

目 次

论文

平台企业的灵活积累机制

——一个合约理论的视角 滕 飞(1)

信息逆差:代码权力膨胀与公众权力让渡 施颖婕(21)

大语言模型能用来给主题模型中的主题编码吗?

——兼论大语言模型在社会科学领域应用的前景
..... 李 代 张博伦 周浥莽(33)

数字时代的科技公司与国家治理

——一个综合性的分析框架 钟瑞雪(60)

新闻大数据视角下测度区域一体化水平的新路径

——以长三角地区为例 李 军 董方杰(84)

解密数字社会中的幸福密码

——不同互联网使用程度下社会信任感和社会公平感对主观幸福感的
影响机制研究 郭媛媛 张 腾(103)

研究报告

- 数字时代安全科技价值报告 …… 陆菲菲 秦 昊 张友红 吕 鹏(133)
- 问题触发的算法模型响应机制探索 …… 许正军 袁 岳(153)

译文

数字健康的社会技术伦理

——生命伦理学进路的批判和延伸

…… 詹姆斯·肖 约瑟夫·多尼娅 著 何 丽 译(166)

书评

数字资本主义和智能技术的当代批判

——评《过度智能》 …… 周银知(186)

访谈

通过人类行动思考机器智能

——专访人类学家露西·萨奇曼 …… 露西·萨奇曼 胡万亨(198)

CONTENTS

THESIS

The Flexible Accumulation Mechanism of Platform Enterprises: A Contract Theory Perspective	Teng Fei(1)
“Information Deficit”: Code Power Inflation and Public Power Cession ...	Shi Yingjie(21)
Can LLM Label Topics from A Topic Model: The Future of LLM in Social Science	Li Dai, Zhang Bolun, Zhou Yimang(33)
Technology Companies and National Governance in the Digital Age: A Comprehensive Analytical Framework	Zhong Ruixue(60)
A New Approach to Measuring Regional Integration from the Perspective of Big Data in News: A Case Study of the Yangtze River Delta Region ...	Li Jun, Dong Fangjie(84)
Decrypting the Happiness Code in the Digital Society: A Study on the Influence Mechanism of Social Trust and Fairness Perception on Subjective Well-Being under Different Internet Usage Levels	Guo Yuanyuan, Zhang Teng(103)

RESEARCH REPORTS

Report on the Value of Security Technology in the Digital Age	Lu Feifei, Qin Hao, Zhang Youhong, Lyu Peng(133)
Exploration of Algorithmic Model Response Mechanisms for Problem Triggering	Xu Zhengjun, Yuan Yue(153)

TRANSLATED TEXT

The Sociotechnical Ethics of Digital Health: A Critique and Extension of Approaches from

Bioethics written by J. Shaw, J. Donia; trans. by He Li(166)

BOOK REVIEW

A Contemporary Critique of Digital Capitalism and Smart Technologies: Review of *Too*

Smart Zhou Yinzhi(186)

INTERVIEW

Thinking Machine Intelligence Through Human Actions: An Interview with Anthropologist

L. Suchman L. Suchman, Hu Wanheng(198)

平台企业的灵活积累机制^{*}

——一个合约理论的视角

滕 飞^{**}

摘要:本文从新制度经济学合约理论的视角解释了平台企业的灵活积累机制,这一机制的运作基础是平台企业与大量外部专业化组织及零工群体建立的不平等合约关系。该机制的运作过程分为两个方面:其一,在不平等的合约关系下,平台企业得以将规模化扩张带来的大部分固定资产成本、人力成本和管理成本转移至外部专业化组织及零工群体,从而实现轻资产化运营;其二,平台企业为规避合约关系中的“委托—代理”风险,会综合运用平台规则、业务考核、大数据和算法等手段对外部专业化组织及零工群体构筑严密的管控体系,并严格规定产品/服务的生产过程和结果。由于合约关系的不完全性和合约关系中剩余控制权的存在,在平台企业的灵活积累机制之外,零工群体也会积极采取各种措施维护自身利益,构建自身主体性。

关键词:平台企业 合约理论 灵活积累 零工群体

近年来,平台企业在全球迅速发展。相关数据显示,2020 年全球市值超 100 亿美元的平台企业数量达 76 家,市值总额为 12.5 万亿美元,市值总额同比增长 57%;中美市值百亿美元以上的平台企业数量合计达 64 家,全球占比 84.2%(中国信息通信研究院,2021)。平台企业之所以具有极强的市场竞争优势并能够快速实现规模化扩张,一个关键原因就在于其生产组织方式和资本积累方式具有低成本投入、低风险承担的特征。本文指出,这种生产组织方式和资本积累方式实质上是一种后福特主义式的灵活积累机制。

这种灵活积累机制得以实现的基础是,平台企业综合运用市场合约、平台规

^{*} 本文系中国社会科学院学科建设“登峰战略”资助计划新兴学科与交叉学科“科技与数字社会”的阶段性研究成果。感谢匿名审稿专家和编辑老师的宝贵修改建议,文责自负。

^{**} 滕飞,中国社会科学院大学社会与民族学院、中国社会科学院大学数字中国研究院。

则、业务考核、大数据和算法等手段,对与之合作的外部专业化组织^①和零工群体实现严密的生产管控,平台企业还将规模化扩张所带来的大部分成本及风险转移至这些外部专业化组织和零工群体中。因此,平台企业在全球高速扩张的同时,所引发的社会后果却是让人喜忧参半的(吕鹏、周旅军、范晓光,2022),我们需要对平台企业的灵活积累机制做出合理分析,从而更好地应对平台可能给社会带来的负面影响。本文从新制度经济学合约理论的视角出发,在理论上解释了这种灵活积累机制的具体运作过程,这一理论解释适用于不同类型的数字平台,如内容平台、电子商务平台、服务性劳动平台^②等。

