

唯物辩证法视域下电商平台的矛盾运动研究

刘 佳

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年3月20日; 录用日期: 2025年4月16日; 发布日期: 2025年5月20日

摘 要

在信息技术蓬勃发展的背景下, 电商平台极大地变革了商业运作模式, 为经济增长注入强大动力, 但其发展过程中面临着诸多矛盾。本文运用唯物辩证法深入剖析电商平台的矛盾运动, 发现其中涵盖供求矛盾、线上线下矛盾、创新与守成矛盾以及竞争与合作矛盾。这些矛盾受唯物辩证法基本规律的影响, 各自呈现出普遍存在且独具特点的态势。同时, 文章提出从技术革新、管理优化、战略转型等方面解决矛盾, 助力电商平台实现可持续发展。

关键词

电商平台, 唯物辩证法, 矛盾运动

Research on the Contradictory Movements of E-Commerce Platforms from the Perspective of Materialist Dialectics

Jia Liu

College of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 20th, 2025; accepted: Apr. 16th, 2025; published: May 20th, 2025

Abstract

Against the backdrop of the booming development of information technology, e-commerce platforms have revolutionized the business operation model and injected strong impetus into economic growth. However, they face numerous contradictions during their development. This article deeply analyzes the contradictory movements of e-commerce platforms using materialist dialectics and finds that they include contradictions in supply and demand, between online and offline operations, between innovation and conservatism, and between competition and cooperation. These contradictions are

influenced by the basic laws of materialist dialectics and each presents a state of universal existence with unique characteristics. At the same time, the article proposes solutions to these contradictions from aspects such as technological innovation, management optimization, and strategic transformation, aiming to help e-commerce platforms achieve sustainable development.

Keywords

E-Commerce Platform, Materialistic Dialectics, Contradictory Movement

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

在信息技术日新月异的当下，电子商务平台已成为现代商业的核心枢纽，深刻重塑了传统商业的运作模式。它打破了时空枷锁，让消费者能随时随地选购全球商品，购物的便利性与效率得到前所未有的提升；同时为商家开辟了广阔的市场空间，降低了市场准入门槛，催生了无数商业机遇，成为推动经济增长与创新的关键力量。

然而，电商平台在蓬勃发展的背后，也面临着诸多棘手问题。在技术层面，数据安全与隐私保护形势严峻，消费者数据泄露事件频发，物流配送效率与服务质量参差不齐；在运营层面，平台与商家、消费者之间的矛盾日益凸显，平台规则变动、抽成比例等问题引发商家不满，商品质量、虚假宣传等现象导致消费者信任受损，线上线下融合进程中也面临诸多阻碍。这些问题不仅制约了电商平台自身的健康发展，还对消费者权益保障和市场稳定造成了负面影响。

唯物辩证法作为科学的世界观和方法论，为剖析电商平台的矛盾运动提供了有力工具。从理论上讲，传统经济学、管理学等单一学科视角对电商平台的分析存在局限性，而运用唯物辩证法，能够突破这些局限，从多元、动态的角度揭示电商平台发展的内在规律，丰富电子商务领域的理论研究体系。从实践意义出发，通过深入研究电商平台的矛盾运动，能够帮助平台管理者更全面、深入地认识平台运营中的问题，精准把握市场机遇，制定出科学合理、切实可行的发展战略，促进电商平台持续、健康、稳定发展。

2. 电商平台的矛盾运动分析

在数字经济蓬勃发展的当下，电商平台已成为经济活动的关键载体。其运营过程蕴含着复杂且多元的矛盾运动，深刻影响着行业走向。从供求关系的失衡，到线上线下模式的博弈；从创新突破与守成维持的抉择，再到竞争与合作关系的动态演变，这些矛盾并非孤立存在，而是相互交织、彼此影响。深入剖析这些矛盾运动，不仅有助于理解电商平台的运营逻辑，更能为其长远发展提供理论支撑。基于唯物辩证法视角，对电商平台的供求、线上线下、创新守成、竞争合作等矛盾展开探究，将揭示其背后隐藏的经济规律与发展本质，为电商领域的学术研究与实践发展开拓新路径。

