

数字劳动视域下乡村电商人才的主体性转型与 振兴路径

羊 陈

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2026年2月12日; 录用日期: 2026年2月24日; 发布日期: 2026年3月30日

摘 要

随着数字经济的蓬勃发展, 乡村电商已成为推动乡村振兴的重要力量。然而, 在平台资本逻辑与算法技术的双重作用下, 乡村电商人才面临着主体性式微、劳动过程异化等现实困境。本文基于马克思劳动过程理论与数字劳动理论, 系统分析乡村电商人才在数字劳动过程中的主体性转型问题, 揭示平台资本通过算法控制、数据垄断等手段对乡村电商劳动者实施隐性支配的内在机制, 探讨乡村电商人才从“被动受控”向“主动创造”的主体性转型路径。研究发现, 乡村电商人才的主体性转型需要从制度保障、技术赋能、主体觉醒三个维度协同发力, 构建公平合理的数字劳动分配机制, 培育乡村电商人才的数字素养与批判意识, 激活其参与乡村治理、推动乡村振兴的内生动力。本文对于保障乡村电商劳动者权益、促进乡村电商可持续发展、实现乡村全面振兴具有重要的理论价值与实践意义。

关键词

数字劳动, 乡村电商, 主体性转型, 乡村振兴, 平台经济

Subjectivity Transformation and Revitalization Path of Rural E-Commerce Talents from the Perspective of Digital Labor

Chen Yang

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: February 12, 2026; accepted: February 24, 2026; published: March 30, 2026

Abstract

With the vigorous development of the digital economy, rural e-commerce has become an important force in promoting rural revitalization. However, under the dual effects of platform capital logic and algorithmic technology, rural e-commerce talents are facing practical dilemmas such as the decline of subjectivity and the alienation of labor process. Based on Marx's labor process theory and digital labor theory, this paper systematically analyzes the subjectivity transformation of rural e-commerce talents in the digital labor process, reveals the internal mechanism of implicit domination over rural e-commerce workers by platform capital through algorithmic control and data monopoly, and explores the transformation path of rural e-commerce talents from "passive control" to "active creation". The study finds that the subjectivity transformation of rural e-commerce talents requires coordinated efforts from three dimensions: institutional guarantee, technological empowerment, and subject awakening. It is necessary to build a fair and reasonable digital labor distribution mechanism, cultivate the digital literacy and critical consciousness of rural e-commerce talents, and activate their endogenous motivation to participate in rural governance and promote rural revitalization. This paper has important theoretical value and practical significance for safeguarding the rights and interests of rural e-commerce workers, promoting sustainable development of rural e-commerce, and achieving comprehensive rural revitalization.

Keywords

Digital Labor, Rural E-Commerce, Subjectivity Transformation, Rural Revitalization, Platform Economy

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

党的二十大报告明确提出“加快建设农业强国”的战略目标，强调要“全面推进乡村振兴”[1]。

2024年全国农产品网络零售额达6799.8亿元，同比增长15.8%[2][3]，农村电商规模增长迅速，已成为拉动乡村产业振兴的重要力量。

随着数字技术在农业产业链中的广泛应用，农村电商赋予农业数字化转型更深的动力，成为转变农产品流通方式和深化农产品市场开拓的突破口[4]。

然而，在乡村电商蓬勃发展的背后，乡村电商人才面临着一系列新的挑战。平台经济的纵深发展催生了新型数字劳动形态，乡村电商从业者作为“新农人”群体的重要组成部分，其劳动过程呈现出鲜明的数字化特征。

在平台资本逻辑与算法技术的深度耦合下，乡村电商人才的主体性正遭受着前所未有的侵蚀：算法推荐机制控制着商品曝光与流量分配，数据垄断剥夺了劳动者对劳动成果的支配权，“流量至上”的激励机制将劳动者异化为数据生产的工具[5][6]。

这些问题的存在，不仅制约着乡村电商人才的可持续发展，也影响着乡村振兴战略的深入实施[7]。

本文立足于马克思劳动过程理论与数字劳动理论，以乡村电商人才为研究对象，系统分析数字劳动视域下乡村电商人才主体性转型的内在逻辑与现实困境，探讨实现乡村电商人才从“被动受控”向“主

