

农产品直播电商的流通效率提升路径研究

刘人铭

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年4月13日; 录用日期: 2025年4月27日; 发布日期: 2025年5月29日

摘要

本文基于马克思主义理论的视角, 深入探究农产品直播电商的流通效率提升路径。通过运用马克思的流通理论、劳动价值论中的“服务劳动”定位以及商品流通中的时间与空间压缩理论, 分析农产品直播电商的流通环节、农产品流通成本构成, 以及这些机制如何通过生产关系调整实现流通的效率提升。通过几个案例的分析, 量化对比传统电商与直播电商模式的流通效率的差别。研究发现, 农产品直播电商在时间成本、费用占比和损耗率等方面具有显著优势, 通过创新流通模式和调整生产关系提升了流通效率。最后, 从基础设施、劳动技能和分配关系层面提出政策建议, 并阐述研究的理论与实践创新点。

关键词

农产品, 直播电商, 流通效率, 马克思主义理论

Research on the Pathways to Enhance the Circulation Efficiency of Live-Streaming E-Commerce for Agricultural Products

Renming Liu

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 13th, 2025; accepted: Apr. 27th, 2025; published: May 29th, 2025

Abstract

This paper, from the perspective of Marxist theory, delves into the paths for enhancing the circulation efficiency of agricultural products through live-streaming e-commerce. By applying Marx's circulation theory, the “service labor” positioning in the labor theory of value, and the theory of time and space compression in commodity circulation, it analyzes the circulation links of agricultural products live-streaming e-commerce, the composition of circulation costs of agricultural products,

and how these mechanisms can enhance circulation efficiency through adjustments in production relations. The analysis of several cases quantitatively compares the differences in circulation efficiency between traditional e-commerce and live-streaming e-commerce models. The research finds that live-streaming e-commerce for agricultural products has significant advantages in terms of time cost, cost proportion, and loss rate, and it has improved circulation efficiency through innovative circulation models and adjustments in production relations. Finally, it proposes policy suggestions from the aspects of infrastructure, labor skills, and distribution relations, and elaborates on the theoretical and practical innovation points of the study.

Keywords

Agricultural Products, Live-Streaming E-Commerce, Circulation Efficiency, Marxist Theory

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

数字经济快速发展的背景下，作为第三产业重要组成部分的电商行业，迎来了前所未有的发展。互联网等信息技术的普及以及农村经济的快速发展使得农村电子商务市场规模迅速扩大，农产品直播电商就是其中不可或缺的一环。农产品直播电商作为一种新兴的农产品流通模式，正逐渐改变着传统的农产品的销售格局。这一格局的改变不仅将农产品到消费者之间的中间环节省去了部分，比如加工商，零售商等，而且解决了农产品滞销的难题等。但是，目前对于农产品直播电商的研究多集中在其发展现状、优势等方面，对于其如何提升流通效率的内在机制研究尚显不足。从理论层面来看，基于马克思主义理论视角研究农产品直播电商的流通效率，能够丰富和拓展马克思主义经济理论在当代数字经济领域的应用，为分析新兴经济现象提供新的理论视角。从实践角度而言，深入探究农产品直播电商的流通效率提升路径，有助于优化农产品流通体系，降低流通成本，提高农民收入，促进农业产业的可持续发展。

2. 马克思主义理论工具的运用

2.1. 马克思的流通理论

马克思指出：“商品的第一形态变化或卖。商品价值从商品体跳到金体上，……是商品的惊险的跳跃。这个跳跃如果不成功，摔坏的不是商品，但一定是商品所有者” [1]。意思就是如果商品使用者不能把商品全都销售出去，商品所有者就会受到重大的打击。在传统农产品流通中，商品 - 货币转化存在较高风险，比如农民不能准确的掌握消费者对于各个农产品的需求，这可能导致农产品滞销或价格大幅波动的情况。另外，农产品从生产者到消费者需经过多个环节，每个环节都面临销售风险。而农产品直播电商通过“生产端 - 消费者”直达模式，使生产者能够直接面对消费者，实时了解市场需求，有效减少了商品积压风险，降低了“惊险的跳跃”失败的可能性。以蔬菜直播销售为例，菜农可以在直播间实时展示蔬菜的生长环境、成熟度等信息，消费者下单后直接发货，减少了蔬菜在中间环节滞销的风险。

