

# 从“工具理性”到“价值理性”： 生成式AI电商的马克思主义 技术伦理反思

赵云航

上海理工大学马克思主义学院，上海

收稿日期：2026年3月25日；录用日期：2026年4月10日；发布日期：2026年6月23日

## 摘要

2025年生成式AI在电商领域爆发式应用，AIGC内容生产、数字人直播、智能选品与动态定价等技术重构行业业态，同时衍生算法垄断、情感劳动异化等技术伦理困境。本文以法兰克福学派工具理性批判为切入点，结合马克思“机器与大工业”的技术哲学，整合数字资本主义、平台劳动、算法治理相关前沿研究，剖析AI电商的三重异化机制：算法权力集中消解市场主体决策自主性；数字人直播加剧劳动者情感异化；效率导向智能系统阻碍人的全面发展。研究发现，当前AI电商陷入工具理性单一扩张，价值理性被边缘化，技术从“人的延伸”异化为“人的支配”。因此，本文平衡电商商业逻辑与技术伦理，将“社会化”目标拆解为近期监管、中期模式创新、远期制度变革分层策略，明确价值理性在AI电商的可操作原则，提出数据信托、集体谈判、算法共治、技能赋能等渐进式改革路径，推动AI电商从效率优先转向人的全面发展导向，实现工具理性与价值理性协同统一。

## 关键词

生成式AI电商，技术异化，数字资本主义，人的全面发展，马克思主义技术伦理

# From “Instrumental Rationality” to “Value Rationality”: A Marxist Ethical Reflection on Generative AI in E-Commerce

Yunhang Zhao

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

Received: March 25, 2026; accepted: April 10, 2026; published: June 23, 2026

## Abstract

The explosive application of generative AI in the e-commerce sector since 2025 has reshaped the industrial landscape via technologies including AIGC content creation, digital human live streaming, intelligent product selection and dynamic pricing, while spawning a series of techno-ethical dilemmas such as algorithmic monopoly and emotional labor alienation. Taking the Frankfurt School's critique of instrumental rationality as the starting point, this paper integrates Marx's technological philosophy of Machinery and Large-Scale Industry, and introduces cutting-edge achievements in digital capitalism, platform labor, data trusts and algorithm governance. It systematically analyzes the triple alienation mechanisms of AI-driven e-commerce: the concentration of algorithmic power that erodes the decision-making autonomy of market participants; digital human live streaming that intensifies emotional alienation of labor, and intelligent systems that hinder the all-round development of human beings. Research reveals that contemporary AI e-commerce is trapped in the unilateral expansion of instrumental rationality with value rationality marginalized, and technology has been alienated from "the extension of human beings" to "the domination over human beings". Therefore, balancing the commercial logic of e-commerce and technological ethics, this paper decomposes the goal of "socialization" into hierarchical strategies: short-term regulation, medium-term model innovation and long-term institutional transformation. It clarifies the operational principles of value rationality in AI e-commerce, and proposes progressive reform paths including data trusts, collective bargaining, algorithmic co-governance and skill empowerment. These efforts aim to shift AI e-commerce from efficiency-orientation to the orientation of human all-round development, and realize the coordination between instrumental rationality and value rationality.

## Keywords

Generative AI E-Commerce, Technological Alienation, Digital Capitalism, Comprehensive Human Development, Marxist Technology Ethics

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

2025年,中国电子商务行业正经历由生成式人工智能驱动的深刻变革。最新行业数据显示,数字人直播服务成本已降至每小时300~800元,仅为真人直播成本的1/3至1/5,且可实现24小时不间断直播。AIGC技术广泛应用于直播脚本生成、商品描述撰写、营销文案创作等环节,单场直播可生成高达9万字的精准产品讲解,用户互动响应速度较2024年提升40% [1]。从智能选品、动态定价到个性化推荐,算法系统正在接管传统电商运营的核心决策环节。这场技术变革呈现出鲜明的“工具理性”特征:效率最大化、成本最小化、产出标准化成为核心评价指标。电商平台通过AI技术实现了马克思在《资本论》中所描述的“通过科学技术的发展来提高相对剩余价值”的资本主义逻辑——当延长工作日受到限制时,资本不得通过提高生产率来榨取更多剩余价值[2]。数字人无疲劳、无社保、无情绪成本,成为资本偏好的“虚拟劳动力”;AIGC将创意劳动标准化、批量化,大幅压缩生产周期与人力成本。