动创造”转型的实践路径，以期构建和谐数字劳动关系、促进乡村电商高质量发展、推动乡村全面振兴提供理论参考与实践借鉴[8][9]。

2. 数字劳动与乡村电商人才理论阐释

2.1. 数字农业劳动的形态特征与价值构成

数字劳动是随着数字技术发展而产生的新型劳动形态。从马克思劳动过程理论的视角来看，数字劳动并非自治马克思主义者所言的“非物质劳动”，而是具有鲜明物质属性的生产性劳动。福克斯在《数字劳动与卡尔·马克思》中指出，数字劳动是“生产数据并被平台资本无偿占有的劳动”，其本质上是创造价值并被剥削的劳动。在平台经济中，用户看似自主、无偿的在线活动，实则是创造价值并被平台资本无偿占有的物质劳动[10]。

数字劳动具有以下核心特征：第一，形式上的非雇佣性。乡村电商人才与平台之间往往不建立传统的雇佣关系，而是以“合作伙伴”“创业者”等名义开展经营活动。第二，过程上的自愿参与性。劳动者表面上拥有自主选择工作时间和内容的自由，但这种“自由”实际上是平台算法控制下的虚假自由。第三，成果上的数据生产性。乡村电商人才在直播带货、商品推广过程中产生的点击数据、浏览记录、消费偏好等，都成为平台资本积累的核心生产资料。

2.2. 乡村电商经营者的主体性内涵

乡村电商人才是指在农村地区从事电子商务活动，具备一定数字素养和互联网思维的现代农业经营者群体。根据阿里研究院的定义，“新农人”是指追求创新性、信息化、跨领域发展，且具备新理念、新知识、新技术的农业生产经营高素质群体。乡村电商人才作为“新农人”的重要组成部分，既包括返乡创业的大学生、退伍军人、在外务工人员，也包括本土成长起来的农村电商从业者、农产品网络销售人员、农村直播主播等[11]。

乡村电商人才具有以下显著特征：一是“亲互联网”特性。他们善于利用电商平台、社交媒体、短视频直播等数字化工具开展农产品营销活动。二是创新性。他们能够结合当地特色资源，创新农产品品牌建设和网络营销模式。三是示范带动性。一位成功的乡村电商人才可以带动周边农户参与电商经营，形成“一村一品一网红”的发展格局。四是主体性诉求。他们不仅追求经济收益，更希望在劳动过程中实现自我价值，获得社会认同。

2.3. 从工具理性到价值理性的能动性演进框架

主体性是指人在实践活动中表现出来的自主性、能动性和创造性。马克思在《1844年经济学哲学手稿》中指出，“自由自觉的活动”是人的类本质，但在资本逻辑下，劳动异化为生存手段，劳动者的主体性被严重压抑。数字劳动视域下的主体性转型，是指乡村电商人才从被动接受平台算法控制、被数据商品反向规训的状态，向主动掌握数字技术、自主开展创造性劳动、实现劳动成果合理分配的状态转变。

主体性转型包含三个层面的内涵：一是认知层面的觉醒，即乡村电商人才认识到自身数字劳动的价值，意识到平台资本的控制与剥削机制；二是能力层面的提升，即通过数字素养培育，掌握运用和驾驭数字技术的能力；三是行动层面的参与，即积极参与平台规则制定、收益分配协商和乡村数字治理，实现从“数据原料提供者”向“规则共创者”的转变。

基于上述三个层面的内涵，本文构建“能力-关系-价值”三维分析框架，用以系统考察乡村电商人才的主体性转型过程。“能力”维度关注乡村电商人才运用和驾驭数字技术的技能水平与批判意识；“关系”维度关注其在平台化交往中重建社会联结、形成集体行动的能力；“价值”维度关注其从符号

评价体系中挣脱、回归农业劳动本质价值的认知转变。这一框架将贯穿本文的分析过程，为理解乡村电商人才的主体性困境与转型路径提供整合性视角。

3. 乡村电商经营者能动性发展的现实阻滞

基于前文构建的“能力-关系-价值”三维分析框架，本章系统分析乡村电商人才在数字劳动过程中面临的主体性困境。“能力”维度上，平台算法控制导致劳动技能窄化与数字素养缺失；“关系”维度上，平台化交往消解了传统社会资本，集体行动能力弱化；“价值”维度上，符号评价体系引发自我价值认知的扭曲与工具化。这三个维度的困境相互交织，共同构成乡村电商人才主体性转型的现实阻滞。

3.1. 流量导向下的劳动节奏失衡

平台通过实时数据反馈机制重构了乡村电商经营者的劳动节律。不同于传统工业管理的显性监督，平台依托点击率、停留时长、互动频次等量化指标，构建了一套精细化的绩效评估体系。这种评估并非强制性的外在约束，而是通过即时可见的数据看板、排名榜单、流量预警等工具，引导经营者主动调整劳动强度与时间分配。

