

马克思流通费用理论视角下农产品电商成本结构优化研究

王龙涛

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年7月8日; 录用日期: 2025年7月22日; 发布日期: 2025年8月15日

摘要

农产品电商作为衔接小农户与大市场的重要纽带, 已成为畅通国内大循环的关键节点, 本文基于马克思流通费用理论, 系统研究农产品电商成本结构的优化路径。研究发现, 在数字经济背景下, 该理论呈现新特征: 纯粹流通费用因平台算法与数据壁垒异化扩张, 生产性流通费用因冷链物流等新需求面临效率与价值再平衡, 两类费用边界日益模糊。研究揭示了当前农产品电商的核心矛盾: 纯粹流通费用过高挤压利润、生产性流通费用效率不足、小农户参与成本高昂。据此, 提出加强平台交易规则治理以遏制纯粹流通费用不合理扩张; 通过技术创新与流程优化提升生产性流通效率; 构建小农户数字支持系统降低其参与边际成本等优化策略, 以期为促进农产品电商生态的公平、高效发展, 实现农民增收与农村消费双提升的政策愿景提供理论基石与实践范式。

关键词

马克思流通费用理论, 农产品电商, 成本结构优化, 纯粹流通费用, 生产性流通费用

Optimizing the Cost Structure of Agricultural E-Commerce from the Perspective of Marx's Theory of Circulation Costs

Longtao Wang

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 8th, 2025; accepted: Jul. 22nd, 2025; published: Aug. 15th, 2025

Abstract

Agricultural e-commerce, as a vital link between small farmers and the broader market, has become

文章引用: 王龙涛. 马克思流通费用理论视角下农产品电商成本结构优化研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(8): 1358-1364. DOI: 10.12677/ecl.2025.1482655

a key node in facilitating the domestic economic cycle. Based on Marx's theory of circulation costs, this paper systematically explores the optimization pathways for the cost structure of agricultural e-commerce. The study finds that in the context of the digital economy, the theory exhibits new characteristics: pure circulation costs have expanded anomalously due to platform algorithms and data barriers, while productive circulation costs face a re-balancing of efficiency and value due to new demands such as cold chain logistics. The boundaries between these two types of costs are becoming increasingly blurred. The research reveals the core contradictions in current agricultural e-commerce: high pure circulation costs that squeeze profits, insufficient efficiency of productive circulation costs, and high participation costs for small farmers. Accordingly, the paper proposes optimization strategies, including strengthening the governance of platform trading rules to curb the unreasonable expansion of pure circulation costs, improving the efficiency of productive circulation through technological innovation and process optimization, and establishing digital support systems for small farmers to reduce their marginal participation costs. These strategies aim to provide a theoretical foundation and practical paradigm for promoting fair and efficient development of the agricultural e-commerce ecosystem, and for achieving the policy vision of increasing farmers' incomes and boosting rural consumption.

Keywords

Marx's Theory of Circulation Costs, Agricultural E-Commerce, Cost Structure Optimization, Pure Circulation Costs, Productive Circulation Costs

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

农村电商的高质量发展是响应国家乡村振兴战略部署的核心路径。2025 年中央一号文件明确提出加快构建现代化农村流通体系,将农村电商列为推动乡村产业振兴的关键抓手,并配套数字基础设施升级、供应链协同等专项政策。农产品电商作为数字经济与实体经济深度融合的重要载体,在推动农业生产标准化、拓宽农产品销售渠道、提升农民数字素养等方面发挥着重要作用,成为实现共同富裕的重要引擎。马克思流通过程理论系统揭示了商品流通过程中生产性流通过程与纯粹流通过程的辩证关系,通过对运输、仓储、信息传递等环节的成本解构,为优化农村电商供应链效率、破解农产品上行“最初一公里”和工业品下行“最后一公里”难题提供了科学方法论[1]。深入挖掘马克思流通理论的时代价值,有助于构建符合中国国情的农产品电商成本控制体系,推动农业农村现代化建设行稳致远。

