

doi: 10.15936/j.cnki.1008-3758.2018.03.014

数字劳动、数字商品价值及其价格形成机制

——大数据社会条件下马克思劳动价值论的再解释

吴欢¹, 卢黎歌²

(1. 陕西师范大学 马克思主义学院, 陕西 西安 710119; 2. 西安交通大学 马克思主义学院, 陕西 西安 710049)

摘 要: 数字劳动与数字商品是大数据社会条件下涌现的新价值源泉与价值载体。数字商品具有非消耗性、时效性、可复制性、可分享性、可分割性、排他性、边际成本为零等新特点,在大数据社会条件下其价值、交换价值、使用价值对应的归属权即所有权、经营权、使用权在价值运动中既相互联系又相对独立;数字商品价格依然遵循价值规律,但数字商品所有权和经营权垄断取得的绝对租金和级差租金(产权收益和专利收益)在价格形成中占据重要地位,对数字商品征收的税金构成其价格的政策影响因素,市场供求关系变动是其价格波动的主要影响因素。

关 键 词: 数字劳动; 数字商品; 价格; 马克思劳动价值论

中图分类号: A 81

文献标志码: A

文章编号: 1008-3758(2018)03-0310-07

Digital Labor, Digital Commodity Value and Its Pricing Mechanism

—— Reinterpretation of Marx's Labor Theory of Value Under the Condition of Big Data

WU Huan¹, LU Li-ge²

(1. School of Marxism, Shanxi Normal University, Xi'an 710119, China; 2. School of Marxism, Xi'an Jiaotong University, Xi'an 710049, China)

Abstract: Digital labor and digital commodity are the new value source and value carrier emerging from the big data era. Being non-consumptive, timely, duplicable, sharable, segmental, exclusive, and zero in marginal cost in the big data social environment, digital commodity is featured with value dynamics with its ownership, management right and use right corresponding to the attribution rights of value, exchange value and use value respectively, which are not only interconnected but also relatively independent. Although still following the value rules, digital commodity is priced largely based on the absolute rent and differential rent derived from the income of property right and patent right. The tax collected from digital commodity serves as the policy influencing factor for its pricing, and the change of demand-supply relationship in the market contributes mainly to the fluctuation of its pricing.

Key words: digital labor; digital commodity; price; Marx's labor theory of value

随着科技的进步和经济的发展,大数据技术推动数字化经济的崛起,数字劳动、数字商品分别作

为新的劳动形式和商品形式进入人们的日常生活并成为普遍化的社会经济现象。在目前数字化市

收稿日期: 2017-07-25

基金项目: 国家社会科学基金资助项目(16BJY012); 国家社会科学基金重点资助项目(14AZD033)。

作者简介: 吴欢(1987-),女,陕西渭南人,陕西师范大学讲师,法学博士,主要从事大数据时代马克思主义理论创新研究; 卢黎歌(1953-),男,湖北赤壁人,西安交通大学教授,博士生导师,主要从事马克思主义理论研究。

场的研究领域中,如何运用马克思劳动价值论正确理解数字劳动、数字商品的内涵及数字化市场价格形成机制,以求达成大数据社会条件下数字商品价值理论共识,成为当前马克思主义政治经济学研究面临的理论争鸣热点和重大现实课题之一。

兴起于20世纪末的大数据技术,以海量数据价值关联和深度挖掘为主要特征,引发世界范围内新的技术革命,推动人类社会数据化程度不断提高。我国许多媒体和专家称2013年为“大数据元年”,随着数据量的不断增加,新的技术工具的产生,掀起了社会智能化浪潮,进而影响、冲击和变革人们的生产方式、生活方式、交往方式、行为方式、思维方式。正如邓小平所指出的,“科学技术是第一生产力”^[1],在大数据技术的推动下,数据成为独立的生产要素参与到物质生产活动中,出现了“生产力要素的数字化渗透”“劳动关系与交往关系的数字化重构”等数字化变革趋势^[2],社会物质生产的数字化变革直接促进生产效率的持续提升和生产力的不断发展,推动了基于数字劳动与数字商品的数字化经济的发育与成形。数字化经济突破了传统经济中以实体劳动和物质生产为特征的生产方式,劳动对象、劳动手段、劳动组织形式与劳动的最终成果(即商品)均以数字化方式体现,因而可以预见,基于数字劳动形成的数字商品的生产、销售、消费也将日益以数字化方式进行,人类社会因之将逐步迈向以数字化生产方式为标志的数字化经济新时代。显而易见,基于数据技术变革形成的数字劳动、数字商品和数字化经济对当前人类经济、政治、社会、文化、生活等方面均带来了深刻冲击,向基于传统实体劳动和物质生产的既有经济理论认知提出了新的挑战。运用马克思劳动价值论准确理解数字劳动、数字商品及数字商品的价格形成机制,能够深入把握数字经济的表现特征和发展规律,弥补当前数字劳动、数字商品和数字化经济迅猛发展的现实与相对滞后的既有经济理论认知之间的数字鸿沟,促进数字化市场经济的健康运行。

