

循环经济视域下二手电商平台的商品异化研究

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6月30日; 录用日期: 2025年7月14日; 发布日期: 2025年8月6日

摘 要

在全球资源约束趋紧与低碳转型加速的双重背景下, 二手电商平台的爆发式增长暴露出商品流通环节的深层异化。资本逻辑通过符号化收编重构价值评估体系, 技术宰制依托算法黑箱建立单向度规训机制, 制度缺位与消费主义合谋催生伪循环困境, 导致循环经济的生态承诺沦为资本扩张的修辞工具。基于马克思主义异化理论与数字资本主义批判框架, 研究揭示商品异化的三重维度——价值剥离、过程操控与主体解构, 其本质是资本增殖需求与技术权力扩张对生态价值的系统性消解。针对上述问题, 构建“标准重建-技术驯化-协同治理”三维路径: 量化分级标准遏制主观定价乱象, 区块链存证与可解释性算法破解技术垄断, 碳积分流量联动机制驱动平台责任重构。该框架突破传统监管范式, 通过制度刚性约束、技术伦理革新与文化批判觉醒的协同, 推动二手电商从“流量竞逐”转向“生态本位”。

关键词

循环经济, 二手电商, 商品异化

Research on the Commodity Alienation of Second-Hand E-Commerce Platforms from the Perspective of Circular Economy

Yan Pan

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 30th, 2025; accepted: Jul. 14th, 2025; published: Aug. 6th, 2025

Abstract

Against the backdrop of increasingly stringent global resource constraints and accelerated low-

carbon transformation, the rapid expansion of second-hand e-commerce platforms has unveiled profound alienation within the commodity circulation process. The logic of capital reconstructs the value assessment system through symbolic inclusion, while technological dominance employs algorithmic black boxes to establish a unidirectional disciplinary mechanism. The collusion between institutional deficiencies and consumerism engenders pseudo-circular dilemmas, transforming the ecological commitment of the circular economy into a rhetorical instrument for capital expansion. Grounded in Marxist theory of alienation and the critical framework of digital capitalism, this study elucidates the three dimensions of commodity alienation—value stripping, process manipulation, and subject deconstruction. At its core lies the systematic erosion of ecological value driven by the imperative for capital proliferation and the expansion of technological power. To address these challenges, a three-dimensional approach, “standard reconstruction-technology domestication-collaborative governance”, is proposed: quantitative grading standards mitigate subjective pricing chaos, blockchain-based evidence storage and interpretable algorithms dismantle technological monopolies, and a carbon credit traffic linkage mechanism catalyzes the reconfiguration of platform responsibilities. This framework transcends traditional regulatory paradigms, leveraging the synergy of rigid institutional constraints, technological ethical innovation, and cultural critique awakening to steer second-hand e-commerce from “traffic competition” toward “ecological orientation”.

Keywords

Circular Economy, Second-Hand E-Commerce, Commodity Differentiation

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

在全球资源约束趋紧与低碳转型压力加剧的双重背景下，循环经济已成为破解可持续发展难题的核心路径。中国《“十四五”循环经济发展规划》明确提出构建资源循环型产业体系，其中二手商品交易被定位为关键突破口。数据显示，2023 年中国二手电商交易规模突破 4802 亿元，用户规模达 2.63 亿人，预计二手商品交易市场规模 2025 年将跨越 3 万亿元门槛[1]。这种爆发式增长映射出 Z 世代“性价比优先”的消费观转变，也契合了循环经济“减量化、再利用、再循环”的 3R 原则。但繁荣背后隐藏深层异化：平台以“环保”之名重构商品流通逻辑，二手物品从“使用价值载体”异化为“数据流量入口”，用户沦为算法操控下的数字劳工。据统计，同年二手交易投诉量增长 23%，质检纠纷率超 30%，折射出标准化缺失、信任赤字等治理困境[1]。