2. 理论分析: 马克思流通过程理论在农产品电商语境中的再阐释

2.1. 马克思流通过程理论基本概述

资本在循环过程的流通领域里,不仅要消耗一定的流通时间,而且还要耗费各种费用,这些使用于流通领域并为流通服务的各种费用,就叫做流通过程费用。由于商品在流通领域的运动包含着两个不同的过程,一个是商品的使用价值的运动过程,另一个是商品的价值形态的变化过程。马克思把流通过程费用分为三类:纯粹流通过程费用、保管费用和运输费用。

纯粹流通过程费用是资本在货币与商品形态转换过程中所发生的非生产性支出,不能增加商品价值。马克思认为:“劳动时间除了耗费在实际的买卖上外,还耗费在簿记上;此外,簿记又耗费对象化劳动,如

钢笔、墨水、纸张、写字台、事务所费用。因此,在这种职能上,一方面耗费劳动力,另一方面耗费劳动资料。这里的情况和买卖时间完全一样。”[2]由此可见,纯粹流通费用主要包括广告推销费、簿记费用、通信费及商业雇员工资等。

劳动产品已经生产出来但尚未进入消费过程的时候,这些产品往往有一定的时间必须加以保存储藏,对于储存各种生产资料和消费资料而使用的费用,就称之为保管费用。“在产品作为商品资本存在或停留在市场上时,也就是在产品处在它从中出来的生产过程和它进入的消费过程之间的间隔时间,产品形成商品储备。”[3]商品储备主要由两种原因产生:一是因价值形式转化或价值保存而产生,一是因保存使用价值而产生。因商品的价值形式转化或价值保存而引起的保管费用,属于纯粹的流通费用,要从剩余价值中扣除;因保存商品的使用价值从而保存商品的价值引起的保管费用,则属于生产性流通费用,它会创造价值和剩余价值并追加到所保管的商品中。

运输费用,是指把商品从甲地运输到乙地时,使用在运输上的各种费用。“商品在空间上的流通,即实际的移动,就是商品的运输。运输业一方面形成一个独立的生产部门,从而形成生产资本的一个特殊的投资领域。另一方面,它又具有如下特征:它表现为生产过程在流通过程内的继续,并且为了流通过程而继续。”[2]因而投入运输方面的费用,是同保管费用一样,是生产性的流通费用,它将追加到商品价值中。

简而言之,可以把流通费用分为纯粹流通费用和生产性流通费用。由价值形式变换所引起的费用是纯粹流通费用,不但不创造剩余价值,还要从剩余价值中扣除给予补偿。由使用价值的保存和位移所引起的费用属于生产性流通费用,与生产费用一样,创造价值和剩余价值并追加到商品之中,增加商品的价值和剩余价值。

2.2. 电商语境下流通费用结构的演化

在农产品电商的具体实践中,马克思流通费用理论正被赋予新的时代内涵:一方面,平台佣金、流量推广、技术服务等纯粹流通费用因算法与大数据壁垒的介入而持续膨胀;另一方面,以冷链运输、仓储、包装为代表的流通过程中继续创造价值的生产性费用,则在即时配送与分拣自动化的推动下,其价值贡献与成本效率需重新评估。

首先,纯粹流通费用被数字化拆解与放大。在传统流通体系中,纯粹流通费用主要体现在广告、买卖人员工资和簿记成本等;而在农产品电商平台上,这部分开支演化为平台佣金、流量推广费与技术服务费,并通过算法竞价机制进一步放大。例如,阿里巴巴于2024年9月起对天猫和淘宝商家统一收取0.6%的基础技术服务费,并在此基础上按品类加收2%~5%不等的附加费,使得非生产性平台费用总体占比攀升至交易额的5%~7%。¹与此同时,商家若想获得更多推荐流量,必须参与CPC(按点击付费)/CPM(按展示付费)等竞价推广,这种费用并非固定,而是随平台流量供求和算法权重动态波动,其成本常常占到销售额的高位区间。通过将纯粹流通费用拆分为基础服务费、品类附加费、广告竞价费 and 数据分析费等多重杠杆,数字平台在原有“合理且必要”费用之外,又增设了隐性抽取机制,极大地放大了商家的非生产性支出[3]。

