

从商品交换到数据交换：电商平台价值形态的演变

许启蔚

上海理工大学马克思主义学院，上海

收稿日期：2026年5月12日；录用日期：2026年5月26日；发布日期：2026年7月17日

摘要

电商平台的兴起推动了价值形态由以商品交换为中心向以数据流通为核心的深刻转变。基于马克思主义政治经济学批判视角，本文对这一转型的内在机制及其结构性矛盾进行了分析。研究认为，平台经济并未消解商品交换的基本矛盾，而是在数字技术条件下将其延伸并强化于数据层面：数据逐步成为价值的重要承载形式，平台通过对数据资源的集中控制形成新的垄断结构，用户则在不被计酬的情况下参与数据生产过程。与此同时，以“免费服务”为表征的运行模式，实际上重构了剩余价值获取路径，并在一定程度上掩盖了其剥削关系。从商品拜物教向数据拜物教的转变，表明资本逻辑在数字条件下的延续与变形。对这一过程的系统考察，有助于深化对数字资本主义的批判性认识，并为探索更加公平的数据治理路径提供理论支撑。

关键词

数据交换，价值形态，电商平台

From Commodity Exchange to Data Exchange: The Evolution of the Value Form of E-Commerce Platforms

Qiwei Xu

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

Received: May 12, 2026; accepted: May 26, 2026; published: July 17, 2026

Abstract

The rise of e-commerce platforms has driven a profound transformation of the value form, shifting

from commodity exchange-centered to data circulation-centered. From the perspective of Marxist political economy critique, this paper analyzes the internal mechanism and structural contradictions of this transformation. The study argues that the platform economy has not eliminated the basic contradictions of commodity exchange, but extended and intensified them at the data level under the conditions of digital technology: data has gradually become an important carrier of value, platforms have formed a new monopoly structure through the centralized control of data resources, and users participate in the data production process without remuneration. Meanwhile, the operation mode characterized by “free services” has actually reconstructed the path of surplus value acquisition and concealed its exploitative relationship to a certain extent. The shift from commodity fetishism to data fetishism indicates the continuation and transformation of capital logic under digital conditions. A systematic investigation of this process helps to deepen the critical understanding of digital capitalism and provide theoretical support for exploring a fairer path of data governance.

Keywords

Data Exchange, Form of Value, E-Commerce Platform

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

在数字经济持续扩展的背景下，电商平台已逐渐成为连接生产与消费的关键节点。从淘宝、京东、拼多多到亚马逊、Shopee，这类平台不仅重塑了日常消费方式，也在更深层次上改变了资本运行方式与价值实现路径。一个值得注意的现象是：当用户在平台上获得“便捷”“高效”的消费体验时，其点击、浏览、评价等行为也同步被记录并转化为数据资源；而平台在提供“免费服务”的同时，却实现了资本规模与市场估值的不断扩张。这种表面上的反差，实际上揭示出一个更为根本的问题，即电商平台条件下价值形态正在发生何种转变。在传统资本主义框架中，商品交换以劳动价值论为基础，价值通过凝结在商品中的劳动并借助市场交换得以实现。然而，在平台经济环境中，价值的生成与实现机制呈现出更为复杂的结构。电商平台本身并不直接参与商品生产，其收益来源也不再局限于交易环节，而是逐渐依赖于数据资源的开发与利用。数据这一非物质要素，逐渐成为价值运作的重要支点：用户在平台上的每一次操作行为，都被转化为可分析、可利用的数据，并在算法处理下转化为新的盈利来源。从国外马克思主义的相关研究来看，对数字资本主义的反思已成为当代批判理论的重要方向，现有研究更多集中于社交媒体或一般性平台，对于兼具商品流通与数据生产双重属性的电商平台关注仍显不足。正是在这一意义上，电商平台成为观察价值形态演进的重要切入点，其发展过程集中体现了由传统资本主义向数字资本主义过渡的典型特征。基于此，本文尝试在国外马克思主义理论框架下，对从商品交换向数据交换的转变进行系统分析，以揭示电商平台价值形态变化的内在逻辑。