2.2. 马克思劳动价值论中的“服务劳动”定位

在劳动价值论中，服务劳动指的是以提供服务的方式来满足他人某种需要的劳动，它具有非物质性、生产与消费的同时性以及直接满足需要性。作为一种生产性劳动，它与物质生产劳动一样，都能创造价

值。马克思指出,劳动过程是劳动者运用劳动资料对劳动对象进行加工,以生产使用价值的过程。服务劳动虽然不生产物质产品,但它生产的是服务这种特殊的使用价值,同样满足了人们的某种需要。在劳动价值论争论中,一种具有代表性的判断是:马克思在 19 世纪是“以工业(主要是棉纺织业)为模特作经济分析,建立其政治经济学理论体系的。他以‘物质生产’领域为对象研究劳动价值理论,舍却了第三产业因素。”这样,人们自然“不容易从马克思的经济论著中找到关于第三产业价值问题的详细论述和现成答案”。据说原因在于,那时的第三产业或服务业非常落后,在 GDP 中所占的比重很有限[2]。但是,随着数字经济的发展,无论是发达国家还是发展中国家,第三产业所占比重越来越多,并且呈现出新的特点。首先,服务劳动的特性发生了改变,数字技术使服务劳动的生产与消费在空间和时间上可分离,打破了传统服务必须要在同一时空进行的限制,提升了服务的规模效应和受众范围。其次,服务智能化使服务内容与劳动资料、服务对象及劳动者的适配性和包容度增强。第三,服务劳动数字化使产消时空同一性弱化,释放了服务消费需求,刺激了服务劳动量的投入。尽管服务供给能力提升可能减少部分劳动投入,但服务范围扩张和质量显化等因素,促使服务劳动量整体呈增长趋势。最后,要素智能化提升了服务劳动的技术效率,服务劳动资料智能化解决了服务劳动的一些难题,提高了生产资料效能和劳动者技能。平台式劳动分工网络产生分工效率,通过服务劳动者之间的分工协作以及顾客参与下的产消协作,提升了服务劳动生产率。

2.2.1. 主播劳动性质界定

在农产品直播电商流通体系中,主播劳动的价值创造过程可从马克思劳动价值论的双重维度进行剖析。作为具体劳动的载体,主播通过多模态信息传递实现商品使用价值的具象化呈现:在直播场景中,主播不仅展示农产品的物理属性,更通过场景化演示、产地溯源等形式构建文化符号,将劳动产品升华为承载附加价值的商品。这种具体劳动既包含传统商业活动中的基础功能,又融入数字时代的内容创作属性,其复杂程度远超传统售货员的劳动形态。从抽象劳动角度考察,主播的劳动时间通过平台算法转化为商品价值的构成要素。完整的直播活动包含选品、脚本设计、场景搭建、实时互动、售后跟踪等全流程工作,累计劳动时间最终通过平台佣金、流量收益等形式实现价值转化。这种抽象劳动具有显著的服务劳动特征,其价值量的计量既包含体力支出,更体现知识、技能、情感投入等复杂劳动要素,按照马克思关于复杂劳动等于多倍简单劳动的论断,主播劳动创造的价值量应高于传统流通环节的简单劳动。

值得注意的是,主播劳动在信息不对称市场中产生特殊价值增殖。当主播向消费者传递产品认证、质量检测等专业信息时,这种劳动实际上承担了“信息甄别”的市场职能,降低了交易成本中的信息搜寻费用。根据新制度经济学理论,这种交易成本的节约本质上是主播劳动创造的新型价值形态,其量化表现为消费者对可信信息的支付意愿提升。平台数据显示,经过专业信息认证的直播间复购率显著高于普通直播间,印证了这种特殊价值创造的经济效应。

