

电子商务平台虚拟劳动剥削探究

——基于马克思劳动价值论

林婉莹

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年8月11日; 录用日期: 2025年8月22日; 发布日期: 2025年9月8日

摘要

在平台经济高速发展的背景下, 电子商务平台通过数据化、算法化手段重构了劳动过程, 催生出以“虚拟劳动”为核心的新型剥削形态。本文基于马克思劳动价值论, 揭示电商平台上用户行为数据生产、内容创作、情感互动等虚拟劳动的价值创造机制及其剥削本质。电商时代的快速发展使得资本的运行方式和剥削形式在悄然发生着变化, 呈现出隐蔽性和复杂性的新特点。马克思劳动价值论作为剖析资本主义经济本质的经典理论, 对于剖析电商时代的虚拟劳动剥削依然具有说服力, 本文运用马克思劳动价值论对电商平台的资本逻辑进行探究, 通过阐述劳动价值论与数字劳动的关联, 揭示电商平台资本对于虚拟劳动的剥削在数据价值创造、商品形式以及数字劳动占有等方面呈现的新特征, 有助于深刻理解数字经济背后的经济关系和社会矛盾, 为理解当代经济关系提供理论依据, 从而为推动数字经济健康发展提供思路。

关键词

电商平台, 数字经济, 劳动价值论, 资本逻辑, 数字劳动

Exploration of Virtual Labor Exploitation on E-Commerce Platforms

—Based on Marx's Labor Theory of Value

Wanying Lin

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 11th, 2025; accepted: Aug. 22nd, 2025; published: Sep. 8th, 2025

Abstract

Against the backdrop of rapid development of the platform economy, e-commerce platforms have

文章引用: 林婉莹. 电子商务平台虚拟劳动剥削探究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 771-778.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1492976

reconstructed the labor process through data-driven and algorithmic means, giving rise to a new form of exploitation centered around “virtual labor”. This article is based on Marx’s labor theory of value, revealing the value creation mechanism and exploitative nature of virtual labor such as user behavior data production, content creation, and emotional interaction on e-commerce platforms. The rapid development of the e-commerce era has quietly changed the way capital operates and forms of exploitation, presenting new characteristics of concealment and complexity. Marx’s labor theory of value, as a classic theory for analyzing the essence of capitalist economy, still has persuasive power for analyzing the exploitation of virtual labor in the e-commerce era. This article uses Marx’s labor theory of value to explore the capital logic of e-commerce platforms. By elaborating on the relationship between labor theory of value and digital labor, it reveals the new characteristics of the exploitation of virtual labor by e-commerce platform capital in terms of data value creation, commodity form, and digital labor possession. This helps to deeply understand the economic relations and social contradictions behind the digital economy, provides theoretical basis for understanding contemporary economic relations, and provides ideas for promoting the healthy development of the digital economy.

Keywords

E-Commerce Platform, Digital Economy, Labor Theory of Value, Capital Logic, Digital Labor

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

在数字经济浪潮的推动下，电子商务平台已深度融入社会经济运行成为商品流通与价值创造的核心领域，催生了主播、客服、代运营、数据标注员等大量虚拟劳动岗位。这类劳动以数字化、碎片化、灵活化的特征区别于传统工业劳动，电子商务平台利用数据与技术掩盖了资本剥削的本质。马克思劳动价值论指出，劳动是价值的唯一源泉，剩余价值的产生源于资本对劳动者剩余劳动时间的占有。然而，电子商务平台通过算法管理、任务派发、绩效量化等手段，将劳动过程拆解为标准化单元，既降低了劳动准入门槛以扩大剥削基数，又通过模糊劳动边界、规避用工责任等方式，加剧对虚拟劳动者剩余价值的掠夺。当前学界对电商平台经济的研究多聚焦模式创新与效率提升，对电商平台虚拟劳动剥削的分析较少。本文立足马克思劳动价值论，分析电子商务平台虚拟劳动的价值创造机制与剥削形式，旨在揭示虚拟劳动领域资本剥削的新特征，为保障虚拟劳动者权益、规范平台经济发展提供理论参考与现实依据。

