

# 马克思主义生态观视域下绿色电商发展路径研究

潘 沿

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

## 摘 要

随着环境问题的加剧, 绿色发展已成为全球转型的核心议题。基于马克思主义生态观强调的人与自然辩证统一及生态可持续理念, 本文探讨绿色电商的理论基础与实践路径。绿色电商以经济、生态、社会效益协同为目标, 我国当前在绿色供应链、低碳物流和绿色消费领域取得了进展, 但仍面临供应链协同不足、技术成本偏高、消费者环保意识薄弱等挑战。在马克思主义生态观的启示下, 需构建生态友好型电商体系, 通过科技创新降低绿色转型成本, 强化政府政策引导与市场机制协同, 并提升公众环保认知。绿色电商的发展需要政府、企业、消费者三方联动, 在制度设计、技术研发和消费行为层面共同推进, 方能实现经济高质量发展与生态文明建设的有机统一。

## 关键词

马克思主义生态观, 绿色电商, 发展路径

## An Investigation into the Development Path of Green E-Commerce from the Perspective of Marxist Ecological Theory

Yan Pan

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 28<sup>th</sup>, 2025; accepted: May 13<sup>th</sup>, 2025; published: Jun. 16<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

With the intensification of environmental problems, green development has become the core issue of global transformation. Based on the dialectical unity of man and nature and the concept of ecological

sustainability emphasized by Marxist ecological theory, this paper discusses the theoretical basis and practical path of green e-commerce. Green e-commerce aims at the synergy of economic, ecological and social benefits, and China has made progress in the field of green supply chain, low-carbon logistics and green consumption, but it still faces challenges such as insufficient supply chain coordination, high technical costs, and weak consumer awareness of environmental protection. Inspired by the Marxist ecological concept, it is necessary to build an eco-friendly e-commerce system, reduce the cost of green transformation through scientific and technological innovation, strengthen the coordination between government policy guidance and market mechanisms, and enhance public awareness of environmental protection. The development of green e-commerce requires the government, enterprises and consumers to jointly promote the system design, technology research and development and consumer behavior, in order to achieve the organic unity of high-quality economic development and ecological civilization construction.

## Keywords

Marxist Ecological Theory, Green E-Commerce, Development Path

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

党的十八大以来,党和政府高度重视绿色发展,把绿色发展作为新发展理念之一,在2020年9月明确提出2030年“碳达峰”和2060年“碳中和”的“双碳”发展目标。绿色经济作为新型经济形态,强调在经济发展过程中提高生产效率、减少二氧化碳等温室气体排放、实现经济与环境的协调发展等,对促进我国经济高质量增长和提高经济可持续发展具有重要作用[1]。电子商务作为现代经济体系的重要组成部分,在推动经济增长、优化资源配置方面发挥了关键作用。马克思主义生态观强调人与自然之间的辩证统一关系,认为人类生产活动应当遵循自然规律,实现人与自然的和谐共生。该理论强调经济活动不仅要追求短期经济利益,还需兼顾生态环境保护,以可持续发展为目标,推动技术创新与制度优化,从而促进经济社会的绿色转型。马克思主义生态观为绿色电子商务的发展提供了理论指导,明确了经济发展与生态环境协调共生的基本原则。

## 2. 马克思主义生态观的基本内涵

在生态观的立足点上,马克思、恩格斯的生态观根基于科学实践观,由此形成了时间唯物主义自然观的基本形态[2]。马克思主义生态观是马克思主义关于人与自然关系的科学理论体系,强调自然界是人类社会存在和发展的基础,人与自然之间存在辩证统一的关系。在马克思主义看来,自然界不仅是人类赖以生存的物质基础,同时也是人类实践活动的对象,人类通过生产活动改造自然,同时受到自然条件的制约。因此,正确处理人与自然的关系,是社会可持续发展的关键。马克思主义生态观是在批判资本主义生态危机、揭示人与自然关系的基础上形成的,其核心内容包括:自然与人类社会的辩证关系、生产方式与生态环境的关系、生态公平与可持续发展思想。