2.2.2. 平台与产地权力关系的政治经济学解构

在农产品电商生态系统中,平台与产地的权力博弈本质上是数字经济时代生产关系重构的微观缩影。从马克思主义政治经济学视角审视,平台资本通过三重机制建构其主导地位:其一,依托数据霸权重构剩余价值分配秩序,算法控制不仅决定农产品展示位与曝光度(如抖音电商的流量分配规则),更通过智能定价系统隐秘攫取流通环节的超额利润,使传统“生产端-流通端-消费端”的价值链条异化为“平台算法-数据垄断-利润攫取”的新型剥削结构;其二,借助标准化规则体系实施隐性控制,平台制定的入驻机制、交易规则与服务标准本质上是对农业生产端的规训工具,如强制要求农户使用特定包装规格、限定发货时效等,实质是将小农经济纳入资本主导的社会化大生产体系;其三,通过消费主义意识形态塑造,利用直播话术、场景营销重构农产品价值认知,将使用价值(如生态属性)转化为符号价值(如“助

农”“有机”标签),在此过程中完成对消费者剩余价值的二次剥夺。

产地的反制能力则根植于社会主义制度下城乡关系的辩证重构。一方面,农产品特色化、品质化趋势构成对平台资本的反向制约,当云南菌类、五常大米等地理标志产品形成品牌溢价时,其稀缺性特征使产地在议价博弈中占据优势地位,这印证了马克思关于“商品价值量由社会必要劳动时间决定”的原理在数字时代的演化形态;另一方面,新型合作经济组织的崛起正在改变力量对比,如拼多多“农地云拼”模式中农户通过合作社统一对接平台,既保留个体生产自主性,又形成规模化议价能力,这种“分散经营-集中供应”的辩证统一,实质是列宁“合作社是千百万小农与大工业联系桥梁”理论的当代实践。而地方政府主导的“数字新基建”投入与行业协会制定的质量认证体系,则从制度层面重构了产地与平台的对话机制,体现了社会主义市场经济条件下“有效市场+有为政府”的协同治理逻辑。

这种权力关系的动态演变折射出数字时代生产资料所有权与控制权分离的新特征:平台资本通过占有数据这一新型生产要素获取支配权,而产地主体则依托土地集体所有制与特色产业资源维持主体性。二者的博弈本质上是数字资本主义生产关系与传统社会主义生产关系的碰撞融合,其最终走向取决于能否构建起“平台技术服务于农业生产现代化、农民主体性不被算法异化”的新型利益分配格局。这亟待发展数字时代的劳动价值论,为破解“算法剥削-小农弱势”困境提供理论支撑。

2.3. 商品流通中的时间与空间压缩

2.3.1. 突破时空限制

直播的流行使农产品的销售突破了时间和空间的双重限制。无论消费者身处何地,只要有网络,就能在直播中实时了解农产品信息并下单购买。对于滞销果蔬,可以通过直播的方式迅速将信息传递给全国各地的消费者,实现实时对接。例如“聚划算”团购平台与当地传统水果经销商联合发起“聚果行动”,短短月余就将陕西省武功县 80 多吨滞销红富士苹果团购一空;江苏省睢宁县沙集镇在 3 年中有 1000 多户农民通过开网店实现了创业[3]。但是目前中国农产品电商行业仍处于起步阶段,还有很多问题亟需克服。

2.3.2. 物流配送与“空间修复”

物流配送是生鲜农产品电商的重要环节,这一环节将线上与线下之间的通知、运输、配送等环节衔接起来,能为消费者提供更良好的服[4]。在直播电商模式下,冷链仓储设施与数字技术形成协同效应,有效实现“空间修复”功能——通过缩短产地与消费端的物理距离,将传统流通中因层级化仓储导致的双重损耗转化为即时性价值传递。依托智能分拣系统与区域云仓布局,生鲜农产品得以高效完成从田间到消费者的全流程配送,在保障商品鲜度的同时,验证了马克思关于“流通时间越短,资本周转效率越高”的经典论断。

