

技术红利共享*

——互联网平台发展的社会基础

张茂元

提要:新技术一直是推动经济增长和社会发展的基础性力量。尤其是进入 21 世纪后,数字技术正以前所未有的速度和方式改变着人类生活,但数字技术应用的基础逻辑仍有待进一步阐明。论文以互联网平台及其催生的分享经济为例,探讨了互联网平台发展的社会基础。研究发现,分享经济及其所依托的互联网平台的发展不仅得益于互联网平台技术对经济效率和社会效益的根本性提升,更在于其技术特性和技术应用方式所构建的技术红利共享扩大了受益群体,拓宽了新技术应用的社会基础。

关键词:技术红利共享 互联网平台 分享经济 数字技术 技术应用

一、现象与问题

随着技术的不断成熟和深化应用,互联网平台被广泛应用于生产生活各个领域,甚至在部分领域呈现垄断趋势,并引发社会热议和监管趋紧。其中,依托于互联网平台的分享经济^①作为一种新兴经济形态近年来高速发展,影响力迅速扩大。国家信息中心分享经济研究中心在 2020 年 3 月发布的数据显示,2019 年全国分享经济市场交易规模达 32828 亿元,比上年增长 11.6%。其中,生活服务、生产能力、知识技能三个领域的分享经济交易规模分别为 17300 亿元、9205

* 基金项目:国家社会科学基金重点项目“信息技术应用引致社会变迁的技术红利分配机制研究”(18ASH011)。本研究的基本思路曾在中国社会学会 2019 年学术年会“技术社会学”论坛等会议上报告,感谢与会专家的评议。感谢匿名审稿人对本文提出的宝贵意见和建议。文责自负。

① 不同文献中,分别用“分享经济”“共享经济”“平台经济”等词来指称同一经济现象。为统一用词,除直接引用外,文中统一采用“分享经济”。

亿元和3063亿元。2019年分享经济活动的参与人数约8亿人,参与提供服务者人数约7800万人,平台的就业人数约623万人。出租车、餐饮、住宿等领域的分享经济新业态在行业中的占比分别达到37.1%、12.4%和7.3%;网约车、外卖餐饮、共享住宿、共享医疗在网民中的普及率分别达到47.4%、51.6%、9.7%和21%(国家信息中心分享经济研究中心,2020:1)。2015-2018年,网约车客运量占出租车总客运量的比重从9.5%提高到36.3%;共享住宿收入占住宿业客房收入的比重从2.3%提高到6.1%;在线外卖收入占餐饮业收入的比重从1.4%提高到10.6%(国家信息中心分享经济研究中心,2019:1-2)。这些数据充分表明,分享经济已经是我国经济不可或缺的重要组成部分。

分享经济更高的经济效率和社会效益促成了其高速发展,无论是学界还是业界都将此视为理所当然。但另一方面,分享经济自始至终都面临来自多方力量的抵制。而关于分享经济及其所依托的互联网平台何以能够,以及如何克服抵制并实现发展,则关注甚少。事实上,当前以互联网平台为代表的数字技术的发展和运用,已经引发了激烈争议、对抗,甚至遭遇强烈抵制,除了分享经济中的罢工与抵制外,还有人工智能对工作机会的威胁、争夺新技术制高点的贸易战、基因编辑可能引发的阶层固化与伦理争议,等等。新技术应用中的争议、对抗与抵制,时常直接导致先进技术应用失败(罗杰斯,2002)。对传统工业技术的研究也已表明,利益相关群体共享技术红利对技术应用的成功至关重要(张茂元、邱泽奇,2009)。目前关于互联网平台等数字技术的争议和对抗涉及国家间、行业间或群体间的利益分配,也都在很大程度上指向技术红利的分配。

论文主要以互联网平台及其催生的分享经济为素材,探寻其中的技术红利分配机制及其对互联网平台等数字技术应用的具体影响。

二、分享经济产生的经济与社会背景

(一)分享经济产生的背景

与分享经济密切相关的“协同消费”概念在1978年由费尔逊和斯潘思(Felson & Spaeth,1978)率先提出,包含了传统的分享、物物交换、租赁、贸易、出租、馈赠和互换等众多类型。而当前一般意义上的分享经济,其产生与快速发展则跟2008年全球经济大萧条导致的收入和需求下降密切相关(Cohen & Kietzmann,2014)。不仅如此,经济萧条还提高了拥有私产的相对成本,刺激了

租借、分享等行为,进一步推动着分享经济的高速发展(Gansky,2012)。其中,发源于硅谷的爱彼迎(Airbnb)和优步(Uber)取得巨大成功^①的示范效应更是直接刺激了分享经济的发展(Martin,2016)。

分享是与“占有”相对应的概念。在分享经济盛行之前,对所有权和使用权的占有是经济产权的常态。“占有”的实质很大程度上是通过占有来获得服务和收益等。如果不占有的情况下就能得到优质服务和收益,那么人们占有物品的动机就会减弱。而互联网尤其是移动互联网的发展则在很大程度上有助于实现这一点。基于点对点(P2P)互联网平台的分享经济,实现了对闲置资产、技能、时间等资源的充分利用,让人们有机会超越所有限制,实现对资源使用权的共享(博茨曼、罗杰斯,2015:8)。

(二) 互联网平台提升分享经济的经济效率与社会效益

毫无疑问,分享行为古已有之(Belk,2010;Widlak,2017)。比如,通常所谓的“租借”尤其是互相租借、互助等都具有分享的含义,“送”也是一种典型的分享使用权和所有权的行为,社会学理论中所强调的“社会交换”也包含了“分享”的基本要素。不过,现如今人们通常所说的分享经济并不仅仅是分享行为那么简单,它已经从关系紧密甚至封闭的社群扩展到由联系松散、匿名、陌生人组成的开放的数字化社区。当前,分享经济特指以数字化的互联网平台为依托的分享行为和经济形态。一般而言,分享经济是指利用互联网等现代信息技术,以使用权分享为主要特征,整合海量、分散化资源,满足多样化需求的经济活动总和(国家信息中心分享经济研究中心,2017:2)。从这个角度来说,闲置产能、共享理念和陌生人间的信任等虽然在分享经济的发展中起着作用,但互联网平台才是分享经济的底层技术基础。互联网平台不仅扩大了分享规模,更是催生了新的分享形式。

分享经济的高速发展引起了多学科的高度关注。其中,经济学、管理学相对聚焦于分享经济的盈利模式、资本和市场运作、经济效率与安全性等。充分利用了移动互联网、大数据、云计算等数字技术的互联网平台不仅通过去中介化等途径显著减少了连接潜在供给与需求的成本,提高了资源供给与需求之间的匹配精准度和匹配效率(帕克等,2017:72),还扩大了供给者和消费者的选择空间,

^① 这两家公司在不到十年时间里创造了快速发展神话:优步于2019年5月11日IPO上市,市值760亿美元;爱彼迎的市场估值也超过300亿美元。

大幅降低了产品和服务价格(Richardson,2015)。例如,网约车提高了经济效率:时间上,网约车的产能利用率比出租车高30%;里程上,网约车的产能利用率更是高出50%(Cramer & Krueger,2016:3)。网约车进入市场后,酒驾死亡人数显著下降(Greenwood & Wattal,2017)。借助互联网平台的双向匿名评价机制、实时定位、在线监控等技术不仅能够提高产品和服务质量,还显著提高了安全性。中国最高人民法院司法大数据研究院的统计数据显示,从案件数量对比上看,2017年网约车司机的犯罪数量约为传统出租车司机犯罪数量的1/10,万人发案率只是后者的1/13(徐隽,2018)。