2.1. 供求矛盾

电商平台的供求矛盾在数量、种类及价格品质维度呈现出不同的态势。在数量层面，购物节期间，消费者需求集中释放，热门商品往往供不应求；而在日常运营中，部分商品因市场需求有限，处于供大于求的状态。从种类来看，随着消费者需求的日益多样化和个性化，小众特色商品的供给无法满足市场

需求,而大众常规商品则普遍存在供给过剩的现象。在价格与品质关系上,消费者追求以较低价格获得高品质商品,但商家需平衡利润与产品质量,导致消费者期望与商家实际供给间存在差距,例如千元价位手机难以达到消费者对高端性能的预期。

造成这些供求矛盾的主要原因包括:其一,信息不对称。消费者在电商平台上难以全面获取商品信息,商家也无法精准洞悉消费者需求,这种信息差导致供需出现偏差。其二,市场预测难度较大。经济形势、季节更迭、流行趋势以及突发公共事件等多种因素都会影响市场需求,商家很难做出精准预判。如突发公共事件导致防护用品需求激增,而商家却因准备不足无法及时满足市场需求。其三,生产供应存在滞后性。商品从生产到上架销售需要一定时间,当时尚潮流等因素促使市场需求发生变化时,商家难以迅速调整生产并及时推出商品。

矛盾普遍性原理表明,矛盾存在于一切事物中,即事事有矛盾;矛盾贯穿于每一事物发展过程的始终,即时时有矛盾[1]。电商平台的供求关系中,在数量、种类、价格品质等多个维度都存在着矛盾,如购物节期间热门商品的供不应求与日常部分商品的供大于求,小众特色商品的供需失衡以及大众常规商品的供给过剩,还有消费者对价格品质的期望与商家实际供给的差距等,这体现了矛盾存在于电商平台供求关系这一事物的各个方面。同时,这些矛盾在电商平台的日常运营以及不同时期(如购物节与日常、不同季节等)都始终存在,体现了矛盾贯穿于事物发展过程的始终。无论是信息不对称、市场预测难度大还是生产供应的滞后性,都是导致这些矛盾产生和存在的因素,进一步说明了矛盾在电商平台供求关系中是普遍存在的。

2.2. 线上线下的矛盾

电商平台的线上与线下矛盾在多方面凸显。首先在价格层面,线上平台因运营成本低,如免高额店铺租金、少人员雇佣,借助大数据精准营销降低成本,使商品价格更具竞争力。线下实体店则因需负担店铺装修、员工工资等费用,商品价格偏高,在价格竞争中劣势明显,面临顾客流失;其次在体验方面,线上购物便捷,消费者能随时通过电子设备浏览下单,却仅能依靠图文视频了解商品,缺乏直观感受与面对面交流。线下实体店可让消费者亲身触摸、试用商品,获得专业服务,然而受时空限制,便捷性欠佳;最后在库存管理上,线上平台可整合多供应商库存,依大数据预测提前调配,库存信息更新及时。线下实体店空间有限,库存容量小,既要避免积压又担心缺货,且库存信息更新滞后。

线上线下矛盾主要体现了唯物辩证法的矛盾的同一性和斗争性原理。矛盾的同一性是指矛盾双方相互依存、相互贯通的性质和趋势。矛盾的斗争性是指矛盾着的对立面之间相互排斥、相互分离的性质和趋势。电商平台的线上和线下模式就是一对矛盾体,二者既相互对立又相互依存[2]。一方面,斗争性体现在线上平台和线下实体店在价格、体验、库存管理等方面存在着明显的差异和对立。例如,线上平台价格更具竞争力,而线下实体店价格偏高;线上购物便捷但缺乏直观体验,线下实体店体验好但便捷性不足;线上平台库存管理更灵活高效,线下实体店则面临库存空间和信息更新等问题的制约。这些方面都体现了线上和线下模式之间相互排斥、相互分离的斗争性。另一方面,线上平台和线下实体店虽然存在着诸多差异和对立,但它们也相互依存。线上平台需要线下实体店提供商品的展示、体验和售后服务等支持,线下实体店也可以借助线上平台进行宣传推广和拓展销售渠道。此外,线上线下融合的趋势也越来越明显,如线下实体店开展线上销售,线上平台开设线下体验店等,这体现了矛盾双方在一定条件下相互转化和相互贯通的同一性。

