

DOI:10.16158/j.cnki.51-1312/f.2024.07.010

“共享均利”抑或“垄断套利”:基于平台经济中劳动关系的再研究

——□苏建宁 □冯喜良 □詹婧——

随着平台经济垄断化趋向愈加明显,平台经济中的劳动关系呈现出多元性、复杂性与隐蔽性等特点,特别是随着消费者等新主体的加入,平台经济中的劳动关系形成了多边、多行为主体的交互博弈格局。诸多理论与实践表明,平台企业、劳动者与消费者三个行为主体的交互博弈过程并非是“共享均利”的和谐共生状态,反而是在平台企业的垄断操控下演变成了平台企业单方的“垄断套利”非均衡状态,集中表现为平台企业与劳动者之间的“隐蔽操控—弱势从属”,消费者与劳动者之间的“协同监控—被动服务”,以及平台企业与消费者之间的“精准套利—粘性依存”等特征。本文认为,应从国家规制、工会维权以及舆论引导等多个方面协同发力,多措并举推动平台劳动关系回归至“共享均利”状态,促进各行为主体间和谐共生、协同共赢,才是今后平台经济反垄断的治理方向。

关键词:平台经济;劳动关系;共享均利;垄断套利;主体互动

中图分类号:F246 **文献标识码:**A **文章编号:**1003—5656(2024)07—0099—10

2020年11月10日,国家市场监督管理总局发布了《关于平台经济领域的反垄断指南(征求意见稿)》公告,公告中明确提出要“预防和制止互联网平台经济领域的垄断行为”“维护消费者利益和社会公共利益”^[1]。平台经济在助力经济社会转型发展的同时,也对产生于传统工厂制模式下的劳动关系带来了新的挑战。发轫于平台经济中的新型用工方式,看似具有自由化、灵活化等特征,但其背后往往以牺牲劳动者的工作收入与工作保障为代价^[2]。特别是随着平台经济垄断化趋势愈加明显,平台资本与劳动者之间的“力量天平”进一步失衡^[3]。除此之外,平台经济中的劳动关系还更具复杂性与隐蔽性,主要原因在于消费者作为“第三方”也加入到了传统的劳资博弈过程之中。一方面,消费者在平台企业的算法助力下,成为了监控劳动过程、评价劳动成果的重要参与者,这无形之中进一步加剧了劳动者的“弱势从属”地位。另一方面,消费者自身也被平台企业的“大数据杀熟”“二选一”等算法所控制,致使利益不断受损。北京消费者协会的一项调查显示,超过8成的消费者认为“大数据杀熟”在当下平台经济中非常普遍,且有超过5成的消费者承认自身曾有过被“大数据杀熟”的利益侵害经历^[4]。因此,平台企业、平台劳动者与消费者三主体之间本应“共享均利”的和谐共生状态,在平台企业的垄断化操控下演变成了平台企业单方的“垄断套利”状态。综上,基于平台垄断化发展背景,对包含多行为主体的新型劳动关系进行重新认知与深入分析,正是本文的研究主旨所在。

一、研究对象与文献述评

平台用工是基于互联网平台提供劳务的一般性表述,具体表现为网络配送员、外卖员、代驾或专车

作者简介:苏建宁,首都经济贸易大学劳动经济学院博士研究生;冯喜良,首都经济贸易大学劳动经济学院教授;詹婧,首都经济贸易大学劳动经济学院教授。

司机等职业。当前平台经济发展触角已涉及国计民生的方方面面,平台用工也呈现出多样化、差异化、细分化的趋势。不同平台的工人,同一个平台的不同类型工人,甚至是同一平台、同种类型的工人与平台之间的关系可能都是不相同的^[5]。因此为进一步聚焦研究对象,本文主要针对外卖员、网约车司机两大群体来展开论述。之所以选取这两类人群,一是这两类群体规模庞大,如2023年仅依托美团平台的外卖员群体就达到745万人^[6];二是这两类人员均具有平台用工“下载劳动”的典型特征,都是通过线上与线下的融合、虚拟空间和现实空间的交互来完成劳动过程^[7]。

当前,平台经济正以一种“创新式破坏”的颠覆姿态,推动着对传统经济模式与就业方式的改变^[8]。首先,平台经济在发展过程中逐渐偏离了“共享”轨道,垄断化发展趋向愈加明显。如Rogers基于对平台经济发展的现状分析,认为当前平台企业并未真正践行“共享”理念,其在现实中的举措与共享经济所提倡的平等合作、互利共赢等理念渐行渐远^[9]。在此背景下,平台企业的垄断化发展趋向带来了许多“垄断套利”结果,如从话语权上看,经过激烈竞争后形成垄断型平台企业,在规则制定上将会有更多话语权,而平台劳动者只能默默地被动接受^[3];从劳动控制上看,平台工人面临着更为严密的工作流程、更为严格的时效要求、更为集中的信息控制,平台工人遭受着更为严苛的劳动控制^[7];从利益分配上看,随着平台企业垄断的形成以及市场的饱和,外卖员的收入却呈现出逐渐下滑的趋势^[10]。