一、平台企业后福特主义式灵活积累的发展

从工业革命到信息革命,发达国家企业的生产组织方式和资本积累方式经历了从福特主义(Fordism)向“后福特主义”式灵活积累(flexible accumulation)的转变。根据杰索普(B. Jessop)对相关文献的总结,福特主义作为一种典型的产品生产与资本积累模式,在劳动过程(the labor process)、积累机制(the regime of accumulation)、管制模式(modes of regulation)、社会化模式(modes of socialization)四个方面有着鲜明特征:劳动过程是基于泰勒制的专业化技术分工;积累机制是基于大规模生产和大规模消费不断增长的良性循环;管制模式是规范、制度、组织形式、社会网络和行为模式的集合,管制模式维持和指导福特主义的积累机制;社会化模式主要是指福特主义的社会影响,如促进了家庭对大规模标准化生产商品的消费、促进了工业区域的形成等(Jessop, 2005)。

后来,福特主义因为一些因素逐渐退出历史舞台,包括生产效率下降、工人工资上涨、大宗商品国际市场饱和、产能的结构性过剩以及消费者多元化需求的

① 本文提及的“外部专业化组织”是指在组织架构上不隶属于平台企业,但是和平台企业进行专业化分工协作的组织。在各类数字平台的生态圈中,平台企业主要专注于数字平台基础设施的建设、平台治理规则的制定、用户流量的增长,而外部专业化组织则主要协助平台进行专业内容/服务的生产和供给,并进行流量的商业化变现。例如,在直播平台上,MCN 机构/公会就是平台企业的外部专业化组织,它们与平台合作培养主播,并根据平台规则进行专业内容的生产和用户流量的变现。

② 本文提及的“服务性劳动平台”是指那些提供各类服务性劳动的平台,如提供物品收派服务的物流快递平台、提供外卖取送服务的外卖平台、提供用车服务的网约车平台等。

增长、第三世界廉价劳动力的竞争、生产组织的官僚化、新的技术革命与产业发展等。由此,福特主义开始向后福特主义转型(Roobeek, 1987)。

与福特主义相比,后福特主义式的企业在产品生产和资本积累上的典型特征是灵活积累。沃特金斯(P. Watkins)指出,这种灵活积累的灵活性体现在三个方面。首先是生产的灵活性。知识和信息在企业生产环节发挥关键作用,企业将快速收集的信息与一个灵活的生产系统相结合,以便对市场变化做出快速反应;企业逐渐放弃垂直一体化的生产组织方式,选择与外部不同生产单元的专业化合作来减少生产成本,最终形成一个松散的、适应市场快速变化的生产联盟。其次是技术的灵活性。计算机和机器人等信息技术的广泛应用,允许企业将一体化的生产环节分解为许多独立的生产单元,这样还可以有效地管理这些分散的单元;基于信息技术的柔性控制也解放了管理层的双手,并实现了对劳动力更加严密的控制。最后是劳动用工的灵活性。企业普遍采用弹性雇佣策略,兼职工和临时工被公司大量使用。当工作量发生波动时,公司可以随时要求这些非正式员工提供相应的劳动服务,但公司却不用为这些非正式员工承担病假、年假、社会保障等福利开支(Watkins, 1991:13-36)。

灵活的生产组织方式和资本积累方式给企业带来了新的竞争优势,使得企业可以对市场需求变化 and 市场竞争威胁采取快速灵活的反应,也使得企业可以在短期内灵活调整产品数量和样式(Schoenberger, 1988)。在数字经济时代,得益于数字技术的赋能,平台企业进一步发展了后福特主义式的灵活积累,这体现为其灵活的生产组织方式、灵活的劳动用工以及基于此的低成本投入、低风险承担的规模化扩张与资本积累。

在生产组织方面,平台企业同样选择与外部专业化组织合作生产,而非采取垂直一体化的生产方式。但是平台企业与外部专业化组织的关系并非后福特主义式的松散联盟,而是在数字技术赋能下的紧密联盟。这种联盟关系以平台企业为主导,平台企业积极培育各类外部组织帮助其实现各类产品/服务的专业化生产和供给,并将不确定的经营风险和经营成本转移至这些外部组织,还通过市场合约、平台规则、业务考核、大数据和算法等手段对这些外部组织进行严密管控(黄贺铂,2021;叶韦明、金一丹,2021;赵磊、韩玥,2021;翟秀凤,2021;刘亭亭、杨晓兵,2022)。

在劳动用工方面,平台企业仍然采取后福特主义式的灵活用工策略,且在数字技术的加持下对劳动过程的控制更加严密(陈龙,2020a;梁萌,2021)。这些控制手段包括算法控制(陈龙,2020b)、时间控制(李胜蓝、江立华,2020)、游戏化控制(邓智平,2021)、意识形态控制(刘战伟、李媛媛、刘蒙之,2021;刘战伟、刘蒙之、李媛媛,2022)、量化考核控制(徐林枫、张恒宇,2019)等,导致了零工群体出现情感劳动(涂永前、熊赞,2019)、数据劳动(任桐、姚建华,2022)、商品化和工具化(蒋淑媛、黄彬,2020)、职业认同感低(刘蒙之、刘战伟,2021)等劳动异化现象。

二、合约理论视角下平台企业灵活积累的运作机制

认识到平台企业灵活积累的发展特征后,我们需要进一步对这种灵活积累的运作机制进行剖析。具体来说:平台如何与各类外部专业化组织以及零工群体形成合作关系?这种合作关系的本质是什么?在这种合作关系下,平台企业何以能够在轻资产、低成本投入、低风险承担的条件下快速实现规模化扩张和资本积累?下面,我们运用新制度经济学合约理论来分析平台企业灵活积累的运作机制。

在合约理论看来,任何交易关系都必须通过某种形式的合约来调解。“委托—代理”关系是合约关系的一种类型,这种关系是指由于市场交易中比较优势和专业化分工的存在,常由代理人代表委托人行事(Hart & Holmström, 1987)。在“委托—代理”关系中,代理人必须从多种可能的行动中选择一个,该行动将影响代理人及其委托人的利益;委托人具有制定支付规则的权利,这一支付规则是在代理人采取行动前,委托人根据对代理人行为的观察和预测制定的。因为信息和知识不对称、目标和利益不一致,“委托—代理”关系中又常发生道德风险(代理人借事后信息不对称、不确定以及合约的不完全性而采取不利于委托人的行为)和逆向选择(代理人利用事前信息不对称所进行的不利于委托人的决策选择)(Arrow, 1984)。