2. 商品交换的传统形态及其内在矛盾

2.1. 马克思的商品拜物教批判

在《资本论》开篇部分，马克思对商品拜物教作出了系统阐释。他指出“商品形式在人们面前把人们本身劳动的社会性质反映成劳动产品本身的物的性质，反映成这些物的天然的社会属性^[1]。”也就是说，本属于人与人之间的社会联系，被表现为物与物之间的关系，从而遮蔽了劳动的社会性质。在这种

情形下，生产者之间通过劳动形成的联系，并不会直接以社会关系的形式呈现，而是以商品之间的交换关系间接表现出来。

从本质上看，商品拜物教体现的是一种关系的“物化”：原本属于主体之间的社会联系，被转化为物的属性，并通过交换价值形式加以固定。马克思认为，这一现象根植于资本主义生产方式本身。在以商品生产为基础的经济结构中，个体劳动只有经过市场交换才能获得社会承认，这种通过交换实现的间接社会化，使得劳动产品获得了一种看似独立于生产者的价值形式，并反过来对生产者形成支配。后续研究在对这一理论进行深化时指出，拜物教批判并不仅仅停留在观念或意识层面，而是揭示了资本主义社会结构中的一种深层逻辑，即主体在其所创造的客体面前反而处于被动甚至受制的地位[2]。

2.2. 交换关系的历史性和社会性

马克思反复指出，交换关系并非一种超历史的自然存在，而是特定历史条件下形成的社会关系。因此，交换关系的性质根本上取决于生产关系以及生产资料占有形式。在资本主义制度下，交换关系表面上遵循等价原则，但其背后却体现出资本对雇佣劳动的支配结构，这种不平等被交换形式所掩盖。

从整体经济运行来看，交换处于生产、分配与消费之间的中介位置。这一分析路径对于解释当代电商平台中的价值形态尤为关键。有研究在重新讨论马克思交换理论时也指出，交换关系具有明显的历史属性，其具体表现形式会随着技术条件与生产结构的变化而发生调整。当代数字技术的发展并未改变交换关系的基本逻辑，而是使其在新的条件下呈现出更加复杂的形态。

2.3. 传统商品交换的历史局限

在传统经济结构中，商品交换以有形商品为载体，其价值通常以社会必要劳动时间为尺度，并通过市场流通过程得以实现。这种交换形式在资本主义历史进程中具有重要推动作用，但同时也蕴含着内在张力。其一，商品交换建立在私人劳动与社会劳动相分离的基础之上，并在资本主义条件下进一步演化为生产社会化与生产资料私人占有之间的根本矛盾。其二，商品流通依赖现实的时间与空间条件，流转速度与覆盖范围均受到物质基础的制约。其三，尽管价值以劳动时间为衡量依据，但随着生产力水平的提升，价值形成过程愈发复杂，《资本论》第三卷中所讨论的“价值转化”问题，正体现了这一理论上的张力[3]。进入数字化发展阶段，这些矛盾并未消退，而是在新的技术条件下以不同方式延续和放大。电商平台的出现，一方面突破了传统商品交换在效率与空间上的局限，另一方面也将原有矛盾转移并加以深化。例如，原本体现为私人劳动与社会劳动之间张力的问题，在平台环境中表现为个体数据生成与平台对数据占有之间的关系；以往受制于物理条件的时空限制被大幅削弱，但平台通过技术手段对时间与空间进行重新整合；与此同时，价值衡量也逐渐从以劳动时间为核心，转向更多依赖数据规模与流量表现，从而引出新的理论讨论空间。

