

数字时代电商直播劳动的价值创造与挑战

肖 欣

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年11月11日; 录用日期: 2025年11月24日; 发布日期: 2025年12月19日

摘 要

在数字经济蓬勃发展的时代, 电商直播的“情感流通劳动”成为新型劳动形式, 本文以马克思主义劳动价值论为框架, 系统剖析数字时代电商直播劳动的价值创造机制及其存在困境。电商直播从业者通过情感表演与信任建构, 将人类情感商品化, 极大加速了资本流通与剩余价值实现。这一过程遵循双重逻辑: 对资本而言, 提升剥削效率; 对劳动者而言, 其多维度的智力、体力与情感投入凝结为抽象劳动, 却在平台算法的隐蔽控制下面临深刻异化。电商主播深陷情感剥离、关系危机、价值剥夺与权益缺失等多重困境。为此, 本研究提出应从政策保障、行业治理、个人发展与多元共治四个维度构建系统性解决方案, 以推动形成更加公平、健康的电商平台, 为实现平台经济高质量发展与劳动者权益保障的平衡提供理论参考与实践路径。

关键词

数字劳动, 电商直播, 情感劳动, 权益保障

Value Creation and Challenges of E-Commerce Live Streaming Labor in the Digital Era

Xin Xiao

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: November 11, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 19, 2025

Abstract

In the era of the vigorous expansion of the digital economy, “emotional circulation labor” in e-commerce live streaming has emerged as a novel form of labor. Using Marxist labor theory of value as

its analytical framework, this study systematically examines the value creation mechanism and inherent dilemmas of e-commerce live streaming labor in the digital age. Practitioners commodify human emotions through emotional performance and trust building, significantly accelerating capital circulation and the realization of surplus value. This process adheres to a dual logic: for capital, it enhances the efficiency of exploitation; for laborers, their multidimensional intellectual, physical, and emotional inputs congeal into abstract labor, yet they face profound alienation under the concealed control of platform algorithms. E-commerce streamers are entrenched in multiple predicaments, including emotional dissonance, relational crises, value expropriation, and lack of rights protection. Consequently, this research proposes a systematic solution encompassing four dimensions—policy safeguards, industry governance, personal development, and multi-stakeholder governance—to foster a fairer and healthier e-commerce platform ecosystem. This endeavor aims to provide theoretical insights and practical pathways for balancing the high-quality development of the platform economy with the protection of laborers' rights and interests.

Keywords

Digital Labor, E-Commerce Live Streaming, Emotional Labor, Rights Protection

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

数字经济的蓬勃发展，打破了传统的经济生产模式，催生了数字劳动。数字劳动是数字劳动者本着满足社会需要的目的，以信息、数据及其相关物质资料为劳动对象，使用包括移动设备、现代数字技术在内的数字化劳动工具，创造数字化商品或服务的生产性活动[1]。电商直播作为数字劳动的新兴业态，衍生出以“情感劳动”为核心的新型数字劳动形式——电商直播。电商直播从业者通过精心策划的情感表演、专业话术和互动模板，与直播间消费者建立起独特的社会关系，这就形成了马克思主义政治经济学视角下的一种新型“情感流通劳动”。情感劳动是非物质的，即使它是有形的、情感的，但它的产品是无形的：是一种轻松、友好、满意、激情的感觉，甚至是一种联系感和归属感[2]。但这一劳动形式本质仍是“活劳动”的具体体现，是电商直播劳动者脑力劳动与体力劳动的消耗。电商直播的价值创造遵循着双重逻辑，对资本而言，资本极致压缩社会流通时间，通过算法操控实现对剩余价值的高效获取。对电商直播劳动者而言，其多方面的劳动投入，如脑力策划、话术整合、肢体表演、体力消耗以及情感付出，最终凝结为抽象劳动，通过商品价值的实现而得到社会的承认。但这种价值创造过程面临着异化与现实挑战。

