

互联网时代零工经济的发展现状、 社会影响及其政策建议

清华大学社会科学学院经济学研究所

北京字节跳动公共政策研究院

2020年11月

目 录

1.零工经济的基本概念.....	1
1.1 零工经济的定义.....	1
1.2 零工经济的类型.....	4
1.3 零工经济的动力.....	8
1.3.1 互联网的推动.....	8
1.3.2 共享经济的兴起.....	9
1.3.3 提高收入的意愿.....	10
1.3.4 就业观念的改变.....	10
1.3.5 社会突发事件的发生.....	10
2.全球零工经济的发展情况.....	12
2.1 全球零工经济的发展历程.....	12
2.2 全球零工经济的地区分布.....	14
2.2.1 零工经济的地区发展总括.....	14
2.2.2 互联网零工经济的地区发展.....	17
2.3 全球零工经济的发展特点.....	20
3.中国零工经济的发展情况.....	22
3.1 中国零工经济的发展历程.....	22
3.1.1 台式电脑时代：互联网零工经济萌芽阶段，并未受到重视.....	22
3.1.2 移动互联网时代：互联网零工经济飞速发展，从幕后走向台前.....	23
3.1.3 5G 时代：互联网零工经济大有可为，前景广阔.....	24
3.2 中国零工经济的发展优势.....	25
3.2.1 供需优势：劳动力数量充足，灵活用工需求大.....	26
3.2.2 匹配优势：互联网基础设施发达，互联网平台经济发展迅速.....	26
3.2.3 政策优势：政府积极支持，法律规范不断完善.....	26
3.3 中国零工经济发展面临的困难.....	27
3.3.1 零工从业者面临的困难.....	27
3.3.2 零工经济平台面临的困难.....	29
3.3.3 零工需求者面临的困难.....	30
3.3.4 政府和社会面临的困难.....	31
4.中国零工经济的宏观经济贡献.....	32
4.1 零工经济体量测算：规模较大、贡献上升.....	32
4.1.1 零工经济的核算逻辑.....	34
4.1.2 零工经济的核算方式.....	36
4.1.3 零工经济的体量与宏观影响.....	38
4.2 零工经济地理分布：空间集聚、助推经济.....	43
4.2.1 零工经济为都市圈添活力，“胡焕庸线”以西特色城镇成亮点.....	44
4.2.2 零工经济聚集态势明显，助推当地经济发展.....	46
5.零工经济平台的发展与治理：以抖音为例，培育良好创新生态.....	52
5.1 抖音零工经济的发展现状.....	52
5.1.1 抖音零工经济的发展概况.....	52

5.1.2 抖音零工经济的平台服务.....	53
5.1.3 抖音零工经济的视频创作.....	54
5.2 抖音零工经济的社会经济影响.....	59
5.2.1 抖音零工经济增加创作者收入.....	59
5.2.2 抖音零工经济促进文旅扶贫.....	72
5.2.3 抖音零工经济推动后疫情时代经济恢复.....	75
6.中国零工经济发展的意义.....	82
6.1 零工经济助推劳动者成长发展.....	83
6.1.1 多途径实现就业、增加个人收入.....	83
6.1.2 赋予自主选择权、拓宽发展空间.....	84
6.1.3 加快素质培养、提升劳动力价值.....	85
6.2 零工经济帮助用工企业降本增效.....	86
6.2.1 用工企业用人成本降低.....	86
6.2.2 用工企业运营成本降低.....	87
6.3 零工经济增加消费者效用.....	87
6.4 零工经济促进经济社会全面发展.....	88
6.4.1 创造社会财富.....	88
6.4.2 促进社会均衡发展.....	88
6.4.3 实现社会协同治理.....	89
6.4.4 推动后疫情时期经济恢复.....	90
7.零工经济的未来趋势：技能化，平台化，系统化.....	91
7.1 零工经济总体趋势.....	91
7.2 零工经济参与者趋势.....	93
7.2.1 零工从业者：拥抱技能化.....	93
7.2.2 用工企业：走向平台化.....	93
7.2.3 政府和社会：实现系统化.....	95
8.中国零工经济的发展建议.....	97
8.1 平台积极治理和服务.....	97
8.1.1 平台积极承担治理责任.....	97
8.1.2 平台多举措保障劳动者权益.....	98
8.1.3 平台多方面提供服务.....	99
8.2 用工主体拥抱新业态.....	101
8.2.1 用人单位转变人力资源体系.....	101
8.2.2 用人单位采取多种用工方式.....	101
8.2.3 个人消费者积极参与评价和反馈.....	102
8.3 劳动者提升服务能力.....	102
8.4 政府多维度支持零工业态发展.....	103
8.4.1 转变身份，做好坚实保障.....	103
8.4.2 采用协同监管模式.....	104
8.4.3 完善法律法规、相关标准.....	105
8.4.4 充分利用零工经济发展成果.....	107

1.零工经济的基本概念

1.1 零工经济的定义

关于零工经济（Gig Economy）的定义，国内外学者从多种角度对其进行了阐释。有部分学者提出“传统零工经济”定义，他们认为，“零工经济”这一概念主要是用来描述独立工作者和企业基于短期工作、项目而签订合同的这一经济趋势（Manyika et al, 2016）^①。这种零工经济定义描述了零工经济带来的用工模式的变化，强调了零工的“临时性”和“项目性”等特点，但在一定程度上忽视了互联网的影响，因此一般也被称为“传统零工经济”。

还有部分学者提出“新零售经济”（即互联网时代零工经济）定义，他们认为，“零工经济”是一种以网络平台为基础的、具有“即时性”的新兴经济模式，这种定义强调互联网信息技术的普及使传统的全职用工模式逐渐消失，取而代之的是工作种类、工作时间等越来越灵活的用工模式（Mulcahy, 2017）^②。其实，零工经济也被称作按需雇佣（On-Demand）模式（Lobel, 2017）^③、临时工作、共享经济等（Horney, 2016）^④。在互联网作用日益凸显的今天，人们普遍提及的零工经济主要是指这种基于互联网和新兴科技的“新零售经济”。互联网时代“零工经济”与传统零工、临时工作的主要区别在于，它可以基于互联网的数字平台实现供需的大规模匹配。

因此，参考已有文献和现实情况，本报告将互联网时代零工经济定义为：以网络平台为基础，以独立自主且有特定能力的劳动者为主体，以碎片化任务为工作内容，工作时间、地点、方式灵活，最大程度实现供需匹配的新兴经济模式^⑤。为了考察零工的具体范畴，我们利用劳动关系属性、工作时间空间的灵活度这两个维度，对用工形式进行具体划分^⑥。

如图 1.1 所示，相对于有劳动关系的传统全职工，传统零工包括三种类型：第一种零工从业者是无劳动关系、工作时间空间灵活的零工从业者，比如那些没

^① Manyika, J. et al. (2016). Independent work: Choice, necessity, and the gig economy.

^② Mulcahy, D. (2017). Will the Gig Economy Make the Office Obsolete?. Harvard Business Review, 3, 2-4.

^③ Lobel. (2017). The gig economy & the future of employment and labor law. University of San Francisco Law Review, 51(1), 51-73.

^④ Horney, N. (2016). The Gig Economy: A Disruptor Requiring HR Agility. People Strategy, 39(3), 20-28.

^⑤ 本文研究对象是互联网时代的“零工经济”，因此没有特殊说明，本文提到的“零工经济”一般是互联网零工经济。

^⑥ 用工形式比较多元，因此用工形式的划分标准较多，为了更好地考察零工的类型，我们采用劳动关系属性（劳动者与最终劳动需求方的关系）、工作时间空间的灵活度两个划分维度。

有和雇主签劳动合同的临时工、自由职业者、斜杠青年（拥有多重职业和身份的多元生活人群）；第二种零工从业者是有劳动关系、工作时间空间灵活的零工从业者，比如和雇主签了非全日制劳动合同的非全日制用工；第三种零工是无劳动关系、工作时间空间固定的零工从业者，比如那些被派遣到用工单位的派遣工。如果以上三种类型零工利用互联网平台进行供需匹配，也就成为了互联网时代零工从业者。互联网时代的零工从业者是各种以网络平台为基础的，与雇主无劳动关系或者工作时间空间灵活的劳动者。互联网时代零工范围较为宽泛，涉及图 1.1 的三个区域，其中也包括一些网络平台合作者。另外，现在用工形式越来越多元化，有些网络零工平台同时涉及多种类型的零工从业者。