3. 电商平台对商品交换的重构

3.1. 平台经济的基本特征与运行机制

作为数字经济的重要载体，平台经济的核心特征在于借助信息技术实现供给与需求的高效对接，从而重塑价值运行的路径。不同于传统以生产与流通为主线的线性结构，平台经济呈现出典型的多边市场形态：平台自身并不直接参与商品生产，而是通过技术手段搭建互动框架，使商家、消费者以及各类服务提供者在同一系统中实现协同运作，这一运行逻辑更侧重于关系的建立与资源的调动，而非对具体要素的直接占有，从而以较低的边际成本不断扩大其服务范围，在这一过程中，网络效应成为平台持续扩张的重要动力，随着用户与参与主体数量的增加，平台整体吸引力随之提升，进而形成自我强化的发展

机制。电商平台作为电子商务领域的重要分支，有机融合了移动互联网技术和社交网络生态；电商平台以移动终端为核心支撑，依托即时交流与双向互动，让消费交易变得更加高效便捷。随着电商平台的持续发展，移动端消费已成为线上消费的主流趋势，越来越多的消费者不再单一依赖传统电商平台，转而选择移动社交电商平台完成网络购物；同时，平台运行高度依赖数据，通过对用户行为的持续收集与分析，不断优化资源配置与信息分发方式，提高匹配效率[4]。从商业运作层面看，电商平台的发展实质上是对传统零售价值链的再组织：通过缩减中间环节、降低交易费用并突破地域限制，平台重新塑造了商品流通的基本结构。

3.2. 电商平台对交换过程的时空重构

电商平台在根本层面上重塑了商品交换所依赖的时空条件。在传统模式下，交易往往受限于具体的物理场所，如商店或集市，同时还受到营业时间等现实因素的制约。而在平台环境中，这些限制被显著削弱：交易活动可以在任意时间展开，空间距离不再构成实质性障碍，商品展示、选择、支付与物流等环节被整合进统一的数字系统之中。这种对时空结构的重组，不仅体现了技术发展的结果，也反映出资本对流通效率持续提升的内在驱动。与此同时，电商平台还改变了交换过程中信息运行的方式。在传统市场条件下，信息不对称普遍存在，商家通常掌握更多关于商品的信息，消费者则处于相对被动的位置，平台通过引入用户评价、详细说明以及价格比较等工具，在一定程度上缓解了这一问题。但需要看到的是，这种看似增强的“信息透明”，实际上依赖于平台对信息的集中调度与控制[5]。平台逐渐成为信息汇聚与分发的核心节点，决定信息呈现的内容与方式，从而在降低部分信息不对称的同时，形成新的信息支配结构。有研究将这一机制概括为“价值漏斗”，即平台通过整合流量、筛选与分配信息，在流通过程中实现价值的重新分配与提取。

3.3. 交换价值实现机制的平台化转型

电商平台的发展使交换价值的实现路径发生了明显变化。在传统商业体系中，企业主要依靠商品销售获取利润，价值实现通常以单次交易的完成为标志。而在平台模式下，盈利结构趋于多样化：除交易佣金之外，广告投放、会员订阅、金融业务以及数据相关服务等逐渐成为重要收入来源。这种变化表明，价值的实现已不再局限于商品买卖本身，而是向交易前后多个环节延伸[6]。

在平台经济发展的早期阶段，电商企业主要依赖佣金与广告收入，这种模式在用户规模快速扩张的时期曾带来显著收益。但随着用户增长趋缓、流量成本不断提高，单纯依靠流量变现的方式逐渐显露出局限性。在此背景下，平台开始寻求新的增长路径，转向更加综合的收益结构，通过整合交易、服务与数据等要素，实现多渠道盈利。这一变化反映出电商平台价值形态的深层调整，即由以商品流通为核心的收益方式，逐步转向以数据驱动为基础的复合型价值实现机制。

4. 数据交换：新的价值形态

4.1. 数据作为新的生产要素

当代经济中，数据的重要性已逐渐成为共识。与土地、劳动、资本等传统要素相比，数据具有明显差异：其可以被无限复制、具备非排他性，且使用成本极低。这意味着数据能够在不被消耗的前提下被反复利用，并同时服务于多个主体。从马克思主义视角来看，数据上升为关键生产要素，标志着生产力发展进入新的阶段——它不仅作为被加工的对象存在，还在一定程度上以工具形态参与到价值生成过程之中，在电商平台运行中，企业掌握着大量用户行为信息，例如浏览轨迹、搜索偏好、消费记录以及评价内容等[7]。这些数据经过整理与分析后，可被广泛应用于精准营销、个性化推荐以及供应链优化等多