除关注到平台经济中“资愈强、劳愈弱”的非均衡特征外,还有一些学者亦关注到了消费者作为行为主体之一,也参与到了平台对劳动者的控制之中。如冯向楠、詹婧等人的研究中指出,消费者会利用手中的投诉权利,对外卖骑手的劳动过程施加影响^[11]。多主体参与互动的特征引发了学者对数字经济、平台经济背景下劳动关系系统重塑的思考,如唐鑑等提出应从理论层面对劳动关系实践的“生态”转向予以积极回应,作为新时代背景下衍生而出的动态平衡复杂系统,劳动关系生态系统应朝着内外部耦合的目标发展^[12]。

综上,平台经济中的劳动关系形态较之传统工厂制下的劳动关系形态,兼具了“不变”与“变”特征。“不变”的是无论平台企业如何强调自身的“共享”属性,其内含的劳资之间矛盾冲突本质并未发生根本变化,相反在平台企业垄断化趋向,这一矛盾愈发加剧了。“变”的是在劳动者实现劳动过程中,新增不同的行为主体——消费者作为平台企业的“同盟军”也加入到了劳动过程监控之中,最终使得平台经济下的劳动关系形成了多边、多行为主体的交互博弈格局。综上,目前虽有一些研究关注到了平台经济劳动关系形态中的新变化,但鲜有研究能够全面系统地讨论各行为主体间的交互博弈过程以及表现形式,并在原因探析的角度上提出相应的对策建议,而这也是本文力求解决的议题所在。

二、平台经济中劳动关系各行为主体交互博弈现状

从上述分析可知,平台经济下的劳动关系形成了多边、多行为主体的交互博弈格局。这其中既有传统劳动关系中的行为主体——平台企业与劳动者两者之间的交互博弈,也有消费者这一新主体加入后的“双重角色”——既扮演了与平台企业一并监控劳动者的“同盟军”角色,又与劳动者共同扮演了利益“受损者”角色。应该看到,随着平台经济垄断化趋向愈加明显,平台劳动关系中各行为主体“三足鼎立”的格局逐渐失衡,集中表现为平台经济中的三行为主体从“共享均利”状态演变成了平台企业单方的“垄断套利”状态。具体看来,三个行为主体中两两的交互关系可从“隐蔽操控——弱势从属”“协同监控——被动服务”“精准套利——粘性依存”三个方面加以概述,如图1所示。

(一)“平台企业——隐蔽操控”与“劳动者——弱势从属”

无论是传统的工厂制还是现代的平台经济,雇员与雇主、企业与劳动者两者之间的关系始终是劳动关系中的主体,理应作为核心加以系统分析。与过往劳动关系中“资强劳弱”不同的是,平台经济中的

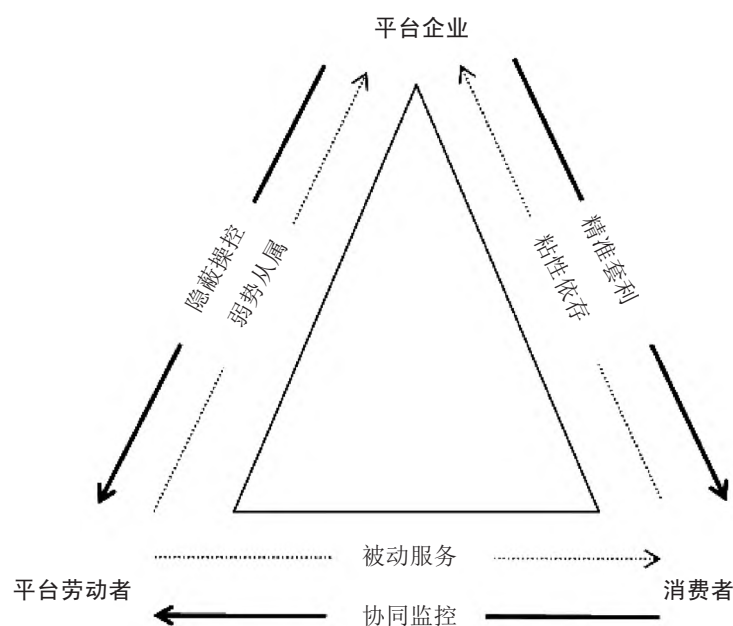


图1 平台劳动关系中各行为主体的交互博弈图

分配,是马克思政治经济学中研究资本与劳动对立的中心议题。与传统劳动关系中企业家通过降低劳动者工资、福利待遇或违规延长工作时间等方式不同,平台对劳动者的利益侵害更多的体现在“劳动定价”上,其往往通过“潜移默化”抽成方式,从劳动者处索取更大的利益收入。本文对某一网约车服务中消费者端与网约车司机端的官方计价规则做了对比分析,结果见表1所示。

表1 某一消费者端与网约车司机端(普通型)计价规则对比

计价标准		乘客端 (元)	司机端 (元)	乘客与司机 标准差额 (平台抽成/元)	平台抽成 占乘客支付比重 (%)	平台抽成 占司机收入比重 (%)
起步价	普通时段	8	5.75	2.25	0.28	0.39
	00:00-09:00	9	6.18	2.82	0.31	0.46
	17:00-19:00	9	6.18	2.82	0.31	0.46
	23:00-00:00	9	6.18	2.82	0.31	0.46
里程费 (分时段)	普通时段	1.4	1.03	0.37	0.26	0.36
	00:00-05:00	2.4	1.7	0.70	0.29	0.41
	05:00-09:00	1.6	1.13	0.47	0.29	0.42
	17:00-19:00	1.53	1.08	0.45	0.29	0.42
	23:00-00:00	2.4	1.7	0.70	0.29	0.41
时长费 (分时段)	普通时段	0.35	0.25	0.10	0.29	0.40
	00:00-09:00	0.65	0.43	0.22	0.34	0.51
	17:00-19:00	0.65	0.43	0.22	0.34	0.51
	23:00-00:00	0.65	0.43	0.22	0.34	0.51
远途费	超过10公里-20公里, 加收远途费	0.44	0.43	0.01	0.02	0.02
	超出20公里后,加收远途费	0.82	0.54	0.28	0.34	0.52
平均占比					0.29	0.42