其次,生产性流通费用承载了新功能,其价值属性亟待再定义。在生鲜电商领域,冷链运输和仓储费用已成为物流成本的核心要素,通常占整个物流开支的30%~40%[4]。然而,《中国农产品产地冷链物流发展报告(2024)》指出,2023年我国农产品产地综合低温处理率为32.0%,比2020年提高了11个百分点,但仍远低于肉类和水产品的80%以上,表明冷链体系覆盖与运行效率依然偏弱。与此同时,为满

¹数据来源: Alter. 详解电商三巨头的运营成本: 商家的压力到底来自哪? [EB/OL]. 新浪财经, 2024-08-12. <http://finance.sina.cn/tech/2024-08-12/detail-incikkxe2496959.d.html>

足“48小时送达”“坏果包赔”等电商承诺，商家还需在前置仓建设、即时配送网络和溯源认证上投入额外成本，这些支出虽在传统意义上属于生产性流通过费用，却已部分转化为依赖平台数字化能力的履约成本[5]，凸显出其价值创造功能与成本效率的再平衡需求。

最后，二元划分下的费用边界日益交融。在数字平台利用大数据和算法壁垒的驱动下，原本隶属于生产性环节的增值服务——如供应链金融、大数据分析溯源认证被统一打包为“技术服务费”，纳入纯粹流通过费用体系。平台进一步通过阶梯式佣金和定向流量补贴，对商家实施差异化收费，从而将必要的价值保存和增值支出，转化为非生产性的成本增长点。与此同时，随着直播带货与社群团购等模式的兴起，线上交易的即时性和场景化趋势愈发显著，物流和交易环节在时间和空间上被高度压缩。这种“时空压缩”不仅提升了流通效率，也模糊了生产性与流通性支出的边界，使得费用的性质与分配方式在不断重塑，这种变化使得马克思传统的流通过费用二元划分在电商语境下变得日益交融与模糊，呈现出费用功能混合化、界限动态化的新特征。

3. 问题审视：农产品电商流通过费用结构的现实矛盾

3.1. 问题一：纯粹流通过费用的异化扩张与利润挤压

在马克思看来，纯粹流通过费用是指商品在货币—商品—货币循环过程中所发生的非生产性支出，其本质应仅为价值实现提供必要补偿，而不得增厚商品价值。然而，在农产品电商平台上，这些费用被“数字化拆解”成多层次的软件与数据服务费，并借助平台的议价权和算法治理机制持续放大。具体而言，诸如基础技术服务费、品类附加费、流量竞价费与大数据分析费等多重项目，不仅叠加在交易金额之上，而且随着平台流量紧张与算法调整不断攀升，使纯粹流通过费用超出“必要且合理”的范围。

据中国农科院信息所数据监测，2023年全国农产品网络零售额7301.8亿元，同比增长6.6%，平台经济对流通成本的影响尤为显著。一些平台虽以“零佣金”吸引小微农户入驻，但往往通过后续的流量补贴模式、数据服务套餐等方式，实现对于纯粹流通过费用的隐性收取。在这种背景下，生产者在承受必要的非生产性支出的同时，还需面对多层级、动态化的数字化费用项目，整体上增加了交换环节的成本负担，并在一定程度上压缩了农户的利润空间。由此可见，数字平台正通过对纯粹流通过费用的“拆解—重组—套利”操作，将本应有限且透明的交换支出异化为动态且隐蔽的隐性租金。

