

数字经济时代电商平台“零工经济”的劳动形态变革与劳动价值论重构

何岩峰

上海理工大学马克思主义学院, 上海

收稿日期: 2026年4月26日; 录用日期: 2026年5月11日; 发布日期: 2026年10月16日

摘要

数字经济时代, 大数据、人工智能与平台化运行催生电商平台“零工经济”新型劳动形态, 该劳动具备去中心化灵活表象、算法化隐蔽控制、劳动关系非典型化与风险个体化、劳动内容情感化及数字化等特征, 在价值创造机制、劳动关系形态、劳动异化形式上与传统工业劳动存在系统性差异。依托马克思主义劳动价值论, 拓展生产性劳动与“总体工人”概念, 可判定电商主播、设计师等核心零工劳动属于服务资本增殖的生产性劳动。劳动价值论需从物质生产拓展至广义生产领域, 这一结论为数字劳动者权益保障与平台经济监管提供了理论支撑。

关键词

数字经济, “零工经济”, 电商平台, 劳动形态, 劳动价值论

Labor Form Transformation and Reconstruction of the Labor Theory of Value in the “Gig Economy” of E-Commerce Platforms in the Digital Economy Era

Yanfeng He

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

Received: April 26, 2026; accepted: May 11, 2026; published: October 16, 2026

Abstract

In the era of the digital economy, big data, artificial intelligence, and platform-based operations

文章引用: 何岩峰. 数字经济时代电商平台“零工经济”的劳动形态变革与劳动价值论重构[J]. 电子商务评论, 2026, 15(10): 239-246. DOI: 10.12677/ec.2026.15101112

have spawned a new labor form of the “gig economy” on e-commerce platforms. This labor pattern features superficial decentralization and flexibility, algorithmic hidden control, atypical labor relations accompanied by individualized risks, as well as emotional and digitized labor content. It presents systematic differences from traditional industrial labor in the value creation mechanism, the form of labor relations, and the manifestation of labor alienation. Grounded in the Marxist labor theory of value, and by expanding the connotations of productive labor and the concept of “the aggregate worker”, it can be judged that core gig workers, including e-commerce anchors and designers, are engaged in productive labor that serves capital valorization. The labor theory of value needs to be extended from material production to the field of generalized production, and this conclusion provides theoretical support for the protection of the rights and interests of digital workers and the supervision of the platform economy.

Keywords

Digital Economy, “Gig Economy”, E-Commerce Platform, Labor Form, Labor Theory of Value

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

21 世纪第三个十年，大数据、人工智能与平台化运行成为数字经济的核心支撑，也成为全球经济增长的关键动力。电子商务平台不只改变了商品流通与日常消费的模式，还催生出“零工经济”这一全新就业形态[1]。电商主播、在线客服、签约设计师等从业者规模快速扩大，依托平台对接任务、交付成果、结算报酬，形成了区别于传统标准雇佣的灵活临时劳动形态[2]。

传统工业经济搭建的劳动理论与法律框架，面对这类原子化、去组织化的劳动形态，已经难以适配适用。零工劳动者表面拥有时间与空间的自主选择空间，实际却被平台算法精准管控，原本由企业承担的系统性风险也全部转嫁给个体。数字劳动的价值创造机制是什么、这类劳动能否创造价值、如何创造价值、马克思主义劳动价值论在数字时代是否依旧适用、生产性劳动与非生产性劳动的经典划分又该如何解读电商平台零工劳动，都是需要回应的问题。解答这些问题，既是理论创新的现实需求，也是关注数字劳动者生存状态、维护社会公平正义的时代命题。本文将结合对电商平台“零工经济”的观察，尝试对上述问题进行系统地回应。

2. 数字经济时代电商平台“零工经济”劳动形态的新特征

电商平台零工劳动与传统工业经济工厂车间的雇佣劳动相比，呈现出一系列复杂新特征。这些特征常以自主、灵活的形式呈现，背后却隐藏着全新的控制逻辑与权力关系。

2.1. 劳动过程的“去中心化”与“灵活性”表象

电商平台零工劳动最突出的外在特点，是高度的灵活性与去中心化。电商主播、平台设计师无需固定工作场所，也不必遵守严格的上下班时间，家中、工作室或任何有网络的场景都能完成工作[3]。这种时空自主性打破了工业时代工厂与家庭分离的格局，让工作与生活的边界逐渐模糊[4]。