平台企业与劳动者之间的不对等差距继续拉大,且这一变化过程较之以往更具隐蔽性和复杂性。平台企业的利器——数字控制的最大的特点就是“隐蔽”,它通过收集劳动中的各类数据用于管理,使得传统管控方式走向了隐形化、智能化^[13]。本部分将重点从平台企业的“垄断劳动定价”“严控劳动过程”“掩盖劳动关系”以及劳动者的“弱势从属”四个层面加以分析。

1. 平台企业——垄断劳动定价

目前很多学者将平台通过算法对劳动过程进行虚拟化、隐蔽化控制作为研究重点^[10,13],而一般忽略了平台对劳动定价的控制以及对劳动收益的任意占有。而针对劳动价值的归属与

基于表1的数据分析,从网约车司机视角看,消费者支付的全部车费中有近三分之一是平台的抽成。在不提供车辆、劳动力以及承担其他主要成本损耗与未知风险(车辆磨损、燃料成本、交通违规隐性成本、堵塞与交通意外等)的前提下,平台通过简单的“信息撮合”即可获得29%的抽成收入。这一结果也与其他调研结果类似,如新华网的一次调研中也发现网约车的抽成比例在25%至35%之间^[14]。此外,平台在为劳动者服务定价的过程中,往往是单方垄断决定,事前没有集体协商、事后没有定价说明,直接通过让网约车司机点击“我已同意上述协议(条款)”方式,来达到默认接受的效果。

2. 平台企业——严控劳动过程

马克思提出的劳动过程理论的核心观点是劳动者在让渡劳动力的过程中充满了“不确定性”,资本家为最大化索取剩余价值,就必须采用各种方式方法来降低劳动力的“不确定性”,以达到在有限劳动时间内将劳动力百分之百地转移到产品或服务中去的目标^[13]。同理,平台企业为确保能够向消费者提供稳定、可靠以及高品质的平台服务,就需要一种成本低、效率高、效果好,且异于传统管理方式的管控模式。在此需求驱动下,数字算法顺势成为了各大平台企业用于劳动过程管控的法宝利器。究其本质而言,数字算法仍是通过技术手段降低劳动力“不确定性”的工具手段,平台只是希望借助它促使整个管理服务流程从“非标准化阶段”过渡到“标准化阶段”^[15]。

在整个劳动过程中,算法在平台劳动者的劳动时间计算、路线规划、订单配置和过程监测等方面,发挥了重要的监管作用。随着算法自我校正与迭代升级,其对劳动过程的监管精度不断提高,目前算法已实现了对平台劳动者从内到外,从动作到言语,从空间到时间,从数量到质量的多方面控制。算法有效地扮演了平台企业监管替身角色,让技术实现了对“不确定性”劳动力的全方位管控,确保了劳动价值输出高效化与最大化^[10]。通过回顾马克思劳动过程的经典论述可知,平台企业依托算法对劳动过程施加监管的做法,依旧是传统资本视角下把劳动者看成机器的逻辑使然。在整个劳动过程中,劳动者被看作“用关节、铰链联合组装起来的装置,只发挥杠杆和齿轮作用”^[16]。因此,平台经济的算法技术可视作为一种数字时代的“新泰勒主义”^[2]。除此之外,隐蔽的算法控制还成功转移了劳动者与平台企业之间的矛盾冲突,以至于平台劳动者虽被严苛的算法控制,但其并未将矛盾指向平台企业,而是指向了“非人性化”的算法。

3. 平台企业——掩盖劳动关系

目前,无论是学术界还是实务界对于平台用工的劳动关系判定仍未达成一致共识,形成了“一把标尺测出不同结果”的情况。为何对同一用工形式的判定却引发了广泛争论与分歧?究其原因,主要是囿于我国劳动关系判定与劳动权益刚性捆绑的现实所致。当下的平台用工劳动关系之争只是冰山显露海平面的一角,而由谁来承担劳动者权益保障问题,才是隐埋在“海平面下的巨大冰山主体”。面对如此众多的平台劳动者,虽然平台企业不断从他们身上攫取高额利益,但要让其承担因劳动关系判定而产生的巨大权益保障成本,是平台企业所不能接受的^[2]。以国外的优步为例,若优步承认众多网约车司机为其自有员工,它不得不每年要额外承担8.52亿美元的成本^[17]。在此背景下,为了掩盖真实的劳动关系存在,规避各类社保负担以及防范各类用工风险,平台企业通常采用各类办法来降低劳动者与自身建立劳动关系的可能。其中最为典型的方法是与劳动者签订“非劳动关系”的合作或劳务关系的电子合同,或者以工作时间与工作地点灵活性为由淡化劳动者的从属性,或者是直接将招聘、管理职责放权给第三方合作商等等。在种种操作的干扰下,平台劳动者与平台之间碎片化、真实化的劳动关系被掩盖,劳动者几乎处于毫无保障的“真空”工作环境中,独自承受着各类风险,成为典型的“不稳定无产者”。

