

马克思主义视域下电商平台创业者的异化问题研究

曹曙缘

上海理工大学马克思主义学院, 上海

收稿日期: 2025年11月12日; 录用日期: 2025年11月25日; 发布日期: 2025年12月24日

摘要

随着电商经济的蓬勃发展, 大量用户以创业之名行数字劳役之实。基于马克思主义劳动价值论与异化理论, 研究发现电商创业者在平台资本与算法逻辑下面临资本驱动、技术控制与自我动员的多维异化困境。对此需构建技术规制、制度保障与主体赋能相结合的多元协同治理路径。

关键词

马克思主义, 电商平台, 创业者, 异化

Research on the Alienation Problem of E-Commerce Platform Entrepreneurs from the Perspective of Marxism

Shuyuan Cao

School of Marxism, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: November 12, 2025; accepted: November 25, 2025; published: December 24, 2025

Abstract

With the vigorous development of the e-commerce economy, a large number of users are actually doing digital labor under the guise of entrepreneurship. Based on the Marxist labor theory of value and alienation theory, research has found that e-commerce entrepreneurs are confronted with a multi-dimensional alienation predicament of capital-driven, technology-controlled and self-mobilization under the logic of platform capital and algorithms. To this end, it is necessary to establish a multi-party collaborative governance path that combines technological regulation, institutional

guarantee and subject empowerment.

Keywords

Marxism, E-Commerce Platform, Entrepreneurs, Alienation

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

“创业”与“劳动”作为一对辩证的概念，其内涵与关系随生产方式演变而历久弥新。在传统认知中，创业是企业家承担风险、组织生产并获取利润的创造性活动，而劳动则是劳动者受雇于资本、换取工资的谋生手段，二者在角色与回报上界限分明。然而，随着数字技术的深度渗透与平台经济的迅猛崛起，这一传统分野正被实践所重构。电商平台以其低门槛、高灵活性的特征，吸引了数以千万计的个体涌入经营，形成规模庞大的新兴从业群体[1]。他们名义上是以“创业者”身份自主经营、自负盈亏，实质上却深度嵌入由平台资本构筑的生态系统，其运营、收益乃至劳动节奏皆受制于平台的算法逻辑与商业规则[2]。这一现象不仅意味着劳动形态的数字化转型，更预示着一种以“自主创业”为表象、实则受平台资本深度支配的新型劳动范式正在形成。在此背景下，“创业”这一充满主体性能动意涵的概念，其边界正变得模糊，并在实践中日益呈现出“受控劳动”的实质。因此，在马克思劳动价值论与异化劳动理论的视域下，系统剖析电商“创业者”这一群体的真实境遇，对于揭示数字时代资本、技术与劳动的复杂关系，具有重要的理论价值与现实紧迫性。

“创业”作为数字时代的关键词，其理论意涵亟需在平台经济的实践中被重新审视。从学理上溯源，约瑟夫·熊彼特(Joseph Schumpeter)将“企业家”定义为通过“执行新组合”打破经济静态的创新者，强调其在推动经济发展中的能动作用[3]。而在平台经济背景下，电商创业者作为一类新兴主体，特指依托互联网技术与电子商务模式，通过在各类电子平台上开展销售、营销与客服等经营活动，以实现其商业目标的群体[4]。

然而，平台经济的深入发展正在深刻重塑这一群体的实践逻辑。表面上看，电商创业者仍具备熊彼特所描述的创新性与自主性特征；但在本质上，其劳动过程、经营成果乃至主体身份，均被日益嵌入由平台所主导的数字生产关系中。在此结构下，创业者的劳动被“自主经营”的意识形态所包裹，其创造的数据价值与商业活力，不断被平台以隐性的方式吸纳与资本化，形成一种以“创业”为名、行“受控劳动”之实的异化形态。基于此，笔者试图分析电商创业者如何在平台资本与算法逻辑的交互作用下，陷入由资本驱动、技术控制与自我动员共同构筑的多维异化困境，并进一步探索其实现主体性复归的实践可能。

