

“数字劳工”在直播带货中的生成与剥削

窦伊迪

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9日; 录用日期: 2025年4月23日; 发布日期: 2025年5月23日

摘要

本文以直播带货过程中的“数字劳工”为研究对象, 系统分析了数字时代“数字劳工”的生成机制与剥削逻辑。平台通过算法驱动与流量控制构建出对劳动的控制与剥削体系, 将主播与消费者纳入弹性剥削框架。主播作为内容生产者承担隐性劳动, 其情绪劳动与时间管理被商品化为平台数据资产; 消费者通过“观看即劳动”成为产消合一的数字劳工, 数据价值被隐匿于资本循环。研究进一步揭示直播带货中存在三重剥削结构——平台对主播的算法压榨、资本对消费者的数据掠夺以及主播对供应链劳工的层级化剥削。这些现象折射出劳动异化的数字化重构与阶级关系的技术性异变。本文提出劳动法体系重构、监管协同治理与技术赋能劳动者等路径, 以推动数字劳动伦理建设与平台经济可持续发展。

关键词

直播带货, “数字劳工”, 算法剥削, 劳动异化

The Generation and Exploitation of “Digital Labor” in Live-Streaming E-Commerce

Yidi Dou

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 9th, 2025; accepted: Apr. 23rd, 2025; published: May 23rd, 2025

Abstract

This paper takes “digital labor” in the context of live-streaming e-commerce as its research subject and systematically analyzes the generation mechanisms and exploitation logic of “digital labor” in the digital age. Through algorithmic drivers and traffic control, platforms establish a system of labor control and exploitation, incorporating both streamers and consumers into an elastic exploitation framework. Streamers, as content producers, bear implicit labor, with their emotional labor and time management commodified into platform data assets. Consumers, by engaging in “watching as

文章引用: 窦伊迪. “数字劳工”在直播带货中的生成与剥削[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 1842-1847.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1451468

labor,” become digital laborers who simultaneously participate in production and consumption, with the value of data obscured in the cycle of capital. The study further reveals a triple-layered exploitation structure in live-streaming e-commerce: algorithmic exploitation of streamers by platforms, data extraction from consumers by capital, and hierarchical exploitation of supply chain workers by streamers. These phenomena reflect the digital reconfiguration of labor alienation and the technological transformation of class relations. The paper proposes paths such as the reconstruction of labor law systems, regulatory collaborative governance, and the empowerment of workers through technology to promote the construction of digital labor ethics and the sustainable development of platform economies.

Keywords

Live-Streaming E-Commerce, Digital Labor, Algorithmic Exploitation, Labor Alienation

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

“数字劳工”一词最早可以追溯到斯迈思，1977 年在他的《传播：西方马克思主义盲点》一书中提出的“受众商品”理论。随着对互联网的使用更加深入，学界开始改变对“受众”的态度，意大利学者特拉诺瓦在《免费劳动：为数字经济生产文化》中首次明确提出了“数字劳动”，福斯克在受众商品理论的基础上延伸数字劳动的概念，并发展成为“数字劳工”理论。“数字劳工”就是在数字经济时代高度依赖数字平台，受雇于数字平台，被数字资本剥削的劳动者。我国学者蓝江对于“数字劳工”的数字劳动解释为“被数据和算法结构整合起来的各种人类活动的总体”[1]。直播作为一种以互联网和数字平台为载体的新型传播方式，直播带货逐渐成为当代人生活中不可忽视的消费方式。我国学者最开始研究网络直播带货，是从电商服务开始的。郁震认为最开始的网络直播被视作对外贸易，电子商务的手段[2]。张宝生等学者认为网络直播特征对消费者购买意愿有显著正向影响，相较于传统网购，直播带货更具沉浸性，其特有的可视性、互动性、真实性和娱乐性皆对消费者购买行为产生正向影响作用[3]。“数字劳工”的产生并非单纯源于技术迭代，其本质是社会结构、经济模式、政治生态与文化形态多维力量共同作用的结果。“数字资本主义的到来并不是生产力自身发展所带来的‘积极革命’的结果，而是资本主义借助国家、技术与垄断而导致的‘消极革命’的产物。”[4]在数字技术赋权下，劳动者虽获得职业场景的时空延展性与工作方式的自主选择权，却不得不面对后工业时代特有的生存悖论，本文将针对直播带货过程中“数字劳工”的生成与剥削进行深入研究，从而更加清晰地认识到“数字劳工”的本质，更加理性地思考数字化时代如何建构更加公平晴朗的网络直播带货环境。