然而,在这幅技术进步的繁荣图景背后,隐含着深刻的伦理危机。当算法决定消费者应该看到什么商品,当数字人替代真人进行情感互动,当AI生成的文案取代人类的创造性表达,技术已不再是中性的

工具，而是成为一种“新的社会控制形式”。陶孟杰(2024)提到，马尔库塞早在 1964 年就警告：技术进步 = 社会财富的增长(社会生产总值的增长) = 奴役的加强[3]。这一等式在生成式 AI 电商时代获得了新的验证：技术越进步，人的主体性越丧失；效率越高，劳动的异化越深刻。本文立足马克思主义技术伦理，结合数字资本主义前沿研究，平衡商业效率与人文价值，提出可落地的改革路径，从而使 AI 电商服务于人的自由全面发展。

## 2. 理论框架：从韦伯到马克思的工具理性批判谱系

### 2.1. 工具理性与价值理性的二元张力

“工具理性”概念由马克斯·韦伯系统阐述，指通过理性计算选择手段的合理性和有效性，而不考虑目的是否恰当。与之相对，“价值理性”注重行为本身的价值，凸显人存在的意义，强调人是终极目的而非手段[4]。法兰克福学派继承并系统化了韦伯的批判。霍克海默和阿多诺在《启蒙辩证法》中指出，启蒙理性本应通过“祛魅”解放人类，却最终蜕变为新的神话；理性彻底工具化后，支配自然的同一套逻辑延伸至人类社会，形成对自然的统治与对人的统治相互勾连、彼此强化的合谋[5]。马尔库塞进一步提出“技术理性”概念，指出在发达工业社会中，技术理性已成为一种意识形态，它通过创造虚假需求和舒适的生活方式，实现了“非恐怖的经济-技术协调”。哈贝马斯以交往理性试图调和矛盾，但未触及生产关系本质。尼克·斯尔尼塞克指出，平台资本通过数据垄断、算法剥削、劳动零工化，构建“数据商品化-算法压榨-剩余价值闭环”[6]，AI 电商正是数字资本主义在消费领域的典型形态。

### 2.2. 马克思的技术哲学与平台劳动理论

马克思区分技术本身与技术的资本主义应用，异化根源在生产关系而非技术，大工业要求“劳动变换、职能更动、个人全面发展”，为技术解放提供价值坐标。

结合平台劳工研究[7]：电商主播、运营、客服属于“数字零工”，AI 替代进一步加剧去技能化、劳动弹性化、权益空心化，数字人直播将情感劳动彻底异化，是“数字泰勒主义”在电商领域的极致体现。

### 2.3. 技术理性的三重异化机制

基于上述理论资源，本文构建出生成式 AI 电商中的技术理性异化的分析框架，表现为三个相互关联的维度：算法权力异化，即 AI 决策系统从辅助工具演变为支配性力量，商家和消费者均沦为算法治理的客体；劳动过程异化与情感商品化：数字人直播将人类的情感表达转化为可计算、可复制的数据流，创造性劳动被降格为机械操作；人的片面发展与全面异化：技术系统的“全托管”模式导致劳动者技能退化，技术从“人的延伸”异化为“人的替代”。以下将结合 2025 年 AI 电商的最新实践，逐一展开批判性分析。

## 3. 数字资本主义视角下生成式 AI 电商的技术异化

### 3.1. 算法权力化：算法黑箱与资本垄断

#### 3.1.1. 智能选品与动态定价

生成式 AI 在电商运营中的首要应用，是智能选品与动态定价系统。如今的电商平台已能够通过机器学习分析海量市场数据，自动识别潜在爆款商品，并实时调整价格以最大化利润。国内电商全托管与平台自营模式中，商家往往丧失定价权与营销主导权，沦为“平台供货单元”。

从数字资本主义看，这是资本有机构成提高的数字形态：活劳动(商家运营)被物化劳动(算法系统)替代，算法黑箱掩盖资本增殖逻辑，商品拜物教升级为“算法拜物教”，价值规律似乎成为“自然规律”