当前，电商直播劳动者面临着多重困境，直播间情感表演导致的本真性剥离、信任危机引发的社会关系异化、平台资本通过算法控制与合约设计对劳动价值的剥夺，以及劳动权益保障的制度性缺失。这些困境不仅制约着劳动者的可持续发展，更对整个行业的生态健康构成挑战。2024 年网络主播被正式认定为新职业，标志着这一群体社会身份的确认，但与之配套的权益保障机制、行业规范体系和职业发展路径仍待完善。

本研究基于马克思主义劳动价值论，结合数字劳动批判理论，系统分析直播电商劳动的价值创造机制与困境生成逻辑，从政策保障、行业治理、个人发展和社会支持四个维度，探讨电商直播劳动者困境的突破路径，以期为构建更加公平、健康的数字劳动生态提供理论参考和实践指引。

2. 数字劳动的理论基础阐释

2.1. 直播电商劳动的本质

数字技术的蓬勃发展，衍生出新的劳动形式，情感劳动是数字时代的新型劳动形式，是指对感情的生产，同时强调人与人之间的关系，即人际交往[3]。情感劳动的本质，是资本逻辑下人类的情感、同理心、社交等被商品化，并纳入资本增值过程的一种特殊劳动形式、其核心在于“商品化”，直播劳动者的一个微笑、一段鼓励、一句关怀不再仅仅是个人情感输出，而是被塑造成了一种可供出售的“商品”。传统的商业劳动被看作非生产性“纯粹流通劳动”，但直播电商劳动实现了关键性的跨越，电商主播的劳动不仅仅是介绍商品，还包括精心策划的情感表演输出，娱乐互动、直播话术，与直播间观众建立起一种单向亲密感。虽然劳动形式新颖，但归根到底，仍属于马克思所说的“活劳动”，即在物质生产过程中，劳动者脑力和体力的消耗过程，是价值的唯一源泉。只有活劳动才能在劳动过程中保存旧价值的同时追加新的劳动量，从而创造出新价值[4]。

2.2. 价值创造的双重逻辑

直播电商的价值创造遵循双重逻辑，对资本而言，它是对社会流通时间的极致压缩以及对剩余价值的最大获取；对电商直播劳动者而言，它是其脑力劳动和体力劳动抽象劳动的凝结，这一过程伴随着异化。

2.2.1. 资本：剩余价值的高效实现

直播电商形式通过吸引用户兴趣，与用户之间达成一种信任，最终消费者即时购买，将传统复杂的流通过程压缩到了一个极短的时间内。电商主播在几分钟的讲解展示与“花式整活”中，同时完成了产品展示、品牌宣传、以及销售转化。这种形式下，资本周转的速度大大增加，同样的预付资本，在一年内可以完成更多的循环，从中攫取更多的剩余价值，这就是马克思所强调的流通时间的缩短等于生产时间的增加。此外，直播电商将广告费、渠道费、导购佣金等多方面费用合并打包给主播团队，电商主播的工资看似高，但相比传统的劳动形式，对品牌而言更高效。

2.2.2. 劳动者抽象劳动的多维投入

电商主播的劳动，是马克思所说的“活劳动”在数字时代的典型形态，是价值创造的源泉。从整个直播过程来看，选品、研究产品信息、创造直播剧本、记忆直播“话术”等属于复杂的脑力劳动，主播连续数小时的站立、高强度高密度的话语输出属于纯粹的体力劳动。其中，主播为了吸引消费者在直播间的驻留还必须进行持续的情感输出，表现出热情、亲切、真诚，与粉丝建立家人朋友一样的社会关系，这是一种高强度的、耗费心力资源的情感力消耗。马克思的劳动二重性认为具体劳动创造使用价值，抽象劳动形成价值。在直播中，电商主播的所言所做是具体劳动，创造了直播过程的使用价值，撇开这些具体形式劳动，它们都是无差别的人类劳动力的耗费，即抽象劳动。当直播间的商品被卖出，其价值得以实现，电商主播的劳动才真正得到社会的承认。

