

當老闆收入竟不如打工仔

流量支配下內卷淪為常態 經營者勞動者消費者三輸

深度報道

「流量」經濟下的「異化」現象，最早可追溯到黑格爾的哲學思考——人在追求自我實現的過程中，往往會與自身本質產生疏離。這一概念後來被馬克思引入社會批判理論，用以描述人在經濟結構中失去主體性。如今誰手握流量，誰便掌握話語權與定價權。當流量與算法成為當今網絡平台資源分配的核心邏輯、各互聯網平台爭相壟斷的核

心資源，「異化」的結構性困境便被重新激活：消費者、商家與產品本身皆被迫服從於平台規則，逐步失去自主性與價值主體地位，這種深層的「異化」不僅使市場主體變為工具，更破壞市場健康發展的秩序。剛剛結束的中央經濟工作會議也提出「平台企業和平台內經營者、勞動者共贏發展。」顯示流量經濟問題已引起高層重視，並將予解決。

●香港文匯報新聞調查部記者 盧冶、林凱、文正

實體經濟的最後一滴血

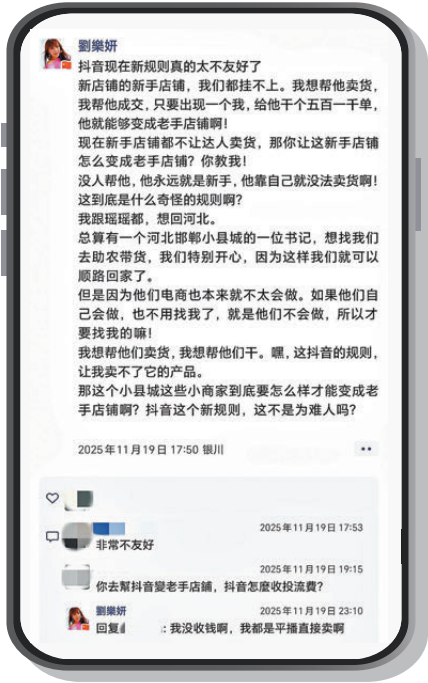
由於內地網民收入結構限制，網絡平台深化「流量」轉化的最直接方式仍是低價與補貼活動。然而，商家寄望依靠流量提升成交率並獲利的願景往往難以實現。吉林長春市民林柳與丈夫經營的外賣店便面臨困境。雖然每日訂單穩定，但高度依賴平台推廣與補貼，一旦停止參與，訂單量立刻下滑。2025年11月上旬，該店完成338單，商品總額25,550元，平台抽成與補貼抵扣後實收僅17,222.35元，抽成比例高達32.6%。扣除人工、房租、水電等成本後，夫妻二人平均每月收入僅約1.3萬至1.5萬元，其中包含兩人勞動報酬。四川的何先生也有類似經歷。他的外賣店10月營收達20.63萬元，但平台規則導致支出佔比高達48.5%，每月僅剩約1.5萬元，平均每單純利潤不足3.8元，甚至有月份出現虧損。台籍女主播劉樂妍也對香港文匯報新聞調查部說，抖音平台新修改規則，不允許「達人」幫助新店鋪帶貨直播，這意味着

新店鋪若想獲得流量傾斜，需通過官方認可方式購買。河北抖音電商從業者劉建超提供的後台數據顯示，其新開賬號9月結算金額23,150元，推流成本17,812元；10月結算25,320元，推流成本19,783元。兩月總流水近4.85萬元，但實際收入每月僅5,000餘元，扣除人員與辦公成本後利潤為負。10月推流費增加1,971元，銷售僅增2,170元，正向利潤僅增199元。「團購要抽成20%，不算帶貨網紅的10%至15%提成，還得推出五折或六折套餐。辛辛苦苦開店，結果是養活了平台，流量霸權正在掐死中國的實體店。」龍信本地通CEO吳玉啟憂心忡忡地說。

