

平台经济演化发展的面向描画及 政治经济学解读^{*}

——基于马克思消费理论的分析视角

沈占胜^{**}

【摘要】作为数字经济的重要组成部分,平台经济演化发展深刻影响着传统商业模式和消费行为。平台经济在推动消费需求个性化、商品服务数字化转型、价值生成机制的多元参与,以及消费模式多样化等方面具有极大的助力作用。考察平台经济运行中消费趋势变化的面向描画可知,平台经济发展演化呈现五大特点:第一,推动个性化崛起,平台经济驱动下的消费需求差异化与定制化趋势。第二,加速数字化转型,平台经济中商品与服务形态的革新与挑战。第三,实现协同共创,平台经济模式下价值生成的多元参与机制。第四,催生模式创新,共享经济与订阅服务引领下的消费模式多样化。第五,加剧竞争与垄断,平台经济中市场竞争格局的复杂演变。本文立足政治经济学角度解读平台经济演化发展的意义,从理论层面审视平台经济对马克思消费理论的丰富与拓展;从实践层面解读马克思消费理论指导下的平台经济高质量发展路径。与之相应地,要革新消费理念,充分彰显平台经济的社会责任与价值导向。

【关键词】马克思消费理论;平台经济;生产关系;价值分配

^{*} 作者感谢福建省新型智库重大项目“我省国企民企高质量协同推动新质生产力发展研究”(项目编号:24MZKA16)的资助。

^{**} 沈占胜,福建师范大学马克思主义学院博士研究生,E-mail:shenzheng@foxmail.com。

引文格式: 沈占胜. 2025. 平台经济演化发展的面向描画及政治经济学解读——基于马克思消费理论的分析视角[J]. 政治经济学季刊, 4(4): 57-76.

Cite this article: SHEN Z S. 2025. The description and political economy interpretation of the evolution and development of platform economy: Analysis perspective based on Marx's consumption theory[J]. *Political Economy Quarterly*, 4(4): 57-76. (in Chinese)

随着互联网技术的迅猛发展,平台经济作为一种新兴的经济形态,正深刻重塑着传统的商业模式和消费行为。凭借其独特的定义、鲜明的特征和清晰的发展趋势,平台经济已成为经济学领域的一个重要研究热点。通过有效连接供需双方,降低交易成本,提高市场效率,平台经济展现出强大的活力与广阔的发展空间。然而,如何在理论层面上系统性地解构平台经济及其演化特征,尤其是在马克思消费理论的视域下,深入探究其演化趋势以及马克思消费理论对平台经济运行的理论效应,则构成了一个亟须深化探索的重要研究议题。

作为马克思主义政治经济学的重要组成部分,马克思的消费理论核心在于阐释生产和消费之间的辩证关系,着重阐明生产对于消费的主导性影响及消费对生产的反作用机制。在当今社会环境中,该理论依然保持着其重要的理论价值与实践意义,为我们深入剖析经济现象、理解消费模式提供了坚实的理论基础。特别是在面对平台经济这一新兴的经济发展模式时,马克思的消费理论更凸显其不可或缺的导向作用和指导意义。

一、马克思消费理论的内涵视界

马克思消费理论是马克思主义政治经济学的重要组成部分,它并非孤立存在,而是与生产、分配、交换等环节相互交织,共同构成了一个完整的经济循环体系,深入剖析其内涵,能够为理解平台经济运行提供理论基础。

1. 理论演进: 马克思消费理论从萌芽至成熟的批判性构建

作为马克思思想的重要组成部分,马克思消费理论展现其批判性构建特征。

首先,马克思消费理论在批判“资本主义经济社会发展与人的生产消费”的双重语境中产生。不言而喻的是,马克思的消费理论并非一蹴而就的产物,而是经历了一个从萌芽到成熟的逐步演变过程。从 16 世纪到 18 世纪,重农主义和重商主义学说的盛行,人们对生产、分配、交换、消费的认识,随着工业经济的发展而不断深化。在威廉·配第、亚当·斯密、大卫·李嘉图、李斯特等经济学家那里,他们都从消费角度考察生产目的、国家财富积累、贸易往来等。然而,马克思则以消费为基点来剖析资本主义制度合理性与人的发展性之间的关系,尤其是对国民经济学及古典经济学的深刻剖析与批判,马克思渐进式地揭示了资本主义消费的本质。同时,马克思批判国民经济学时指出:“国民经济学不考察不劳动时的工人,不把工人作为人来考察”“把工人只当做劳动的动物,当作仅仅有最必要的肉体需要的牲畜”(马克思和恩格斯,2009,pp. 124-125)。国民

经济学将人简单归类为“劳动的动物”，不仅漠视了劳动者的基本生存需求，还将消费视为对财富的消极损耗。马克思则坚持认为，消费是人类的基本权利与需求之一，它构成了生产的终极目标之一。

其次，马克思在批判“资本主义生产方式”的过程中形成了清晰的、丰富的消费理论框架。从《关于林木盗窃法的辩论》开始，马克思将目光转向了经济物质现实。后来，在《黑格尔法哲学批判》《论犹太人问题》《德意志意识形态》《共产党宣言》等著作中，马克思剖析了人的需要、生产方式、人的生活消费等在整个人类生产进程中的变化。受费尔巴哈的影响，马克思以“现实的人”为出发点，剖析人在经济生产中消费行为与其他行为之间的冲突关系，并批判性地考察了资本主义生产方式与人的生产关系之间存在的内在矛盾。马克思认为，在资本主义社会中，消费结构和消费内容之间存在着矛盾冲突。马克思指出，“贵族在实践中根本没有放弃享乐，而资产阶级甚至使享乐采取了正式的经济形式——穷奢极侈的形式”（马克思和恩格斯，1960，pp. 489-490）。概言之，一方面，生活消费在资本主义社会中被满足，人们的消费方式和生产需要相对接，消费和生产之间形成了互动场景。另一方面，资产阶级通过过度消费来展示其财富与社会地位。这种消费模式加剧了阶级分化，其引发的社会不平等与矛盾为无产阶级掀起革命浪潮埋下了必然性的种子。正如桑巴特的《奢侈与资本主义》中所描述的那样，在某种程度上，消费促成了资本主义生长，其间充满着消费冲突和社会矛盾（赵玲，2005）。

