

创新劳动与价值：电商平台的价值创造奥秘

任一鸣

江苏大学马克思主义学院，江苏 镇江

收稿日期：2025年12月22日；录用日期：2025年12月31日；发布日期：2026年1月23日

摘要

在数字经济时代，以阿里巴巴、京东、拼多多等为代表的电商平台，以惊人的速度创造了巨大的财富和市场价值。这一现象难以完全用传统的产业资本和商业资本逻辑加以解释。本文试图运用马克思的劳动价值论，特别是其中关于“生产性劳动”、“劳动二重性”以及隐含的价值思想，结合当代创新理论，提出“创新劳动创造超常价值”的分析框架。本文认为，电商平台的核心价值源泉并非传统意义上的商业中介利润，而是一种复合型的“创新劳动”。这种劳动通过技术架构、组织重构和关系再造，在流通领域引发了“生产性”革命，极大地降低了社会总体的交易成本，重塑了价值实现与价值分配的过程，从而持续地占有和创造一种远超平均利润的“超常价值”。对这一过程的哲学-经济学剖析，不仅有助于揭示数字资本主义的新形态，也为理解当代价值创造规律提供了马克思主义的当代视角。

关键词

创新劳动，马克思劳动价值论，数字资本主义

Innovative Labor and Value: The Secret of Value Creation in E-Commerce Platforms

Yiming Ren

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: December 22, 2025; accepted: December 31, 2025; published: January 23, 2026

Abstract

In the context of the digital economy, e-commerce platforms represented by Alibaba, JD.com, and Pinduoduo have enormous wealth and market value at an astonishing speed. This phenomenon is difficult to explain entirely in terms of traditional industrial and commercial capital logic. This paper attempts to apply Marx's labor of value, especially his ideas on "productive labor," "the dual nature of labor," and the implicit value theory, combined with contemporary innovation theory, to

propose an analytical framework for “innovative labor creating extraordinary value.” This paper argues that the core value source of e-commerce platforms is not the traditional commercial intermediary profit, but “innovative labor.” This type of labor, through technological architecture, organizational restructuring, and relationship reengineering, has triggered a “productive” revolution in the field of circulation significantly reducing the overall transaction cost of society, reshaping the process of value realization and value distribution, and thus continuously occupying and creating a “super-normal value” far beyond the profit. A philosophical-economic analysis of this process not only helps reveal the new form of digital capitalism but also provides a contemporary Marxist perspective for understanding the law of value creation in society.

Keywords

Innovative Labor, Marx’s Labor Theory of Value, Digital Capitalism

Copyright © 2026 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

马克思在《资本论》中深刻揭示了产业资本通过剥削雇佣劳动生产剩余价值，以及商业资本通过参与剩余价值分割获取利润的基本逻辑[1]。传统的电子商务常被简单归类为一种高效的商业资本形态，其利润被视为对既有社会生产剩余价值的“再分配”。然而，这种解释面临双重困境：其一，无法说明顶级电商平台何以在短短十数年内创造出堪比传统工业巨头积累百年的市值规模；其二，忽视了平台自身作为一种革命性经济组织形态，对生产、流通、消费全链条的深度重构。

显然，在平台经济的价值“巨池”中，存在着一个超出传统剩余价值转移和平均利润的新源泉。马克思在论述相对剩余价值生产时指出，个别资本家通过采用新技术、新组织方式，使其商品的个别价值低于社会价值，从而获得超额剩余价值。当这种创新普及后，超额剩余价值消失，转化为相对剩余价值。但平台经济似乎呈现一种新常态：某些头部平台能够通过持续、系统、生态化的“创新”，将这种“超额”状态长期化、稳定化、制度化。这种长期稳定的超额回报，本文称之为“超常价值”。其奥秘，正蕴藏于一种特殊性质的劳动——创新劳动——之中。

2. 理论基石：从马克思劳动价值论到创新劳动

要解析电商平台的价值规律，必须回到马克思价值理论的根基，并对其进行符合时代的拓展。

2.1. 生产性劳动与流通劳动的二重性

马克思严格区分了生产性劳动与非生产性劳动。生产性劳动直接创造价值与剩余价值，其载体是商品形式的生产；而非生产性劳动不创造价值，其报酬来源于对产业资本所生产剩余价值的分割。传统商业被视为非生产性的，其作用在于实现价值而非创造价值。