一、数字劳动与大数据社会条件下的价值源泉

1. 数字劳动

目前学术界对数字劳动的概念还没有形成统一的认识。主要存在两种观点:一种是克里斯蒂

安·福克斯的观点,他在2014年所著《数字劳动与卡尔·马克思》一书中针对“如何最为恰当地定义数字劳动”^[3]的问题,运用马克思政治经济学理论全面而系统地探讨了数字劳动。他将消费知识文化转化成的生产性活动称为数字劳动,指出数字劳动是包括硬件生产、信息生产、软件生产的生产性劳动,是关于文化系统中文化产业劳动的子系统,涉及到体力生产和生产性消费的文化劳动。这种概念基于马克思主义政治经济学理论对数字媒体背景下劳动内涵作了详细阐释。另一种是意大利学者蒂齐亚纳·泰拉诺瓦基于后文化主义理论提出的观点,他将数字劳动简单地归结为网奴,认为数字劳动普遍存在于资本主义社会中,是发达资本主义国家免费劳动的一种具体表现,而“免费劳动”被定义为一种由知识文化消费而转化出的额外的生产性活动,此种活动被愉快接纳的同时却又被无情地剥削^[4]。

数字劳动的概念体现了数字技术与政治经济学的理论结合,数字劳动不仅包括“数字内容生产的形式,还包括农业、工业、信息等劳动形式,正是这些劳动形式使数字媒介得以存在和发展”^[5]。因此,本文所指的数字劳动是“主要依靠数据信息智力成果构成的无形资产,以数据信息、数字技术和互联网为支撑,囊括工业、农业、经济、知识、信息,存在一定空间,消耗了人们时间的数据化、网络化工作形式”^[6]。关于数字劳动概念的理解,主要有以下几点:第一,数字劳动是一种复杂劳动。数字劳动主要是人们通过大脑和劳动力依靠互联网、大数据、云计算等各种平台进行数据记录、储存、分析和决策等复杂工作,消耗了人类一般劳动,能够创造价值。第二,数字劳动是一种形成知识形态的信息劳动。数字劳动所实现的是数据信息的共享与消费,它基于人类智力形态的无形要素投入,创造出包括数字、文本、图像、视频、音频等在内的一系列数据,这些孤立、片面的数据通过技术手段处理之后实现“数据→信息→知识”的转化和飞跃,形成最终的知识形态。第三,数字劳动的形式多样化。劳动有有形和无形之分,数字劳动也包括脑力和技术的复杂性劳动,因而劳动形式不仅仅是有形的物质生产劳动,还包括知识劳动、服务劳动、技术劳动等的无形劳动。

2. 社会必要数字劳动与大数据社会条件下的价值源泉

正如马克思所说:“一切劳动,就相同或抽象

的人类劳动这个属性来说,它形成商品价值。”^[7]大数据社会条件下,劳动的具体形式发生变化,知识劳动、服务劳动、技术劳动、信息劳动等这些耗费脑力的无形劳动形式占有比重越来越大,复杂的创新劳动也作为劳动的主要形式之一发挥重要作用。但是无论具体劳动形式如何变化,都不能脱离抽象的人类“活”劳动,马克思的抽象劳动创造价值的理论本质依然适用,数字劳动的“劳动”与马克思劳动价值论中的“劳动”具有内在一致性,社会必要数字劳动成为大数据社会条件下的价值源泉。