2. 劳动价值论与电商平台数字劳动之关联

2.1. 马克思劳动价值论的核心要义

在商品经济不断演进的漫长历程中，劳动价值论的诞生与发展之路充满坎坷，但即使在商品经济依托信息技术得到高度发展的今天，劳动价值理论对电商经济的健康发展仍具有重要的指导作用。电商经济何以为人民谋福祉？从劳动价值这一视角来看则是电商平台要为人们获取劳动报酬以满足人们物质生活需求做出贡献。探寻劳动价值论就必须提到为近代劳动价值论构筑起理论基石的两位古典政治经济学的代表人物——亚当·斯密(Adam Smith)和大卫·李嘉图(David Ricardo)。斯密在《国富论》中指出国民财富的源泉是各个生产部门的劳动，认为资本要素与劳动要素都是增加国民财富必不可少的要素[1]。在斯密的基础上，李嘉图进一步提出劳动时间决定商品价值，“投在商品内的劳动量，支配商品的交换

价值”[2]。亚当·斯密(Adam Smith)和大卫·李嘉图(David Ricardo)认为资本与劳动之间的关系使劳动者得到了生活资料,使资本家得到了利润,因而资本所有者与劳动者都实现了各自的利益。似乎资本所有者与劳动者之间呈现的是一种共赢的良性循环。

而马克思是在对古典政治经济学的劳动价值理论进行批判性继承的基础上,重新发展了劳动价值论。马克思肯定劳动创造价值,认同亚当·斯密、大卫·李嘉图等提出的劳动是价值源泉的观点,承认商品价值由劳动决定,肯定了劳动在经济活动中的基础作用。不过马克思与以往理论有显著差异,他透过物与物交换的表象,深入到本质层面,揭示出价值实则是凝结在商品中的无差别人类劳动,这体现了商品生产者之间复杂的社会关系。马克思的劳动价值论指出,商品具有二重性,即使用价值与价值。使用价值指的是商品能满足人们某种需求的属性,它反映的是人与自然之间的物质交换关系;而价值则是凝结在商品中的无差别人类劳动,其本质是人与人之间社会关系的体现。

不仅如此,马克思还提出劳动具有二重性,包含具体劳动与抽象劳动。具体劳动负责创造商品的使用价值,抽象劳动则形成商品的价值。马克思在《资本论》中提到“如果工人能使他的劳动独立存在,他出卖的就是商品,而不是劳动[3]”在资本主义生产体系下,资本家购买的是工人的劳动力,此时劳动力成为商品。工人在劳动过程中,一方面创造出用以补偿自身劳动力价值的部分,另一方面还创造出被资本家无偿占有的剩余价值,而这正是资本主义剥削的核心所在。基于此,马克思以劳动作为分析基点,深入剖析资本主义生产过程,有力批判了古典学派掩盖资本主义剥削真相的错误,明确指出工人的剩余劳动是剩余价值的根源,进而揭示了资本主义剥削的本质及其内在矛盾。

2.2. 电商平台数字劳动与劳动价值论的联结

电商作为数字经济的重要组成部分,不仅改变了传统贸易方式,提升了交易效率,还在一定程度上降低了交易成本[4],但随着电子商务的繁荣而产生的数字劳动剥削带来的负面影响也不能忽视。电子商务平台的数字劳动,是指在互联网技术支撑的电商生态中,劳动者通过数字化工具,如智能终端、算法系统、数据接口等进行的、以创造平台价值为目标的各类劳动形态。其核心特征体现为劳动过程的数字化,这些劳动依托数据采集、算法调度、线上交互完成。本质特征则在于劳动成果的无形化,多表现为数据、流量、服务体验等非物质形态的劳动成果。劳动关系则呈现出平台化特征,劳动者与平台形成依赖算法的新型从属关系,具体包括平台商家的线上运营、内容创作者的商品推广,如直播带货、短视频制作、用户测评、物流配送员的数字化调度服务等。在此需要着重指出普通用户的无意识劳动,如浏览行为、评价反馈、数据分享等都与电商平台构成了无形的劳动关系。可以说,平台经营者不仅对平台内活动和数据具有控制力,而且在缔约过程中占有明显的信息优势并从中获利[5]。这些劳动共同构成电商平台价值创造的链条,是数字经济时代劳动形态的典型演化。

