

电商平台经济中用户数字劳动的价值生成机制探析

李 阳

浙江理工大学马克思主义学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年9月7日; 录用日期: 2025年9月24日; 发布日期: 2025年10月23日

摘 要

本文聚焦电商平台中的用户数字劳动, 指出在平台经济下, 普通用户的浏览、内容发布、社交互动等行为已转化为生产性劳动, 其生成的数据是平台价值的重要来源, 却被资本隐性剥夺, 形成劳动异化。文章从劳动价值论视角解析用户数字劳动的价值生成机制, 包括内容生产、数据行为、社交互动及技术整合, 并分析劳动成果、过程、人的本质与人际关系四方面的异化及遮蔽逻辑。最后提出通过数据确权、劳动补偿、算法透明与制度共治, 实现对电商平台用户数字劳动价值的承认与公平分配。

关键词

电商平台, 数字劳动, 用户劳动

Exploring the Value Generation Mechanism of User Digital Labor in the E-Commerce Platform Economy

Yang Li

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: September 7, 2025; accepted: September 24, 2025; published: October 23, 2025

Abstract

This paper focuses on digital labor performed by users on e-commerce platforms, pointing out that under the platform economy, ordinary users' activities such as browsing, content creation, and social interaction have been transformed into productive labor. The data generated through these activities has become an important source of platform value, yet it is implicitly expropriated by capital,

leading to labor alienation. From the perspective of the labor theory of value, the paper analyzes the value-generation mechanisms of users' digital labor, including content production, data behaviors, social interactions, and technological integration. It further examines the alienation and obscuring logic of digital labor in four dimensions: labor outcomes, labor processes, human essence, and interpersonal relationships. Finally, the paper proposes pathways such as data ownership confirmation, labor compensation, algorithmic transparency, and institutional co-governance to achieve recognition and fair distribution of the value generated by users' digital labor on e-commerce platforms.

Keywords

E-Commerce Platform, Digital Labor, User 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

随着 Web2.0 技术的发展,平台经济不仅实现了技术基础设施的智能化升级,也深刻改变了生产与消费之间的关系结构。在这一新形态下,普通用户成为了新型的“产消者”,其在各种平台中的“消费”活动同时是一种“生产性消费”,并不断生产着一种新的商品:数据商品[1],成为非雇佣形式的数字劳工。普通互联网用户在数字平台日常使用与娱乐也被定义为用户数字劳动[2],如平台的浏览、点击、分享等。

在数字技术与互联网产业融合发展的推动下,电商平台已经成为推动现代经济增长、激活消费潜力与改造传统产业的重要引擎。与此同时,电商平台不断朝社会化演进,尤其“小红书”“美丽说”等典型社会化电商平台,专注于通过用户生成内容辅助在线购物[3]。普通用户通过图文笔记、短视频、评论互动等用户数字劳动,协助平台构建产品评价体系、优化消费引导路径并提供行为数据支撑,实际上承担着重要的劳动功能。这种看似“自由”“娱乐”式的参与行为,实则在平台治理逻辑中成为可被控制、归档、分析并商品化的数据资源。平台企业依靠用户生成内容和用户行为数据积累起庞大的流量资产和算法训练语料,实现了广告价值最大化与商业闭环优化,而用户在这一过程中却常常不具备对自身劳动成果的确认权与收益权。

已有研究指出,用户数字劳动这种非雇佣数字劳动是平台经济价值生成的重要来源,却被平台资本隐性剥夺,更因其不具备传统劳动身份而被忽视、遮蔽甚至自然化,形成了新的“被异化”劳动现实[4]。在此背景下,本文从“数字劳动者”的视角出发,揭示用户数字劳动在电商平台中的价值生成逻辑与异化机制,并进一步反思“价值生成-价值攫取”的制度化安排,探索其价值承认与治理的可能路径。

2. 用户数字劳动的价值生成机制解析

用户在电商平台上的各种活动并非单纯的消费行为,而是深度嵌入了平台经济的生产过程。与传统工业社会以雇佣劳动为主的生产方式不同,平台经济依托技术手段与制度安排,将普通用户的日常参与转化为可持续的价值来源。

2.1. 劳动价值论视角下的用户数字劳动

数字化时代最显著的变化之一在于,电商平台普通用户已不再只是被动的消费者,而是通过浏览、

点击、分享、评论等日常活动，成为平台价值链条中的“产消者”。他们在消费中同时生产数据，这一“生产性消费”使生活资料的使用转化为平台生产的原材料。

社会发展和技术进步并不会改变价值规律，劳动价值创造是劳动、劳动资料、劳动对象三要素结合并发生作用的过程[5]，电子商务平台作为不变资本本身并不创造价值，只有“活劳动”才是价值的源泉。在平台经济中，专业数字劳动者无疑承担着“生产性劳动”，但如果仅将价值来源归结于少数雇佣劳动者，就无法解释 Facebook、小红书等平台在雇佣人数有限的情况下，仍能获取巨额利润的现实。其合理解释在于：普通用户的数字劳动同样是资本增殖的重要环节。

