

# 数字劳动视角下电子商务平台劳动者权益保障的马克思主义审视

宋安妮

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14日；录用日期：2025年11月25日；发布日期：2025年12月11日

---

## 摘要

随着数字经济与电子商务深度融合，平台经济催生了新型数字劳动形态，电商主播、带货达人、平台商家运营、物流配送员等劳动者群体规模持续扩大，但与此同时，也隐藏着劳动者权益保障的深层危机。本文通过剖析电子商务平台数字劳动的本质特征与异化表现，揭示资本逻辑下平台劳动者权益受损的深层机理，并提出符合马克思主义公平正义原则的权益保障路径，为电子商务平台经济的健康可持续发展提供思路。

---

## 关键词

数字劳动，电子商务平台，劳动异化

---

# Marxist Perspective on Protecting E-Commerce Platform Laborers' Rights from the Digital Labor Angle

Anni Song

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: November 14, 2025; accepted: November 25, 2025; published: December 11, 2025

---

## Abstract

With the deep integration of the digital economy and e-commerce, the platform economy has spawned new forms of digital labor. The scale of labor groups such as e-commerce hosts, live streamers, platform merchant operators, and logistics deliverers continues to expand. Meanwhile,

it hides a profound crisis in the protection of laborers' rights and interests. By analyzing the essential characteristics and alienation manifestations of digital labor on e-commerce platforms, this paper reveals the underlying mechanism of labor rights violations under the logic of capital. It also proposes protection paths in line with Marxist principles of fairness and justice, providing ideas for the healthy and sustainable development of the e-commerce platform economy.

## Keywords

Digital Labor, E-Commerce Platforms, Labor 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

数字技术的迭代升级推动电子商务从传统货架电商向直播电商、社交电商等多元形态演进，平台经济已成为我国数字经济的核心组成部分。截至 2024 年底，我国网络购物用户规模达 9.74 亿人，较 2023 年 12 月增长 5947 万人，占网民整体的 87.9%，互联网在促进新消费模式发展、带动形成新消费热点、推动新消费群体崛起等方面持续发挥积极作用，数字消费的发展正稳步推动消费市场转型升级[1]。在数字消费热潮下，形成了包括电商主播、带货达人、平台商家运营、物流配送员、客服人员等在内的庞大数字劳动者群体。这一群体以数字技术为依托，以平台为载体，在商品交易全流程中开展生产性与服务性劳动，为电子商务的高效运转与数字经济的繁荣发展提供了核心支撑，创造了巨大的社会财富与经济价值。

然而，平台经济的“灵活就业”模式背后，隐藏着劳动者权益保障的深层危机。与传统劳动关系中明确的雇主 - 雇员关系不同，电商平台通过“合作协议”“劳务派遣”等名义模糊劳动关系属性，将用工成本与风险转移给劳动者。在资本逻辑与技术控制的双重作用下，平台劳动者面临着一系列权益困境。这些问题不仅影响着数千万劳动者的生存质量与发展权益，也制约着平台经济的可持续发展，甚至引发一系列社会矛盾，成为数字经济高质量发展进程中亟待解决的重要问题。马克思主义劳动理论作为分析资本主义劳动现象的科学工具，其劳动价值论、异化劳动理论与剩余价值理论对解读数字时代的劳动问题仍具有强大解释力。因此，立足马克思主义立场、观点与方法，剖析电子商务平台数字劳动的内在逻辑与权益保障困境，探索兼具公平与效率的治理方案，既是回应数字时代劳动问题的理论需要，也是推动电子商务平台经济高质量发展的现实诉求。

## 2. 马克思主义相关理论阐释

### 2.1. 劳动价值理论与剩余价值理论

马克思认为，劳动是价值的唯一源泉，商品的价值由生产商品的社会必要劳动时间决定：“只是社会必要劳动量，或生产使用价值的社会必要劳动时间，决定该使用价值的价值量”[2]，而劳动是商品价值的唯一源泉。在马克思的理论框架中，劳动力作为一种特殊商品，其使用价值具有独特性，即劳动力在劳动过程中能够创造出超出自身价值的价值，这部分超出劳动力价值的部分便是剩余价值。在资本主义制度下，资本家凭借对生产资料的占有权，将劳动者创造的剩余价值无偿占有，这一过程构成了资本积累的核心逻辑。资本家为实现利润最大化，会不断通过延长绝对劳动时间、压缩相对必要劳动时间等