从劳动过程的一般性定义来看，马克思曾指出，劳动是“人和自然之间的过程，是人以自身的活动来中介、调整和控制人和自然之间的物质变换的过程”([5], pp. 207-208)。”平台借助互联网技术，将原本

集中在同一物理空间的生产协作，拆解为可独立完成任务模块，再分发到各地的个体劳动者手中。这一模式看似赋予劳动者充分自主权，使从业者成为自我管理的独立承包商。

2.2. 劳动控制的“算法化”与“隐蔽性”

然而，这种灵活的工作表象之下，是算法管理构建的精细化隐性控制机制。平台资本不再依靠工业时代中层管理者的现场监督，而是通过复杂算法系统，对劳动过程开展全流程监测、评估、调度与奖惩。例如，电商客服的工作效率，会通过响应时长、问题解决率、用户满意度评分等数据被精准量化追踪[6]；电商主播的收入，直接与直播间观看人数、互动频率、带货转化率等算法关联数据挂钩[7]；设计师的接单机会与作品曝光量，也由平台历史评分与算法排序决定。这种数字控制具备即时性、持续性与非人格化特征，将管理压力转化为劳动者的自我约束与同行竞争。算法的黑箱属性让控制规则不透明，劳动者难以理解考核逻辑、无法有效申诉，进一步强化了平台的强势地位[8]。其管控效果，远比传统的人工监督更为隐蔽、更具穿透力，也更为强大。这恰恰印证了马克思关于资本监督本质的洞察：资本的唯一目标是“增殖自身，创造剩余价值”，为此它必须通过各种手段“吮吸尽可能多的剩余劳动”([5], p. 269)，而算法无疑成为了数字时代最高效的“吸血鬼”。

2.3. 劳动关系的“非典型化”与“风险个体化”

在劳动关系层面，电商平台“零工经济”大多采用非标准劳动合同，部分场景甚至直接避开正式雇佣关系，改用合作协议、服务合同等形式约束双方。平台通常将劳动者定义为合作伙伴或独立经营者，以此在法律层面规避缴纳社会保险、提供劳动保护、保障最低工资等雇主责任，让劳动关系呈现模糊化、非典型化的特征[9]。

这一模式最直接的结果，就是经营风险的个体化转移。传统雇佣模式中由企业承担的市场波动、技术迭代、意外事故等风险，全部转移到零工劳动者个人身上[10]。收入不稳定、社会保障缺失、职业发展脆弱，成为这类从业者的普遍困境。这使得马克思在19世纪对资本逻辑的批判在今天听来依然振聋发聩：资本“根本不关心工人的健康和寿命的，除非社会迫使它去关心”([5], pp. 311-312)，数字时代的平台资本亦是如此。

2.4. 劳动内容的“情感化”与“数字化”

电商零工劳动的内容也发生了明显变化。和工业劳动以物质产品生产为主不同，多数电商零工劳动聚焦非物质生产。电商主播的核心工作，本质上是一种高度商业化的情感劳动。他们需要通过精心的人设塑造、生动的情绪表达、频繁的互动沟通，与海量消费者快速建立起虚拟的信任关系，从而激发其购买欲望，最终促成商品交易。平台设计师的劳动成果，并非实体产品，而是以代码、图像、视频等形式存在的数字化创意产品。在线客服则需要借助各类数字通信工具，提供信息咨询服务、处理用户投诉、安抚用户情绪，其劳动过程本身就是一种非物质的服务生产。更为关键的是，这类劳动天然具有“数字化”的属性，其劳动过程本身就构成了一个持续不断的数据生产过程。劳动者的点击、浏览、沟通记录、交易数据等行为轨迹，都会成为平台资本积累的核心生产资料，用于算法优化、精准营销与新业务开发[11]。正所谓“生产劳动的定义，对于资本主义生产过程是绝对不够的”([5], p. 581)。”数字时代的非物质劳动、数据劳动，正是资本主义生产关系下劳动形态的延伸，其核心依旧服务于资本的价值增殖。