二、数字产品、数字商品及其价值表现

1. 数字产品与数字商品

劳动产品是人类劳动创造出来的社会产品。大数据社会条件下,市场上存在的微信朋友圈信息、免费网络信息等等是人类脑力劳动精炼而成的数字产品。数字产品与传统的物质产品有着明显区别,为了区分二者,首先应了解物质、能量和信息的区别。物质是客观存在的实体,能量是物质运动的结果,信息是以物质为载体,以能量为动力,作为事物相互联系的媒介,是客观事物与主观认识相结合的产物。信息直接或间接描述客观事物状态,其传输需要能量来支持,因而信息不等于它的原事物或载体。当事物的存在方式和运动状态一旦体现出来,就可以脱离原来的事物而相对独立地负载于别的事物上而被提取、处理、存储、表达和传输。可见,信息可供人们表达、传输、检索、复制和分享,信息具有可分享性。由于信息与物质、能量不同,数字信息产品也与物质产品有着本质的差异。归结起来,数字产品通过技术进行复制,可以多次分享、重复使用,具有可复制性、可分享性。

然而数字产品只是一种劳动产品,并没有进行市场交换,因此与数字商品有着本质区别。根据马克思的观点“商品是用于交换的劳动产品”,作为商品必须是劳动产品,能够满足人类使用和交换需要,数据与信息的使用和交换才能展现其价值。数据与信息互相依存、不可分割,数据是信息的承载者和表现者,信息通过数据才能被表达,即“数据是信息的解构,信息是数据的结构”^[8],大数据社会条件下,数据信息与资金、技术、设备、土地、人力等物质要素相提并论,成为重要的生产要

素并参与生产,与劳动创造的商品相互整合衍生形成数字商品。可见,数字商品源于数据信息,是一种新型的信息商品。数字商品与人类生产生活密切相关,可供人们分享、决策和使用,是在大数据技术进步支撑下,人类所开发、分析、创造的满足人们特定需求的数据信息。概而言之,数字商品以数据为核心资源和生产要素,凝结着一般人类劳动,是能够满足大数据社会条件下人类使用和交换需要的数字产品,只有通过现代信息技术开发、分析、使用并用于交换的数字产品才形成数字商品。

关于对数字商品含义的理解,主要包括以下几点:第一,数字商品是一种特殊的劳动产品。数字商品凝结着一定量的人类劳动,主要是以复杂的脑力劳动为主,抽象为人类的一般劳动。正是其抽象性、复杂性决定了数字商品的特殊性。第二,数字商品是以信息形态出现、可供分享的劳动成果。数字商品主要囊括了承载自然、社会、人文意涵的数据、符号、文字、图像等等,这些商品经过第一次生产之后,可供人们重复传递、输送和分享。第三,数字商品是满足了人类特定需要的劳动成果。数字商品能够有效满足人类降低质能消耗的实践需要,也可以运用于科学预测和决策,还可作为数据原料投入到数字化再生产中去。

因而可以把数字商品概括为以下四类:一是软件产品,主要包括网页设计、编程等专业性软件及提供公众游戏、社交等的软件;二是数据库产品,主要包括对数据进行分类存储和有效管理的产品;三是电子出版物,主要包括电子刊物、音视频制品等;四是网络数据信息,主要包括在线服务信息和消费资源。归结起来,数字商品具有以下新的特点:第一,数字商品的非消耗性、时效性。与传统物质商品不同,数字商品不是一次性消耗品,可重复使用,并且随着时间推移其使用价值逐渐降低。第二,数字商品的可复制性、可分享性、可分割性。与传统商品不同,数字商品通过复制可供多人分享和重复使用,其使用价值是可分割的。第三,数字商品的排他性。数字商品一经生产,其价值归属权就被排他性垄断。第四,数字商品的边际成本为零。数字商品追加使用一次后其总成本量基本保持不变。

2. 数字商品的价值表现:价值、使用价值和交换价值

(1) 数字商品的价值

数字商品的价值是凝结在其中的一般人类劳

动,体现数据生产者、经营者与数据使用者之间的社会关系。然而与传统商品不同,它是对数据信息的应用和管理,并通过数据技术进行数字化传播、存储、加工、分析和使用。根据马克思劳动价值论的基本观点,数字化生产中所发生的“活”劳动创造了数字商品的价值。数字商品的生产涉及的劳动分为脑力劳动和体力劳动,这两种劳动在其价值形成中作用不同,所形成的价值量也大有不同。显然,在数字商品价值创造过程中,脑力劳动起着主导性作用,依附着的体力劳动则紧密配合脑力劳动,而抽象的一般人类“活”劳动对数字商品的价值形成起着决定性作用。因此数字商品的价值通过“活”劳动转移而实现,人类“活”劳动是其价值形成的决定性因素。