个领域。从企业估值角度看，数据资源已逐步转化为重要资产，并在平台整体价值构成中占据关键位置。有研究以京东为例，借助多期超额收益模型对数据资产进行评估，结果显示其在企业价值中具有显著权重；针对拼多多的相关分析也得出了类似结论。这些经验性研究从侧面说明，数据已成为平台价值创造过程中不可或缺的核心要素[8]。

4.2. 从商品交换到数据交换的逻辑变迁

从以商品为中心的交换方式转向以数据为核心的交换形态，并非单纯的媒介变化，而是涉及价值表现形式的深层重构。在传统商品交换中，价值依附于具体的物质产品，交换过程体现为所有权的转移；而在数据交换语境下，这一逻辑发生了明显变化：数据并不是一次性被出售的对象，而是在持续使用中不断生成、积累与利用；相应地，用户也不再只是“占有者”，而是在无形中成为数据的生产来源。这一变化可以从多个方面加以概括。首先，价值载体趋于非物质化；数据作为一种无形资源，突破了实体商品对价值实现的物理限制，使价值增值在更大程度上摆脱了时间与空间的约束；其次，价值来源呈现扩散趋势。不同于传统交换主要依赖生产领域中的劳动，数据交换中的价值生成贯穿于更广泛的社会活动之中，包括消费行为、社交互动以及日常生活实践等；再次，价值实现方式由一次性转向持续性。商品交换通常随着交易完成而结束，而数据交换则依托平台运行不断循环：用户在使用过程中持续产生数据，这些数据反过来被用于改进服务并吸引更多参与者，从而形成持续的增值机制；最后，价值归属变得更加隐蔽[9]。相较于商品交换中较为清晰的收益分配，在数据交换中，用户所创造的价值往往被平台所占有，而这一过程常常被“免费使用”等表面形式所遮蔽。

4.3. 数据交换中的价值创造机制

在数据交换体系中，价值的生成机制与传统商品交换存在根本差异。在传统商品交换中，价值遵循劳动价值论：抽象劳动通过商品凝结为价值，并在交换中实现。而在数据交换中，价值创造呈现出新的特征。

首先，用户的日常行为成为价值生成的核心源泉。诸如点击、浏览、停留、评价以及社交互动等看似微小的活动，都会被转化为可被算法处理的数据点，用户的注意力、情感以及社交关系均参与到价值生产中，这种现象被学者称为“受众劳动”或“产消者劳动”，在数字资本主义批判研究中具有重要意义，用户不再仅是消费主体，同时也成为数据价值的生产者；其次，算法对数据的整合与加工是实现价值增值的关键环节，原始数据本身并不直接产生价值，必须通过算法的清理、分析与建模，才能转化为可应用于决策和商业策略的洞察，算法的设计与优化凝结了编程劳动与智力劳动，但其所有权和控制权掌握在平台手中，由此产生的价值也被平台独占，这种智力劳动与用户数据劳动的分离，形成了数字经济中独特的不平等价值分配结构；最后，数据交换构建了一个持续增值的闭环系统。用户行为产生数据，算法分析这些数据后用于精准营销和个性化推荐，从而引导用户进一步消费并产生更多数据。通过这一循环，平台能够持续从用户行为中提取价值，而用户往往在无意识中成为价值生产的主体[10]。对于后起的电商平台而言，创新商业模式可以帮助其突破闭环中的竞争壁垒，但其核心逻辑仍然是围绕数据的收集、加工与变现。