2. 直播带货中的“数字劳工”生成机制

2.1. 平台逻辑：算法驱动与流量控制

直播带货的正常运作不仅依赖于传统商品的供给和传统市场的需求，还深受平台算法和流量控制的影响。直播电商平台通过算法与流量分配机制建立起新型的劳动控制体系。平台通过占有数据生产资料和算法技术，将传统劳动关系拆解为多变的市场关系，实际上形成了平台对劳动过程的隐形剥削。平台不仅利用算法来提升直播时的观看量和观众参与度，还通过流量控制了主播的劳动程度。主播被迫根据

流量推荐来调整内容，以此来确保获得最大限度的曝光来吸引更多的观众。这种依赖平台算法推动的流量分配，实际上促使主播不断进行内容创作与互动，而这些行为本质上是“劳动”的表现，与此同时，消费者社交媒体上发布的图片、视频和文字等，他们不会因为他们花费时间努力劳作而被支付明确的薪酬，[5]他们不仅提供了数据信息，还在无形之中参与了平台的流量变现过程，成为平台持续运作和扩大盈利额的基础。在此过程中，平台不仅通过流量控制来提升主播的曝光度，增加带货销量，还通过精准的推荐系统将特定的广告内容精准推送给潜在的消费者，从而实现利益的最大化。

平台建构出一个由主播和消费者共同参与、共同创造价值的体系，共同构成了“数字劳工”的劳动形式。平台对“数字劳工”进行弹性的剥削，资本对主播和消费者的劳动时间和劳动强度进行深度汲取。流量作为平台资本的核心生产要素，其稀缺性被刻意伪造成结构性矛盾，使劳动者持续陷入竞争当中，其实质是绝对剩余价值生产在数字空间的再次延伸。

2.2. 主播角色：内容生产者与隐性劳动

主播在直播带货的过程中的定位极其复杂，他既是直播内容的生产者，又是平台运行的执行者。从表面上看，主播是带货的“主角”，他们通过口播、表演、展示等行为吸引观众、促销商品。但是，主播的职业特征在于其所承担的隐性劳动，这部分劳动往往不为外人所知，却又在平台的商业运行模式中发挥着至关重要的作用。

第一，主播的工作性质具有高度的不确定性。直播带货的成功不仅仅依赖于主播的个人魅力和话术，更依赖于平台的流量分配和实时反馈，这使得主播的工作存在较大的波动性。第二，主播在进行带货的过程中承担着繁重的情绪劳动。主播需要不断维持与观众的互动，保持高度的情绪调动和活跃度，尽管这些行为本质上属于情感劳动，但其却是观众与消费者持续参与和购买决策的关键因素之一。第三，主播还需要进行高度的时间管理。直播活动的持续时间长，且大多数带货主播往往面临着严格的直播频次要求，这些都使得主播不仅需要进行内容创作，还要兼顾时间安排和精力分配。马克思指出：“时间实际上是人的积极存在，它不仅是人的生命的尺度，而且是人的发展的空间。”[6]然而，主播的劳动时间通常不受保护，有些主播往往通宵直播，这也为平台获取更大商业利益提供了条件。