2. 创业者异化的多维呈现

“劳动对工人来说是外在的东西，也就是说，不属于他的本质；因此，他在自己的劳动中不是肯定自己，而是否定自己，不是感到幸福，而是感到不幸[5]。”数字时代的异化恰如这般无言的悄寂，核心是从劳动者与自身劳动成果、数据资产、社会关系乃至主体性之间的断裂，从工业时代的劳动异化演进为更隐蔽、更系统的数字化异化，即算法取代了传统的劳动支配形式，以自主选择的表象掩盖着控制本质

[6]。

2.1. 劳动过程异化：算法优化下的“自主”假象

电商创业者在选品、运营与推广的过程中，看似享有充分的自主经营权，实则其经营行为正被平台的数据逻辑所重构。店铺评分与信誉深刻影响着其生存与发展空间，日常运营所产生的数据也成为平台优化其商业生态的重要依据[7]。在这一体系中，创业者的市场判断与经营策略，往往需要适应算法的推荐机制与平台的规则框架。这使得创业者在追求业务增长的过程中，其主体性与创造性在一定程度上受到平台结构与数据导向的约束。从马克思主义异化理论的视角来看，这一现象在劳动过程、劳动产品、劳动关系及人的类本质等多个维度上，呈现出系统性的影响。

2.2. 劳动产品异化：数据商品的剥夺与反向支配

在平台经济中，创业者创造的劳动产品呈现出实体与数据的双重形态。后者作为关键的数字资产，其所有权与使用权在很大程度上与创业者相分离，并被平台用于价值再生产。这使得创业者在经营中不仅难以完全掌控其数据产品的价值实现，反而需要不断适应由这些数据所塑造的竞争环境与规则，形成了一种数据反馈与依赖的循环。

2.3. 劳动关系异化：平台规则下的结构性不对等

电商平台通过构建以评分、层级与流量分配为核心的规则体系，系统性地塑造了创业者之间的竞合动态。在这一结构下，卖家为争取有限的曝光与用户资源，其经营策略易于趋同，常表现为价格竞争的加剧与运营模式的标准化，这使得彼此间的协作空间受到挤压[8]。同时，作为规则制定与调整的主体，平台在政策变更中居于主导地位，而创业者在此过程中通常缺乏充分的参与及反馈渠道。

2.4. 类本质异化：创业理想与现实劳动的断裂

创业者期望通过创造性的经营活动实现自我发展，并在此过程中确认自身的本质力量。然而，平台高度标准化的运营规则，使其劳动内容呈现出碎片化与重复化的倾向，实践中常形成“响应算法 - 优化数据 - 追逐流量”的循环。这一过程在一定程度上制约了其创造性的发挥，同时，长时间的数字劳动也对其维持线下社会关系与家庭生活提出了挑战，从而使创业者在实现个人价值与适应平台规则之间，面临自我实现的困境[9]。

3. 异化机制：资本、技术与自我动员的三重逻辑

在平台经济中，数据驱动的新生产方式深刻重塑了创业生态。资本扩张、算法控制与自我动员三者相互交织，共同构成了电商创业者异化的结构性根源。具体而言，平台资本提供了价值剥夺的根本动力，算法技术实现了对劳动过程的精密支配，而创业者的自我动员则将此套支配结构内化为自觉行动，三者共同作用，形成了系统性异化的闭环。

3.1. 资本逻辑：平台经济中的价值分配机制

从马克思主义政治经济学视角分析，电商平台构建了一套基于规则设计的价值分配体系。这套体系通过精细的制度安排，重构了传统市场中的价值创造与分配关系。在这一体系下，平台凭借其市场支配地位与技术架构优势，重新定义了价值的创造路径与分配原则。

根据劳动价值论来看，电商创业者的活劳动通过具体的经营活动，凝结在所提供的商品和服务中，形成价值实体。这些价值实体本应完全归属于价值创造者，然而在平台经济的新型生产关系下，平台作