(2) 数字商品的使用价值

从一般理论上讲,数字商品的使用价值是指数字商品的有用性,即数字商品具有能够满足人们需要的某种属性,是数字商品的自然属性。由于数字商品具有可分享、可重复使用、可分割的特性,并且其边际成本为零,决定了其与传统商品使用价值的表现不同。数字商品的使用价值主要表现在使用频率和使用效率两个方面,使用频率指单位商品单位时间使用的次数,使用效率指单位商品单次使用的有用性大小。数字商品使用价值量主要取决于其实际使用频率和使用效率所带来的价值量,当单位数字商品的质量高,内含的劳动量大,经营效率高,在单位时间内使用的次数就越高,产生的使用价值也就越大;反之,其使用价值就越小。数字商品可重复使用的特性使其使用价值无限扩大,当单位数字商品的使用价值不受损耗,可重复使用的次数越高,产生的使用价值也就越大,反之,其使用价值就越小。

(3) 数字商品的交换价值

马克思认为,“交换价值首先表现为一种使用价值同另一种使用价值相交换的量的关系或比例”^[7],即商品的交换价值以价值为基础,是使用价值的表现形式,并没有提及商品交换价值的本质内涵,殊不知商品交换的本质是价值所有权的交换,商品交换价值是建立在该商品价值所有权的基础上,即只有具有所有权,才能进行商品的交换。一般而言,商品的交换价值经历了简单的物物交换、市场中介交换,然而以往的物质商品没有区分交换价值与使用价值的本质关系,商品交换价值的作用也没有独立地显现出来。大数据社会

条件下,商品交换的过程要凭借市场来实现,商品的交换价值与市场的组织形式密切相关,市场组织形式经过了从分散集市、集中式市场到互联网平台市场的多阶段递进演化,而互联网平台的市场中介作用使商品交换更加专业,依附于平台化的价值交换活动(比如淘宝)更加普遍,以数字商品经营权利为基础的的交换价值通过交换平台得以实现和凸显。

3. 数字商品价值表现与对应权利的矛盾关系

数字商品作为一种商品形态,不仅包括了价值、使用价值和交换价值,而且三者之间密切联系。使用价值是价值、交换价值的物质承担者,价值是使用价值、交换价值的基础,交换价值是价值的表现形式,生产者创造数字商品满足人们特定需要,在平台交换中实现商品使用价值的交换,实现数字商品价值。

其中,商品价值的归属权是所有权,商品交换价值的归属权是经营权,商品使用价值的归属权是使用权。在工业化社会阶段,商品的价值与使用价值之间存在对立的关系,当商品生产者让渡的是商品的全部使用价值,他将得到商品所有的高额价值补偿,失去商品的所有权,也就失去了该商品的使用价值,使用者则会获得商品的全部价值。当生产者只是让渡该商品的部分使用价值,使用者将只得到和占用部分使用价值相应的价值。在大数据社会条件下,数字商品的交换价值相较传统商品更为凸显,并且数字商品价值、使用价值、交换价值之间关系发生了新的变化。一方面,数字商品所有权具有垄断性、排他性特点,数字商品交换的边际成本为零,其生产者和经营者利用所有权和经营权的垄断地位对市场交换进行垄断控制,通过交换某一数字商品使用价值的使用权获取超额利润,不会失去商品的所有权和经营权。另一方面,数字商品使用具有非消耗性,可复制、可分享、可分割的特点。数字商品一经产出和销售,数字商品的使用价值无限扩大,使用者可以共享该数字商品,因而,数字商品所有权、经营权垄断与商品使用价值无限扩大之间形成了相悖的矛盾关系。

三、数字商品的价格形成机制

数字商品作为大数据社会条件下的产物,其

价值同样需要用一定数量的货币(即价格)来表现,反映了数字商品交换的本质。然而由于数字商品的生产、交换、消费、再生产具有与物质商品完全不同的特性,不能沿用物质商品的价格体系,需要正确认识数字商品的价格形成机制,“发挥出价格在市场资源配置中的本质作用,有效调节和促进生产”^[9],形成合理的市场价格,从而促进社会数据资源的有效配置。