平台企业实质上是一个基于多边合约关系的网络化组织。平台企业的运营模式与传统企业的不同之处在于:平台企业是价值的整合者、多边群体的连接

者,平台商业模式的根基来自多边群体的互补需求所激发的网络效应(陈威如、余卓轩,2013:82),具体来说,其中一类群体参与市场交易所获得的收益会受其他几类群体数量或质量的影响,平台上的消费者增多会吸引更多的生产者加入以获取更多商机;反之,更多的生产者加入以及服务或商品的多样化会吸引更多的消费者加入(帕克、埃尔斯泰恩、邱达利,2017:29—31)。在网络效应驱动下,平台方对数据进行搜集、归类、分析、计算与预测等,使之服务于更为高效、精准的资源配置与信息传递,同时使数据要素反哺平台发展,进一步建设、维护和改进数字平台的规则和基础设施,以吸引更多用户(王勇、戎珂,2018:2—3;张雪娇、肖潇,2021)。

但是,平台用户规模突破临界点是网络效应形成正反馈的前提。当用户规模没有达到临界点时,市场会逐渐萎缩甚至为零;但只要用户规模超过临界点,便会激活正反馈机制,正反馈又会产生消费者的转移成本和锁定效应,产生赢家通吃的市场现象(傅瑜,2013:10)。一般来说,平台用户规模越大,平台在基础设施建设、人力、物力上的投入也会越大。因此,在扩大用户规模的同时控制平台建设成本,是所有平台在扩张时必须解决的问题。

平台一般通过与外部专业化组织、零工群体建立不平等的合约关系来转移规模化扩张带来的成本与风险,并实现轻资产运营的目的。从生产资料的占有和使用来看,平台通过与大量的平台用户建立合约关系,实现对平台用户生产资料的整合,这大大降低了平台在扩张中的不确定风险和成本投入。平台掌握着流量、大数据、匹配技术等优势生产资料,并具有对生产资料的集中与整合优势,这使得平台用户不得不依附于平台并共享自身生产资料的使用权(邵占鹏,2022)。在平台用工方面,数字平台上的劳动力供给一般采取“平台+组织+个人”的三角式用工模式,平台通过人力资源外包来实现低成本、低风险的灵活用工(王茜,2020;Kuhn & Maleki, 2017)。因此,平台企业通过与大量外部主体建立不平等的合约关系,使得其固定资产成本、人力成本、管理成本^①等成本投入比传统企业少得多,平台得以在轻资产、低成本投入、低风险承担的条件下快速

^① 在新制度经济学看来,管理成本包括两个方面:一是设立、维持或改变组织设计的费用,即管理制度交易费用,这种费用与一系列活动有关;二是组织运行的费用,即管理制度交易费用给定下具体管理交易的费用(袁庆明,2021:44)。

实现规模化扩张和资本积累。

但是,合约关系也不可避免地具有“委托—代理”关系的各种风险(如前所述的逆向选择、道德风险等)。为了规避“委托—代理”关系中的风险,平台企业会综合运用平台规则、业务考核、大数据和算法等手段对外部专业化组织及零工群体进行管控。

以网约车平台为例,平台选择通过市场方式将数字技术无法完成的非标准化司机管理职能交由租赁公司完成,这既能直接减少用工成本,又能降低司机招募和管理过程中的交易成本(如搜寻成本、协调成本等),还能阻断因直接管理司机而被认定为雇佣关系的法律风险和用工成本;再通过控制和激励手段(包括行为规则、绩效考核和奖惩、培训以及数字技术等)对“委托—代理”关系下可能产生的逆向选择、道德风险进行规避,最终构筑了由“平台企业—租赁公司—队长—网约车司机”组成的层级管理结构(赵磊、韩玥,2021)。

再以家政平台为例,平台为家政工提供市场需求信息,其与劳动者是一种弱契约关系,但平台在实际运营中却借助平台规则及消费者评价对劳动者实施与权利关系不对等的强控制,平台企业构建了强控制弱契约的用工模式(梁萌,2017)。在直播平台上,平台通过专职运营人员以“返点政策”来控制直播公会的日常运营,并借助算法技术对直播公会的日常运营进行流量奖励或处罚;而直播公会则会将平台的控制压力转移给主播,通过薪酬激励、流量扶持、合约限定以及情感支持等方式来加强对主播内容生产的控制(刘倩,2023)。

在劳动过程理论看来,企业对劳动者的控制与劳动者的反抗一直是相伴而行的(孙兆阳,2013)。而在新制度经济学看来,劳动者的反抗或者自由行动空间是由合约关系中的剩余控制权带来的。合约关系的不完全性,必然导致“委托—代理”关系中代理角色拥有剩余控制权(Hart, 2017)。剩余控制权是指那种事前没有在合约中明确界定如何使用的权利,即资产所有者可以按任何不与先前的合同、习惯或法律相违背的方式决定资产用法的权利(傅绍文、邓秋云,2004)。

因此,无论是从劳动过程理论来看,还是从新制度经济学的合约理论来看,平台上作为代理角色的零工群体都是具有一定剩余控制权和自由行动空间的。尽管平台企业借助市场合约、平台规则、业务考核、大数据和算法实现了控制手

段的升级,但仍然无法对劳动者所处劳动场景中的变化进行完全预测和控制,劳动者会充分调动自主性为自己争取更多的自由行动空间(张杨波,2020;付培琪,2021),平台对劳动过程的控制和劳动者拥有工作自主权是并存的(吴清军、李贞,2018)。因此,处于代理角色的外部专业化组织及零工群体会在有限的空间内与平台展开博弈以争取自身利益。为了更直观地理解平台企业灵活积累的上述运作机制,我们将上述逻辑用图 1 来展示。