最后，马克思从生产到消费的循环系统中批判性地揭示了消费的本质、特征以及发展趋势。在《资本论》中，马克思对资本主义体系下的消费行为进行了深层次的探讨。他明确区分了生产消费、个人消费和奢侈消费这几种类型，并阐述了它们各自的特性及其作用机制。在资本主义社会中“工人的消费有两种。在生产本身中他通过自己的劳动消费生产资料，并把生产资料转化为价值高于预付资本价值的产品。这是他的生产消费。……另一方面，工人把购买他的劳动力而支付给他的货币用于生活资料：这是他的个人消费”（马克思，2018，p. 659）。然而，与工人消费形成鲜明对比的是奢侈消费，它主要存在于资产阶级中。马克思进一步揭示了隐藏在资本主义消费模式背后的意识形态作用，强调这种消费模式实质上是服务于资产阶级，是资产阶级维护其社会地位和权力的重要手段。

总体上，立足唯物史观，马克思消费理论在批判资本主义经济发展现实中形成了丰富的理论要义。第一，消费的本质，简而言之，是为了满足人类的需求。这一需求不仅涵盖了物质层面的满足，还包括精神上的愉悦和满足。它作为一条核心主线，贯穿于整个人类社会的历史发展进程之中，构成了人类赖以

生存与发展的重要基石。人类的需求展现出多元化特征,横跨生存、享乐及发展等多个维度。从满足基本生存权益的必需品,如食品、衣着、住所,到追求更高层次的生活享受,包括精致餐饮、旅行探险、娱乐休闲等,再到实现个人成长与进步的深层次需求,如教育学习、职业发展、创新创造,这些需求共同编织成一张错综复杂的需求网络。这些需求并非孤立存在,而是相互交织、彼此影响,共同构成了一个动态平衡的系统。第二,消费作为人们获取物质和精神产品以满足自身需求的过程,不仅构成了个体生活的基本单元,也是推动社会进步的关键力量。通过消费活动,个体不仅实现了生存与发展的内在需求,同时也促进了社会生产效能的提升与经济结构的优化调整。消费不仅能够满足个体的基本需求,还能反映其价值取向与社会特征。随着社会结构与文化环境的变迁,人们对消费的需求及其表达形式展现出多样性。例如,在资源稀缺的社会背景下,消费主要聚焦于满足基本的生存需求;而当物质条件充裕时,人们消费的重点则转向了对精神愉悦的追求。此外,不同的文化语境下,消费行为所体现的价值判断及审美观念也存在显著差异。第三,资本逻辑主导下,资本主义经济社会中形成了多样化的诱导策略,从而形成了各种消费方式。如奢侈品消费、炫耀性消费。马克思指出:“在私有制范围内,……每个人都指望使别人产生某种新的需要,以便迫使他作出新的牺牲,以便使他处于一种新的依赖地位并且诱使他追求一种新的享受,从而陷入一种新的经济破产。”(马克思和恩格斯,2009,p. 223)这种偏离了真实需求的消费模式,逐渐演变成了一种对物质无节制地追求与占有的现象,进而引发了消费的异化问题。市场经济体系成为消费异化现象的根本成因。在这一体系内,消费被视作推动经济增长的重要引擎,并通过广告、媒体等手段不断刺激人们的消费欲望,导致人们沦为消费的工具,丧失了自主性和理性。在这种体制下,人们为了满足虚假的需求而进行过度消费,这不仅导致资源浪费和环境污染,最终损害了人类的生存和发展。

2. 再生产循环: 消费在社会经济架构中的关键角色与动态机制

在马克思主义政治经济学的理论框架内,消费并非孤立存在,而是嵌入于社会再生产循环中,扮演着至关重要的角色。它既是前一轮生产活动的终结标志,又预示着新生产周期的开始,发挥着连接过去与未来的桥梁作用。

首先,消费被视作社会再生产顺利进行的最终环节,这一观点深刻揭示了资本主义生产方式下生产与消费之间的内在联系。生产的根本目的并非生产本身,而是满足人们的生活消费需求,这是由生产的社会属性所决定的。“没有需要,就没有生产。而消费则把需要再生产出来。”(马克思和恩格斯,2012,p. 691)在生产流程中,商品只有通过消费行为才能实现其使用价值与交换价

值,进而促使商品价值转化为货币形态,完成资本的循环过程。这一过程不仅体现了商品从生产到消费的物质转换,也展现了资本从货币资本转化为生产资本,再转化为商品资本,并最终回归货币资本的循环路径。在这一循环机制中,消费扮演着核心促进者的角色。

在平台经济的背景下,消费通过实现商品价值来完成资本循环,其作为新需求起点驱动社会再生产的基本经济法则依然保持着适用性和有效性。平台经济依托数字技术的桥梁作用实现了生产端与消费端的紧密联结,显著提升了商品与服务的供给效率与个性化水平,这一态势在深层次上激活了消费需求,确保了生产活动的连续性和社会再生产过程的稳定性。尽管平台经济模式的兴起引领了商品生产与分配方式的深刻变革,但消费作为社会再生产过程终端环节的根本属性并未发生变化。相反,平台经济的崛起进一步凸显了消费在当代社会中的核心地位,以及其在维系资本主义经济循环中的不可或缺的作用。因此,深入探索与剖析平台经济背景下的消费新模式,对于预见并解决潜在的经济挑战,保障社会再生产过程的顺畅运行,具有重要的实践价值与深远的理论意义。

其次,消费不仅被视为社会再生产过程的终点,同样也被视为其起点,由此深刻揭示了消费需求在生产过程中的基础性和先导性作用。作为社会再生产运动的起点,消费需求的动力源自人们不断变化和升级的消费欲望。这种动态变化的消费需求,既反映了人类对更高质量生活方式的追求,也构成了推动社会生产力进步和生产关系变革的动力之一。消费者的需要并非固定不变,而是随社会的发展和个体认知边界的拓展而不断演进。这种演进中的需求,进一步反作用于生产领域,促使制造商要么对现有商品进行改进,要么创新开发出以适应市场需求的新产品。

最后,从消费到生产,再到新的消费,这一循环过程构成了社会再生产持续演进的核心动力。当消费者对某种商品或服务产生新的需求时,生产者必须调整其生产策略,引入生产技术的创新,甚至重塑生产方式,以适应市场动态的变化。这一系列适应性调整不仅体现在提升产品功能性方面,更广泛地涉及产品设计的创新、品质的提升以及服务的优化等多个维度。因此,深刻认识消费在社会再生产初期的催化作用,对于把握经济发展趋势、预见市场走向以及制定相应的经济策略,具有至关重要的意义。

