

# 马克思主义劳动价值论视角下电商 “好评返现”现象批判

王一诺

上海理工大学马克思主义学院, 上海

收稿日期: 2026年3月18日; 录用日期: 2026年4月1日; 发布日期: 2026年6月18日

## 摘要

本文以马克思主义劳动价值论为分析框架, 旨在揭示电商“好评返现”背后的数字劳动剥削本质与市场信用扭曲机制, 弥补现有研究缺乏政治经济学深层批判的不足。研究认为, “好评返现”是平台资本将消费者评价转化为非雇佣型数字劳动、以小额返还无偿占有剩余价值的异化现象, 其不仅造成劳动四重异化与分配不公, 更扭曲价值规律、破坏市场信用体系, 是平台资本主义内在矛盾的集中体现。现行法律治理仅停留在不正当竞争规制层面, 未触及劳动剥削根源; 唯有从数字劳动确权、数据产权重构、平台责任强化等方面推进制度变革, 才能从根本上规范该现象, 构建公正的数字经济秩序。

## 关键词

劳动价值论, 好评返现, 数字劳动, 剩余价值, 异化劳动

# Critique of the “Positive Review for Cash Rebate” Phenomenon in E-Commerce from the Perspective of Marxist Labor Theory of Value

Yinuo Wang

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

Received: March 18, 2026; accepted: April 1, 2026; published: June 18, 2026

## Abstract

Based on the Marxist labor theory of value, this paper aims to reveal the nature of digital labor

exploitation and the distortion mechanism of market credit behind e-commerce “cashback for good reviews”, and to make up for the lack of in-depth political economy criticism in existing studies. The study concludes that “cashback for good reviews” is an alienated phenomenon in which platform capital transforms consumers’ reviews into non-employed digital labor and appropriates surplus value for free through small-sum rewards. It not only results in four dimensions of labor alienation and unfair distribution, but also distorts the law of value and undermines the market credit system, representing the concentrated embodiment of the inherent contradictions of platform capitalism. The current legal governance only addresses unfair competition, failing to touch the root cause of labor exploitation. Only by promoting institutional reform in terms of the confirmation of digital labor rights, reconstruction of data property rights, and strengthening of platform responsibilities can this phenomenon be fundamentally regulated and a fair digital economic order be established.

## Keywords

Labor Theory of Value, Cashback for Positive Reviews, Digital Labor, Surplus Value, Alienated Labor

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. 问题的提出

在当代电商生态中，“五星好评立返现金”“晒图返现 3 元”等营销手段已成为消费终端的常态景观。据行业调研数据显示，超过 60% 的电商商家曾使用过此类营销策略，而在某些品类中这一比例高达 85% [1]。消费者拆开快递包裹时，往往能看到随商品附赠的“好评卡”——印有二维码和返现承诺的纸片，诱导买家在确认收货后给予五星好评并撰写正面评价，以此换取 2 至 10 元不等的现金返还[1]。

这种商业策略呈现出典型的“双赢”表象：消费者获得小额货币补偿，商家获取高信用评价，平台则因交易活跃度提升而受益。然而，这种看似互惠的交换关系掩盖了深层的政治经济学本质。从马克思主义劳动价值论视角审视，“好评返现”绝非简单的商业促销或市场失范行为，而是数字资本主义条件下资本增殖逻辑向消费领域深度渗透的必然产物，是数字劳动异化的具体表现形态[2] [3]。

马克思在《资本论》第一卷中揭示，资本的本质在于追求剩余价值的无限增殖，而剩余价值的唯一源泉是活劳动的耗费[4]。在工业资本主义时代，这一逻辑主要表现为资本对生产领域雇佣劳动的直接剥削；而在数字经济时代，资本通过平台中介实现了形态变异[5]，将剥削范围从生产领域扩展至消费领域，从工作时间延伸至闲暇时间[6]。“好评返现”正是这一扩展的典型机制：它将消费者原本自发的、表达性的评价行为，转化为被资本严密控制的生产性数字劳动，并以微小利益为诱饵实现对这种劳动的无偿或低偿占有。

当前学界对这一现象的研究呈现出明显的学科分割。法学研究多集中于虚假宣传的定性与治理对策，探讨其对市场信息机制的破坏；经济学研究侧重于博弈论视角下的策略分析，将商家与消费者的互动模型转化为重复博弈中的均衡选择；管理学研究关注消费者行为心理，分析好评激励机制对购买决策的影响。这些研究虽然提供了多维度的观察视角，却普遍缺乏对其政治经济学本质的深入剖析[4]，未能揭示该现象背后的劳动价值转移与剥削机制，也未充分考量中小商家的现实经营困境与消费者参与其中的复杂动机。