1. 数字商品价格形成的基础

马克思主义经济学认为一般商品的价格是由其价值决定,价格作为价值的货币表现,围绕价值上下波动。数字商品价格是使用价值和价值共同作用的“价值”结果,正如马克思所说的“价格形成同价值形成毫无共同之点,但是却敏锐地注视着已经‘形成的’价值”^[10],价格形成要“受制于”价值。“社会劳动时间可以分别用在各个特殊生产领域的份额的数量界限,不过是整个价值规律进一步发展的表现。”^[11]每一种数字商品无论多么特殊,总是都凝结了一定的社会劳动,由生产的社会必要劳动时间决定,创造了社会财富,并且对消费者有用,是用于交换的产品。因此,数字商品的价格必须以价值为基础,以补偿生产过程中的劳动耗费,保证社会再生产顺利进行。在现实经济中,价格受市场因素影响常出现“波动”“偏离”现象,但无论商品的价格怎么变动,必须以价值为基准,围绕价值上下波动,不能偏离和超出价值所规定的限度和范围。

2. 数字价格的主要影响因素

由于数字商品的非消耗性、时效性、可复制性等特点,导致其价格形成不仅受制于“价值”基础作用,而且受多种因素共同影响,不仅“研究生产者,又研究消费者”,意味着“不仅涉及生产方式,还涉及消费和分配方式”^[12],形成数字商品与传统商品不同的价格机制。

数字商品所有权和经营权的垄断。由于数字商品所有权和经营权的垄断性、排他性特点,使得其价格形成受垄断价格的影响,产生与土地资产类似的租金,包括绝对租金和级差租金。第一,绝对租金。绝对租金是指由于数字商品价值所有权的垄断,其经营者向生产者缴纳的超额利润。数字商品价值所有权的垄断,使其价格产生高于社会生产价格的余额。比如某一数字产品制作出来,该数字产品作为商品为生产者所占有,其所有者凭借商品占用权参与经营和销售取得相应的租

金,数字商品的价格形成基于卖者的成本和买者的需要,形成数字商品的绝对租金。第二,级差租金。级差租金是指由于数字商品经营权的垄断,质量高低不等的数字商品使用者向经营者缴纳不等的超额利润。不同质量的数字商品取得不同的租金,当某一数字商品内含的劳动量大、劳动生产率高、商品质量高、单位商品使用的效率高、单位时间内可重复使用的频率高,可以取得相对高的租金。当某一数字商品经营环境较差、劳动生产率较低、商品质量较差、单位商品使用的效率较低、可重复使用的频率较低,可以取得较低的租金。因而,数字商品优劣不同,取得高低不同的租金,而基于该数字商品使用效率和使用频率大小所获取的超额利润,分别形成其效率级差租金和频率级差租金。

数字商品的生产环境。数字商品生产中涉及的生产对象以信息形态存在,生产资料是无形的数据和技术。随着商品质量的不断提高,生产技术成本不断增长,必然引起价值的不断上涨,因而进行数据生产的设备(比如计算机、移动终端、智能机等)的发展程度和生产者对技术的掌握程度必然影响商品的价格。

供求关系。从宏观角度来讲,数据信息的总体需求无限与其生产有限导致数字商品供不应求。数据信息的获取分析具有复杂性,买方需求与卖方供给在质量、数量上并不一定“正好”对应。数据爆炸导致数字商品供过于求,然而数据信息的时效性、数据技术的先进性等导致数据因为过时而作废,这时供求关系对数字商品的价格比对物质商品的影响更大。

时效性。数据商品较之物质商品具有很强的时效性,数字商品的生命周期长短反映了其使用价值的减弱程度。数字技术的进步与发展,使得一段时间内实时的、先进的数字商品随着时间推移呈现逐渐衰减现象,这势必影响到数字商品的定价与销售。由于数字商品生产和交换中存在许多隐性的动态影响因素,因而数字商品定价更加复杂且较为灵活、随意。

以上各因素都不同程度地对数字商品的定价产生影响,但它们并不是同时起作用,有可能是其中一个或几个因素起作用,应该结合具体情况针对性判断各种因素对价格影响的大小。总而言之,数字商品价格影响因素较之物质商品更为复杂和特殊。