3. 人本视角:马克思消费理论的终极关怀

马克思的消费理论始终围绕人的发展这一核心议题展开,将消费视为实现人的自由全面发展的重要途径。他强调,消费不仅是满足物质需求的手段,其更深层次的意义在于,它能满足人们的精神需求,并进一步推动个体能力与素

质的全面提升。

在马克思看来,资本主义私有制下的消费呈现出“非人”的特征,它导致人被异化为物的奴隶。马克思指出:“你的需要、你的愿望、你的意志是使你依赖于我的纽带,因为它们使你依赖于我的产品。”(马克思和恩格斯,1979, pp. 34-35)这种消费模式使人丧失了自身的主体性和创造性。同时,人们往往倾向于在消费行为中追求物质层面的满足,却忽视了精神领域的充实以及内在价值的提升。正如马克思所言:“对于没有音乐感的耳朵来说,最美的音乐也毫无意义。”(马克思和恩格斯,2009, p. 191)这深刻揭示了资本主义消费模式下,人们精神生活贫瘠的现实。

马克思的消费理论着重阐述了消费与人类进步的内在关联,为当代中国消费文化的革新提供了坚实的理论支撑。生产与消费关系互动建构中,应当秉持“以人为本”的消费观念。面向中国式现代化,参与经济治理主体要积极转变消费方式,优化消费环境,引导人们实践绿色低碳、理性适度、注重精神层面的消费模式,最终实现人的自由全面发展。

二、平台经济的演化及其与马克思消费理论的关联

平台经济是现代化经济运行的新领域,清晰地把握其演化的轨迹、特征等能够为人们促成良性循环的平台经济提供智力支撑,尤其是在马克思消费理论视野内考究平台经济的演化阶段与特征更是具有重要现实意义。

1. 轨迹探索:平台经济的阶段性演变与特征

第一,起步阶段(1994 年末至 2001 年)。自从中国接入互联网以来,网络技术就从“实验室研究”拓展到“商业应用”。此阶段,互联网的广泛普及与技术的迅猛发展共同奠定了平台经济崛起的基础。随着个人计算机的普及率不断提高及网络技术的日益成熟,越来越多的用户开始接触并使用互联网,这为平台模式的推广提供了广阔的市场与用户基础。技术层面的显著进步,尤其是各种社交软件、信息技术、数据算力等的应用推广,极大地简化了信息的创造与分享流程,为平台经济的形成提供了必要的技术支撑。

在这个时期,平台经济主要体现为电子商务的形态。其中,以亚马逊为典型代表的平台,利用互联网的桥梁效应,有效连接了买家与卖家,突破了传统商业模式中的地域局限性,显著加速了信息交流的速度并简化了交易流程。然而,此阶段平台经济的特征主要体现在初步的规模经济效应与网络效应上。尽管平台已成功汇聚了大量买家与卖家,实现了规模经济的基础效益,但其市场覆盖范围与影响力仍相对有限,作用范围亟待进一步拓展。当时许多企业和消

消费者对在线交易持保留态度,尽管平台经济的未来发展潜力广受期待,但其对整体经济的影响仍较为有限。

第二,快速发展阶段(2002年至2011年)。中国加入世界贸易组织后,逐渐融入全球贸易消费浪潮中。此阶段,随着互联网技术融入大众生活,使得人们的消费行为能够突破时间和空间的限制。尤其是随着智能手机的普及及移动互联网技术的日新月异,用户得以随时随地接入网络,极大助推了平台经济的蓬勃发展。在此期间,平台经济的种类与数量均实现了显著增长,其影响力也从电子商务的初步探索迅速扩展至社交网络、共享经济等多个领域,标志着该模式已全面渗透至社会生活的方方面面。诸如微信、QQ、微博等平台的崛起,正是平台经济深度融入大众日常的有力证明。

在此时期内,平台经济的规模经济效应及网络效应愈发凸显。伴随用户数量的急剧增长,平台企业能够更有效地整合资源,降低成本,提高效率,进而提供更加丰富与便捷的服务。值得注意的是,此阶段“赢者通吃”的市场格局已初露端倪。由于平台经济的特性,市场倾向于向少数头部企业集中,尤其在社交网络、搜索引擎及电子商务等领域,这一现象更为显著。例如,Facebook在社交领域的领先地位,谷歌在搜索引擎领域的支配地位,以及亚马逊在在线零售领域的领航地位,均体现了这一趋势。这些领军平台不仅占据了庞大的市场份额,还获得了制定市场规则的权力,对整个产业生态的演变产生了深远的影响。如何应对并解决由市场集中引发的相关问题,将是平台经济未来发展道路上必须面对并克服的重大挑战。

第三,成熟与监管阶段(2012年至今)。新时代以来,中国经济治理充分融入全球经济治理体系中,消费行为已然成为国际贸易实践和政治经济学理论关注的重要课题。此阶段的显著标志是平台经济不仅极大改变了消费者的行为模式,还对传统产业的组织架构及运营模式带来了深刻的变革。通过资源整合、优化配置及效率提升,平台经济成为产业升级与转型的重要催化剂,迫使众多传统领域面对数字化与网络化的新兴趋势,许多传统行业在平台经济的冲击下不得不进行自我革新。然而,平台经济的迅猛发展也伴随着一系列问题的浮现,尤其是垄断趋势、数据保护及隐私安全等议题,这些日益显著的问题引发了社会大众与各界的广泛关注。部分平台企业因掌握庞大的用户数据,有时会滥用市场支配地位,这不仅侵犯了消费者权益,还破坏了市场竞争的公正性。因此,政府逐渐加大了对平台经济的监管力度,旨在保障市场的公正性及社会整体福祉。

在此时期内,针对平台经济的监管政策和法规相继出台。以欧盟推出的《通用数据保护条例》(GDPR)为例,该条例为保护个人隐私设立了严格标

准,明确要求企业必须遵循信息公开和责任原则来处理用户数据。与此同时,中国对《中华人民共和国反垄断法》进行了修订,强化了对平台经济中垄断行为的监控力度,旨在预防并遏制垄断活动,确保市场的公平竞争性。面对监管的加强和市场环境的变化,平台经济体系开始寻求更为健全、可持续的发展路径。为此,平台企业致力于提升服务效能与品质,积极承担社会责任,强化用户数据隐私的保护机制,并增加运营透明度,以此重建并巩固公众的信任基础。