本文试图弥补这一理论缺口。通过马克思主义劳动价值论[4]、剩余价值理论[7]与劳动异化理论[3] [8]的交叉运用，本文将论证：“好评返现”的本质是资本通过隐蔽方式对数字劳动的剥削，是平台资本主义条件下新型劳动异化的具体表现，其对市场经济信用体系的破坏根源于价值规律的深层扭曲。同时，

本文将结合中小商家的生存现状与消费者的行为动机展开分析,让批判建立在对现实更全面的理解之上,并提出分阶段、可操作的制度变革建议,为构建数字经济的正义秩序提供批判性基础与实践路径。

## 2. 理论基础：数字经济时代的劳动价值论

马克思主义政治经济学在当代面临的核心挑战,是如何解释数字经济中的价值创造机制[4]。传统理论以物质生产劳动为核心,而数字经济呈现出明显的“非物质化”特征:数据成为关键生产资料,平台成为新型组织形式,用户的在线活动成为价值来源[5]。面对这些新现象,必须坚持劳动价值论的理论内核,同时进行创造性的时代化阐释。

### 2.1. 数字劳动的“活劳动”本质

劳动价值论的核心命题在于:活劳动是价值的唯一源泉,商品价值量由凝结其中的社会必要劳动时间决定[4][5]。这一命题在数字经济时代并未过时,而是获得了新的表现形式。数字劳动,无论是平台工人的数据标注、内容审核,还是普通用户的评价撰写、社交互动,其本质仍是人类脑力和体力的耗费,仍是凝结为数据产品的无差别的人类劳动。

关键在于区分数字劳动的两种形态:一是雇佣化的数字劳动,如外卖骑手、网约车司机、数据标注员等,其劳动关系虽被平台技术重构,但仍具有相对明确的契约形式;二是非雇佣化的数字劳动,如消费者的评价行为、用户的浏览点击、玩家的游戏互动等,这些活动发生在消费或闲暇领域,却被平台系统性地转化为生产性劳动。“好评返现”涉及的正是后一种形态,其隐蔽性更强,剥削机制更为微妙。

消费者的评价行为具有完整的劳动属性。从具体劳动角度看,撰写评价需要操作数字界面、组织语言文字、拍摄处理图片,是有目的、有技能的活动;从抽象劳动角度看,这些活动耗费了消费者的脑力和体力时间,凝结为可供交换的数据商品[4];从社会属性看,评价数据被平台收集、清洗、建模后,转化为精准广告投放、信用评估、算法优化的生产资料,进入资本的价值增殖循环。因此,评价行为绝非纯粹的主观表达或消费反馈,而是被纳入资本循环的生产性数字劳动。

### 2.2. 数据商品的价值构成与价值转移

数字商品呈现出独特的经济特征:其使用价值以非排他性、可无限复制的形态满足信息消费需求,而其价值仍源于抽象劳动的凝结[5]。一条商品评价的使用价值在于为潜在买家提供决策参考,为商家提供信誉背书,为平台提供算法训练数据;其价值则源于消费者撰写评价所耗费的社会必要劳动时间。

然而,数字商品的价值实现机制与传统商品存在显著差异。传统商品的价值在交换中一次性实现,而数据商品的价值具有“复利性”特征:同一条评价数据可被无限次调用、跨平台流通、多场景复用,产生远超其初始创造成本的边际收益。这意味着数据商品的价值实现是一个持续的、累积的过程,而非一次性的交换行为。

“好评返现”机制构成了复杂的价值转移关系[2][7]。消费者获得的返现金额(通常2~5元)远低于其劳动创造的真实价值[1]。假设一条优质评价需要消费者投入15分钟时间(包括体验商品、拍摄图片、撰写文字、操作上传),按照社会平均劳动生产率计算,其创造的价值应远高于返现金额。更重要的是,评价数据被平台算法多次复用后产生的累积价值可达数十元甚至上百元,但消费者仅能获取一次性的微小补偿。这一差额部分构成了平台与商家的超额利润,本质上是消费者劳动创造的剩余价值被无偿占有。

### 2.3. 平台资本的剩余价值榨取机制

数字平台获取剩余价值的方式,既继承了工业资本主义的传统机制,又发展出适应数字时代的新形态。绝对剩余价值的生产在数字领域表现为劳动时间的隐性延长。平台通过激励机制诱导消费者投入更