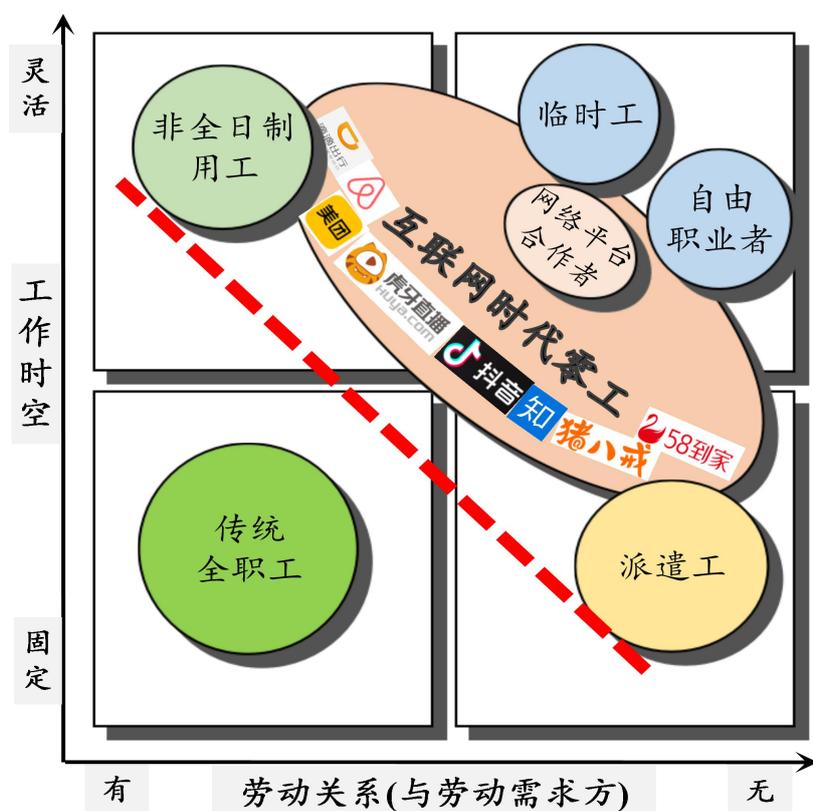


图 1.1 用工形式分类

来源：项目组绘制

零工经济的基本结构和参与主体。从平台经济学视角出发，零工经济平台有平台、用户网络层和利益相关者三层次结构。借鉴 Rochet 和 Tirole（2003）^①的

^① Rochet, J.C. and J. Tirole(2003). Platform Competition in Two-Sided Markets. Journal of the European Economic Association, 1(4): 990–1029.

双边市场理论，基于数字平台的零工经济的用户层包括：零工供给方（零工从业者和提供零工劳动者的相关企业）、零工需求方（零工消费者和有零工需求的企业）。可见，零工供给方和需求方都既可以是C端（个体），也可以是B端（企业）。因此，零工经济有四种匹配模式：C2C（例如滴滴上的司机为个体消费者提供出行服务），C2B（例如“滴滴企业版”上的司机为企业提供出行服务），B2C（例如美团上的个体工商户为个体消费者提供配送服务），B2B（例如抖音上的MCN为品牌公司提供短视频营销服务）。另外，零工经济还包括一些第三方利益相关者，比如政府监管部门、金融机构、广告商等。

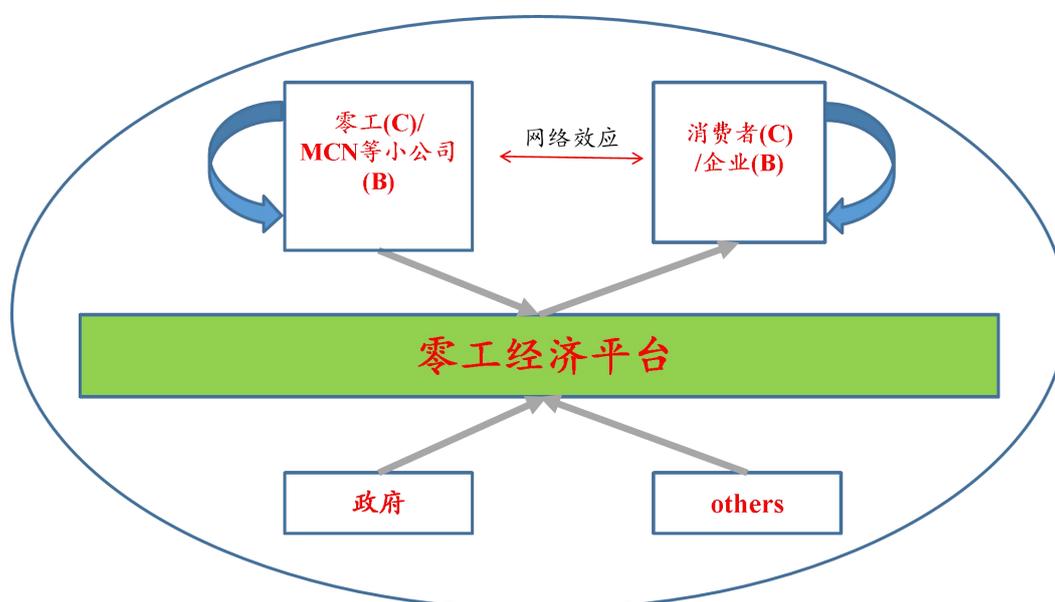


图 1.2 零工经济的基本结构

来源：项目组绘制

互联网时代，零工经济具有一些重要特征。此处介绍比较重要的两点：第一，非劳动关系。随着大量互联网零工经济平台的兴起，非劳动关系变得更加普遍。“企业一员工”雇佣合同模式逐渐向“平台一个人”的交易模式转变，从业者与平台的关系更多的是合作关系，而不是传统的劳动关系或劳务关系。“零工从业者中很多是非合同制员工，有的是兼职、也有的是全职。”（中国社会科学院戈艳霞）^①例如，快递行业的非劳动关系十分普遍，根据《中国邮政快递报》发布

^① 谁为“零工”骑手埋单 外卖平台只与第三方签协议：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1640071466251494706&wfr=spider&for=pc>

的《2019年全国快递从业人员职业调查报告》，2018年中国快递员数量已经突破300万，其中大部分快递员没有五险一金。根据《促进快递配送从业青年的职业发展和社会融入》报告，现有20%快递员没有与企业签订劳动合同。主要原因是现在快递业大多采取加盟制运营模式，网点与快递员签正式劳动合同带来的用工成本过高。**第二，劳动力技能化。**随着实物共享、劳动共享向知识技能共享转变，知识技能型零工经济已经成为一个热点，在可以预见的未来将迅速发展和壮大。**互联网时代的“零工经济”与传统的“打零工”存在本质区别之一，就是“打零工”一般仅仅是劳务的共享，而“零工经济”更强调知识技能的共享。**正如黛安娜·马尔卡希（Diane Mulcahy）在《零工经济》中强调，新时代零工经济是一种技能经济。零工从业者应该从事那些可以实现自身价值、增进技能的零工，利用现有的技能、知识，发展出一个多样化的“零工组合”。

1.2 零工经济的类型

参考《中国共享经济发展报告（2020）》中共享经济类型划分标准^①，我们将互联网零工经济划分为交通出行、共享住宿、外卖服务、网络直播、专业技能服务、内容创作、知识付费和其他领域等七类。具体来说，交通出行领域零工通过滴滴等网约车平台承揽客运服务；共享住宿领域零工通过爱彼迎（Airbnb）等网络平台分享资源；外卖服务领域零工通过美团外卖等平台提供配送服务；网络直播领域零工通过直播获得打赏和广告收益；专业技能领域零工通过猪八戒网等平台将自己的知识、能力和经验变现；内容创作领域零工在抖音、微博等平台通过直播、广告、内容电商等多种方式变现；知识付费领域零工通过发表网络文学、提供咨询和知识技能类服务获得打赏和服务费。根据《中国共享经济发展报告（2020）》，滴滴平台上约90%的司机为兼职司机，78.9%的兼职司机每天在线工作时间低于5小时；爱彼迎平台上约90%的中国房东属于兼职；美团平台上超过50%的骑手每天工作时间低于4个小时。

^① 零工经济实际上也是共享经济在人才市场上的体现，零工经济也被看作共享经济(Horney,2016)。因此，我们参考共享经济的划分标准。

表 1.1 互联网零工经济主要类型（按领域）

零工经济领域	代表公司
交通出行	滴滴出行、嘀嗒出行、美团打车
共享住宿	Airbnb、小猪、途家
外卖服务	美团外卖、饿了么
网络直播	虎牙、映客、斗鱼
专业技能服务	猪八戒、58 到家、威客中国
内容创作	抖音、今日头条、 快手、微信公众号、微博
知识付费	知乎 Live、喜马拉雅、得到

来源：项目组绘制

现阶段，零工经济主要以交通出行、共享住宿等领域为主。这主要是因为互联网时代的“共享经济”刚刚兴起，“共享经济”以实物分享、劳动分享为主。根据 Mastercard 数据，如图 1.3 所示，在 2018 年全球互联网零工经济中，交通出行类（TRNS）和资产共享类（ASSET）零工经济是主要的零工经济形式。其中交通出行类（TRNS）零工经济市场规模高达 1178 亿美元，占比高达 57.8%；资产共享类（ASSET）零工经济市场规模达 618 亿美元，占比达 30.3%；手工制品和家庭服务类（HGHM）、专业服务类（PRFS）零工经济市场规模占比分别是 8.2%、3.8%。另外，交通出行类（TRNS）和资产共享类（ASSET）的市场规模增长也较快。在共享经济普及和发展中国家数字化率不断提高等因素的影响下，全球零工经济市场规模预计将以 17% 的年复合增长率增长，2023 年将达到 4550 亿美元。其中，交通出行类（TRNS）零工经济市场规模将达到 2644 亿美元，资产共享类（ASSET）零工经济市场规模将达到 1436 亿美元。

全球互联网零工经济市场结构

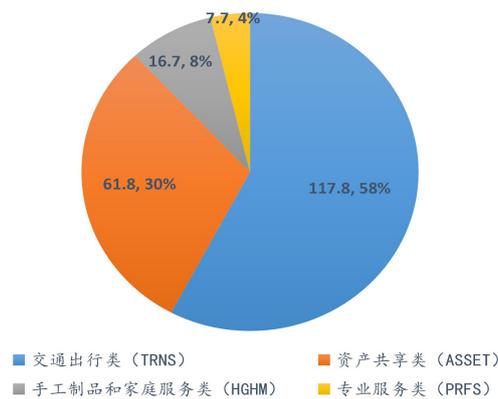


图 1.3 2018 年全球互联网零工经济市场结构 (单位: Billions USD)