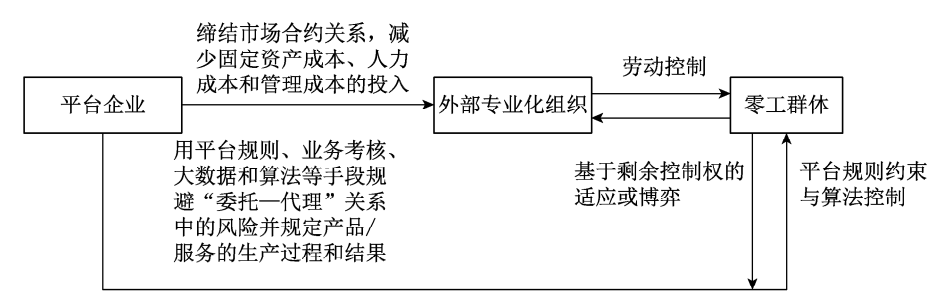


图 1 合约理论视角下平台企业灵活积累的运作机制

三、典型平台企业的灵活积累

在内容平台、电子商务平台以及各类服务性劳动平台上,平台企业灵活积累的运作机制皆有体现。无论平台对用户的主要供给品是内容、商品还是服务性劳动,平台首先都会积极培育、扶持各类外部专业化组织,与之建立不平等的市场合约关系,并将平台规模化扩张所带来的大部分固定资产成本、人力成本、管理成本负担转移至这些外部专业化组织,平台得以在轻资产、低风险的条件下实现规模化扩张与资本积累。此外,平台广泛运用平台规则、业务考核、大数据和算法等手段对外部专业化组织的运营实践进行管控,并要求这些外部专业化组织按照平台要求对零工群体的劳动过程进行管控。同时,平台还通过平台规则和算法对零工群体的劳动过程实施隐蔽的监视和管控。

(一) 内容平台

以抖音、快手为代表的内容平台,积极培育 MCN 机构/公会等外部专业化

组织来帮助平台实现内容生产的专业化并协助平台对零工群体实施生产规训,“平台+MCN 机构/公会+零工群体”的多级内容生产和管控体系得以建立。以内容平台中的直播业务为例。首先,直播公会作为重要的再中介者,通过规范化管理和专业化培养主播、深耕直播细分市场并利用平台界面创生娱乐新业态,起到了降低平台成本、增加平台收益的重要作用(刘亭亭、杨晓兵,2022)。其次,公会还起到了最为关键的生产组织和劳动协调作用。公会里的经纪人和运营人员通过对内的生产组织(招募、培训和管理)和对外的可见性管理(运营、导流和打榜),向平台提供一定数量和质量的内容,帮助平台实现专业化、职业化、商品化的直播产业塑造(叶韦明、金一丹,2021)。

由于资源、信息和权力地位的不对等,MCN 机构/公会的日常运营是在平台的严密管控下进行的。平台在商业议价、政策制定与审查、控制内容制作方向等方面具备绝对权力,平台建构的加速时间秩序已经深度影响了 MCN 机构/公会的运作模式和行业实践(黄贺铂,2021)。在平台的创新机制下,MCN 机构/公会常常被动跟随平台进行规则变换和战略调整。借助算法技术和资本运作,平台能够迅速建立并推广 MCN 机构/公会的变现机制,现有机制的盈利效率一旦下降,平台就可以通过算法技术和资本运作迅速废弃现有机制并建立新的机制(翟秀凤,2021)。

此外,平台还借助 MCN 机构/公会这些专业化组织实现内容生产所需的弹性化劳动力供给,作为劳动后备军的零工群体处于极不稳定的状态中。在各类内容平台中,作为职业化内容生产者的网红圈层呈现金字塔的结构,头部网红获得平台的流量倾斜和主要孵化资源,尾部网红则面临商业模式不匹配、人设崩塌、上升空间狭窄等问题(蒋文妍,2020),大部分网红群体存在身份焦虑和社会认同感缺失等问题(常珂臻,2018)。在平台和资本的裹挟下,内容生产者逐渐陷入对内容生产量的追求,并自我固化了其内容输出的模式,这导致其陷入有增长而无发展的内卷化困境(牛天,2022)。

(二) 电子商务平台

与内容平台的“平台+MCN 机构/公会+零工群体”多级内容生产和管控体系类似,电子商务平台(以下简称“电商平台”)形成了“平台+中小企业/工厂+

灵工群体”的商品生产和供给模式。近年来,用户直连制造(customer to manufacture, C2M)作为消费互联网和产业互联网融合的新型生产制造模式开始兴起。在该模式下,电商平台或直播机构基于用户需求的实时反馈或大数据分析来规划上游生产活动,以需定产逐渐取代以供定产的业务分包模式,上游厂商的生产制造模式和劳动关系在消费者需求的驱动下得到重塑。

虽然 C2M 模式降低了商品流通领域的成本并使得商品更加符合消费者需求(刘晓丽、王志勇,2020),但是由于消费者需求的不确定性,电商平台的上游厂商、生产作坊和劳动者实际上承担着灵活多变的订单式生产带来的风险与成本,这是电商平台利用市场合约关系转移生产不确定性的典型表现。以服装行业为例,为了满足电商平台在生产方面提出的低加工费、小批量、多品种、快返单的要求,产业链上形成了“大工厂+小工厂+作坊”的柔性化协作模式,劳动关系呈现出“正规+非正规+极致的灵活”多种形式,这是一种平台占主导地位的新型柔性生产组织方式(范璐璐、黄岩,2021)。

此外,就平台与各类网商的关系而言,表面上平台通过提供线上渠道与网络零售商、商品生产商形成平等的市场合约关系,但平台掌握着流量、大数据、匹配技术等优势生产资料,因此具有多种生产资料的集中与整合优势;网商与其生产商品、运营网店的生产资料不得不依附于平台,尤其是依附于处于寡头或垄断位置的大型平台(邵占鹏,2022)。为了保证平台的声誉以及稳定的商品供给,平台对网商群体实施严密管控。作为线上交易平台的电商平台兼具市场属性,因此也具有信息不对称、机会主义、逆向选择和道德风险等市场失灵现象,平台运营主体则通过制定市场规则,采取信号显示机制、声誉机制、质保机制和第三方介入机制来确保平台交易的健康有序(汪旭晖、张其林,2017)。平台型电商企业与平台卖家建立了介于科层制与市场制间的中间型关系,平台型电商企业在社会大市场下自主设计平台小市场,规范平台卖家行为,引导平台卖家成长(汪旭晖、张其林,2016)。

