

政治经济学视域下电子商务生产管理模式 的三重矛盾及其疏解路径

赵子深

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年9月24日; 录用日期: 2025年10月14日; 发布日期: 2025年11月10日

摘 要

电子商务是数字信息时代重要的商业经营模式和管理模式, 对于提升商业经营针对性和实效性具有重要作用。然而, 在数字智能技术的加持下, 原有的商业经营模式的矛盾并未得到根本解决, 并且有了新的表现形式。本文通过对电子商务时代平台与用户、技术与个人、算法与劳动的三重矛盾进行剖析, 在此技术上提出推动电子商务业态健康发展的解决方案。

关键词

电子商务, 平台, 数据, 劳动

Research on the Triple Contradictions of E-commerce Production Management Mode from the Perspective of Political Economy and Their Resolution Paths

Zishen Zhao

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: September 24, 2025; accepted: October 14, 2025; published: November 10, 2025

Abstract

E-commerce is a crucial business and management model in the digital information era, playing a significant role in enhancing the precision and effectiveness of commercial operations. However,

文章引用: 赵子深. 政治经济学视域下电子商务生产管理模式的重重矛盾及其疏解路径[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 242-248. DOI: 10.12677/ec.2025.14113429

despite the support of digital intelligent technologies, the inherent contradictions of traditional business models have not been fundamentally resolved and have instead manifested in new forms. This paper analyzes the triple contradictions between platforms and users, technology and individuals, and algorithms and labor in the e-commerce era. On this basis, it proposes solutions to promote the healthy development of the e-commerce industry.

Keywords

E-Commerce, Digital Platforms, Data, 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

随着新一轮科技革命和产业变革的迅速演进，数智技术正在重构传统商务模式，电子商务成为当今消费者消费的主流选择。“双十一”成交记录连年刷新，“次日达”“闪送”成为物流常态，我们已经置身于由电子商务模式重塑的商业新世界。算法技术精准匹配了供需关系，物流网络在数据驱动下高效运转，消费者购物体验 and 效率得到了前所未有的提升，电子商务模式的兴盛是智能时代数字技术的全面胜利。

然而，在数字技术改造提升传统商务模式的同时，既有的经济学矛盾并没有消失，而是披上了数字化的外衣重新出现在经营者、消费者、劳动者之间。本文以马克思主义政治经济学基本原理为理论分析框架，旨在分析电子商务时代平台、商户、技术、消费者等电子商务模式下多方主体之间的矛盾本质，以期对电子商务模式的健康发展提供理论借鉴。

2. 平台与商户间的矛盾——数据规则的权力分配不均

在传统的商务模式下，各经营主体相对在公开场合与规则下参与市场竞争，市场竞争简单激烈而透明清晰。而在电子商务时代，电子商务平台扮演着无可争议的核心角色。在前电子商务时代，市场规则制定者、经营场地提供者、产品销售者之间的界限比较明确，产品销售者在一定的销售场所内遵循一定的市场规则进行商务活动。然而在电子商务时代，电子商务平台似乎集“运动员”“裁判员”“场地管理者”于一身，成为商务活动的绝对主体，一定程度上改变了传统的商务关系，引发了各类商务主体之间的矛盾。

2.1. “算法黑箱”遮蔽商户传播

在市场销售过程中，“有理就在声高”，更大的广告投送范围、更多的广告投送量能够使产品销售打破时空限制，直接提升产品销售量。在电子商务时代，传统的广告投放方式被流量数据所取代，流量成为最大功率的“广播站”。平台是流量规则的制定者，在一定程度上会存在流量分配不均，干扰市场秩序的矛盾。在电子商务时代，算法技术是流量分配的核心技术，流量的获取、分配、展示都是通过算法技术完成的。然而，流量分配算法的运行机制往往秘而不宣，虽然平台方会提供诸如关键词、点击率、购买转化率等有助于商户获得更多流量的提示，但是真正的流量分配规则商户无从知晓，甚至平台方也并不完全明晰。这就导致商户被迫投入更多资源“试错”，自行探索流量算法机制，试图迎合算法的偏好，极大地限制了商户经营的主动权，使商户不能全身心地投入到市场经营活动当中，最终对产品质量、