2.3. 创新与守成矛盾

在电商行业不断演进的过程中,创新与守成矛盾成为影响平台发展的关键因素。这一矛盾体现在发

展理念、技术应用和市场竞争等多个层面，对电商平台的长远发展有着深刻影响。第一，在发展理念上，创新驱动电商平台不断挖掘新商业模式、技术应用及市场机会，契合多变市场与消费者需求，如引入直播带货、社交电商拓宽销售与用户渠道；守成则聚焦维持既有业务与运营流程，依赖过往经验与传统方式，老牌平台对新兴营销接纳缓慢；第二，在技术应用层面，创新促使平台大力投入研发，运用人工智能、大数据等新技术提升运营效率、优化用户体验，借助大数据精准营销；守成思维下，平台对新技术应用谨慎，担忧投入风险与成本，中小平台因资金限制技术升级滞后；第三，从市场竞争视角看，创新型平台以新产品、服务吸引用户与商家，增强竞争力，如开展跨境电商丰富品类、开拓国际市场；守成型平台依赖既有份额与用户，靠价格战、优化服务维持优势，面对新兴平台冲击，易过度依赖降价，忽视创新变革。

创新与守成矛盾体现了唯物辩证法中矛盾的普遍性和特殊性原理。矛盾存在于一切事物中，贯穿于每一事物发展过程的始终[2]。电商平台的发展中，创新与守成这一对矛盾普遍存在。在发展理念、技术应用、市场竞争等各个方面，都体现了创新与守成的矛盾。无论是挖掘新商业模式、应用新技术，还是在市场竞争中采取不同策略，都存在着创新与守成两种不同的思维和行为方式的对立统一。并且不同事物的矛盾各有其特点，同一事物在不同发展阶段和不同过程的矛盾也各有其特点。在发展理念上，创新表现为挖掘新商业模式等，守成表现为维持既有业务；在技术应用层面，创新是大力投入研发新技术，守成是对新技术应用谨慎；在市场竞争视角下，创新型平台以新产品服务吸引用户商家，守成型平台依赖既有份额靠价格战等维持优势。这些不同方面的矛盾表现出各自不同的特点，体现了矛盾的特殊性。同时，创新与守成的矛盾在电商平台发展的不同阶段也会有不同的表现和影响，进一步体现了矛盾特殊性。

2.4. 竞争与合作矛盾

电商平台竞争激烈，国内主流平台在购物节时，如“双十一”，通过巨额补贴、独家优惠、满减、红包、限时折扣等方式争夺消费者，提升交易流水与市场占有率，这导致资源投入攀升、利润空间压缩。用户是平台发展核心，平台围绕用户在界面设计、商品种类丰富度、服务质量等方面竞争，包括优化界面、扩充品类，以及在物流配送(如“次日达”“当日达”)和售后服务响应等方面发力，这背后需要大量资金投入。平台依赖商家提供商品，商家借助平台拓展销售渠道，各平台为吸引优质商家入驻，给予降低佣金比例、流量扶持等优惠政策[3]，实力强劲的商家还会与平台谈判争取有利条件，使得平台在商家资源竞争中成本增加。不过，平台间也存在合作空间，跨境电商领域，中小平台会联合建立海外仓，共享物流、仓储资源以降低成本、提升竞争力；面对行业性问题时，平台会通过行业协会等组织商讨对策。并且，平台的竞争与合作会随市场环境、技术发展动态转化，直播电商兴起初期，部分平台合作制定规范、培养人才，市场成熟后又围绕主播资源、流量入口展开新一轮竞争。

唯物辩证法中联系的观点认为，世界上的一切事物都不是孤立存在的，而是和周围其他事物相互联系着的，整个世界就是一个相互联系的整体，联系具有普遍性、客观性和多样性，这一观点在电商平台的运营中有着充分体现[4]。在电商生态中，平台与消费者间存在紧密联系，平台凭借巨额补贴、独家优惠、满减、红包、限时折扣等手段在购物节吸引消费者以提升交易流水与市场占有率，而消费者需求反过来促使平台不断优化界面、扩充商品种类、提升物流配送(如“次日达”“当日达”)及售后服务质量。平台与商家也相互关联，平台依赖商家供应商品，为吸引优质商家入驻提供降低佣金比例、流量扶持等优惠，商家则借助平台拓展销售渠道，且实力强劲的商家能影响平台决策。平台之间同样相互影响，既在消费者、商家资源等方面激烈竞争，又在跨境电商领域通过联合建立海外仓共享物流、仓储资源，还在面对行业性问题时通过行业协会等组织商讨对策，且其竞争与合作关系随市场环境和技术发展