(三) 服务性劳动平台

内容平台提供各类在线内容的生产与供给服务,电商平台提供商品交易服务,本文所指的各类服务性劳动平台(如物流快递平台、外卖平台、网约车平台)

则提供灵活的服务性劳动(如物品收派、外卖取送、用车服务)。服务性劳动平台所处行业为劳动密集型行业,平台为了减少规模化扩张所带来的固定资产投入、人力成本以及管理成本,积极与各类外部专业化组织建立不平等的合约关系,并通过平台规则、业务考核、大数据和算法等手段对这些外部组织及零工群体进行严密控制。

与电商业发展联系紧密的物流快递平台采取加盟模式快速扩张,其组织形态呈现出以总部为核心、以加盟商为延伸的网状结构,灵活专业的组织间关系为总部带来了极大的好处:在组织管理方面,在电子面单和菜鸟指数评价体系等数字技术的支撑下,总部得以对快递实现全链路的品质管理,降低了因组织规模过大而带来的管理成本;在成本转移方面,加盟商为总部节省了网点、仓储等固定资产以及人力成本,加盟费却给总部带来了巨大的外部融资收入,总部还对加盟商执行绩效考核和淘汰制度来保障加盟商的运营质量;在应对市场变化带来的风险方面,加盟商享有的部分柔性定价权解决了总部中心定价难的问题,加盟商内部的熟人式管理和自负盈亏模式也保证了高强度、高弹性的劳动供给(沈晓峰、袁钉,2020)。

与物流快递平台类似,以某网约车平台为例,该平台凭借垄断地位在企业外部构建了一个由多市场主体组成的、层级化的科层控制体系,平台先在企业外部设置岗位并通过合作方式组织服务的供给,通过合约规则确保网约车司机和租赁公司行为的可预见性,通过数字技术和租赁公司承担司机管理职能并执行平台规则(赵磊、韩玥,2021)。再以某外卖平台为例,该平台通过建立大规模网络化的配送站点来保证充足而灵活的劳动力供给,平台会对外卖配送站点实施量化考核以及末位淘汰制,以督促站点对骑手的劳动过程进行量化管理(赖祐萱,2020)。

此外,为了降低劳动力成本,外卖平台还与第三方用工机构(third-party staff agencies, TSAs)合作,将劳动力招聘和管理外包给 TSAs。TSAs 负责管理某些地区的骑手并采取自上而下的等级式管理,这个等级式管理体系由管理中心、区域、商圈、站点和小组组成;TSAs 还协助平台在线上实时进行劳动管理活动,包括背景和健康检查、在线培训、信息传播和管理会议等。在 TSAs 的帮助下,外卖平台实现了业务的低成本、规模化扩张(Sun, Chen & Rani, 2023)。在不同的

外卖平台中,平台企业会综合借助加盟承包商、灵活用工服务商、保险公司等外部组织实现外包式用工(李强、徐兴荣、刘凤杰,2022)。

除了借助各类外部专业化组织对劳动者进行管控外,平台更多地借助平台规则、大数据和算法对劳动者的任务分配、劳动过程、绩效考核和成果分配实施隐蔽化、精细化的管控。算法控制是在线劳动力平台运营的核心(Wood, Graham & Lehdonvirta et al., 2019),平台基于平台数据的算法自动管理与用户评分和评价机制,实现对劳动者低成本、高效率的监督管理,并通过引导劳动者提高劳动强度来促进自身的资本积累(谢富胜、吴越,2019)。这充分解决了平台因规模庞大而导致的管理难题,大数据和算法作为“无形的手”在进行管理。

具体来说,平台首先建立起一套量化的、算法驱动的劳动收入体系。以某外卖平台为例,该平台将接单量、超时率、差评率、投诉率作为站点及骑手的关键绩效考核指标:跑的单越多,准时率越高,顾客评价越好,骑手获得的积分便会越高;积分越高,等级就越高,奖励收入也会更多(赖祐萱,2020)。因此,平台通过制定差序格局和游戏化的管理方式,使得劳动者陷入一种自我剥削的循环(孙萍,2019),并将平台与劳动者之间的冲突转化为劳动者之间的游戏化竞争(杨善奇、刘岩,2021)。此外,平台通过消费评价机制发动平台用户对劳动者服务质量和劳动过程进行监控,劳动者在劳动过程中受到来自企业和用户的双重监管,管理控制程度被大大加强(梁萌,2017)。通过消费评价机制,平台与劳动者之间的冲突转化为劳动者与消费者之间的冲突(王蔚,2021)。

平台还通过算法的动态定价来调动劳动力的动态供给。平台作为一个多边市场,不仅需要考虑向一类顾客收取的价格水平,还需要考虑向另外一类顾客收取的价格水平,以及两类顾客价格水平的相对变化对平台交易规模的影响(王勇、邓涵中,2017)。各类零工平台通过动态定价的方式,实时调节顾客需求和劳动力供给,以有效保证整个系统的稳定性与用户的良好体验(刘善仕、裴嘉良、葛淳棉等,2022;陈龙、韩玥,2020)。在平台算法的管理下,平台上的零工劳动者成了平台和算法的机械延伸,成了平台和算法所管理的一种招之即来挥之即去的客观要素(谢富胜、吴越,2019)。

(四) 小结

根据已有研究成果,我们发现构建灵活积累机制已经成为平台规模化扩张的必选路径。平台企业与各类外部组织及零工群体建立外包/业务合作的合约关系,有利于平台降低固定资产成本、人力成本和管理成本,也有利于平台根据市场环境变化和平台战略变化及时调整对外部组织及零工群体的要求,而变化和调整带来的不确定风险及成本则由这些外部组织及零工群体承担。同时,平台通过平台规则、业务考核、大数据和算法等手段对外部组织及零工群体进行严密管控,以确保整个平台业务的高质量运营并降低“委托—代理”关系下的各类风险。我们将上述内容用表 1 来进行总结。