马克思指出,无论劳动形态如何变化,只要它能满足社会需求——即具有使用价值,并凝结人类的抽象劳动,就必然创造价值。电商平台的数字劳动虽以数据、服务等无形形态呈现,但其本质仍是人类脑力和体力的耗费,客服人员的沟通劳动、主播的表演与销售劳动、算法工程师的编程劳动,甚至用户的评价与分享劳动,本质都是为平台提供信用数据,降低交易成本,均通过数字化手段转化为平台的核心竞争力——流量、数据和交易规模。这些要素最终转化为平台的利润,即价值的货币表现,证明数字劳动同样是价值创造的源头。例如,直播带货中主播的选品、讲解、互动等劳动,直接推动商品销售,其劳动强度与销售成果的正相关关系,正是抽象劳动凝结为价值的直观体现。

电商平台企业员工通过具体的专业劳动开发出具有使用价值的数字产品和服务,如各类软件应用、平台在线互动功能助力数字经济的发展;同时,他们的抽象劳动凝结在这些数字产品和服务中,形成价值。而普通用户在互联网平台上的活动,虽然看似没有直接获得货币报酬,但他们的劳动同样具有价值。

当用户在社交媒体上发布内容、点赞、评论，这些行为增加了平台的用户粘性和活跃度，吸引了更多的广告商投放广告，为电商平台创造了商业价值。用户的这些活动实际上是一种广义的劳动，他们通过自己的劳动为平台提供了数据资源，而数据则成为数字经济时代重要的生产要素。数字劳动的价值量同样由生产该数字产品或服务所耗费的社会必要劳动时间决定。在数字经济领域，由于技术创新速度快，生产效率不断提高，社会必要劳动时间也在不断变化。

从本质来讲，电商平台的数字劳动依旧处于马克思劳动价值论的研究范畴之内。在数字经济时代，人们在无形中成为了数字劳动者，人们在使用数字技术的同时为数字产品的生产贡献了许多的生产要素，平台算法推荐也成为影响消费者决策的关键因素[6]，在这一过程中大量劳动者的劳动时间被抽象化，构成了数字产品的价值基础；同时，使用价值则主要体现在数字产品消费者带来的便捷服务和新奇体验中。在电商平台数字劳动普遍存在的背景下，剩余价值的产生同样存在，且表现得更为隐蔽。电商平台借助算法对用户实施管理，在用户毫无察觉的情况下，将用户变成了潜在的劳动者。平台让用户持续处于在线与生产状态，劳动时间和休息时间的界限变得模糊不清，以一种不易察觉的方式延长了劳动时长，为数字资本主义开辟了新的剥削领域。就此，电商平台通过信息技术手段无偿占有了用户的数字劳动所创造出的数据价值，将用户的劳动成果转化为商业利润，这也是一种剥削形式。

3. 电子商务平台虚拟劳动剥削的表现形式

3.1. 数据价值创造与隐匿剥削

在马克思主义哲学范畴里，生产要素是社会物质生产进程里不可或缺的基础构成要素。马克思聚焦于资本主义生产方式下的生产要素，其中核心要素涵盖劳动、生产资料等。劳动作为人类创造财富与价值的直接动力，在马克思主义理论体系里居于关键位置。劳动者借助有计划、有组织的集体劳动，实现商品和服务价值的创造。在传统经济模式中，生产要素主要体现为土地、劳动力、技术以及资金等一切可用于物质产品生产和服务提供的资源与工具。与之不同的是，在电商经济体系下，生产要素呈现为实体商品以及庞大的数据资源。步入数字经济时代，数据已跃升为驱动经济变革的核心生产要素之一。当人类从信息化社会迈入数字经济时代，数据的角色就发生了根本性转变——它不再仅仅是信息载体，而是通过深度嵌入生产与流通环节，成为重构价值链、推动资本增值的关键力量。