3. 电商平台零工劳动与传统工业劳动的系统性比较分析

电商平台零工劳动所呈现出的上述新特征，决定了其在价值创造机制、劳资关系形态以及劳动异化的具体表现等核心层面，与传统工业劳动之间存在着系统性的深层差异。

3.1. 价值创造机制的差异

传统工业劳动的价值创造机制较为清晰。马克思主义政治经济学视角下，产业工人通过活劳动，将机器、原料等生产资料中的旧价值转移至新产品，同时创造出包含工资与剩余价值的新价值，整个过程以物质资料转换为核心，是线性的价值增殖流程[12]。

相比之下，电商平台零工劳动的价值创造，呈现出网络化、多维化与复杂化的特点。价值创造不再局限于物质产品生产，延伸至服务、信息、注意力、情感等多个领域。电商主播不生产实体商品，却能通过注意力捕获与情感说服，加速商品价值变现，为合作的MCN机构或平台带来佣金、坑位费等超额利润[13]。数据成为价值创造的核心要素，劳动过程同步生产数据，平台对数据收集、分析与复用，形成优化运营、提升广告效益、开发新商业模式的数字原材料，开辟出全新价值增殖路径[14]。最后，平台价值的创造还带有一种“共同生产”的特征。除了平台自身的雇员和签约的零工劳动者外，海量普通用户的浏览、点击、搜索、评论、点赞、分享等看似微不足道的网络行为，实际上也在无偿地为平台贡献数据、提升内容热度、完善社区生态，从而参与到平台整体价值的积累过程中。尽管学界对于这类无偿用户劳动的生产性及其在价值构成中的地位仍然存在广泛的争议[15]，但其对于平台价值的重要性是毋庸置疑的。

3.2. 劳动关系形态的转变

工业时代的典型劳动关系，是在“福特制”生产模式下建立起来的、以长期合同为基础的标准雇佣关系。资本与劳动形成清晰对立，劳动者依托工会开展集体谈判，国家通过劳动法规范双方权责，构成相对稳定的三方关系[2]。

数字平台彻底重构了这一关系形态。平台作为新型组织，同时承担市场中介、基础设施供给、劳动管理三重角色。平台将传统雇佣关系拆解为平台-商户-劳动者、平台-劳动者的多边关系，成功脱离直接的劳资对抗，让剥削关系更具隐蔽性[8]。在这种碎片化的关系网络中，劳动者被高度原子化，他们以个体的形式直接面对强大的平台，难以形成有效的集体联结和组织力量。更甚者，平台算法通过引入评分排名、动态调价、抢单机制等设计，使得劳动者之间陷入了持续的、内卷式的零和竞争，这进一步削弱了他们作为一个群体的整体议价能力。传统的集体谈判机制在这种个体化、去组织化的劳动场景中几乎完全失去了发挥作用的土壤。劳动关系的认定难题，也给现行劳动法律体系带来了严峻挑战。

3.3. 劳动异化形式的演进

马克思针对工业劳动异化的经典论述，在数字劳动时代依旧成立，只是表现形式发生了更新。劳动者会失去自身劳动数据的所有权与控制权，客服的沟通记录、设计师的创作数据、主播的粉丝画像，都会成为平台资本的私有资产。劳动过程的异化集中体现为算法异化，劳动者不再服从人的管理，而是受制于冰冷、非人格化且不透明的算法系统。算法成为新的管理主体，劳动者必须持续迎合算法逻辑才能获得工作机会，自主性与创造力被严重压制[16]。最后是劳动者社会关系的异化。算法化的绩效排名与抢单机制，使得本应处于潜在合作关系中的劳动者，转变为赤裸裸的直接竞争对手。这种“赢者通吃”的机制设计，加剧了劳动者之间的隔阂与不信任，使得他们在原子化的状态下进一步陷入社会性的孤立。马克思关于劳动从属于资本的论述精准地适配了这一现象：在资本主义生产中，“劳动过程的主观因素，即发挥作用的劳动力”([5], p. 242)的运动，其每时每刻都在为资本形成新价值。而机器大工业下“工人随机器生产的发展而被排斥和吸引”([5], p. 514)的状态，在数字时代演变为劳动者对算法的绝对依附。