平台可被视为“一种新的内容生产分配架构”[6]，用户生成的内容数据和行为数据虽单个价值有限，但在规模化聚合、算法处理后，被转化为广告投放、用户画像与商品营销的基础，显现出其作为生产资料的价值[1]。没有用户的劳动，平台算法将失去训练语料，广告也无法实现精准匹配，平台更不可能维持商业闭环。

马克思在《资本论》及其手稿中所指出的：“直接创造剩余价值的劳动，也就是使资本增殖价值的劳动，是生产劳动”[7]。普通用户的数字劳动完全符合马克思所界定的“生产性劳动”——关键不在于是否存在雇佣关系，而在于其劳动成果是否被资本吸纳并用于剩余价值生产。用户在各大电商平台上的生成内容、行为数据与互动虽然无偿，却是资本实现增殖的前提条件，因而也是数字资本主义下真正意义上的“活劳动”。

2.2. 用户数字劳动的价值生成机制

用户数字劳动之所以能够在电商平台经济中产生价值，并非偶然，而是通过一整套平台结构与机制的作用，将用户的时间、注意力、情感和社交关系转化为资本可以利用的资源。从劳动价值论的角度看，这些机制正是“活劳动”被吸纳进资本生产过程的具体体现。

2.2.1. 内容生产：活劳动的直接成果

用户在各大电商平台上发布的图文、短视频、测评与评论，是他们劳动最直观的成果。这些用户生成内容不仅吸引了大量流量，维系了平台生态的繁荣，更为广告投放与商品营销提供了语境和场景。劳动价值论认为，劳动创造使用价值，并通过交换价值实现剩余价值。用户生成内容正是这种使用价值的数字化形式：它既满足了其他用户的“消费需求”，如获取经验、建立信任，又成为平台流量变现的基础。由此可见，用户内容生产不是“兴趣消遣”，而是实实在在的生产性劳动。

2.2.2. 数据行为：劳动的副产品与剩余价值的前提

用户的点击、搜索、收藏、停留时长等行为数据，看似无意识，但在平台算法机制下，却被转化为极其宝贵的训练语料。这些数据是算法学习与用户画像构建的原材料，它们并不直接构成价值，却是剩余价值生产的必需条件。马克思指出，“当一个使用价值作为产品退出劳动过程的时候，另一些使用价值，以前的劳动过程的产品，则作为生产资料进入劳动过程。同一个使用价值，既是这种劳动的产品，又是那种劳动的生产资料。所以，产品不仅是劳动过程的结果，同时还是劳动过程的条件”[8]，劳动过程不仅产出直接成果，还会生成进一步生产的条件。用户行为数据就是这种“生产性消费”的表现：他们在消费平台内容时，同时生产了新的数据资源，使平台能够持续进行价值创造。

2.2.3. 社交互动：协作劳动的社会化放大

用户之间的点赞、评论、转发与社交链接，不仅增强了内容传播力，更构成了平台独有的“流量外部性”。这种互动劳动具有高度社会化特征：它不是单个劳动者的孤立成果，而是通过群体协作形成的网络效应，极大提高了平台的传播效率与剩余价值产出。协作是提高社会劳动生产率的重要因素，社交

互动劳动正是这种协作在数字时代的体现，它以网络化的形式放大了个体劳动的影响力，成为平台不可或缺的价值来源。

2.2.4. 技术整合：资本对劳动成果的占有与转化

电商平台通过算法和机制，将用户生成的内容、数据和互动重新整合，赋予其可商业化的形态。算法不仅决定了哪些内容能被推荐与传播，还通过排序机制影响了用户的劳动回报。这一过程实际上是资本对劳动成果的占有与再分配。从劳动价值论看，生产资料的私有化意味着劳动者无法控制其劳动成果的流向。在电商平台经济中，算法与数据作为新型生产资料，被资本私有化并垄断，用户的劳动成果经过整合后以广告、推荐服务、品牌营销等方式实现变现，但其剩余价值完全由平台占有，劳动者只能以“流量可见性”作为虚拟回报。