那么，在电商时代数据是如何以生产要素的身份融入生产与流通环节的改造，进而助力电商平台实现资本增值的呢？其内在机制与潜在矛盾值得深入剖析。人类进入到数字经济时代后，数据一跃成为信息时代的核心生产要素，数据本质上是可被计算机系统识别、存储与处理的符号化信息。从生产视角看，“数据如同待开发的土地”[7]，蕴含着待挖掘的价值潜力。电商企业通过构建数据采集网络(如用户行为追踪、交易记录分析)，将分散的原始信息转化为结构化数据集；再借助机器学习算法，从海量数据中提取消费偏好、市场趋势等关键洞见，进而优化产品设计与服务流程。例如，电商平台通过分析用户浏览历史，精准预测其潜在需求，实现“人找货”到“货找人”的转型，显著提升交易效率。这种数据驱动的决策模式，不仅降低了生产与流通成本，更催生出个性化推荐、动态定价等新型商业模式，直接推动平台资本价值的指数级增长。

在数字经济时代，电商平台借助对数据的运用来攫取剩余价值，推动资本不断积累与扩张。当民众借助数据工具开展无意识的休闲活动时，用户行为与数据信息相互关联，进而催生出电商平台所需的关键生产要素——数据，数字劳动也随之诞生。数据主导的新型商业形态，像平台经济、共享经济等蓬勃兴起，让资本家得以搭建数据平台，汇聚海量用户，形成网络效应，进而吸引广告商及其他合作方，通过收取交易手续费、获取广告收益、提供增值服务收费等途径，获取丰厚利润。比如大型电商平台在搜索引擎、社交媒体、在线广告等领域占据主导地位后，其基于用户数据的精准营销为其带来了高额收益。

此外，平台借助算法管控，将劳动者的零散时间转化为可量化的“数字劳动时间”，并凭借数据垄断优势，无偿占有劳动者创造的剩余价值。用户在网络上看似自主的行为，实则被卷入资本增值的链条，其情感、注意力、流量等非物质因素都成了被剥削的目标。不仅如此，平台通过大数据推荐、流量分配等机制，进一步加强了对互联网用户的掌控，这也使得用户的主体性逐渐丧失，异化程度不断加深。

虽然数据自身不具备价值创造能力，但用户在社交媒体开展内容创作、在购物网站留下浏览痕迹等数字劳动行为，生成了颇具价值的数据资源。这些数据成为推动电子商务发展的关键力量。平台资本家却免费占有劳动者创造的这类数据资源，并将其转化为商业收益，形成了对劳动力剩余价值的新型剥削模式。在数字经济时代，用户在数据价值创造过程中的贡献被忽视，他们没有从自己产生的数据价值中获得相应的回报。数字平台企业通过复杂的算法和技术手段，将数据转化为商业价值，而用户却对自己的数据被如何使用缺乏足够的知情权和控制权。借助电商平台的技术手段掩盖使得这种剥削方式具有很强的隐匿性，用户往往在不知不觉中为企业创造了价值，却未得到应有的回报。

3.2. 虚拟化和符号化的商品形式对剥削的掩盖

“商品首先是一个外界的对象，一个靠自己的属性来满足人的某种需要的物[8]”根据马克思在《资本论》中对商品的定义，某一物品若要被认定为商品，需同时满足两个核心条件：其一，它必须是人类劳动的产物，即凝结了无差别的人类劳动；其二，其生产目的并非直接满足生产者自身的消费需求，而是通过市场交换实现价值转移，最终进入其他产品的消费链条。这一理论框架揭示了传统商品的本质特征——物质形态与交换价值的统一。然而，随着数字经济时代的到来，商品的形态与价值实现方式发生了深刻变革。在电商平台的推动下，虚拟化与符号化商品逐渐成为主流。这些商品突破了传统物质形态的局限，转而以信息流、数据包或在线服务的形式存在。其价值的来源，既包括社会共识和用户需求，也包含了背后承载的知识与技术。