4. 劳动者——弱势从属

毫无疑问,面对强势隐蔽的平台企业,数量虽然庞大但博弈能力弱的平台劳动者缺少改变现状的

话语权。这一方面是由平台企业日益强势的垄断地位造成的,另一方面也是由平台劳动者缺乏议价能力、竞争力偏弱等客观条件导致的。当前平台劳动者往往大部分是低学历、低技能,被传统产业所挤压、被正规部门所排异的弱势群体,面对竞争日益激烈的劳动力市场,这些弱势劳动者只能选择低入门门槛、高标准化作业的平台劳动。他们看似在平台经济中的自由选择,实质上往往是基于自身人力资本低下的无奈之举。

此外,平台劳动者之间的“原子化”状态也进一步加剧了平台劳动者的“群体弱化”。哈里·布雷弗曼曾指出“一个阶级如果没有在某种程度上意识到他们拥有共同的问题、利益和前途的话,他们就很难在社会中存在并且易受其他阶级操控”^{[16]32}。与其他传统企业组织方式不同,劳动者在虚拟的平台企业内部是相互独立化、分割化存在的。企业文化和团队氛围、同事关系等原有的组织要素尚未嵌入到平台劳动过程中,甚至在抢单模式、资格晋级等方面的催化下,平台劳动者之间形成了“内卷化”的竞争关系,很难形成一致对外、团结向内的劳动群体。这也最终导致了在面对平台垄断劳动定价、严控劳动过程、掩盖劳动关系等“垄断套利”时,平台劳动者虽数量庞大但却大多选择了沉默接受。平台劳动者对平台的种种不满通常未诉诸于集体维权或协商,而是转化为了默认与更大程度的自我加压,即“不满并未指向资本却指向了再生产”^[18]。

(二)“消费者——协同监控”与“劳动者——被动服务”

在平台经济的新型劳动关系中,消费者与劳动者之间的互助关系被割裂了。面对日益强势垄断的平台企业,平台劳动者与消费者的正当利益正遭受着不同程度的侵蚀。在此背景下,本可以作为利益共同体的劳动者与消费者,却在平台的操控下异化成了相互制约、彼此对抗的群体。

1. 消费者——协同监控

在平台的数字算法中,消费者所掌握的评分系统对劳动者的劳动过程施加着重要影响。因不能对每个劳动者、每单劳动服务、每个劳动过程进行高成本、个性化的监控,平台将对劳动者的评价主动权转移给了消费者,使之凭借自我感知完成对劳动服务的“最终定价”。相关调查显示,有83.27%的平台劳动者表示消费者的评分高低与自己的收入息息相关。若消费者给出投诉或差评,平台会直接采用罚款、降级以及减少派单等方式对劳动者给予惩戒。近50%的平台劳动者表示曾有过因消费者差评而被平台罚款的经历,且每次罚款金额高达50—500元^[7]。在这一过程中,平台成为了规则的制定者,消费者成了规则落实的监督者,劳动者却成为了平台与消费者双重管控下的执行者。平台通过这种隐蔽、巧妙的监管分权,不仅大大降低了运营成本,还成功实现了矛盾冲突的转移,致使消费者可能会因劳动者的服务水平未达标而产生不满,而平台劳动者也会因消费者滥用惩戒权而产生不满,两者由利益的共同体异化成了矛盾的对抗体。在此过程中,消费者不是作为劳动者的利益“共同体”而是作为平台企业的“同盟军”出现的。

2. 劳动者——被动服务

为了让消费者拥有更好的服务体验,平台企业已为劳动者“量身定做”了一套标准化的劳动过程。在实现这一劳动过程中,劳动者在数字算法的控制下几乎已丧失了“自主能动性”,其只需按照指令和步骤按部就班完成即可。但在现实工作场景中,为了能更好地“取悦”消费者,平台往往要求劳动者不仅要高标准完成体力劳动,还要提供高质量的情绪劳动,如微笑服务、祝福礼貌用语、亲情服务等。为实现这一目标,一些平台企业还对劳动者的“微笑”服务做了具体考核要求,如某平台企业曾在全国范围内推广了“微笑行动”,该行动会以随机抽查方式检验外卖员是否一直处于“微笑”的工作状态。如果被系统自动抽中的外卖员不能在规定时间内上传“微笑”工作照,则将会面临300—1000元左右的罚款以及被封号的风险^[19]。

此外,鉴于消费者手中牢牢掌握着劳动者的“最终评价权”,因此赢得消费者的满意就成了劳动者不断追求的目标。即便在服务过程中遭受了消费者的不公正待遇,平台劳动者也会为了避免遭受差评选择了自我忍受。相关调查显示,分别有29.46%、34.33%、33.46%的平台劳动者曾遭受过消费者的恶意下单、辱骂以及中伤。但当被问及遇到恶意投诉时如何处理,有35.83%的劳动者认为没有申诉渠道或即便申诉了也不成功^[7]。上述情况直接导致了“劳动本来是一种主观要素,但由于降到了从属地位,因此成为了企业所指挥生产过程的一种客观要素”^{[16]152}。因此,在平台企业与消费者的协同监控下,平台劳动者承受着比传统劳动关系中更为多重、更为复杂的监管控制。

