

马克思主义政治经济学理论视域下电子商务发展路径

杭 琪

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年4月28日; 录用日期: 2025年5月13日; 发布日期: 2025年6月16日

摘 要

在数字化浪潮的席卷下, 电子商务作为一种新型商业模式正在全球范围内蓬勃发展, 已然跃升为经济发展的重要驱动力之一。在马克思主义政治经济学理论视域下, 电子商务发展呈现出独特的经济逻辑。本文从劳动价值论、剩余价值、资本循环与周转、社会再生产等理论切入, 结合电子商务的三种典型模式, 深入剖析马克思主义政治经济学在电子商务中的具体体现, 指出其对电子商务发展的指导意义: 引导电商资源配置, 促进电商企业运营; 有效调控电商市场, 推动电商价值分配, 并提出马克思主义政治经济学视角下电子商务的发展路径, 实现助力电子商务健康有序发展, 促进经济高质量增长的成效。

关键词

电子商务, 马克思主义政治经济学, 发展

The Development Path of E-Commerce from the Perspective of Marxist Political Economy Theory

Qi Hang

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 28th, 2025; accepted: May 13th, 2025; published: Jun. 16th, 2025

Abstract

Under the sweeping wave of digitalization, e-commerce, as a new business model, is flourishing globally and has become one of the important driving forces for economic development. From the perspective of Marxist political economy theory, the development of e-commerce presents a unique

economic logic. Starting from the theories of labor value theory, surplus value, capital circulation and turnover, and social reproduction, combined with three typical models of e-commerce, this paper deeply analyzes the specific manifestations of Marxist political economy in e-commerce, points out its guiding significance for the development of e-commerce: guiding the allocation of e-commerce resources and promoting the operation of e-commerce enterprises; effectively regulating the e-commerce market and promoting the distribution of e-commerce value, and proposes the development path of e-commerce from the perspective of Marxist political economy, to achieve the effect of assisting the healthy and orderly development of e-commerce and promoting high-quality economic growth.

Keywords

E-Commerce, Marxist Political Economy, Development

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

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2024 年 6 月,我国网络购物用户规模达 8.82 亿人,占网民比例的 84.5%。2024 年上半年,全国网上零售额达 7.16 万亿元,同比增长 13.1%。而其中,实物商品网上零售额 5.99 万亿元,增长 11.3%,占社会消费品零售总额的比重为 25.9% [1]。这些数据充分表明电子商务已经成为我国经济发展的重要驱动力之一。

马克思主义政治经济学作为洞察经济运行内在规律的科学理论,凭借其对生产力与生产关系、经济基础与上层建筑的深刻剖析,阐述商品经济、价值规律、剩余价值等重要理论,从而为解析当下复杂多变的经济现象提供了高屋建瓴的视角与行之有效的工具。在理论方面,电子商务作为一种新兴的经济形态,其发展过程中出现了许多如平台经济、数字劳动、共享经济等新的现象和问题,马克思主义政治经济学从宏观和微观层面为电子商务的发展提供了理论支撑,能够帮助我们从更全面的视角理解电子商务的本质、发展规律和趋势,从而为电子商务的理论研究提供新的思路和方法。在实践方面,马克思主义政治经济学中的价值规律、剩余价值理论等,可以帮助企业合理定价、优化生产流程、提高劳动生产率,从而增强企业的竞争力。基于此,从马克思主义政治经济学理论视角出发,深入探究电子商务的发展路径,不仅有助于深刻理解电子商务的经济本质、运行规律及其在社会经济体系中的地位与作用,更为制定科学合理的政策措施、引导电子商务行业规范发展提供坚实的理论支撑。

2. 马克思主义政治经济学相关概念论述

2.1. 劳动价值论

劳动价值论是马克思主义政治经济学的基本理论,是理解商品经济的本质和规律的关键,这一理论也是随着时代的变化而不断发展的。该理论认为,商品具有使用价值和价值两个因素,使用价值是商品能够满足人们某种需要的属性,而价值则是凝结在商品中的无差别的人类劳动。商品的价值量由生产该商品的社会必要劳动时间决定,社会必要劳动时间是在现有的社会正常的生产条件下,在社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下制造某种使用价值所需要的劳动时间。在商品交换过程中,遵循等价交换原则,即商品按照其价值量进行交换[2]。劳动价值论强调了劳动在价值创造中的核心地位,揭示了商品经济的