然而，电商平台的出现模糊了这一边界。平台的劳动绝非简单的“一买一卖”。它至少包含三个层面：一是技术架构劳动。研发和维护庞大的算法、数据中心、支付系统、安全体系。这本质上是复杂脑力劳动，其成果是“固定资本”的一种新型数字形态。二是组织重构劳动。设计并运营一整套规则，包括店铺规则、信用体系、物流协同、流量分配机制，将海量分散的卖家、买家、服务商组织成一个高效协同的网络化生产流通有机体。三是关系再造劳动。通过用户画像、精准推荐、社区运营，不仅匹配需求，更在

塑造和激发新的需求，将一次性的交易关系转化为持续的数据关系和社交关系。

后两种劳动，尤其是组织重构劳动，具有强烈的“生产性”色彩。它通过信息技术对社会再生产过程进行革命性重组，将传统商业中大量“非生产性”的、浪费性的搜寻、谈判、信任建立等成本内部化并极致压缩。这种对社会总交易成本的节约，等同于在社会总劳动时间不变的情况下，增加了用于直接物质生产和非物质生产的时间，从而间接地、宏观地创造了新的价值。因此，平台的流通劳动具有了“二重性”：一方面，它执行实现价值的职能；另一方面，它通过重组社会再生产过程，节约了社会总劳动，因而具有了“生产性”的效应。

2.2. 创新劳动：对“具体劳动”与“劳动生产力”的哲学深化

在平台化场景中，劳动异化的形态更趋隐蔽，算法将劳动过程拆解为标准化任务，劳动者丧失对劳动节奏、内容的自主控制权，劳动过程异化从“肉体强制”转向“数据规训”；同时，劳动者创造的用户数据、行为数据等核心价值被平台独占，自身仅获得碎片化报酬，劳动产品异化进一步延伸为“数据异化”，而这种数据价值分配的失衡，却因“平台中介”的名义被掩盖。马克思指出，商品的价值由抽象劳动决定，而使用价值由具体劳动创造。提高具体劳动的生产力，是增加使用价值总量、降低单位商品价值、从而获得超额剩余价值的根本途径。传统上，这通过改进机器、工艺或管理实现。

“创新”概念，尤其是熊彼特意义上的“实现生产要素的新组合”，为我们深化理解马克思的“具体劳动”提供了钥匙。电商平台的劳动，正是一种最高层级的“具体劳动”——创新性具体劳动。它不是在生产既定产品的效率上做增量改进，而是创造了一种全新的、更高级的“使用价值”形态：一个数字化、智能化、网络化的市场空间与生产流通综合体。熊彼特的创新理论为理解平台“创新劳动”的具体内涵提供了关键分析工具。约瑟夫·熊彼特在《经济发展理论》中，将“创新”定义为建立一种“新的生产函数”，即实现“生产要素的重新组合”^[2]。他将创新活动具体归纳为五种情况：采用一种新的产品；采用一种新的生产方法；开辟一个新的市场；掠取或控制原材料或半制成品的一种新的供应来源；实现任何一种工业的新的组织。

电商平台的崛起，正是对这五种创新的综合性、系统性实践。它开辟了全新的数字市场，采用了基于算法和数据的生产方式，将数据与注意力定义为关键的新供应来源，并最终实现了从线性供应链到网络化生态的、革命性的产业新组织。这种“新组合”并非边际改进，而是对旧有商业模式的“创造性破坏”。平台的创新劳动，其本质就是持续不断地执行这种“新组合”^[3]。这种“新组合”体现为：组合新的生产资料，将数据、算法、网络效应与传统的商品、货币、人力相结合。引入新的生产方式，从B2C到C2M，从大规模标准化到柔性化、个性化定制。开辟新的市场，下沉市场、跨境市场、基于兴趣的细分市场。获取新的供给源，无数小微卖家、个体主播、农户成为直接供给者。建立新的组织，从科层制公司到平台化生态系统。

从事这种“创新劳动”的主体，是平台的核心架构师、规则设计师、算法工程师、生态运营者等。他们的劳动，不仅创造了平台自身的技术产品，更设计并不断迭代着整个社会经济活动的新“范式”与“操作系统”^[4]。这种劳动所创造的使用价值具有极端的稀缺性和难以复制性，这为其创造“超常价值”奠定了基础。

2.3. 超常价值：对“超额剩余价值”的稳定化与制度化

个别资本家因率先提高生产力而获得的“超额剩余价值”是暂时的。但在平台经济中，由于以下几个原因，这种“超额”状态被稳定化和制度化为“超常价值”。“超常价值”概念虽非马克思主义经典文献中的术语，但对其内涵的界定，是建立在马克思“超额剩余价值”理论、并融合当代数字政治经济学