多时间进行超标准评价——撰写超出常规长度的文字、拍摄精心修饰的多角度图片、甚至制作视频评价。这些额外劳动时间往往不被计入返现对价，构成绝对剩余价值的来源。

相对剩余价值的生产则依托技术优势实现。平台算法通过分析海量好评数据，优化推荐机制，提高商品转化率，缩短资本周转时间。这意味着单位时间内资本实现的增殖增加，而消费者作为数据生产者却未分享由此产生的超额利润。这种“技术代劳”下的价值增长，本质上是平台对消费者数字劳动的更高效剥削[7]。

更为关键的是垄断超额剩余价值的获取。头部电商平台凭借数据垄断地位，通过“好评返现”机制系统性压低商品评价的真实性标准，形成劣币驱逐良币的市场环境[1][3]。中小商家被迫卷入这场“评价军备竞赛”，让渡更多利润用于返现投入，而平台则通过广告费和流量费获取稳定收益。这种垄断条件下的超额利润，源于平台对市场信息渠道的排他性控制，而非任何价值创造。

### 3. “好评返现”的政治经济学批判

基于上述理论框架，本节对“好评返现”现象进行系统的政治经济学批判，揭示其作为数字劳动异化具体表现的深层机制。

#### 3.1. 劳动异化的四重维度

马克思在《1844年经济学哲学手稿》中系统阐述了劳动异化理论，指出资本主义条件下劳动者与其劳动产品、劳动过程、类本质及他人关系的全面异化[8]。这一理论在“好评返现”现象中得到充分印证，并呈现出数字时代的新特征。

劳动者与劳动产品的异化表现为评价数据与消费者的分离和对立[2]。消费者撰写评价的初衷是表达真实消费体验，但在返现诱导下，评价内容必须服从商家利益，成为虚假宣传和误导其他消费者的工具。劳动产品(评价数据)不仅脱离劳动者控制，更异化为与劳动者对立的力量——当消费者因虚假好评购买劣质商品时，其作为评价生产者的身份与作为受害者的身份发生尖锐冲突。更严重的是，这些虚假评价可能反过来影响评价者自身的消费决策，形成自我欺骗的闭环。

劳动者与劳动过程的异化体现为评价行为自主性的丧失。正常的消费评价应是自发的、自主的表达方式，但在“好评返现”机制下，评价行为被纳入资本精心设计的劳动过程。消费者需要按照商家预设的模板进行操作：“晒图三张以上”“文字50字以上”“必须提及特定卖点”“不得提及负面体验”。这些标准化要求将创造性表达降格为机械性劳动，剥夺了劳动的主体性和创造性[3]。劳动过程受到算法规则的严密监控——评价是否被系统抓取、是否获得足够曝光、是否触发更多推荐，均由算法决定，劳动者沦为数字流水线上的被动执行者。

人与人的类本质的异化表现为社会关系的工具化。评价系统的初衷是构建消费者之间的信任共同体，通过信息共享降低交易成本，实现社会层面的信息互通。但“好评返现”将消费者异化为相互欺骗的竞争对手：接受返现的消费者通过虚假评价损害其他消费者的知情权，而拒绝返现的诚实消费者则在信用体系中处于劣势，其真实评价被淹没在虚假好评的洪流中。这种关系的异化，既让消费者陷入“不参与则利益受损”的选择困境，也让中小商家在流量竞争中不得不动迎合，进一步加剧了市场的无序性。

人与人关系的异化在“好评返现”链条中呈现为多层面的不合理契约关系[3]。消费者与商家之间，表面上是自愿的交换关系，实质上是商家以微小利益换取消费者真实评价的扭曲关系，中小商家在此过程中并非主动主导，更多是受平台流量规则裹挟的被动参与者；消费者与平台之间，表面上是服务使用关系，实质上是平台无偿占有消费者劳动成果的剥削关系；消费者与消费者之间，表面上是信息共享关系，实质上是相互误导、利益受损的失衡关系。这些关系被“自愿交易”“用户协议”“市场行为”等

意识形态话语所遮蔽，但其本质是资本对劳动的系统性支配。

### 3.2. 剩余价值分配的不正义性

“好评返现”机制构建了极端不公正的分配格局，其不正义性体现在三个层面，且这种不公对中小商家和普通消费者的损害尤为显著。

价值创造与价值获取的严重脱节。消费者作为评价数据的直接生产者，仅获得象征性的返现补偿，通常占商品价格的1%~5% [7]，而其创造的数据价值却通过平台算法被无限次复用。假设一条优质评价在平台推荐系统中产生100元的边际收益(通过提高转化率带来的额外销售额)，消费者仅获得3元返现，剩余价值率高达97% [7]。中小商家虽支付了返现成本，却并未真正掌握评价数据的价值收益，反而因平台流量规则被迫持续投入，陷入“返现-获流-再返现”的循环；平台则凭借数据控制权，无偿占有了消费者劳动和商家投入背后的绝大部分价值。这种分配比例远低于工业资本主义早期工厂制的剥削率，却因其隐蔽性而免受道德谴责和法律规制。