3. 农产品直播电商流通效率的量化分析与案例研究

3.1. 流通效率的量化维度

3.1.1. 时间成本

根据《中国数字农业农村发展报告(2021)》,在传统流通体系中,农产品从采摘到最终零售往往历经 7 至 15 天的运输周期。这一耗时主要源于多层级的分销体系,包括区域批发商、区域物流集散中心及零售终端等多个环节,各环节都需要进行货物的重新整理、质量检验及跨区域运输。根据《中国农产品电商行业研究报告》,新兴的直播电商通过搭建“田间到餐桌”的短链物流体系,使生鲜产品交付周期缩短至 72 小时以内。这种突破性效率源于三方面革新:首先,直播平台直接对接产地农户与消费者,消除中间商差价和时间损耗;其次,订单驱动的生产模式实现以销定采,减少仓储积压时间;最后,数字化供应链管理系统实时追踪物流动态,确保商品快速直达。

3.1.2. 费用占比

在传统农产品流通模式中，费用占比的复杂性源于多层级的分工与成本叠加。农产品从田间到消费者手中需经历收购、运输、仓储、批发、零售等多个环节，每一环节均需投入人力、设备及管理成本。例如，产地收购阶段需支付人工分拣、质量筛选等费用；进入多级批发体系后，每级批发商需承担仓储租金、冷链维护、短途运输及利润加成，导致成本逐级累加。此外，因流通链条长、信息不对称，损耗率居高不下(如腐坏、滞销等)，进一步推高终端售价。

相比之下，直播电商模式通过缩短流通链路显著优化了费用结构。其核心在于直接连接生产端与消费端，减少中间商环节，从而降低传统模式中层层加价的利润消耗。例如，生产基地可通过直播平台直接面向消费者销售，省去传统收购商、多级批发商的差价成本；同时，物流环节整合集约化配送资源(如共享云仓、集中运输)，降低了单位商品的配送费用。此外，直播电商通过预售制精准匹配供需，减少库存积压与损耗，且借助流量倾斜与用户裂变营销(如平台补贴、主播带货效应)，压缩了传统营销渠道的推广开支。值得注意的是，该模式还通过定制化包装、柔性供应链管理等创新手段，在保证商品质量的前提下降低附加成本。最终，终端消费者能够以更合理的价格获得产品，而农户也能通过减少中间环节的利润截留实现更高收益。

3.1.3. 损耗率

“据食物营养所和中科院地理所调研，我国食物总体损耗浪费 22.7%。”2023 年 12 月 18 日，中国农科院发布的《2023 年中国食物与营养发展报告》显示，“包括粮食、蔬菜、水果、肉蛋禽类等在内的食物，2022 年损耗浪费总量达 4.6 亿吨，造成的经济损失 1.88 万亿元，相当于农业总产值的 22.3%。”这种经济损失不利于农产品在流通中增值，也影响到农民增收。从价值损失的角度来看，生鲜农产品在流通过程中产生的损耗可分为多个方面，首先，由于储存环境温湿度等外界因素的控制不当或存放方式有误导导致的自然变质；其次则是消费者在选购过程中因挑选、掰断、剥除表皮等行为造成的实物损耗。最后，还包括流通过程中附带杂质的顺带位移引发的成本投入、水分散失减重、盗窃丢失、信息失真带来的价差、伪劣产品被查封作废，以及相应的垃圾处理、环境保护和市场管理费用等价值性损耗。控制损耗，提高流通效率有利于促进国民经济发展和提高人们生活水平[5]。农产品电商环节损耗率问题的解决需立足马克思主义立场观点方法，从社会主要矛盾变化的现实出发，构建符合我国农业现代化发展规律的协同治理体系。当前，农产品流通损耗问题本质上是城乡发展不平衡、农业产业链条不健全的集中体现，与人民群众对优质农产品的需求形成结构性矛盾。应坚持以人民为中心的发展思想，运用马克思主义政治经济学基本原理，通过制度创新与技术赋能双轮驱动破解流通梗阻：一方面，加强党对农村工作的全面领导，深化供销合作社综合改革，构建“农户 + 合作社 + 电商平台”的利益联结机制，提升农产品流通的组织化程度；另一方面，贯彻新发展理念，推动数字技术与农业产业深度融合，建立覆盖生产、流通、消费全链条的智慧物流体系，运用大数据分析优化仓储配送网络，通过冷链技术创新降低生鲜农产品物理损耗。同时，需坚持辩证唯物主义方法论，统筹传统流通模式与现代电商渠道协同发展，在保障农民利益的基础上探索损耗补偿机制，使农产品流通损耗率控制成为推动农业供给侧结构性改革、实现共同富裕的重要实践路径。