方式强化剩余价值的榨取，而这种对剩余价值的掠夺，正是资本家与劳动者对立关系的根源。数字时代下，电子商务平台作为新型生产资料的控制者，其盈利模式本质上仍是通过占有劳动者创造的剩余价值实现资本增殖，只是剩余价值的提取方式因数字技术的介入而发生了形态变化。

## 2.2. 异化劳动理论

马克思在《1844年经济学哲学手稿》中提出异化劳动理论，指出资本主义制度下劳动异化表现为四个维度：劳动者与劳动产品相异化、劳动者与劳动过程相异化、劳动者与类本质相异化、劳动者之间相互异化[3]。其一，劳动者与劳动产品相异化。马克思指出，在资本主义生产中，劳动者生产的产品越多，自身就越贫困，劳动产品作为劳动者对象化活动的成果，最终会转化为异己的、支配劳动者的力量。因为资本家占有生产资料，劳动产品的所有权归属于资本家，劳动者只能通过出卖劳动力换取生存资料，而无法支配自己的劳动成果，甚至会被自己生产的产品所奴役。其二，劳动者与劳动过程相异化。劳动本应是人类自由自觉的活动，是人的本质力量的体现，但在资本主义条件下，劳动变成了劳动者被迫进行的谋生手段。劳动者在劳动过程中无法自主掌控劳动内容、劳动方式与劳动节奏，劳动过程对劳动者而言不再是一种享受，反而成为一种肉体与精神上的折磨，劳动的创造性被彻底压制。其三，劳动者与类本质相异化。马克思认为，人的类本质是自由自觉的活动，劳动正是这种类本质的核心体现。而在资本主义劳动关系中，劳动的自主性、创造性被消解，劳动者被束缚在重复性、机械性的劳动中，劳动不再是实现自我价值的途径，反而沦为支配人的外在强制力，人的类本质被彻底扭曲。其四，劳动者之间相互异化。人与人相异化是前三个异化所导致的必然结果，人同自己的劳动产品、自己的生命活动、自己的类本质相异化的直接结果就是人同人相异化[3]。资本主义生产关系下，劳动产品的私有化与生产资料的垄断占有，使得劳动者之间形成了对立关系。劳动者为争夺有限的就业机会、劳动报酬，被迫陷入相互竞争的状态。这种竞争掩盖了资本对全体劳动者的剥削本质，将劳动者之间本应有的社会联合关系，异化为相互隔阂、相互对立的功利性关系，进一步削弱了劳动者的整体力量。

## 3. 电子商务平台数字劳动的本质与异化表现

### 3.1. 电子商务平台数字劳动的本质特征

从技术发展的视角来看，数字劳动说的是以数字技术为媒介，以数字平台为劳动工具和生产领域，以人们的经验行为和思想情感为劳动对象而进行的一种劳动生产[4]。那么电子商务平台数字劳动则可以说是以数字技术为媒介，以互联网平台为载体，围绕商品交易全流程开展的生产性劳动与服务性劳动的总和。其本质是劳动者借助数字工具实现价值创造与价值增殖的过程，具有以下三个核心特征。

一是劳动资料的数字化。智能手机、电脑等数字设备已成为电子商务从业者必备的生产资料。以农村电商的发展为例，许多农民借助智能手机开启了直播带货之旅。在江西萍乡的横岗村，村支书文敏用抖音号直播卖鱼，吸引16万观众，短短十天便实现了57万元销售额，村民收入大幅增加。还有贵州平坝昊禹米业的董事长杨勇，通过抖音直播销售大米等农产品，账号粉丝超22万，网络直播销售额超600万元。这些农民和企业家通过智能手机等电子设备，展示农产品特色、与消费者互动交流，打破了地域限制，拓展了销售市场，实现了增收致富，充分体现了数字设备在电商数字劳动中的关键作用。