动态变化，像直播电商兴起初期平台合作制定规范、培养人才，市场成熟后围绕主播资源、流量入口展开竞争，这些都表明电商平台与各相关方以及外部环境间存在普遍、相互作用的联系[5]。

3. 电商平台矛盾的解决路径

3.1. 技术革新：运用矛盾普遍性与特殊性原理推动技术全面升级

在电商平台技术革新中，数据安全防护、搜索功能优化和物流配送技术升级至关重要，唯物辩证法的矛盾普遍性与特殊性原理为其提供了关键指导。

数据安全方面，依据矛盾普遍性原理，数据安全风险广泛存在于电商平台运营各环节，是发展中的基本矛盾。基于矛盾特殊性原理，针对黑客攻击、数据窃取等不同类型网络攻击，引入前沿加密算法和多层次防护体系，全流程加密消费者信息，实时监测并抵御风险，这一举措体现了具体问题具体分析，有效保障了消费者信息安全，稳固了电商平台运营基础。

搜索功能优化时，消费者需求与搜索结果的匹配矛盾贯穿购物全程，这是电商平台搜索功能面临的普遍问题，影响用户体验和购物效率。借助人工智能和大数据技术，深入剖析消费者行为偏好、购买习惯和兴趣点，构建精准用户画像以优化搜索算法，精准把握消费者独特需求，提高搜索效率与精准度，使搜索服务更好适应消费者多样化需求，增强平台吸引力和竞争力。

物流配送技术升级也遵循唯物辩证法原理。物流配送涉及仓储、分拣、运输等多个环节，各环节矛盾普遍存在且相互关联，制约着配送效率和质量。利用智能仓储管理、智能调度算法和物联网监控技术，针对仓储空间利用、配送路线规划、包裹状态跟踪等特殊矛盾进行优化。智能仓储提升存储和分拣效率，智能调度确保商品及时准确送达，物联网监控减少包裹丢失损坏，全面提升了物流配送效率和质量，满足了消费者对快速、准确配送的需求，为电商平台发展提供有力支撑[6]。

3.2. 管理优化：以矛盾同一性和斗争性原理构建平衡生态体系

在电商平台管理优化进程中，规则制定与调整、商家差异化管理、商家监管与信用评价意义重大，唯物辩证法的矛盾同一性和斗争性原理发挥关键作用。

规则制定时，平台、商家、消费者利益诉求不同，斗争性明显。平台逐利求发展，商家重成本与利润，消费者关注商品价格和质量。但三方在平台生态中相互依存(同一性)，平台提供渠道和场所，商家供应商品，消费者购买带来盈利。平台应广泛征集意见，组织听证、研讨活动，权衡各方利益，制定公平规则，促进平台生态和谐。

商家差异化管理方面，中小商家和大型商家在规模、资源、影响力上差异大，竞争中面临不同境遇(斗争性)。不过，大型商家提升平台知名度，中小商家丰富商品种类，共同支撑平台发展(同一性)。因此，平台应扶持中小商家，给予低息贷款、培训和流量扶持；引导并监管大型商家，让其参与行业标准制定，确保公平竞争，实现大小商家优势互补、共同发展。

商家监管与信用评价环节，诚信和违规经营是矛盾双方，斗争性突出。诚信商家带来良好口碑，违规商家破坏市场秩序。平台需明确违规标准和处罚措施，构建科学监管评价体系，通过技术与人工审核监督商家。奖励诚信商家，处罚违规商家，营造良好经营环境，推动违规商家向诚信经营转变，体现矛盾双方的相互转化[7]。

3.3. 战略转型：遵循否定之否定规律开拓创新发展格局

在电商平台战略转型进程中，市场定位创新、商业模式创新与多元化发展是持续发展的核心驱动力，唯物辩证法的否定之否定规律发挥关键指导作用。否定之否定是唯物辩证法的基本规律之一，揭示了事