来源: Mastercard Gig Economy Industry Outlook and Needs Assessment

随着共享经济中知识技能分享的逐渐普及,未来零工经济将出现更多技能、知识、内容等无形产品的分享,未来专业技能服务、内容创作、知识付费等领域零工经济将迎来更蓬勃的发展。其中,专业技能领域零工经济可以为有专业技能的人才和有需求的企业雇主匹配各自需求。例如,猪八戒网是典型的专业技能服务零工平台。猪八戒网作为国内领先的企业外包服务平台,目前平台注册用户达 2200 万,人才提供方服务商(技能服务者)达 1400 万家,包括 10 万多家公司和大量的个人创作者;雇主企业达 1000 万家,包括小微企业、大中企业、高校机构、政府等;而且有 200 万左右用户既是服务商也是雇主。从零工的市场需求来看,猪八戒数据显示,疫情期间(2020.2.1-2.20)灵活用工增加了 25.6%。

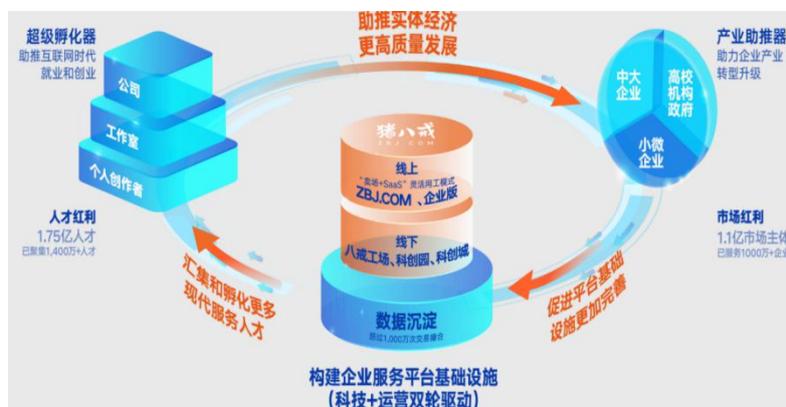


图 1.4 猪八戒网企业服务平台

来源: 猪八戒网

内容创作和知识付费零工经济属于知识内容型零工经济，知识内容型零工经济是未来零工经济的一个重要趋势。知识经济的兴起带来了大量的知识劳工（Knowledge Worker），知识劳工指在知识经济中不从事物质商品的生产或物流，而是负责设计、研发、推广等环节的劳动者（吉登斯，2003^①）。知识技能有偿分享已经成为一个新热点，知识劳工中将出现更多的知识型零工从业者，比如内容创作类、知识付费类零工等从业者。抖音是知识型零工经济的典型代表，抖音作为一个帮助用户表达自我、记录美好生活的短视频平台，截至2020年1月的日活跃用户超过4亿。QuestMobile最新数据显示，2020年春节期间，抖音日均用户增量超过4000万，而且春晚过后抖音新增的用户留存率较高，整体的DAU水平与之前相比有大幅增加。^②2019年，有590万创作者从抖音获得收入。抖音为创作者提供很多变现途径，帮助创作者发展，创作者可以通过流量分成、直播打赏、广告分成、内容电商等多种方式获得收益。



图 1.5 抖音日活跃用户数

来源：2019年抖音数据报告

零工经济特别是知识技能型零工经济的兴起可以推动创新创业。一方面，零工经济降低了个体创业的成本，催生了大量创业者。例如，猪八戒网作为基于产业创新升级为对象、以创新服务交易为内核的“互联网+”型创新创业平台，构建企业服务平台基础设施，聚集并孵化了大量现代化人才，推动“互联网+创新创业”，已经催生了10万多家公司和大量的个人创业者、工作室。另一方面，在当前市场竞争日益激烈的环境中，零工经济通过降低市场的信息不对称，可以帮

^① 吉登斯.社会学.北京:北京大学出版社,2003.

^② 春晚没能帮快手留住更多用户-节后日活滑落明显，与抖音仍存差距：
<http://finance.ifeng.com/c/7u1c86MFWxz>

助企业降低外部搜寻成本、获得更多的外部研发技术、人才支持，从而实现“开放式创新”。当前市场环境多变，企业面临更大的外部风险，创新对于企业至关重要。因此，应该大力推动零工经济特别是知识技能型零工经济的发展，从而推动大众创业、开放式创新。^①

1.3 零工经济的动力

最近几年，零工经济借助互联网技术迅速崛起，并渗透到多个领域。互联网时代零工经济的出现与发展受到技术、经济、文化观念、社会等多种因素的共同影响。具体而言，零工经济的动力主要包括以下几个方面：

1.3.1 互联网的推动

在技术方面，互联网的引入推动传统零工经济向互联网零工经济转变，使得零工经济的供需匹配更加高效，从而促进整个零工经济迅速崛起。从某种意义上说，互联网零工经济是互联网经济发展到一定阶段的必然趋势。互联网的发展吸引更多的劳动者参与零工经济，原因有两点：首先，互联网、移动互联网、大数据、人工智能、VR、物联网、云计算等技术不断发展，在此背景下固定的办公地点、办公时间、工作岗位已不再是劳动者参与劳动的必要选项。技术的发展使劳动者的工作时间、地点、方式更加灵活，提升了劳动者的自我时间支配能力，这些都能吸引劳动者参与零工。其次，互联网信息技术的普及解决了零工经济的技术难题，使得零工经济的门槛下降，从而有更多从业者进入各大零工经济领域。互联网为用户提供了更多从事力所能及且感兴趣工作的机会，使得就业者的工作兴趣和岗位能够更好匹配。

具体来说，互联网可以从两个方面推动零工经济：第一，随着互联网产业发展，互联网零工经济平台本身产生大量零工，比如直播网红、外卖小哥、共享住宿服务人员等。近几年直播平台和视频平台迅速壮大，催生了大量的网红。根据艾瑞咨询的《2018 中国网红经济发展洞察报告》，2018 年网红数量大幅提高，粉丝超过 10 万的网红数量同比增长 51%，网红经济规模正在快速扩展。第二，随着互联网与线下经济结合日益紧密，“互联网+”使得传统制造业、服务业等行业产生大量零工，很多从事搬家、美容、咨询、培训、摄影、翻译等工作的人员

^① 让“零工经济”推动开放式创新：

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1638535494959040780&wfr=spider&for=pc>

利用互联网寻找客户。

1.3.2 共享经济的兴起

在经济方面，共享经济快速发展也推动零工经济的发展。共享经济本质是以让渡闲置资源的使用权来获得收益，“互联网零工经济”实际上也是共享经济在人才市场上的体现。随着节能环保理念的不断倡导，共享理念的逐渐普及，现在越来越多的人开始接受共享模式、甚至鼓励共享模式。共享经济（sharing Economy）是一个很广泛的概念，它一般代表这样一种经济形式：社会中各种分散的闲置资源借助某一平台，通过协调、调配或聚集等方式，满足社会对相应资源的适当需求，从而实现新的资源价值，促进社会整体福利的提升（戎珂等，2017）^①。根据国家信息中心发布的 2019 和 2020 年的《中国共享经济发展年度报告》，2018 年我国共享经济市场规模为 29420 亿元，2019 年共享经济的市场规模达到 32828 亿元，同比增长 11.6%，而且预计未来三年的年复合增速 10%以上。

共享经济作为一种新型的经济模式，改变了传统的就业模式，催生了大量的灵活就业岗位，有很多劳动者以临时工、兼职等灵活就业形式参与到了共享经济中。根据 2019 和 2020 年的《中国共享经济发展年度报告》，共享经济参与者数量将从 2018 年的 7.6 亿上升到 2019 年的 8 亿，2019 年共享经济服务者有 7800 万左右，而且绝大多数服务者是属于兼职人员（即零工）。例如，滴滴平台上约 90%的司机为兼职司机，爱彼迎平台上约 90%的中国房东属于兼职。另外，共享经济分布的领域也会影响零工分布的领域。如表 1.2 所示，2018 年共享经济中生活服务、生产能力、交通出行的共享经济市场规模排名前三，其中生活服务共享经济规模超 15000 亿。因此生活服务类、交通出行类零工人数也会较快增长。

表 1.2 2017-2019 年我国共享经济发展情况（单位：亿元）

领域	2017 年	2018 年	2019 年	增长率
交通出行	2010	2478	2700	9%
共享住宿	120	165	225	36.40%
知识技能	1382	2353	3063	30.20%

^① 戎珂,马潇南,王勇.分享经济的十字路口:向左分担,向右经营.环境经济,2017(04):20-23.