既有研究多聚焦循环经济的技术赋能或商业模式创新，对流通环节的异化现象批判不足；异化理论亦长期集中于生产端劳动剥削或消费端符号异化，忽视二手流通的中间态矛盾。本研究创新性融合马克思主义异化理论与平台批判理论，构建“商品生命周期三阶异化”模型，解析闲鱼、转转等案例中价值扭曲、过程操控与关系剥削的多维异化机制，揭示资本如何将循环经济降维成“绿色杠杆”[2]。据此提出标准重建、算法透明与协同治理路径，为平衡商业效率与生态价值提供理论突破与实践参照。

2. 循环经济与商品异化的理论耦合

2.1. 循环经济的内涵与核心原则

循环经济是以资源高效利用和生态可持续性为核心的经济范式，其本质在于通过重构“资源 - 产

品-再生资源”的闭环流动，破除传统线性经济“大量生产-大量废弃”的固有弊端。根据《中华人民共和国循环经济促进法》，其核心原则可归纳为三重维度：减量化(Reduce)、再利用(Reuse)与再循环(Recycle) [3]。

减量化原则是生态效率理念的核心，是针对输入端而言的，旨在减少进入生产和消费领域中物质和能量的流量。它要求在生产源头上削减有毒物质的生产或排放、降低原材料的使用、减少产品的尺寸等。这些行为并没有停止耗竭资源和破坏环境，只是减缓破坏速度，使其以更小的增量在更长的时间内进行破坏。再利用原则是针对过程控制的，目的是延长资源和产品的时间强度。“再利用”原则是指产品多次使用或修复、翻新后继续使用，以延长产品的使用周期，防止产品过早成为垃圾，从而节约生产这些产品所需要的各种资源投入。它要求消费群体改变产品使用方式，有效延长产品的寿命和产品的服务效能，如纸板箱、玻璃瓶、塑料袋等包装材料的再利用，有时甚至可以多达数十次循环。再循环原则属于输出端方法，是把废弃物再次变成资源循环利用以减少最终处理量，并减轻环境压力。它包括废品的回收利用和废物的综合利用。因此，再循环也被称作再回收或资源化[4]。

2.2. 异化理论的演化脉络：从生产端到流通端的批判延伸

马克思主义异化理论揭示了资本主义生产关系下人与劳动产品的对立关系。马克思在《1844年经济学哲学手稿》中提出的劳动异化四重维度即劳动者与产品、劳动过程、类本质及人际关系的异化。在工业时代表现为流水线工人沦为机器的附庸，而在二手电商领域，用户生成数据、参与质检的行为成为无偿数字劳动，延续了异化逻辑[5]。随着资本主义形态演进至数字时代，异化现象从生产端向流通端扩散，形成新的批判焦点。

其一，消费异化的符号转向。法兰克福学派指出，消费从满足需求的理性行为异化为身份符号的争夺[2]。在二手电商平台中，商品使用价值被“环保”、“复古”等符号标签遮蔽，如奢侈品二手交易中“九成新”认证成为身份区隔的象征，实质是鲍德里亚所批判的“符号拜物教”再生产。其二，数字劳动异化的流通端渗透。福克斯提出，数字平台用户的数据生产行为构成新型剥削。二手交易中，用户浏览记录、交易评价等数据被平台无偿占有并用于算法优化，形成“数据-资本”的剥削闭环。例如，闲鱼通过分析用户行为数据动态调整商品推荐策略，使消费者在“捡漏”心理驱动下陷入非理性交易。其三，技术宰制的权力重构。平台通过算法黑箱建构技术权威，如转转的AI验机报告以“客观检测”之名掩盖商业意图，实则通过设定模糊的成色标准操控定价权。这种技术异化消解了用户的主体性，使循环经济倡导的“资源民主化”沦为平台中心化控制的伪装。

2.3. 分析框架构建：商品生命周期的三阶异化模型

第一，生产端异化。马克思将生产异化归结为劳动者与劳动产品的分离。在工业经济中，表现为流水线工人对产品的支配权丧失；而在循环经济语境下，生产异化延伸至商品流通前的价值预设——二手商品被平台预先设定为“待激活资源”，其价值评估体系脱离使用价值本身。譬如，转转平台对手机回收定价的算法模型中，欧美国家手机回收渗透率在40%以上，国内目前是10%至15%，导致相同性能的国产手机估值显著低于国外品牌，形成“品牌殖民”式价值剥夺[6]。