表 1 合约关系下典型平台企业的灵活积累

平台类型	合约关系构成的管控体系	合约关系类型	平台企业的灵活积累策略
内容平台	平台+MCN 机构/公会+零工群体	1. 平台与外部专业化组织之间是外包/业务合作关系 2. 外部专业化组织与零工群体之间以劳务关系为主	1. 平台不仅基于合约/平台规则对外部组织的运营进行管控和塑造,还通过绩效考核、末位淘汰等方式督促外部组织按照平台要求组织劳动者进行灵活专业化的生产 2. 平台通过大数据和算法对劳动者的劳动过程实施监测和管理,通过动态定价实现劳动力的动态供给
电子商务平台	平台+工厂/作坊+零工群体		
物流快递平台	平台+加盟商+零工群体		
网约车平台	平台+租赁公司+零工群体		
外卖平台	平台+加盟商/外包公司+零工群体		

四、零工群体基于剩余控制权的自我保护

平台作为一个多边市场,连接着服务/商品的供给方与需求方;在各类平台中,零工群体是各类服务性劳动的供给方。尽管平台通过与零工群体缔结合约关系,对零工群体的劳动过程进行了详细的拆分及标准化要求,并对零工群体的劳动结果有着精细化的规定;但这些合约内容无法穷尽零工群体与客户之间的微观互动,也无法穷尽零工群体所面临的复杂多变的劳动空间与劳动场景。因

此,零工群体享有不同程度的剩余控制权,且会充分发挥主体性进行自我保护。在与平台的互动中,零工群体会积极争取自身利益,并积极应对劳动过程中的不确定性;在与客户的互动中,零工群体主要采取陌生关系熟悉化的策略来为自己争取利益和灵活的劳动空间;在零工群体内部,零工也会积极团结起来并进行自我主体性的建构。

(一) 零工群体与平台、客户的互动

平台的发展与数字技术的完善是一个渐进的过程,平台规则、大数据和算法无法完全覆盖劳动者复杂多变的劳动场景,平台与零工群体之间存在利益博弈。以某网约车平台为例,在平台算法的剥削下,基于地缘关系的民间车队会联合采取一系列抗争策略以争取自身利益(丁未,2021)。以某外卖平台为例,尽管平台的抽象算法与治理技术试图将骑手对象化为规定动作的完成者,接单、取餐、送餐这些规定步骤也在劳动中被明确拆解出来;但是,伴随着劳动空间的扩展以及更多不确定因素进入劳动秩序之中,骑手与管理方之间呈现出越来越多的协作关系,“共谋”应对社会空间的种种挑战(付埏琪,2021)。

平台重塑了传统服务劳动的交易匹配方式。例如,传统的家政服务、中介经纪服务更多是嵌入强人际关系网络中的,交易中体现的是人际关系的发展和运用,交易匹配也是通过多次博弈和协商达成的,经济行为嵌入社会关系的特征明显;但是对于平台上的零工群体,其服务对象在空间上更加广泛和分散,交易匹配也是在“以消费者为中心”的平台规则主导下完成的,因此零工和服务对象的关系是陌生的、精于计算的。在服务关系逐渐陌生化、理性化的背景下,平台上的零工群体会采取“陌生关系熟悉化”的行动策略以争取平台控制之外的自由行动余地。

以物流快递平台为例,面对平台企业严格的管理制度和客户多样化的服务需求,快递员在情感劳动过程中逐渐摸索出多种应对策略。他们能够快速区分客户类型、建立熟人关系并提供差异化的情感劳动,这不仅降低了客户投诉的风险,也缓解了快递员的身心压力(张杨波,2021)。尽管有制度监管及技术创新来控制快递员的具体劳动过程,但是快递员在配送的路上发展出常规路径、例外路径和循环路径三种配送路径,在配送方式、客户关系方面也与不同类型的

客户形成了正式合同、逆向合同、虚化合同、代管合同和托管合同五种模式(张杨波,2020)。快递员通过“熟络”、固定化派送区域、互惠等策略,在社区中将市场化的关系构建成一种拟朋友关系,把陌生人纳入这种关系网络中,从而使自己成为城市社区中“熟悉的陌生人”,最终提高自己在劳动过程中的自主程度(庄家炽,2022)。

再以家政服务平台为例,在中国熟人社会中,拟亲属化关系的建构特征以及基于礼物交换的人情建构使关系兼备情感性和工具性。在这一文化背景下,家政工得以在劳动过程中通过与客户的互动建立起具有真挚性、延续性和独立性的自然情感模式。这是一种互惠互利的工作模式(梁萌、李坤希、冯雪,2022)。在直播平台中,“关系劳动”的现象更加明显。主播根据自己与观众在直播间内外形成的经济关系与亲密关系,践行“标价”“区分”和“界限”三种行动策略(董晨宇、叶蓁,2021)。

(二) 零工群体内部:“团结起来”与主体性建构

尽管数字技术成为平台劳动控制的手段,但数字技术也同时成为零工群体社会团结和自我主体性建构的新工具。网约车平台的司机会基于微信群实现社会联结、形成主体表达并获取社会支持(庄曦、王旭、刘百玉,2019)。货运平台的司机借助新媒体技术的赋权,跨越数字鸿沟,通过微信群联结,使得原子化的个体实现了再组织化;然后通过灵巧的移动协调动员机制,使得集体利益转化为集体行动,建构出情感认同的虚拟团结,进一步衍生出救援、议价等实用团结,最终一种新型团结经济得以建构(刘楠,2021)。从虚拟团结到实用团结的关键,在于线下关系与线上关系的联结。货车司机通过对线上线下社会关系的复刻式整合以及社会性激励机制的建设,使虚拟社群得以克服广泛性易得、行动力难寻、自主性有余、合法性不足等弊端(刘学、任奕飞、刘金龙,2021)。

再以媒介内容类平台为例,在网络文学写手这一类数字零工群体中,平台会对写手采取产量竞赛、创意规训、合约上的权责置换等多重管控。面对平台的严苛管控,写手会调试意识形态来适应这种处境,也会采取个体抗争或社群联结的策略来降低职业发展的不确定性,赢得更多的职业发展机会(张铮、吴福仲,

2020)。在某视频内容平台中,UP主通过内容浏览、视频上传与交流讨论,完成了人际关系的建立、技能和知识的获得。在亚文化社区氛围的感召下,UP主通过文化生产来建立自己的话语体系,在与主流文化的对抗中建构自我主体性与社会认同(孙冬鑫、刘鸣箏,2021)。