需要注意的是,在现实经济中还存在其他数字商品价格影响因素。第一种是公共数字产品的无偿或低价提供。这类数字产品具有较强的公共性和共享性,比如政府发布的数据(政府报告、图书资料、公共软件等),不属于个人私有且必须推广,需要由政府组织一些机构、单位或个体生产或收购无偿或低价提供给相关的使用单位或个体,其中的其他费用由政府补贴。第二种是歧视价格或掠夺性价格,歧视价格的手段是针对用户的支付能力而对同一种数字商品采取不同的定价标准,掠夺性价格的手段是以低价出售来排挤其他同类商品的进入与销售。两种手段都是为了抢占市场,赢得商机,是数字商品市场特殊的价格机制。

3. 数字商品的市场价格形成机制

马克思劳动价值论认为,商品基于社会必要

劳动时间决定的价值进行等价交换,受市场供求关系影响其价格围绕价值上下波动。在大数据社会条件下,由于数字商品的特殊性和复杂性,其价格形成要以价值为基础,受多种因素影响上下波动。由于数字商品生产与交换的特殊性和复杂性,在建立多重数字商品理论价格中,主要应该考虑以下两个因素:一是数字商品价格形成的价值基础,包括了在其生产和交换过程中“活”劳动创造的价值;二是数字商品价格形成的多种影响因素,其中包括所有权和经营权垄断所带来的重要影响,国家政策规定的税金影响,市场供求导致的价格波动影响。可以根据以上各种因素在价值规律和市场机制中的不同作用,遵循不同衡量标准对数字商品进行具体定价,形成一种较为合理的市场价格机制。

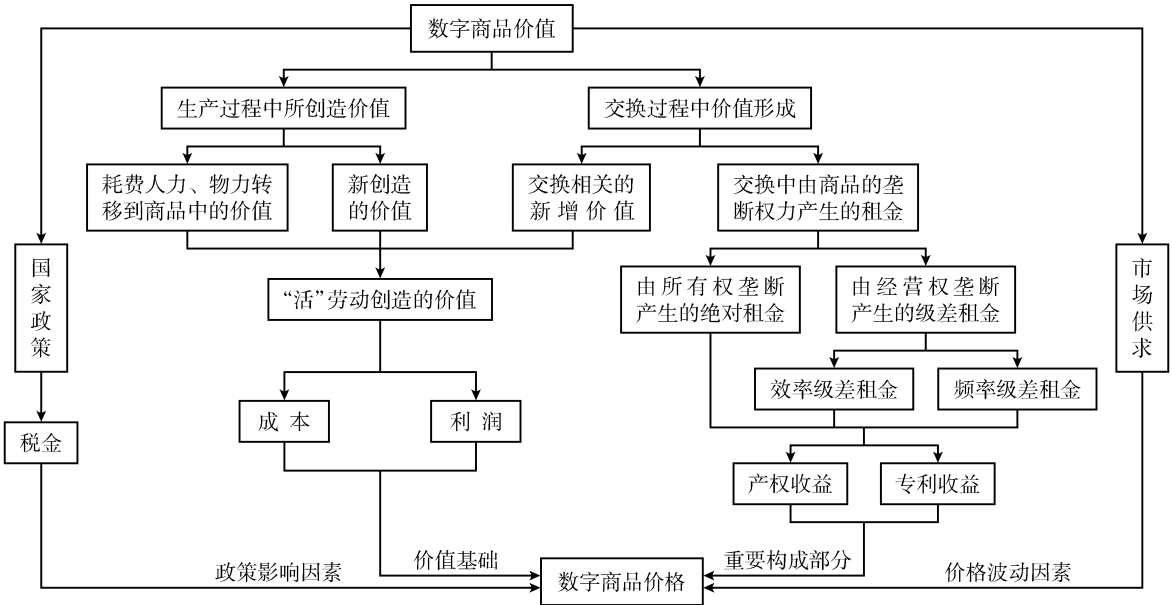


图 1 数字商品价格形成机制

从图 1 中得出,数字商品的价格是价值基础、所有权和经营权垄断、国家政策、市场供求等多种因素综合作用的结果。第一,数字商品中“活”劳动创造的价值所决定的成本与利润构成其价格的价值基础;第二,数字商品所有权和经营权垄断取得的绝对租金和级差租金在商品价格形成中占据着重要地位,租金(产权收益和专利收益)成为数字商品价格的重要组成部分;第三,国家政策规定对数字商品收取相应的税金构成数字商品价格的政策影响因素;第四,市场供求关系导致商品价格围绕价值上下波动,构成数字商品价格波动的影响因素。可见,数字商品的价格除了一般物质产品所包括的成本、利润、税金的构成要素之外,还