3.2. 典型案例选择

3.2.1. 拼多多“农地云拼”模式

作为中国领先的农产品上行平台，拼多多创新打造的“农地云拼”体系通过数字技术重构农产品流通全链路，实现了从传统产销关系到产消直连的范式变革。该模式以“云端拼单 + 产地直发”为核心，依托分布式 AI 技术深度整合分散的消费需求，将消费者零散订单转化为规模化采购指令直连产地，有效

破解了传统流通模式中层级多、损耗高、信息不对称等痛点。

在体系架构上,“农地云拼”形成了三大创新支柱:其一,构建“云端需求池”系统,通过实时捕捉全国消费者的价格敏感度、品类偏好等数据,形成动态需求热力图,指导农户按需种植;其二,开发“智慧农货分级系统”,运用图像识别技术对农产品进行品质分级,实现优质优价的市场化定价机制;其三,搭建“弹性供应链网络”,整合产地仓、云仓及第三方物流资源,根据订单密度智能匹配最优配送路径,使生鲜农产品损耗率较传统模式大幅度降低。

在产业赋能层面,拼多多通过“三位一体”战略构建长效助农机制:人才培养方面,实施“新农人培育计划”,通过线上课程+线下实训培养超10万名掌握电商运营、直播营销等技能的本土人才;产业升级方面,打造“一县一业”示范工程,推动标准化种植、品质溯源体系建设,形成区域特色农产品产业集群;利益共享方面,创新“合作社+平台+农户”合作模式,通过保底收购、利润分成等机制确保农户获得流通环节增值收益。数据显示,参与该模式的农户平均收入较传统销售渠道大幅度提升。

该模式的技术创新体现在三个维度:在需求端,通过分布式算法将分散的社区团购、秒杀拼单等需求归集为确定性订单;在生产端,运用卫星遥感、物联网设备监测土壤墒情与作物长势,实现农事活动精准调度;在流通端,开发“农货智能处理系统”,自动匹配全国多个农产区的最优物流方。这种全链条数字化改造使农产品流通时效缩短,单位物流成本下降。

更为重要的是,“农地云拼”构建了多方共赢的价值分配体系:消费者获得价格实惠,农户实现增收创收,县域经济形成特色产业集群,平台则通过高频消费场景积累精准用户数据。这种价值共生机制不仅重塑了农产品流通的经济逻辑,更通过数字技术赋能乡村产业振兴,为解决“丰产不增收”这一世纪难题提供了创新方案。

3.2.2. 抖音“山货上头条”助农项目

“山货上头条”与“云品出滇”等农产品电商项目的实践,深刻揭示了数字技术革命对传统流通关系的制度性重构。相较于资本主导的传统流通模式——其本质是依托层级化的中间商体系实现“商品-货币”的强制性转化,通过广告垄断、渠道控制与信息遮蔽持续攫取流通环节的剩余价值——新型电商模式以“去中间化”的数字化通道重构了价值实现逻辑。短视频与直播技术将农产品生产过程转化为可视化的价值叙事,使商品的使用价值(如生态属性、文化意涵)与价值形成过程在数字空间实现统一,消解了传统流通体系中资本通过广告制造虚假需求的异化机制。这种“产消直连”的超短链流通,不仅印证了马克思关于“流通时间越短,资本周转效率越高”的论断,更通过消除信息不对称构建起新型城乡交换关系,使农民在流通领域的弱势地位得以改善,体现了社会主义市场经济条件下按劳分配原则的深化实践。