经营秩序都可能产生不良影响。

2.2. “自我优待”损伤商户积极性

在电子商务营销过程中，平台的“自我优待”现象使市场竞争垄断化。在电子商务时代，平台既是“运动员”又是“裁判员”，既是市场竞争规则的制定者，又通过相当规模和数量的自营产品参与到市场竞争中。在市场运营过程中，平台方掌握了大量的产品信息和销售数据，获得了“信息差”，并借此机会推出与畅销品价格功能类似的自营产品，形成了平台收割创新果实的局面。对于消费者来说，谁是商品的原创者并不重要，实用性、价格是他们更为关注的因素，他们也可能基于平台的品牌效应选择平台自营产品^[1]。同时平台还可以利用自己手中的规则制定权，使流量向自营产品倾斜，让自营产品在更显眼的展位上暴露，一定程度上打击了商户参与市场竞争的积极性。

2.3. “数字地租”形成结构性依附

在电子商务营销过程中，“数字地租”使商户与平台的关系依附化。在电子商务时代，商户若想参与市场销售活动，就必须在电子商务平台上获得展位，电子商务平台相当于“房东”，商户若想在平台方的“电子地产”上经营，就必须支付各种形式的“数字地租”。“网络商店只是借助平台提供的数字空间实现了经营场所的转移，但并未改变其从事传统销售业务的实质。^[2]”“数字地租”很多时候并不以平台注册费的形式呈现，而是通过营业额抽成、推流费用、软件服务费的形式组成。同传统租金不同，“数字地租”的金额可能随着商户的实际经营情况、使用服务情况而即时变动，其与用户的营业额总是呈现固定的比例。“数字地租”不断地蚕食商户的经营利润，商户发现自己惨淡经营，最终是在为平台“打工”。这种“数字地租”事实上形成了商户对电子商务平台的结构化依附，极大地制约了商户的经营自主性。

因此，在电子商务时代，电子商务平台与商户之间绝非简单的互利共赢关系，实质上构成了高度不平等的权力分配关系。电子商务平台通过流量规则制定、下场参与竞争、征收“数字地租”的方式将自身置于电子商务价值链的顶端，使商户陷于不稳定、高成本和依附性的经营状态。平台与商户的不当权力结构是电子商务模式的第一重核心矛盾，显示了其在提升经营效率的同时，也可能对原有的市场公平性和多样性造成冲击。

3. 技术与个人的矛盾——算法运用的固有弊端

数据是数字时代一切社会存在物和行为的存在形式，也是电子商务时代一切商务行为决策、分析、执行的“中枢系统”。在前电子商务时代，生产资料所有权矛盾是各社会主体矛盾的基础。在电子商务时代，数据已经成为了一种新的生产资料参与了社会生产，对数据掌握和运用的不平等催生了各商务活动主体的权力不平衡，重塑了市场和社会的关系。

3.1. “价格歧视”冲击公平消费环境

在电子商务时代，算法技术会基于对消费者消费行为的分析精准匹配适合消费者个性的商品以及价格。算法技术通过追踪用户每次浏览、点击、搜索、消费的动态，为每位消费者量身定制了用户画像，这种精准追踪的数据能力往往服务于商业利润的最大化，价格歧视是算法执行价格推荐时最显著的表现。算法技术能够通过对于用户购买偏好、消费能力等数据的抓取分析该用户对于该产品的心理价位以及对于价格变动的敏感度。对于消费能力强的用户，算法技术往往会推送更高的价格，而对于频繁比价、反复搜索的消费能力较弱的用户，算法则会报出更低的价格或以发放优惠券的形式促成交易，形成“大数据杀熟”现象。所谓“大数据杀熟”与动态定价，本质上是将传统的以最高心理价位成交的价格歧视模

式在技术上实现，不利于公平消费环境的构建。

3.2. “数据垄断”引发“马太效应”