第二，消费端异化。鲍德里亚的符号消费理论揭示，消费行为从功能性需求转向符号意义争夺。二手电商平台通过“环保叙事”与“怀旧营销”重构商品符号价值：闲鱼“奢侈品鉴宝”专区中，商品详情页的“碳减排认证”标签占比达78% [7]，但其认证标准缺乏第三方监管。这种符号操纵使用户陷入“道德消费”幻觉，忽视平台通过信息不对称攫取溢价的事实。

第三，流通端异化。流通环节异化是二手电商研究的核心焦点，表现为三重机制：首先，价值异化，

商品从使用价值载体蜕变为数据流量入口。平台通过竞价排名机制将曝光度货币化，卖家需付费提升商品可见性，导致优质低价商品被边缘化；其次，过程异化，算法权力重塑交易规则，转转的 AI 验机报告将检测结果简化为“通过/不通过”二元判定，消解用户对商品真实状态的知情权；最后，关系异化：主体间信任被平台中介化。C2C 交易中，用户信用评分完全依赖平台算法，传统人际信任被数据评分取代，形成卢曼所言“系统信任”对“人际信任”的殖民。

3. 二手电商平台商品异化的表现与特征

3.1. 商品价值的异化

商二手电商平台中商品价值的异化，本质是资本主义生产关系在流通环节的再生产。马克思在《资本论》中指出，商品具有使用价值与交换价值的双重属性，但在数字资本主义语境下，这一二元结构被符号价值与数据价值进一步解构。鲍德里亚的符号政治经济学指出，消费社会的商品价值已从“物的功能性”转向“符号的差异性”[8]。这种符号异化的核心在于平台对商品意义的重新编码——商品流通不再是资源再生的实践，而是用户对“循环人设”的符号消费。与此同时，商品价值的异化延伸至数据维度。福克斯的数字劳动理论指出，用户交易行为产生的数据流被平台无偿占有并转化为生产资料，商品本身沦为数据生产的媒介。平台通过动态定价算法将商品价值与其流量贡献度绑定，形成“数据-资本”的价值转化闭环。这种数据殖民不仅消解了循环经济“减量化”的生态目标，更通过流量至上逻辑刺激非必要消费，导致资源消耗的隐性增长。

3.2. 交易过程的异化

交易过程的异化体现为数字技术对传统交易权力结构的系统性重构。福柯的规训理论揭示了权力如何通过微观技术渗透社会肌理，而在二手电商平台中，算法成为新型规训工具的核心载体。平台通过技术黑箱建构“技术权威”，将商品状态的解释权垄断于算法逻辑之中。以成色分级为例，“九五新”、“九成新”等模糊标准的设定缺乏客观依据，检测算法的权重分配亦未向用户公开，形成单向度的话语霸权。这种算法宰制不仅消解了用户的知情权，更迫使其在信息不对称中被动接受平台设定的交易规则，构成福柯所述的“全景敞视主义”的数字演绎——用户处于永久可见性监控下，而平台的算法权力却隐匿于技术中立性的伪装之后。信任机制的异化进一步加剧了交易权力的失衡。卢曼的“系统信任”理论指出，现代社会的复杂性迫使个体依赖抽象系统如法律、技术建立信任。在二手电商生态中，平台通过信用评分体系将人际信任简化为可计算的风险参数，主体间的道德约束被数据标签取代。然而，这种数字化转型并未消弭信任危机，反而通过技术权威的合法性建构强化了权力不对等。