(三)“平台企业——精准套利”与“消费者——粘性依存”

1. 平台企业——精准套利

平台企业对消费者的精准套利,正是通过“挟数据而令消费”来实现的。一方面可表现为“数据杀熟”,即针对消费者的千人千面特征,提供定制化、差异化的推送服务,以实现单人复利多利。2020年复旦大学课题组通过社会学调查方式,进一步证实了当前平台领域中的“大数据杀熟”问题,如其验证了“苹果税”的存在,即在同等条件下,用“一键呼叫经济型+舒适型”进行订单呼叫,结果显示与非苹果手机用户相比,使用苹果手机的乘客更易被更优质、服务价格更高的车型(如专车、优享等)接单,且这一概率是非苹果手机用户的3倍^[20]。

平台对消费者精准套利的另一重要方面,表现在“数据误导”方面,其主要特征是利用不实信息引导用户“溢价”消费。与“数据杀熟”的单人单价相比,“数据误导”更具普遍性。在各类平台企业服务中,企业往往通过“价格魔术”来实现吸引消费与扩大消费并举的效果。以外卖消费为例,平台会在用户点餐过程中进行隐蔽“注水”,即平台的点餐价格一般要高于线下堂食的价格。且在这一过程中,平台为了更好地吸引用户消费,还会利用折扣、优惠券、到手价等方式形成“价格错觉”,即通过“先提价、再减价”的方式营造某商品降价的错觉,但实际上消费者即使以平台提供的最大优惠购买,也实际支付了比线下堂食更高的成本。

2. 消费者——粘性依存

当前,居于垄断地位的平台企业常常灵活运用“推”“拉”手段,将消费者牢牢吸附在各项营销活动之中。所谓“推”,是指平台企业在“赢者通吃”的垄断地位下,凭借不可比拟的资本实力以及规模优势,构建了难以逾越的市场壁垒与门槛,不仅将众多中小型竞争者推出了竞争舞台,也同时将消费者推入了几乎无法选择的特定市场。所谓“拉”,是指垄断平台企业充分利用互联网、大数据技术,全面掌握着每一个消费者搜索、浏览、问询以及购买等各类数据记录,并通过对这些海量数据的处理分析,轻松实现了为每一消费者“定制画像”,具备了“比消费者更懂消费者”的信息优势。在此基础上,平台企业就能成功地将消费者满意升级为消费者忠诚,将低端消费层次进阶至高端消费水平,为上述的“数据杀熟”提供不可或缺的必要条件。

三、平台企业实现“垄断套利”的原因分析

在平台企业垄断化背景下,平台经济中劳动关系各主体间从“共享均利”状态演变成了平台企业单方“垄断套利”状态。平台企业通过“隐蔽操控”“精准套利”等手段实现了对劳动者与消费者的利益攫取。

(一)平台垄断对劳动者的操控分析

迈克尔·布若威曾指出“企业凭借它在劳动力市场上的强大力量,最终是可以逼迫工人屈服的。只因它可以广泛利用内外部两个劳动力市场来轻易的替换掉工人”^[18]。随着平台企业间的加速整合,不同细分领域中的“独角兽”在劳动力市场中具有绝对的话语权,原本完全竞争的劳动力市场已蜕变成了以

买方为主的垄断性市场。而该垄断市场一旦形成,资本将会以更低的劳动力价格、更少的劳动力供给来实现自身的规模扩张^[21],如图2所示。

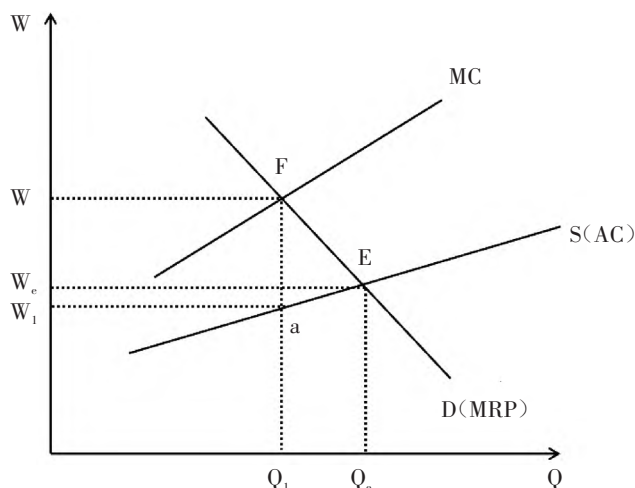


图2 买方垄断的平台劳动力市场分析

在图2中,平台企业作为买方在劳动力市场中居于垄断地位,即1个买家面临N个劳动力卖家。其中,S既是劳动力的供给曲线,也可视为平台企业使用一单位劳动力要素的平均成本(AC)。由于处于买方垄断的劳动力市场中,因此企业的边际成本曲线MC是一条高于AC并向右上方倾斜的曲线(完全竞争市场中MC与AC重合),劳动力的需求曲线D也即企业的MRP。作为买方垄断厂商,只有当 $MRP=MC$ 时,厂商利润才会实现最大化,也即F点为平台企业利润最大化的均衡点。从图2中进一步可看出,基于利润最大化的F点所对应的劳动力供给量为 Q_1 ,价格为 W_1 。无论是 Q_1 还是