3.2. 问题二：生产性流通过费用效率较低与价值浪费

在马克思看来，生产性流通过费用应在流通过过程中继续发挥生产性劳动的功能，为商品的使用价值保存和转移贡献实际增值。理想状态下，它不仅不应成为阻碍，反而应在价值链中发挥正向支持作用。然而，农产品电商在快速布局“产地仓—前置仓+即时配送”模式的过程中，虽在基础设施建设上已有显著投入与成效，却在效率与浪费两端同时显现“成绩”与“不足”。

一是冷链运行效率与标准化水平尚存短板。《农产品产地冷链研究报告》显示，当前我国果蔬、肉类和水产品的冷链运输率分别达到35%、57%和69%。相较于十年前水平有了明显提升，也初步支撑了电商对生鲜品质的保障需求。但从田头到餐桌的“全链路”冷链网络尚未完全打通。产地冷库与城市分拨中心之间的温控监测多依赖传统手段，断链比例仍然较高。《农产品产地冷链物流服务规范》已于2023年发布，却因执行层面缺乏配套监管与技术跟进，标准化推进步伐仍显滞后。这一“软环境”不匹配硬设施投入，使得部分冷链环节无法持续维持低温，这也就导致我国生鲜农产品的流通损耗率一直居高不下。

二是包装与分拣自动化推广不够，资源浪费依然可见。在农产品电商中，高频次、小批量、多品类的特征，对包装与分拣提出了更高要求[6]。尽管部分头部企业已使用仓储管理、温湿度监控、GPS和运

输调度系统,损耗率在局部场景逐渐降低。但全国范围内,这类智能化投入尚未完全普及,人工分拣与常温包装依旧占据主导,“最后一公里”的农产品破损与腐烂现象依然存在。

3.3. 问题三:小农户数字能力薄弱,数字参与成本较高

我国小农户参与农产品电商面临数字能力与参与成本的双重约束,直接推高流通环节的边际成本。在技术层面,《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示,截止2025年6月,我国农村地区互联网普及率为69.2%,较2018年12月提升30.8个百分点,5G网络实现乡镇及有条件行政村全覆盖。但城市和乡村的互联网接入差距仍形成结构性障碍,偏远地区网络带宽不足、设备老旧引发的传输延迟与信号不稳定,迫使小农户需额外支付设备升级、流量加购等显性成本,同时因操作中断导致的订单流失、物流衔接失误等隐性损耗,实质抬升了流通环节的技术性摩擦成本。

在人力资本层面,现行培训体系加剧了能力建设成本。虽然我国已初步构建覆盖全国的培训网络,2018~2023年累计培训电商骨干3000余人,开展“农村青年主播”培训12场,线上线下参训超116万人次。²但课程过度聚焦网页注册、视频拍摄等表层技能,缺乏数据分析、供应链管理等核心内容。且部分机构为追求培训效率,将复杂电商运营简化为固定流程,教学方法趋向“模板化”,导致农户难以培养市场应变能力,导致决策成本上升。更重要的是,各部门各自为政形成多头管理下的重复培训、重复开课现象,导致资源分散、碎片化,使单个农户技能培养的边际成本居高不下。

4. 优化路径:对应流通费用问题的结构性重塑策略

4.1. 对策一:治理纯粹流通费用异化,重塑平台交易规则

为遏制平台抽成与流量费的非理性扩张,应当从制度层面和市场多元化两方面入手。

4.1.1. 平台抽成治理机制

通过立法或强化行业监管,设定农产品电商平台抽成比例上限,采用“基础抽成+阶梯递减”复合定价模式。例如,基础抽成设为5%(农产品类目),商家月销售额超50万元后,超额部分抽成降至3%;超100万元后,超额部分抽成降至2%,实现平台与商家共赢。针对平台可能的变相施压或费用拆解规避行为,政府可建立“服务质量红黑榜”,每月公布服务达标率,对连续3个月不达标平台暂停非农产品类目抽成上限放宽资格;实施“总费用上限管控”,规定费用总和不超阶梯抽成比例,附加费变动需提前15天备案。