### 2.1. 自然与人类社会的辩证关系

在马克思主义看来,自然界是人类社会生存和发展的基础,人类的生产活动必须依赖自然资源,同时又对自然界产生深远影响。马克思在《资本论》中指出:“劳动首先是人和自然之间的一个过程,是人

通过自己的活动使人与自然之间的物质变换得以实现并调节的过程”[3]。这表明，人与自然的关系不是对立的，而是相互依存、相互作用的关系。人类通过劳动改造自然，推动社会进步，同时必须尊重自然规律，否则将导致生态失衡和环境危机。

恩格斯在《自然辩证法》中进一步强调，人类对自然的改造必须遵循自然法则，否则将遭受自然的惩罚。他指出：“我们不要过分陶醉于我们人类对自然界的胜利。对于每一次这样的胜利，自然界都对我们进行报复”[4]。这一观点深刻揭示了人类发展与生态环境之间的辩证关系。历史上，许多文明因过度开发自然资源、忽视生态保护而衰落，例如两河流域文明因土地盐碱化而衰败，玛雅文明因森林过度砍伐导致生态恶化而消亡。

## 2.2. 生产方式与生态环境的关系

马克思主义认为，生产方式决定社会形态，同时也深刻影响生态环境。马克思在《资本论》中指出：“资本主义大土地所有制……在社会的以及由生活的自然规律决定的物质变换过程中造成了一个无法弥补的裂缝。工业和商业为农业提供各种手段，使土地日益贫瘠”[5]。这一论述表明，资本主义生产方式的本质是对资源的掠夺式利用和对环境的无节制破坏，其目的在于追求剩余价值的最大化，而非维护生态平衡。

在资本主义制度下，企业为了获取更高利润，往往采用高污染、高能耗、高消耗的生产模式，对自然资源进行过度开采和浪费。工业革命以来，资本主义国家在短时间内实现了经济腾飞，但也造成了全球性的环境污染、气候变暖和生态系统的破坏。马克思、恩格斯指出：“劳动首先是人和自然之间的过程，是人以自身的活动引起、调整和控制人和自然之间的物质变换的过程”[3]。资本主义经济模式下，由于市场机制对环境成本的忽视，生态环境问题往往被外部化，使环境污染、资源短缺等问题难以得到有效解决。然而，马克思主义并不否定生产力的发展，而是强调生产力的增长必须建立在科学合理的生态基础之上。马克思指出：“劳动并不是它所生产的使用价值即物质财富的唯一源泉。正像威廉·配第所说，劳动是财富之父，土地是财富之母”[6]。这表明，合理的生产方式应当在满足人类需求的同时，维护生态系统的稳定，确保自然资源的可持续利用。

## 2.3. 生态公平与可持续发展思想

马克思主义生态观不仅关注人与自然的关系，还关注生态资源的公平分配问题，认为资本主义生产方式造成的生态危机不仅影响环境，也加剧了社会不平等。马克思在《资本论》中指出：“社会化的人，联合起来的生产者，将合理地调节他们和自然之间的物质变换……靠消耗最小的力量，在最无愧于和最适合于他们的人类本性的条件下来进行这种物质变换”[7]。这一论述深刻揭示了资本主义制度下的生态不公现象，即少数资本家攫取了巨额财富，而环境污染、资源枯竭等问题却主要由劳动阶级和社会底层承担。

## 3. 绿色电商的发展现状与挑战

### 3.1. 绿色电商的基本概念

绿色电商(Green E-commerce)是指在电子商务的发展过程中，充分考虑环境保护和可持续发展的要求，采用低碳、节能、环保的运营模式，以减少资源消耗和环境污染的一种新型商业模式。电子商务作为绿色经济的一部分，其发展能降低能源消耗，符合绿色经济发展理念[8]。与传统电子商务相比，绿色电商不仅关注经济效益，还注重生态效益和社会效益，强调人与自然的和谐共生。绿色电商涵盖多个领域，包括但不限于：一绿色产品销售：推广环保商品，如可降解包装、可再生能源设备、低碳食品等；二

绿色物流：采用低碳运输方式，如新能源汽车配送、智能路线优化等，以减少碳排放；三绿色消费：引导消费者形成环保消费观念，鼓励二手交易、共享经济等新模式；四绿色供应链管理：优化生产、运输、销售全流程的环保措施，减少资源浪费。