生活服务	12924	15894	17300	8.80%
共享医疗	56	88	108	22.70%
共享办公	110	206	227	10.20%
生产能力	4170	8236	9205	11.80%
总计	20772	29420	32828	11.60%

来源：《中国共享经济发展报告2020》

1.3.3 提高收入的意愿

在家庭经济方面，生活成本的普遍上升致使许多劳动者需要利用零工来提高收入。随着市场经济的发展，房价、教育等消费支出水平日渐提高，城市生活成本也日渐增高，越来越多中低阶层选择依靠打零工的形式提高经济收入，甚至很多全职工作人员也会选择以零工方式补充收入。根据国家统计局计算，2017年中国中等收入群体接近4亿人，还有10亿左右未达到中等收入群体的标准。^①相对于中国14亿的总人口、9亿的劳动力来说，中等收入群体的占比并不算很高。而且，普通家庭负担不断加重，老人的赡养成本、孩子的教育成本都在大幅上升，特别是一线城市，同时做几份工作的情况日益普遍。

1.3.4 就业观念的改变

在文化观念方面，就业观念的改变使得许多劳动者选择成为自由职业者或者临时工等零工从业者。现在年轻人的就业观正在发生变化，很多人不希望过早把自己完全限制在一个企业里面，他们希望能做各种尝试，希望自己的时间更自由，希望能够拥有更多自己生活的空间。与传统“朝九晚五”的工作形式相比，零工工作具有时间零活、工作报酬可观、工作强度适中等特征，因此吸引越来越多的年轻人参与其中。《2019中国县域零工经济调查报告》显示，在没有零工经历的人群中，40%以上的人的直系亲属做过零工，而且90%以上的人愿意在机会合适的时候多做一份可以增加收入的零工。这些都表明劳动者普遍存在从事零工的主观意愿，零工经济仍有很大的发展空间。

1.3.5 社会突发事件的发生

^① 刘世锦.低收入群体是中国经济新动力:
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1644165802460016479&wfr=spider&for=pc>

在社会因素方面，一些社会突发事件客观上可能促进零工经济。例如，本次新冠肺炎疫情期间，人们的外出风险增加，因此线上消费需求也相应增加，从而使得线上消费相关的零工从业者也随之增加。一方面，疫情增加了外卖服务等原有类型的零工需求。美团数据显示，2020年1月20日至2月23日，美团外卖骑手新增7.5万人。新增骑手主要来自正处于停业状态的生活服务业、制造业企业、小微创业企业等相关行业的从业人员。另一方面，疫情催生了新的零工形式——共享员工。由于线下服务行业受到疫情打击，很多公司员工无法返工；同时线上消费异常火爆，电商和物流配送缺乏人力，因此很多未开工公司的员工暂时加入了电商公司。例如，2月3日以来，40多家企业的3000多名“共享员工”加入盒马生鲜。共享员工这种灵活用工有助于缓解企业临时用工不足，降低企业的人力成本。

2.全球零工经济的发展情况

2.1 全球零工经济的发展历程

近年来，零工经济在全球范围内的发展如火如荼。根据 Staffing Industry Analysts (SIA) 2019 年 12 月发布的报告，2018 年全球零工经济市场规模增长到了 4.5 万亿美元^①。与此同时，零工也成为更多企业重点考虑的用工形式。数据显示，全球范围内大约有 62% 的 HR 认为零工从业者是未来的主要用工形式。Kelly Services 的报告则显示，在亚太地区已经有 84% 的 HR 已经聘用或者正在招聘零工从业者，这个数据在欧洲、中东及非洲达到了 80%，在美国则为 40%^②。早在 2016 年麦肯锡全球研究院发布的报告中就显示，在美国和欧洲参与零工经济的劳动力已经达到了 1.63 亿人^③。

此外，《2019 年世界发展报告：工作性质的变革》数据显示，非正规就业在新兴经济体中具有非常大的占比，平均而言，新兴经济体中有三分之二的工人是非正式工人，在一些低收入和中等收入国家这个比例甚至到了 90%^④。因此，零工经济未来增长潜力巨大，将成为未来的总体经济的重要组成部分。

全球范围的零工经济增长背后有多方面的因素推动，这些因素包括社会经济结构、劳动力市场的发展、技术发展的变化等。

第一，从社会经济结构角度来看，服务业发展迅速，其在经济中的重要地位逐渐凸显，许多国家服务业已经超过制造业成为占比最大的产业。相比于第二产业，服务业的资产更轻，对人力资源的要求更高，对劳动力素质的需求更加细分、多元与灵活。人才的重要性，以及知识这种软要素的重要作用日益凸显。与传统制造业的工厂化组织相比较，服务业对于组织协作的依赖程度降低，对个体的能力、知识和创新的依赖程度提高，因此给予了个体劳动者更多的自由性，使得劳动者可以在一定程度上脱离组织，更为独立地嵌入社会生产活动中创造价值，这

^① GLOBAL GIG ECONOMY REACHES USD 4.5 TRILLION.

<https://www2.staffingindustry.com/About/Media-Center/Press-Releases/Global-Gig-Economy-Reaches-USD-4.5-Trillion>

^② 零工经济：未来的劳动力。

<https://getlinks.co/blog/%E9%9B%B6%E5%B7%A5%E7%B6%93%E6%BF%9F%EF%BC%9A%E6%9C%AA%E4%BE%86%E7%9A%84%E5%8B%9E%E5%8B%95%E5%8A%9B/>

^③ Independent work: Choice, necessity, and the gig economy.

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/independent-work-choice-necessity-and-the-gig-economy>

^④ 2019 年世界发展报告：工作性质的变革。 <https://www.shihang.org/zh/publication/wdr2019>

是零工经济产生的根本基础^①。

第二，从劳动力市场的发展来看，企业出于成本考虑，也在逐渐削减对全职工作的供给。以美国为例，自 2000 年互联网泡沫破灭以来，直到 2010 年，大量美国企业在经济衰退的局势下开始裁减全职员工的数量。数据显示，2000 年以前美国私有企业平均每年创造就业的增速达到 2% 至 3%。到了 2008 年，这一增速已经下降到 1% 以下^②。许多企业通过精简、重组内部组织结构，或者将全职工作拆分成小项目，并通过外包的方式去完成，以降低成本，提升组织的整体效率和灵活性。也就是说，在当下的劳动力市场，企业出于精简成本、提升灵活性的考虑，其作为组织和单位提供长期职位的身份已经逐渐模糊，取而代之的是一个以零工形式呈现的工作机会的提供者。

第三，数字技术的持续发展为零工经济提供了助推力。数字技术的兴起逐渐改变了人们的工作方式和场所，使得在线的工作和交流成为现实，从而进一步降低了零工经济的匹配成本和交易成本。数字基础设施的普及也为独立办公提供了条件，越来越多的在线工作平台为零工经济的供给和需求方提供渠道。因此互联网零工经济的出现是互联网技术发展下的必然趋势，也是零工经济实现转型和创新的必然需求。

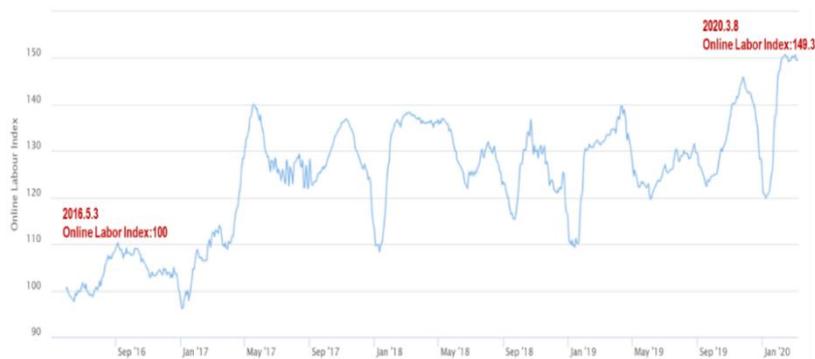


图 2.1 2016 年-至今全球互联网零工经济的规模增长

来源：<https://ilabour.oii.ox.ac.uk/online-labour-index/>

近年来，随着互联网经济的兴起，传统零工经济正在向互联网零工经济转变，互联网零工经济规模和占比都迅速提升。可以看到近年来，通过在线平台参与互

^① 零工经济，一种完美的经济形态？<https://www.tmtpost.com/4150466.html>

^② Why I Tell My MBA Students to Stop Looking for a Job and Join the Gig Economy.
<https://hbrascend.org/topics/mba-students-join-gig-economy/>

联网零工经济的规模也在逐年增长。牛津大学通过抓取前五大英文在线零工平台的数据，构建了在线零工指数（Online Labour Index）^①。图 2.1 反映了全球互联网零工经济的规模相比于 2016 年已经增长近 50%^②。将 2016 年 5 月 3 日设为基数 100，全球互联网零工经济的规模在 2020 年 3 月 8 日已经达到 149.3。

同时，图 2.2 展示了全球互联网就业职位的分布，可以发现，占比最大的职位是软件开发和信息技术类，高达 42%，其次是多媒体和创意工作（21%）、写作翻译（13%）、销售和市场服务（12%）的零工职位。职位分布的情况反映了互联网零工经济与传统零工经济的区别：传统零工经济的职位大量分布于劳动密集型产业，“打零工”常常与高体力、低技能、低收入的职业联系起来；然而，互联网零工经济已经实现了由体力到脑力、由低端到高端的转变，知识、创意、技能等要素愈发重要。这与麦肯锡 2016 年报告观点相符合：零工经济并不是低端工作的聚集地，其已经愈发数字化、专业化。

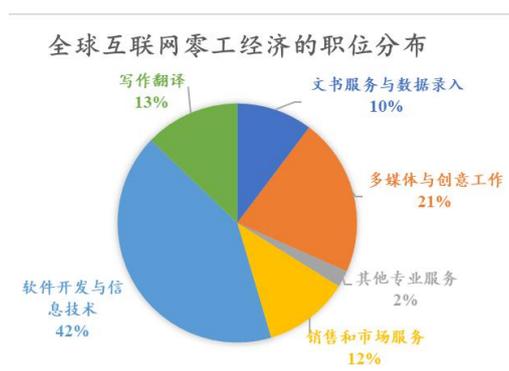


图 2.2 全球互联网零工经济的职位分布^③

来源：<https://ilabour.oii.ox.ac.uk/online-labour-index/>

2.2 全球零工经济的地区分布

2.2.1 零工经济的地区发展总括

首先，本报告对于现有零工经济相关研究、报告等进行整合梳理，对主要经济体的零工经济发展规模、民众参与程度等做了以下总结。

● 美国

^① Kassi, O., & Lehdonvirta, V. (2018). Online Labour Index: Measuring the Online Gig Economy for Policy and Research. *Technological Forecasting and Social Change* 137: 241-248