为数字市场的组织者与规则制定者，通过设计交易规则、设定收费标准和掌控流量分配，确立了对价值分配过程的主导权。这种主导权具体体现在两个层面：其一，平台通过制度化的抽佣机制直接介入每一次交易的价值分配，以技术服务费、交易佣金等形式，对创业者创造的价值进行初次分配；其二，平台将创业者在经营过程中产生的行为数据、交易数据等纳入其数据资产体系，通过数据的二次开发与利用，实现价值的再分配。

这种价值分配机制在结构上形成了一种不对称的依赖关系。创业者作为价值的直接创造者，投入了大量的具体劳动，包括商品遴选、店铺运营、客户服务、市场推广等一系列经营活动，却无法完全掌握价值的分配过程与分配规则。平台通过控制市场准入、流量分配机制和数据资源的所有权与使用权，不仅决定了价值在各个主体间的分配比例，还将创业者劳动过程中产生的衍生价值，包括但不限于用户画像、消费偏好、市场趋势等数据价值系统地纳入自身的资本积累循环。

3.2. 技术逻辑：劳动过程的算法化调控

在平台经济中，技术逻辑通过算法系统对创业者的劳动过程实施结构化调控。根据马克思所说的“科学和技术使执行职能的资本具有一种不以它的一定量为转移的扩张能力”[10]。也就是科学技术能让正在运作的资本，在自身总量不增加的前提下，实现生产能力和获利空间的扩张。技术不仅是提高劳动生产率的工具，更是资本控制劳动过程的重要手段。而在数字时代，算法系统继承了这一功能，并发展出更为精细的控制形式。

平台算法通过将复杂的市场运营抽象为可量化的指标体系，如点击率、转化率、店铺评分等等，构建了一套标准化的劳动评价系统。这套系统表面上提供客观的效率指标，实质上却预设了特定的价值取向，即将一切经营行为导向平台设定的商业目标。创业者不得不调整自身的经营策略以适应算法规则，其劳动过程逐渐从基于经验的自主决策转向对算法参数的机械响应。

以商品搜索排序机制为例，算法的“黑箱”特性使创业者难以把握其完整逻辑，只能通过不断的试错来揣测算法的偏好。这种不确定性迫使创业者将大量劳动时间投入到上下架时间错峰、关键词优化、图片测试、详情页调整等重复性工作中。从劳动过程理论的视角看，这实质上是将创业者的专业技能和创造力分解为可标准化操作的动作组合，使其劳动内容趋向碎片化和程式化。

值得注意的是，算法调控与传统工厂管理存在重要区别。在传统工厂中，工人受机器节奏的直接支配；而在平台经济中，创业者表面上享有劳动自主权，实际上却受到算法规则的隐性支配。这种支配方式更具渗透性，使得创业者不仅在工作时间受到规训，其经营思路、创新方向乃至对市场趋势的判断，都在潜移默化中受到算法逻辑的形塑。

3.3. 自我动员逻辑：劳动投入的内在驱动机制

在平台经济中，自我动员逻辑构成了劳动控制的重要维度。该机制通过影响创业者的认知框架，促使其将外部要求转化为内在驱动，从而实现对其劳动投入的深度引导。

具体而言，平台通过特定的激励与评价体系，构建了一套创业发展的话语框架。在这一框架下，平台规则被呈现为创业过程中需要适应的市场环境，高强度的工作投入被关联到个人成长与能力提升，而对平台的依赖则被解释为对商业基础设施的有效利用。这种认知框架的建立，使得创业者更倾向于从积极角度理解平台提出的各种要求。

在实际经营过程中，创业者往往表现出较高的工作投入度，包括主动延长工作时间、自愿承担经营风险、持续优化运营策略等[6]。这些行为在表面上源于创业者的自主选择，但在深层则受到平台所构建的激励体系的引导。这种机制在一定程度上影响了创业者对劳动投入与价值回报关系的认知，使其将平