3.3. 用户关系的异化

用户主体的异化是二手电商平台商品异化的最终归宿，其核心矛盾在于用户同时扮演“交易主体”与“劳动客体”的双重角色。福克斯的数字劳动理论指出，平台经济中用户的无偿数据生产行为构成新型剥削形式：浏览轨迹、交易评价等用户行为数据被算法捕获并私有化，转化为平台优化流量分发、广告投放的生产资料。在此过程中，用户从交易参与者异化为“产消者”，其主体性被压缩为数据标签下的交易符号，劳动价值被平台无偿占有。更深层的异化表现在交往理性的系统性瓦解。哈贝马斯强调，主体间通过话语协商达成共识是现代社会的理性根基，但平台规则以工具理性压制了这一过程。二手交易中，用户协商空间被标准化流程挤压，情感联结让位于效率至上的交易逻辑。这种交往异化消解了循环经济倡导的“资源共同体”愿景。

4. 异化生成的多重逻辑解构

4.1. 资本增殖逻辑

资本增殖逻辑在循环经济语境中呈现为对生态价值的符号化收编与剩余价值的跨维度攫取，构成商品异化的动力内核。马克思指出，资本的本质是通过占有剩余劳动实现价值增殖，这一过程在数字资本主义时代被重构为“符号-数据”双重剥削机制。在二手电商平台中，资本首先通过“环保认证”、“碳积分”等符号体系将循环经济异化为意识形态装置。商品的使用价值损耗被“绿色叙事”遮蔽，交易行为转化为用户对道德符号的消费剧场，进而形成“虚假绿色溢价”，有的奢侈品溢价率达 30%~50%，实质是为资本积累披上合法性外衣[9]。

更深层的增殖逻辑体现为资本的跨域整合能力。平台通过技术垄断与资本集中构建全球性聚合式垄断，形成“根茎式”权力网络：既掌控供应链上下游的垂直垄断，又通过业务矩阵扩张实现对替代品市场的平行垄断。这种垄断模式突破了传统地域限制，借助金融资本对平台生态的渗透，将循环经济降维成资本突破增长极限的工具[10]。最终，资本增殖逻辑与政策执行弹性形成共谋。尽管《循环经济发展规划》强调资源再生目标，但平台通过绿色金融杠杆将生态指标置换为 GMV 增长率，使政策红利沦为资本扩张的修辞策略。资本对循环经济的工具化收编，本质是数字时代剩余价值生产的适应性重构：通过符号劫持与数据垄断，资本在维持积累秩序的同时完成了对生态伦理的系统性消解，形成“绿色增长”掩盖下的新型剥削范式。

4.2. 技术逻辑的宰制

数字技术的发展本可为资源循环提供技术赋能，但在资本逻辑裹挟下，技术异化为权力支配的工具。海德格尔关于“技术的座架”理论指出，现代技术并非中性工具，而是塑造人类生存方式的支配性框架。二手电商平台通过算法黑箱建构“检测权威”与“定价权威”，其技术标准的不透明性实质是权力关系的技术化编码。算法不仅重构了商品价值的评估体系，更通过用户行为的可计算化实现社会关系的再生产。哈特穆特·罗萨的社会加速理论进一步揭示：技术对流通效率的极致追求压缩了主体的反思空间，使异化状态被体验为“不可避免的现代性代价”。[11]

4.3. 制度与文化的缺位

商品异化的制度根源在于政策执行的弹性空间与消费主义的符号驯化合谋，为资本与技术逻辑的扩张提供结构性条件。政策层面，《旧货流通管理办法(试行)》等法规虽确立平台责任框架，却因质检标准、定价规则等细则缺位形成制度盲区，平台得以通过自定“九五新”等主观分级标准垄断定价权，将生态治理成本转嫁至社会。技术治理的透明度困境进一步加剧制度失效：算法黑箱以“商业机密”之名规避监管，用户知情权被系统性剥夺，技术中立性沦为权力支配的修辞伪装。与此同时，消费文化在资本符号暴力下发生异化：Z 世代“环保意识”被收编为“伪循环消费”，二手商品通过“绿色认证”、“复古标签”等符号运作，异化为身份展演的道德道具，鲍德里亚的符号政治经济学批判在此具象化为生态关怀的能指狂欢。制度缺位与符号驯化的结构性互动，本质是数字资本主义对循环经济伦理的系统性消解——政策滞后为资本扩张降低合规成本，文化异化则瓦解主体抵抗潜能，二者共同构筑了异化再生产的制度温床。