内在矛盾和运动规律[3]。

2.2. 剩余价值理论

剩余价值理论是马克思主义政治经济学的核心理论之一，它深刻揭示了资本主义剥削的秘密，为理解资本主义经济的运行机制提供了关键视角。该理论认为，在资本主义生产过程中，资本家购买工人的劳动力，劳动力商品的使用价值是劳动，劳动能够创造出比劳动力自身价值更大的价值。工人在劳动过程中，一部分时间用于再生产自己劳动力的价值，这部分时间称为必要劳动时间；另一部分时间则为资本家创造出超过劳动力价值的价值，即剩余价值，这部分时间称为剩余劳动时间。资本家通过延长工人的工作时间(绝对剩余价值生产)或采用更先进的生产技术提高劳动生产率，使工人在同样的时间内创造出更多的剩余价值(相对剩余价值生产) [4]。剩余价值论深刻揭示了资本主义剥削的本质，以及资产阶级与无产阶级之间的对立关系。

2.3. 资本循环与周转理论

资本循环与周转理论是马克思主义政治经济学的重要组成部分，它深入剖析了资本在经济运行过程中的运动规律，对于理解企业的生产经营活动以及市场经济的本质具有关键意义。资本循环指的是资本从一种形式出发，经过一系列阶段和形态变化，最终又回到原来出发点的运动过程。马克思将资本循环划分为三个阶段，即购买阶段、生产阶段和售卖阶段，每个阶段都有着独特的职能和作用[5]。在购买阶段，资本家以货币形式拥有的资本用于购买生产资料和劳动力，为生产剩余价值做准备；在生产阶段，生产资料和劳动力相结合，生产出包含剩余价值的商品，货币资本转化为生产资本；在销售阶段，资本家将生产出来的商品出售，换回货币，商品资本又转化为货币资本，完成一次资本循环[6]。资本周转理论则侧重于考察资本循环的速度，即资本周转时间和周转次数。资本周转时间包括生产时间和流通时间，周转次数是指在一定时间内资本循环的次数。资本周转速度的快慢对剩余价值的生产有着重要影响，周转速度越快，一定时期内生产的剩余价值就越多。

2.4. 社会再生产理论

社会再生产理论从宏观层面揭示了社会经济运行的规律和本质。社会再生产理论将社会生产共分为生产、分配、交换、消费四个环节，这四个环节相互联系、相互制约，共同构成一个有机整体[7]。生产是起点，决定着分配、交换和消费的对象、方式、数量和性质；分配和交换是连接生产与消费的中间环节，分配决定着社会成员对社会产品的占有份额，交换则实现商品的价值和使用价值转移；消费是终点，是生产的目的和动力，消费的需求又反过来影响生产的规模和结构。社会再生产要顺利进行，必须使生产资料生产和消费资料生产之间保持一定的比例关系，同时各生产部门内部也需要保持合理的比例关系。社会再生产理论为我们分析宏观经济运行和经济结构调整提供了重要的理论框架。

3. 电子商务主要模式分析

电子商务的发展衍生出多种商业模式，其中 B2B、B2C 和 C2C 是最为典型且广泛应用的模式，对其深入分析有助于全面理解电子商务的经济本质和运行规律。

3.1. B2B (Business-to-Business)模式

B2B (Business-to-Business)即企业对企业的电子商务模式，是指企业之间通过专用网络或 Internet，进行数据信息的交换、传递，开展交易活动[8]。B2B 方式是电子商务应用最多和最受企业重视的形式，企业可以使用 Internet 或其他网络对每笔交易寻找最佳合作伙伴，完成从定购到结算的全部交易行为[9]。

其运营特点显著，首先，交易规模通常较大。企业之间的采购和销售往往涉及大量的货物或服务，订单金额较高。以钢铁行业的 B2B 交易为例，钢铁生产企业与建筑企业之间的钢材交易，一次订单的金额可能达到数千万元甚至上亿元。这是因为企业的生产运营需要大量的原材料和设备，其采购量远远超过个人消费者的购买量。其次，交易过程较为复杂。B2B 交易通常需要经过多个环节，包括询价、报价、谈判、签订合同、交付货物、验收货物、支付货款等。在这个过程中，企业需要对供应商的产品质量、价格、交货期、售后服务等进行严格的筛选和评估。