二是劳动形式的灵活化。数字劳动打破了传统劳动关系在时间和空间上的限制，开启了一种全新的雇佣模式。以网约车司机为例，他们借助网约车平台开展工作，工作时间和地点具有极高的自主性。司机可以根据自己的生活安排和个人意愿，自由选择接单的时间，无论是清晨、午后、深夜，还是工作日、周末，只要自己有空余时间，随时都能上线接单。在工作地点上，也不再像传统工作那样被束缚在固定的办公室或工作场所，城市的各个角落都可能成为他们的工作场所。

三是劳动过程的数据化。在电子商务平台的数字劳动体系里，劳动过程的数据化是一个极为关键的特征，劳动者的劳动行为、交易记录、用户反馈等各类数据，都成为平台优化算法、提取剩余价值的重要素材，深刻影响着整个电商生态的运行。例如当用户在电商平台浏览商品时，每一次点击、每一次搜索、每一次加入购物车的行为，以及最终的购买记录，都会被平台精准记录。平台借助这些数据，通过复杂的算法模型，深入分析用户的消费偏好、购买习惯和潜在需求。若用户多次浏览并购买健身器材，平台算法就会识别出该用户对健身相关产品的兴趣，进而在用户下次登录平台时，有针对性地推荐各类健身器材新品、运动服饰、健身课程等商品和服务，精准推送符合用户兴趣的商品，提高用户的购买转化率，为平台带来更多的交易流水和利润。

### 3.2. 电子商务平台数字劳动的异化表现

#### 3.2.1. 劳动产品与劳动者的异化

电商劳动者在劳动过程中创造的数字劳动产品，涵盖直播内容、交易数据、用户流量等多元形态，这些产品不仅是平台运营的核心资源，更是资本实现增殖的关键载体。然而，这些由劳动者耗费时间与精力创造的劳动成果，最终的所有权与支配权完全归属于电商平台，劳动者仅能获得少量佣金或固定报酬，其收入与劳动产品所产生的巨大商业价值严重脱节。在直播电商领域，主播的直播时长、互动频率、带货销量等数据被平台量化为定价的核心依据，这些数据转化的流量价值与商业收益大多被平台截留，而劳动者对自身创造的流量价值缺乏有效的议价权，始终处于价值分配的弱势地位，难以获得与劳动贡献相匹配的回报。

#### 3.2.2. 劳动过程与劳动者的异化

算法控制已成为电商平台规训劳动过程的核心手段，平台借助大数据分析技术，将劳动过程中的关键要素转化为可量化的刚性指标，包括直播时长、客户回复速度、物流配送时效等。劳动者为了满足平台设定的考核要求，被迫完全服从算法的指令，沦为“算法的附庸”，劳动过程的自主性被彻底剥夺。以物流配送员为例，为了完成平台规定的配送时效指标，他们不得不承担超速行驶、超时工作的风险，每日的劳动轨迹、工作时长、配送效率均被算法实时监控与评判，劳动过程沦为对算法规则的机械响应，原本应有的劳动自主性与灵活性完全丧失。

#### 3.2.3. 类本质与劳动者的异化

马克思明确提出：“人的本质在其现实性上是一切社会关系的总和”<sup>[5]</sup>。自由自觉的活动即劳动是人的类本质<sup>[6]</sup>，劳动本应是劳动者展现主体性、实现自我价值的重要途径。但在电商平台的资本逻辑下，数字劳动彻底沦为劳动者谋生的工具，劳动的创造性与主体性被严重消解。电商主播为了迎合平台的流量规则，获取更多曝光与转化，不得不放弃自身的创作理念与风格，转而生产同质化、娱乐化的内容；平台商家运营为了提升店铺排名、争夺流量资源，被迫投入大量时间与精力进行数据“刷单”等机械重复的操作。在这一过程中，劳动不再是自由自觉的创造性活动，而是成为压抑劳动者主体性的被动行为，人的类本质遭到严重异化。