4.1.2. 信息公开与算法透明

推动平台按照监管要求公开关键算法指标与推荐规则,设立由行业专家、法律学者、商家代表组成的第三方监管与审核机制。对重点农产品电商平台,建立“流量使用报告”制度,每季度向监管部门提交流量分配明细、竞价规则变动说明及抽成使用情况。为确保信息真实,第三方机构可随机抽取一定比例的商家进行流量数据核对,若发现平台数据造假,监管部门可罚款,并责令公开道歉。只有在算法透明、规则公开的前提下,平台与商家才能在公平环境中博弈,从而抑制流量推广费的膨胀。

4.1.3. 推动多元流通渠道建设

鼓励和支持农户发展自营电商渠道,包括微信小程序、社区团购、自有品牌网店等,以分散对单一平台的依赖。地方政府可设立“电商创业孵化基金”,为农民合作社、家庭农场上线自营店提供注册补贴、技术对接和渠道推广支持,使农产品从“平台-消费者”简单链条,演化为“多平台+自运营”

²数据来源:农业农村部. 对十四届全国人大二次会议第7680号建议的答复[EB/OL]. 2024-08-23 [2025-07-22].
https://www.moa.gov.cn:10443/govpublic/SCYJJXXS/202409/t20240904_6461860.htm

复合网络，从根本上降低纯粹流通费用占比。

4.2. 对策二：提升生产性流通费用效率，实现价值链升级

生产性流通费用的优化，关键在于基础设施投入、标准化建设与绿色激励三者协同发力。

4.2.1. 冷链体系建设

中央和地方应加大对县域及乡镇冷链网络的财政补贴力度，可采取“建－补－助”三阶段模式：第一阶段(建)：由政府贴息或 PPP (政府和社会资本合作)模式投资建设冷链设施；第二阶段(补)：对冷链物流企业运营成本给予 30%~50%补贴；第三阶段(助)：对冷链设备维护与技术升级设立专项资金[7]。与此同时，推广“产地仓＋冷链直达”模式，减少中转环节，加强数据化温控监测，实现生鲜物流损耗率稳步下降。

4.2.2. 标准化与智能包装

制定并推广国家级农产品分级分销标准，在各主产区试点推行“优果优价”分级销售机制。具体而言，围绕果实大小、着色度、瑕疵率等设定分级指标，试点地区的农业农村局组建专业的“分级认证队”，为农户提供免费的农产品初检服务。一旦农产品通过检验，便会被赋予相应的分级标识，以此作为市场交易中品质与价格的重要依据。在智能分拣中心的建设方面，采用“政府投资＋企业租赁”的创新模式。政府可按照每县布局一个分拣中心的规划，配备先进的智能化设备，如基于机器视觉技术的高精度分拣机，以及具备自动称重、打包功能的包装机等。企业则根据实际分拣量支付使用费用，而农户能享受到可观的费用补贴。尽管引入统一标准与智能化设备会使包装与分拣环节的成本有所上升，但从长远来看，这些举措能显著降低农产品在流通过程中的损耗率，进而大幅削减整体流通成本，实现降本增效的目标。

4.2.3. 绿色流通激励

对采用可降解、可循环利用包装材料的电商主体，实施包装材料增值税即征即退政策，并将绿色包装纳入电商平台的优先推荐指标。对通过环境友好型认证的农产品，平台可以给予免费流量或降低佣金激励，引导市场消费偏好向“绿色流通”倾斜[8]。同时倒逼电商企业与物流业者优化包装设计与运输路线，减少生态成本外部化。

4.3. 对策三：构建小农户支持系统，降低数字边际成本

提升小农户在数字经济中的参与度，是缩小规模化主体与个体经营成本差距的关键。

4.3.1. 数字赋能计划

政府与行业协会可联合推出“新农人”等培训认证项目，政府与行业协会联合推出“新农人”培训认证项目，培训内容包括：电商运营、直播带货、数字营销。培训结束后，通过理论考试与实操考核(开设店铺并完成一定交易量)者，颁发“新农人认证证书”，凭证书可享受后续的物流与营销补贴。设立“电商村主任”岗位，选聘有电商从业经验、本地户籍的青年返乡担任专职辅导员，常驻乡村为农户提供“一对一”落地服务，逐步提高培训覆盖率。