3. 用户数字劳动的异化与遮蔽

在电商平台经济中，用户数字劳动不仅在价值创造中发挥着关键作用，而且呈现出深刻的异化特征。马克思指出，在资本主义生产关系下，劳动者与劳动成果、劳动过程、本质力量和人际关系相分离，劳动沦为资本增殖的工具。这种“异化劳动”在平台语境中得到了新的表现：用户的内容生产与数据行为表面上是出于自由与兴趣，实则被资本逻辑所规训和占有。同时，平台又通过技术与话语的多重包装，使这种异化状态被遮蔽，难以被劳动者自身和社会普遍识别。异化与遮蔽的双重逻辑，共同构成了用户数字劳动“不可见”的现实。

3.1. 劳动成果的异化与遮蔽

用户数字劳动生产的数据成果一旦进入平台，就被作为数据资源和商业资产纳入资本增殖循环。用户无法支配或定价自己的数据和内容，反而成为平台攫取剩余价值的“原材料”。这正是劳动成果异化的典型体现。

同时，平台通过话语建构掩盖了这种剥夺。例如，小红书将笔记发布包装为“真实生活分享”，淘宝评价被视为“购物体验交流”。用户被鼓励认为自己是在表达自我或帮助他人，而非在进行具有生产性的劳动。成果的资本化归属被消费主义语境与平台叙事遮蔽，从而使劳动成果的异化不易被察觉。

3.2. 劳动过程的异化与遮蔽

平台通过算法控制将用户的劳动不可见化以达到剥削目的[9]。用户在平台上的劳动过程本应是自由的创造活动，但现实中却受制于算法推荐与流量分配。为了获得更多曝光与反馈，用户不得不学习算法偏好，迎合热门话题与形式，甚至牺牲真实表达。这使劳动过程从自发性转变为被动适应，成为算法逻辑的延伸。劳动异化在此表现为劳动过程的外在化与功利化。

与此同时，平台通过“个性化推荐”“社区公平竞争”等叙事，遮蔽了其对劳动过程的规训作用。用户往往误以为自己是在按照个人兴趣进行创作，而非被算法引导。正是这种遮蔽，使得劳动过程的异化被自然化、合理化，进一步强化了用户对平台逻辑的依赖。

3.3. 人的本质的异化与遮蔽

按照马克思的观点，劳动应当是人的本质力量的实现，是个体自由和创造性的体现。但在平台经济下，用户的生活记录与身份建构逐渐被商业逻辑吞噬。本应是纯粹的兴趣表达，却被资本塑造为“精致生活”“消费展示”；本应是自我实现，却沦为追逐流量与品牌合作的手段。用户未能通过劳动实现自我，反而在资本逻辑中背离了自我，这正是人的本质异化的现实体现。同时，用户数字劳动者在无意识

状态下被赋予了数据生产的目的性，劳动者的创造性活动失去了自由的本质。

然而，消费主义话语将这种异化包装为“时尚”“自由”“个性”。平台通过流量激励与达人身份叙事，让用户相信他们是在自我提升、在通往成功的路上，而非在为资本无偿劳动。人的本质异化由此被掩盖在“生活方式选择”的幻象之下。

3.4. 人际关系的异化与遮蔽

用户之间的互动，如点赞、评论、转发等，本应是社会关系的自然延伸，但在平台经济中却被资本逻辑重新编码。互动被计入流量指标，转化为平台留存与广告价值的部分，人际关系逐渐物化为资本关系。用户之间的交流不再是纯粹的情感联结，而是竞争资源与流量的手段。如平台为了促进用户的竞争会进行设置等级、售卖会员、认证大V等等操作，并设置不同的推荐策略[10]。

同时，平台借助“社区”“社群”的叙事将这种功利性互动包装为“归属感”和“社交价值”。用户以为自己在获得社交认同，实际上他们的互动成果已成为资本化的数据资源。人际关系的异化因此被遮蔽，人际联结在表象上依旧存在，但其本质已转化为商业逻辑。

4. 价值承认与治理路径：从数据确权到平台共治

用户数字劳动在电商平台经济中长期处于“隐形”状态，其价值虽被资本充分利用，却缺乏制度性承认。这不仅造成劳动与收益的不对等，也导致了劳动关系的去政治化与用户权利的弱化。要破解这一困境，需要在制度和治理层面重构平台与用户之间的关系，实现从“被动攫取”到“公平承认”的转变。

4.1. 数据确权：重建权属基础

电商平台对用户内容与数据的垄断是劳动价值被遮蔽的根源。应通过法律与制度手段，确立用户对用户生成内容的版权与署名权，并探索数据共同产权形式，保障用户对自身数据的知情权、可读权与可导出权。这不仅是劳动价值承认的起点，也是利益分配和算法治理的前提。目前，已有研究提出“数据所有权”和“数据用益权”的确权方式：数据所有权归属于数字劳动的多元主体，平台型企业拥有关于数据的用益权[11]。