^② 在线零工指数（Online Labour Index）. <https://ilabour.oii.ox.ac.uk/online-labour-index/>

^③ 取 2019.1.1-2020.2.29 的数据平均值

根据 Staffing Industry Analysts (SIA) 2019 年的报告，2018 年美国的零工经济参与人数达到 5300 万人，占美国劳动力的 34%，零工经济的规模达到 1.3 万亿美元。MBO Partners 发布的《美国独立者市场状态报告》估计，2023 年美国将会有超过一半（52%）的劳动力加入到零工经济中来。

● 欧洲

由欧洲服务业工人联盟 (UNI Europa)，欧洲进步研究基金会 (FEPS) 与赫特福德郡大学 (University of Hertfordshire) 于 2018 年开展的研究《欧洲零工经济》(Work in the European Gig Economy) 调查了来自英国、瑞典、德国、奥地利、荷兰、瑞士和意大利七个欧洲国家的人民，反映了当下欧洲零工经济的发展程度和特点^①。调查结果显示，在这几个国家中，1.6%-5.7% 的国民从零工经济获得的收入超过了其总收入的一半 (表 2.1)。此外，英国牛津大学互联网研究院教授马克·格雷厄姆 (Mark Graham) 于 2019 年 11 月在世界经济论坛官网上发文，表示 2019 年英国约有 10% 的劳动者依靠零工经济谋生^②。

表 2.1 欧洲零工收入占总收入过半的零工规模

国家	估计比例	估计人数
奥地利	2.3%	130,000
瑞士	3.5%	210,000
德国	2.5%	1,450,000
意大利	5.1%	2,190,000
荷兰	1.6%	200,000
瑞典	2.7%	170,000
英国	2.7%	1,330,000

来源: *Work in the European Gig Economy*

● 澳大利亚

^① Work in the European Gig Economy.

<http://www.uni-europa.org/wp-content/uploads/2017/11/europeagigeconomy-longversionpdf.pdf>

^② How to build a fairer gig economy in 4 steps.

<https://www.weforum.org/agenda/2019/11/gig-economy-in-4-steps/>

在澳大利亚，由昆士兰科技大学、阿德莱德大学和悉尼科技大学联合进行的调查显示，2018 年有 7.1% 的澳大利亚人使用或正在使用在线零工经济平台进行工作，其中 15.5% 完全以零工经济谋生，24.3% 的人以此为兼职获得额外收入。各行各业的工作正在数字平台上展开，包括网页设计、写作、计算机编程、贸易、快递等等。调查显示，全部受访者正在超过 100 个在线平台上工作，其中三分之一的人在多个平台上工作。排名前五的平台是 Airtasker (34.8%)，Uber (22.7%)，Freelancer (11.8%)，Uber Eats (10.8%) 和 Deliveroo (8.2%)^①。

● 印度

据估计，印度拥有 1500 万自由职业者，印度的零工经济工人越来越多地在 IT 和编程、金融、人力资源和设计等行业获得工作^②。Kelly OCG 的报告显示，56% 的印度公司已经雇佣了超过 20% 的零工职员。

● 韩国&日本

在韩国，根据韩国就业信息服务机构的数据，2019 年韩国约有 50 万名零工经济工人，占有所有就业工人的 2%。近年来韩国本土餐饮外卖平台比如 Baemin 和 Yogiyo 的成功，使得韩国零工经济实现了爆炸性的增长，2018 年已经形成超过 10 万亿韩元的市场。

在日本，日本最大的在线人才平台 Lancers 的报告显示，2018 年日本自由职业者人数为 1122 万人，占全部劳动人口的 17%，比 2017 年增加了 5%^③。与此同时，日本政府也给予零工经济以政策支持，包括 2018 年修订了工作规则准则，允许雇员从事副职以补充其主要工作。

总结来看，全球各地区的零工经济参与人数均呈现上升趋势。欧美地区的零工比例相对高于亚洲地区，其中美国的零工从业者占比最大。与此同时，互联网平台的蓬勃发展进一步带动了零工经济的增长，也促进了零工职业的技能化和高

^① AUSTRALIA – UP TO 7% OF ALL WORKERS HAVE USED GIG ECONOMY PLATFORMS, REPORT FINDS.

<https://www2.staffingindustry.com/row/Editorial/Daily-News/Australia-Up-to-7-of-all-workers-have-used-gig-economy-platforms-report-finds-50291>

^② India's growing gig economy: Are we ready for this change?

<https://www.peplematters.in/article/diversity/indias-growing-gig-economy-are-we-ready-for-this-change-22885>

^③ Japan's Lancers raises \$9M from HR giant and bank, offers loans to freelance workers.
<https://thebridge.jp/en/2018/01/lancers-9m-funding>

端化，包括澳大利亚、韩国、印度等国家的零工经济得以受益。

表 2.2 主要国家的零工参与程度

国家	零工参与比例
美国	34%
韩国	2%
日本	17%
中国	9%（不含派遣，则为 1%）

来源：公开资料整理^①

2.2.2 互联网零工经济的地区发展

本报告利用在线零工指数（Online Labour Index）提供的数据，调查过去 14 个月内(2019.1.1-2020.2.29)全球互联网零工经济的地区分布和地区内的职位分布。图 2.3 和图 2.4 分别展示了全球范围内，各个国家零工工作的参与程度和各个国家零工从业者的雇佣情况。

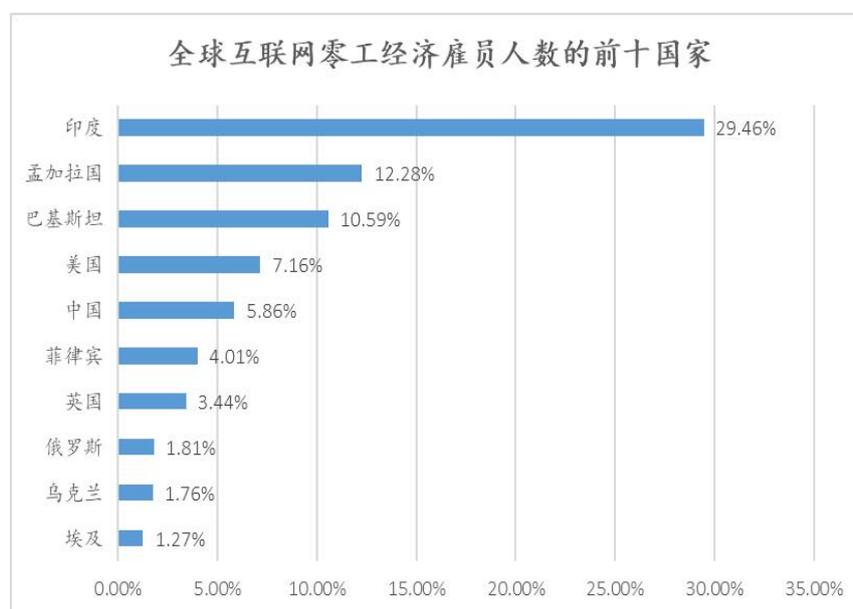


图 2.3 全球互联网零工经济雇员人数的前十国家

来源：<https://ilabour.oii.ox.ac.uk/online-labour-index/>

^① 中国零工参与比例来自《人力资源服务行业“第二曲线”研究报告》。

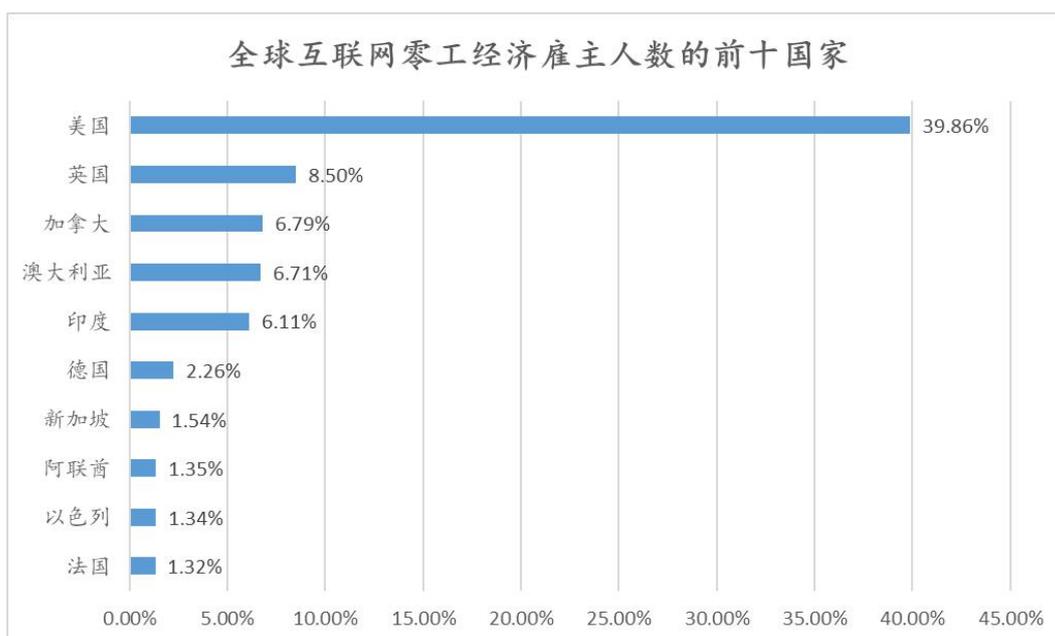


图 2.4 全球互联网零工经济雇主人数的前十国家

来源：<https://ilabour.oii.ox.ac.uk/online-labour-index/>

可以看到，互联网零工经济的雇员和雇主主要来源国呈现出了不同的分布。发展中国家为全球零工经济贡献了大量劳动力，印度是最大的零工提供国，占全球总人数的近 30%；其次为孟加拉国（12.28%）和巴基斯坦（10.59%）。除了上述三国外，中国^①、菲律宾、俄罗斯、乌克兰和埃及这些发展中国家也是重要的零工提供国。前十的国家中只有美国和英国属于发达国家。这与上文有关传统零工经济分布的阐述呈现出了一定的差异，表明在互联网平台的连接和推动下，零工经济的定义、范围和规模都经历了快速的变化，传统劳动力市场调查可能仍采用线下统计口径，忽视了正在逐渐兴起壮大的互联网零工，从而低估了发展中国家对于全球零工经济的贡献。