数据产权的剥夺性占有。平台通过格式条款将用户数据所有权私有化，消费者在不知情或被迫同意的情况下让渡了劳动成果的处置权。这种占有方式具有独特的历史新颖性：它既不同于工业资本对劳动力的购买(至少支付了名义工资)，也不同于封建地租对剩余劳动的榨取(至少承认农奴的人身依附关系)，而是直接否认数字劳动的价值创造属性，将其贬抑为“用户生成内容”(UGC)并无偿占有。这种“数字圈地运动”将公共领域的社交行为私有化，构成了数字时代最激进的产权剥夺。而中小商家作为数据的间接使用者，不仅要向平台支付数据使用相关的流量费用，还因数据产权的不公丧失了对自身商品评价数据的主导权。

风险与收益的不对称分配。当“好评返现”引发法律纠纷时，商家承担行政处罚风险，消费者面临个人信息泄露和财产损失风险，而平台作为最大受益者却往往以“技术中立”为由逃避责任。2024年《网络反不正当竞争暂行规定》<sup>1</sup>明确将“好评返现”定性为违法，但处罚主要针对商家，平台仅承担形式审核义务[1]。这种风险向下游转移、收益向上游集中的分配模式，让抗风险能力最弱的中小商家成为主要追责对象，而消费者的劳动权益受损却缺乏维权渠道，体现了平台资本主义的寄生性本质——平台不直接从事价值创造，却通过控制价值流通渠道获取最大份额。

### 3.3. 价值规律与市场机制的深层扭曲

“好评返现”对马克思主义价值规律的扭曲，不仅体现在个体交换层面，更危及市场经济的宏观运行机制。而中小商家和普通消费者成为这一扭曲机制下的主要利益受损方。

社会必要劳动时间的虚化。价值规律要求商品交换以社会必要劳动时间为基础，价格围绕价值波动。但虚假评价系统干扰了市场信息的有效传递，消费者无法通过评价识别商品的真实社会必要劳动时间。劣质商品因虚假好评获得超额利润，优质中小商家因拒绝参与欺诈而被边缘化，价格信号严重失真。这种“逆向淘汰”机制破坏了价值规律的调节作用，导致资源配置效率下降和社会福利损失。

等价交换原则的消解。马克思指出，商品交换的本质是等量劳动的交换。但在“好评返现”中，消费者以劳动换取的返现金额远低于劳动创造的价值，商家以微小成本换取了巨额信用资本，这种交换不是等价的，而是资本对劳动的系统性剥夺。更严重的是，这种剥夺被“自愿交易”的表象所掩盖——消费者“自愿”参与好评返现，则是受小额利益诱惑或在消费场景中形成的路径依赖；商家“自愿”支付返现费用，实则是受平台流量规则倒逼的无奈选择；平台“自愿”提供技术服务，实则是为了无偿占有劳动成果。契约自由的形式正义遮蔽了实质不正义。

<sup>1</sup>[https://www.samr.gov.cn/zw/zfxgk/fdzdgknr/fgs/art/2024/art\\_80019fe59e464196bef173dc56678a42.html](https://www.samr.gov.cn/zw/zfxgk/fdzdgknr/fgs/art/2024/art_80019fe59e464196bef173dc56678a42.html)

货币职能的异化。货币作为价值尺度和流通手段，在“好评返现”中异化为购买虚假信用的工具。商家支付的返现不是商品价值的等价物，而是购买劳动造假服务的费用；消费者获得的返现不是劳动的合理报酬，而是参与不实评价的诱饵。这种货币职能的异化反映了资本逻辑对货币本质的扭曲：货币从价值尺度和流通手段成为误导市场工具，预示着信用体系危机的深化。而中小商家在这一过程中，既耗费了货币成本，又未能获得真实的市场信用积累，反而加剧了自身的经营困境。

#### 4. 平台资本主义的深层矛盾

“好评返现”现象并非孤立的市场失范，而是平台资本主义内在矛盾的具体表现。通过这一微观切口，可以洞察数字资本积累的深层机制及其危机趋势。同时更能清晰看到中小商家在资本逻辑下的生存困境和消费者的行为困境。