而非历史特定的资本主义生产关系的产物。商家面对算法的“建议”，实际上丧失了自主决策权，成为算法治理的“数字佃农”。

更深刻的异化在于，算法不仅治理劳动过程，还塑造劳动主体。2025年流行的“全托管”模式要求商家将定价、营销、物流完全交由平台算法管理。黄冠华等(2025)指出，这实质上是“资本有机构成提高”的数字版本——活劳动(商家运营)被物化劳动(算法系统)替代，商家从独立经营者降格为平台的“供货单元”[8]。正如马克思所描述的，工人不再是使用工具的主体，而是被并入生产过程的附属品[2]。

### 3.1.2. 个性化推荐：虚假需求与信息茧房

法兰克福学派批判发达工业社会通过“文化工业”制造虚假需求，使无产阶级丧失革命意识。生成式 AI 的个性化推荐系统，将这一逻辑推向极致。2025年的电商平台已能通过大语言模型生成“千人千面”的营销内容，不仅推荐商品，更通过 AIGC 技术生成定制化的商品描述、使用场景甚至“用户评价”。

这种“算法定制”的本质，是马尔库塞所批判的“单向度社会”的技术实现。AI 系统通过分析用户行为数据，识别其潜在欲望并予以刺激和引导，将消费者纳入资本增殖的循环。更危险的是，当 AIGC 可以生成逼真的“虚拟试穿”视频、“AI 主播”可以 24 小时进行情感化推销时，真实与虚拟的界限被模糊，商品拜物教获得了新的技术形态——人们购买的不再是商品的使用价值，而是 AI 精心编织的“符号价值”和“体验幻觉”[7]。

从认识论角度看，算法推荐制造了“信息茧房”(Information Cocoons)，限制了消费者的认知自由。从电商商业逻辑看，个性化推荐提升转化率与用户粘性，但唯点击率、唯利润率的单一指标，挤压商品质量、商家信誉、文化多样性等价值维度。

#### 3.1.3. 人的全面发展受阻：技术替代与人的片面化

AI 电商的“全托管、全替代”模式，导致劳动者技能单一化、认知固化、创造性退化；消费者被算法驯化，丧失独立判断与消费理性；技术从“人的延伸”变为“人的替代”，背离人的全面发展目标。

## 3.2. 平台责任与算法伦理

算法治理的法律责任问题日益凸显，现行法律框架难以应对 AI 电商的伦理挑战，技术黑箱性导致归责困难，平台往往以“技术中立”为由逃避责任。数字化伦理治理在算法契约下面临多元主体协同不足、权力隐性扩张、透明度缺失三重现实困境，技术中介化打破了传统契约“谁行为、谁负责”的清晰问责逻辑，使得责任追溯与权益救济更加困难[9]。马克思主义技术伦理坚决否定“技术中立论”。技术从来不是中立的，它总是嵌入特定的社会权力关系。芬伯格指出，技术代码“结合了工具理性与价值理性，既包含技术功能性标准，也隐含设计者的权力结构和意识形态偏好”[10]。在资本主义条件下，AI 电商的算法代码必然体现资本增殖的逻辑——效率优先、利润最大化、风险外部化。

因此，算法治理不能停留在技术层面的“可解释性”提升，而必须触及生产关系的变革。马克思的解决方案是“消灭生产资料的资本主义私有制，实现生产资料的社会所有”。在 AI 电商领域，这意味着算法模型、数据资源等“数字生产资料”的参与式管理，使技术代码的制定过程公开透明，接受劳动者和消费者的公共监督。

### 3.3. 劳动异化新形态：数字人直播与情感商品化

数字人主播动作精度达 8300 个/场，可复刻真人语音、表情、互动逻辑[11]。真人主播的情感劳动是主体性创造，数字人则将情感数据化、复制化、商品化，情感不再是人的本质力量，而是资本增殖的“虚拟原料”。同时，生成式 AI 对内容创作的替代，引发了创造性劳动的深刻危机。2025 年的电商运营中，