#### 3.2.4. 劳动者之间的异化

电商平台通过算法构建起层级化的竞争机制，主播排名、商家评级、骑手积分等考核体系将劳动者置于相互竞争的格局之中，迫使劳动者为争夺有限的平台资源展开恶性竞争。主播群体为了抢占流量红利，不惜采用相互“踩低”、恶意炒作等手段；骑手之间为了抢夺订单，时常发生口角甚至肢体冲突；平台商家为了争夺市场份额，陷入低价竞争的恶性循环。这种由平台主导的竞争机制，将劳动者之间的社会关系简化为纯粹的利益竞争关系，人与人之间本应存在的协作与关怀被资本逻辑所吞噬，劳动者之间

的社会联结被严重弱化，最终导致劳动者在异化的劳动关系中陷入孤立状态。

## 4. 电商平台劳动者权益受损的资本逻辑与技术动因

### 4.1. 资本逻辑：剩余价值最大化的本质驱动

电子商务平台作为数字资本的载体，其运营逻辑本质上是资本增殖逻辑的延伸。平台通过以下方式实现剩余价值的最大化提取：一是降低用工成本，通过“灵活就业”名义模糊劳动关系，规避社会保险、最低工资标准等法定责任，将用工风险转移给劳动者；二是强化劳动剥削，通过算法优化不断压缩必要劳动时间，提高劳动强度，例如直播平台要求主播每天直播时长不少于8小时，物流平台将配送时效压缩至30分钟以内；三是占有数字剩余价值，劳动者在劳动过程中产生的用户数据、交易数据等数字资产被平台无偿占有，这些数据经过加工处理后转化为平台的核心盈利资源，而劳动者未获得任何补偿。

### 4.2. 技术动因：算法控制的隐性规训

数字技术在提升电商运营效率的同时，也成为平台控制劳动者的工具。算法的隐蔽性与权威性使得劳动异化更具迷惑性：一是算法的“黑箱操作”导致劳动者丧失议价能力，平台通过不透明的算法规则设定报酬标准、分配订单资源，劳动者无法知晓算法运行逻辑，更无法对其进行质疑；二是技术赋权的不平等性，平台掌握核心技术与数据资源，处于绝对优势地位，而劳动者仅拥有简单数字工具，难以形成与平台抗衡的力量；三是数字监控的全面化，平台通过GPS定位、视频监控、数据追踪等技术手段，对劳动者进行全方位、全天候监控，劳动者的私人空间被严重挤压，劳动与生活的边界完全消失。

## 5. 马克思主义视角下电商平台劳动者权益保障的实现路径

### 5.1. 明晰劳动法律关系，筑牢权益保障制度基础

数字劳动法律法规是保障数字劳动者合法权益和消解数字劳动异化风险的法律底线<sup>[7]</sup>。针对电商平台劳动关系模糊的问题，应从法律层面明确不同类型平台劳动者的劳动关系属性：一是将长期受平台算法控制、接受平台管理的劳动者（如全职骑手、签约主播）认定为劳动关系，要求平台依法签订劳动合同、缴纳社会保险；二是针对兼职劳动者、个体商家等灵活就业群体，建立专门的权益保障机制，推行平台责任保险、最低工资保障等制度；三是完善劳动法律法规，将数字劳动纳入劳动法调整范围，明确算法监管、数据权益、休息权等新型劳动权益的法律保护标准。

### 5.2. 强化算法监管，破除技术异化的制度屏障

算法的异化本质是资本逻辑对技术的扭曲，通过使社会鸿沟愈益复杂化的方式重塑了人同人相异化的新样态<sup>[8]</sup>。因此，必须通过制度监管规范算法运行。一是建立算法透明化机制，要求电商平台公开算法的基本运行逻辑、指标设定依据，保障劳动者的知情权。例如，需要求电商平台清晰区分核心算法逻辑与商业机密，重点公开直接影响劳动者权益的算法决策关键维度，涵盖劳动报酬核算规则、订单分配优先级依据、绩效考核指标权重及处罚规则适用条件等内容。二是设立算法审查制度。由行业主管部门牵头组建算法审查专家库，严格筛选具备劳动保障、计算机技术、法律等跨领域资质的第三方机构，明确审查资质的认证标准与退出机制，避免审查主体资质不足或权责不清的问题。三是赋予劳动者算法异议权，当劳动者认为算法规则损害其合法权益时，有权向平台提出异议，平台应在规定时间内予以回应和调整。