4. 马克思主义劳动价值论的重构：数字劳动的生产性边界探讨

面对数字劳动带来的变革，需要回归马克思主义理论体系，重新审视劳动价值论在当代的适用性，

尤其是生产性劳动的界定标准，这直接决定数字劳动价值创造地位的根本判断。

4.1. 马克思生产性劳动理论的经典内涵

马克思对资本主义生产性劳动做出了经典界定，而非单纯以劳动内容判断：“资本主义生产不仅是商品的生产，它实质上是剩余价值的生产。工人不是为自己生产，而是为资本生产。因此，工人单是进行生产已经不够了。他必须生产剩余价值。只有为资本家生产剩余价值的工人，才是生产工人([5], p. 582)。”核心判定标准是劳动是否被资本雇佣、是否直接为资本家生产剩余价值。被资本雇佣并为资本创造利润的演员、教师，其劳动属于生产性劳动。仅处于流通领域的商业雇员，劳动只负责实现商品既有价值，不创造新价值，属于非生产性劳动。这一划分是马克思剩余价值理论的核心基础。

4.2. 数字劳动生产性边界的模糊与争论

将马克思的经典理论应用于分析数字经济时代的电商平台“零工经济”时，其生产性边界问题立刻变得模糊起来，并由此引发了国内外学界广泛而激烈的讨论。争论的核心主要集中在两类劳动：一是如电商主播、在线客服等传统上被划归于流通或服务领域的劳动；二是以平台设计师为代表的非物质生产劳动。这些劳动形式是否具备生产性，成为了理论交锋的焦点。目前，学术界的观点大致可以分为两大阵营：“窄化派”(或称“窄派”、“保守派”)和“拓展派”(或称“宽派”、“泛化论”)。

持窄化派观点的学者倾向于严格遵循马克思对物质生产部门的强调，认为只有直接创造物质使用价值的劳动才是价值的唯一源泉。在国内，这一观点的传统代表人物是经济学家孙冶方。他明确主张，只有从事物质资料生产的劳动才是生产劳动，而科、教、文、卫等非物质生产部门的劳动，虽然对社会有益，但不属于生产劳动的范畴[17]。在数字经济的语境下，当代一些学者继承并发展了这一思路。例如，耿文秀、赵梁燕等学者认为，许多形式的数字劳动，如电商直播带货、平台营销推广等，其本质上更贴近于商业广告、销售促进等流通活动，其主要功能是加速商品价值的实现，而非创造新价值。因此，他们认为这类劳动应被归类为非生产性劳动，其报酬来自于对产业部门创造的剩余价值的再分配[18]。这种观点的好处是维持了经典理论的内部一致性，但也面临着难以解释数字平台巨额利润来源和信息商品价值构成的挑战。

与窄化派相对，拓展派学者主张，必须根据变化的现实，对生产性劳动的内涵进行拓展，以适应数字资本主义的新特征。这一派别的思想资源更为多样，内部也存在不同层次的观点。拓展派的理论渊源可以追溯到达拉斯·斯麦兹的“受众商品论”，他开创性地指出，大众媒体时代的观众在收看节目的同时，其注意力本身就被打包成商品出售给了广告商，这已经是一种生产性的“劳动”[19]。进入数字时代，意大利学者蒂齐亚娜·特拉诺瓦在2000年首次提出了“数字劳动”的概念，指出互联网用户在社交、娱乐的同时，其创造内容、产生数据的行为，正在为平台资本无偿地进行着价值生产[20]。英国学者克里斯蒂安·福克斯运用马克思主义政治经济学工具，系统地论证了互联网用户的数字劳动是生产性劳动。福克斯认为，用户在社交媒体上发帖、点赞、分享，其过程不仅生产了作为使用价值的内容，更生产了作为交换价值的数据商品和注意力商品。平台资本通过出售这些商品给广告商等第三方来获取利润，从而完成了对用户剩余劳动的剥削。因此，用户的“产消合一”活动，本质上是被整合进资本积累循环的生产性劳动[21]。另一批西方左翼马克思主义学者，如丹·希勒、尼克·戴尔-怀特福德等人，提出了更为激进的“泛化论”。他们认为，在数字资本主义阶段，资本的逻辑已经渗透和吞噬了社会生活的全部领域，生产的边界被无限拓展，人们的日常生活、社交、娱乐乃至睡眠，都可能通过数据化的方式被卷入资本的增殖过程。戴尔-怀斯福特甚至提出了“赛博无产阶级”的概念，来指代所有被卷入这个数字化剥削体系的广义劳动者。不过，这种观点也因其可能过度泛化“劳动”和“生产”的内涵而受到一些批