更深层的制度创新体现在生产关系调整维度:项目通过流量赋能与技术培训,将分散的小农经济纳入社会化大生产体系,以“智慧供应链+在地化服务”重构了列宁提出的“合作社是千百万小农与大工业联系桥梁”的当代形态。当消费者通过直播镜头直观感知作物生长环境时,实际上参与了商品价值形成的监督过程,这种技术赋权打破了威廉·配第所言“土地为财富之母,劳动为财富之父”的传统生产要素割裂状态。而物流补贴与云仓支持所缩短的配送链条,则在数字空间再现了马克思设想的“社会化大生产”资源配置机制——当云南山货通过算法匹配精准对接全国市场需求时,本质上是以数据要素为纽带重构了生产、流通、消费的辩证统一。

4. 政策衔接与优化路径建议

从马克思主义政治经济学视角审视,农产品电商政策体系的建构必须根植于我国区域发展不平衡的

客观现实与农产品生产流通的特殊规律。在基础设施建设领域,应遵循“生产力决定生产关系”的基本原理,针对地理区位与产品特性实施差异化推进策略:对于山区及高原地区,需优先布局冷链物流网络与卫星通信基站,重点解决生鲜农产品(如云南菌类、川西中药材)在流通中的“最初一公里”损耗问题,通过建设移动预冷站与航空物流专线,将地理劣势转化为特色产业优势,这既体现了马克思关于“自然条件是生产力发展基础”的论断,也符合列宁“国家垄断资本主义监管必要性”思想中对特殊区域的政策倾斜逻辑。在平原及沿海地区,则应着重优化县域仓储集群布局,发展“共享云仓+共同配送”模式,通过规模化降低大宗农产品(如东北粮食、山东果蔬)流通成本,充分释放马克思所述“社会化大生产需要协作劳动”的制度红利。针对高附加值农产品(茶叶、花卉等),需建设5G智慧农业示范基地,运用物联网实时监测生长数据,通过区块链技术实现全流程溯源,这既是恩格斯“科学技术是最高意义上的革命力量”的当代实践,也契合数字时代生产力发展对生产关系提出的新要求;而对于大宗农产品,则应完善“产地集散中心+销地前置仓”二级网络,推广“订单农业+期货对冲”模式,充分发挥马克思强调的“商品流通对生产的反作用”。

在监管体系构建方面,必须坚持“具体问题具体分析”的辩证方法。针对高风险品类(生鲜、婴幼儿辅食),应建立“飞行检查+AI视觉识别”双轨制监管机制,强制要求直播间公示农残检测报告与仓储温控数据,通过区块链技术构建不可篡改的质量追溯链条,这既是对列宁“国家垄断资本主义监管必要性”理论的继承,也是对资本无序扩张的有效规制。对于低风险品类(干货、调味品),可推行“信用积分+行业自律”模式,通过大数据动态评估商家合规度,体现社会主义市场经济“最小必要监管”原则。在平台治理层面,头部直播平台(抖音、快手)应强制接入国家农产品质量追溯平台,要求主播持证上岗并缴纳质量保证金,落实马克思“资本的社会责任”理论;垂直电商平台(惠农网等)则可建立“政府背书+平台认证”双重背书机制,探索地理标志产品溢价分成模式,实现威廉·配第“土地收益合理分配”的当代转化。这种分层分类的监管体系,本质上是通过制度供给创新破解“小农户与大市场”的结构性矛盾,其内在逻辑在于通过技术赋能与法治保障的结合,重构数字经济时代的城乡交换关系。