### 5.3. 构建多元维权机制，凝聚权益保障合力

基于马克思主义关于“人的解放”理论，劳动者权益保障需要构建政府、平台、工会、劳动者多元共

治的机制。一是强化政府监管责任，市场监管、劳动保障等部门应建立联合监管机制，加大对平台违法用工、恶意欠薪等行为的查处力度；二是推动平台履行社会责任，引导平台建立劳动者权益保障委员会，完善薪酬分配制度、休息休假制度和职业技能培训制度；三是健全工会组织建设，建立适应数字劳动特点的工会组织，吸纳灵活就业人员加入工会，通过集体协商、集体谈判等方式维护劳动者的合法权益；四是提升劳动者数字素养，开展数字劳动权益保护培训，帮助劳动者掌握算法规则解读、劳动维权流程等知识，增强自我保护能力。

#### 5.4. 推动平台经济转型，践行共享发展理念

马克思主义追求人的自由全面发展，平台经济的健康发展必须超越资本逻辑的束缚。发展和谐劳动关系的目标是使劳资之间实现利益的公平公正分配，保障劳动者权益，进而提高劳动关系主体各自的积极性，最终实现双赢，这与共享发展理念“不谋而合”[9]。推动平台经济转型，践行共享发展理念，一是要构建“技术向善”的平台治理理念，推动算法从“效率优先”向“效率与公平兼顾”转型，在算法设计中融入劳动者权益保障考量；二是要建立数字资产收益分配机制，让劳动者参与数字剩余价值的分配，例如平台从数据盈利中提取一定比例作为劳动者数据权益补偿；三是要促进平台经济与实体经济深度融合，避免资本无序扩张，引导平台将更多资源投入到技术创新、服务优化和劳动者权益保障中，实现资本、技术与劳动者的良性互动。

### 6. 结语

电子商务平台数字劳动是数字时代劳动形态的重要创新，其本质仍是劳动者借助生产资料创造价值的过程。电子商务平台经济的健康发展，不仅需要技术创新与效率提升，更需要坚守公平正义的价值导向。只有将马克思主义的公平正义原则融入平台治理实践，保障劳动者的合法权益，才能激发劳动者的创造性与积极性，推动平台经济从“资本主导”向“以人为本”转型，最终实现人的自由全面发展与数字经济的可持续发展。未来研究可进一步聚焦直播电商、跨境电商等细分领域的劳动权益问题，结合具体案例开展更具针对性的实证研究。

### 参考文献

- [1] 人民日报. 我国网络购物用户规模超9亿人数字消费带动新消费热点[EB/OL]. [https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202410/content\\_6981086.htm](https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202410/content_6981086.htm), 2024-10-18.
- [2] 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: 52.
- [3] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 53.
- [4] 代砚春, 孙美玲. 数字技术、数字劳动和数字资本: 数字资本主义的逻辑批判[J]. 河北农业大学学报(社会科学版), 2022, 24(5): 23-29.
- [5] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 2012: 135.
- [6] 刘泽元. 数字异化的出场逻辑、缘由及消释路径——马克思异化劳动理论的当代阐释[J]. 理论观察, 2025(8): 48-52.
- [7] 刘宁, 冯强. 数字劳动异化的出场逻辑、现状分析及消解策略[J]. 四川民族学院学报, 2025, 34(4): 88-93.
- [8] 李扬, 张鑫. 算法资本化背景下异化劳动的新样态[J]. 哲学动态, 2025(10): 5-16, 173-174.
- [9] 吕景春. 数字经济下共享型和谐劳动关系的建构机理与实现路径[J]. 马克思主义研究, 2023(2): 72-82.