评,批评者认为它可能混淆了价值生产与价值实现的界限[22]。在国内,向东旭等学者也持明确的拓展观点,他们认为,数字技术的发展使得生产、流通、消费等环节高度融合,人们必须以一种更宽广、更具整体性的视角来理解生产性劳动,否则将无法解释数字经济的运行逻辑[23]。

4.3. 一个判定电商平台数字劳动生产性的分析框架

厘清数字劳动生产性问题,需要回归马克思主义根本方法,从资本积累的整体过程出发,搭建更精细的分析框架。判定电商平台零工劳动是否具备生产性,可遵循以下两个标准。

一方面,劳动是否直接与平台资本或其代理资本完成交换,被纳入资本增殖循环,是最根本的判定依据。电商主播无论与平台直接签约,还是隶属于MCN机构这类新型数字资本组织,劳动都通过契约与资本完成交换。劳动目标明确指向商品推广,助力资本实现价值与剩余价值,参与剩余价值分割,核心带货劳动直接服务资本增殖,属于生产性劳动。设计师受雇于品牌方或平台,参与产品包装、广告页面、商品本体设计,脑力劳动创造出商品使用价值中的审美与符号价值,凝结为商品价值,雇佣关系下的劳动属于生产性劳动。独立接单的自由设计师,服务被资本主义企业购买并用于生产营销,劳动成果也会融入资本价值增殖链条。客服的劳动属性相对复杂,传统视角中销售属于非生产性劳动,但数字平台生态中的客服,不只负责促成交易实现价值,还通过答疑、售后、用户反馈收集,深度参与产品优化、用户体验提升、平台服务升级的再生产流程,是维持平台资本机器高效运转、持续增殖的必要劳动。

另一方面,是否在“总体工人”的框架内,成为价值创造的必要环节。正如马克思在《资本论》机器和大工业篇章中提出“总体工人”理论:“随着劳动过程本身的协作性质的发展,生产劳动和它的承担者即生产工人的概念也就必然扩大。为了从事生产劳动,现在不一定要亲自动手;只要成为总体工人的一个器官,完成他所属的某一种职能就够了([5], p. 582)。”在电商平台的数字生产体系中,总体工人的解释力更强。程序员、算法工程师、设计师、主播、客服、物流工人等,共同组成平台的总体工人。各类劳动形式不同,都是平台资本价值创造与增殖的有机组成部分。零工劳动者的劳动只要是总体生产过程的必要环节,且服务于资本增殖目标,就属于广义上的生产性劳动。

结合两个标准分析可以得出结论,电商平台的主播、设计师、深度嵌入生产循环的客服等核心零工岗位,劳动均具备生产性,是平台资本价值与剩余价值的重要来源。

5. 数字经济时代劳动价值论的理论拓展与实践意涵

认定电商平台零工劳动的生产性,既是经典理论的当代应用,也推动了劳动价值论的理论拓展,同时承载着深刻的现实关怀。

5.1. 理论拓展:从“物质生产”到“广义生产”

数字经济的发展现实说明,劳动价值论的分析对象需要从物质产品生产为核心的狭义生产领域,拓展至信息、服务、情感、符号等非物质产品生产的广义生产领域[24]。广义生产指一切能够创造使用价值(包括物质与非物质)并参与社会总价值形成的人类活动。它不仅包括实体商品制造,也涵盖数字内容创作、平台服务提供、情感互动维系以及数据生产等[25]。这种拓展并非否定劳动价值论,而是根据劳动形态的历史性变化,丰富其解释范围。