◀台籍女主播劉樂妍稱，抖音平台修改規則，避免新手店鋪可以從「達人」身上獲得流量。 資料圖片



●林柳向香港文匯報新聞調查部記者展示11月上旬店鋪營收數據。香港文匯報新聞調查部林凱 攝



流量壟斷阻礙分配正義

◀專家觀點 歐盟在2024年正式實施《數字服務法案》，專門要求大型平台公開算法機制並限制其壟斷行為。相比之下，中國雖有系列相關法律法規，卻缺乏針對性法條，這令內地平台的流量分配仍缺乏透明度，這使得商家與消費者更容易陷入信息不對稱。暨南大學馬克思主義學院江傳月教授指出，平台、流量與技術本身中性，能帶來便捷與效率，但問題在於平台佔據優勢後的信息不對稱與流量壟斷。他指出，流量既具私有性也具公共性，關鍵在於通過分層治理、透明監管與制度重構，重新界定平台、企業與社會的權利與責任，實現公平分配與可持續發展。

江教授以地主與佃農的隱喻指出，平台掌握流量即掌握生產資料，商戶在表面合作下喪失自主，淪為依附關係，利潤分配懸而未決。因此需建立政府、平台與商家三方協商機制，明確利潤比例與責任邊界。

流量權屬需釐清

從宏觀看，江教授將流量問題納入分配正義框架。他提醒，改革開放初期以「先富」促進效率，如今進入共同富裕階段，應重新審視國家、企業與個人以及勞資之間的分配佔比。若平台壟斷侵蝕實體經濟的就業與收入，擴大內需與國內循環的政策效果將受限：窮人有需求卻缺乏購買力，富人消費接近飽和，流量拉動難以持續。為此，他提出制度性出路：一是承認部分流量的公共屬性，參考公共數據授權框架，對具公共利益的流量實施分層授權與監管；二是借鑑歐盟經驗，推動平台在算法與流量分配上的透明與限制；三是推動結構性拆分，防止平台形成長

期聯盟壟斷；四是在必要時由政府或公益機構建立公益性流量平台，保障公共信息分發不被商業算法綁架。

不可不平等驅動

中國市場學會會長夏傑長認為，電商低價競爭根源於平台以算法和流量為核心的運營邏輯。隨着流量紅利消退、用戶增長放緩，平台與商家為爭奪有限流量不得不壓低價格，惡性競爭加劇，利潤空間被擠壓，創新能力受限。部分企業已開始尋求出海與全球化，以開拓新的增量市場。他強調，若平台繼續以規則引導低端需求、過度追求低價，將不利於長遠發展，必須由平台、消費者、供應商與監管機構共同構建健康生態。相比之下，實體經濟的價值更為立體。市民曹女士指出，實體商場不僅便於監管，更能帶動多元消費與就業：一頓飯、一場電影、一筆購物，背後連動的是整條產業鏈的活力。在今年全國兩會上，全國政協常委、經濟委員會副主任馮正霖亦呼籲，推動平台經濟健康發展必須「兩頭抓」：一方面強化實體經濟支撐，另一方面讓消費者對平台建立信任。他強調，平台經濟不能依靠低價競爭與流量誤導，唯有規範發展，方能行穩致遠。



●暨南大學江傳月教授 資料圖片

打破平台壟斷 守住中國經濟韌性

微觀點

在全球電商監管趨嚴的背景下，中國電商滲透率已達31.8%，遠超全球平均水平，顯示出消費者對網購的高度依賴。然而，這一「繁榮」背後，平台壟斷與流量霸權帶來的深層風險不容忽視。平台以算法主導流量分配，商家為爭奪曝光不得不壓低價格，導致惡性競爭與品質下滑。浙江大學徐旭初教授指出，低價傾銷不僅擠壓中小企業生存空間，更在「出海」過