从马克思主义政治经济学理论的角度来看，B2B 模式体现了资本循环理论中的购买和销售阶段。在购买阶段，企业通过平台购买生产资料，实现货币资本向生产资本的转化；在销售阶段，企业通过平台销售产品，实现商品资本向货币资本的转化。B2B 模式提高了企业之间的交易效率，降低了交易成本，加速了资本的循环和周转。通过 B2B 平台，企业可以更快地找到合适的供应商和客户，减少了寻找交易对象的时间和成本，同时也降低了库存成本，提高了资金的使用效率。

3.2. B2C (Business-to-Consumer)模式

B2C (Business-to-Consumer)即企业对消费者的电子商务模式，是指企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境——网上商店，消费者通过网络在网上购物、网上支付等消费行为。B2C 模式的运营特点具有交易次数频繁但单次交易金额相对较小的特点。消费者在日常生活中会频繁地购买各种商品，如食品、日用品、服装等，但每次购买的金额通常不会太高。交易流程相对简单便捷，消费者只需在电商平台上浏览商品、选择商品、下单并支付，即可完成购物过程。电商平台通常提供多种支付方式，如银行卡支付、第三方支付等，方便消费者进行支付。B2C 模式注重消费者体验，企业通过提供优质的产品、良好的售后服务、个性化的推荐等方式，吸引消费者购买商品。

从马克思主义政治经济学理论相关理论来看，B2C 模式体现了社会再生产理论中的消费环节。企业通过 B2C 平台将商品销售给消费者，满足消费者的物质文化需求，实现商品的价值和使用价值。B2C 模式也促进了社会分工的细化和专业化，企业专注于商品的生产和供应，电商平台则承担了商品的销售和流通功能，提高了社会生产的效率。

3.3. C2C (Consumer-to-Consumer)模式

C2C (Consumer-to-Consumer)即消费者对消费者的电子商务模式，是指消费者之间通过互联网平台进行二手商品交易或个人之间的交易[10]。C2C 模式的运营特点表现为交易主体分散，参与交易的双方都是个体消费者，交易行为较为灵活多样。交易的商品种类丰富，包括二手物品、手工艺品、个人闲置物品等。淘宝旗下的闲鱼是 C2C 电子商务模式的典型代表，在闲鱼平台上，用户可以发布自己的闲置物品信息，与其他用户进行沟通和协商，达成交易。C2C 模式的交易风险相对较高，由于交易双方都是个体，信用体系相对不完善，存在商品质量、交易欺诈等风险。

从马克思主义政治经济学理论视角分析，C2C 模式体现了商品交换的基本原理，消费者之间通过平台进行商品交换，实现商品的价值。C2C 模式也促进了资源的有效利用，使闲置物品得以流通，减少了资源的浪费，符合马克思主义关于资源合理配置的理念。

4. 马克思主义政治经济学在电子商务中的具体体现

4.1. 劳动价值论在电子商务中的体现

在电子商务环境下，商品的价值创造过程依然遵循劳动价值论。以一款通过电商平台销售的智能手机为例，其价值不仅包含了生产手机过程中所耗费的原材料采购、零部件制造、组装等直接生产劳动，

还涵盖了产品研发、市场调研、售后服务等间接劳动。此外，电商平台为促成交易提供的技术支持、信息服务、物流配送协调等劳动，也参与到了商品价值的形成过程中。在互联网技术的支持下，电商企业能够更精准地把握市场需求，通过大数据分析了解消费者偏好，从而指导产品研发和生产，这在一定程度上提高了劳动的有效性，使生产过程中创造的价值更符合市场需求。

电商平台提供的服务同样具有价值。平台通过搭建网络交易平台，整合商家和消费者资源，为双方提供交易场所、信息发布、支付结算等一系列服务。这些服务的价值是由平台运营过程中所耗费的人类劳动决定的，包括平台开发人员的编程劳动、运营管理人员的组织协调劳动、客服人员的服务劳动等。电商平台服务的价值通过向商家收取的平台入驻费、交易手续费以及向消费者提供增值服务所获得的收入得以体现。