W_1 ,其都小于由供给曲线S与需求曲线D形成的均衡点E及其对应的均衡劳动量 Q_c 和均衡劳动价格 W_c 。这也意味着平台垄断厂商可通过更低的劳动力供给价格(W_1)以及更少的劳动量(Q_1)就能够实现自身利润最大化目标。在此背景下,不断降低服务费率或提升配送效率就成了平台企业获取最大化利润的手段方式。正如斯尔尼塞克在《平台资本主义》中论述一样,平台资本主义需要不断地进行技术革新和转变劳动过程,才能获得持续的动力来源。只有不断地提高劳动生产率,才能有效生成平台资本主义的利润^{[17]24}。

此外,规模庞大的平台劳动者“后备军”又进一步加剧了平台劳动力市场的“螺旋恶化”。一方面,他们被平台市场扩张初期的高额补贴以及高调宣传吸引加入。而当劳动力规模一旦满足了需求,平台企业就会通过取消补贴和调低费率的方式,变相降低劳动力的供给价格,让已经进入的劳动者被迫接受;另一方面,其他领域的挤出性就业也为平台劳动力市场提供了大量的“源头活水”。美团在《2023年美团骑手权益保障社会责任报告》中提及,有31.6%的外卖员是因为失业后才选择了配送工作^[6]。新的、大量的劳动力资源的源源不断涌入,进一步推动了劳动供给曲线S向右下方平移至 S' ,进而产生新的需求供给均衡点 E' ,以及新的均衡数量 Q_c' 和均衡价格 W_c' 。同样,因劳动力供给曲线向下平移也形成了厂商实现最大化利润的新交点 a' 以及劳动力价格 W_2 。从图3中可清晰看出,

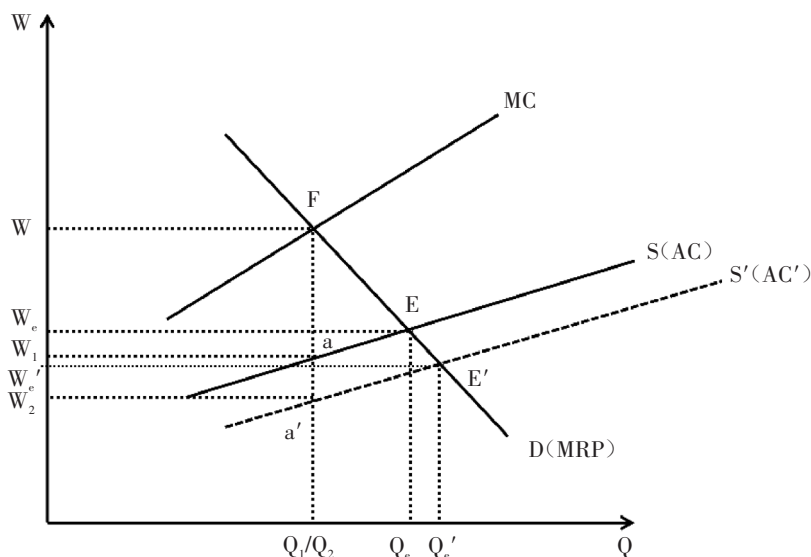


图3 买方垄断下劳动供给曲线平移后劳动力市场分析

平移后反映垄断厂商利润最大化的劳动价格变为 W_2 ,其不仅远低于新均衡价格 W_e' ,而且也显著低于平移前的 W_1 ,这就意味着在劳动力资源持续不断地供给下,处于买方垄断的平台企业为实现利润最大化目标,将会继续降低劳动力价格,致使平台劳动力价格进一步走低,劳动收益不断“螺旋式”受损。

上述情况在实践中也得到了验证,如近期我国多地交管部门发出“慎入网约车行业”的预警提示,在当地网约车服务供大于求的饱和状态下,网约车司机不仅要承受不断走低的订单价格,还要与其他从业者争抢有限的出行需求,在劳动单价与劳动量上双双受损^[22]。

(二)平台垄断对消费者的操控分析

平台经济中各类组织之间的相互竞争,以及其自身特有的规模效应、网络效应,使其具有天然的垄断倾向^[23]。平台企业对巨额利润的索取,依靠的是“数字圈地”与“赢者通吃”两个关键机制,在无偿占有消费者的数据资源前提下,通过纵向一体化与横向一体化策略,逐渐在竞争中赢得垄断地位^[24]。应该说,数据是平台企业的核心生产要素,是平台企业真正的财富来源。从数据这一关键要素入手,既可以找到平台企业得以快速发展的密码,也可以探究平台企业依靠各种手段让消费者变为“产销者”的缘由。