2. 理论映现: 马克思消费理论在平台经济实践中的适用性

现今,平台经济的迅猛发展已成为经济社会的一大亮点。马克思的消费理论在平台经济的实践中展现出其独特的适用性和深刻洞察力。探究平台生产与消费的辩证关系、平台劳动与消费的互动机制,以及平台经济中的不平等与资本集中现象,能够揭示马克思消费理论在平台经济领域的现实意义和理论价值,为理解这一新兴经济形态提供理论支撑。

首先,探讨平台生产与平台消费之间的辩证关系。在当代经济社会中,平台经济的蓬勃兴起与发展,深刻揭示了平台生产与平台消费之间互为影响、内在联系的逻辑关系。“生产决定消费”(豆勇超,2019)这一马克思主义政治经济学原理在平台经济的兴起过程中得到了充分体现。同时,马克思有关“消费反作用于生产”(豆勇超,2019)的理论,在平台经济领域亦得以实践与证实。平台经济的发展依托于技术创新,它不仅催生了诸如在线教育、共享经济等新兴的商品与服务类型,也积极培养并指引着市场对这些服务的需求认知。这些新服务的涌现,既是对消费者既有需求的回应,也有效挖掘了消费者潜在的需求,进而促使消费者对服务的理解和接纳程度不断提升。在该进程中,消费者的需求和偏好对生产产生了显著的反作用。平台企业高度依赖于消费者的意见回馈、产品评价及消费行为数据分析,将其作为优化其产品与服务策略的重要依据。通过对这些数据的深入分析,企业能够更精确地把握市场趋势,灵活调整生产策略,从而更好地满足消费者需求。这一现象凸显了消费者主权的概念,意味着消费者的意愿在某种程度上引导了生产方向,促使平台企业为维护其市场竞争力和份额,必须认真倾听并重视消费者的反馈,进而催生一种消费与生产之间的积极互动循环。因此,在平台经济体系内,生产和消费的关系不再呈现单向线性的特征,而是转变为一种交互式、互为影响的动态过程,“消费力的提升需要生产不断为其提供更高级、更充裕的消费资料,消费需要的升级反驱动生产力的发展和提升”(乔文瑄和杨小勇,2021)。这一系列的相互作用不仅是平台经济迅速崛起的内在驱动力,同时也为全社会的生产力增长与消费形态创新提供了强有力的支撑。

其次,分析平台劳动与平台消费的互动关系。劳动与消费之间的关系是马

克思主义政治经济学中另一个重要的理论维度,在平台经济这一新兴的经济模式下,劳动与消费的相互交织关系展现出了前所未有的复杂性和紧密性,劳动价值理论为透彻剖析平台劳动与平台消费的关系提供了深刻的理论视角。

在平台经济体系下,劳动者的劳动过程的现实样态正在被重塑和革新。简言之,它不再局限于传统的现实工厂生产线上,而是日益扩展至虚拟的网络生产或消费空间。平台上的个体行为,如内容创造、信息贡献等,实质上衍生出一种新型的劳动形式或劳动过程。这些用户通过自己的劳动为平台创造了价值,从而成为平台经济中的生产者。同时,这些生产者也是平台上的消费者,他们享受他人提供的内容与服务,这种角色的双重性使得劳动与消费之间的界限变得模糊不清。以社交媒体平台为例,用户通过上传原创文章、视频、图片等内容,为平台吸引了流量并提升了活跃程度,这些内容恰是用户劳动成果的直接体现,蕴含着显著的经济价值。用户的这类劳动,不仅为平台直接创造了经济效益,如广告盈利,还间接增强了平台吸引其他用户的能力,进而推动了其商业价值的提升。同时,用户在分享内容过程中,也会浏览和利用他人所发布的信息,这一消费活动为其他内容制造者开辟了价值实现的路径,形成了劳动与消费之间的良性互动。

随后,剖析平台经济中的不平等与剥削现象。显然,平台经济发展进程中,数据要素、数字化符号以及分配方式等都是人们关注的焦点话题。在平台经济运行系统中,产品或服务供给方与需求方等都被信息技术和数据连接,对客户需求信息、生产资料等依据一定的算法等进行再分配等。如此境遇下,平台“如同工业社会的垄断者向交易相对人索取过高价格一般,通过过度收集用户数据、掠夺用户注意力等新型数字剥削性滥用给交易相对人带来显著利益,即剥削效应”(喻玲等,2024)。马克思消费理论强调生产和消费相统一。然而,在平台经济运行中,消费主体行为和消费力都呈现出“不平等样态”。一方面,作为平台经济运行的信息载体,各种应用程序(APP)将生产服务提供方集聚在一个平台系统中,劳动者在平台组织中的生产方式被重新进行分割。这种分割造成了相同时间内,不同劳动者参与生产的次数、薪酬以及利润等都不同,从而形成了不平等。另一方面,平台经济运行过程中参与平台生产的劳动者的薪酬收入分配不均等。具体而言,劳动者所创造的价值远超其获得的薪资水平,而这部分超出的价值(剩余价值)被平台资本无偿占有,形成了剥削的核心机制。尽管平台经济的兴起为劳动力市场带来了新的就业机会,但它同时也引发了收入分配、生产消费等之间的各类“被剥削”现象存在。如计算机算法将个体劳动单次的劳动收入进行再分配,将一部分劳动收入分配给“平台载体”方。平台经济就成为了一种以数据传输为中介,整合并再分配商品资源的一个载体,人们在該

平台上促成了一个“消费场域”。由此,平台经济运行过程中就出现了马克思消费理论中所阐述的那种“消费异化”。人们正是沉浸在被各种消费数据供给的消费选择行为中实现了自己的生活需要和消费欲望。

平台经济体系内盛行的“零工经济”模式,导致了劳动者面临收入来源不稳定与社会保障缺失的双重困境。此类工作者通常被界定为独立承包商而非正式员工,因此无法享受传统雇佣关系所提供的全面福利保障,如五险一金。工作性质的界定模糊化,进一步增加了劳动者权益保护的复杂性,使他们在遭遇工作风险时显得尤为脆弱。平台经济环境中的剥削现象呈现出更为隐蔽的特征。平台利用算法机制进行工作任务的调度与分派,这一过程在无形中不断延长劳动者的工作时间并提高其劳动强度,然而其经济回报并未与劳动投入成正比增长。平台通过降低交易成本与提升运行效率来扩大盈利空间,但此增殖过程的大部分成果往往被平台持有者独占,劳动力群体仅能获取微薄的收益份额,这种机制导致了“更为隐蔽的剥削以及社会关系的牺牲和情感压榨”(于兴业和生世玉,2024)。平台经济中的不平等还体现在数据所有权和收益分配的层面。劳动者在平台上创造的数据与内容,为平台带来了巨大的经济价值,但他们往往对这些核心资产缺乏掌控力,也难以从中获得合理的经济回报。这种对数据价值的无偿占有行为,构成了新型剥削形态的一个典型例证。