从图 2.4 可以看到，发达国家成为互联网零工经济的主要雇主国。其中美国领跑榜单，占全球职位提供总数的近 40%，其次为英国（8.50%），加拿大（6.79%），澳大利亚（6.71%）。

由此可见，以数字技术为支撑的在线零工平台促进了全球零工经济往来的互联互通，促进了各国对零工从业者供给和需求的相互匹配和连接。发达国家的企

^① 中国的零工经济规模是被严重低估的，主要原因是 Online Labour Index 只统计了英文在线平台的数据。

业已经大量地用零工职位替换全职职位，发展中国家则以其相对低成本的劳动力数量、逐渐提升的劳动力质量，填补了发达国家对零工的需求。

进一步，我们探究主要雇员国和雇主国内参与零工经济的职位分布（图 2.5 和图 2.6）。从图 2.5 中可以发现，主要雇员国家参与零工经济的职位分布同样呈现出一定的差异。一些国家在软件开发与信息技术职位上占比非常大，包括中国（91.23%），俄罗斯（73.90%），印度（54.76%），乌克兰（49.51%）。而孟加拉国、菲律宾这两个东南亚国家占比最大的零工经济职位为多媒体与创意工作，分别为 42.52%和 40.14%，而从事软件开发和信息技术的零工比例相对较小。这也反映了各个国家和地区在不同产业发展上的相对优势，比如印度的信息技术产业整体十分成熟，特别是其 IT 外包业务；中国近年来在信息技术尤其是移动互联网产业上的发展也十分迅速。

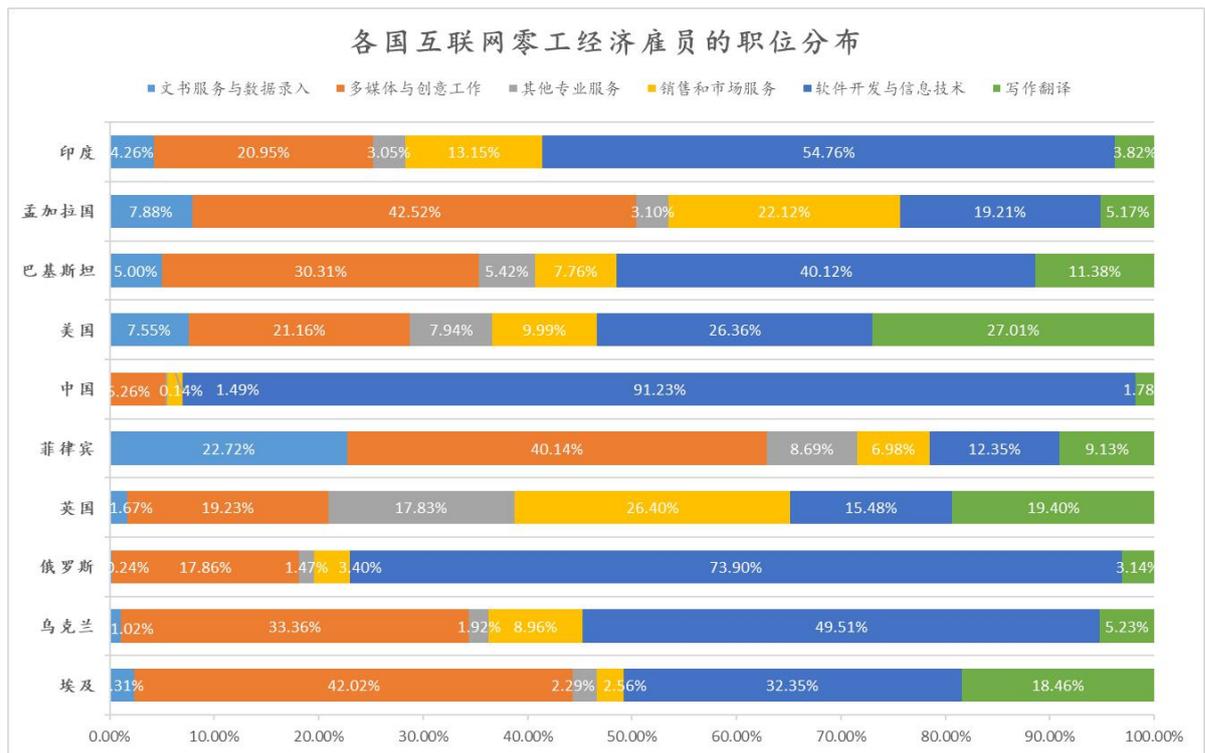


图 2.5 各国互联网零工经济雇员的职位分布

来源：<https://ilabour.oii.ox.ac.uk/online-labour-index/>

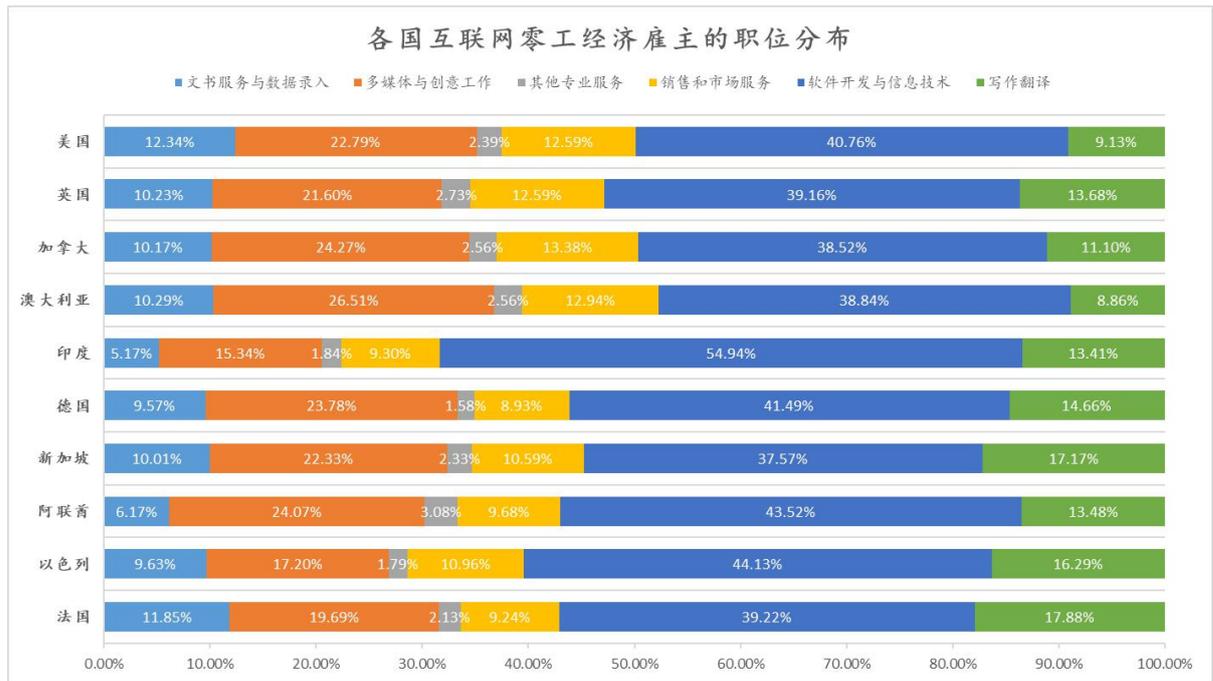


图 2.6 各国互联网零工经济雇主的职位分布

来源：<https://ilabour.oii.ox.ac.uk/online-labour-index/>

图 2.6 表明，主要雇主国家的职位分布整体比较一致，基本上呈现出：软件开发与信息技术>多媒体与创意服务>写作翻译/销售与市场服务这一模式。对于以发达国家为主的主要零工雇主国而言，因为其信息技术、多媒体等产业的发展已经逐渐精细化、模块化，大量工作得以分拆成小任务，以零工工作的形式外包给发展中国家的零工。

2.3 全球零工经济的发展特点

总体来看，全球的零工经济发展呈现以下三大特点。

第一，数字技术促进了零工经济的数字化和专业化。全球范围内，数字技术的高速发展使得以互联网平台为依托的零工经济蓬勃生长，这既是技术革新的必然趋势，也是零工经济实现转型和创新的必然需求。传统零工经济的工作主要聚集在附加值低的劳动密集型产业，互联网零工经济下，全球的产业发展形态和劳动者的工作模式得以重塑，注重知识、技能、创意的知识密集型产业成为吸纳零工从业者的主要行业。