### 3.2. 我国绿色电商的发展现状

我国的主要电商平台，如阿里巴巴、京东、拼多多等，已经在绿色电商的实践中作出了显著贡献，推动了整个电商行业的绿色转型。阿里巴巴集团通过实施“绿色采购”政策和“绿色供应链管理”，积极推动绿色物流和绿色消费。京东在绿色电商的推动方面，注重从产品、供应链、物流等多方面入手。在物流配送方面，京东通过运用智能配送技术，降低了碳排放。拼多多作为近年来迅速崛起的电商平台，也开始在绿色电商领域展开探索。拼多多通过推动绿色供应链建设，鼓励商家采用环保材料和绿色包装。拼多多还与多家环保组织合作，开展消费者环保意识宣传活动，提升了公众对绿色消费的认识和参与度。

绿色物流是绿色电商的关键环节，旨在通过优化运输路径、减少能耗、使用环保包装等手段降低环境负担。近年来，我国电商平台积极推行可降解包装材料与简约化方案，解决传统塑料包装污染难题；同时推广电动配送车、无人配送等低碳方式，兼顾效率与减排目标。大数据与人工智能技术深度赋能仓储管理、路径规划及配送时效优化，有效减少能源浪费，例如京东“智能物流系统”借助数据算法提升效率，实现资源集约化。这些实践推动绿色物流体系加速完善，为电商行业可持续发展提供重要支撑。

### 3.3. 我国绿色电商的发展挑战

#### 3.3.1. 绿色供应链与低碳物流的现实困境

供应链整合与资源优化难度大。绿色供应链管理强调全链条的生态化改造，包括原材料采购、生产制造、物流运输、销售及回收等环节。然而，在实践中，我国绿色供应链的发展仍处于初级阶段。绿色供应链涉及多个环节和利益相关方，不同企业之间的信息不对称、利益诉求不一致，导致供应链整合和协同优化的难度较大。部分企业仍然采取传统的供应链模式，缺乏统一的绿色标准和高效的信息共享机制，阻碍了绿色供应链的建设。

低碳物流成本高、市场接受度低。低碳物流是指通过减少能源消耗、优化物流路径、采用新能源技术等手段，实现物流过程的绿色化。低碳物流需要投入大量资金用于新能源车辆、智能仓储、环保包装等技术的研发和应用。目前绿色物流的技术成本相对较高，使得中小型电商企业难以大规模推广。低碳物流的部分措施可能会影响消费者的购物体验。一些消费者习惯于“次日达”甚至“当日达”的高效物流模式，而低碳物流强调减少无谓的配送次数，可能导致部分消费者的不满，降低其接受度。

#### 3.3.2. 绿色消费的市场认知与动力不足

中国消费者协会将 2001 年的主题确定为绿色消费：“倡导消费者在消费时选择未被污染或有助于健康的绿色产品；消费中注重对废弃物的收集与处置，尽量减少环境污染；在追求生活方便、舒适的同时，注重环境保护，节约资源和能源，实现可持续消费” [9]。多数消费者虽认可绿色消费理念，但实际购买决策仍受价格主导，高价绿色产品常被普通替代品挤占市场，支付意愿与行动力脱节。绿色产品还存在供给不足与市场推广瓶颈。绿色产品的供给能力直接影响到绿色消费的推动，而当前我国绿色产品的供应面临多重瓶颈。目前绿色产品的供给主要集中在食品、家电等少数几个领域，而在其他日常消费品类中，绿色产品的种类相对较少，难以满足消费者的多样化需求。绿色产品往往没有获得足够的关注和曝光，缺乏有效的市场营销手段，导致其难以吸引足够的消费群体。