最后,揭示在平台经济迅猛发展的背景下资本集中愈发显著的趋势。这一变化不仅深刻地重塑了传统的经济结构和商业模式,还极大地加快了资本集中的进程。在此进程中,少数巨型平台企业凭借其技术领先地位与市场主导地位,积聚了庞大的市场资产与用户信息资源,逐步构建起市场垄断的格局。这一现象与马克思在《资本论》中关于资本累积与集中将加剧贫富分化的理论阐述高度契合。马克思指出,资本的本质在于其增殖性,资本家为了追求更高的利润,不断地进行资本积累。在这一过程中,资本向少数人手中集中的趋势愈发明显,即少数大资本家通过竞争吞并小资本家,导致资本越来越集中在少数人手中。平台经济的兴起,正是马克思所揭示的资本集中这一经济规律在当代的新例证,展现了历史与现代经济逻辑的交织。

在平台经济中,资本集中现象主要表现在以下三个方面:首先,技术与网络效应的协同作用为平台经济赋予了固有的“赢者通吃”特性。一旦某个平台在市场上占据领先地位,便能依托网络效应——具体表现为显著的规模经济效应和范围经济效应(江小涓和罗立彬,2019)——吸引更多用户与资源,从而巩固并增强其市场主导地位。这一正反馈机制加速了资本向少数成功平台的集聚。其次,平台企业通过持续的技术创新与商业模式的优化,逐步确立了市场领导地位。“大资本只要对数字化基础设施和大数据信息进行垄断,就可以获得排

他性的市场地位”(韩文龙,2021)。它们通过对用户数据的搜集与分析,精准捕捉市场趋势与用户需求,进而制定出具有竞争优势的策略。这种数据控制能力,实质上构成了对市场权力的集中。最后,平台经济中的资本集中还体现在对上下游产业链的控制上。大型平台企业通过投资、并购等战略手段,将其影响力扩展至供应链、物流、支付等多个领域,构建起一种全面的市场垄断格局。

三、平台经济运行中消费趋势变化的面向描画

在数智时代,平台经济的运行会产生诸多新型消费方式,以数字化和信息化为主的平台经济系统运行,重塑消费新情境。消费者被可操作性强的数据掌控,消费行为与消费中介之间形成了一种共生状态。研判平台经济运行中消费趋势变化,精准描画和把握平台经济运行中未来消费特点,能够为消费者提供高质量消费产品或服务,为实现高水平市场经济提供有力的支撑。

1. 个性化崛起:平台经济驱动下的消费需求差异化与定制化趋势

在平台经济的背景下,个性化消费日趋显著。这一现象是科技进步、市场需求多元化及消费者主权意识增强三者相互作用、共同演进的必然结果。此经济范式依托于先进的互联网技术与大数据分析能力,为消费者创造了前所未有的个性化消费体验。该模式超越了传统消费模式中普遍存在的规格标准化与产品同质化限制,使得消费活动更加精准地贴合每个消费者的独特需求与偏好。

随着平台经济的蓬勃发展,消费者的购物行为不再受到空间与时间的限制,实现了可以在全球范围内,借助智能设备随时随地获取信息并购买商品的新常态。人们的“消费模式由以广播、电视等传统消费方式到如今以网络购物、网上支付为载体的现代服务方式,逐渐由实向虚,虚实并存”(刘晓欣,2021)。这样的便利性使满足消费者的差异化需求成为可能。平台经济通过先进的算法与用户行为分析技术,能够精准捕捉消费者的偏好、消费习惯及即时需求,进而推送个性化的产品与服务。在此过程中,消费者的每一次交互行为,包括点击、购买等,都成为平台优化推荐算法的重要数据基础,使得消费体验更加个性化和精确。值得注意的是“个性化需求也是推动产业互联网发展的重要动力之一”(刘小鲁等,2024)。平台经济体系内的内容创作及分享机制,为个性化消费提供了广泛的资源。用户通过社交媒体、直播、短视频等多种渠道,展示个人生活方式和消费选择,这种个性化的展示不仅能影响其他消费者的决策,还促使平台不断深入挖掘并满足这些个性化需求。此外,平台经济中的供应链管理与

生产方式也在积极适应消费个性化的趋势。灵活制造与快速响应能力已成为企业核心竞争力的关键要素,使企业能够根据客户的个性化订单,实现小规模、多品类的定制化生产,以应对市场的多元化需求。这种生产方式的革新,不仅有效满足了消费者的个性化需求,还进一步加速了消费个性化的发展进程。

2. 数字化转型: 平台经济中商品与服务形态的革新与挑战

平台经济的崛起,标志着商品与服务领域正经历一场从实体形态向数字化形态的转型。在此期间,商品与服务的生产、流通乃至消费环节,均日益依赖于数字平台作为核心媒介,从而揭开了商品与服务数字化发展的新纪元。这一转型不仅体现了技术进步对经济活动模式的重塑,也标志着数字经济已成为推动社会经济发展的重要力量。

在马克思所生活的工业资本主义时代背景下,物品多体现为具备实体形态的商品形式,其交换价值与使用价值紧密相连。实体性构成了商品的本质特征,公众对商品的认知与评判直接基于其物理属性。然而,当前平台经济模式下,商品及服务的数字化进程给经典的商品观念带来了巨大的变革。“平台并不完全与传统企业相等同,平台不仅参与市场同时也‘组织市场’,具有类市场属性”(石超,2024)。数字平台促使商品与服务能够以数据及信息的形态呈现。诸如电子书籍、网络音乐、云端服务,这些经过数字化的商品与服务已不再受限于实体媒介,转而通过互联网渠道进行传递与消费。这一转变极大地降低了储存与运输的成本,提升了交易效能,同时,也为消费者带来了更为便捷与多样化的选择。