前沿讨论的基础之上，旨在描述数字平台经济中一种新型的、相对稳定的价值占有形态[5]。其内核直接源于马克思对“超额剩余价值”的经典分析。这构成了“超常价值”概念的逻辑起点。平台通过技术和组织创新，其提供的“交换空间”作为一种特殊“使用价值”，其个别社会必要运营成本远低于传统市场体系，从而在实现商品价值的过程中，获得了类似“超额剩余价值”的回报。

正反馈循环与自然垄断：网络效应和数据智能形成强大的正反馈，导致“赢家通吃”，市场结构趋于自然垄断。这使领先平台的“创新红利”难以被完全竞争掉。生态锁定与多归属成本：平台构建了一个包含商户、消费者、服务商、开发者的多边生态。各方在平台上沉淀了数字资产，迁移成本高昂，从而被深度锁定。持续的创新流：领先平台将创新机制化，通过持续的研发、并购和生态反哺，不断生成新的“新组合”，使价值源泉不断涌流，而非一次性榨取。

因此，“超常价值”是创新劳动在数字时代，依托平台这种新型经济组织，所创造和占有的、具有相对稳定性和制度性壁垒的、远超社会平均利润率的超额回报。

3. 电商平台创新劳动创造超常价值的三大机制

电商平台的创新劳动，通过以下三大机制，具体地创造和占有“超常价值”。

3.1. 机制一：压缩社会交易成本，释放“价值创造潜能”

科斯指出，企业的存在是为了节约市场交易费用。平台则将这一逻辑推到极致，它本身就是一个“超级企业”或“市场型企业”[6]。平台的创新劳动，通过数字化、标准化、信用化，将传统市场中高昂的信息搜寻成本、信用核实成本、谈判缔约成本和履约监督成本降至极低水平。

例如，搜索和推荐算法解决了“找货”的成本；用户评价和信用体系部分解决了“信任”的成本；标准化合同和支付工具解决了“交易”的成本；物流追踪和平台仲裁解决了“履约”的成本。这些被节约下来的巨大社会成本，在传统经济中要么是浪费的价值，要么是商业资本分割的利润。而平台通过创新劳动，将这部分“节约”或“释放”出来的社会劳动时间，一部分以更低价格、更快物流的形式让渡给消费者转化为消费者剩余，一部分以更低佣金、更多销售机会的形式让渡给生产者，但最大的一部分，则通过流量分配权、数据控制权和规则制定权，转化为平台的“超常价值”。平台如同一个高效的价值循环系统的“总阀门”和“新枢纽”，其价值正来自于它使整个系统价值总量得以扩大的核心位置。

3.2. 机制二：重构产业价值链，创造“协同增值网络”

平台的创新劳动不止于连接，更在于赋能与重构。它深度介入上游生产。

C2M 与数据赋能：通过聚合海量消费数据，平台可以向制造商精准反馈市场需求，甚至参与产品设计如淘宝的“犀牛智造”，将“猜需求”变为“知需求”，减少库存，加速周转。这实质上是将流通环节的数据智能，反向注入生产环节，提升了整个产业价值链的响应速度和价值创造精度。平台从这一增值中分润；生态化协同：平台构建了包括金融服务、物流服务、云计算服务、营销服务等在内的协同生态[7]。这些服务本身是盈利的，但更重要的是，它们像润滑剂和加速器，极大地提升了平台核心交易业务的效率和体验，增强了生态粘性。平台通过控股、投资或战略控制这些生态伙伴，将整个生态网络协同产生的增值，部分地汇聚于自身。

在这个过程中，平台的创新劳动体现为设计和治理一个复杂的价值网络。它不仅是交易场所，更是价值创造的“策源地”和“调度中心”[8]。其“超常价值”来源于对网络协同效应的核心控制力。

3.3. 机制三：生产“数字原材料”与“社会工厂”，占有“数据租”与“生态租”

这是最具平台特质，也最具争议的机制。用户在平台上的每一次浏览、点击、购买、评价、社交，都

在进行免费的“数字劳动”，生产着宝贵的数据。这些数据是数字经济时代的“石油”和“原材料”^[9]。

平台的创新劳动，在于建造了收集、清洗、加工这些“原材料”的“数据”，并将其转化为两类关键资产：数据资产，用于优化自身服务，或作为数据产品出售。注意力资产，用户的时间和使用习惯，被转化为可销售的流量平台通过其私有化的基础设施，实质上无偿占有了用户数字劳动产生的数据，并通过对这些数据资源的垄断性占有和开发，获取“数据租”。这类似于地主凭借土地所有权收取地租，平台凭借对“数字空间”及其产生数据的所有权，收取“数字地租”。

