可以建立创新激励机制，对在技术创新方面取得突出成果的企业给予表彰和奖励，形成鼓励创新的良好氛围。在鼓励技术创新的同时，政府也必须加强知识产权保护力度。数字技术蓬勃发展背景下，“知识产权保护是壮大数字新领域、新业态的重要举措，能够增强数字金融发展的核心动能，助力我国打造数字创新优势”[14]。政府应建立健全知识产权保护体系，加强对电子商务平台的监管，及时发现和打击侵权行为。同时，政府应加大对侵权行为的处罚力度，提高侵权成本，降低维权难度，为电子商务企业营造更加公平、公正的市场环境。此外，政府还应加强与国际社会的合作与交流，共同推动电子商务技术创新与知识产权保护的发展。通

过参与国际知识产权保护规则的制定和完善, 加强与其他国家和地区的合作与交流, 政府可以共同打击跨国侵权行为, 维护全球电子商务市场的公平竞争和健康发展。

4.3. 推动电子商务与实体经济的深度融合

电子商务是实体经济、虚拟经济相联系的中介和桥梁。“实体经济主要是围绕实物形态或服务形态的商品经济, 包括了工农业、物流、服务、工程等, 还包括教育、美术、音乐等具备文化价值的产业, 关系到人们日常生活的每一个细节, 是社会存在的基石” [15]。党的二十大报告提出, 要“加快发展数字经济, 促进数字经济和实体经济深度融合, 打造具有国际竞争力的数字产业集群” [16]。在经济发展的新阶段, 政府应当承担起引导电子商务企业与传统产业深度融合的重任, 以促进经济结构的优化升级。政府应积极鼓励电子商务企业利用大数据、云计算等现代信息技术, 为传统产业提供智能化、定制化的解决方案, 推动其转型升级。同时, 政府也应引导传统产业主动拥抱电子商务, 通过线上线下融合的方式, 拓宽销售渠道, 提升品牌影响力, 实现业务的快速增长。在推动线上线下融合发展的过程中, 政府应注重平衡电子商务与实体经济的利益关系。一方面, 政府应出台相关政策, 为电子商务企业提供更加宽松的发展环境, 鼓励其不断创新, 提升服务质量。另一方面, 政府也应关注实体经济的转型压力, 通过提供财政补贴、税收优惠等措施, 帮助实体经济平稳过渡, 实现与电子商务的协同发展。此外, 政府还应加强电子商务与传统产业之间的沟通与协作, 推动双方建立长期稳定的合作关系。通过搭建交流平台、举办对接活动等方式, 政府可以促进电子商务企业与传统产业之间的信息共享和资源整合, 共同探索新的商业模式和增长点。

5. 结论

随着数字经济的迅猛发展, 电子商务已成为推动全球经济的重要力量。然而, 电子商务在带来巨大便利和经济效益的同时, 也面临着日益严重的垄断问题。从马克思主义垄断理论的视角出发, 深入剖析电子商务中的垄断现象及其成因, 并提出相应的可持续发展策略, 对于推动电子商务的健康持续发展具有重要意义。未来, 随着技术的不断进步和市场的不断变化, 我们还需要持续关注电子商务领域的新动态和新挑战, 不断完善相关法律法规和市场监管机制, 为电子商务的可持续发展提供更加坚实的保障。未来, 随着电子商务的不断发展, 我们还需要继续深入研究电子商务的可持续发展问题, 为推动电子商务的健康、稳定、可持续发展提供理论支持和实践指导。

参考文献

- [1] 中国通信院. 中国数字经济发展报告研究(2024年) [R]. 北京: 中国信息通信研究院, 2024: 3.
- [2] 高尖伟. 马克思主义垄断理论视域下互联网平台经济的垄断问题研究[J]. 时代经贸, 2024, 21(6): 17-19
- [3] 马克思. 马克思恩格斯选集(第一卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1972: 142.
- [4] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 列宁全集(第二十七卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1990: 436.
- [5] 章兴鸣, 郭林昊. 马克思主义垄断理论视阈下平台经济反垄断研究[J]. 品位·经典, 2024(10): 21.
- [6] 张星财. 马克思主义垄断理论视域下平台经济反垄断问题研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京理工大学, 2023.
- [7] 杨维新, 杨争争. 论 WTO 背景下我国电子商务的可持续发展[J]. 当代财经, 2003(2): 102-105.
- [8] 来有为, 李广乾, 石光. 中国发展电子商务亟须解决的问题与对策建议[J]. 学习与探索, 2014(8): 98-101.
- [9] 郭亮, 李睿敏. 电子商务平台自我优待行为的反垄断规制[J]. 南海法学, 2024, 8(4): 87-102.
- [10] 聂林海. 我国电子商务发展的特点和趋势[J]. 中国流通经济, 2014, 28(6): 97-101.
- [11] 肖慧敏. 我国平台经济反垄断监管的现状与挑战分析[J]. 法制博览, 2024(16): 142-144.
- [12] 孙晋, 张松. 反垄断监管数字化转型的意涵及其法律实现[J]. 科技与法律(中英文), 2024(6): 44-53, 126.

- [13] 李艳秀, 刘修铭. 知识产权保护、技术流动与国家创新能力[J]. 科技管理研究, 2024, 44(20): 132-140.
- [14] 方慧, 霍启欣. 数字服务贸易开放与企业创新质量的“倒 U 型”关系: 兼议技术吸收能力和知识产权保护的调节作用[J]. 世界经济研究, 2023(2): 3-18.
- [15] 周涛. 电子商务对经济发展有何影响[J]. 人民论坛, 2017(14): 90.
- [16] 王定祥, 吴炜华, 李伶俐. 数字经济和实体经济融合发展的模式及机制分析[J]. 改革, 2023(7): 90-104.