在数字经济时代，数字劳动贯穿在数字经济中，一种是作为数字技术生产者的直接性的数字劳动者，另一种则是作为用户的间接性的数字劳动者。二者的数字劳动都推动了一种新的商品形式的产生——虚拟化和符号化的商品形式。如今，商品呈现出虚拟化与符号化的特征已成为常态。它们不再囿于传统的实物形态，而是以数字编码或抽象概念的形式示人。这些虚拟化和符号化的商品可以通过互联网下载或在线访问；这些服务都不涉及实体交付，但均可以通过网上支付实现交换。依据大数据对用户喜好信息的抓取，专业的数字技术从业者再以此为依据投入大量的时间和精力进行产品的研发，从而凝聚了人类劳动的数字商品就此生产了出来，但在此过程中，我们常常会忽略了生产用户信息的众多“间接性数字劳动者”。这类商品虽无实体依托，却能直接作用于用户体验，为用户带来娱乐层面的价值，其价值则更多地依赖于符号意义和文化内涵。

虚拟商品的价值形成过程较为复杂，往往受到品牌、文化、用户体验等多种因素的影响。电商平台资本通过塑造品牌形象、营造文化氛围等手段，赋予虚拟商品更高的价值，从而实现对消费者的剥削。数字经济中的虚拟化和符号化商品有独特的社会必要劳动时间衡量方式，以此为基础形成交换价值。如热门网络游戏中的虚拟道具，其交换价值取决于开发成本、市场供需以及玩家对其价值的认可度等因素，这些因素共同决定了虚拟道具在市场上的交换价值，使其能与其他商品或货币进行交换。数据网络平台则为虚拟化和符号化商品提供了广阔的交换空间。以电商平台为例，大量数字内容产品如电子书、音乐等在此交易，平台打破了地域限制，降低了交易成本，提高了交换效率，使这些商品能更便捷地实现交换价值。此外，数字经济中的商品还常常与符号消费紧密结合，消费者购买商品不仅仅是为了满足实际需求，更是为了追求商品所代表的身份、地位和品味等符号价值，电商平台则利用这种消费心理，通过操控符号来获取更多的利润。

3.3. 电商平台资本主义对数字劳动的无偿占有

互联网、大数据、人工智能等新兴技术,不仅推动生产工具发生变革,还重塑了生产力的组织架构,孕育出电商平台这类新型社会化大生产的中介形态。电商平台企业借助构建数字化平台,打通生产者与消费者的连接通道,达成资源的高效调配。在平台经济中,平台上的劳动者和用户的数字劳动为平台创造了巨大的价值,但他们的劳动成果却被平台无偿占有。例如直播平台企业,这些企业为直播人员提供免费或低价的直播技术吸引用户通过平台进行直播,同时,借助用户对直播内容的关注、行为轨迹数据以及社交网络,构建起庞大的流量入口。在此期间,平台不仅依靠广告投放获取收入,还通过数据中介服务、交易抽成等途径实现盈利,甚至利用算法优化达成对市场的掌控与垄断,进一步强化了电商平台资本的集中与剥削。

电商平台资本主义对数字劳动的无偿占有还体现在对内容创作者的剥削上。在一些内容创作平台上,创作者花费大量的时间和精力创作优质内容,吸引了大量的用户关注。比如,网红借助社交媒体平台进行内容创作、开展直播互动等,提供着“非物质劳动”。这类劳动虽与传统制造业中物质产品的生产存在差异,但同样具备社会价值。粉丝的关注度、互动频次,以及由此衍生出的广告收益、商品销量等,都可看作是网红所创造价值的具体体现。在此过程中,网红为平台和广告商贡献了价值,平台通过广告收入、付费会员等方式从创作者的劳动成果中获取巨额利润,但创作者获得的分成却很少。平台凭借其垄断地位和强大的技术优势,制定有利于自身的规则,对平台上的劳动者和用户进行控制和剥削,使得数字劳动的价值无法得到合理的体现和分配。