生产要素的集聚往往会形成垄断现象，作为电子商务时代核心生产要素的数据具有形成垄断的独特“优势”。土地、原材料等生产要素受时空的限制流转较慢，导致其很难被某个超级巨头全部掌控。而数据则不同，其高流动性和即时性能够突破时空的限制，以较快的速度增值。数据的快速周转可能会强化“马太效应”，让数据快速向持有更多数据的数据主体流动，强化数据巨头的垄断优势。在数字时代，先发科创巨头会迅速瓜分数字市场蓝海，通过技术垄断、规则制定和资本优势控制数据资源[3]。在前电子商务时代，用户越多，平台价值越大。而在有数据参与的电子商务时代，用户越多，数据越多；数据越多，算法越强；算法越强，服务越精准；服务越精准，用户就越多。这种由数据集聚形成的规模效应使新的营销主体难以获取更多数据，难以与原有数据巨头抗衡，形成了“赢家通吃”的数据垄断现象。

3.3. “隐私让渡”侵犯人的自主权

算法技术是通过用户对用户消费行为、个人信息等数据的抓取提升营销的个性化和精准度。在电子商务时代，用户为了换取便捷、个性化的服务，默许了算法对个人数据的全面采集，这种看似公平的交易背后隐藏着巨大的权力不平等。商业模式由于算法的参与发生了根本性的转变，平台的核心业务不再仅是促成商品交易，从中获取利润，而是通过监测用户的行为，将用户抽象为可预测、可塑造的数据点，进而用于更广泛的社会行为。在电子商务时代，如果用户不能接受这种算法技术对自身隐私的侵犯，就只能选择离开平台，远离电子商务业态，而电子商务几乎是数字时代唯一的商务形态，远离了算法就等于远离了社会，这种算法技术对个人隐私的侵犯极大地侵蚀着人之为人的自主权。

数据作为电子商务时代的新型生产资料，其占有和使用的问题是数字时代政治经济学关注的核心问题。平台通过垄断数据资源，实现了超乎传统营销模式想象的利益最大化，形成了坚固的市场壁垒，并趋向于一种对用户全面监控的商业模式。算法和用户权力的不平等是电子商务时代另一重要的权力分配不均现象，算法对用户了如指掌，用户对算法一无所知，这种数字赋权的不对称正严重挑战者个人隐私和社会规范。

4. 劳动者与管理之间的矛盾——数字系统的管理专制

电子商务业态的繁荣，离不开外卖骑手、快递员、分拣师等人力劳动者的辛勤劳动。然而，在电子商务时代，体力工作者的体力劳动被算法分配，算法在有效管理劳动者，提升劳动效率的同时，也在一定程度上造成了劳动者被“困在系统里”的异化现象。

4.1. “极限管理”压缩劳动空间

以算法管理劳动的核心特征是将劳动过程数字化、标准化，并对劳动者的劳动行为进行持续监控与评估。以外卖配送员为例，其外卖配送时间和路线并非人为指定的，而是算法技术抓取配送历史数据、道路状况综合形成的“最优解”。外卖配送的实践时间和路线被尽可能压缩，从而导致骑手配送时间极为紧张，可能为达成时间标准忽视配送的安全性。这是数字系统为追求极致效率对劳动者生存空间的持续压迫。在数字系统内，劳动者几乎不具有反抗数字权利的能力，劳动者的工作效果被系统抽象为冰冷的指标，由速度、时间、距离、满意度组成的方程式支配着劳动者的命运，算法系统的绩效管理形成了劳动者对系统的绝对依赖[4]，劳动者面对着不具人情味的“数字老板”无法发出自己的声音，算法做出的判决很难被撼动，这种“算法专制”是对劳动者工作生存空间的挤压。

4.2. “零工经济”冲击社会保障

电子商务时代实际上也是“零工经济”时代，服务于电子商务业态的劳动者与电子商务平台之间并不构成切实的劳动关系，劳动者更多地从事的是个体劳动而非雇佣劳动。电子商务时代劳动的个体化、碎片化趋势导致没有一个切实的雇佣主体承担劳动者的相关权益保障。劳动者与平台之间是一种“半雇佣”的关系，劳动者看似是不受限制自由地进行劳动，实则接受着平台方的管理[5]。劳动者与平台之间构成了事实上的劳动关系，却没有形成法律上的雇佣关系。劳动者事实上服从于平台规则，接受平台管理，并从平台获取收入，却无法享受与劳动对应的社会保障，这导致了电子商务时代规模庞大的劳动者群体陷入了规则缺失导致的社会保障“黑洞”。