5. 从商品拜物教到数据拜物教：价值形态演变的批判性分析

5.1. 数据物化：拜物教形态的新发展

马克思所揭示的商品拜物教在数字时代呈现出新的形态——数据拜物教。数据拜物教并非简单取代传统的商品拜物教，而是在新的技术和社会条件下对其逻辑的延伸与强化。正如马克思所强调，商品的

神秘性并非源自其物质属性，而在于其背后隐藏的社会劳动。同样，数据的“神秘性”也来自对大量微观劳动和主体实践的抽象、整合与遮蔽：数据拜物教的显著特征是其“去物质化”的外在表现。数据看似中立、透明且易于共享，呈现出纯粹的信息记录形象，而掩盖了其社会关系的本质。这种表象下隐藏着复杂的权力结构：平台对数据资源的集中掌控、算法对用户行为的规范化管理，以及用户对自身数据控制权的缺失。数据拜物教让人忽略了一个事实：数据的价值并非来源于其自身的客观性，而是建立在广大用户的劳动实践和社会性活动之上，研究指出，数据物化不仅体现为对物的支配，更表现为个体对社会整体认知能力的削弱。在数据资本主义框架下，算法通过精准推荐和智能匹配构建新的经验结构，使个体所接触的信息被系统化、结构化，从而模糊了对社会关系、生产逻辑及自身社会地位的整体理解[11]。这种认知的碎片化与封闭化，正是数据拜物教最深层的意识形态效应。

5.2. 数据交换中剩余价值的提取和转移

从马克思主义视角来看，数据交换实际上构成了剩余价值提取与转移的全新机制。在传统资本主义框架下，剩余价值主要来源于生产领域中雇佣劳动所创造的价值超出劳动力成本的部分，而在数据资本主义环境中，剩余价值的来源更加广泛且隐蔽。首先，用户的“无偿劳动”成为剩余价值的重要来源。用户在平台上的搜索、浏览、评价、分享等行为，看似自主选择，实则为平台持续提供数据生产服务，这些数据经过平台加工与分析后转化为可商业化利用的资产，而用户并未获得对应报酬[12]。这种无偿数据生产打破了马克思所区分的“生产性劳动”与“非生产性劳动”的界限，劳动的空间和时间延展至日常生活的各个环节。若在工厂制资本主义时期，资本剥削主要发生在生产现场，那么在平台资本主义下，剥削已扩展至整个社会生活领域。其次，数据交换中的价值转移呈现多重叠加形式。平台通过收取商家交易佣金实现价值从商家向平台的转移；通过广告系统从广告主处获取收益，又形成另一种价值转移；同时，平台向商家提供的数据服务也使数据成为价值转移的中介。在这些过程中，用户作为数据的生产者，其劳动所产生的价值被隐性占有。这种多层次价值转移，使平台成为社会总价值分配的关键枢纽。最后，数据交换孕育出新的剥削结构。不同于传统资本主义中资本与雇佣劳动之间较为明确的剥削关系，数据交换中的剥削更加弥散：用户并非平台雇员，却在持续为平台创造价值；他们看似是服务的“消费者”，实则是数据的“生产者”[13]。这种模糊性使剥削关系更为隐蔽，也增加了反抗的难度。学界将这一新型剥削称为“数字剥削”或“数据剥削”，其本质体现了资本对生活世界的全面渗透与控制。

5.3. 平台垄断与数据私有：数字资本主义的权力结构

电商平台价值形态的演变，与数据作为生产资料的集中控制密切相关。在数字经济中，数据已成为核心生产要素，其所有权和使用权主要集中在少数平台手中，从而形成了一种新的垄断形式。从政治经济学视角来看，这种垄断不同于传统意义上的市场垄断，它具有独特的运行逻辑与结构特征。首先，数据垄断依托网络效应运作：平台用户数量越多，产生的数据就越丰富，算法训练效果随之增强，平台服务竞争力提升，进一步吸引更多用户。这种正向循环强化了“赢家通吃”的趋势；其次，数据垄断表现为对用户行为的全面掌控。平台在优化用户体验的同时，通过算法引导用户偏好，使其逐渐依赖平台推荐，形成认知与行为的双重锁定；再次，数据垄断具备跨行业扩展能力[14]。平台在某一领域累积的数据优势可以迁移至其他领域，进而建立跨行业的生态垄断格局，使其影响力超越传统行业界限，构建多领域的数字领域。数据私有制构成了数字资本主义的权力基础。数据作为新型生产资料，其私有化意味着资本对数字时代生产过程的全面控制。平台不仅掌握用户数据，还掌握数据处理工具——算法，以及数据的应用场景——平台生态系统。这种全方位控制使平台成为数字时代的“工厂”，而用户则在无形中被纳入生产链，成为“工人”。学者指出，数据私有制的核心问题在于剥夺了用户对自身数据的控制权，使个