#### 3.3.3. 政策法规与行业标准的完善

绿色电商的合法性和规范性发展需要完善的法律保障，但目前我国绿色电商的法律体系尚不健全。

尽管我国在环境保护、资源节约等领域有相关的政策文件，但针对绿色电商的专门法律法规较少，现有的法律体系难以以为绿色电商提供全面的指导和支持。尤其是在产品认证、绿色供应链管理、平台监管等方面，相关法律条款的缺失使得一些电商平台和商家难以落实环保责任，甚至出现“绿色”产品虚假宣传等问题。绿色产品认证体系尚未完善，认证标准缺乏统一性，且部分认证机构缺乏足够的权威性，导致市场上出现大量“伪绿色”产品，影响了消费者的信任度。此外，绿色电商的创新和扩展需要资金支持，尤其是在绿色技术研发和绿色物流等领域，绿色电商企业往往面临较高的资金压力。然而，目前我国绿色金融体系尚不完善，绿色电商企业融资渠道有限，特别是在初创阶段，绿色电商企业更难以获得足够的资金支持。

## 4. 马克思主义生态观视域下绿色电商的发展路径

### 4.1. 构建生态友好型电商体系

马克思主义生态观的核心理念之一是人与自然之间的辩证统一关系，强调生产活动不应脱离生态环境而独立存在。绿色电商的发展必须在促进经济增长的同时，积极推动环境保护与生态文明建设。绿色电商不仅应关注减少资源浪费和降低污染，还应通过优化产业链的各个环节，构建生态友好型电商体系。

#### 4.1.1. 建立绿色供应链管理体系

马克思主义生态观强调生产方式决定社会生态面貌，现代电商行业需通过生产和供应链体系的绿色转型实现可持续发展。绿色电商应构建科学合理的绿色供应链管理体系，优化资源配置并减少环境污染，确保生产方式符合生态可持续性要求。在原材料采购与生产环节，电商平台需推动供应商选择可再生或可降解材料，优化生产流程以减少能源消耗与污染排放，从源头降低资源消耗与环境负担。物流体系作为绿色供应链的核心，需采用电动货车、智能配送等低碳模式，通过路线优化和集约化运输提升效率并减少碳排放。包装环节应优先使用环保材料，建立回收机制促进循环利用，避免一次性塑料污染，将资源循环理念融入设计、使用与再生全周期，最大限度减少生态足迹。

#### 4.1.2. 推动循环经济与资源再利用

循环经济是实现绿色电商可持续发展的核心理念之一。马克思主义生态观认为，生产方式必须与自然资源的承载能力相适应，推动生产、消费和废弃物处置的闭环循环。在绿色电商的发展过程中，推动循环经济的实施，可以有效缓解资源枯竭和环境污染的压力。首先，绿色电商平台应积极推行二手商品交易、共享经济等模式，减少产品的过度消费和资源浪费。例如，二手商品交易市场的建设，不仅有助于延长产品的生命周期，还能减少对新资源的需求，降低生产过程中的碳排放。其次，绿色电商平台应鼓励消费者选择可回收、可降解的环保产品，减少一次性塑料和不可回收材料的使用。此外，通过与相关企业的合作，推动产品的可回收再利用和资源的循环利用，进一步降低生产过程中的生态足迹。

#### 4.1.3. 推动绿色产品的标准化建设

为了实现绿色电商的可持续发展，建立统一的绿色标准和认证体系至关重要。标准化建设能够有效引导消费者和生产者在绿色电商领域的行为，确保绿色电商产品的质量和环保性能得到保障。电商平台应当设立绿色商品专区，推广符合环保标准的产品，推动绿色消费的普及。具体而言，政府应根据生态可持续发展要求，制定绿色产品的标准和认证体系。例如，对于环保包装、可降解材料的使用，应制定严格的技术规范和认证标准，确保市场上的绿色产品符合环保要求。此外，电商平台可以通过平台认证、消费者评价等方式，提高绿色产品的市场透明度，增强消费者的绿色消费信心。

## 4.2. 科技创新助力绿色电商发展

科技创新是推动绿色电商转型的核心动力。在马克思主义生态观的框架下，科技创新不仅是推动生产力发展的关键，也是实现生态平衡、提高资源利用效率的重要手段。绿色电商的发展离不开科技的支持，特别是在数据分析、物流优化、智能仓储等方面的创新。