4.3. “异化劳动”扭曲人的本质

异化劳动是政治经济学的重要命题。在电子商务时代，算法对于劳动者的管理与支配不仅改变了劳动的过程和条件，而且改变了劳动的本质和意义。算法系统对于劳动者的结构性压迫使劳动者与系统展开博弈，自行研发出刷单、好评返现等对抗算法系统的策略，正如马克思所解释的那样，劳动者不是利用工具，而是厌恶工具，劳动者与劳动工具之间产生异化。除此之外，算法技术将劳动者的劳动拆解为简单、重复的指令，劳动者只需到达确定的地点、按照确定的路线、在确定的时间内完成劳动，这将导致劳动的“去技能化”。劳动者难以从劳动中获得幸福和快乐，难以获得自由而全面发展的机会，仅仅成为了系统中一个随时可能被更高级的技术替换的“人力机器”。正如马克思所说的那样：“工人在劳动者不是自由地发挥自己的体力和智力，而是使自己的肉体受折磨，精神遭摧残。[6]”

电子商务时代算法管理模式的兴起，本质上是资本逻辑对于劳动者的技术控制。劳动者表面上从技术中得到了更多的灵活性和更高的效率，实际上他们却陷入了更精密的控制和更大的不稳定性。伴随电子商务时代“零工经济”的繁荣是社会风险通过技术向劳动者的投射，这是一个尖锐的政治经济学问题。在电子商务时代，我们更需要平衡劳动者的工作效率和社会公平之间的关系，更加重视劳动者工作的价值，建立起体现效率、促进公平的收入分配体系。

5. 规制电子商务经营管理模式健康发展的实践路径

面对电子商务时代日益凸显的权力分配不均问题，构建一个更加公平、更可持续的电子商务生态成为当务之急。要构建体现效率、促进公平、多元参与、和谐清朗的电子商务生态，就需要监管机构、平台企业等社会多方主体共同发力，探索系统性的解决方案。

5.1. 以法治引领规则制定

要规制电子商务平台不当制定规则，不当参与市场竞争问题，就需要政府作用的更好发挥，平衡电子商务平台发展与规范之间的关系。首先要强化相关法律作用，依法进行治理。要以《电子商务法》为核心，发挥《网络交易监督管理办法》《消费者权益保护法》等法律制度的重要作用，形成平台监管的法治基石。其次，要强化平台建设，加强技术赋能。当前我们正处于智能信息时代，以平台管平台，以技术治技术是信息时代社会治理的发展趋势。要加快国家网络交易监管平台建设，畅通电子商务平台不当行为的反馈渠道，对于数据违法行为进行即时监测、电子取证。第三，要发挥平台自治和社会共治的作用。电子商务平台是从事商务行为的重要主体，必须督促平台方落实主体责任，加强平台内部管理。同时发挥好相关行业协会的作用，为电子商务从业者制定相关标准，加强自律，营造清新的平台生态。

5.2. 以确权加强数据治理

数据使用和分配之所以会对人的隐私安全造成侵犯，归根结底是因为数据确权不清。必须重新界定

相关数据的归属和使用规则,平衡商业创新与个人权利。必须探索建立数据产权制度,明确个人、企业、平台对数据享有的不同权利。赋予人创造的数据以数据财产权,能够在维护社会公平价值的同时促进数据流转,使数据的分配使用更符合公共利益的需求[7]。个人是数据的来源,享有对原始数据的所有权和控制权,并要能够确保数据在使用之后能够顺利回流到个人;平台经授权后享有数据的有限使用权,可以通过数据使用强化营销的针对性和实效性;商户则同样应该对数据享有访问和使用的权利,商户是电子商务业态中实际的营销主体,同样应享有部分数据权利。必须强化隐私法规的执行。在数据使用过程中,各方数据主体必须切实落实“知情-同意”原则,推行隐私友好型模型设计,将数据保护的理念内置于相关技术模型。同样应当简化权限说明,使用户对于数据的产生和使用的相关行为具有明确的知情权,为数据的开发和使用提供源头保障。必须加快全国统一数据大市场建设。数据要素是当前重要的市场要素,全国统一数据大市场是全国统一大市场的重要组成部分,建设全国统一数据大市场能够为数据的开发和使用建立统一的标准,畅通数据的自由流动,加强数据的有序管理,推动数据的正确使用,“增强数据交易的权威性和灵活性”[8]。