4.2. 剩余价值论在电子商务中的体现

在电子商务领域，电商企业获取剩余价值的方式与传统企业既有相似之处，也有其独特性。一方面，电商企业通过雇佣员工进行平台运营、客服服务、物流管理等工作，在必要劳动时间内，员工创造出补偿自身劳动力价值的价值，而在剩余劳动时间内则为企业创造剩余价值。例如，电商平台的客服人员每天工作8小时，假设其中4小时用于回复消费者咨询、处理售后问题等，创造出相当于自身工资的价值，而另外4小时的劳动成果则转化为企业的剩余价值。另一方面，电商企业利用数字技术提高劳动生产率，获取相对剩余价值。通过大数据分析实现精准营销，减少营销成本，提高销售转化率；优化物流配送系统，降低物流成本，提高运营效率。这些措施使企业能够在相同时间内生产出更多的商品或提供更多的服务，从而获取更多的剩余价值。

4.3. 资本循环与周转理论在电子商务中的体现

在电子商务企业的运营中，资本循环同样经历购买、生产、销售三个阶段。以一家服装电商企业为例，在购买阶段，企业以货币资本的形式采购服装原材料、支付员工工资、购买办公设备以及支付平台入驻费用等。在生产阶段(这里的生产包括服装的设计、制作以及电商平台页面的搭建、商品信息的录入等)，将购买的生产要素转化为包含价值和剩余价值的商品，即生产资本转化为商品资本。在销售阶段，通过电商平台将服装销售给消费者，实现商品的价值，商品资本又转化为货币资本。与传统企业不同的是，电子商务借助互联网技术大大缩短了资本循环的时间。例如，通过线上销售，企业能够快速获取消费者订单，减少了库存积压时间，加快了商品资本向货币资本的转化速度。

电商平台在提高资本周转速度方面发挥着重要作用。首先，电商平台打破了时间和空间限制，能够迅速将商品信息传递给全球范围内的消费者，极大地拓展了市场范围，增加了商品的销售机会，从而加快了商品的销售速度，缩短了流通时间^[11]。其次，电商平台通过大数据分析能够精准预测市场需求，帮助企业合理安排生产和库存，避免生产过剩或库存不足的情况，减少了生产时间和库存积压时间。

4.4. 社会再生产理论在电子商务中的体现

电子商务在社会再生产中扮演着重要的角色，它是社会再生产的重要组成部分，也是推动社会再生产高效运行的重要力量。电子商务对社会再生产的四个环节都产生了深刻的变革作用，通过促进生产、优化分配、便利交换和引导消费，推动了社会经济的发展和变革。在生产方面，电子商务为企业提供了新的市场渠道和销售方式，促进了企业的创新和发展；在分配方面，电子商务创造了新的就业机会和收入来源，促进了社会公平；在交换方面，电子商务提高了交换的效率和便利性，降低了交易成本；在消费方面，电子商务满足了消费者的多样化需求，促进了消费升级。电子商务的发展也带来了一些新的问

题和挑战,如数据安全、隐私保护、市场监管等,需要政府、企业和社会各方共同努力,加以解决,以促进电子商务的健康可持续发展,更好地发挥其在社会再生产中的作用。

5. 马克思主义政治经济学对电子商务发展的指导意义

5.1. 引导电商资源配置, 促进电商企业运营

依据马克思的生产力与生产关系理论,电子商务作为生产力发展的新形式,改变了生产和交易方式。在资源配置上,电商借助大数据、云计算等技术,可实现更高效的资源分配,使生产与消费更紧密衔接。同时,电子商务的发展也促使生产关系调整,如电商企业与供应商、消费者的关系更加复杂多样,需要合理构建和协调,以适应生产力发展。马克思的资本循环和周转理论指出,资本需顺利经过购买、生产、销售等阶段实现增值。电子商务能助力企业在购买阶段降低采购成本,在销售阶段扩大市场、加快商品流通和资金回笼,从而加速资本周转。电商企业通过预售模式,提前锁定订单,回笼资金,再用于采购和生产,提高了资本使用效率。

5.2. 有效调控电商市场, 推动电商价值分配

马克思的经济危机理论揭示了资本主义经济的内在矛盾和危机必然性。电子商务虽有积极作用,但也存在风险,如可能引发虚假繁荣、过度竞争导致部分企业破产等问题。这就要求政府依据相关理论,加强对电商市场的宏观调控,防范系统性风险,维护市场稳定,促进电子商务健康发展。同时,根据马克思的剩余价值理论,在电子商务中,劳动者创造的剩余价值在不同主体间分配。电商平台企业、物流企业、生产厂家等根据各自在产业链中的作用参与剩余价值分配。合理的分配机制能激发各方积极性,促进电商产业持续发展。同时,也为分析电商行业的收入差距等问题提供了理论依据,有助于制定公平合理的分配政策。