此外,在电商平台中,劳动者的身份界限变得愈发模糊,个体兼具消费者(用户)与生产者(数据生产者)的双重角色。用户在享受平台服务的过程中,会生成海量数据,这些数据经处理后,便成为平台公司重要的生产要素资源,成为平台生产、创造、交易的价值源泉。以短视频平台为例,创作者通过拍摄并上传短视频来获取流量,不同类型短视频所收获的流量反馈数据存在显著差异。许多媒体公司和电商平台抑或是短视频平台会依据数据反馈,探寻所谓的“流量密码”,进而催生大量同类视频,以开启新一轮的流量攫取,从而达到交易获利的目的。然而在这一过程中,平台的生产者常常忽视平台对自身的中间压榨,平台无偿占有了生产者的劳动成果。这一现象可能引发劳动的深度异化,即劳动者对其自身活动成果——数据的所有权和控制权产生疏离,由此,劳动异化与资本对剩余价值的新型榨取态势开始显现。

4. 电商平台虚拟劳动剥削的治理路径

在电子商务平台中,虚拟劳动剥削是资本通过技术手段深化剩余价值生产的产物,其本质是平台资本对劳动者抽象劳动的无偿占有与异化控制,资本的“隐匿剥削”现象是在新的经济技术条件下资本主义剥削形式的演变。通过基于马克思劳动价值论的分析,我们揭示了数字经济时代平台资本剥削在数据价值创造、商品形式以及数字劳动占有等方面呈现出的新特征。这些新特征表明,尽管数字经济和电商便利给人们的生活和经济发展带来了巨大的变革,但资本主义剥削的本质并未改变,只是剥削的方式依托平台变得更加隐蔽和复杂。这种“遮蔽剥削”对劳动者权益、社会公平和人的精神健康的发展都产生了一定的负面影响。电商平台虚拟劳动剥削的治理,核心在于拨开“虚拟劳动”迷雾,直面数据作为核心生产资料的本质,确认用户在价值创造中的主体地位。这要求我们以理论创新引领制度变革。基于马克思劳动价值理论,我们可以从政府、企业、劳动者个人三个层面探讨治理路径。

4.1. 强化监管与制度保障,构建公平市场环境

首先,无论在发展环境还是政策资金方面,国家都给予了电商企业充分的支持[9],但政府需要构建

适配虚拟劳动特征的法律与政策体系。其一，完善相应的劳动法律法规，明确电子商务平台中虚拟劳动的性质和范畴，界定劳动者与平台之间的劳动关系，填补法律空白以维护劳动者权益。再者，规定平台必须保障劳动者的基本权益，如最低工资标准、合理工作时长、劳动安全卫生等，防止平台以劳动关系模糊为由剥削劳动者剩余价值。建立专门的监管机构，加强对平台企业的日常监管，监督平台是否存在过度延长劳动时间、不合理提高劳动强度等剥削行为。加大对违规平台的处罚力度，提高其违法成本，迫使平台遵守劳动法律法规，保障劳动者权益。鉴于平台资本常通过数据垄断剥削劳动者，政府应重构数据产权制度，明确劳动者对自身产生数据的所有权和收益权，规定平台使用数据需经劳动者授权并支付相应报酬，防止平台无偿占有劳动者的数据劳动成果。

4.2. 优化运营与分配机制，践行社会责任

其次，平台企业应主动承担劳动保护主体责任，重构劳动管理模式。平台企业可参考马克思劳动价值理论，合理确定劳动者的工作时长和强度，依据社会必要劳动时间和劳动强度支付相应报酬，杜绝通过弹性工时制等方式隐性延长劳动时间、无偿占有劳动者剩余价值的行为。价值平台算法是控制劳动者劳动过程的重要手段，企业应提高算法透明度，向劳动者公开算法的运行机制和劳动任务分配规则，让劳动者清楚了解劳动成果的评估方式，避免算法成为剥削劳动者的工具。平台企业应认识到劳动者的虚拟劳动是价值创造的源泉，合理分配劳动成果。减少不合理的抽成和佣金比例，将劳动者创造的价值合理返还给劳动者，可根据劳动者的劳动贡献、工作质量等因素，建立科学的薪酬体系和奖励机制，让劳动者能分享平台发展成果。作为平台企业，更应当加强企业伦理建设，树立正确的价值观，重视劳动者的主体地位，将保护劳动者权益纳入企业文化和发展战略中，尊重劳动者的人格和劳动尊严，营造良好的劳动氛围，避免将劳动者视为单纯的价值创造工具，减少劳动异化现象。