5.3. 以保障重塑劳资关系

在电子商务时代,劳动者的劳动方式出现了新的变化,必须探索制定新的劳动者权益保障方式,让保障跟上发展的脚步。首先必须明确劳动者身份,要突破传统的“雇主-雇员”的二分劳动者身份,为参与电子商务业态的独立劳动者创设独立的劳动者身份,明确独立劳动者的工作归属,督促平台方向独立劳动者提供职业保险、收入保障等必要社会保障。必须强化管理系统透明度,要求平台对相关管理系统进行效用评估,评估其对劳动者工作状态的影响,并保障劳动者知情权,使劳动者明晰算法管理系统工作逻辑,畅通劳动者意见反馈渠道,保障劳动者依法申诉和提请人工复核的权利。要建立劳动者联合会等劳动者工作平台,让劳动者参与平台规则的制定和管理,鼓励发展由劳动者、平台方、用户共同拥有、民主治理的电子商务模式,从劳动者实际需要出发推动相关制度体系完善。

6. 结语

电子商务的未来不应当是技术决定论的必然结果,而是社会良好规制的发展产物。面对更加迅速、更加充分展开的数字图景,我们有机会有责任引导构建一个更加包容、公平、可持续的电子商务发展路径。电子商务的可持续健康发展需要监管者、平台、劳动者和消费者共同参与,在享受数字技术形态给我们带来的便利的同时守卫社会公平正义。如何在数字信息时代平衡效率的提升与社会的公平,这不仅关乎电子商务业态的健康成长,也是整个数字时代重要的政治经济学议题。

基金项目

KYCX24_3886 习近平文化思想融入高校思政课的内在逻辑及其实践路径研究,江苏省研究生科研与实践创新计划项目。

参考文献

- [1] 李鑫. 平台数据型自我优待的反垄断法分析[J]. 广东财经大学学报, 2023, 38(1): 101-111.
- [2] 盖凯程, 胡鹏. 平台经济、数字空间与数字地租——一个马克思地租理论范式的拓展分析[J]. 当代经济研究, 2022(9): 38-46.
- [3] 李弦, 吴诗. 数字地租、算法垄断与资本主义生产总过程理论的悖论审思——兼论当代技术封建主义思潮[J]. 电子科技大学学报(社科版), 2025, 27(4): 24-34.
- [4] 张童阔, 徐祥运. 数字劳动者失语成因及其话语权力重构研究——以外卖员职业的日常劳动过程为例[J]. 科学

与社会, 2024, 14(4): 100-116+133.

- [5] 周绍东, 刘阳. 监视资本主义及其技术手段的社会主义运用: 基于政治经济学的研究视角[J]. 河北经贸大学学报, 2024, 45(2): 20-31.
- [6] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯文集(第一卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009: 159.
- [7] 吴镜俊. 论数据确权的正当性[J/OL]. 西华师范大学学报(哲学社会科学版), 1-12.
https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=sUPs6kflqsaZgL5GezSYg4lioAQJRUCFSnntb2VfpnyoB-jiibJC4hO9pY9Oj7oXxP8xD4ajOgk7HVYeZfVLfsiNMlkHqFHSIV15ADIMo-PKGuvlibCSc_0yw3X_SE2XMXMMdWfDh9bm3pd-wATycjgK5Nh9Xa8ljaRqYhEYj3-CKb7XRBO8g==&uniplatform=NZKPT&language=CHS, 2025-09-19.
- [8] 逯建, 杨小娟. 数据要素全国统一大市场: 态势、问题与对策建议[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2025(7): 57-66.