4.2. 劳动补偿：从流量激励到价值分润

当前平台以流量和少量激励计划回馈部分用户，但整体上劳动与收益严重失衡。应推动建立基于浏览、互动、转化等指标的分润机制，使用户劳动与平台收益挂钩。同时，可以探索设立“数字劳动账户”，以积分、现金分成或股份红利的形式回馈用户，并纳入监管，防止平台“选择性奖励”。YouTube的“合作伙伴计划”在广告收益与浏览量之间建立了清晰的分润规则，并将部分收入直接返还给创作者，而国内电商平台的分润机制则门槛过高、覆盖有限。这种对比说明，中国电商平台未来应降低分润门槛，扩大覆盖范围，让中长尾用户的劳动也能获得切实回报。

4.3. 平台责任：提升算法透明与用户参与

算法推荐和流量分配在事实上构成对劳动成果的再分配。平台应承担更强的社会责任，应在透明化、申诉权和用户参与三个方面加以改进：一方面，公开算法推荐的基本逻辑和权重区间，并接受第三方机构的独立审计；另一方面，为用户建立申诉渠道，当内容分发受到异常限制时，用户有权要求平台作出解释；此外，还应引入“用户代表机制”，定期就算法更新与分配规则征求意见。欧盟《数字服务法案》已经要求大型平台披露推荐算法逻辑，并允许用户选择非个性化推荐。

4.4. 制度共治：构建多元参与的治理体系

数字劳动治理不能仅依赖平台自律，更需形成“政府－平台－用户－第三方”的共治格局。政府应通过完善《个人信息保护法》《数据安全法》的配套细则，推动数字劳动价值承认的立法；平台应设立“用户权益保障专员”，专门负责劳动补偿与数据确权事务；用户则可通过社群组织、协会等方式提升议价能力；同时，学术机构与公益组织可提供独立数据评估和公共监督。多元共治有助于打破平台资本的制度垄断，为用户数字劳动的承认创造公共性空间。

5. 结语

平台经济作为互联网时代最具代表性的新型经济形态，不仅推动了产业结构的重组，也深刻改变了劳动形式与生产关系。与传统雇佣劳动相比，平台经济下的劳动呈现出多元化和复杂化的特征：既包括雇佣关系中的专业数字劳动，也包括零工与灵活就业形式的劳动，更涵盖非雇佣关系下的用户数字劳动[4]。特别是后者，已成为平台价值创造的重要来源，却长期处于“隐形化”与“非承认”的状态。

电商平台通过组织用户的内容生产、数据行为和社交互动，将用户数字劳动成果转化为数据商品和商业价值，实现了资本的高效增殖。这一过程虽然拓展了财富创造的边界，但也加剧了劳动者与资本之间的不对等，表现为劳动成果被算法规训与平台垄断所吸收，劳动价值难以获得合理回馈。因此，电商平台经济的健康发展离不开制度层面的改进。唯有通过数据确权、劳动补偿、算法透明与多元共治等举措，才能实现劳动价值的应有承认，推动电商平台经济成果在社会成员间更公平合理地分配，从而构建可持续与包容性增长的数字社会。

参考文献

- [1] 刘伟杰, 周绍东. 非雇佣数字劳动与“数字化个体”——数字经济下资本主义生产关系的嬗变及启示[J]. 西部论坛, 2021, 31(5): 34-45.
- [2] 姜帆, 曾巍. 数字平台用户劳动的深度媒介化: 形态与关系的型构[J]. 学习与实践, 2025(3): 41-50.
- [3] 魏如清, 唐方成. 用户生成内容对在线购物的社会影响机制——基于社会化电商的实证分析[J]. 华东经济管理, 2016, 30(4): 124-131.
- [4] 侯钰, 王贺雨, 侯燕磊. 平台经济中的数字劳动形态及其生产关系变革——基于马克思主义政治经济学的多维透视[J]. 兵团党校学报, 2025(3): 56-64.
- [5] 白永秀, 刘盼. 人工智能背景下马克思劳动价值论的再认识[J]. 经济学家, 2020(6): 16-25.
- [6] 尼古拉斯·凯拉. 媒介与社会——权力、平台和参与[M]. 任孟山, 陈文沁, 译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2023: 126.
- [7] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 编译. 马克思恩格斯文集, 第8卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 521.
- [8] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 编译. 马克思恩格斯文集, 第5卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 212.
- [9] 洛伦佐·西尼, 刘歆, 刘明明, 等. 算法如何重塑劳动力剥削: 对平台经济中劳动不可见化过程的审视[J]. 求是学刊, 2024, 51(2): 1-16.
- [10] 孙琳. 传播政治经济学视域下社区电商平台的非雇佣数字劳工研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 华南理工大学, 2021.
- [11] 申卫星. 论数据用益权[J]. 中国社会科学, 2020(11): 110-131+207.