尽管商品与服务的数字化进程带来了诸多便利与创新,但同时也引发了一系列新的问题与挑战。这些问题在马克思的时代并未被涉及,例如数字商品的所有权归属、数字产权的保护、数据隐私与安全性等议题均变得尤为突出。此外,数字化趋势还加剧了市场竞争的不均衡性。大型平台企业往往凭借其技术与市场主导地位,对数字产品与服务的流通及定价产生着深远的影响,从而进一步凸显了市场竞争中的不平等现象。

3. 协同共创: 平台经济模式下价值生成的多元参与机制

生产者—平台运营者—消费者三者形成了一个经济运行的“有机循环体”。在平台经济模式下,价值创造越来越具有协同性。其中,价值共创构成了平台经济模式下价值生成的一个核心机制。在平台经济的体系中,消费者、生产者与平台运营者三者之间形成了紧密的互动关系,共同参与并推动价值的创造过程,展现了一种协同化的价值生成模式。

第一,从消费者层面来说,消费者不再仅仅是产品或服务的被动接受者,还

是价值创造主体。他们通过提供反馈意见、贡献数据等方式,把数据提供给平台经营者,平台经营者对数据进行处理并反馈给生产者,生产者可以根据消费者的反馈及时进行产品的优化与升级。这时的消费者深度参与了商品与服务的改进与创新活动。这种互动不仅显著提升了消费者的满意度,还极大地增强了商品与服务在市场上的竞争力。

第二,从平台经营者层面来说,在价值共创的进程中,平台经营者担当着不可或缺的角色。他们致力于平台的构建与维护,为消费者和生产者提供交流、交易的空间和工具。通过精妙的算法设计与深入的数据分析,平台经营者能促进供需双方的有效对接,加速交易流程,扮演着价值创造中连接者与加速剂的双重身份。

第三,从生产者层面来说,以软件开发领域为例,用户的反馈对于软件的迭代与升级具有至关重要的作用。开发者通过收集和分析用户的使用习惯、需求及建议,将其用于指导软件功能的优化与新功能的开发,从而实现了软件价值的提升。在这一过程中,消费者实际上参与了软件价值的创造,成为价值共创的重要一环。

不言而喻的是,消费者、平台经营者、生产者,他们三者形成一个协同运行的“有机循环体”。此类协同性的价值生成模型,不仅促进了生产效率的提升,还推动了社会资源的优化配置,为经济的持续增长注入了新活力。

4. 模式创新: 共享经济与订阅服务引领下的消费模式多样化

在平台经济的推动下,我们的消费模式正经历着变迁,展示出多元化的发展趋势。这一多元化的特质主要体现在共享经济的兴起和订阅服务的普及上,它们各自标志着消费模式由传统的拥有权向使用权转变,以及从一次性购买向持续服务获取的转变。

共享经济的兴起标志着消费模式的一次巨大变革。“共享经济有效连接和覆盖广泛行业、为传统行业转型注入新鲜力量,对培育新的经济增长点和提升社会治理水平具有重要作用。”(钟昌标和施君然,2024)在传统的经济体系下,为了获取商品或服务的使用权,消费者常常不得不承担起所有权的角色,这一模式不可避免地造成了资源的闲置与浪费现象。相比之下,共享经济通过构建平台桥梁,将供求双方紧密联结,从根本上重塑了商品的占有与使用模式。个人无须直接拥有汽车、房产等资产,而能够借助平台实现按需共享,这一创新举措极大提升了资源的有效运用与配置效率。以滴滴出行、Uber等共享出行服务为例,它们使得无车一族也能根据需求便捷用车,不仅减轻了消费者的购车负担,还有效缩减了道路车辆总量,对缓和交通堵塞与环境保护起到了积极作用。类似地,Airbnb等国际住宿共享平台的兴起,让用户跨越国界轻松租借短

期住所,这种灵活的住宿方式满足了消费者多样化的需求,同时也提高了房屋资源的利用率。

此外,消费模式多样化的另一个显著标志是订阅服务模式的流行。订阅服务模式采纳了一种新颖的交易形式,即消费者通过规律性付费以持续享受产品或服务的更新。与过往一次性购买的模式相比较,此模式更强调构建消费者与供应商间持久的合作关系。这种订阅模式已跨越至实体商品范畴,诸如订阅礼盒服务,定期为消费者送达满载各式商品或样品的包裹,不仅为消费者带来新鲜感与便捷,亦助力企业搜集消费者数据,深化市场洞察能力。

5. 竞争与垄断:平台经济中市场竞争格局的复杂演变

伴随平台经济的迅速壮大,市场竞争与垄断趋势的恶化成为一个不容忽视的问题。平台经济所独具的网络效应及规模经济特性,一方面推动了市场竞争的加剧,一方面也导致了垄断现象的增多,这一双重作用机制使市场竞争环境呈现出愈发复杂和艰难的态势。

网络效应是市场实现“赢者通吃”的关键因素。网络效应是指产品或服务的价值随着用户数量的增加而增加,这意味着一旦某个平台吸引了足够多的用户,它就能自我强化,吸引更多的新用户和资源,从而在市场上占据主导地位。此过程加剧了市场竞争的白热化,各方竞相争夺市场主导权。与此同时,平台经济的垄断趋势日益凸显。平台一旦确立市场主导地位,即可通过操控市场准入门槛、制定交易规范及调整价格等策略,维护其市场支配地位,进一步演化为垄断实体。平台垄断不仅压缩了消费者的选择空间,还阻碍了市场的创新活力与运行效率,原因在于垄断者缺乏内在激励去不断优化产品与服务体验。

此外,反垄断监管正遭遇前所未有的考验。现行的反垄断法律框架多建立于工业经济时期,难以适应平台经济的特性。平台企业在多领域运营及掌握大量数据的优势,使其市场影响力跨越单一行业界限,这种跨领域的垄断行为为监管工作增设了障碍。平台企业运用大数据技术和算法策略进行的市场操作,往往具有较强的隐秘性。这些企业可以通过数据优势精准地定位消费者,实施歧视性定价或其他不公平竞争行为,而这些行为在传统监管框架下难以被有效监控。“构建内部垄断风险防控体系是实现平台竞争合规的重要途径”(胡元聪和魏于凯,2024),管理部门对此十分重视,但到目前为止,还没有一套较为完善的风险防控体系。