### 4.2.1. 大数据与人工智能在绿色供应链管理中的应用

大数据与人工智能(AI)技术的结合是绿色电商发展的一个重要支撑。通过大数据分析，电商平台能够精准把握市场趋势、消费者需求和生产供应情况，从而实现供应链管理的优化。可以通过分析消费者的购物偏好，电商平台可以精准预测哪些产品的需求较大，哪些产品过剩，从而避免过度生产和资源浪费。在库存管理中，利用大数据分析可以减少库存积压，优化采购计划，降低资源消耗和存储成本。人工智能技术同样为绿色电商带来了重要突破。AI技术可以帮助平台实现智能推荐系统，通过消费者行为数据分析，向其推荐符合环保标准的绿色产品，促进绿色消费。AI还能通过对物流过程的智能优化，减少物流过程中的不必要空运和回程，进一步降低物流中的碳排放。此外，人工智能在消费者行为预测、个性化营销等方面的应用，也能有效减少产品滞销、过度包装等浪费现象。

### 4.2.2. 区块链技术提升绿色供应链透明度

区块链技术在提升供应链透明度方面具有巨大的潜力。区块链是去中心化的分布式账本，其数据不可篡改、全程可追溯，这一特性使得它能够在绿色电商中发挥重要作用。通过区块链技术，消费者能够追溯商品的生产源头，了解每一环节的环保标准，确保商品符合绿色电商的要求。例如，通过区块链记录每一产品从生产到配送的全过程，包括资源的获取、生产方式、运输过程中的碳排放等信息，消费者可以清晰地知道他们购买的商品是否符合环保标准，是否经过了合理的资源利用和污染控制。

此外，区块链技术还可以提升供应链的效率与公平性。在多方参与的供应链中，各方的信息可以通过区块链技术实时共享，避免了信息不对称问题，从而提高了资源配置的效率。同时，区块链还能够为供应商、生产商提供精准的市场需求数据，帮助他们优化生产方式，减少过度生产和资源浪费，从而促进绿色电商的可持续发展。

### 4.2.3. 智能物流与无人配送降低碳排放

智能仓储与无人配送技术的应用，不仅可以提高物流效率，还能有效降低碳排放。智能仓储通过自动化管理系统优化库存，减少人工操作，节省了人力和能源的消耗。通过集成的仓库管理系统，电商平台能够实时监控仓储情况，并智能化地调整存货分布，避免商品积压、过度生产和浪费。无人配送技术的应用，尤其是在无人驾驶车辆和无人机配送领域，能够大幅减少运输过程中的碳排放。通过无人配送，电商平台可以精确规划运输路线，减少空驶和交通拥堵，实现更高效、更环保的配送。无人配送还可以根据消费者的需求提供定制化服务，减少资源浪费和物流过程中的污染。同时，无人配送和智能仓储的结合，还能减少快递过程中因包装和运输方式不当造成的资源浪费，提高产品流转的效率。通过这一系列技术手段，绿色电商在降低环境负担的同时，提升了消费者体验和服务效率。

## 4.3. 政府政策引导与市场激励机制

### 4.3.1. 完善绿色电商法律法规与标准体系

在绿色电商的推广过程中，构建一个健全的法律和标准体系是首要任务。通过明确的法规要求和标准，政府能够有效地引导企业减少对资源的过度消耗，避免无序竞争和环境污染。这不仅是对电商市场行为的规范，更是对企业如何在日益复杂的市场环境中平衡商业利益和生态责任的深刻反思。可以说，

法规和标准的完善，正是绿色电商发展“生态化”的基础保障。

电商平台作为现代商业的重要组成部分，其发展应当以生态效率为核心，通过严格的绿色标准管理确保产品和服务的绿色化。同时，平台也应在其商业模式中引入可持续发展理念，推动绿色消费。政府可以通过制定明确的绿色产品认证和环境标签制度，为消费者提供更加透明的信息，引导其选择环保、节能的商品。这种“政府引导-市场反应”的互动模式，将有助于绿色电商在规范中成长，推动社会的整体生态文明进程。

#### 4.3.2. 绿色消费补贴与税收优惠政策

绿色消费的激励不仅要通过提高消费者的环保意识来实现，还应通过税收优惠、消费补贴等手段降低绿色产品的市场价格差距，促进绿色消费的普及。在这一过程中，政府的作用尤为重要。通过实施税收优惠政策，政府能够直接激励企业采用低碳、环保的生产工艺，减少生产过程中对环境的负面影响，同时降低企业运营成本，鼓励企业进行绿色技术的研发与创新。政府可以通过减税、补贴等政策，鼓励电商平台提供绿色商品的多样化选择，并在物流和包装环节实现绿色化。这不仅有助于降低消费者对绿色商品的购买门槛，还能推动市场上更多商家向绿色转型。与此同时，绿色消费补贴政策也可以通过直接的财政支持或环保激励措施，推动消费者更积极地参与绿色消费。