3. 电商直播“情感流通劳动”的挑战与困境

电商直播过程中的“情感流通劳动”，一方面展现了数字时代劳动的创造力，另一方面也暴露出了资本逻辑下电商直播从业者的异化问题。电商直播从业者看似是自有劳动者，实则是在平台资本构建的隐形“数字工厂”中，用自己的情感劳动为平台创造巨额利润，而自身却承担着情感剥离、社会关系异化、收入不稳定等困境。

3.1. 电商主播自身情感的剥离

电商主播在直播过程中的主要工作就是向消费者极力推销商品，期间包括直播妆造、夸张的肢体动作、五花八门的商品推销“话术”、直播人员的“里应外合”表演，不管电商主播自身对商品的看法评价如何，他们都必须“伪装”自己，极力向消费者推销宣传商品。从美颜妆造、肢体动作、声音表达到情感推销，都需要直播从业人员进行“伪装”，这就导致了电商直播从业者与自身情感的剥离。情感产品越完美，情感表达偏离其本真情感轨道的幅度就越大，情感劳动者本身也变得越畸形[5]。高强度、公式化的情感服务产品导致了电商主播的情感麻木，逐渐成为一种异己的东西与电商主播真实情感相对抗。

3.2. 电商主播与消费者之间的社会关系危机

数字资本主义下，“情感流通劳动”面临着信任危机，研究表明，在电商直播情景中，电商主播的情感说服策略、信息说服策略和价格说服策略均能够提升消费者在线购买意愿，情感信任在电商主播说服策略和消费者在线购买意愿间发挥了显著中介作用[6]。当电商主播违背本心对直播间商品夸大虚假宣传时，本质是将信任作为赌注，进行了高风险的透支。他们通过对直播间消费者的专业讲解、持续互动、真诚分享等长期情感劳动，与消费者之间建立起“准社会关系”，这一关系的基础是信任，消费者选择购买是出于对主播的信任。但在资本平台流量分配和算法逻辑下，电商主播面临着行业“内卷”的生存压力，为了追求利润最大化，不少人选择了违背“本心”，向消费者虚假宣传。对消费者来说付出的不仅有金钱，还有基于信任而投入的情感。当信任危机产生，消费者会对整个直播购物产生警惕与疏离。对整个电商直播行业来说，个别虚假宣传现象会严重破坏整个行业的公信力，真诚宣传的从业者也会被质疑声淹没。

3.3. 平台资本对电商主播劳动价值的剥夺

从马克思政治经济学角度看，平台资本对电商主播的剥削正是对其所创造的剩余价值的无偿占有。虽然数字时代劳动形式发生了变化，但资本增值的本质并没有变，只是变得更加隐蔽复杂。电商主播的劳动力价值，可以理解为维持其进行直播再生产所需要的最低成本，其中包括日常生活开销、培训费用等。电商主播在直播中付出真实的情感流通劳动，通过微笑、互动、营造亲密感来维持粉丝关系和促进消费，这种劳动极大的延长了剩余劳动时间，创造的价值远远高于劳动力价值，大量剩余价值被平台资本无偿占有，资本不仅剥削了他们在直播间内的劳动，还剥削了其为了维持情感关系所付出的、难以量化的线下劳动，实现了对电商主播的“全面占有”。平台通过算法控制、合同抽成共同剥夺主播剩余价值，最终主播仅获得劳动力再生产的费用。平台与主播之间签订合作协议，而非劳动合同从而规避社会保险、最低工资等法定义务，这使得电商主播成为“灵活就业者”。这种模式将剥削关系合理化、隐蔽化，资本不需要承担再生产劳动者的社会责任，却可以永久性地来榨取剩余价值。