主播的劳动力逐渐被商品化，在物质层面，主播的劳动成果被平台当作数据产品的具体形式占有并参与市场交换；在精神层面，主播的情绪劳动被分解为可计算的用户注意力指标。表面上的灵活的就业模式掩盖了实质上的劳动从属关系，实质上是劳动力成本的再生产成本向劳动者个人转嫁，从而形成相对剩余价值的数字化剥削。

2.3. 消费者参与：消费即生产

在传统的消费模式中，消费者主要承担的是购买商品的角色，而在网络直播模式中，消费者不仅仅是购买者，还承担了生产者的角色，消费者的参与已经不再局限于简单的“购买”行为，而是扩展为“观看即劳动”的新型劳动模式。“观看即劳动”概念的提出基于一个关键问题：消费者在观看直播内容的同时，实际上是在参与某种形式的生产过程。这种生产不再是单纯的物质生产，而是数据和情感的生产。通过观看、点赞、评论、分享等行为，消费者不仅对主播进行情感支持，还为平台和品牌方提供了宝贵的数据。这些互动行为通过平台的算法被转化为具有经济价值的数据流和市场信号，从而间接推动了商品销售和市场营销。这样的模式使消费者越来越具有产消合一的特征，这种产消者(prosumer)劳动具有明显的非雇佣劳动特征，其劳动价值创造被平台以数据原始积累的形式隐匿于资本循环过程。

在互联网高度发展的今天，用户通过手机或者电脑等终端界面进行数字化交流，甚至一天内在数字世界的停留时长超过物理世界[7]。在直播带货过程中，消费者的角色已经超越了单纯的消费行为，进入

到了一个新的生产领域，他们的行为被平台算法不断追踪、分析和利用，从而在某种意义上成为了被剥削的“数字劳工”。平台通过收集和分析消费者的行为数据，优化广告推送、调整带货策略，实现利益的最大化，而消费者自身并未从这一过程中直接获得经济回报，反而往往在无形中被剥削和控制。

3. 直播带货中的三重“数字剥削”

3.1. 平台对主播的剥削

在整个网络直播带货的过程中，直播平台不仅为主播提供了技术支持，还通过一系列平台规则和政策对主播进行剥削，这种剥削主要体现在佣金分配、流量倾斜、规则不透明等。尽管主播是内容创作者，但是他们的收入往往由平台决定，佣金制度实质上是平台作为生产资料垄断者对剩余价值的分割。流量倾斜策略实质上是通过制造虚假的稀缺性迫使劳动者接受超额的劳动投入，劳动过程的不透明性使劳动者无法掌握价值创造的真实尺度，其劳动时间与劳动强度被迫服从于资本预设的增殖需求。直播间数据造假和 KPI 竞赛也是主播所要面对的重要问题。为了满足业绩要求，主播在极强的压力下不得不进行数据造假，甚至会通过虚假流量来提升直播间数据，这种行为不仅违背了商业诚信，还加剧了主播的劳动异化。

3.2. 品牌方与平台资本对消费者的剥削

直播带货模式下，消费者不仅是商品的购买者，还成为了品牌方和平台获取数据和实现销售目标的“资源”。消费者的剥削主要表现在价格操控、消费诱导、数据隐私问题以及信息茧房的构建等方面。

第一，平台和品牌方通过价格操控和消费诱导将消费者引入一种不断消费的状态。直播带货利用消费者的即时购买欲望，通过促销活动、限时折扣等手段，诱导消费者在没有深思熟虑的情况下进行冲动消费。这种行为不仅可能导致消费者产生过度消费的倾向，也让其在无意识中成为平台和品牌方营利的工具。第二，数据隐私问题在直播带货中也体现得尤为突出。消费者在参与直播间互动、购买商品时，平台和品牌方收集了大量个人数据，包括消费习惯、兴趣偏好、购买能力等。这些数据不仅被用来精准营销，还可能被第三方公司或平台进一步出售或滥用，而消费者对此知之甚少。数据隐私问题的隐蔽性和广泛性，使得消费者成为了一种隐性的“数字劳工”，他们的私人信息被利用并转化为平台和品牌的盈利来源。第三，过度消费和“信息茧房”现象也是消费者在直播带货中的剥削表现。随着平台数据算法的精细化，消费者逐渐陷入平台推荐的个性化内容之中，形成了信息茧房。平台通过不断推送与消费者兴趣高度契合的商品，促使其在不断的消费中丧失自主决策的能力。而这种“茧房”效应不仅限制了消费者的视野，还加剧了消费主义倾向，助长了平台和品牌方对消费者的进一步操控。