包括了由数字商品垄断权利而产生的租金费用(产权收益、专利收益)。因而,数字商品的市场价格由五个要素构成:

数字商品的市场价格=数字商品的成本+数字商品的利润+数字商品的税金+数字商品的产权收益+数字商品的专利收益

不可否认,在数字商品价格机制中起基础性作用的依然是凝结在数字商品中的一般性人类“活”劳动,数字商品的市场价格表现为一种以数字商品“活”劳动创造的价值为基础,以产权收益、专利收益为重要组成部分,受国家政策的税金因素影响,随着市场供求条件变化而上下波动的连续性机制。

四、结 语

数字商品的价值与传统物质商品价值具有本质同一性,依然是凝结在商品中的一般性人类“活”劳动,社会必要的数字劳动时间是数字商品价值度量尺度,但是与传统物质商品不同,数字商品具有非消耗性、时效性、可复制性、可分享性、可分割性、排他性、边际成本为零等的新特点,数字商品的价值、交换价值、使用价值对应的归属权即所有权、经营权、使用权,在价值运动和市场交换中相较传统物质商品更加突出地表现出相互联系又相对独立的运动特征。数字商品依然遵循与传统物质商品相同的价值规律,但又有新的表现:数字商品中“活”劳动创造的价值所决定的成本与利润构成数字商品市场价格的价值基础,数字商品所有权和经营权垄断取得的绝对租金和级差租金在商品价格形成中占据着重要地位,租金(产权收益和专利收益)成为数字商品价格的重要组成部分,国家政策规定对数字商品收取相应的税金构成数字商品价格的政策影响因素,市场供求关系导致商品价格围绕价值上下波动,构成数字商品价格波动的影响因素。厘清数字商品价值本质及其价格形成机制,是从马克思劳动价值论视角对数字商品这种新的商品形态价值及价格运动规律的一次探索性研究,对当前大数据社会条件下认识数字商品、数字经济及其发展规律,在坚持马克思

思主义政治经济学原理基础上更好发展中国特色社会主义数字经济,具有重要的理论价值和实践意义。

参考文献:

[1] 邓小平. 科学技术是第一生产力[M]//邓小平文选(第3卷). 北京:人民出版社,1993:274-276.

[2] 李仙娥. 数字经济时代数字劳动的辩证法[EB/OL]. [2017-08-27]. http://www.cssn.cn/sf/bwsf_ml/201704/t20170427_3501830.shtml.

[3] Christian F. Digital Labour and Karl Marx[M]. London: Routledge, 2014:22.

[4] Terranova T. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy[J]. Social Text, 2000,18(2):33-58.

[5] 燕连福,谢芳芳. 简述国外学者的数字劳动研究[N]. 中国社会科学报, 2016-05-17(2).

[6] 吴欢,卢黎歌. 数字劳动与大数据社会条件下马克思劳动价值论的继承与创新[J]. 学术论坛, 2015(12):7-11.

[7] 马克思. 资本论[M]//马克思,恩格斯. 马克思恩格斯选集(第2卷). 北京:人民出版社,2012:106.

[8] 徐晋. 大数据经济学[M]. 上海:上海交通大学出版社, 2014:11.

[9] 田先华. 变故鼎新、砥砺前行,构建适应时代发展的价格机制[J]. 价格理论与实践, 2015(11):48-49.

[10] 马克思. 评阿·瓦格纳的“政治经济学教科书”[M]//马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集(第19卷). 北京:人民出版社,1963:402.

[11] 马克思. 资本论[M]//马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集(第25卷下). 北京:人民出版社,1974:717.

[12] 詹姆斯. 新马克思主义[M]//詹姆斯文集(第1卷). 北京:中国人民大学出版社,2004:72-73.

(责任编辑:付示威)