AIGC 已能自动生成直播脚本、商品文案、营销海报，甚至通过“数字孪生”技术克隆真人主播的形象和声音。这实质上是“数字泰勒主义”(Digital Taylorism)的实现——将原本需要创意和判断的脑力劳动，分解为可计算、可优化的标准化流程。劳动者不再需要审美判断和文化素养，只需要掌握与 AI 交互的操作技能。这种“去技能化”过程，导致劳动的“意义感”丧失。

马克思指出，异化劳动使劳动者“否定自己、感到不幸”，AI 电商将这种异化从体力劳动延伸至脑力与情感劳动，劳动者面临失业与价值感丧失双重危机。

## 4. 价值理性的可操作原则与渐进式改革路径

### 4.1. 价值理性的可操作性原则

超越工具理性霸权，需要将价值理性转化为可量化、可评估的操作指标。在推荐算法设计方面，应当建立多维度价值权重体系。商品质量指标应从事后惩罚的退货率、差评率，转向事前预防的质量认证、用户健康影响。商家信誉指标应纳入劳动者权益保障、环保合规等社会责任维度。文化多样性作为新增指标，应关注地域文化、小众文化、非遗产品曝光度。用户发展指标应衡量知识获取、技能提升、理性消费等长期价值，而非停留时长、点击率等短期行为。利润率指标应设定合理区间，防止过度压榨，限制在 25%。

在劳动者发展方面，应建立技能多样性指数，推动劳动者从平均掌握 2.3 项技能提升至 5 项。明确职业晋升通道，将周期从无固定期限缩短至 2 至 3 年。每年提供不少于 40 小时的 AI 工具使用与批判性思维培训。赋予劳动者对算法决策的否决权，目标比例从 0% 提升至 15%。这一设计契合算法契约下多元主体共治与权责对等的核心要求，通过保障劳动者参与权与异议权，修复算法治理的正当性基础 [9]。

### 4.2. “社会化”目标的分层策略

近期一至二年，聚焦监管强化与机制建设。这一阶段的核心任务是遏制平台资本的无限扩张，为后续改革创造条件。具体措施包括要求平台公开推荐算法的核心逻辑，并非披露商业机密，而是让劳动者和消费者理解算法如何影响其权益，建立算法影响评估制度，对重大算法调整进行社会影响评估。设立独立于平台的数字劳动仲裁委员会，引入工会代表、法律专家、技术专家三方力量，处理算法歧视、工资拖欠、账号封禁等纠纷。在跨境电商、农产品电商领域试点数据合作社，劳动者集体管理直播数据、用户互动数据等资产，与平台谈判数据使用费，收益按劳动贡献分配，为数据要素社会化积累实践经验。

中期三至五年，推进模式创新与替代探索。在监管框架基本建立的基础上，重点培育替代性商业模式，打破平台垄断格局。支持劳动者集体所有的电商平台发展，建立利润按劳动贡献分配、决策一人一票的民主治理机制。建立全国统一的电商劳动者技能认证体系，涵盖直播运营、数据分析、供应链管理、AI 工具应用等核心技能，实现跨平台互认，打破平台锁定效应，增强劳动者议价能力。制定 AI 辅助而非替代的行业标准，明确数字人直播不得超过总时长 50%，AIGC 生成内容必须标注且需人工审核，保障真人劳动者的就业空间和发展机会。

远期五至十年，实现制度变革与范式转换。在前期改革成果基础上，推动生产资料所有制和社会生产目的的根本变革。算法模型、用户数据等核心生产资料逐步转为公共所有，平台从私人垄断企业转变为数字公共设施，由政府、劳动者、消费者共同管理。劳动者参与算法设计、利润分配、规则制定的全流程决策，实现劳动过程民主化。电商从消费刺激转向人的发展，教育电商、技能电商、文化电商成为主流形态，平台评价指标从 GMV (商品交易总额)、利润率转向用户技能提升度、文化多样性指数、社会福

祉贡献度，真正实现技术服务于人的自由全面发展。

### 4.3. 渐进式改革的具体路径

数据信托方面，借鉴数据要素市场化框架下的风险隔离机制与信托法理，由电商劳动者成立数据合作社，将直播互动数据、用户行为数据、运营数据等纳入信托财产范畴，实现数据控制权与受益权相分离的新型权益结构。依托信托财产独立性原则，确保数据资产与平台、受托人固有财产相隔离，不同信托项目之间实现风险切割，防范数据资产入表、流通过程中的风险传导与价值波动[12]。