3.3. 主播对团队及供应链劳工的剥削

在直播带货的产业链中，直播经济的价值链条呈现出典型的金字塔型剥削结构，主播不仅是与消费者互动的“前台”角色，还直接或间接参与了对幕后团队及供应链劳工的剥削。主播对这些劳工的剥削主要体现在劳动分工的层级化、供应链中小企业的利益受损以及对直播助理、剪辑师等幕后工作者的压榨。

第一，直播带货产业链中的劳动分工呈现出明显的层级化特征。主播作为面向消费者的主要“卖货”角色，其工作内容主要集中在与消费者的互动和内容的生产上，而在这一过程中，许多幕后工作人员，如直播助理、数据分析师、剪辑师等，负责为主播提供支撑。然而，这些幕后劳工往往面临长时间的工作、高强度的劳动和相对较低的薪酬待遇。此外，工作成果的认定和奖励多依赖于主播的表现，许多幕后工作者未能获得应有的职业认可和利益保障。

第二，供应链中的中小企业在直播带货过程中常常面临利润压缩的局面。许多小品牌和生产商依赖于直播平台进行产品推广，但由于平台与品牌方之间的利益分配不公，他们的收入通常被大幅削减。平台和主播通常会要求较高的佣金和折扣，而这些压力最终往往转嫁到供应链中的中小企业，造成其在整个产业链中的利益被严重剥削。

4. “数字劳工”剥削现象的社会影响及反思

4.1. 社会影响

4.1.1. 劳动异化的数字化重构

在传统的工业社会中，劳动者的生产模式主要依赖于生产性企业，在数字经济时代，劳动形式发生了根本性的变化。“数字劳工”的出现标志着劳动不再依附于传统生产线，而是将互联网平台当成新的生产阵地。“数字劳工”面临着前所未有的异化问题，“数字劳工”的劳动过程的虚拟化并未消解马克思所指出的异化关系，反而通过生产资料数据化生产加剧了异化的广度和深度。劳动者创造的内容数据被平台资本以排他性的方式剥离出劳动过程本身，从而形成劳动者与劳动成果的二次分离。

4.1.2. 阶级关系的技术性重构

数字鸿沟的扩大本质上反映的是数据生产资料占有关系的分化，主播和消费者虽然参与了内容创作和互动，但其劳动成果往往被平台和品牌方所控制，劳动过程充满了不确定性和非自主性。这种劳动异化使得劳动力的所有者，即劳动者本身，无法真正享有他们所创造的价值，反而成为了平台经济模式中的被剥削者。这样的问题进一步导致社会不平等的加剧，数字劳工的剥削和不平等在社会层面表现为贫富差距的进一步扩大。社会不平等的再生产机制从物质生产领域延伸至虚拟空间，数据所有权的集中化趋势强化了资本对劳动议价能力的结构性压迫。

4.2. 反思与启示

在数字经济的背景下，“数字劳工”的出路在于多方力量的共同推动，需要政府、平台、社会组织等共同努力，推动构建更加公平、透明的劳动环境，包括制定专门的劳动法规、加强对平台的监管审查等。未来直播带货为了实现可持续发展，直播平台需要在保障劳工权益、消费者利益和平台利益之间找到一个平衡点。平台应当承担更多的社会责任，主播和消费者也应当在这个系统中获得更公平的回报。数字经济中的劳动伦理是一个值得深思的问题。在追求商业效益的同时，如何保障劳动者的基本权益，如何避免算法剥削和劳动异化，是每个数字平台和相关企业应当思考和解决的重要议题。