体在数字空间中丧失了主体性。从价值分配角度看，数据创造的价值不断流向平台资本，而实际生产者——用户——则被排除在收益分配之外。

6. 结语

从商品交换向数据交换的转型，不仅体现了技术发展的成果，更是资本逻辑自我更新的表现。这一演变显示了马克思主义政治经济学在数字时代解释社会经济现象的持久生命力。商品拜物教并未随着有形商品的弱化而消失，而是在数据呈现的“透明性”幻象下得以延续。数据拜物教作为其新形式，掩盖了数据背后的劳动关系、权力结构以及社会异化过程。在平台经济的表象下，资本对劳动的支配、对剩余价值的占有以及对社会关系的物化，仍在以新的形式持续存在。从商品交换到数据交换的价值形态演变，反映了数字时代资本逻辑的延续与更新。只有穿透数据拜物教的表象，揭示数据背后的社会关系与权力结构，才能在数字资本主义的迷雾中重建通向解放的路径。在这一过程中，马克思主义的分析方法——从现象到本质、从交换到生产的视角转换——依然是理解数字资本主义的重要方法论工具。

参考文献

- [1] 马克思.《资本论》：第1卷[M].北京：人民出版社，2018：89.
- [2] 王茜.从拜物教到数据崇拜：数字时代的马克思批判理论[EB/OL].
https://www.cssn.cn/skqns/skqns_qnzs/202507/t20250711_5885962.shtml, 2025-07-11.
- [3] 马克思.《资本论》：第3卷[M].北京：人民出版社，2018：179-188.
- [4] 钟睿璇.平台经济数据垄断的政治经济学分析[J].中国价格监管与反垄断, 2026(2): 59-61.
- [5] 蔡万焕.数字经济下数字资本与金融资本关系研究[J].马克思主义研究, 2026(1): 129-141.
- [6] 牛子牛.作为当代新资本形态的平台资本：一个政治经济学解释框架[J].世界社会主义研究, 2025, 10(10): 100-112, 116.
- [7] 刘敏.数字平台经济赋能经济高质量发展的挑战与对策[J].当代县域经济, 2025(8): 73-75.
- [8] 王圆圆, 黄佳欣.平台经济下的数字劳动生产性分析及其中国式治理[J].辽宁师范大学学报(社会科学版), 2025, 48(4): 38-44.
- [9] 柳铭, 邹琨.马克思生产力思想视角下我国平台经济创新发展研究[J].湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2025, 22(11): 28-33.
- [10] 田中秋.数字媒体领域中的数字拜物教批判研究[D]:[硕士学位论文].济宁：曲阜师范大学, 2025.
- [11] 向东旭.数字资本主义的政治经济学批判研究[D]:[硕士学位论文].北京：中央财经大学, 2024.
- [12] 汪钊, 靳永茂.交换关系的理论阐释与时代启示——基于《资本论》及其手稿的文本分析[J].上海经济研究, 2023(4): 42-59.
- [13] 王明铠.平台垄断与维护国家经济安全的政治经济学分析[D]:[硕士学位论文].成都：西南财经大学, 2023.
- [14] 黄国忠, 董昌敏, 黄开能.社交电商平台的营销策略研究——以小红书 App 为例[J].现代商业研究, 2026(1): 97-99.