而网约车安全性的提高在很大程度上正是得益于以互联网平台为基础的全新警务机制。滴滴和优步等网约车平台都上线了相应安全举措。如优步在2018年5月上线了一键报警功能,乘客在App上点击“联系911”,就能直接报警;优步还会将车牌、车辆位置、行驶路径等关键信息同步发送给911专员。基于互联网平台的交易双方实时互评机制也有效提高了服务质量。在网约车行业,“因司机粗鲁无礼的行为、不良驾驶或是对街道不够熟悉等而使乘客评价不高将会迫使司机退出”(蔡斯,2015:157)。

不仅如此,网约车等分享经济通过提供更多元的服务能够满足之前难以得到满足的个性化需求尤其是高端需求,从而降低了民众购买私家车的需求,进而降低了相关社会成本。《中国智能出行2015大数据报告》揭示,2015年出租车的打车成功率为60%,网约车打车成功率为89%;北京出租车全年空驶率为31%,而网约车的全年空驶率为11%;快车拼车每天可减少63万辆次出行量,顺风车每天可减少51.3万辆次出行量,两者相加共能为城市减少114.3万辆次出行,相当于一年能够节省5.1亿升汽油,减少1355万吨碳排放,产生多种11.3亿棵树的生态补偿量(滴滴媒体研究院等,2016:37、44-45)。国家信息中心分享经济研究中心(2019:39)的调研结论相似,支持了网约车提高经济效率和社会效益的判断。自由竞争条件下的网约车不仅降低了出行成本,还通过链接、盘活闲置车辆而减少了资源冗余与浪费。在诸多领域,分享经济通过增加供给提高市场竞争程度,降低了产品和服务价格。如Priceonomics的数据显示,在美国绝大多数主要城市,爱彼迎上的公寓价格平均比酒店价格便宜21%-50%,爱彼迎还使得同地区的酒店入住率和价格持续走低(Zervas et al.,2017:690;Farronato & Fradkin,2018:31)。

社会学对分享经济的关注议题则更加宽泛,如分享经济有助于提高福利和社会效益,结识朋友,提高社会信任度(博茨曼、罗杰斯,2015:8-9);提高冗余

闲置资源的社会利用率,减少浪费,促进环境保护,有助于实现可持续消费;甚至可以促进社会公平和正义,增加就业机会,减少就业压力,增强社会整合度等(Chen,2009;Richardson,2015)。社会学的分析视角也更加多元化,包括文化视角(Martin & Upham, 2016; Hamari et al.,2016)、草根社会创新视角(Martin et al.,2015)、生活风格运动视角(Haenfler et al.,2012)、社会整合视角(Felson & Spaeth,1978;Laamanen et al., 2015)、社会区隔视角(Schor et al.,2015)和治理模式视角(Bardhi & Eckhardt, 2012; Hartl et al.,2016),等等。其中,部分侧重分析分享经济的社会动因,部分侧重探讨分享经济的社会后果(王宁,2017:24)。

总体而言,社会科学对分享经济的研究已从经济和商业角度延伸到社会、制度和文化视角,甚至扩展到技术层面。不过当前关于分享经济的技术分析基本仍限于新技术对经济效率的提升,认为依托互联网平台技术的分享经济不仅更安全而且更高效,具有显著的经济与社会效益。也正因如此,无论是学界还是业界都把分享经济、数字经济等新经济形态的发展视为理所当然。而在人类历史上,先进的、高效率的新技术却并不总是能够得到成功应用的。事实上,各种形态的分享经济基本上也都一直面临多方阻力甚至禁令。

三、分享经济发展面临多重阻碍

新技术应用往往都会遭遇种种阻碍,其中比较典型的是法律法规等制度的限制和利益群体的抵制,尤其是当新技术带来利益格局调整的时候更是如此。依托互联网平台技术的分享经济,在发展中就面临多重阻碍。

(一)制度困境限制了分享经济的合法空间

新技术往往都不在旧制度规制范围内,也难以符合旧制度的规制。互联网平台通过在线匹配供需信息并促成交易,给交换、消费甚至生产领域均带来深远影响,其中虽有显著的经济效率和社会效益,但也挑战着现有制度尤其是政府监管体系。例如,房屋共享涉嫌违反规划法,车辆共享涉嫌违反劳动法,信息共享涉嫌违反知识产权法等(蒋大兴、王首杰,2017:142)。

如果套用旧监管制度,分享经济存在诸多不合规的地方,因而时常收到禁令,网约车也不例外。如《中华人民共和国道路运输条例》(2004年)第六十四条规定:“违反本条例的规定,未取得道路运输经营许可,擅自从事道路运输经

营的,由县级以上道路运输管理机构责令停止经营;有违法所得的,没收违法所得,处违法所得2倍以上10倍以下的罚款;没有违法所得或者违法所得不足2万元的,处3万元以上10万元以下的罚款;构成犯罪的,依法追究刑事责任。”根据该条例,网约车平台、网约车司机和网约车如果未取得营运证都属非法营运。

不仅如此,即使司机和车辆都有符合监管法规规定的营运证,网约车仍有可能被判违法。美国优步一开始是和高档租车公司合作,利用租车公司的车辆和司机(均有营运资质)开展网络预约服务。2010年10月,上线四个月的优步(当时名字为UberCab)被旧金山市交通局和加州公共事业委员会联合下达了停止营运的指令。美国政府监管部门认定优步违规,理由是优步采用的出租车计价模式模糊了高级租车与平价出租车之间的界限,而且费率未经审查、核定,车辆也没有漆成规定颜色等(洪旭,2016:42)。根据这个标准,网约车公司接入私家车和没有营运资质的司机,无疑就是更加严重的违法行为了。

作为分享经济和网约车的先行者,优步在全球各地开拓业务的时候,基本都收到过当地政府的禁令。仅在2014-2015年,优步就分别在日本、韩国、德国、丹麦、荷兰、泰国、加拿大、西班牙、法国和比利时等国收到禁令(邹岩,2015)。如在布鲁塞尔,优步司机通过App载客将可能被罚款1万欧元;在巴塞罗那,优步司机可能被罚款达6000欧元,并被扣押车辆;在法国,他们受到一个奇特的《15分钟法》的管制,该法要求顾客在预订后要等待15分钟才能搭载(斯特凡尼,2016:180;曹磊等,2016:22-23)。荷兰法院对优步下达了禁令,荷兰检方宣布优步为非法营运,并对优步在阿姆斯特丹的办公室连续进行突击搜查,同时抓捕了数十名无执照营运的司机,甚至宣布将对优步的非法营运行为启动刑事调查。德国法兰克福的优步被当地出租车运营商联盟Taxi Deutschland告上法庭,法院裁决禁止优步利用没有出租车营运牌照的司机开展服务,并对违反当地运输法的行为进行严厉处罚(每违规一次,处以25万欧元罚款)(洪旭,2016:96)。