##### 4.1. 平台作为资本积累新载体的控制机制

数字平台不仅是技术中介或市场组织，更是资本积累的新载体。其核心机制在于通过数据垄断和网络效应，将广泛的社会活动纳入资本增殖循环，同时通过技术控制实现劳动过程的精细化管理[5]。

算法控制是平台支配数字劳动的核心手段。平台通过评价算法将消费者的情感表达量化为星级评分，将复杂的消费体验简化为可计算的数据点。这种量化管理不仅降低了信息处理成本，更构建了对消费者劳动的隐性规训——消费者为了获得返现，必须学习并适应算法的偏好：关键词密度、图片清晰度、评价时效性、情感倾向性。劳动过程被算法规则深度嵌入，劳动者在不知不觉中成为算法的驯化对象。而中小商家同样受算法规训，为了符合平台评价指标，不得不持续投入返现成本，沦为算法规则的被动追随者。

数据闭环构成了垄断性积累的技术基础。平台通过“好评返现”收集的评价数据，经过机器学习优化推荐算法，进一步提高“好评返现”的转化率，形成“数据收集-算法优化-精准诱导-更多数据”的闭环。这种闭环使平台能够持续提高劳动生产率，缩短资本周转时间，而消费者被困在这一闭环中，其劳动强度不断增加却未获得相应补偿[7]。数据闭环的垄断性在于其自我强化的网络效应：数据越多，算法越精准，用户越依赖，数据获取能力越强，形成难以打破的垄断格局。中小商家因缺乏数据积累和算法优化能力，无法突破平台的数据闭环，只能在平台设定的规则内参与竞争，进一步丧失市场主导权。

劳动时间的碎片化与无限化是数字资本主义超越工业资本主义时空限制的表现。传统工厂制通过机器体系和工厂纪律将劳动者固定在特定时空，而数字技术打破了这一界限。“好评返现”将消费后的休息时间转化为生产性劳动时间，消费者在收货、体验、评价的过程中，实际上为平台提供了全天候的免费劳动。这种劳动时间的碎片化(随时可能发生)与无限化(没有明确终止点)特征，使资本剥削渗透到生活世界的每个角落，实现了对劳动时间的总体吸纳[3]。而中小商家的经营时间也因平台规则被无限延伸，为了维护店铺评价数据，不得不全天候处理评价相关事宜，进一步增加了经营成本。

##### 4.2. 情感劳动与认知劳动的深层剥削

“好评返现”不仅涉及简单的信息输入，更包含复杂的情感劳动和认知劳动，这些劳动形式在数字资本主义条件下成为新的剥削对象。且这种剥削对消费者的心理和行为选择产生深层影响，也间接加剧了中小商家的经营压力。

情感劳动的商品化是“好评返现”的隐性要求。撰写好评需要消费者调动积极的情感体验，将可能的负面感受压抑或转化为正面表达。这种情感管理(emotional labor)消耗了劳动者的心理能量，却未获得相应补偿。更严重的是，虚假好评要求消费者进行“深度表演”(deep acting)——不仅在外在行为上表现满意，更要在内心真诚地相信自己确实获得了良好体验。这种自我欺骗对劳动者的心理健康造成深层伤害，导致认知失调、道德麻木和信任危机。而消费者的信任危机最终会传导至整个市场，使中小商家的

真实经营成果难以获得消费者认可。

认知劳动的占有体现在评价撰写的智力投入中。评价撰写涉及信息筛选、语言组织、逻辑构建、修辞策略等认知活动，这些活动凝结了复杂劳动，本应创造较高价值。但“好评返现”通过模板化、标准化的要求，将复杂劳动简化为简单劳动，降低了单位劳动时间的价值补偿。同时，消费者提供的消费洞察和商品改进建议被商家无偿占有，成为产品迭代的智力资源。这种认知劳动的占有具有隐蔽性，因为消费者往往意识不到自己的智力成果被系统性收集和利用。而中小商家虽能获取部分消费洞察，却因缺乏资源无法有效转化，最终这些智力成果仍被平台或头部商家利用，进一步扩大了市场差距。

社交关系的工具化扩展了剥削的社会维度。许多“好评返现”要求消费者将评价分享至社交媒体，利用其强关系网络为商家引流。这种基于信任的口碑营销，实质是将消费者的社交资本转化为商业资本，破坏了人际信任的社会基础。当社交关系被系统性地工具化，人的类本质进一步异化，社会层面的信任纽带面临冲击。更为严重的是，这种工具化具有自我强化的特征：当越来越多的人参与“好评返现”，诚实评价者反而成为少数，被迫陷入“参与则违背本心，不参与则难以获得消费相关福利”的囚徒困境；而中小商家若不要求消费者进行社交分享，便难以获得有效流量，同样陷入选择困境。