具体而言，直播带货的“黄金时段”机制将劳动时间切割为碎片化单元，经营者为获取平台流量扶持，不得不延长直播时长、增加更新频率。2024年数据显示，头部农产品主播日均直播时长超过6小时，远超传统零售业的劳动强度。这种“数据可见性”驱动的劳动扩展，使经营者陷入“停播即掉粉”的焦虑循环，劳动的自主性被流量逻辑所置换。

尤为突出的是，农业生产周期性与平台流量持续性之间存在结构性矛盾。农产品生产具有明显的季节性和周期性特征，春耕夏耘、秋收冬藏的自然节律决定了农产品供给的阶段性波动；而平台算法驱动的流程机制则要求内容持续更新、直播高频进行，以维持账号活跃度和用户粘性。这种“农时逻辑”与“流量逻辑”的冲突，使乡村电商人才陷入两难困境：遵循农业生产规律则面临流量下滑、粉丝流失的风险；迎合平台流量需求则可能导致反季节销售、过度营销等问题，既损害产品品质，也违背农业可持续发展理念。

3.2. 数字资产权属模糊下的收益分配失衡

乡村电商经营者在经营过程中积累的用户数据、交易记录、粉丝关系等数字资产，其产权归属呈现高度模糊性。平台通过用户协议将数据所有权纳入自身控制范围，经营者仅获得有限的使用权，而无法对数据进行二次开发或跨平台迁移。

这种权属配置导致经营者面临“数字贫困”悖论：一方面，其劳动持续为平台贡献数据原料，训练平台的推荐算法；另一方面，平台利用聚合后的数据资源开发精准营销工具、金融保险产品，获取超额利润，而经营者难以分享数据增值收益。更关键的是，经营者对其劳动产生的数据价值缺乏清晰的认知工具和计量手段，难以在议价中主张合理权益。

3.3. 符号评价体系中自我价值的工具化

平台构建的点赞数、粉丝量、销售额等符号评价体系，逐渐成为乡村电商经营者自我认同的核心参照。经营者将平台赋予的虚拟身份标签(如“带货达人”“乡村网红”)内化为自我价值的主要尺度，其职业成就感高度依赖于算法推荐的可见性反馈。

这种价值尺度的迁移导致双重困境：其一，经营者的自我评价从“农产品质量提升”“农户带动效应”等实质性贡献，转向“流量数据增长”等表面指标；其二，为维持符号资本，经营者倾向于迎合平台算法偏好，采用夸张营销、情感绑架等短期策略，偏离了农业经营的长期价值追求。主体性的消解并非表现为被迫劳动，而是表现为在“自由创业”话语下的自我工具化。

3.4. 平台化交往中的社会资本虚化

平台将乡村电商经营者的社会关系转化为可计算的数据节点，基于兴趣标签的算法匹配替代了基于地缘、血缘的传统社会联结。经营者在平台内形成的“粉丝社群”呈现出“高互动、低信任”的特征：互动行为被简化为点赞、评论、分享等标准化操作，缺乏深度情感交流；社群成员流动性高，难以形成稳定的合作网络。

这种平台化交往方式与乡土社会的熟人伦理存在深层冲突。传统乡村社会依托地缘、血缘构建的“差序格局”，强调人情互惠、信任积累与长期关系维护；而平台算法基于兴趣标签的匹配逻辑，将社会关系简化为可计算、可变现的数据节点，追求的是即时互动与流量转化。乡村电商人才在两种逻辑间游移：一方面，熟人社会的伦理规范要求其维护邻里关系、保障产品质量、履行口头承诺；另一方面，平台算法的效率导向促使夸张营销、流量炒作等短期行为。当“乡土信任”遭遇“算法冷漠”，乡村电商人才往往面临价值选择的困境——迎合平台规则可能损害乡土声誉，坚守乡土伦理则可能失去平台流量。

更为深层的问题在于“信息茧房”效应。算法根据经营者的内容偏好将其纳入特定的流量池(如“三农领域”“生鲜赛道”)，限制其与其他领域主体的接触机会。这种垂直化的社群区隔，削弱了乡村电商经营者获取多元资源、建立跨界合作的能力，也阻碍了不同地区经营者之间的经验共享与集体行动。

4. 乡村电商人才主体性转型的实现路径

基于“能力-关系-价值”三维分析框架，本章从制度保障、技术赋能、主体觉醒、生态重构四个维度，探讨乡村电商人才主体性转型的实现路径。具体而言，制度保障与技术赋能主要回应“能力”维度的提升需求；主体觉醒与组织化建设主要回应“关系”维度的重建需求；而价值理性复归与生态重构则共同回应“价值”维度的回归需求。四个维度协同发力，形成支持乡村电商人才主体性转型的系统性方案。