在中国,各网约车平台同样收到了地方政府的禁令和罚单。2014年7月29日,上海市人民政府出台的《上海市查处车辆非法客运办法》就明确规定:“利用互联网网站、软件工具等提供召车信息的服务商,应当遵守客运出租汽车调度服务规范,并向市交通行政管理部门提供客运服务驾驶员和车辆的信息。经市交通行政管理部门认定客运服务驾驶员或者车辆不具备营运资格的,前款规定的服务商不得提供召车信息服务。”2014年8月12日,北京市交通委员会出台《关于严禁汽车租赁企业为非法营运提供便利的通知》,规定:“严禁把私家车或其他非租赁车辆用于汽车租赁经营”“租赁车辆不得用于未经许可的出租等行

业运营”。2015年1月8日,交通运输部在肯定了网约车对满足运输市场高品质、多样化和差异性需求方面的积极作用的同时,依然禁止私家车接入平台参与营运。继滴滴打车、一号快车和易到用车等“专车”平台相继被查扣车辆后,2015年4月7日,优步被认定为非法营运,其“专车”也被北京市交通执法总队开出罚单并被扣押(曹磊等,2016:161)。

可见,自诞生之日起,网约车就一直面临来自监管法规的限制,甚至行政禁令。

(二) 群体抵制削弱了分享经济的社会基础

法律法规等监管制度往往不是自动实施的,而是体现着相关群体的利益诉求。几乎所有新技术的应用都不可避免会带来利益结构调整和冲突,导致诸如阶段性失业、结构性失业等问题(李嘉图,1962;Schumpeter,1989)。分享经济亦不例外:共享单车抢占了传统单车出租店的市场,爱彼迎瓜分了传统酒店的客源。如在美国奥斯汀,爱彼迎导致当地酒店收入下降了8% - 10%,对低价酒店和非商务酒店的影响尤大(Zervas et al.,2017:687)。网约车更是直接危及出租车公司和出租车司机的利益。因此,网约车等各种分享经济自诞生时起就一直遭到利益相关群体的抵制。在“百度”搜索“出租车罢工抵制网约车”可以得到2040000条结果。^①出租车司机、出租车公司和相关政府部门的利益因为网约车发展而受到威胁,具体表现为出租车牌照贬值、客源减少、单价下降、收入下降,甚至地方政府的财税收入降低等。因网约车发展而利益受损的群体的抵制行为,通常正是推动监管制度实施的重要力量。

2012年9月,优步开始在纽约提供服务。当时纽约市仅有1.3万辆出租车,运力不足。优步在进入纽约之前,纽约市政府和市长彭博就试图通过Taxi of Tomorrow、Boro Taxi、E-Hail(通过手机App召唤出租车)等方式来更换出租车车型、增加新牌照(1.8万个)、改电召车为绿色出租车等举措来缓解交通压力,但均遭到出租车公司和司机的抵制,被诉至法院并阻碍了新牌照的发放进程。也正因此,优步受到时任纽约市长彭博的欢迎,并成为E-Hail项目第一年(2012年12月)试运行中首个获准使用的手机App,合法进入纽约市场。但即使如此,在既得利益群体(主要是出租车和高端汽车租赁公司等)的反对下,政府推动的E-Hail项目也曾被迫中止。这种大环境也迫使优步采取不同的应对策略,一改对

^① 搜索时间为2021年7月9日17时。

抗者姿态,在包括车型车况、司机资质、人员考核等方面严格遵守纽约出租车与豪华礼车委员会(Taxi and Limousine Commission)的规定并接受监管(洪旭,2016:86-87)。

2014年,巴黎等多个城市的出租车司机暴发“蜗牛行动”,制造大拥堵。2014年6月,伦敦约1万辆出租车的司机在伦敦市的热门景点罢工,抗议优步抢夺客源(曹磊等,2016:152)。2015年1月,美国波士顿的出租车运营商将市政府告上法庭,控告其允许未受监管的公司进入市场,并导致出租车营运许可证贬值。2015年6月,由于法国政府暂时允许优步营运,法国2800多名出租车司机再次组织“蜗牛行动”,并出现掀翻和焚烧车辆、攻击优步司机等暴力事件(洪旭,2016:108-109)。

在中国,由于滴滴等国内网约车公司起初都先通过与出租车公司和出租车司机合作的模式来开拓市场(网约车公司免费给出租车司机安装网约车App并指导使用),所以出租车公司和出租车司机的利益在初期非但没有受到威胁,反而从网约车平台中获益。但随着网约车平台在2014年下半年开始大量接入私家车,出租车公司和出租车司机的市场份额被削减,出租车司机的罢工等抵制行为就从未停止。自2014年下半年开始,北京、上海、广州、成都、济南和青岛等地相继出现针对滴滴、优步等网约车平台和司机的执法行动,相继出台了严禁私家车主等利用互联网和手机软件从事营运行为的通告,并实施严厉处罚。2014年11月,沈阳叫停专车服务,北京、上海、天津、大连和济南等地也接连认定“专车”属违法营运。2014年12月31日,天津发生首例网约车劳动合同纠纷案件。2014-2016年间,深圳、天津、武汉和南京等诸多城市都爆发了出租车司机罢工抵制网约车的事件。^①

出租车司机、出租车公司乃至相关政府部门对网约车的抵制,在很大程度上正是源于利益受损,具体表现为出租车牌照贬值、客源减少、收入下降和税源损失等。以纽约为例,官方价格显示该市的出租车牌照1974年为3万美元,1984年为7.6万美元,2003年为22万美元(郝吉思,2010:138),2013年的价格超过120万美元,而后在优步的冲击下,一年内跌了将近30万美元(帕克等,2017:60-61)。2015年,随着优步的合法化,纽约出租车牌照价格进一步跌至84万美元(曹磊等,2016:167)。在旧金山,最大的出租车公司Yellow Cab Co-op甚至因为优步的竞争冲击而申请破产保护。这家老牌出租车公司成立于1977年,拥有

^① 相关信息汇总自互联网。

530个出租车牌照,价值最高时一个牌照132万美元;但在优步等网约车的冲击下,牌照价格下跌至65万美元(Rodriguez,2016)。在中国亦是如此。随着滴滴出行和优步等在各城市的运行,各地出租车牌照价格也大幅缩水,由此引发激烈对抗。例如,天津市2014年底价值115万元的出租车牌照因受到网约车的冲击,2015年只能卖70万元左右(江丞华,2015)。

在网约车的冲击下,出租车的业务量也明显减少。从2015到2018年,全国出租车和网约车的客运总量^①从438.5亿人次增加到550.7亿人次,增长了25.6%;但出租车客运量则从396.7亿人次下滑到350.7亿人次,其占客运总量的比例更是从90.5%下滑到63.7%,而网约车的客运量占比则达到了36.3%(国家信息中心分享经济研究中心,2019:20)。由此可知,在网约车挤占市场份额的情况下,出租车客流量减少,危及司机收入和就业岗位,而出租车公司的利益也随之受到影响。

收入减少、利益受损无疑是推动出租车司机和公司通过罢运等方式抵制网约车的重要原因。而关于分享经济是如何克服阻碍和禁令存活下来乃至实现高速发展的,现有研究甚少涉及,更没有从分享经济的技术层面给予解释。不仅如此,现有对分享经济的研究尽管都在强调“分享”,但其实都只局限于物品使用权的“分享”,而没有涉及新技术所创造的新增收益——“技术红利”的分享(共享)。那么,网约车等分享经济及其所依托的互联网平台是如何克服抵制并发展壮大的,其所依托的互联网平台技术又在其中起到什么作用?