#### 4.3.3. 绿色电商产业投资与绿色金融支持

绿色电商企业在转型过程中常常面临资金瓶颈，尤其是在技术创新和基础设施建设方面的投入较大。通过绿色债券、绿色基金等金融工具，政府可以有效地引导资本流入绿色产业，尤其是电商领域的绿色转型项目，从而推动企业技术创新和绿色生产方式的落地。绿色金融不仅能够为绿色电商企业提供必要的资金支持，还能够为其绿色技术创新提供资金保障。这些资金可用于研发环保技术、建设绿色供应链，推动智能物流系统和绿色包装的广泛应用。此外，绿色金融还能够促进绿色电商企业与资本市场之间的良性互动。通过资本市场的激励，企业能够获得足够的市场信任，进而获得更多的投资支持。而这种支持不仅是资金的提供，更多的是绿色金融机制下的企业社会责任和环境影响的双重约束。在这一过程中，政府的政策引导作用不可忽视，它通过绿色金融政策为电商企业提供了更为宽松的融资环境，使企业能够在符合环保标准的前提下，进行产品的技术革新和绿色转型。

## 5. 结论

绿色电商作为推动可持续发展的新兴力量，不仅在优化资源配置、降低碳排放、促进绿色消费等方面展现出重要的潜力，还在全球环保意识增强的背景下，成为经济与生态协调发展的关键纽带。然而，绿色电商的发展仍面临不少困难与挑战，尤其是在绿色供应链管理、低碳物流体系建设、绿色认证和政策支持等方面，亟需进一步的创新与完善。马克思主义生态观为绿色电商提供了深刻的理论指导，强调了人与自然、生产与消费之间的辩证关系，这为绿色电商的发展提供了理论支持。在这一框架下，绿色电商不仅是推动绿色经济转型的有效途径，还能促进社会责任的履行和消费者环保意识的提升。

展望未来，绿色电商将与数字经济更加紧密地融合，技术创新(如大数据、人工智能、区块链等)将在优化供应链、提高运营效率、降低碳排放方面发挥越来越重要的作用。随着全球绿色消费需求的增长和环保政策的日益完善，绿色电商有望在全球范围内实现更广泛的普及。然而，全球绿色电商的标准化问题仍需进一步解决，跨国的政策协调与绿色认证体系的建设仍是未来研究的重要方向。绿色电商的发展前景广阔，但仍需技术创新、政策引导、市场推动等多方面的支持。未来，绿色电商将不仅仅是一个经济现象，更是社会向生态文明转型的一个重要组成部分，为全球可持续发展贡献更多的力量。

---

## 参考文献

- [1] 蒋金荷. 可持续数字时代: 数字经济与绿色经济高质量融合发展[J]. 企业经济, 2021, 40(7): 23-30+161.
- [2] 王艳. 马克思主义生态观研究[D]: [博士学位论文]. 南京: 南京航空航天大学, 2011.
- [3] 马克思. 资本论第一卷[M]. 北京: 人民出版社, 1975: 201.
- [4] 恩格斯. 自然辩证法[M]. 北京: 人民出版社, 1971: 517.
- [5] 马克思. 资本论第三卷[M]. 北京: 人民出版社, 1975: 919.
- [6] 马克思. 资本论第一卷[M]. 北京: 人民出版社, 2004: 56-57.
- [7] 马克思恩格斯全集第3卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 928-929.
- [8] 王慧丽. 区位异质性视域下电子商务发展对绿色经济的影响[J]. 北京印刷学院学报, 2021, 29(S1): 32-34.
- [9] 中国消费者协会. 2001年主题: 绿色消费[EB/OL].  
<https://www.cca.org.cn/Detail?catalogId=492862427131973&contentType=article&contentId=494859576053829>, 2014-12-08.