### 4.3. 信用体系的危机与资本积累的悖论

“好评返现”现象揭示了数字资本主义内在的信用危机。信用体系是市场经济运行的基础，而资本增殖逻辑却不断侵蚀这一基础，形成积累的悖论。这一悖论对中小商家的生存和消费者的消费决策产生了根本性的负面影响。

信用生产的虚假化是这一悖论的核心表现。在平台经济中，信用(表现为评分、销量、好评率)成为最重要的无形资产，直接影响商品的流通速度和价格实现。然而，“好评返现”使信用生产脱离真实的价值创造过程，变成可以购买的虚假符号。这种虚假信用短期内可能促进资本周转，但长期来看将导致信用体系崩溃——当所有商品都拥有五星好评时，好评本身失去信息价值，消费者被迫寻找其他信号(如差评内容、追评时间、图片真实性)，增加交易成本，最终阻碍资本积累。而中小商家的真实信用在不实信用的洪流中被掩盖，难以通过真实的商品和服务获得市场认可，进一步加剧了生存危机。

信息租金的榨取体现了平台的寄生性。平台通过控制信用信息的生产和分配，获取巨额信息租金。商家为了获得更好的信用展示位置，不得不向平台支付推广费用；消费者为了获得真实信息，不得不在海量虚假评价中筛选。这种双重剥削使平台成为数字领域的收益获取者，其收益不源于任何价值创造，而源于对信息流通渠道的垄断性占有。这种积累模式与工业资本主义的产业资本形成鲜明对比，预示着资本积累方式的失衡。

系统性风险的积累威胁平台经济的可持续性。当虚假评价成为行业常态，消费者对评价系统的信任度下降，导致“柠檬市场”效应——优质中小商家因不愿参与欺诈而被淘汰，劣质商家通过返现维持虚假繁荣。这种逆向选择最终将导致市场失灵，平台经济的可持续性面临根本挑战。更为严重的是，信用危机可能从特定平台扩散至整个数字经济，引发系统性的市场信任崩溃。

## 5. 治理困境与超越路径

面对“好评返现”现象的深层危害，现行治理机制存在明显局限，需要从政治经济学视角进行制度重构。同时兼顾中小商家的合理经营需求和消费者的劳动权益保护，提出分阶段、可操作的具体路径。

### 5.1. 现行治理机制的局限性

2024年9月施行的《网络反不正当竞争暂行规定》明确禁止“好评返现”，为治理提供了法律依据。

然而,从马克思主义政治经济学视角看,现行治理存在深层局限,且未能兼顾中小商家的实际经营困境和消费者的劳动权益保护。

法律规制的形式化是首要问题。现行法律将“好评返现”定性为虚假宣传和侵害知情权,停留在市场规制层面,未能触及背后的劳动剥削本质。处罚措施主要针对商家,未能追究平台的结构责任;罚款金额(20万~200万元)相对于平台收益而言微不足道,难以形成有效震慑[1]。这种形式化治理将复杂的社会矛盾简化为个体违法行为,遮蔽了制度性根源。同时,单一的处罚模式未考虑到中小商家是受平台规则裹挟的被动性,缺乏对中小商家的引导性措施,仅靠处罚难以从根本上规范市场行为。

劳动权益保护的缺失反映了法律体系的滞后。现有制度未承认消费者评价行为的劳动属性,未将其纳入劳动法律保护范畴[3]。参与“好评返现”的消费者既无法主张劳动报酬,也无法获得劳动保护,处于法律保护的灰色地带。这种制度性忽视源于工业时代劳动法的思维定式——将劳动局限于雇佣关系下的生产活动,无法涵盖数字经济中非雇佣化的数字劳动。消费者的劳动权益受损后,缺乏明确的维权渠道和赔偿标准,进一步纵容了平台对数字劳动的无偿占有。

数据产权制度的不公巩固了平台垄断。现行法律默认平台对用户数据的占有权,消费者作为数据生产者却缺乏确权、用益和收益权。这种产权安排使劳动价值论的正义原则无法在数字领域实现,劳动者无法通过产权制度维护自身利益。而中小商家作为商品评价数据的相关方,也缺乏对自身商品评价数据的控制权,无法通过数据产权获得相应的价值收益,进一步加剧了市场的不公平性。