5. 治理路径：构建去异化的二手电商生态

5.1. 价值回归：构建基于使用价值的流通标准体系

资本与技术逻辑对商品使用价值的双重剥离，要求重构以资源效能为核心的流通标准体系，推动二

手交易从“流量竞逐”回归“价值再生”的本质逻辑。这一体系的建构需立足制度刚性、技术透明与全球协同三重维度：制度层面，国家主导的分级标准是破解平台主观定价的关键。需修订《循环经济促进法》，依据商品类别设定量化指标：3C 数码类明确电池循环次数(≥ 500 次为 B 级)、屏幕磨损率等技术阈值；服饰类参照《纺织品色牢度试验方法》(GB/T 3920)界定色牢度与起球等级，替代“九五新”等模糊表述。政策执行上可借鉴欧盟《生态设计指令》，将标准实施纳入地方政府考核，强化监管刚性。技术层面，区块链存证机制为质检透明化提供基础设施。通过分布式账本记录检测时间、设备编号及操作者信息，用户可溯源核验，破解平台技术黑箱。同时，引入 CMA 认证第三方机构介入高价商品鉴定，构建“检测 - 存证 - 追溯”全链条可信体系，消解转转 AI 验机报告的信任危机。定价机制，需遏制算法操控引发的价值扭曲。市场监管总局可联合行业协会建立品类基准价浮动区间，依托历史交易数据限制动态调价幅度，并开放用户集体议价功能，平衡平台与个体的博弈权。

5.2. 技术驯化：算法透明化与责任重构

算法权力的无序扩张是商品异化的技术根源，其驯化需通过透明化路径与责任框架重构，破除技术黑箱对循环经济伦理的遮蔽。技术透明化要求算法决策逻辑的可解释性与数据主权的公共回归。依据《数据安全法》与欧盟《数字服务法》，平台需公开影响商品分级的核心参数权重(如电池健康度、屏幕磨损率占比)，并通过可视化工具向用户展示逻辑链路。区块链技术的引入可重构质检透明度：检测时间、设备编号等数据经分布式账本存证，用户通过哈希值核验信息完整性，打破平台对检测数据的垄断性控制。算法伦理的嵌入是技术驯化的价值内核。在 UNESCO《人工智能伦理建议书》框架下，二手平台算法需预设碳足迹核算与资源节约效能评估功能，禁止利用环保偏好诱导非理性囤积[12]。人机协同治理范式可借鉴“一键防网暴”机制，当用户遭遇恶意竞价时，算法自动屏蔽攻击性内容并启动人工介入，实现效率与公平的均衡。国际协同层面，我国应推动《自动化决策安全要求》与欧盟《人工智能法案》的透明度条款互认，建立跨境算法“白名单”机制，降低技术性贸易壁垒。

5.3. 协同治理：多元主体的动态制衡网络

二手电商平台的商品异化本质是资本、技术与制度逻辑的共谋结果，破解困境需构建“政府 - 平台 - 第三方 - 用户 - 国际组织”五位一体的协同治理网络，通过权力制衡与资源整合实现生态价值本位回归。这一网络遵循“规则共建 - 责任共担 - 价值共享”的逻辑框架，旨在突破单一主体治理的局限性。首先，政府需通过立法创新与执法强化填补制度真空。一方面，修订《循环经济促进法》增设二手商品流通专章，明确质检标准、定价规范与平台责任边界。另一方面，整合市场监管总局、工信部与生态环境部职能，设立“二手经济跨部门联合工作组”，定期发布《二手电商平台合规性评估报告》，对违规行为实施阶梯式处罚[13]。