五、结论与讨论

当前,平台企业已经成为各个学科的热点研究对象,但是平台企业后福特主义式的灵活积累机制尚未得到充分重视,也缺少理论解释。本文从新制度经济学合约理论的视角解释了平台企业的灵活积累机制。这一灵活积累机制的运作基础是平台企业与大量外部专业化组织及零工群体建立的不平等合约关系。这一灵活积累机制的运作过程分为两个方面:其一,在不平等的合约关系下,平台得以转移规模化扩张所带来的大部分固定资产成本、人力成本和管理成本至外部专业化组织及零工群体,从而实现轻资产化运营;其二,平台为规避合约关系中的“委托—代理”风险,会综合运用平台规则、业务考核、大数据和算法等手段,对外部专业化组织及零工群体构筑严密的管控体系,并严格规定产品/服务的生产过程和结果。当然,由于合约关系的不完全性以及合约关系中剩余控制权的存在,零工群体也会积极采取各种行动策略维护自身利益、构建自身主体性。这一理论解释适用于各类平台(如内容平台、电商平台、各类服务性劳动平台)。

在这一理论解释的基础上,本文也揭示了平台企业市场竞争优势的关键基础之一:平台企业能够在轻资产、低成本投入、低风险承担的条件下快速实现规模化扩张和资本积累,能够随市场环境变化而快速调整商业模式,这些竞争优势是平台企业独特的生产组织方式——灵活积累——机制所带来的。

当然,本文的分析主要建立在现有研究和日常观察的基础上,对平台企业灵活积累机制的探讨还缺少基于具体案例的“过程—机制”分析,这是未来需要努力的方向。此外,一些问题有待进一步研究和讨论:平台企业践行灵活积累机制的发生过程是怎样的?这一机制在不同的数字平台上又有怎样的差异?导致差异的原因是什么?在这一机制的形成过程中,平台与各类外部专

业化组织及零工群体间的互动博弈过程是怎样的？合约关系是如何达成和变迁的？等等。

参考文献

- 常珂臻,2018,《网络主播的职业身份认同研究》,广州大学硕士学位论文。
- 陈龙,2020a,《“数字控制”下的劳动秩序——外卖骑手的劳动控制研究》,《社会学研究》第6期。
- 陈龙,2020b,《游戏、权力分配与技术:平台企业管理策略研究——以某外卖平台的骑手管理为例》,《中国人力资源开发》第4期。
- 陈龙、韩玥,2020,《责任自治与数字泰勒主义:外卖平台资本的双重管理策略研究》,《清华社会学评论》第2期。
- 陈威如、余卓轩,2013,《平台战略:正在席卷全球的商业模式革命》,北京:中信出版社。
- 邓智平,2021,《“接单游戏”与平台经济中的劳动实践——以外卖骑手为例》,《求索》第3期。
- 丁未,2021,《遭遇“平台”:另类数字劳动与新权力装置》,《新闻与传播研究》第10期。
- 董晨宇、叶蓁,2021,《做主播:一项关系劳动的数码民族志》,《国际新闻界》第12期。
- 范璐璐、黄岩,2021,《新型柔性专业化——以平台为中心的服装业生产组织与劳动关系》,《学术研究》第5期。
- 付增琪,2021,《“系统困不住”的外卖骑手——劳动场景视角下的变通与协作关系研究》,《新视野》第6期。
- 傅绍文、邓秋云,2004,《剩余控制权理论综述》,《经济学动态》第11期。
- 傅瑜,2013,《中国互联网平台企业竞争策略与市场结构研究》,暨南大学博士学位论文。
- 黄贺铂,2021,《他者的透视:MCN机构与直播平台的想象可供性及反思》,《国际新闻界》第12期。
- 蒋淑媛、黄彬,2020,《当“文艺青年”成为“数字劳工”:对网络作家异化劳动的反思》,《中国青年研究》第12期。
- 蒋文妍,2020,《网红成名的想象——网红养成机制的现有模式及困境调研》,南京大学硕士学位论文。
- 赖祐萱,2020,《外卖骑手,困在系统里》, <https://mp.weixin.qq.com/s/Mes1RqIOdp48CMw4pXTwXw>。
- 李强、徐兴荣、刘凤杰,2022,《网约配送平台外包式用工关系及其形成:基于平台企业策略选择的视角》,《社会发展研究》第4期。

- 李胜蓝、江立华,2020,《新型劳动时间控制与虚假自由——外卖骑手的劳动过程研究》,《社会学研究》第6期。
- 梁萌,2017,《强控制与弱契约:互联网技术影响下的家政业用工模式研究》,《妇女研究论丛》第5期。
- 梁萌,2021,《买卖不成仁义在:互联网技术影响下平台家政小时工的社会网络变迁》,《新闻与传播研究》第S1期。
- 梁萌、李坤希、冯雪,2022,《资本之矛与劳工之盾——我国家政工情感劳动的本土化模式研究》,《社会学研究》第2期。
- 刘蒙之、刘战伟,2021,《边缘与游离:非虚构写作者的职业身份认同研究》,《媒介批评》第1期。
- 刘楠,2021,《从“虚拟团结”到“实用团结”:基于卡协青年司机微信群组织的研究》,《中国青年研究》第1期。
- 刘倩,2023,《“平台—中间商—劳动者”视角下直播公会劳动实践研究》,《中国青年研究》第11期。
- 刘善仕、裴嘉良、葛淳棉等,2022,《在线劳动平台算法管理:理论探索与研究展望》,《管理世界》第2期。
- 刘亭亭、杨晓兵,2022,《平台“再中介者”与主播“孵化器”:网络直播公会的日常实践研究》,《中国青年研究》第4期。
- 刘晓丽、王志勇,2020,《C2M电商平台价值共创过程及升级演化机制分析》,《财会月刊》第22期。
- 刘学、任奕飞、刘金龙,2021,《虚拟社群何以组织化?——以卡友驿站平台为例》,《新闻与传播研究》第S1期。
- 刘战伟、李媛媛、刘蒙之,2021,《平台化、数字灵工与短视频创意劳动者:一项劳动控制研究》,《新闻与传播研究》第7期。
- 刘战伟、刘蒙之、李媛媛,2022,《从“赶稿游戏”到“老板游戏”:互联网平台中自由撰稿人的劳动控制》,《新闻与传播研究》第1期。
- 吕鹏、周旅军、范晓光,2022,《平台治理场域与社会学参与》,《社会学研究》第3期。
- 牛天,2022,《数字灵工的内卷化困境及其逻辑》,《中国青年研究》第3期。
- 帕克、埃尔斯泰恩、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。
- 任桐、姚建华,2022,《平台经济中的“数据劳动”:现状、困境与行动策略——一项基于电竞主