## 5.2. 基于劳动价值论的治理重构

要实现“好评返现”现象的根本治理,必须从生产关系层面进行制度重构。分阶段、分步骤推进数字劳动权益保护、数据产权改革和平台责任强化,同时兼顾中小商家的合理经营需求,构建多方共赢的市场秩序。

确立数字劳动合法地位,分阶段完善劳动保护体系确立数字劳动的合法地位是基础性工作。第一阶段(试点探索期),应在法律上承认消费者评价行为的劳动属性,将其纳入广义数字劳动范畴,选取电商平台集中度较高的领域开展试点,明确具有生产性的评价劳动认定标准;第二阶段(规范推广期),针对被平台算法用于商业推广、流量分配的评价劳动,建立最低报酬标准,禁止以微小返现换取高价值劳动成果[4],同时设立消费者数字劳动维权绿色通道,简化维权流程;第三阶段(制度完善期),将非雇佣型数字劳动纳入劳动法律体系的补充保护范围,明确平台和商家的劳动补偿责任。同时,针对中小商家,出台配套引导措施,鼓励其通过真实评价积累信用,对优质中小商家给予平台流量倾斜和政策支持,降低其对“好评返现”的依赖。

构建数据劳动产权制度,探索中观层面的实操路径构建数据劳动的产权制度是关键环节。借鉴马克思主义“劳动创造所有权”原则,建立“分阶段确权、多元化收益”的消费者数据产权机制,同时赋予中小商家对自身商品评价数据的有限控制权。

1. 设立数据信托基金:由行业协会、监管机构和消费者代表共同组建第三方数据信托基金,消费者将评价数据的使用权委托给基金管理,平台需向基金支付数据使用费用,基金按照消费者的劳动贡献进行收益分配,同时提取部分资金设立中小商家信用发展基金,用于支持优质中小商家的信用建设和数字化转型。

2. 建立集体协商机制:由消费者协会作为代表,与电商平台开展数字劳动报酬和数据产权的集体协商,明确数据使用的对价标准、收益分配比例和使用范围,打破平台单方面制定数据规则的格局,同时吸纳中小商家代表参与协商,兼顾中小商家在数据使用中的合理诉求。

3. 分阶段落实数据权利:第一阶段,明确消费者对评价数据的知情同意权、访问权和可携带权,平台需公开数据使用目的和方式;第二阶段,赋予消费者数据收益分享权,平台需按比例向数据生产者支

付收益；第三阶段，完善数据产权的交易和流转机制，实现数据劳动价值的市场化体现。

重构平台责任体系，制定具体可落地的责任要求应突破“技术中立”迷思，明确平台作为数字劳动组织者和剩余价值占有者的全链条责任，分阶段推进平台责任的落地实施，同时避免过度责任给平台带来的不合理负担。

1. 开展算法透明度审计：第一阶段，由监管机构指定第三方专业机构，对电商平台的评价算法、流量分配算法开展定期透明度审计，公开算法的核心指标和运行逻辑，禁止平台将“好评率”作为流量分配的唯一核心指标；第二阶段，建立算法备案制度，平台的算法调整需向监管机构备案并公示，接受社会监督；第三阶段，出台算法公平性评价标准，对存在算法歧视、诱导不实评价的平台进行处罚并责令整改。同时，要求平台优化流量分配算法，向优质中小商家倾斜流量，降低中小商家对不实评价的依赖。

2. 建立收益分享的试点模型：选取头部电商平台开展数据收益分享试点，平台从其通过评价数据获得的广告收入、流量收入中提取一定比例(建议初期5%~10%)，设立数字劳动收益分享池，一部分用于向消费者支付数字劳动报酬，另一部分用于支持中小商家的信用建设和经营发展；试点成熟后，逐步提高分享比例并在全行业推广。

3. 强化平台的审核与引导责任：平台不仅应履行形式审核义务，更应建立实质性的不实评价识别机制，利用技术手段及时清理不实评价；同时，为中小商家提供免费的信用建设指导和数字化经营培训，引导中小商家通过提升商品和服务质量积累真实信用。

### 5.3. 超越平台资本主义的未来向度

从更宏观的历史视野看，“好评返现”现象预示着平台资本主义的内在危机和超越可能。未来的数字经济发展，应兼顾效率与公平，既发挥数字技术的创新优势，又保护数字劳动者的合法权益和中小商家的生存空间，构建可持续发展的数字经济秩序。