物发展的方向和道路。它表明事物的发展是一个自我否定、自我发展的过程，呈现螺旋式上升或波浪式前进的态势。

市场定位创新上，传统经营模式难适应市场变化与消费者需求，突破它是对原有模式的“否定”。综合型平台设特色专区、垂直型平台深耕细分领域，基于市场细分理论重新塑造定位，保留优势并优化，这是“否定之否定”。精准定位满足个性化需求，增强平台竞争力。

商业模式创新方面，科技发展带来新兴技术，传统模式在信息与体验方面表现出一定局限性。利用区块链搭建溯源系统、VR 打造沉浸式场景，打破传统束缚。这些创新在否定传统模式基础上构建新商业模式，提升了消费者信任度和购物体验，是“否定之否定”规律的典型应用。

电商平台多元化发展时，市场竞争和消费者需求升级凸显单一业务局限。打破局限、拓展业务是对原有模式的“否定”。平台与金融、物流、内容创作平台合作，推出定制金融服务、优化供应链、开展内容营销。跨领域合作实现业务多元化，提升综合竞争力，适应市场变化，体现了否定之否定规律的实践价值[8]。

4. 结论与展望

4.1. 研究结论总结

本研究借助唯物辩证法深入剖析电商平台的矛盾运动，识别出供求、线上线下、创新与守成、竞争与合作四类矛盾。供求矛盾体现在数量、种类、价格品质方面，源于信息不对称、市场预测难和生产滞后；线上线下矛盾在价格、体验、库存管理上差异显著，二者既对立又相互依存；创新与守成矛盾贯穿于发展理念、技术应用和市场竞争，不同阶段表现各异；竞争与合作矛盾反映出平台间竞争激烈又存在合作，关系随市场和技术变化。

这些矛盾受唯物辩证法基本规律的深刻影响。矛盾普遍性原理揭示了矛盾在电商平台各方面的普遍存在；矛盾同一性和斗争性原理体现于线上线下等矛盾中；矛盾普遍性和特殊性原理反映在创新与守成等矛盾里；联系的观点则展现在平台与各方的复杂关系中。理解这些矛盾及其规律，对电商平台管理者认清问题、制定科学策略，推动平台健康发展具有重要意义。

4.2. 未来展望

在技术驱动下，电商平台未来发展将呈现智能化、个性化、全球化、本地化、多元化、细分化以及线上线下融合等趋势。借助人工智能和大数据，平台能精准分析消费者行为，实现商品与服务的个性化推送，同时提升运营效率。全球化进程中，跨境电商规模持续扩大，平台为适应不同地区需求，会注重本地化服务，了解当地消费习惯和文化，提供适配商品与服务。

展望未来，电商平台有望凭借这些趋势，为消费者带来更优质、便捷、个性化的购物体验，推动全球商品流通，创造更多商业价值与社会福祉。同时，也需应对数据安全、隐私保护、市场竞争加剧等挑战，通过完善监管、加强技术防护、探索差异化发展路径，实现可持续繁荣。

参考文献

- [1] 列宁. 列宁全集. 第 38 卷[M]. 北京: 人民出版社, 2017: 408.
- [2] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集. 第 20 卷[M]. 北京: 人民出版社, 1971: 13.
- [3] 郭东辉. 电商平台互补产品物流服务模式应用创新及其改进[J]. 商业经济研究, 2021(8): 95-97.
- [4] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集. 第 1 卷[M]. 北京: 人民出版社, 2012: 220.
- [5] 魏杰, 蒋沛谚, 刘子婵. 电商平台会员制下商家的平台广告策略研究[J/OL]. 工业工程, 1-10. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/44.1429.th.20250317.1108.002.html>, 2025-03-18.

-
- [6] 冯相儒. X 跨境电商用户隐私保护现状分析与改进策略[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 湖北大学, 2024.
- [7] 楚明森, 李勇建. 考虑竞争的电商平台自有品牌引入与产品类别选择策略研究[J/OL]. 系统工程理论与实践, 1-19. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.2267.N.20250313.1230.012.html>, 2025-03-18.
- [8] 郭晓红, 王忆维, 辛东成, 等. 培育农业数字农商兴农助振兴[J]. 农民科技培训, 2025(3): 4-6.