更进一步，平台构建的整个生态系统本身，就像一个庞大的、24小时运转的“社会工厂”。无数卖家、主播、内容创作者、骑手、开发者在这个工厂里“工作”，为平台创造着财富、内容和活力。平台则通过制定规则、抽取广告费、设定排名算法等方式，像一个“总资本家”一样，对这个“社会工厂”的总体产出进行“征税”，获取“生态租”。这种“租”的本质，是对一种新型生产资料的垄断性权力带来的剩余价值索取权。

4. 批判性反思：超常价值的悖论与未来

电商平台的创新劳动及其创造的超常价值，带来了生产力巨大的解放，但也蕴含着深刻的矛盾与悖论，需要进行马克思主义的批判性反思。

4.1. 创新的垄断性与价值的普惠性悖论

创新劳动本应带来社会进步和福利共享，但网络效应的“赢家通吃”特性，使得创新成果极易被少数平台垄断。超常价值的积累高度集中，可能导致市场固化、扼杀后续创新，并加剧社会贫富分化。价值创造的社会性与价值占有的私人性之间的矛盾在数字时代被放大。

4.2. “自由劳动”与“隐形剥削”的悖论

平台经济催生了看似自由的灵活就业如卖家、网红、骑手，但平台通过算法、评分和合同，实现了对劳动过程前所未有的精细化控制。数据劳动者和零工劳动者在“自愿”前提下，无偿或低成本地贡献着数据和劳动，其创造的价值大部分被平台以“租”的形式占有。这构成了数字时代一种更为隐蔽的剥削形式。

4.3. 效率追求与人的异化的悖论

平台算法以效率为至高追求，将人原子化为数据点和可优化的指标。消费者在精准推荐中陷入消费主义，劳动者的工作被算法肢解为单调的任务，人际交往被评分和交易关系中介。平台的创新在提升物质交换效率的同时，也可能加剧了人的数字异化。

5. 结语

回到马克思主义哲学的根本关切——人的自由全面发展与社会的解放，我们对电商平台的价值创造奥秘可以得出一个辩证的结论：电商平台所展现的“创新劳动创造超常价值”的逻辑，是资本主义生产关系在数字技术条件下的重要发展。它通过一种革命性的具体劳动形式，极大地重组了社会生产力和生产关系，释放了巨大的价值创造潜能，这是其历史进步性的一面。然而，这种潜能的释放，仍然被资本逻辑所主导和束缚。超常价值的积累，强化了数字资本的力量，衍生出新的垄断形式、剥削方式和异化状态。

因此，揭示这一奥秘并非为了礼赞资本，而是为了更深刻地理解当代资本主义的新变化，并为探索超越资本的未来提供思想武器。未来的方向，或许在于探索如何将这种强大的、社会化的“创新劳动”

及其成果——平台基础设施、数据资源、协同网络——从私人资本的垄断中解放出来，使其服务于真正的社会共同需求，让技术赋能与价值创造的红利，更公平地惠及所有参与者，最终指向一个更加自由、共享、以人为本的数字社会。这正是马克思主义政治经济学批判在数字时代的核心使命。

参考文献

- [1] 卡尔·马克思. 资本论[M]. 北京: 中央编译出版社, 2024: 925.
- [2] 约瑟夫·熊彼特. 经济发展理论[M]. 北京: 华夏出版社, 2015: 242.
- [3] 李松龄. 创新劳动推动创新型国家建设的理论认识与制度安排——基于劳动价值理论的思考[J]. 现代经济探讨, 2020(2): 1-8.
- [4] 张一进, 高良谋. 基于价值传递的平台企业生态位测度研究——以电子商务行业为例[J]. 管理评论, 2019, 31(9): 116-123.
- [5] 科斯. 科斯: 中国改革: 商品市场与思想市场的发展[J]. 学术界, 2012(2): 242-244.
- [6] 周樨平. 电子商务平台的安全保障义务及其法律责任[J]. 学术研究, 2019(6): 66-73.
- [7] 李广乾, 陶涛. 电子商务平台生态化与平台治理政策[J]. 管理世界, 2018, 34(6): 104-109.
- [8] 邵鹏, 胡平. 电子商务平台商业模式创新与演变的案例研究[J]. 科研管理, 2016, 37(7): 81-88.
- [9] 王天思. 创新劳动价值论与劳动价值论创新[J]. 学术月刊, 2012, 44(12): 30-37.