4.3. 增强权益意识与能力，维护自身权益

最后，作为劳动者，应当强化自身权益与集体行动能力，从而维护自身合法权益。劳动者要认识到自身劳动的价值，明白自己是价值的创造者，不应被平台随意剥削。了解自己在劳动过程中应享有的权益，提高对剥削行为的识别能力，不盲目接受平台不合理的劳动安排和报酬待遇。根据马克思劳动价值理论，复杂劳动能创造更多价值。劳动者可通过学习和培训，提升自身的专业技能和综合素质，增加在劳动市场上的竞争力，从而有能力要求合理的劳动报酬，获得与自己劳动价值相匹配的收入，减少被剥削的程度。作为劳动者，更应当增强维权意识，当自身权益受到侵害时，敢于通过合法途径维护权益，与平台企业进行协商，争取合理的劳动条件和待遇，促使平台企业规范劳动用工行为。同时，提升自身数字技能与职业素养，增强在劳动力市场中的议价能力，减少对单一平台的依赖。此外，积极参与行业标准制定与政策建言，通过合法渠道表达诉求，形成劳动者个体与集体维权相结合的保障体系。

5. 结语

在数字经济蓬勃发展的当下，电子商务平台凭借其便捷性与高效性重塑了商业格局，虚拟劳动也由此成为价值创造的关键环节。然而，基于马克思劳动价值论的深度剖析揭示，这一看似充满机遇的领域，实则潜藏着深刻的虚拟劳动剥削问题。平台通过算法的精密控制、数据的垄断性占有，将用户与劳动者的虚拟劳动行为转化为数据商品，在看似自由平等的交易表象下，实现了对剩余价值的无偿占有。用户在浏览、点击、互动过程中付出的注意力与时间，劳动者在零工经济模式下承接任务所投入的体力与脑力，都被纳入资本增殖的链条，成为平台获取巨额利润的源泉，而劳动者却难以获得与其劳动价值相匹配的回报。

这种虚拟劳动剥削不仅违背了劳动价值论中劳动创造价值、等价交换的基本原则，更导致了社会财富分配的不公平，加剧了社会阶层的分化。长此以往，将严重挫伤劳动者的积极性与创造性，阻碍数字经济的健康可持续发展。为破解这一困境，需从多维度发力。政府应加强监管，完善相关法律法规，规范平台运营行为，保障劳动者的合法权益；平台企业需秉持社会责任，优化算法设计，建立公平合理的价值分配机制；劳动者自身也应增强权益保护意识，积极争取合理报酬。唯有如此，才能打破电子商务平台虚拟劳动剥削的枷锁，实现劳动价值与报酬的真正对等，让数字经济成为促进社会公平、推动共同富裕的强大动力，构建起一个更加公正、和谐、可持续的数字劳动生态。

参考文献

- [1] [英]亚当·斯密. 国民财富的性质和原因的研究(上) [M]. 郭大力, 王亚南, 译. 北京: 商务印书馆, 2012.
- [2] [英]大卫·李嘉图. 政治经济学及赋税原理[M]. 郭大力, 王亚南, 译. 南京: 译林出版社, 2011.
- [3] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集: 第5卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 613.
- [4] 解蕾, 蒲丽斯. 数字经济对我国跨境电商贸易发展的影响机理——基于交易成本与生产效率视角[J]. 商业经济研究, 2025(15): 146-149.
- [5] 马更新. 电子商务平台经营者的数据保护义务[J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2025, 54(2): 150-164.
- [6] 宋玉茹. 平台算法推荐下消费者理性决策的理论依据与实践路径[J/OL]. 价格理论与实践: 1-6. <https://doi.org/10.19851/j.cnki.CN11-1010/F.2025.06.205>, 2025-08-11.
- [7] [加]尼克·斯尔尼塞克. 平台资本主义[M]. 程水英, 译. 广州: 广东人民出版社, 2018: 110.
- [8] 马克思. 资本论: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 2018: 47.
- [9] 郭顺兰, 贺红兵. 跨境电子商务模式创新要素分析[J]. 商业经济研究, 2021(7): 94-97.