劳动解放的数字化契机在于技术潜力的释放。数字技术本应为劳动解放提供物质基础——降低信息不对称、减少交易成本、促进协作共享，却在资本主义关系下成为剥削工具。通过生产资料的社会化改造，将平台从资本增殖工具转变为公共基础设施，分阶段实现平台核心功能的公共化：第一阶段，推动电商平台的评价体系、流量分配体系等基础服务的公共化，由监管机构和社会代表共同监督管理；第二阶段，建立公共数字服务平台，为中小商家提供免费的数字化经营工具和信用展示渠道；第三阶段，实现数据资源的社会化共享，打破平台的数据垄断，让数字劳动真正服务于人的自由全面发展[8]。

完善价值分配机制，推动数字经济的公平化发展价值创造与分配的合理化需要组织形式的变革。建立基于贡献的价值分配机制，使数字劳动者和中小商家都能够分享数字经济的发展成果。通过合作社、平台合作主义等组织形式，实现“数据由人民产生、收益由人民共享”的数字经济发展模式。这种变革不仅是技术调整，更是生产关系的优化。

重塑市场信用体系，推动技术与制度的协同创新重塑平台经济的信用体系需要技术与制度的结合。构建基于区块链等技术的去中心化信用体系，使信用评价不可篡改、真实透明，从根本上消除“好评返现”的生存土壤。但技术方案必须与生产关系的变革相结合，避免落入“技术决定论”的陷阱——技术本身不能自动解决社会问题，只有在公平的制度框架下，通过明确的产权规则、合理的收益分配机制和严格的平台责任要求，才能让技术发挥其正向作用，同时辅以对中小商家的引导和支持，推动市场信用体系的重构，实现数字经济的健康可持续发展[9]。

## 6. 结语

“好评返现”现象绝非简单的商业失范行为，而是数字资本主义条件下资本增殖逻辑向消费领域深

度渗透的必然产物[7]。从马克思主义劳动价值论视角审视,该现象揭示了数字劳动的异化本质、剩余价值榨取的新机制以及价值规律的深层危机。消费者的评价行为被纳入资本循环,成为无酬的数字劳动;微小的返现金额掩盖了真实的剥削关系;不实信用体系扭曲了市场信息,破坏了等价交换原则。而中小商家在这一过程中陷入被动竞争的困境,消费者则面临劳动权益受损和消费决策误导的双重问题。

2024年《网络反不正当竞争暂行规定》的施行标志着法律规制的进步[1],但形式化的法律治理无法触及生产关系的深层矛盾。必须从劳动价值论出发,分阶段、可操作地确立数字劳动的合法地位,构建数据劳动的产权制度,重构平台责任体系,同时兼顾中小商家的合理经营需求和消费者的劳动权益保护,最终实现数字经济领域生产关系的优化,构建公正、公平、可持续的数字经济秩序。这不仅是对“好评返现”现象的批判性回应,更是马克思主义政治经济学在数字时代的理论发展和实践要求。

在人工智能和大数据技术加速发展的今天,劳动价值论并未过时,反而展现出更强的解释力和批判力。只有坚持劳动创造价值的根本原则,兼顾市场各方的合理利益,保护中小商家的生存空间和消费者的合法权益,才能在数字经济时代实现社会公平正义和人的全面发展。对“好评返现”现象的批判,正是这一理论立场在具体问题上的应用和展开,也是马克思主义政治经济学在数字时代的理论发展和实践要求。

## 参考文献

- [1] 朱熠莹. 网络购物“好评返现”行为的法律问题研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(4): 718-723.
- [2] 杜红艳, 王靖. 马克思主义视域下数字劳动的政治经济学辨析[J]. 学习与探索, 2025(11): 119-126+176.
- [3] 李勇坚. 电商平台虚假评价的治理困境与路径——基于数字劳动视角[J]. 改革, 2023(8): 112-123.
- [4] 何爱平, 李清华. 数字经济价值生产的马克思主义政治经济学分析[J]. 中国经济问题, 2025(1): 27-40.
- [5] 王峰明. 数字经济条件下的劳动、商品与资本——基于马克思《资本论》及其手稿的辨析[J]. 马克思主义研究, 2023(12): 90-106+154.
- [6] 和潇逸, 谭力榕. 数字经济时代马克思主义劳动价值论的再认识与新发展[N]. 企业家日报, 2025-07-22(006).
- [7] 吴欢, 卢黎歌. 数字资本与剩余价值规律的新表现——数字经济时代马克思资本理论的再阐释[J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2023, 44(2): 10-17.
- [8] 朱欢欢, 周世兴. 数字资本主义情感劳动异化批判及其超越[J]. 兰州学刊, 2026(2): 150-159.
- [9] 崔健, 曹梦圆. 数字资本主义场域的“情感”迷思与批判[J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2024, 53(5): 63-72.