四、平台经济演化的政治经济学意义剖析

在推进中国式现代化、构建高水平社会主义市场经济体制的进程中,平台经济演化发展形成了一股不可忽视的力量。它重新解构了生产方式并重塑了

消费关系,突破了传统观念和消费行为的交往状态。由此,聚焦于马克思消费理论视野内剖析平台经济演化的政治经济学意义,有助于为推进市场经济健康持续发展提供现实支撑。

1. 理论深化:平台经济对马克思消费理论的丰富与拓展

平台经济的演化对于政治经济学具有重要的意义,尤其是在对马克思消费理论的拓展与深化方面。马克思消费理论成形于工业资本主义的早期阶段,其核心在于阐述生产的主导作用及消费作为劳动力再生的过程。平台经济的兴起为探讨马克思消费理论引入了新颖的视角与思考维度。

首先,平台经济对马克思消费理论中的消费模式阐释进行了扩展。在马克思的时代,消费主要被理解为对生产成果的被动接受过程,然而,在平台经济的背景下,消费行为呈现出更为主动且个性化的特征。消费者不再仅仅是商品和服务的被动接受者,通过平台的媒介作用,他们积极地参与到了价值创造的进程中。

其次,平台经济深化了马克思关于消费与生产关系的理论。在平台经济模式下,生产和消费的界限变得愈发模糊,消费者通过提供反馈、参与设计甚至直接生产内容,与生产流程紧密交织。这种消费与生产的双向互馈机制,促使消费超越了单纯的劳动力再生产,而成为激发生产创新与增进效率的重要驱动力。

再次,平台经济拓展了马克思消费理论中“消费的对象”的范畴。在传统理论中,消费的对象主要指向具有物理形态的商品。在平台经济中,经算法加工的数据成为商品,成为消费的对象。这种数据商品既具有独特的使用价值,即通过分析处理能够揭示规律、预测行为、优化决策的效用。同时也凝结着无差别的人类劳动,包括数据采集、清洗、标注和分析过程中耗费的劳动时间。因此,消费的对象不再局限于传统意义上劳动的实物产出,更包含了由消费者自身活动产生的数据痕迹。

最后,平台经济揭示了消费过程中的新矛盾与新问题。关于数据所有权、隐私权及数字鸿沟等议题,均为传统消费理论未曾深入探讨的领域。这些新问题促使我们必须马克思消费理论的基础上,深化研究如何在数字化时代维护消费者权益,推动构建公正且可持续的消费模式。平台经济的发展不仅展现了消费行为的新特征和新趋势,亦揭示了消费与生产关系在数字时代背景下的新面貌,为政治经济学的探索开辟了新颖的视角与思考维度。

2. 实践引领:马克思消费理论指导下的平台经济高质量发展路径

从政治经济学的视角审视,平台经济的发展进程意义重大,它不仅是马克思消费理论在新时期的延展与实践,更为驱动经济增长的质量飞跃探索了新途

径和新动能。

首先,平台经济通过优化消费模式,提高了消费效率,对经济的高质量发展起到了推动作用。平台经济通过构建便捷的线上交易平台、实施个性化推荐与服务策略,有效地满足了消费者多元化的需求,提高了消费者的满意度。这种消费效率的提升,反过来刺激了生产的创新和多样化,推动了经济结构的优化和升级。

其次,平台经济所引入的共享经济模式,体现了马克思关于消费与生产关系理论的新发展。通过平台机制,闲置资源被有效整合应用于诸如共享交通、共享住宿等领域,这一进程不仅减少了资源的损耗,还减轻了对环境的影响,顺应了绿色发展新理念。同时,平台经济所独具的数据驱动特性,有助于更好地理解 and 满足消费者的需求,这是对马克思消费理论中生产顺应消费原则的有力例证。通过汇总与剖析海量用户数据,平台能精确捕捉市场趋势及消费者偏好的细微变化,引导生产商作出更精确的生产策略抉择。这种数据支撑的决策机制,增强了生产活动的针对性和灵活性,有效缩减了生产过剩及资源配置不当的现象,为促进经济的高品质增长注入动力。

最后,平台经济引领了劳动力再生模式的革新。它通过诸如零工经济、自媒体等就业形式及收益渠道,为劳动者提供了更多的灵活性和选择权。这种再生模式的转型,对提升劳动者的生活品质、提高劳动生产效率起到了积极作用,为经济的高质量发展奠定了坚实的人力资源保障。

3. 消费理念的革新:平台经济的社会责任与价值导向

平台经济的发展不仅引领了消费模式的创新,还促进了绿色、健康、安全消费观念的普及,这对于促进社会经济的可持续发展具有重要的指导作用。

首先,平台经济凭借其其对信息与服务的整合功能,加速了绿色消费观念的推广。相较于信息获取不便的传统经济,平台经济通过透明的评价系统、环保标签等信息服务,帮助消费者更容易地识别和选择绿色产品和服务,增强了公众对环保产品的认识度,为绿色消费意识的深入普及与实际行动奠定了坚实基础。

其次,平台经济通过构建高度透明的信息环境与多元化的服务生态,推动了健康消费理念的兴起。在传统消费场景中,信息不对称常常导致非理性选择与资源错配,而平台则通过用户评价体系、专业内容分享与数据驱动的个性化推荐,将消费决策建立在大量掌握商品信息之上。这不仅能有效引导消费者从盲目跟风转向理性判断,更培育了一种基于真实需求与可持续的健康的消费观念。

最后,平台凭借技术赋能,为消费安全筑牢了防线。在平台上,消费者的交

易行为和评价可以被追踪和公开,增加了交易的可追溯性和透明度。同时,平台企业依托数据分析及风险评估机制,能够迅速识别并防范可能的安全威胁,确保消费安全。

五、结语

平台经济的兴起和发展,以其独特的模式和强大的影响力,深刻地重塑了传统商业模式和消费行为。它将生产与消费的界限变得模糊,消费者不再仅仅是被动接受者,而是积极参与到价值创造的进程中。这种全新的消费模式不仅体现了平台经济的独特性,也揭示了消费与生产关系在数字时代背景下的新面貌。

马克思消费理论作为政治经济学的重要组成部分,为我们理解和解读平台经济提供了重要的理论工具。平台经济的演化既对马克思消费理论提出了新的挑战,也为其提供了新的发展机遇。它促使我们重新审视消费的本质、消费与生产的关系,以及对商品价值的认知。平台经济的发展也揭示了一系列新的消费问题,例如数据所有权、隐私权、数字鸿沟,需要我们进一步思考和解决。