四、互联网平台技术红利共享机制的构建

以互联网平台为技术基础的分享经济显著提高了生产、分配、交换和消费等环节的经济效率。但诸多历史事实也一再揭示,经济效率更高的技术和经济形态并不一定能够获得成功。网约车等分享经济持续遭遇制度困境和群体抵制就已充分说明了这一点。互联网平台及其新经济要想获得成功,首先需要克服上述制度层面的限制和现实层面的敌视与抵制。在此过程中,互联网平台的技术

^① 客运总量=巡游出租车客运量+网约车客运量。巡游出租车也即通常所谓的传统出租车或出租车。尽管在新的统计口径里,“出租车”已经包括巡游出租车和网约车,但为方便表述,在无特别注明的情况下,本文所说的出租车就是指巡游出租车而不包括网约车。

特性及其应用方式的作用不容忽视,即有效提高分享经济的技术红利共享程度,扩大新技术和新经济的社会基础,进而推动新技术应用和新经济发展。

(一) 互联网平台的开放性降低技术红利共享门槛扩大了受益群体

开放性是互联网和互联网平台的重要特性。互联网平台本质上是一个开放的电子网络:任何一台电子设备只要支持 TCP/IP 协议就可以连接到互联网上,实现信息等资源的交换、共享。互联网平台提供了开放的参与式架构(帕克等,2017:6),也因此降低了以其为技术基础的新经济形态包括分享经济的进入门槛,使得更多人有机会参与并获利。

在传统出租车行业,尽管不同国家和地区的出租车运营模式各有不同,但总体而言,出租车行业门槛相对较高,司机或定期(多以“月”为单位)上缴份子钱,或高价购买出租车牌照(郝吉思,2010)。从长远来看,对于出租车司机来说,后者可能更划算,但前期支出更巨大,门槛更高。国内很多城市的一张出租车牌照价值百万元,甚至更高;国外大城市的出租车牌照价格更高,如纽约和旧金山每张牌照的价格都超过了百万美元(帕克等,2017:60;江丞华,2015)。这也就意味着绝大部分司机都难以通过购买出租车牌照来进入出租车行业。即使是在份子钱模式下,司机要想进入出租车行业也得缴纳风险抵押金等保证金,并通过考核遴选,甚至要通过行贿等方式才能进入(王克勤,2002)。

相对而言,网约车的进入门槛就要低得多。在网约车发展早期,拥有自己车辆的司机可以直接接入平台,不拥有车辆的司机也可以通过租赁他人或公司的车辆接入平台。以滴滴公司为例,司机可以在其官网直接在线申请注册,经过“上传驾驶员信息”“上传车辆信息”“网上考核”等三个步骤并通过审核后,便拥有了滴滴账号,并可以开始接单。无需支付牌照费和份子钱的网约车进入门槛无疑更低,这也使得更多司机有机会分享新技术所创造的技术红利。

滴滴出行公布的报告显示,2016年滴滴出行平台为社会创造了1750万个灵活就业机会,^①每天直接为207.2万名司机提供人均超过160元的收入。在房屋住宿领域,小猪、途家和住百家等几大平台带动直接和间接就业人数估计超过200万人;在生活服务领域,大型外卖平台注册配送员已超过百万人(国家信息中心分享经济研究中心,2017:4)。2018年,也有超过千万名网约车司机在滴滴

^① 而在2015年,全国城市巡游出租车司机才2626338人。数据来源于《2015年全国城市出租汽车从业人员统计》,2017,中国报告网(<http://data.chinabaogao.com/jiaotong/2017/0X2915L2017.html>)。

平台上获得收入,运送乘客超过100亿人次,用户行程总里程达488亿公里;共有270多万名骑手在美团外卖获得收入,其中有67万名骑手来自贫困县,覆盖了全国94%的贫困县(国家信息中心分享经济研究中心,2019:39、45)。2019年,互联网平台就业人数已达7800万人,其中滴滴平台创造了1200万个直接就业机会和630多万个间接就业机会(国家信息中心分享经济研究中心,2020:1、9)。

不仅如此,互联网平台还显著降低了退出门槛。在出租车行业,司机即使选择(与购买牌照相比)沉没成本相对较低的份子钱模式,依然面临较高的退出门槛。出租车份子钱大多按月缴纳,不论司机是否出车均需缴纳,甚至司机因生病等原因无法上班期间也需缴纳相应份子钱,司机提前解除劳务合同还会面临被克扣押金等风险(王克勤,2002)。这也导致出租车司机不敢轻易休假,其工作的灵活性较差且日工作时间较长,因为只有每天长时间工作后才能在定额份子钱之外挣得自己的收入。比如一天的份子钱是200元,那么出租车司机全天营业额只有高于200元才能真正获得收入。份子钱等前期投入的沉没成本,构成了出租车司机的退出门槛和退出成本。

相比之下,网约车采用的就不是固定的、定期缴纳份子钱的模式。即使是在平台收取佣金的情况下,该佣金也是按照每单生意的金额来计提,而不是出租车那样按月、按日来计提。互联网平台的新技术及其实际应用使得拥有车辆的网约车司机进入和退出网约车行业的成本近乎为零,这也使得兼职成为可能,甚至成为主流。这就有效扩大了互联网平台技术的受益面,使得更多人能够分享技术红利,进而扩大了其社会基础。而出租车公司由于难以测量、核算司机的营业额等原因,难以根据出租车司机的营业额来实时计提份子钱或佣金,更无法按每笔成交额来精细计量佣金。

可见,得益于其开放性,互联网平台能够显著降低诸多相关行业的进入门槛和退出门槛、退出成本。即使是被纳入监管后,像美国的优步等网约车平台也不必遵循出租车行业严苛的准入标准(斯特凡尼,2016:180)。这就实质上降低了相关利益群体获得互联网平台技术红利的门槛,使得更多人和群体得以分享技术进步所创造的技术红利,进而为技术的成功应用奠定了更加广泛和坚实的社会基础。

(二) 双边网络效应提高了利益相关群体分享技术红利的能力

此外,互联网平台的双边网络效应在放大传统的供应规模经济效应的同时,还催生了需求规模经济,即规模越大的网络越有价值。帕克等(2017:19)指出,

“社会网络的效率、需求聚集、应用程序开发和其他的现象促使规模越大的网络越有价值,以此驱使着需求规模经济。它可以给平台市场中最大的公司提供网络效应优势,这样一来会使其他竞争公司极难与之抗衡。需求规模经济是积极网络效应最基本的来源,也是当今世界经济价值的主要驱动因素。”在这种双边网络效应的驱动下,供需双方(如网约车司机和乘客)的影响力和价值也都随之提高。网约车平台上供需双方的相互正向促进关系就很好地展示了这种网络效应(见图1)。这正是各类分享经济及更宽泛意义上的平台经济都热衷于采用补贴的方式来拉拢平台的供需双方的重要原因。而此类补贴方式也使得包括供需双方在内的平台用户起码在平台获得垄断地位之前能够分享更多的技术红利,进而扩大并强化了平台自身的用户基础和社会支持。