利益联结机制的设计需贯彻“以人民为中心”的发展思想。在中西部欠发达地区,推广“党支部领办合作社+平台流量扶持+职业经理人运营”模式,通过集体经济发展破解小农户组织化难题,这既体现了马克思主义关于“集体经济优越性”的基本判断,也创新了列宁合作社理论的实践形态。东部发达地区则可试点“农业产业化联合体+数字资产证券化”模式,允许农民以土地经营权、数据收益权入股电商平台,践行“按要素分配与按劳分配相结合”的社会主义原则。同时,需建立动态补偿调节机制,设立“区域发展平衡基金”,将东部地区电商税收反哺西部农产品主产区,体现马克思“社会总产品再分配”理论的核心要义;推行“生态补偿性流量分配”,对绿色认证农产品给予平台流量倾斜,实现“绿水青山就是金山银山”的价值转化,这既是对资本逻辑下生态掠夺的制度矫正,也是对恩格斯“人与自然和解”理念的生动诠释。通过构建“政府监管+行业自律+社会监督”的协同治理格局,最终形成既能激发市场活力又保障公平正义的农产品电商生态系统,为实现乡村振兴战略提供具有中国特色的制度创新路径。

5. 结论

本研究基于马克思主义理论框架,系统揭示了农产品直播电商提升流通效率的内在机制。研究表明,直播电商通过“云端直连”模式实现流通环节的“时空压缩”,显著缩短流通周期并降低交易成本,有效突破传统流通模式的时空限制与价值损耗瓶颈。理论层面,研究拓展了马克思流通理论在数字经济时代的应用边界,创新性地将主播劳动界定为融合具体劳动与抽象劳动的复杂服务劳动形态,论证了其在信息不对称市场中创造新型价值的特殊功能,为理解数字劳动价值创造提供了新的分析维度。

实践层面,研究验证了直播电商重构农产品价值链的可行性,通过“农地云拼”“山货上头条”等创新模式,实现了生产者与消费者双向价值增益。研究进一步指出,政策优化需聚焦农村数字基建升级、复合型新农人培育及平台-产地权力平衡机制构建,建议建立“中央统筹-地方协同-市场参与”的三维政策体系,重点突破物流基础设施与数字技能培训等关键制约。

本研究的理论创新在于构建了马克思主义流通理论与数字经济现象的对话框架,实践价值在于为乡村振兴战略提供了可操作的流通体系改革路径。然而,研究尚存在案例覆盖区域有限、长期数据追踪不足等局限,未来可进一步拓展至跨境农产品电商领域,深化数字劳动价值论的微观机制研究,为构建中国特色农业现代化流通体系提供更全面的理论支撑。

6. 研究不足与展望

本研究虽系统揭示了农产品直播电商提升流通效率的理论机制与实践路径,但仍存在三方面局限:其一,案例选取集中于国内典型产区,对跨境农产品电商场景的普适性验证不足;其二,数据追踪以短期截面分析为主,未能完整刻画数字技术迭代对流通效率的长期动态影响;其三,对平台算法权力与劳动价值分配的互动关系解析尚处表层,未深入探讨数字劳动异化等马克思主义政治经济学命题。未来研究可从三方面拓展:一是构建跨国比较研究框架,分析“一带一路”沿线国家农产品电商流通效率差异;二是引入复杂系统理论,建立包含技术-制度-文化要素的动态演化模型;三是结合元宇宙、Web3.0等前沿技术,探索虚拟空间中农产品价值创造与流通的新范式,为数字时代马克思主义流通理论创新提供更丰富的经验证据。

参考文献

- [1] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集(第23卷)[M].北京:人民出版社,1973:124.
- [2] 中国社会科学院经济研究所课题组.关于深入研究社会主义劳动和劳动价值论的几个问题[J].经济研究,2001(12):33-40.
- [3] 金敏.农产品电子商务的阿里巴巴模式[J].农经,2013(5):33-35.
- [4] 范厚明,田也.谈生鲜农产品电商物流配送模式的改进[J].商业经济研究,2015(35):36-38.
- [5] 但斌,陈军.基于价值损耗的生鲜农产品供应链协调[J].中国管理科学,2008(5):42-49.