4.1. 制度保障：构建公平合理的数字劳动分配机制

扬弃乡村电商人才数字劳动异化，其本质是打破“技术-数据-资本”深度共谋所构建的隐性支配结构，重构以劳动者为中心的数字经济生产关系。这要求遵循马克思“自我异化的扬弃同自我异化走的是一条道路”的辩证法则，立足新时代数字中国发展实践，构建制度保障、技术赋能、主体觉醒三位一体的综合治理格局[12]。

数据作为新型生产要素，对劳动力、资本、技术等生产要素具有显著的倍增作用。然而，技术与数据在资本裹挟下的过度结合，正引发系统性剥削风险。对此，亟须建立以数据要素合理分配为核心、政府、平台、劳动者协同共治的治理机制。政府层面需主导规则制定与监管执行，依据“数据二十条”及国家数据分类分级制度，推进数据产权结构性分置。对个人数据，基于区块链等可信技术在不同的场景中赋予个体不同程度的数据携带权。

劳动者层面应积极参与共治，依托农村合作社、行业协会等现有组织形式进行数字化改造，建立“数字农会”等新型利益协调机制。具体而言，可由县级农业合作社联合社牵头，搭建区域性乡村电商从业者协商平台，制定行业自律公约，集体与平台就数据使用规则、收益分配方案进行谈判；同时，建立由合作社代表、电商从业者、法律专家组成的算法伦理监督委员会，对平台算法进行定期评估与反馈，形成制度化的利益协调与权益保障机制。

4.2. 技术赋能：规制算法权力与培育数字素养

为遏制平台资本利用技术异化实施劳动剥削，需在技术治理层面强化算法审计与开源策略，推动人

工智能从资本增值工具向赋能人的主体性复归的公共基础设施转型。首先，建立场景化劳动权益影响评估机制。由国家牵头组建具有资深从业经验的算法工程师委员会，针对特定高异化风险场景制定专项审计标准。

其次，引导企业技术溢出至劳动者赋能工具。通过政策支持，鼓励头部科技企业将大模型蒸馏等技术应用于开发普惠工具，例如开发帮助劳动者理解算法推荐或定价逻辑的算法决策解释器等，使开源技术直接服务于劳动者能力提升。

最后，构建算法、数据及算力三位一体的公共资源池。在安全可控的前提下，开放政府授权的脱敏公共数据集、提供普惠性算力接入点，降低利用开源算法开发利公惠民应用软件的门槛。

培育乡村电商人才的数字素养是激活其主体性的关键路径。一方面，要提升其数字技能水平，包括电商平台运营、短视频制作、直播带货技巧、数据分析应用等实用技能；另一方面，更要培养其数字批判意识，使其认识到平台资本的运作逻辑与潜在风险。政府联合高校、公益机构开发平台解剖工具，通过交互模拟直观揭示数据如何被实时抓取、算法参数如何决定内容推送与收益分配，彻底击碎“免费服务”幻觉，使乡村电商人才内生自身数字劳动价值及被剥削的批判性认知[13]。

4.3. 主体觉醒：从被动受控到主动创造

乡村电商人才的主体性转型最终要落实到主体自身的觉醒与行动。支持乡村电商人才依托农村合作社、行业协会等现有组织，组建区域性“乡村电商从业者协会”，并通过慕课等开放课程提升数字素养与集体议价能力；针对高频使用的诱导性算法，协会可代表从业者向平台发起透明度质询，提出防沉迷设置、疲劳度补偿等优化提案，并推动纳入平台算法规则更新。同时，建立协会与平台间的常态化沟通机制，确保从业者声音能够有效传达至平台决策层。

鼓励乡村电商人才通过农村合作社、行业协会等组织，将日常经营经验转化为可共享的数字化知识资产，经协会审核后纳入区域电商知识库。同时，建立由合作社监督执行的收益分享机制，确保从业者贡献的优化方案或运营经验一旦被平台采纳，即可获得相应的数据收益分成或平台服务优惠，从而实现从工具使用者到规则共创者的实质性跃迁。此外，乡村电商人才应积极参与乡村数字治理，将电商经营中积累的数字技能与资源反哺乡村建设，在助力乡村振兴的过程中实现自我价值，完成从“被动受控”向“主动创造”的主体性转型。

4.4. 生态重构：营造支持性的乡村电商发展环境

乡村电商人才的主体性转型离不开良好的外部发展环境。首先，要加强乡村数字基础设施建设，扩大网络覆盖率，提高网络质量，降低农村地区网络费用。

其次，要完善农村物流配送体系，建设县级、镇级和村级物流配送中心，缩短配送时间，降低物流成本，特别是针对生鲜农产品的保鲜问题，建设冷链物流设施[14]。

再次，要建立健全乡村电商人才培养体系，开展系统的项目培训，提高乡村电商从业人员的数字素养、技能水平，将电商运营、网络营销、数据分析等培训课程常态化，鼓励有条件的地区建立农村电商培训基地。