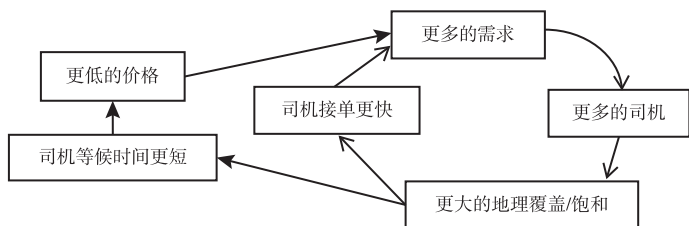


图1 网约车的网络效应图(帕克等,2017:17)

事实上,即使在不考虑补贴的情况下,网约车司机的平均时薪就普遍高于出租车司机(Hall & Krueger,2018)。萨丹拉彻(2017:226)的研究进一步揭示,即使在平台收取佣金后,互联网平台上很多行业的劳动者比通过传统渠道找工作所获得的时薪更高。

不仅如此,除了平台的直接用户外,互联网平台还通过为线下利益相关群体创造价值来获取更多的社会支持。如前所述,优步在进入纽约市场时,就因能够弥补出行运力不足、缓解交通困难问题而得到了时任纽约市市长彭博的大力支持,并成为 E-Hail 项目首个获批使用的手机 App,并由此获得了在纽约开展业务的资质。

(三)技术应用方式影响利益相关群体分享技术红利的机会和能力

不同的网约车公司尽管都是依托移动互联网平台技术,但在技术的具体应用方式上仍有细微差异并最终导致显著分化。最早推出网约车的优步,起初只是利用互联网平台接入租车公司的车辆和私家车(洪旭,2016:42),而且拒绝出

租车接入平台。甚至当优步在中国开展业务的时候,尽管当时已有大量出租车已接入其他网约车平台,优步仍然拒绝出租车接入。这是优步在全球拓展业务的典型模式,^①也体现了优步对互联网平台的具体应用方式。在这种情况下,出租车就无法接入(且不论其主观意愿如何)优步的网约车平台。出租车司机非但无法享受到互联网平台新技术创造的技术红利,更因新技术应用而被网约车抢走了部分客源,导致竞争加剧、收入减少。由此,优步就与出租车构成了直接的竞争甚至对抗关系。这直接或间接导致了优步在全球各地均遭遇出租车司机和出租车公司的强烈抵制。

事实上,同一技术能以不同方式被应用,而不同的技术应用方式也会形塑不一样的技术红利分配结果和社会影响(张茂元、邱泽奇,2009;张茂元,2013)。具体在网约车领域,不同网约车平台对互联网平台技术的应用方式就存在明显差异。与优步不同,中国的主要网约车平台基本都是通过先接入(起码不排斥)出租车来开拓市场的。

比如,滴滴 App 于 2012 年 9 月 9 日上线,当时全北京 16 名司机在线,都是出租车司机(程维、柳青,2016:71)。那时候,作为滴滴前身的嘀嘀打车和快的打车,都只是为乘客提供出租车在线叫车服务,^②类似于纽约市的 E-Hail 项目。乘客在手机中点击“我要用车”并发送一段语音说明具体位置和目的地,滴滴将信息传送给乘客附近的出租车司机,司机可以在手机中一键抢单,并和乘客直接联系(曹磊等,2016:40)。由于滴滴等网约车平台提供的服务只是为乘客呼叫出租车,因此它们非但不是出租车的竞争对手和威胁,反而是出租车的帮手,能够帮助出租车找到乘客,这在乘客相对稀少的时段和地点尤其有用。也正因如此,刚起步的滴滴等网约车平台非但没有招致出租车司机和出租车公司的抵制,反倒借助出租车轻松解决了优步在初创期所最为头疼的信用问题、车辆与司机的供给等问题。而更大规模、更可信可靠的车辆和司机又吸引更多乘客加入网约车平台,从而更快实现了良性的双边网络效应(见图 1),实现了更高速发展,并在与优步的激烈竞争中胜出。

但随着各网约车平台逐渐接入出租车之外的其他车辆(包括私家车和租车公司的车辆),如 2014 年 8 月上线的滴滴专车(定位于更高端的出行需求),

① 在极个别城市(如出租车数量相对充足且服务质量较高、监管法规极其复杂且严厉的东京),优步才允许出租车接入其平台。

② 参见《发展历程》,滴滴官网(<https://www.didiglobal.com/about-special/milestone>)访问日期为 2021 年 8 月 8 日。

2015年5月和6月上线的滴滴快车和滴滴顺风车(以私家车为主,比出租车舒适且价格更便宜),网约车平台对出租车构成了更大的实质性威胁。自网约车平台开始接入非出租车并推出专车、快车和顺风车等之后,各地出租车司机的示威、罢工等抵制行为也随之而来。时至今日,在网约车(如专车、快车)司机被网约车平台抽成20%左右的同时,出租车司机通过网约车平台接单仍无需缴纳任何费用。在网约车平台初创期,出租车公司和司机的加入推动了网约车平台的发展;但在网约车及司机供给相对充足的情况下,网约车平台仍没有对出租车收取佣金,这或许是出租车司机抵制网约车平台的成效之一。^① 这也有利于缓和出租车司机的敌意和抵制。

而通过接入网约车平台,出租车司机也得以分享互联网平台的技术红利。首先,出租车司机通过加入平台获得客户而减少了可能的损失,而且加入平台还有助于获得更优质乘客,有助于在特殊时点找到乘客。其次,伴随着网约车带来的竞争,各地出租车的份子钱和牌照费用也大幅下降,出租车司机的成本也相应下降。比如,旧金山交通局不再向出租车司机收取2015年牌照续期费;^②国内不少城市的出租车份子钱也有所下降,2016年新成立的“滴滴海博”出租车公司更是首次取消了司机的“份子钱”。^③ 最后,出租车司机也能够自由转型为网约车司机。毕竟,优步在多个国家和地区的成功足以说明,没有出租车司机的加入网约车平台也能发展起来。而且,考虑到网约车能较为轻易地逃脱监管部门的监管,出租车司机的罢工在特定条件下甚至会成为网约车拓展市场的机会。如在2014年6月,伦敦约1万名出租车司机在伦敦市的热门景点罢工,抗议优步抢了他们的生意。而优步则立刻宣布当地优步打车免费。结果,等不到出租车的市民只好纷纷下载优步,出租车司机的罢工反而促使更多人选择优步出行。根据优步统计,游行当天新增用户达850%(曹磊等,2016:152)。

与不允许出租车接入的网约车平台(如优步)相比,滴滴等国内网约车平台采用的技术应用方式通过接入出租车,不仅解决了平台创业早期的车辆和司机供给困境,也有效缓解了网约车对出租车的冲击,减轻了出租车司机的损失,缓解了出租车司机和出租车公司的抵制,扩大了自身的生存空间和社会基础。

① 但随着双方力量对比发生变化甚至逆转,网约车平台会否限制出租车接单或是收取佣金,仍有待进一步观察。

② 此前,从监管部门申领出租车牌照每年需要缴纳1000美元年费。

③ 《上海海博出租与滴滴达成合作 首批“网约车”入驻平台》,2016,中国新闻网(<https://www.chinanews.com/auto/2016/04-26/7848998.shtml>)。