广义生产的外延,在资本主义生产关系下,特指那些被资本雇佣或购买,并直接服务于资本价值增殖过程的劳动。这包括两类:一是直接生产物质或数字商品的劳动;二是虽不直接创造价值,但构成资本实现剩余价值之必要条件的劳动(如部分流通性、服务性劳动)。电商平台中的主播、设计师、客服等零工劳动,因其被平台资本或其代理资本所组织,并深度融入平台的商品生产、价值实现与数据积累循环,

因而属于广义生产的范畴。

这一拓展植根于马克思主义理论的内在弹性。马克思本人提出“总体工人”概念，指出生产劳动的概念随着协作性质的发展而扩大。当代马克思主义学者在此基础上进一步阐释。例如，克里斯蒂安·福克斯论证了数字劳动的生产性[21]；国内学者如卫兴华等也主张，应拓宽生产劳动和创造价值的劳动范围，将精神生产、商业服务等纳入研究[26]。胡莹等学者更具体地指出，平台数字劳动若被资本雇佣并将其成果商品化，即属于生产劳动[13]。这些研究为“广义生产”概念提供了坚实的学术支撑。

因此，从“物质生产”到“广义生产”的理论拓展，为判定电商平台零工劳动的生产性提供了逻辑前提。它表明，只要劳动在“总体工人”的协作体系中被资本整合并服务于其增殖目的，无论其产出是物质还是非物质，都具有创造价值的生产性属性。即价值创造不再只是工厂车间的物理生产过程，而是覆盖研发设计、数字营销、用户交互、数据分析的全链条社会过程，这要求更新劳动、价值、生产等核心范畴的认知。在数字资本主义条件下，人类心智、情感、注意力的开发利用，已经成为资本增殖的关键领域。劳动价值论在数字时代依旧具备科学性，核心内涵需要结合现实不断丰富完善。

5.2. 实践意涵：数字劳动者的价值承认与权益保障

从理论上厘清电商平台零工劳动的生产性，具有重大的实践意义。一则从根本上明确了数字劳动者的价值创造者身份，反驳了平台将劳动者定义为独立合作伙伴、规避雇主责任的说法[9]。零工劳动者作为剩余价值的直接创造者，有权获得与劳动付出匹配的体面报酬，参与自身创造价值的分配。二则为数字劳动者合法权益的争取提供了坚实的理论支撑。承认劳动的生产性，就需要认清劳动关系的本质，将零工劳动者纳入社会保障体系，保障工伤、医疗、养老等基本权益，赋予劳动者组织起来开展集体谈判的权利。三则为政策制定与法律监管明确了方向。监管机构需要跳出传统雇佣关系的判定标准，从劳动过程实质控制、劳动成果归属、劳动风险承担等多个角度，认定平台与劳动者的权责关系，约束平台资本的无序扩张与责任转嫁，推动平台经济构建更公平、可持续的发展秩序。

6. 结论

数字经济背景下的电商平台“零工经济”，是技术进步与商业模式创新的产物，也深刻改变了劳动的形态、过程与关系。这类劳动看似具备灵活、自主的外在特征，背后却暗藏算法的精细化控制、风险的系统性转移与新型劳动异化问题。面对这一复杂的现实，马克思主义劳动价值论并未过时，反而展现出强大的理论穿透力。通过拓展“生产性劳动”和“总体工人”等概念，我们能够清晰地辨析出，电商主播、设计师等新型零工劳动，本质上是服务于资本增殖的生产性劳动。这一理论判断揭开了数字时代价值创造的核心逻辑，也确认了数字劳动者的主体地位。在此基础上，如何从理论上深化数字劳动价值论研究，并从实践上探索数字劳动者的权益保障路径，是数字经济时代我们必须回应的重大课题。