第二，互联网零工经济以标准化零工任务为主，也开始呈现出多元化的趋势。

目前参与新零工经济的主要行业一般具有产业链分工细化、工作模块化程度较高的特点，从而得以让零工经济承担其一部分标准化的任务，比如软件开发与信息技术等。未来，新零工经济将逐步走向多元化，拥抱各类行业。

第三，互联网零工经济呈现出国际分工的格局，但是在全球化上仍面临一定阻碍。互联网在线零工平台的大量涌现提高了资源的匹配效率，从而使得发达国家的职位需求和发展中国家的人才供给互联互通，实现优势互补、要素互通。互联网零工平台搭建起一个全球化的零工人才网络，促进了全球劳动力的线上流动和全球产业链的深化合作。但是，由于法律法规、文化差异等问题，我国零工经济的全球化仍任重而道远。

3.中国零工经济的发展情况

3.1 中国零工经济的发展历程

零工经济在中国社会并非新事物，零工、短工和临时工等工种长时间地存在于中国的劳动力市场之中，是全日制雇工的有效补充。在互联网时代之前，零工多存在于次级劳动市场之中，虽然为中国的经济建设做出了不可磨灭的贡献，但却往往被排除在法律保障、社会福利与官方统计数字之外。随着互联网平台和新兴技术的兴起，零工经济重新发展起来，成为人们热议的经济模式，传统的全职工作和用工模式正在受到挑战，越来越灵活的工作机会、工作时间和工作形式被人们逐渐接受。

本报告重点关注基于互联网平台的新零工经济。传统零工经济正在向新零工经济转型，向工作碎片化、合作远程化、工时弹性化、企业管理平台化、人力资本内外整合化和劳动力技能化^①的方向转变。因此，下文主要分析基于互联网的新零工经济的发展历程。

表 3.1 2017-2018 年我国新零工经济发展脉络

	PC 时代	移动互联网时代	5G 时代
发展时间	2003 年-2012 年	2012 年-2020 年	2020 年以后
发展规模	参与者达到千万级	参与者超过亿级	到 2036 年， 有望超越 4 亿
发展特点	设备网络有所限制，新 零工经济开始萌芽	参与门槛降级， 出现参与热潮	匹配速率进一步加快， 应用场景多样化

来源：项目组绘制^②

3.1.1 台式电脑时代：互联网零工经济萌芽阶段，并未受到重视

进入 21 世纪，互联网逐渐在中国流行开来。2003 年，全球互联网泡沫破裂导致的互联网寒冬走到了尾声，我国互联网行业发展也逐渐走上正轨。^③2003 年，阿里巴巴相继推出淘宝网和支付宝。通过淘宝网的对接和支付宝信用担保，用户

^① 郑祁,杨伟国.零工经济前沿研究述评.中国人力资源开发,2019,36(05):106-115.

^② 5G 时代零工经济规模的估算是基于阿里研究院的数据。

^③ 知乎专栏：中国互联网发展简史。<https://zhuankan.zhuhu.com/p/41797198>

们得以在网络上进行商品交易，电子商务行业开始兴起。在这一背景下，“淘宝店主”成为新兴职业，许多人以零工的形式成为“淘宝店主”，并发家致富，淘宝也逐渐发展为全球最大的 C2C 电商平台。在台式电脑时代，由于网络与设备的限制，基于互联网的零工经济这一新型用工模式只是出现萌芽，并没有得到广泛关注。在这个阶段，传统零工经济仍占主要地位，基于互联网平台的零工经济规模较小，主要分布在电商等领域。

3.1.2 移动互联网时代：互联网零工经济飞速发展，从幕后走向台前

在以台式电脑接入为主的互联网逐渐普及的同时，移动互联网也在迅猛发展。2011 年 1 月 21 日，腾讯公司推出了一款为智能终端提供免费即时通讯服务的应用程序——微信，截至 2011 年底，微信用户已经超越 5000 万人。2011 年 7 月，支付宝推出手机支付产品，进军线下支付市场，线下支付逐渐网络化。微信以及手机支付的推广极大地促进了移动互联网的发展。根据中国互联网络信息中心的相关数据，截至 2012 年底，我国手机网民规模为 4.2 亿，使用手机接入互联网的网民规模首次超过使用台式电脑接入互联网的网民规模。

随着移动互联网的不断发展，一系列手机应用程序出现，各种新型零工职业应运而生。2012 年 6 月，滴滴打车成立，“滴滴司机”成为空闲劳动力的又一零工选择。2013 年 8 月，财付通与微信合作，正式推出微信支付。2014 年 1 月，滴滴打车接入微信支付，用户使用量暴涨，零工经济规模不断扩大。^①共享经济的发展为零工经济提供了更多可能。2014 年-2015 年，一系列共享单车品牌成立，共享单车掀起了共享经济的热潮，共享汽车、共享空间和共享知识等行业都获得了人们的广泛关注。2015 年 8 月，主打“共享空间”的爱彼迎（Airbnb）进入中国，“爱彼迎房东”这一角色成为了中国零工经济的参与者。这一时期也是知识技能型零工经济逐渐兴起的时期。早在 2006 年成立，主打“共享人才”、“共享知识”的猪八戒网在这个时代重新焕发光彩，成为了国内零工经济供给方与需求方进行交易的主要平台。

共享经济正方兴未艾，以短视频为主要载体的网红经济又成了最新的热点。2015 年 6 月，短视频平台快手的用户规模达 1 亿，到 2016 年 4 月，快手用户突

^① 36Kr: <https://www.36kr.com/p/5042193>

破 3 亿。抖音则在 2017 年意外蹿红，迅速俘获一、二线城市用户，每日活跃用户迅速破亿。火山小视频、西瓜视频和腾讯微视等平台也随后加入了短视频的战场。短视频平台的出现激发了广大移动互联网使用者的创作欲望，一大批短视频内容创作者加入零工经济的队伍，他们在创造出众多流行作品的同时，也获得了可观的收入。零工经济的参与者终于从鲜被关注的次级劳动市场走向了大众的视野，参与零工经济成为时代潮流。2018 年，电商平台与短视频平台上兴起的“直播电商”进一步推动了零工经济的发展，2020 年新冠疫情期间，“全民直播”、“全民带货”成为热潮。至此，零工经济已经受到了来自业界、学界和政界的广泛关注与讨论。

3.1.3 5G 时代：互联网零工经济大有可为，前景广阔

从台式电脑到移动互联网，从“淘宝网”到“直播电商”，在互联网时代，零工经济的内涵被不断延伸与扩展，零工这一新的工作模式从幕后走向台前，逐渐成为时代的标志与潮流。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截止 2020 年 3 月，我国网民规模为 9.04 亿，互联网普及率达 64.5%。其中，手机网民达 8.97 亿，手机网民占比为 99.3%，比 2018 年 12 月提高 0.7%。^①同时据阿里研究院预测，到 2036 年，中国的零工从业者有望超过 4 亿。即将到来的 5G 时代更是给我国零工经济赋予了更广阔的发展空间。5G 时代，移动设备对数据的处理能力将得到极大提升，5G 将带给用户超越光纤的传输速度以及尽可能低的网络延迟。5G 时代，零工经济的应用场景将更加多元化，零工从业者可以通过 VR 设备实现远距离办公，物联网将进一步推动工作模式的改革，提供更多的零工岗位。^②由此可见，5G 时代的零工经济将继续蓬勃发展，为我国的经济建设添砖加瓦。

^① 第 45 次中国互联网络发展状况统计报告：http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm

^② 华为：5G 时代十大应用场景白皮书。

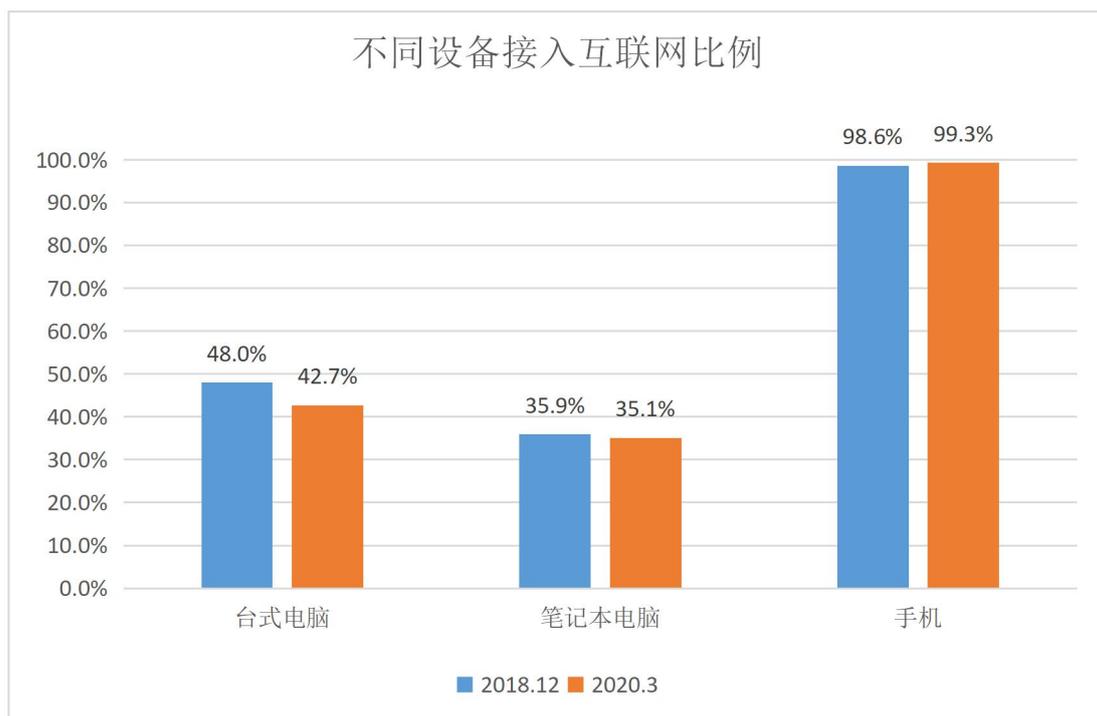


图 3.1 不同设备接入互联网的比例

来源：第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》

3.2 中国零工经济的发展优势

在移动互联网时代，零工经济已经渗透到了我国生产生活中的方方面面，成为我国经济非常重要的组成部分。纵观全球，我国的零工经济也具备显著的发展优势。回顾零工经济在我国的发展历程，我们可以看到，我国在零工经济发展上具备三大发展优势。