“滴滴海博”取消司机的“份子钱”，也是新技术惠及旧利益群体（出租车司机）的典型例子。这无疑有助于滴滴等国内网约车平台在与优步的竞争中获得更多社会支持和发展空间。

可见，不同的技术应用方式可以直接影响到一个行业的既得利益群体的利益得失，影响着新技术应用所带来的利益格局调整。网约车的案例已经表明，互联网平台完全可以将旧利益群体纳入其中，实现技术红利的共享。而且，凭借之前的技能和知识，出租车司机能够轻易在网约车平台上找到替代性工作和收入，不仅能够弥补原损失，甚至还有机会获得比原收入更高的回报。

五、技术红利共享推动分享经济发展

（一）技术受益群体助力扩展分享经济的生存空间

互联网平台不仅让服务供给方（如网约车司机、爱彼迎房东等主体）能够更加便利地分享技术红利，也让服务需求方（如网约车乘客、房客等主体）以更低的价格得到更好的服务，从而也能分享技术红利。分享技术红利的各方参与者，也逐渐成为平台的忠实用户和坚定支持者。优步、爱彼迎等平台公司与监管方的博弈过程，就充分体现了技术受益群体是如何扩展分享经济的生存空间，如何助力互联网平台获得合法性并最终得到法律法规认可的。

2010年10月，上线仅四个月的优步收到旧金山市交通局和加州公共事业委员会联合下达的停止运营指令后，在谋求政府监管部门认可和法律法规认可的过程中，发动网友（主要是其专车司机和乘客）组织了一场请愿书签署活动，向市长信箱发邮件以示抗议，为保障用户出行便利权利的同时拓展自己的生存空间，并最终获得成功（洪旭，2016：42-44）。

莫塞德和约翰逊就敏锐地指出，优步的用户就是它的资产，甚至是优步与监管方博弈的最大资产。当优步准备于2012年暑假期间推出UberX服务时，华盛顿市议会试图通过一项关于出租车监管法案的修正案（即“优步修正案”），旨在将优步驱逐出华盛顿。当时，华盛顿市议会在星期一下午4点提交法案，并准备于第二天上午11点投票表决。优步通过发动其用户给议会写信表达诉求进行回击。“在短短18个小时里，市议会收到了来自乘客的50000封邮件以及37000条Twitter”。结果，在提交法案的第二天中午时分，市议会撤回了该修正案（莫塞德、约翰逊，2017：103）。

2013年9月,纽约司法部长埃里克·施奈德曼传唤爱彼迎提交纽约市1.5万个房东的所有数据,并提出要逮捕所有非法经营的房东。不久就有500个爱彼迎的房东在市政厅挥舞着海报进行示威。爱彼迎的全球社区主任道格拉斯·阿特金还给几十万顾客发了电子邮件:“我代表 Airbnb 的房东给您写信……因为我们的社区正在被官员和特别利益团体进行攻击。”他呼吁用户在网络请愿书上签名以捍卫 Airbnb,并至少收集了23万个签名。2014年5月,一个州级法官以比例失调为由废除了这项传唤(斯特凡尼,2016:186-187)。

在2015年7月,迫于出租车行业等利益群体的压力,纽约市市长比尔·德布拉西奥(Bill de Blasio)试图打压优步的发展。德布拉西奥计划对优步的在线司机人数设立一个临时上限。作为对纽约市市长德布拉西奥的回应,优步甚至为纽约市的用户开发了“德布拉西奥模式”。^① 优步还邀请用户给市长和市议会写信,请求他们对德布拉西奥的法案投否决票。结果,《华尔街日报》的数据显示,市长收到了40000人次的邮件以及20000条Twitter信息。最后是市长作出妥协,同意对拥堵状况设立四个月观察期,而且对优步车辆数量不再设限。虽说优步还在这场政治斗争中运用了传统的公关手段,比如电视广告、明星发声支持,等等,但就像《纽约时报》所言:“这家公司(优步)把大部分最难的政治工作都留给了消费者去做”(莫塞德、约翰逊,2017:102-103)。其时,除了乘客等直接利益相关群体通过各种途径给政府部门施压以支持优步外,名人、明星也积极参与。好莱坞著名演员尼尔·帕特里克·哈里斯发Twitter支持优步:“@BilldeBlasio 每周有两万五的纽约市民成为@Uber_NYC的用户,限制了Uber之后你还能满足这个需求么?”这在社交平台上引起很大反响。名模凯特·阿普顿、美国全国广播公司财经频道(CNBC)的阿曼达·德鲁里等也纷纷加入讨论并声援优步:“@BilldeBlasio,你为何想回到当初那些只有在市中心和曼哈顿下城才能打到车的日子?”“@BilldeBlasio,曼哈顿之外的纽约交通,25%靠Uber,6%靠出租。难道你只在乎曼哈顿么?”(洪旭,2016:141)

(二)分享经济的合法化

优步、爱彼迎等分享经济的用户为何愿意为其代言,给市长和市议会写信求情、施压,甚至愿意为危及平台利益的法案投否决票?动机或许是多元的,但这种行为无疑也有助于消费者维护自身权益。因为分享经济赖以生存和发展的互

^① 该模式显示,如果德布拉西奥的法案通过,那么乘客候车时间会更长。

联网平台不仅在供给侧降低了技术红利共享的门槛,也因其匹配供需和满足需求方面能力的显著提升而为互联网平台参与方创造了新的价值,使得各参与方能分享到技术革新所创造的技术红利。互联网平台参与方,包括需求方在内,也就成为互联网平台的支持者。事实上,不仅互联网平台的直接参与方可能因为互联网平台受益,其他非直接参与方也可能因互联网平台的发展所带来的竞争效应等而间接受益。如爱彼迎就不仅惠及其住户,还通过拉低酒店住宿价格(约6%)而惠及所有消费者(Zervas et al.,2017:698)。同理,优步、滴滴等网约车平台的发展,也有助于降低出租车行业的价格或是提高服务质量。也正因如此,消费者愿意承担相关“公关工作”,为优步等互联网平台公司突破政治、制度等限制作出贡献。可见,尽管消费者可能只是在谋求、维护自身权益,但他们的权益又有赖于互联网平台的存续和发展。所以,无论是供给方还是需求方,因互联网平台而受益的各方都有动力维护平台的存续和发展。而互联网平台及其他相关数字技术恰好又给他们提供了低成本的、便利且高效的利益诉求表达方式和渠道,便于他们向监管部门施压。

技术红利共享、经济效率和安全性提高奠定了分享经济的社会与经济基础,利益相关群体的支持进一步推动了其合法化进程。2013年9月19日,加州公共事业委员会(CPUC)授予优步等依托于互联网提供运输服务的网约车公司合法性,将其定性为交通运输网络公司(Transportation Network Companies,TNC),并专门创设了一条新的监管路径,交通运输网络公司不必遵循传统出租车行业严苛的准入标准(斯特凡尼,2016:180;侯登华,2017:99)。这也是互联网平台降低行业进入和退出门槛的事实证据。

随后,越来越多的国家逐渐承认了以优步、滴滴和爱彼迎等为代表的互联网平台公司的法律地位。即使是之前强烈抵制的国家,如德国、韩国等,也通过相关法规赋予本国网约车公司以法律地位,允许其依法经营。在中国,2016年7月27日发布的《网络预约出租车经营服务管理暂行办法》正式将网约车合法化,对私家车接入网络平台予以规范。这都直接推动了互联网平台技术的应用,也推动了基于互联网平台技术的分享经济的合法化。