4.2.1. 劳动法体系重构路径

现有法规对劳动者的保护还大多集中在传统劳动领域，对于数字劳动领域的保护尚显不足。随着直播带货和数字经济的不断发展，亟需建立一套针对“数字劳工”的法律框架，明确平台、品牌方、主播和劳动者之间的权益关系。尤其是在数据隐私保护、劳动时间管理、收入分配等方面，法律应加强监管和保护，确保劳动者的基本权益不受侵害。劳动法体系的重构需要突破原有的雇佣关系框架，建立一个基于数据贡献度基础上的新型劳动关系认定标准，将算法控制权纳入从属性判断的核心要件。相关部门需要建立数据生产要素的产权确认机制，明确直播活动中用户行为数据、主播创意数据与平台技术设施数据的权属划分。

4.2.2. 监管体系协同治理

行业发展迅速，现有的法律体系无法及时跟进，直播带货行业的监管面临多重挑战。直播带货过程

中平台、主播与消费者的关系复杂且隐蔽，监管部门难以全面掌控。为了有效监管，需要加强对平台的审查，完善透明的规则和公正的流量分配体系。平台在直播带货中承担着极大的责任，既需要保障消费者的权益，也应关注主播和其他数字劳工的劳动保障。可以建立跨部门的数据流动监测平台，对直播带货中的隐性的价格同盟和数据垄断行为进行实时预警，构建起政府、平台、劳动者三重监管体系。

4.2.3. 技术赋能“数字劳工”权益保障

要想打破算法霸权，关键在于将技术控制权从资本循环中剥离出来，转化为劳动者自我管理的工具。相关部门可以利用数字化技术，建立跨平台劳动者数字身份系统，允许劳动者组成工会对平台算法进行实时矫正来保证“数字劳工”的合法权益，还需要去发展去中心化的技术架构，使流量分配规则从平台私有算法转变为劳动者共识协议，来防止数据进一步对劳动者进行剥削。

5. 结语

直播带货的蓬勃兴起，揭示了数字技术对劳动形态的重塑力量。平台通过算法与流量构建的新型生产关系，使主播、消费者及供应链劳工陷入多维度的数字剥削网络。这种剥削既延续了传统剩余价值榨取逻辑，又通过数据化劳动过程实现了更隐蔽的资本增殖。在未来，数字时代的劳动解放需突破“技术决定论”迷思，通过劳动法体系革新确立数据产权归属，借助协同治理打破平台算法黑箱，并以区块链等去中心化技术重构价值分配机制。唯有实现技术理性与制度理性的双重突破，方能在数字文明演进中守护人的主体性价值。

参考文献

- [1] 蓝江. 历史唯物主义视野下的数字劳动批判[J]. 马克思主义理论学科研究, 2021, 7(11): 73-83.
- [2] 郁震. 多边贸易体系 50 周年庆典向全球直播[J]. 世界贸易组织动态与研究, 1998(6): 26.
- [3] 张宝生, 张庆普, 赵辰光. 电商直播模式下网络直播特征对消费者购买意愿的影响——消费者感知的中介作用[J]. 中国流通经济, 2021, 35(6): 52-61.
- [4] 刘怀玉, 吕欣忆. 数字资本主义的异化劳动批判的哲学方法论探本[J]. 天津社会科学, 2024(1): 14-22.
- [5] 文森特莫斯科, 总序. 载姚建华, 编. 数字劳工: 产消合一者和玩工[M]. 北京: 商务印书馆, 2019: 4.
- [6] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯全集: 第 47 卷[M]. 北京: 人民出版社, 1979: 532.
- [7] 吕鹏, 毕斯鹏. 情感递偿、情感迁移与情感反哺: 主播与粉丝的情感劳动过程研究[J]. 青年探索, 2022(5): 27-37.