6. 马克思主义政治经济视角下电子商务的发展路径

6.1. 优化公平公正市场环境, 增强宏观调控能力

商品交换要遵循等价交换原则,这就要求市场环境公平公正,以保证各类市场主体能在平等的条件下进行商品生产和交换。在电子商务领域,公平公正的市场环境能保障不同规模、不同性质的电商企业及商家公平竞争,使价值规律充分发挥作用,实现资源的合理配置。这就要求:第一,建立健全针对电子商务的法律法规体系,明确各方权利义务,制定电子商务相关法律,并对电商平台的责任、商家的经营规范、消费者的权益保护等作出详细规定,使电子商务活动有法可依。同时,随着行业及互联网的发展不断修订完善法律,以适应新出现的问题,像数据隐私保护、算法歧视等。第二,强化对电子商务市场的监管力度,严厉打击各种不正当竞争行为和侵权行为。监管部门更要加强对电商平台的监督,防止平台利用自身优势地位进行垄断,出现像限制商家入驻其他平台、强制“二选一”平台等行为。加大对假冒伪劣商品的打击力度,保护知识产权,维护市场的正常秩序,保障消费者和合法商家的权益。第三,推动信息公开透明,电子商务依赖信息流动,要确保信息的真实性、准确性和及时性。电商平台应建立健全信息披露制度,要求商家如实公开商品信息、经营资质等,同时平台自身的交易规则、算法推荐机制等也应向社会公开,接受监督,减少信息不对称,使消费者和商家能在充分了解信息的基础上进行正规交易。

十八届三中全会指出,“政府的职责和作用主要是保持宏观经济稳定、加强和优化公共服务保障公平竞争、加强市场监管、维护社会秩序、推动可持续发展、促进共同富裕,弥补市场失灵”[12]。在社会化大生产条件下,需要国家进行宏观调控来弥补市场调节的不足,保证经济的平稳运行。电子商务作为

现代经济的重要组成部分，也需要政府通过宏观调控来引导其健康发展，使其与整个国民经济的发展相协调。政府应根据经济社会发展的总体目标和电子商务的发展趋势，制定科学合理的电子商务发展规划。明确不同阶段电子商务的发展目标、重点任务和保障措施，引导资源向重点领域和关键环节配置，促进电子商务与传统产业的融合发展，推动产业升级。通过财政政策、货币政策等手段对电子商务进行扶持和引导。构建完善的电子商务监测评估体系，及时准确地掌握电子商务的发展规模、结构、效益等方面的情况。通过对相关数据的分析，了解市场动态和发展趋势，及时发现问题并采取相应的调控措施。

6.2. 加强电子商务技术创新，完善规模化基础建设

技术创新能够推动生产力的发展，进而促进生产关系的调整和优化，为电子商务的发展创造更有利的条件。通过技术创新，可以提高电子商务的运营效率、降低成本、拓展市场范围，更好地满足消费者的需求，推动电子商务产业的升级和发展。因此，要鼓励电商企业及相关科研机构增加对电子商务技术研发的资金和人力投入，重点关注大数据、人工智能、区块链、物联网等关键技术领域。例如，利用大数据技术进行精准营销和客户关系管理，通过人工智能实现智能客服和智能推荐，运用区块链技术确保交易安全和信息可信，借助物联网实现商品的实时跟踪和供应链的优化管理。

规模化生产不仅是电子商务发展的重要途径，也是产业现代化的必要条件，促进产品规模化生产可以有效降低生产成本，也可以更好地满足市场的需求。完善规模化基础建设能够为电子商务的生产、交换等环节提供更好的支撑，促进商品和服务在更广泛的范围内流通，提高经济运行效率，实现电子商务的规模化发展，进而推动整个社会经济的发展。发展规模化生产的前提是基础设施建设良好，因此，应增加财政在网络和交通上的投入，给电子商务的发展创造一个良好的基础设施环境。加强各地道路基础设施建设和网络基础设施建设，提高电商物流配送能力的交通衔接，共享商业、农业、邮政等部门，逐步提高镇、县、市三级物流基础设施网络节点[13]。构建高效、便捷、智能的物流配送网络，优化物流配送节点布局，提高物流配送效率和准确性。鼓励物流企业采用先进的物流技术和设备，如自动化仓储设备、智能配送车辆等，提升物流配送的智能化水平，加强物流信息化建设，实现物流信息的实时跟踪和共享，提高物流供应链的透明度和协同性。同时，要完善电子商务支付体系，加强支付安全保障，提高支付的便捷性和安全性。推广电子支付方式，如银行卡支付、第三方支付、移动支付等，积极探索数字货币在电子商务领域的应用。加强支付平台的建设和管理，规范支付市场秩序，保护消费者的支付信息安全和合法权益。