3.4. 电商直播劳动权益保障缺失

电商直播人员还面临收入不稳定的现状，部分主播收入结构高度依赖订单量、工作时间，因此出现了“多劳不多得”的被动情况。电商资本平台通过设置阶梯式任务门槛、任意调整结算规则来压缩电商主播的实际收益。为争夺“流量高峰期”，多数电商主播需要维持每天 6~10 小时甚至更长时间的直播，长期处于“连轴转”状态，但超时劳动并没有加班补偿。更关键的是，电商平台的算法规则始终处于不透明状态，电商主播无法得知流量分配、订单匹配等逻辑，只能被动接受“抽成比例”，导致主播收入波动较大。电商平台的规则的不透明性导致直播人员的社会保障不足甚至缺失，电商直播行业的显著特点是灵活、合作分成，多数直播人员没有与平台或机构签订正式合同，无法获得正常社会保障待遇，只能

以灵活就业身份来参保。

4. 电商直播劳动者困境突破

4.1. 完善电商直播政策与劳动者保障权益

2024 年,人力资源和社会保障部会同国家市场监督管理总局、国家统计局发布了 19 个新职业、28 个新工种信息,网络主播的职业身份首次得以确立。这一职业作为新起之秀,还存在社会保障与政策监管上的缺陷。电商主播与资本平台之间劳资关系及劳动关系的认定非常模糊,这是许多劳动纠纷产生的根源。因此,应完善网络主播的职业发展体系,明确电商主播与签约公司间的法律关系,依靠法律武器来保护电商直播从业者的合法权益。此外还应建立完善与电商行业相适应的基本劳动条件保障制度,完善社会保险体系。对于电商平台的资本打压行为,也应采取及时严厉的反制措施,避免电商行业的乱象。政府前期可通过奖励与支持规范发展、警示或惩罚违规发展的方式,激励电商平台向规范方向发展,中后期适度减少干预,并在成熟阶段不再主动干预[7]。2024 年达人直播带货额占比不到三成,其中,头部达人直播带货销售额仅占 9%。这表明部分知名主播的商品质量、税务或个人不当言行等并非是在行业内普遍存在的问题。因此,政府应采取鼓励与制约并存的监管机制,充分促进行业发挥正向价值。

4.2. 电商直播劳动者的规范化管理

但直播电商具有社会交互性强、准入成本低、超越时间限制等特点,社会交互性强表明直播带货的影响力之广,直播人员的出言不逊、虚假宣传、不良行为都会呈现给大众消费者;准入成本低表明电商直播人员的职业素养和道德素养存在差别性,在直播期间存在“翻车”风险;超越时空限制,体现了电商平台直播的快捷即时性,与传统的线下卖货方式不同,电商直播带货交易快捷,直播场地没有大小限制,交易场所在线上,不存在讨价还价行为。电商直播的这些特点决定了这一行业必然会存在风险,电商主播在直播中的一个小小失误都有可能造成社会舆论发酵压力。因此,应明确对电商主播的概念界定,创建电商平台主播的职业规范性体系。直播前对主播进行标准化职业与道德培训,尤其在“双 11”“618”“双 12”等大型购物节前加强对电商主播的规范培训,避免在大型直播现场“翻车”,引起舆论压力。

4.3. 电商直播从业者个人成长与职业发展

面对行业竞争与平台压榨,电商主播也需要关注自身职业成长与技能提升,提高职业素养,带动电商行业的良性发展。主播也应具备一定的法律与证据意识。在与公司合作时,应主动提出签订书面劳动合同,明确权利义务,让法律保障自身合法权益,避免口头承诺带来的风险。同时,主播需要警惕“去劳动化”用工可能带来的风险。部分企业可能以“合作”之名,行“劳动管理”之实,却规避用人单位责任。在这种情况下,即便未签合同,也可依据事实劳动关系主张权利。