集体谈判权方面，推动《新就业形态劳动者权益保障条例》实施细则，明确电商主播、运营人员的集体谈判权。参照德国平台工作指令，建立算法理事会，劳动者代表参与算法调整决策。

算法共治方面，建立三方算法治理委员会，由劳动者代表、消费者代表、技术专家组成，定期审查平台算法。重点审查是否存在歧视性推荐、是否过度刺激虚假需求、是否限制劳动者发展。这一机制呼应了算法契约治理所倡导的“政府-企业-社会”多元共治共同体架构，通过多方参与平衡技术效率与公共利益，实现算法权力的有效约束[9]。

技能赋能方面，政府、平台、工会共建电商劳动者发展基金，资金来源为平台营收的0.5%。用于AI工具使用培训、跨领域技能认证、创业扶持等。目标不是让劳动者适应AI，而是让AI适应人的发展需求。

## 5. 结论

生成式AI电商的快速发展，将工具理性与价值理性的张力推向极致。一方面，AI技术极大提升电商运营效率，降低成本；另一方面，算法权力化、劳动异化、人的片面发展等问题日益严峻，技术从人的延伸异化为人的支配。本文通过马克思主义技术哲学与数字资本主义前沿研究的结合表明，这种异化并非技术本身的必然结果，而是特定生产关系的产物。资本主义逻辑将AI技术转化为资本增殖的工具，压抑了其促进人的全面发展的潜能。超越这一困境，需要实现从工具理性到价值理性的范式转换。本文提出将价值理性转化为可操作性指标，将社会化目标分解为近期监管与透明度、中期平台合作社与技能银行、远期数据社会化与劳动民主化的分层策略，通过数据信托、集体谈判、算法共治、技能赋能等渐进式改革，在现有法律和市场框架内推动变革。

马克思曾预言，未来社会通过有计划地利用和进一步发展一切社会成员的现有的巨大生产力，人人都将同等地、愈益丰富地得到生活资料、享受资料、发展和表现一切体力和智力所需的资料。生成式AI电商的发展，应当成为实现这一愿景的技术基础。只有在社会主义制度框架下，通过系统的技术伦理建构和渐进式制度创新，才能使AI技术真正成为促进人的自由全面发展的大写的技术。

## 参考文献

- [1] 2025年中国数字人电商直播行业发展前景[J]. 华经产业研究院, 2025  
<https://www.huaon.com/channel/trend/1088094.html>
- [2] 马克思. 资本论(第一卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2018.
- [3] 陶孟杰. 马尔库塞的技术理性批判思想及其对人工智能时代的启示[J]. 哲学进展, 2024, 13(11): 2992-2998.
- [4] 闫坤如. 人工智能技术异化及其本质探源[J]. 上海师范大学学报(哲学社会科学版), 2020, 49(3): 100-107.
- [5] 霍克海默, 阿多诺. 启蒙辩证法[M]. 渠敬东, 曹卫东, 译. 上海: 上海人民出版社, 2020.
- [6] 尼克·斯尔尼塞克. 平台资本主义[M]. 程水英, 译. 广州: 广东人民出版社, 2018.
- [7] 吴鼎铭. 互联网时代的“数字劳动者”研究[M]. 北京: 经济科学出版社, 2022.
- [8] 黄冠华, 薛小东, 强小霞. 数字平台剩余价值的生成与分配机制研究——基于马克思主义政治经济学视角[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 1648-1656.

- 
- [9] 雷丛丛. 算法契约下数字化伦理治理的困境与重构[J]. 决策科学, 2026(1): 75-84.
- [10] 朱凤青. 芬伯格技术批判理论评析[J]. 理论探讨, 2008(1): 62-64.
- [11] 短视频直播数据透视: 解析用户增长、转化率及热门内容趋势, 附抖音快手典型案例拆解[EB/OL]. 新浪财经. <https://cj.sina.com.cn/articles/view/7879922982/1d5ae152601909vxxk?froms=ggmp>, 2026-03-05.
- [12] 周乾, 徐开俊. 数据要素市场化下的数据信托风险隔离机制研究[J]. 江苏海洋大学学报(人文社会科学版), 2026, 24(1): 40-54.