台规则带来的挑战内化为提升经营能力的动力。并且,这一机制通过重塑创业者对经营目标与自我价值的认知,实现了外部要求与内在驱动的有机结合。创业者既在形式上保持了决策自主性,又在实践中遵循了平台设定的发展路径。

可以说,自我动员逻辑通过认知引导与激励机制,使创业者在追求商业成功的过程中,自发地调整其劳动投入与经营策略,形成了平台经济中特有的劳动调节方式。这一机制不仅提高了劳动投入的效能,也重塑了创业者与平台之间的互动关系。

这三重逻辑并非孤立运作,而是相互强化,共同构成一个完整的支配体系。资本逻辑提供了价值剥夺的经济基础,技术逻辑实现了劳动过程的精细调控,自我动员逻辑则确保了这种支配获得主体的主动配合。

面对这一系统性的支配结构,如何通过有效的制度设计来平衡各方权益、重塑平台生态中的劳动关系,就成为亟待探讨的现实议题。

4. 异化机制:资本、技术与自我动员的三重逻辑

面对平台经济中由资本、技术与自我动员三重逻辑共同构筑的异化困境,单一主体的治理模式已难以有效应对。基于异化生成机制,调试方案应从技术规制、制度重构与主体赋能三个维度来构建多元协同的治理体系,以重塑平台生态中的价值分配与权力结构。

4.1. 技术规制:推动算法透明与可问责

在平台经济生态中,算法与数据已成为影响利益分配的核心要素。针对算法不透明与数据权利缺失的问题,技术治理应着力构建以下机制:第一,建立算法透明度机制是基础。应要求平台适度公开影响经营者核心权益的算法参数,特别是涉及流量分配、搜索排序等关键规则的核心要素,使创业者能够理解平台运行的基本逻辑。同时,可探索建立算法备案与第三方审查制度,引入独立技术机构对平台算法进行定期的合规性与公平性评估,确保算法系统的公正性。第二,完善数据权利保障同样关键。应明确创业者对其经营数据的使用权、可携带权与收益分享权,打破平台对数据的垄断控制。在此基础上,应通过建立常态化审计制度、采用多元化审计方法及推动结果公开与应用,来落实算法审计,以约束算法权力、防范滥用风险。以及需要建立合理的数据收益分配机制,通过量化数据贡献、评估数据价值等方式,使创业者能够公平分享其数据劳动所产生的价值。

这一路径旨在通过提升算法透明度和完善数据权利保障,重塑平台与创业者之间的权力平衡,为构建更加公平的平台生态环境奠定技术基础。

4.2. 制度保障:构建多方协同的治理框架

平台经济的健康发展需要建立与之相适应的制度环境,制度环境的建立应当围绕平台责任立法与监管模式创新两个核心维度展开。

健全平台责任立法是制度保障的基石。首先,需要在法律层面明确平台在维护公平交易环境、保障经营者合法权益方面的法定义务。这包括但不限于:平台应当建立公平、透明的交易规则,不得利用市场支配地位实施不合理限制或差别待遇;平台有义务保障交易安全,建立健全信用评价体系和争议解决机制。其次,应当建立针对平台规则变更的协商机制,通过设置规则变更前的公示期、意见征集期和异议处理程序,保障创业者对规则制定的知情权与参与权,避免平台单方面变更规则对经营者权益造成不当影响。

在创新监管模式方面,需要突破传统的单向监管思维,建立政府主导、平台协同、行业协会参与的

协同治理机制。政府监管部门应当发挥引导和规范作用，制定平台经济运行的基本规则和底线要求；平台企业需要承担主体责任，建立完善的内部治理和自律机制；行业协会则应发挥桥梁作用，代表创业者群体参与政策制定，推动行业标准的建立与完善。同时，应当设立专门的平台经济纠纷解决渠道，如在线争议解决平台、专业仲裁机构等，为创业者提供便捷、低成本的维权途径，有效降低其维权成本。