4.4. 构建多元共治与支持网络

数字时代,保障电商主播权益需要多方合力。必须构建一个由政府引导、电商平台负责、工会赋能、社会组织协同的多元共治与支持网络,为电商平台劳动者提供坚实的保障网。政府是共治格局的顶层设计者和权威保障者,应推动平台为建立用工关系的电商直播从业者缴纳工伤保险,签订正式用工协议,积极探索建立与电商平台灵活就业相适应的“社会保险 + 商业保险”多层次保障体系。此外政府应充分发挥监管与执法职责,对平台的不合理抽成规则及强制主播超时劳动等行为进行规制和处罚。平台是共治网络的核心环节,应积极推动算法规则透明且公平,向电商主播劳动者公开流量分配、绩效评估和佣金结算的规则,保障劳动者的知情权。在产生大量纠纷的同时,电商平台在线上交易中扮演的中立第三

方角色,使其成为了调解电商纠纷的天然主体。因此,作为电商纠纷的起源地,电商平台调解此类纠纷具有高效、便捷、低成本的显著优势[8]。此外平台应构建合理的收益分配和权益保障体系,设定清晰明了的佣金抽成上线,与主播签订规范合法的劳动合同或书面协议。工会应代表劳动者合法权益,为电商劳动者提供专业的法律咨询、调节乃至诉讼支持,设立心理热线帮助主播疏导情感劳动带来的自身情感剥离。同时,保障电商平台劳动者合法权益也需社会积极建设实体服务阵地,例如,建立新就业形态职工之家、户外劳动者服务站、服务驿站,打造数字化法律服务平台。同时,社会认同与职业尊严也不容忽视。2024年主播已成为国家认可的新职业,通过举办职业竞赛、树立行业标杆等方式,能够有效提升主播的社会形象和职业自豪感。

5. 结语

电商直播的“情感流通劳动”作为数字经济衍生的新型劳动形式,展现了数字时代的创新创造活力,也折射出资本逻辑下新型数字劳动的深层矛盾。在马克思主义劳动价值论框架下,此研究揭示了电商直播劳动的本质是“活劳动”在数字时代的具体呈现,其价值创造遵循资本剩余价值高效获取与劳动者抽象劳动凝结的双重逻辑,而情感商品化则是这一劳动形式的核心特征。电商直播劳动者面临着的多重现实困境既制约了劳动者的可持续发展,也威胁着行业生态的健康。破解上述困境,需要政府、行业、个人与社会协同发力,让电商直播劳动回归价值创造的本质。

未来,随着数字经济的持续演进,电商直播劳动的形态必将不断迭代更新,期望本研究能为构建公平合理的数字劳动生态提供理论参考,推动电商直播行业在规范中发展,让数字劳动真正实现资本增值与劳动者权益保障的良性共赢。

参考文献

- [1] 王丰. 数字劳动与受众劳动的理论混淆及其实践危害[J]. 马克思主义研究, 2025(6): 91-102+151.
- [2] Hardt, M. (1999) Affective Labor. *Boundary*, **26**, 89-100.
- [3] 牛俐智. 政治经济学批判的重构及其限度: 以奈格里和哈特的非物质劳动为中心[J]. 学术交流, 2017(12): 115-121.
- [4] 阎孟伟. 活劳动、人工智能与马克思的劳动价值学说[J]. 求是学刊, 2025, 52(1): 18-28+187.
- [5] 于洁. 数字平台劳动异化的三维透视——基于情感劳动的分析[J]. 社会科学战线, 2025(4): 258-264.
- [6] 吴雪, 毛爽. 电商主播说服策略对消费者在线购买意愿的影响——基于情感信任和感知价值的视角[J]. 商业经济研究, 2025(4): 60-63.
- [7] 李悦. 政府奖惩机制下电商平台多主体行为演化博弈研究[J]. 中国市场, 2024(29): 203-206.
- [8] 段明, 袁心晴. 论电商平台在线调解协议司法确认机制的构建[J]. 商事仲裁与调解, 2025(2): 42-56.