4.3.2. 数字服务普惠机制

建立由农业农村部或地方政府主导的公共 SaaS (标准化软件服务系统)服务平台，免除小农户订阅费，提供标准化的店铺管理、订单处理、溯源标识及基础营销功能。通过 API (通信协议)免费对接国家级农产品大数据中心，向小农户开放流量监测、价格走势、潜在客群等数据，帮助其在营销和生产决策中降低信息获取成本[9]。

4.3.3. 建立流通公平基金

以平台销售额为基数，对所有参与农产品电商的大型企业征收合理范围内的“流通公平税”，例如，对年销售额1亿元以下的农产品电商企业免征基础税；1亿至10亿元部分按0.5%征收，超过10亿元部分按1%征收超额税。预计年筹资规模维持50~80亿元目标，资金由中央财政代管。设立“农产品电商产业发展基金”，管委会由农业农村部、分层抽选的平台企业、行业协会组成，每季度审核预算，年度审计报告须主动向社会公开。将基金按4:3:3比例分配：培训补贴报销小农户电商培训费用；物流补贴针对冷链物流，按区域差异设定基础补贴；营销补贴支持直播推广，按有效直播时长补贴，上述补贴需设立一定的可验证指标，以确保补贴资金及时到位并精准拨付，使小农户在初期数字化转型中不因高额边际成本而止步。

上述三大对策相互配合，从三方面形成合力：通过规范平台规则遏制纯粹流通过用的不合理上涨，借助设施升级与标准统一提升生产性流通过用的使用效能，依托支持系统降低小农户参与电商的成本门槛。这一系统性方案既契合马克思流通过用理论关于生产性与非生产性费用的辩证逻辑，又能切实回应农产品电商成本结构的现实矛盾，为构建公平高效的行业生态筑牢基础。值得注意的是，随着数字技术的快速迭代，区块链溯源、人工智能算法等新技术正持续重塑流通环节的成本构成。对这些新变化的持续关注与深入分析，将为马克思流通过用理论注入数字时代的实践内涵，推动其在农产品电商领域的研究与应用不断深化。

参考文献

- [1] 刘笑, 靳永鑫. 数字化时代背景下农村电商物流发展的实践困境及对策研究[J]. 物流科技, 2024, 47(16): 83-85.
- [2] 《马克思恩格斯选集》第二卷[M]. 北京: 人民出版社, 1995: 297-299, 307.
- [3] 周端明, 胡啟斌. 马克思流通过用理论的当代价值[J]. 内蒙古师范大学学报(哲学社会科学版), 2024, 53(6): 59-66.
- [4] 梁鸿宇. 纾解生鲜电商的冷链成本之困——中国物流与采购联合会冷链物流专业委员会秘书长秦玉鸣[J]. 中国储运, 2022(12): 29-30.
- [5] 张力. 电子商务发展对商品流通过用的影响分析及经验研究[J]. 黔南民族师范学院学报, 2016, 36(3): 69-73, 77.
- [6] 曹梦鑫. 社区电商背景下农产品供应链风险及策略[J]. 南方农机, 2021, 52(17): 117-119, 128.
- [7] 贺家慧. 乡村振兴背景下贵州省农产品冷链物流高质量发展策略研究[J]. 物流科技, 2024, 47(7): 146-148.
- [8] 浙江省经济信息中心课题组. 加快构建电商快递物流全链条绿色发展新格局[J]. 浙江经济, 2021(11): 41-43.
- [9] 田昕加, 章刘成. 数字经济赋能乡村产业高质量发展: 内在机理与实现路径[J]. 学习与探索, 2024(3): 104-109.