程中損害「中國製造」的商譽。當「製造—消費—再製造」的良性循環被「低價—過剩—失業」的惡性鏈條取代，數字經濟的繁榮便成了無源之水。更值得警惕的是，平台利用技術代差賺取紅利的同時，往往犧牲產業鏈多樣性與社會就業率。這種「效率導向」雖能短期提升利潤，卻可能破壞中國經濟的韌性根基。中國能在百年大變局中保持穩定，依靠的正是完善的產業鏈與高比例就業。一旦平台壟斷擠

壓實體空間，導致崗位流失與產業空心化，將直接衝擊長期安全。因此，打破平台流量霸權、重建分配正義，不僅是市場公平的需要，更是國家戰略安全的保障。中國不能照搬他國限制電商的模式，但必須走出有自身特色的治理之路：讓流量回歸公平，商家回歸品質，消費回歸理性，平台回歸服務本位。唯有如此，中國才能在數字時代守住經濟生命線，實現真正的高質量發展。 ●海旁道人

利潤不斷被稀釋 動搖供應鏈穩定

◀特稿 國家統計局早前發布數據顯示，11月份製造業採購經理指數PMI從10月的49.0小幅上升至49.2。在PMI指標中，「50」是標誌增長和萎縮的榮枯線，而內地已連續8個月低於這一指標，為疫後最嚴峻的一年。如果說導致PMI指數下降全為「流量霸權」導致有些言過其實。但面對平台維持流量的持續低價策略和自身不斷被稀釋的利潤，線上商家為盡可能拓展利潤空間，不得不通過產品減配、降低標準，甚至銷售假冒偽劣商品等方式控制成本，進一步使市場失去了健康發展能力並陷入惡性競爭漩渦，則有一定關聯。

馮真源是一位來自廣東陽江刀剪產業帶的商家，據他講述，近幾年，拼多多平台一味地強制低價，導致很多成本和售價比正品低20%至30%的產品也宣稱自己是陽江刀具，陽江刀剪產業帶工廠已經有三成倒閉退出，對陽江刀剪這項當地支柱性傳統優勢產業的傷害很深。「正品幹不過假貨，利潤被壓縮到無法維持研發投入。」

投流費增長高過成本壓縮

吉林省一家不願具名的襪業企業有着切膚之痛，其工作人員接受香港文匯報新聞調查部採訪時也表示「一雙質量好的襪子成本在1.7元至2元左右，現在平台上30元買到100雙的商家比比皆是，他們沒有責任，沒有歸屬感，擾亂一行算一行。我知道許多同行已經幹不下去了。」有不願具名的外賣經營者接受香港文匯報新聞調查部採訪時表示，為降低用工成本和食材保鮮成本，目前其店鋪內大部分外賣均改為預製菜。「如果計算線下經營成本，廚師和房租支出最大。因為專門經營外賣，房租我已經盡可能選偏僻低租金的地方了。改用了預製菜，連廚師和幫廚的成本都可以節省下來。」該人士稱，但沒有幾個月，平台「投流」的費用突然上升了，算來算去，每個月店鋪能賺的錢還是很難突破1.5萬元，「我甚至懷疑，是不是平台在用大數據，給我們這種店留下的是幾乎固定的利潤？」

流量邏輯阻製造業創新

隨着平台經濟日益滲透實體產業，業界反思聲音不斷增多。業內人士WAY在接受香港文匯報新聞調查部採訪時直言，互聯網經濟本質上只是流通渠道的變革，對產品創新與生產力提升並無實質促進，反而因平台壟斷規則與流量分配機制導致財富加速集中，成為經濟低迷與企業倒閉的重要推手。這一觀點並非孤例。2024年初，海爾集團董事長張瑞敏亦指出，流量平台已成為遏制企業創新、阻礙發展的主要障礙。WAY更憂心社會結構的變化：「企業老闆不再研究產品，而是研究流量；學生夢想成為網紅而非工程師。若不及時規範，很可能摧毀整個產業鏈。」