- 播的探索性研究》,《国际新闻界》第1期。
- 邵占鹏,2022,《网络零售平台经济中的生产资料所有制》,《开放时代》第2期。
- 沈晓峰、袁钊,2020,《快递行业前瞻:加盟制如何破局》, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1686314915688168870&wfr=spider&for=pc>。
- 孙冬鑫、刘鸣筝,2021,《大众文化视角下数字劳动的主体性解读——基于哔哩哔哩弹幕网UP主的劳动过程分析》,《劳动哲学研究》第2期。
- 孙萍,2019,《“算法逻辑”下的数字劳动:一项对平台经济下外卖送餐员的研究》,《思想战线》第6期。
- 孙兆阳,2013,《劳动控制与抵抗:西方劳动过程理论评述与启示》,《中国人力资源开发》第15期。
- 涂永前、熊赟,2019,《情感制造:泛娱乐直播中女主播的劳动过程研究》,《青年研究》第4期。
- 汪旭晖、张其林,2016,《平台型电商企业的温室管理模式研究——基于阿里巴巴集团旗下平台型网络市场的案例》,《中国工业经济》第11期。
- 汪旭晖、张其林,2017,《平台型网络市场中的“柠檬问题”形成机理与治理机制——基于阿里巴巴的案例研究》,《中国软科学》第10期。
- 王茜,2020,《平台三角用工的劳动关系认定及责任承担》,《法学》第12期。
- 王蔚,2021,《数字资本主义劳动过程及其情绪剥削》,《经济学家》第2期。
- 王勇、邓涵中,2017,《论企业的交易属性》,《经济学家》第2期。
- 王勇、戎珂,2018,《平台治理:在线市场的设计、运营与监管》,北京:中信出版社。
- 吴清军、李贞,2018,《分享经济下的劳动控制与工作自主性——关于网约车司机工作的混合研究》,《社会学研究》第4期。
- 谢富胜、吴越,2019,《零工经济是一种劳资双赢的新型用工关系吗》,《经济学家》第6期。
- 徐林枫、张恒宇,2019,《“人气游戏”:网络直播行业的薪资制度与劳动控制》,《社会》第4期。
- 杨善奇、刘岩,2021,《智能算法控制下的劳动过程研究》,《经济学家》第12期。
- 叶韦明、金一丹,2021,《平台·公会·主播:不确定数字产业中的生产组织》,《国际新闻界》第12期。
- 袁庆明,2021,《新制度经济学教程》第3版,北京:经济管理出版社。
- 翟秀凤,2021,《多频道网络(MCN)机构背后的平台循环创新机制》,《新闻记者》第8期。
- 张雪娇、肖潇,2021,《自由灵活与隐蔽剥削:平台经济劳动关系属性的再思考》,《改革与战略》第11期。
- 张杨波,2020,《服务合同约定软化:一个快递配送模式经验观察——以安湘市速安快递公司

- 桥东点部为例》，《兰州大学学报》（社会科学版）第1期。
- 张杨波，2021，《重绘情感劳动图景：视角转换与路径延伸》，《新视野》第5期。
- 张铮、吴福仲，2020，《创意流水线：网络文学写手的劳动过程与主体策略》，《中国青年研究》第12期。
- 赵磊、韩玥，2021，《跨越企业边界的科层控制——网约车平台的劳动力组织与控制研究》，《社会学研究》第5期。
- 中国信息通信研究院，2021，《平台经济与竞争政策观察（2021年）》，<http://www.100ec.cn/index/detail-6595629.html>。
- 庄家炽，2022，《熟悉的陌生人：快递工人劳动过程研究》，《中国青年研究》第9期。
- 庄曦、王旭、刘百玉，2019，《滴滴司机移动社区中的关系结构及支持研究》，《新闻与传播研究》第6期。
- Arrow, K. 1984, "The Economics of Agency." in J. Pratt & R. Zeckhauser eds., *Principals and Agents: The Structure of Business*, Cambridge, MA.: Harvard University Press.
- Hart, O. & B. Holmström 1987, "The Theory of Contracts." in T. Bewley & T. Bewley eds., *Advances in Econometrics: Fifth World Congress*, Vol. 1, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hart, O. 2017, "Incomplete Contracts and Control." *American Economic Review* 107(7).
- Jessop, B. 2005, "Fordism and Post-Fordism: A Critical Reformulation." in A. Scott & M. Storper eds., *Pathways to Industrialization and Regional Development*, New York: Routledge.
- Kuhn, K. & A. Maleki 2017, "Micro-Entrepreneurs, Dependent Contractors, and Instaselfs: Understanding Online Labor Platform Workforces." *Academy of Management Perspectives* 31(3).
- Roobeek, A. 1987, "The Crisis in Fordism and the Rise of A New Technological Paradigm." *Futures* 19(2).
- Schoenberger, E. 1988, "From Fordism to flexible Accumulation: Technology, Competitive Strategies, and International Location." *Environment & Planning D Society & Space* 6(3).
- Sun, P., J. Chen & U. Rani 2023, "From Flexible Labour to 'Sticky Labour': A Tracking Study of Workers in the Food-Delivery Platform Economy of China." *Work, Employment and Society* 37(2).
- Watkins, P. 1991, *Knowledge and Control in the Flexible Workplace: EAE610 The Changing*

Workplace, Victoria: Deakin University Press.

Wood, A. , M. Graham & V. Lehdonvirta et al. 2019, “Good Gig, Bad Gig: Autonomy and Algorithmic Control in the Global Gig Economy.” *Work, Employment and Society* 33(1).