六、结论和讨论:技术红利共享推动互联网平台健康发展

得益于数字技术的数字化、开放性等特性,互联网平台能够汇聚更多社会资

源,而在云计算等技术的辅助下,能够进一步实现供需的精准、高效和实时匹配,进而有助于解决供需匹配及其定价等问题。不仅如此,依托于互联网平台的经济形态尤其是分享经济的发展,还有赖于占有权与使用权的成功分离,有赖于所有者能够从其分享行为中获得收益(权)。这在很大程度上又取决于交易成本及其背后的产权安排(Coase,1960)。由于交易成本的存在,不同的权利界定和分配将会带来不同经济效率和社会效益的资源配置结果。另一方面,即使产权界定明确,如果能够实现占有权和使用权的分离,还能进一步提高资源利用率和经济效率,创造更大的社会总产出。在互联网平台兴起之前,尽管也广泛存在分享和租借等类似行为,但由于交易成本高企,这些行为难以跨越较大的地区和群体边界。这一方面是受限于信任问题,另一方面也受限于信息匮乏、信息不对称等因素。互联网平台不仅因汇聚海量信息而得以降低搜寻成本,借助去中介化直接连接生产者和消费者而得以降低交易过程中的协商成本和契约成本等;还通过交易双方或多方的相互点评机制积累、确立了信用体系,更好地解决了可信承诺问题,从而降低了交易成本。在互联网平台,交易成本的降低使得使用权的让渡变得更加有利可图,能够带来更大收益。而且在互联网平台上每个物品的分享、租借都是可识别、可计量且公开透明的,这就进一步明确了让渡使用权所对应的收益权。这有助于吸引更多社会资源尤其是闲置资源进入互联网平台进行交易、分享。

不仅如此,在一般情况下,交易成本中的协调成本和激励成本总是此消彼长:一体化有助于降低协调成本,但却会增加激励成本;市场化能够降低激励成本,但却会增加协调成本,这也决定了组织的规模及其与市场的边界(Coase,1937;威廉姆森,2002)。而在新技术的辅助下,互联网平台能够同时实现市场化的激励效果和一体化的协调效果,从而显著降低交易成本。例如分享经济就是典型,无论是网约车主还是房东,往往都是自负盈亏的独立经营者而非雇员,但互联网平台又能够像调配组织内部资源一样对其进行统一协调,实现更优的供需匹配。互联网平台能够在不增加激励成本的情况下实现组织内部般的统一协调,这就意味着从经济角度来说,互联网平台公司的规模边界能够比传统公司大很多,甚至近乎无限大,直至受到国家权力的限制。互联网平台公司近年来的高速发展也的确印证了这种理论可能性,它们已经成长为全球市值最大的公司群。前面所提到的优步、滴滴和爱彼迎等分享经济龙头企业都经历了高速发展,在几年内就达到了绝大多数传统企业所难以企及的规模。苹果、亚马逊、微软、谷歌、脸谱、阿里巴巴、腾讯等互联网平台型公司更是快速成长为全球最大型公司,均

进入2019年度全球市值最大的前十名。在互联网平台等数字技术的加持下,平台作为一种新的组织形态迅速崛起,它介乎市场和组织之间,模糊着组织和市场的边界。不仅如此,新技术还推动着整个社会的平台化。

互联网平台显著提高了经济效率,为分享经济、网购等诸多依托互联网平台的经济形态的发展奠定了经济基础。但经济效率远不是分享经济成功的充分条件。新技术尽管常常能提高资源利用率,提高生产效率,甚至还能够更好地满足民众需求,但如果新技术在提高效率、增加财富的同时未能弥补利益相关群体的损失,则几乎不可避免地会遭致抵制,甚至因此而失败。与之相反,如果能够弥补利益相关群体的损失,甚至能够在利益相关群体中实现普惠,新技术就能够为自己奠定更加坚实、广泛的社会基础。

基于互联网平台技术的分享经济的诞生与发展亦是如此。如前所述,分享经济在经济层面具有显著优势,但其发展过程中一直面临来自利益相关群体、社会和制度层面的种种阻碍甚至禁令。以网约车、房屋共享等为代表的分享经济充分利用互联网平台的技术特性,通过降低技术红利共享的门槛扩大了受益群体面,通过更快速有效地匹配供需、促成共享增进了社会福利。而滴滴等通过技术应用方式的创新更是将既得利益群体纳入其中,减轻了对既得利益群体的损害,使得更多群体能够分享技术进步所创造的红利,进而为新技术应用奠定了更广泛的社会基础,拓展了自身的生存与发展空间。

分享经济及其所依托的互联网平台尽管体量庞大、影响深远,但从长远来看,也只是数字技术革命的序曲而已。一方面,在当前新一轮技术革命大背景下,无论是国家竞争力还是社会进步都越来越有赖于技术创新,各国政府也纷纷出台相应的激励政策,争夺技术创新的制高点。中国政府在鼓励技术创新上更是不遗余力,将其上升到国家战略层面,并在一些领域已经取得了国际领先优势。另一方面,新技术的应用则常被淹没在技术创新的光环背后,甚至被视为技术创新的必然延续和结果而被忽视。以互联网平台为基础的分享经济的发展历程再次提醒我们,经济效率更高、安全保障更强的新技术的成功应用也同样有赖于技术红利共享。因此,为了保障和加速新技术的成功应用,让新技术能够更快更好地服务于国家创新战略、服务于社会发展目标、服务于人民群众美好生活需要,就有必要在技术应用过程中构建技术红利的共享机制。

从长远来看,随着各类新技术的发展,尤其是机器人、人工智能的极大发展,人类终将有可能会迈入一个物品充裕的时代。乐观派甚至认为,未来“极高的生产力会将万事万物连接到一个全球性的网络中,人类向商品和服务近乎免费的

时代加速迈进”(里夫金,2017:18)。但互联网平台的发展已再次向我们揭示,即使是以互联网平台为代表的数字技术,即使是在物品和服务充裕的时代,红利共享^①也不是能够自动实现的。更何况,借助红利共享的互联网平台在获得较大成功甚至获得垄断地位后,是否会削弱技术红利共享程度、是否能够坚持技术红利共享原则也是存疑的。2021年2月7日,国务院反垄断委员会印发的《关于平台经济领域的反垄断指南》中着重指出的“二选一”“差别待遇”等损害用户权益的平台行为就是一种警示。由此可见,技术及其应用方式深刻影响着互联网平台等数字技术的技术红利分配机制,要想实现可持续的技术红利共享,仍需市场、社会、政府等多方的协作努力和科学监督。

参考文献:

- 博茨曼,雷切尔·路·罗杰斯,2015,《共享经济时代:互联网思维下的协同消费商业模式》,唐朝文译,上海:上海交通大学出版社。
- 蔡斯,罗宾,2015,《共享经济:重构未来商业新模式》,王芮译,杭州:浙江人民出版社。
- 曹磊,柴燕菲、沈云云、曹鼎喆,2016,《Uber:开启“共享经济”时代》,北京:机械工业出版社。
- 程维、柳青等,2016,《滴滴:分享经济改变中国》,北京:人民邮电出版社。
- 滴滴媒体研究院、第一财经商业数据中心 CBNDData、无界智库,2016,《中国智能出行 2015 大数据报告》(<https://www.docin.com/p-2148913594.html>)。
- 国家信息中心分享经济研究中心,2017,《中国分享经济发展现状、问题及趋势》,《电子政务》第3期。
- ,2019,《中国共享经济发展年度报告(2019)》(<http://www.sic.gov.cn/archiver/SIC/UpFile/Files/Default/20190301115908284438.pdf>)。
- ,2020,《中国共享经济发展报告(2020)》(<http://www.sic.gov.cn/archiver/SIC/UpFile/Files/Default/20200831152530623864.pptx>)。
- 郝吉思,格雷厄姆,2010,《出租车! 纽约市出租车司机社会史》,王旭等译,北京:商务印书馆。
- 洪旭,2016,《强势攻城:Uber 是如何迅速崛起的》,北京:北京理工大学出版社。
- 侯登华,2017,《共享经济下网络平台的法律地位:以网约车为研究对象》,《政法论坛》第1期。
- 江丞华,2015,《百万元牌照贬值近半:出租车行业内外交困》,《中国企业报》5月26日,第4版。
- 蒋大兴、王首杰,2017,《共享经济的法律规制》,《中国社会科学》第9期。
- 李嘉图,大卫,1962,《政治经济学及赋税原理》,郭大力、王亚南译,北京:商务印书馆。
- 里夫金,杰里米,2017,《零边际成本社会:一个物联网、合作共赢的新经济时代》,赛迪研究院专家组译,北京:中信出版社。
- 罗杰斯,埃弗雷特,2002,《创新的扩散》,辛欣译,北京:中央编译出版社。
- 莫塞德,亚历克斯、尼古拉斯·L. 约翰逊,2017,《平台垄断:主导 21 世纪经济的力量》,杨菲译,北京:机械

① 免费就是共享的一种极致形态。

工业出版社。

帕克,杰奥夫雷 G.、马歇尔 W. 范·埃尔斯泰恩、桑基特·保罗·邱达利,2017,《平台革命:改变世界的商业模式》,志鹏译,北京:机械工业出版社。

萨丹拉彻,阿鲁,2017,《分享经济的爆发》,周恂译,上海:文汇出版社。

斯特凡尼,亚历克斯,2016,《共享经济商业模式:重新定义商业的未来》,郝娟娟、杨源、张敏译,北京:中国人民大学出版社。

王克勤,2002,《北京出租车业垄断黑幕》,《中国经济时报》12月6日。

王宁,2017,《分享经济研究中的社会学分析视角》,《学习与探索》第8期。

威廉姆森,奥利弗,2002,《资本主义经济制度》,段毅才、王伟译,北京:商务印书馆。

徐隽,2018,《最高司法大数据报告:网约车案发率远低于传统出租车》,人民网([http://it. people. com. cn/n1/2018/0920/c1009-30306165.html](http://it.people.com.cn/n1/2018/0920/c1009-30306165.html))。

张茂元,2013,《社会地位、组织能力与技术红利的分配:以近代缫丝女工为例》,《中国社会科学》第7期。

张茂元、邱泽奇,2009,《技术应用为什么失败:以近代长三角和珠三角地区机器缫丝业为例(1860-1936)》,《中国社会科学》第1期。

邹岩,2015,《Uber生死劫:一场互联网思维和现实矛盾的较量》,《IT时代周刊》第5期。

Bardi, Fleura & Giana M. Eckhardt 2012, "Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing." *Journal of Consumer Research* 39 (4).

Belk, Russell 2010, "Sharing." *The Journal of Consumer Research* 36 (5).

Chen, Yu 2009, "Possession and Access: Consumer Desires and Value Perceptions Regarding Contemporary Art Collection and Exhibit Visits." *Journal of Consumer Research* 35 (6).

Coase, Ronald 1937, "The Nature of the Firm." *Economica* 4(16).

——1960, "The Problem of Social Cost." *The Journal of Law & Economics* 3.

Cohen, Boyd & Jan Kietzmann 2014, "Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy." *Organization & Environment* 27(3).

Cramer, Judd & Alan B. Krueger 2016, "Disruptive Change in the Taxi Business: The Case of Uber." *The American Economic Review* 106(5).

Farronato, Chiara & Andrey Fradkin 2018, "The Welfare Effects of Peer Entry in the Accommodation Market: The Case of Airbnb." NBER Working Paper Series No. 24361 (<https://doi.org/10.3386/w24361>).

Felson, Marcus & Joe L. Spaeth 1978, "Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach." *American Behavioral Scientist* 21(4).

Gansky, Lisa 2012, *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*. New York: Portfolio Trade.

Greenwood, Brad N. & Sunil Wattal 2017, "Show Me the Way to Go Home: An Empirical Investigation of Ride-Sharing and Alcohol Related Motor Vehicle Fatalities." *MIS Quarterly* 41(1).

Haeflner, Ross, Brett Johnson & Ellis Jones 2012, "Lifestyle Movements: Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements." *Social Movement Studies* 11(1).

Hall, Jonathan V. & Alan Krueger 2018, "An Analysis of the Labor Market for Uber's Driver-Partners in the United States." *ILR Review* 71.

Hamari, Juho, Mimmi Sjöklint & A. Ukkonen 2016, "The Sharing Economy: Why People Participate in

- Collaborative Consumption.” *Journal of the Association for Information Science & Technology* 67(9).
- Hartl, Barbara, Eva Hofmann & Erich Kirchler 2016, “Do We Need Rules for ‘What’s Mine is Yours?’ Governance in Collaborative Consumption Communities.” *Journal of Business Research* 69(8).
- Laamanen, Mikko, Stefan Wahlen & Mario Campana 2015, “Mobilising Collaborative Consumption Lifestyles: A Comparative Frame Analysis of Time Banking.” *International Journal of Consumer Studies* 39(5).
- Martin, Chris J. & Paul Upham 2016, “Grassroots Social Innovation and the Mobilisation of Values in Collaborative Consumption: A Conceptual Model.” *Journal of Cleaner Production* 134.
- Martin, Chris J., Paul Upham & Leslie Budd 2015, “Commercial Orientation in Grassroots Social Innovation: Insights from the Sharing Economy.” *Ecological Economics* 118.
- Martin, Chris J. 2016, “The Sharing Economy: A Pathway to Sustainability or A Nightmarish Form of Neoliberal Capitalism?” *Ecological Economics* 121.
- Richardson, Lizzie 2015, “Performing the Sharing Economy.” *Geoforum* 67.
- Rodriguez, Joe Fitzgerald 2016, “Yellow Cab to File for Bankruptcy.” Jan. 6. *The San Francisco Examiner* (<https://www.sfexaminer.com/news/yellow-cab-to-file-for-bankruptcy/>).
- Schor, Juliet B., Edward T. Walker, Caroline W. Lee, Paolo Parigi & Karen Cook 2015, “On the Sharing Economy.” *Contexts* 14(1).
- Schumpeter, Joseph Alois 1989, *Essays: On Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism*. New Brunswick, N. J.: Transaction Publishers.
- Widlok, Thomas 2017, *Anthropology and the Economy of Sharing*. London: Routledge.
- Zervas, Georgios, Davide Proserpio & John W. Byers 2017, “The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry.” *Journal of Marketing Research* 54(5).

作者单位:广州大学公共管理学院、南方治理研究院
责任编辑:向静林