其次，平台需从“流量中介”向“生态责任主体”转型。其一，建立“碳积分 - 流量分配”联动机制，将商品流通的减碳量折算为平台流量扶持权重，激励卖家优先展示高环保价值商品。推行全链路责任追溯，要求 C2B2C 模式平台承担质检失误连带责任，若用户因虚标成色遭受损失，平台需先行赔付并追溯上游供应商责任。其三，开放非敏感数据接口，支持第三方开发比价工具与信用评分模型，打破数据垄断闭环。最后，用户既是治理对象也是治理主体，需通过激励机制激活其生态意识。其一，推出“个人碳账户”，将二手交易减碳量转化为消费折扣或税收优惠，形成“环保行为 - 经济收益”的正反馈。其二，建立“公益诉讼基金”，允许消费者组织对系统性侵权发起集体诉讼，胜诉后可获得平台年营收 1%~3% 的惩罚性赔偿。其三，开放“算法共治社区”，用户可对推荐逻辑提出改进提案，经第三方评估后纳入算法迭代。

6. 结论

二手电商平台的商品异化本质是资本、技术与制度逻辑协同作用的结构性产物。资本通过符号化收编将环保承诺异化为流量竞争工具，技术黑箱以算法权威重构交易权力关系，制度缺位则为异化提供弹性空间，三者共同消解循环经济的生态内核。研究发现，商品从使用价值载体降维为数据入口，用户从交易主体沦为数字劳工，信任从人际互动简化为算法评分，形成“绿色增长”掩盖下的系统性悖论。治理需构建“标准-技术-协同”三维框架：量化分级标准遏制定价乱象，区块链存证破解技术垄断，碳积分流量联动机制推动平台责任重构。未来需聚焦跨境标准互认、算法伦理嵌入与政策刚性约束，通过制度革新与技术驯化的协同，实现二手电商从“资本竞逐”向“生态正义”的范式转型，为全球循环经济治理提供中国方案。

参考文献

- [1] 广东省人民政府粤企政策通. 二手交易火 循环经济热[EB/OL]. 2024-04-08.
https://sqzc.gd.gov.cn/sqzt/content/post_4403204.html, 2025-04-27.
- [2] 孙伟平, 尹帮文. 论数字资本主义时代消费异化的基本特征[J]. 江汉论坛, 2023(12): 60-67.
- [3] 中华人民共和国生态环境部. 中华人民共和国循环经济促进法[EB/OL]. 2018-11-14.
https://www.mee.gov.cn/ywgz/fgbz/fl/201811/t20181114_673624.shtml, 2025-04-29.
- [4] 杨雪峰. 循环经济学[M]. 北京: 首都经济贸易大学出版社, 2009.
- [5] 刘子檀. 框架理论下二手电商争议调节机制研究——以闲鱼小法庭为例[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 937-944.
- [6] 新华网. 二手手机回收市场亟待规范[EB/OL]. 2024-01-23.
<https://www.news.cn/tech/20240123/ae6683d03ab04ec9ac0b9a826272ef5b/c.html>, 2025-05-08.
- [7] 新华网. 闲鱼 2024 财年减碳数据发布 用户累计减碳 659.4 万吨[EB/OL]. 2024-07-23.
<https://www3.xinhuanet.com/tech/20240723/0dd85a746a0b463698a3fce867bd761b/c.html>, 2025-05-11.
- [8] 徐嘉薇, 马玉欢. 符号超越价值: 鲍德里亚“符号消费理论”的再解读[J]. 哲学进展, 2025, 14(4): 56-61.
- [9] 范和生. 二手消费的特征呈现与动力支持: 基于“认同-工具-环境”的三维转型[J]. 社会科学辑刊, 2021(5): 74-83+209.
- [10] 韩文龙. 平台经济全球化的资本逻辑及其批判与超越[J]. 马克思主义研究, 2021(6): 134-145.
- [11] 哈特穆特·罗萨. 新异化的诞生——社会加速批判理论大纲[M]. 郑作戡, 译. 上海: 上海人民出版社, 2018.
- [12] 中国科学院科技战略咨询研究院. 联合国教科文组织发布《人工智能伦理建议书》[EB/OL]. 2022-06-06.
https://casisd.cas.cn/zkcg/ydkb/kjzcyzskb/2022/zczskb202202/202206/t20220606_6458039.html, 2025-05-19.
- [13] 陈玉婷. 国内平台经济研究的发展与现状综述[J]. 社会科学前沿, 2024, 13(8): 470-481.