首先,平台经济作为网络经济的新兴代表,其在发展过程中一是要依赖网络规模效应,即所拥有的消费者群体规模越大,其均摊的平均成本就越低;二是要依赖网络外部效应,即自身网络范围越广,平台对于每个消费者的价值就越高。从第一点上看,与传统的其他产业相比,平台企业在扩张过程中不必增加厂房、土地等固定支出,仅需不断增加数据服务器即可,其扩张成本与难度大为降低^{[17]52};从第二点上看,网络规模效应势必带来网络外部效应,即使用某平台的人越多,该平台对其他未进入的消费者吸引力就越大,而使用该平台的人越能在其中得到更大便利。Katz等基于网络经济的这一特性提出了局部静态的均衡寡头垄断模型,该模型较好诠释了网络经济在扩张中,通过信号作用以及消费者预期效应,能够有效降低网络产品的边际成本^[25]。概而言之,推动平台经济扩张发展的关键即为“数据规模”与“数据红利”,由此也进一步呼应解释了为何平台企业在扩张过程中着重采用“数字圈地”策略的原因。

数据资源对于平台如何重要,其从何而来?其实消费者在使用平台服务的过程中,无论其执行的每一项操作多么细小和微不足道,都可作为数据的一部分被算法记录下来^{[17]110},因此消费者是创造数字内容、生成数据资源的“生产者”。此外,消费者在生产数据的过程中,同样也被数据“异化”了,即平台会基于消费者生成的海量数据,利用算法对消费者进行“数据杀熟”来精准套利。在平台算法的操控下,消费者从数据“生产者”异化成了数据的“消费者”,这也是称消费者为数据“产销者”的缘由^[23]。

最后,平台企业在扩张中一旦形成了数据规模与外部红利优势,就将会利用“赢者通吃”策略,保持和继续扩大自身的数据垄断优势,形成对外部消费者开放、对内部消费者绑定的状态,这也是造成前文平台企业与消费者“精准套利——粘性依存”的原因。

四、结论与启示

本文以平台经济中劳动关系再研究为议题,较为系统地分析并讨论了平台企业、劳动者与消费者三个行为主体间的交互博弈关系以及在平台垄断化趋向下,三个行为主体如何从“共享均利”的和谐共生状态演变为平台企业单方的“垄断套利”状态,并在此基础上进一步探究了内在原因。总体看来,平台经济中的劳动关系呈现出多元性、复杂性与隐蔽性等特征。一是随着消费者这一行为主体的加入,有效扩展了传统劳动关系研究范畴,呈现出了多元性;二是随着消费者的加入,使得平台企业与劳动者之间的交互博弈关系更为复杂,劳动者的劳动过程不仅新增了监控主体,平台企业也多了一个利益攫取对象;三是无论是平台企业对劳动者的劳动价格、劳动过程以及劳动关系认定的操控,抑或平台企业对消费者的精准套利、数据杀熟等行为,都具有一定的隐蔽性。上述呈现出的多元性、复杂性与隐蔽性等特

征,亦成为本文开展平台经济劳动关系再研究的起始点与落脚点。

需强调的是,在平台垄断化趋向下,平台劳动关系的三个行为主体已从“共享均利”的和谐共生状态演变成平台企业单方的“垄断套利”状态,这种状态不仅不利于切实维护劳动者和消费者的合法权益,更不利于平台经济的持续健康发展。多措并举推动平台劳动关系回归至“共享均利”状态,促进各行主体间和谐共生、协同共赢,是平台经济反垄断的治理方向。

首先,在不断完善相关法律法规基础上,不断加强政策间的协调性与统一性。目前,国家已出台了预防和制止平台企业垄断化发展的相关政策法规,如开篇所提的《关于平台经济领域的反垄断指南(征求意见稿)》,该指南的出台必然对规制平台经济领域的垄断行为具有重要意义。此外,中央和国家有关部门在推动相关政策法规落地时应加强沟通协调,如可将市场监管部门的反垄断举措与人社部门加强新就业形态劳动者权益保障举措等相互结合,一体为平台经济中劳动关系的非均衡发展提供解决方案,切实提高政府规制的科学性水平。

其次,积极发挥工会、消费者保护协会等组织平台作用,切实维护劳动者和消费者的合法权益。无论是平台劳动者还是普通消费者,都应该学会在强势垄断企业下“抱团取暖”。如针对平台领域中各个行业的用工特点,适时组建“集体平台工会”,切实解决平台劳动者在劳动收入给付、职业安全健康等方面的合法合理诉求,保障其合法权益。同样,对于普通消费者来说,面对平台企业的“数据杀熟”或“虚假宣传”等不正当商业化行为,其要充分利用好消费者保护协会或其他具有影响力的消费者社群组织,敢于发声、善于维权,及时揭露平台的各种不法不当行为,保障自身以及他人的合法利益不被侵害。

最后,从个体角度看,作为平台经济核心主体的劳动者和消费者在充分享有平台就业或消费红利的同时,也应警惕因平台垄断化所带来的各类负面影响,善于利用自身的用脚“投票权”和手中“选择权”,推动平台企业从“垄断套利”回归“共享均利”状态。此外,从社会公共视角看,应加强舆论引导,善用网络公共媒体特别是自媒体手段,对因平台垄断化而产生的劳动者与消费者利益受损行为要及时进行曝光,形成舆论势能推动头部平台企业积极履行社会责任。

参考文献:

- [1]国家市场监督管理总局.市场监管总局关于《关于平台经济领域的反垄断指南(征求意见稿)》[EB/OL].(2021-02-20)[2024-05-20].https://www.samr.gov.cn/jzxts/tzgg/zqyj/art/2023/art_82bbee6bcd8b4a5ab5fa63bf49891173.html.
- [2]杨滨伊,孟 泉.多样选择与灵活的两面性:零工经济研究中的争论与悖论[J].中国人力资源开发,2020,37(3):102-114.
- [3]吴清军,李 贞.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[J].社会学研究,2018,33(4):137-162.
- [4]国家信息中心分享经济研究中心.中国共享经济发展报告(2021年)[EB/OL].(2021-02-19)[2024-05-20].http://datasec.sic.gov.cn/sic/93/552/557/0219/10775_pc.html.
- [5]王天玉.互联网平台用工的合同定性及法律适用[J].法学,2019(10):165-181.
- [6]美团.2023年度美团骑手权益保障社会责任报告[EB/OL].(2024-03-01)[2024-05-20].<https://www.meituan.com/csr/people/couriers-development>.
- [7]郑广怀,刘 杰,范长煜等.“平台工人”与“下载劳动”武汉市快递员和送餐员的群体特征与劳动过程[EB/OL].(2020-03-31)[2024-05-20].https://xianxiao.ssap.com.cn/readfirst/4724/content_id/0/cateid/0.html.
- [8]刘根荣.共享经济:传统经济模式的颠覆者[J].经济学家,2017(5):97-104.
- [9]ROGERS, BRISHEN. Fissuring, data-driven governance, and platform economy labor standards[R]. Temple university legal studies research paper, No.2017:30, 2018.
- [10]孙 萍.“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[J].思想战线,2019,45(6):50-57.

- [11]冯向楠,詹婧.人工智能时代互联网平台劳动过程研究——以平台外卖骑手为例[J].社会发展研究,2019,6(3):61-83.
- [12]唐 镛,张莹莹.数字经济时代劳动关系生态系统的演化与建构[J].学术研究,2024(1):79-88.
- [13]陈 龙.“数字控制”下的劳动秩序——外卖骑手的劳动控制研究[J].社会学研究,2020,35(6):113-135.
- [14]程士华,胡 锐,何曦悦.网约车糊涂账 定价谁说了算——平台服务费抽成谜团追踪[EB/OL].(2021-05-08)[2024-05-20].http://www.xinhuanet.com/fortune/2021-05/08/c_1127423006.htm.
- [15]李胜蓝,江立华.新型劳动时间控制与虚假自由——外卖骑手的劳动过程研究[J].社会学研究,2020,35(6):91-112.
- [16]哈里·布雷弗曼.劳动与垄断资本[M].方生等,译.北京:商务印书馆,1979.
- [17]尼克·斯尔尼塞克.平台资本主义[M].程水英,译.广州:广东人民出版社,2018.
- [18]迈克尔·布若威.制造同意——垄断资本主义劳动过程的变迁[M].李荣荣,译.北京:商务印书馆,2008.
- [19]赖祐萱.外卖骑手,困在系统里[EB/OL].(2020-09-08)[2024-05-20].<https://mp.weixin.qq.com/s/Mes1RqIOdp48C-Mw4pXTwXw>.
- [20]张 慧.复旦教授实证研究:用滴滴打车,实付价高于预估价约6.7%[EB/OL].(2021-02-20)[2024-05-20].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1692184054308472523&wfr=spider&for=pc>.
- [21]罗小兰.我国劳动力市场买方垄断条件下最低工资就业效应分析[J].财贸研究,2007(4):1-5.
- [22]高宇婷.多地提示慎入网约车行业,网约车司机怎么看?[EB/OL].(2024-05-23)[2024-05-20].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1799849652967817106&wfr=spider&for=pc>.
- [23]谢富胜,吴 越,王生升.平台经济全球化的政治经济学分析[J].中国社会科学,2019(12):62-81.
- [24]谢富胜,江 楠,吴 越.数字平台收入的来源与获取机制——基于马克思主义流通理论的分析[J].经济学家,2022(1):16-25.
- [25]KATZ,MICHAEL L., CARL SHAPIRO.Network externalities,competition,and compatibility[J].The American economic review,1985,75(3):424-440.

(收稿日期:2024—05—20 责任编辑:张 鹏)

"Shared Profit Equalisation" or "Monopoly Arbitrage": A Re-examination of Labour Relations in the Platform Economy

Su Jian-ning, Feng Xi-liang, Zhan Jing

Abstract: As the monopolistic development of the platform economy becomes more obvious, the labour relation in the platform economy has also presented characteristics such as plurality, complexity and hiddenness, especially with the entry of new subjects such as consumers, the labour relation in the platform economy has formed a multilateral and multi-actor interactive game pattern. Many theories and practices show that the interactive game process among platform enterprises, workers and consumers is not a harmonious symbiosis of "shared profit equalisation", but rather a "monopoly arbitrage" under the monopoly manipulation of platform enterprises instead, which the game has showed the "Covert Manipulation-Vulnerable Subordination" between platform enterprises and labours, "Collaborative Monitoring-Passive Service" between consumers and labours, and "Precise Arbitrage-Sticky Dependence" between platform enterprises and consumers. This paper proposes that concerted efforts should be made from various aspects, such as national regulation, labor union rights protection and public opinion guidance, to promote the return of platform labor relations to the state of "sharing equal benefits", and to promote the harmonious coexistence and win-win cooperation among all actors, which is the direction of the future governance of platform economic anti-monopoly.

Key Words: Platform Economy; Labour Relation; Shared Profit Equalisation; Monopoly Arbitrage; Subject Interaction