参考文献

- [1] Song, L., Zhou, Y. and Hurst, L. (2019) The Chinese Economic Transformation: Views from Young Economists. Australian National University Press. <https://doi.org/10.22459/CET.2019>
- [2] 许弘智, 王天夫. 劳动的零工化: 数字时代的劳动形态变迁及其形成机制探究[J]. 社会科学文摘, 2023(3): 82-84.
- [3] 王璐, 王学成, 王晓广. 直播经济的劳动组织与过程控制研究: 基于马克思劳动过程理论[J]. 经济学家, 2024(12): 84-94.
- [4] 魏一依. 工业经济与数字经济劳动过程对比分析[J]. 南方论刊, 2024(1): 24-26.
- [5] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第五卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009: 207-208, 216, 242, 269, 311-312, 514, 581, 582.
- [6] Baiocco, S., Fernández-Macías, E., Rani, U. and Pesole, A. (2022) The Algorithmic Management of Work and Its Implications

- in Different Contexts. European Commission, Joint Research Centre (JRC).
- [7] 徐婷婷. 饥饿游戏: 带货主播与用户间的情感劳动与控制[J]. 新闻前哨, 2025(17): 30-32.
- [8] 柳铭. 马克思劳资关系理论视角下的“零工经济”研究述评[J]. 交叉科学快报, 2025, 9(4): 472-482.
- [9] 肖斌, 李旭娇. 劳动形态对工资形态的影响及其对“零工经济”剥削研究的价值——基于王亚南《中国经济原论》文本的分析[J]. 当代经济研究, 2020(8): 31-39.
- [10] 易思琦, 湛景琪, 陆颖, 孟洁如. 数字零工劳动权益保障实证研究[J]. 法学, 2025, 13(5): 988-995.
- [11] 陈龙. 两个世界与双重身份——数字经济时代的平台劳动过程与劳动关系[J]. 社会学研究, 2022, 37(6): 81-100+228.
- [12] Aura, H. (2000) The New Logic of Value Creation. Master's Thesis, Linköping University.
- [13] 胡莹, 钟远鸣. 平台数字劳动是生产劳动吗——基于《政治经济学批判(1861-1863 年手稿)》的分析[J]. 经济学家, 2022(8): 33-42.
- [14] 孙新波, 张媛, 等. 数字价值创造: 研究框架与展望[J]. 外国经济与管理, 2021, 43(10): 35-49.
- [15] Xu, W. (2022) Value Production, Measurement, and Distribution under Digital Capitalism. *World Review of Political Economy*, 12, 472-492. <https://doi.org/10.13169/worldrevipoliecon.12.4.0472>
- [16] 杜艳. 数字经济时代数字劳动的现实审视与机制完善[J]. 湖北经济学院学报, 2024, 22(4): 96-103.
- [17] 赵彦云, 姚众志, 马岚, 等. 中国国民经济核算体系的生产核算及影响[J]. 经济理论与经济管理, 1994(1): 30-36.
- [18] 耿文秀, 赵梁燕. 马克思主义劳动价值论中的数字劳动[J]. 哲学进展, 2024, 13(6): 1205-1211.
- [19] Smythe, D.W. (1977) Communication: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1, 1-27.
- [20] Terranova, T. (2000) Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, 18, 33-58. https://doi.org/10.1215/01642472-18-2_63-33
- [21] Fuchs, C. (2014) Digital Labour and Karl Marx. Routledge, 99-100. <https://doi.org/10.4324/9781315880075>
- [22] 翁智刚, 郭珮琪, 等. 数字经济劳动社会化研究[J]. 经济学家, 2022(6): 16-27.
- [23] 向东旭. 论“数字劳动”的生产性——基于马克思生产劳动理论的分析[J]. 世界社会主义研究, 2025, 10(11): 109-120+124.
- [24] 李直, 肖伊琪, 陈一鸣. 数字劳动的概念界定与核心议题[J]. 经济学动态, 2024(5): 127-142.
- [25] 徐天意. 生产劳动、非生产劳动还是非物质劳动——数字劳动的理论渊源及其本质剖析[J]. 理论月刊, 2023(9): 38-45.
- [26] 卫兴华. 劳动价值论需要创新与发展[J]. 经济学家, 2004(1): 11-16.