展望未来,平台经济的发展将继续推动消费模式的创新,并对经济发展和 社会进步产生深远影响。我们需要在马克思消费理论指导下,积极探索平台经济高质量发展的路径,推动构建更加公平、高效、可持续的消费模式,实现人的自由全面发展。

参考文献

- 豆勇超. 2019. 马克思消费原理的基本逻辑及现实意义[J]. 理论界, (4): 1-8.
- DOU Y C. 2019. The basic logic and practical significance of Marx's consumption principle[J]. *Theory Horizon*, (4): 1-8. (in Chinese)
- 韩文龙. 2021. 平台经济全球化的资本逻辑及其批判与超越[J]. 马克思主义研究, (6): 134-145.
- HAN W L. 2021. The capital logic of platform economy globalization and its critique and transcendence [J]. *Studies on Marxism*, (6): 134-145. (in Chinese)
- 胡元聪, 魏于凯. 2024. 平台经济领域中扼杀式并购的反垄断法规制研究[J]. 当代经济研究, 344(4): 88-102.
- HU Y C, WEI Y K. 2024. Research on anti-monopoly laws and regulations on stifling mergers and acquisitions in the field of platform economy [J].

Contemporary Economic Research, (4): 88-102. (in Chinese)

江小涓, 罗立彬. 2019. 网络时代的服务全球化——新引擎、加速度和大国竞争力[J]. 中国社会科学, (2): 68-91, 205-206.

JIANG X J, LUO L B. 2019. Globalization of services in the internet age—A new engine, acceleration and the competitiveness of major powers[J]. *Social Sciences in China*, (2): 68-91, 205-206. (in Chinese)

刘小鲁, 史金梦, 李三希. 2024. 平台开放、主体责任和协同治理[J]. 社会科学战线, 350(8): 93-103.

LIU X L, SHI J M, LI S X. 2024. Platform openness, principal responsibility, and collaborative governance[J]. *Social Science Front*, 350(8): 93-103. (in Chinese)

刘晓欣. 2021. 数字经济时代的消费新趋势[J]. 国家治理, (24): 16-18.

LIU X X. 2021. New trends in consumption in the digital economy era[J]. *Governance*, (24): 16-18. (in Chinese)

马克思, 恩格斯. 1960. 马克思恩格斯全集(第3卷)[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社.

马克思, 恩格斯. 1979. 马克思恩格斯全集(第42卷)[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社.

马克思, 恩格斯. 2009. 马克思恩格斯文集(第1卷)[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社.

马克思, 恩格斯. 2012. 马克思恩格斯选集(第2卷)[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社.

马克思. 2018. 资本论(第1卷)[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 译. 北京: 人民出版社.

乔文瑄, 杨小勇. 2021. 平台经济下消费力的发展及其提升研究[J]. 消费经济, 37(3): 12-19.

QIAO W X, YANG X Y. 2021. Research on the development and improvement of the force of consumption under platform economy [J]. *Consumer Economics*, 37(3): 12-19. (in Chinese)

石超. 2024. 数字经济时代的竞争变革与竞争法治因应[J]. 南开学报(哲学社会科学版), (4): 172-192.

SHI C. 2024. Adapting competition law to competition changes in the digital economy era[J]. *Journal of Nankai University (Philosophy, Literature and Social Science Edition)*, (4): 172-192. (in Chinese)

喻玲, 江芑, 陈百豪. 2024. 数字剥削性滥用社会溯因与反垄断执法规范裁量的展

开[J]. 江西财经大学学报, (4): 115-125.

YU L, JIANG P, CHEN B H. 2024. The social tracing of digital exploiting abuse and the development of anti monopoly enforcement norms and discretions [J]. *Journal of Jiangxi University of Finance and Economics*, (4): 115-125. (in Chinese)

于兴业, 生世玉. 2024. 数字经济时代数字劳动出现的逻辑必然与反馈影响[J]. 哈尔滨工业大学学报(社会科学版), 26(3): 143-152.

YU X Y, SHENG S Y. 2024. Inevitability and feedback effects of digital labor in the era of digital economy[J]. *Journal of Harbin Institute of Technology (Social Science Edition)*, 26(3): 143-152. (in Chinese)

赵玲. 2005. 节俭还是奢侈——资本主义起源的消费精神透析[J]. 学海, (5): 168-172.

ZHAO L. 2005. Frugality or luxury: Analysis of the consumption spirit of the origin of capitalism[J]. *Academia Bimestris*, (5): 168-172. (in Chinese)

钟昌标, 施君然. 2024. 共享经济助推共同富裕的逻辑、机制与路径[J]. 云南师范大学学报(哲学社会科学版), 56(3): 77-85.

ZHONG C B, SHI J R. 2024. The logic, mechanism and approaches of the sharing economy in promoting shared wealth[J]. *Journal of Yunnan Normal University (Humanities and Social Sciences Edition)*, 56(3): 77-85. (in Chinese)

The Description and Political Economy Interpretation of the Evolution and Development of Platform Economy: Analysis Perspective Based on Marx's Consumption Theory

SHEN Zhansheng

(School of Marxism, Fujian Normal University, Fuzhou, Fujian, China)

Abstract: As an important part of the digital economy, the evolution of platform economy has a profound impact on the traditional business model and consumer behavior. The platform economy plays a significant role in promoting the personalization of consumer demand, the digital transformation of goods and services, the diversified participation of value generation mechanism, and the diversification of consumption patterns. By examining the changes in consumption trends in the operation of the platform economy, we

can see that the evolution of the platform economy presents five characteristics: First, the rise of personalization; the trend of differentiation and customization of consumer demand driven by the platform economy; second, digital transformation; the innovation and challenges of goods and services in the platform economy; third, collaborative co-creation; the multi-participation mechanism of value generation under the platform economy model; fourth, model innovation; diversification of consumption patterns under the guidance of sharing economy and subscription services; fifth, competition and monopoly; the complex evolution of market competition pattern in platform economy. Based on the perspective of political economy, this paper interprets the significance of the evolution and development of platform economy. At the theoretical level, this paper examines how the platform economy enriches and expands Marx's consumption theory; at the practical level, it explores the high-quality development path of platform economy under the guidance of Marx's consumption theory. Correspondingly, it is necessary to innovate the consumption concept and fully demonstrate the social responsibility and value orientation of the platform economy.

Keywords: Marx's consumption theory; platform economy; production relations; value distribution