如此一来，通过明确各方权责、畅通诉求表达、完善纠纷解决，未来可以实现平台经济生态的良性发展。

4.3. 主体赋能：提升创业者的集体行动能力

在平台经济治理体系中，创业者主体能力的提升是实现有效治理的关键环节。面对资源分散与议价能力不足的现状，需要通过组织化建设和能力提升双管齐下，增强创业者的集体行动能力。

在组织建设方面，应支持建立区域性和行业性的创业者协会，通过组织化形式整合分散的个体力量。这些组织不仅可以提供专业的市场信息、法律咨询和运营指导，更重要的是能够代表创业者群体参与平台规则协商，改变个体创业者在对话中的弱势地位。同时，要推动建立平台与创业者组织之间的常态化对话机制，通过定期会议、政策磋商等形式，确保创业者的利益诉求在平台决策过程中得到充分表达。

在能力提升方面，需要系统开展针对创业者的专业培训，重点包括平台算法原理、数据权利保护、合同法规等实用内容，帮助其准确理解平台生态的运作逻辑和自身权益边界。以及要建立完善的支持体系，通过典型案例解析、法律咨询服务、信息共享平台等途径，提升创业者的风险防范意识和权益维护能力。

主体赋能与技术治理、制度重构共同构成了完整的治理框架。创业者唯有通过组织化建设和能力提升，从被动适应转向主动参与，才能推动平台经济生态的健康发展。这一转型需要政府、平台与社会各方协同推进，共同构建平衡可持续的平台治理新格局。

5. 结语与展望

在资本逻辑、技术逻辑与自我动员逻辑的三重作用下，创业者面临着价值分配失衡、劳动过程受控与主体性消解的多维困境。这些困境相互交织，形成了一个系统性的异化结构。针对这一复杂问题，需要构建技术治理、制度重构与主体赋能相结合的多元协同治理路径。通过算法透明化与数据权利保障、平台责任立法与监管创新、创业者组织建设与能力提升三个维度的协同推进，旨在构建更加公平、可持续的平台生态系统。

未来研究可进一步探讨不同电商模式中创业者境遇的差异性，以及人工智能、元宇宙等新技术形态对平台劳动关系的重塑。平台经济的健康发展，需要在技术进步与人文关怀、资本效率与社会公平之间寻求平衡。唯有构建多方协同的治理体系，才能实现平台经济高质量发展与创业者权益保障的有机统一，推动数字经济发展成果的共享。

参考文献

- [1] 中华人民共和国商务部. 中国电子商务报告 2022 [M]. 北京: 中国商务出版社, 2022.
- [2] 张桂芳, 闫申, 刘晓音. 数字资本主义的劳动生活方式异化批判——基于政治经济学视角[J]. 海派经济学, 2025, 23(3): 154-167.
- [3] 陈劲, 贾根良. 理解熊波特——创新与经济发展的在思考[M]. 北京: 清华大学出版社, 2013: 162.
- [4] 曾亿武, 郭红东, 金松青. 电子商务有益于农民增收吗?——来自江苏沭阳的证据[J]. 中国农村经济, 2018(2): 49-64.
- [5] 《马克思恩格斯全集》第 3 卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 编译. 北京: 人民出版社,

- 2002: 268-269.
- [6] 解丽霞, 赵哲. 数字资本空间中的数字劳动异化与扬弃[J]. 学术研究, 2025(3): 23-29, 45, 177.
 - [7] 陈朴, 石培昌, 王春阳. 在线店铺转让价格影响因素分析——基于淘宝店铺声誉[J]. 经济学(季刊), 2022, 22(5): 1759-1782.
 - [8] 钱霖亮. 电商经济的时间制度与观念——以淘宝、天猫等阿里巴巴平台卖家为中心的讨论[J]. 思想战线, 2019, 45(6): 32-40.
 - [9] 王晓广, 丁慧. 资本逻辑与数字技术下的自由时间侵蚀: 基于马克思现代性批判视角[J/OL]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版): 1-7. <https://doi.org/10.14100/j.cnki.65-1039/g4.20250630.002>, 2025-11-24.
 - [10] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 编译. 《资本论》第 1 卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社, 2009: 707-724.