最后，要推动农产品品牌化和标准化建设，打造区域性农产品品牌，鼓励地方政府和企业共同打造具有地方特色的农产品品牌，提升产品的市场竞争力，让乡村电商人才在优质产品的支撑下获得更加公平合理的收益回报[15]。

5. 结语

数字劳动视域下乡村电商人才的主体性转型是一个复杂的系统工程，涉及制度、技术、主体等多个

层面的协同变革。本文基于马克思劳动过程理论与数字劳动理论，系统分析了乡村电商人才面临的算法控制、数据垄断、类本质异化、社会关系异化等主体性困境，揭示了平台资本通过技术、数据与资本深度合谋构建的新型剥削机制。

研究表明，实现乡村电商人才从“被动受控”向“主动创造”的主体性转型，需要从制度保障、技术赋能、主体觉醒、生态重构四个维度协同发力。制度层面要构建公平合理的数字劳动分配机制，破解数据垄断；技术层面要规制算法权力，培育乡村电商人才的数字素养；主体层面要激活乡村电商人才的批判意识与集体行动能力；生态层面要营造支持性的乡村电商发展环境。

乡村电商人才是乡村振兴的重要力量，其主体性的复归与提升关系到乡村电商的可持续发展和乡村全面振兴的实现。在数字中国建设的大背景下，我们应当坚持以人民为中心的发展思想，推动数字技术真正服务于人的自由全面发展，使乡村电商人才在数字劳动中实现主体价值，在助力乡村振兴的过程中获得尊严与成长。这既是发展马克思劳动理论当代阐释的关键，也是构建以劳动者为中心的 digital 劳动文明的应有之义。

本文区别于既有研究之处在于：第一，将数字劳动理论从一般性的平台经济分析转向乡村特定情境，关注农业数字化转型的特殊挑战；第二，提出“能动性重塑”的分析框架，超越“异化-扬弃”的二元对立，强调在现有结构约束下的策略性行动空间；第三，构建了“能力-关系-价值”三维支持体系，为政策干预提供了差异化路径。

参考文献

- [1] 范玉仙, 王晨. 数字平台下资本与劳动者之间的控制与同意、抵抗与消解——来自某内容平台的田野调研[J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2025, 46(2): 1-7.
- [2] 商务部新闻办公室. 商务部流通发展司负责人谈 2024 年我国批发和零售业发展情况[EB/OL]. https://www.mofcom.gov.cn/syxwfb/art/2025/art_df429b0218954ed28baa5340046ebd23.html, 2026-02-07.
- [3] 农业农村部信息中心. 直播电商助农兴农研讨会披露数据[EB/OL]. <https://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-05-24/doc-inawhvee5633603.shtml>, 2026-02-07.
- [4] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集: 第 8 卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [5] 中共中央, 国务院. 中共中央 国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见[N]. 人民日报, 2025-02-24(1).
- [6] 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.
- [7] 刘晓君, 卢芙妮. 平台经济视角下非雇佣数字劳动异化分析[J]. 经济问题, 2025(10): 21-27.
- [8] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N]. 人民日报, 2022-10-26(1).
- [9] 杨朝. 数字化视角下农村电商推动乡村全面振兴策略研究[J]. 农业经济, 2026(1): 154-156.
- [10] 张芳芳. 新质生产力视角下乡村产业振兴探析——以农村电商网络直播营销为例[J]. 农业经济, 2026(1): 157-158.
- [11] 潘智璇. 新质生产力劳动过程的政治经济学分析——基于马克思劳动过程理论的研究[J]. 社会主义研究, 2025(2): 42-50.
- [12] 赵璐迪, 李俊. 农业新质生产力赋能高素质农民数字素养提升研究[J]. 成人教育, 2026, 46(4): 35-42.
- [13] 虞晓骏, 刘家萍. 韧性乡村建设背景下新农人培育的价值意蕴、现实困境与对策研究[J]. 成人教育, 2025, 45(11): 35-41.
- [14] 张风帆, 熊桐建. 马克思劳动正义观下数字劳动正义困境探赜[J]. 北京工业大学学报(社会科学版), 2025, 25(1): 126-138.
- [15] 克里斯蒂安·福克斯. 数字劳动与卡尔·马克思[M]. 周延云, 译. 北京: 人民出版社, 2020.