6.3. 培养电子商务人才，提升整体劳动力素质

劳动力是生产力诸要素中起决定性作用的要素，高素质的劳动力即电子商务人才，是推动该领域生产力发展的核心力量。此外，劳动不仅包括直接劳动，还包括从事技术和管理工作的复杂劳动，其创造的价值是简单劳动的多倍。电子商务人才所从事的正是融合了技术、管理、营销等多方面的复杂劳动，能为电子商务企业和整个产业创造更高的价值。电子商务人才培养在乡村振兴中扮演着至关重要的角色，是推动农村经济转型升级、实现农民增收致富的重要途径，对于乡村振兴具有极端的重要性。

地方政府应整合各方资源，构建多层次、多渠道的培训体系。通过设立专项基金、提供培训补贴等，鼓励培训机构、高校、企业等开展电子商务培训。利用互联网平台开展线上培训，打破地域限制，降低成本；同时结合线下实训基地，提供实践操作机会，增强培训效果。加强校企合作产教融合，鼓励高校、职业院校与企业建立紧密合作关系，共同制定人才培养方案。学校为企业输送人才，企业为学生提供实习实训机会。可签订“订单式”人才培养协议，按照企业需求培养人才，提高就业质量[14]。同时，校企共同建设实训基地，提供真实的电商运营环境，让学生在实践中掌握技能。高校还可聘请企业专家作为

兼职教师,企业选派员工到高校进修,形成师资互聘共享机制。通过政策引导、资金支持等方式,吸引高端电子商务人才到相关地区工作,为电子商务发展提供智力支持。同时,注重培养本土电子商务人才,通过培训、实践、交流等方式,提升本土人才的电子商务素养和专业技能,形成具有地方特色的人才队伍。此外,建立合理的人才激励机制,通过提供优厚薪酬待遇、职业发展机会等,激发人才的积极性和创造力,留住优秀人才。

参考文献

- [1] 第55次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[J]. 传媒论坛, 2025, 8(2): 121.
- [2] 朱方明, 刘丸源. 马克思的经济发展理论与西方经济发展理论比较——兼论中国经济高质量发展的路径[J]. 政治经济学评论, 2019, 10(1): 54-72.
- [3] 杨静, 刘影. 坚持和发展劳动价值论[J]. 红旗文稿, 2024(10): 22-25.
- [4] 陈文殿, 刘宝杰. 《马克思主义基本原理概论》(2018版)教案[M]. 北京: 九州出版社, 2020: 250.
- [5] 张雷声. 马克思主义政治经济学的发展与创新[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2022: 609.
- [6] 黄春花. 经济学视角下企业知识产权运营初探[D]: [硕士学位论文]. 广州: 暨南大学, 2012.
- [7] 张其颖. 扩大内需与商品流通组织形式的转变[J]. 商业研究, 2002(20): 16-18.
- [8] 齐晶. 中国电子商务发展与规制研究[D]: [硕士学位论文]. 沈阳: 辽宁大学, 2013.
- [9] 徐明学, 王学明. 基于 web2.0 的购物网站应用研究[J]. 时代教育(教育教学), 2011(9): 259.
- [10] 张巍. 电子商务 C2C 模式中消费者购买意向实证研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西南财经大学, 2009.
- [11] 崔汝明. 电子商务对中小企业开展国际贸易的影响及实践探析[D]: [硕士学位论文]. 天津: 天津大学, 2007.
- [12] 赵锦辉. 从资本循环理论看政府与市场关系[J]. 中共青岛市委党校. 青岛行政学院学报, 2014(6): 24-28.
- [13] 宋旭. 马克思资本流通理论视角下河北省农村电子商务发展研究[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北科技大学, 2018.
- [14] 张云侠. 培养电子商务人才, 为乡村振兴插上“数字翅膀”[EB/OL]. 光明网.
https://topics.gmw.cn/2024-09/24/content_37579321.htm, 2024-09-24.