首先，在供需层面，我国的互联网基础设施发达，移动互联网覆盖率高，保证了零工经济的广泛覆盖；我国劳动力数量较为充足，保证了零工经济的大量参与，同时居高不下的用工成本使得企业急需高性价比的零工替代传统的全职员工。在供需层面的优势构成了我国零工经济的运行基础。其次，在零工经济的匹配层面，我国互联网新经济的发展速度迅猛，互联网平台的数量与种类充足，互联网平台将零工经济的供需双方进行高效、精准匹配，在匹配层面的优势保证了我国零工经济的运行效率。最后，在政策层面，政府鼓励各种商业模式创新，不断补充完善相关领域的法律法规，在政策层面的优势保证了我国零工经济运行的规范成长。正是这三大发展优势决定了我国零工经济的迅猛发展。

3.2.1 供需优势：劳动力数量充足，灵活用工需求大

零工经济的主体是劳动力本身。我国人口数量早已突破 14 亿，是世界人口第一大国。据国家统计局相关数据，我国劳动年龄人口数量将近 9 亿，进入劳动力市场的人口数量在 7-8 亿之间浮动。由于零工经济具有非全日制的特点，处于劳动年龄的人口均可以参与，所以我国具备充足的可参与零工经济的劳动力储备。在传统用工模式之下，企业用工的人力成本较高，“五险一金”等社会保障方面的支出已经占到了企业工资支出的 40%-50%。在较为严峻的经济形势面前，许多中小企业急需降低企业用工成本，灵活用工和使用零工的需求不断扩大。

3.2.2 匹配优势：互联网基础设施发达，互联网平台经济发展迅速

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》，2019 年，我国已建成全球最大规模光纤和移动通信网络，行政村通光纤和 4G 比例均超过 98%，固定互联网宽带用户接入超过 4.5 亿户。^①在移动互联网覆盖率不断提高的同时，我国的网络速度也得到了提升。2019 年，“双 G 双提”工作得到推进落实，网络提速卓有成效，固定宽带已经迈入千兆时代。

移动互联网的高覆盖率与较快的速度保证了各地区的劳动力都能参与到零工经济之中。以支付宝和微信支付为代表的移动支付工具的普及促进了我国互联网新经济的发展。共享经济的出现孕育了各种各样的互联网平台，这些平台促进了零工经济的实现。在交通出行方面，滴滴出行、美团打车等平台让许多人成为兼职司机；在文化娱乐方面，许多人在抖音、哔哩哔哩等平台上成为创作者记录自己的生活；在住宿旅行方面，许多人成为携程上的导游、爱彼迎上的房东。在互联网经济之中成长、完善的各类平台能够差异化地识别零工经济之中可能出现的需求，同时也给零工从业者提供了匹配的机会。总之，我国发达的互联网平台经济促进了零工经济中需求与供给的匹配，保证了我国零工经济整体的运行效率。

3.2.3 政策优势：政府积极支持，法律规范不断完善

中国政府一直对零工经济高度关注，不断出台相关的法律法规对新出现的工作形态进行规范。许多零工经济形态在发展过程中，由于相关法律法规处于空白

^① 第 45 次中国互联网络发展状况统计报告：http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm

状态，行业内出现各种乱象，导致许多人对零工经济敬而远之。国家积极地制定和完善相关法律法规，为劳动力参与零工经济提供了政策保障，有利于我国零工经济的规范发展。2017年，人社部已经发布相关文件，支持和鼓励事业单位专业技术人员创新创业^①。在2019年的全国两会上，《关于完善零工经济群体参保制度的建议》就已经关注到了参与零工经济群体的利益，该建议强调要把零工就业群体的合法权益、劳动纠纷等问题进一步落实^②。2020年初，人社部再度发文“支持和鼓励事业单位科研人员创新创业”，其中更明确指出“支持和鼓励科研人员兼职创新、在职创办企业等”，为零工经济的长期发展奠定了坚实基础。政府对法律规范的不完善保证了我国零工经济运行的规范性。

总之，在上述三重优势的保障之下，我国零工经济势必会得到进一步的发展。

3.3 中国零工经济发展面临的困难

零工经济尚在不断发展的过程中，在面临许多机遇的同时，也面临诸多亟待解决的困难。根据零工经济的主要参与主体，零工经济发展的困难可以分为以下四个部分：第一部分是零工从业者面临的困难，主要包括：收入不确定、社会保障不足、人力资源发展和知识产权保护等问题。第二部分是零工需求者的困难，主要包括：企业的人力资源管理问题、相关信息泄露、任务完成度未达预期等。第三部分是零工经济平台面临的困难，主要包括：平台的匹配机制以及匹配效率受到了较大的挑战等。第四部分是政府和社会层面所面临的困难，主要包括：相关法律法规不完善与社会不认可的问题。

3.3.1 零工从业者面临的困难

1. 零工收入较低且很不稳定

第一，零工从业者平均收入较低。根据相关问卷调查，抖音平台内容创作者的月收入大多处在0-1000元的区间，并不能成为抖音平台内容创作者的主要收入来源。根据《2019中国县域零工经济调查报告》，县域市场中的劳动者依靠主业收入的占比仍然最高，超过总体的三分之一。零工收入普遍较低，仅仅能作为

^① 人力资源和社会保障部网站：http://www.gov.cn/xinwen/2017-03/22/content_5179589.htm

^② <http://www.myzaker.com/article/5e8bf4128e9f0934f05dc5e0/>

劳动者主业收入的一部分补充。^①快递从业人员是零工经济劳动者很大的组成部分。根据中国邮政局主管的中国邮政快递报社发布的《2019年全国快递从业人员职业调查报告》^②，2018年中国快递员的数量已经突破300万，半数快递员每天工作时长超过8小时，但75.07%的快递从业人员的月收入在5000元以下，由此可见，零工从业者的收入仍然较低。

第二，由于零工经济本身的特点，劳动者在相应平台所获得的收入具有极大的不确定性。零工从业者在平台上接到任务，在完成任务之后获得事先商议好的报酬。劳动者的报酬取决于任务的数量与每次任务所得的报酬，任务的数量受宏观经济形势、突发事件等的影响较大，具备不确定性。每次任务的报酬由劳动供给者与需求者进行商定，不可控因素同样较多。这就导致零工从业者所得总报酬具有很大的不确定性。对抖音内容创造者的问卷调查结果显示，抖音内容创作者的收入稳定度调研平均数值为2.45（抖音内容创造者被要求使用数字1-7来衡量其收入的稳定程度，1表示极度不稳定，7表示非常稳定，数字越大收入的稳定程度越高），反映了零工经济平台中劳动供给者的收入具有很大的不确定性。

2.零工势单力薄、多种权益难保障

第一，社会保障不足。由于零工从业者并不与劳动需求者签订正式的劳动合同，两者之间仅仅存在短期的劳动关系，而现行的社会保障制度仅适用于全日制签署劳动合同的员工，对零工从业者并不适用。收入的不稳定性再加上社会保障的缺失，许多零工从业者可能会面临生计上的问题。对抖音内容创造者的问卷调查结果显示，接近85%的内容创作者表示并没有相关平台或者企业为其提供相应社会保障。

第二，议价能力较低。零工经济平台之上劳资双方的地位存在着明显的不对等。零工经济平台上充斥着大量的劳动提供者，平台与劳动的需求者往往掌握着大量的资源，一般从业者的议价能力普遍较弱，零工从业者的报酬会显著低于其所提供劳动的价值。

第三，知识产权保护不足。由于短视频平台的火速发展，许多零工从业者承担着“内容输出”的任务，从业者应该对其创作的内容享有知识产权，但由于短视频体裁的传播特性以及抄袭现象难以界定，多数零工从业者的知识产权并未得

^① <http://www.ccn.com.cn/html/loushijiaji/redian/2019/1113/478801.html>

^② <http://www.199it.com/archives/996691.html>

到保护，抄袭现象层出不穷。相关平台已在创作者知识产权保护方面进行了初步尝试。

第四，零工金融服务难获取。因为零工从业者本身收入具有不确定性，也无法获得相应的社会保障支持，而且整体较年轻化，其资产数量和积蓄数额都非常少，所以此类零工从业者在事业发展初期或经历重大生活变故时会非常需要相应金融服务的支持。但在现今的金融体制之下，由于缺少长期的雇佣合同与无法提供稳定的工资流水，零工从业者基本不可能得到银行等机构的贷款，这会给许多从业者的长期发展带来较大的困扰。

第五，职业发展受阻。零工从业者与雇主之间普遍为短期关系，因此无法享受到公司内部的各种技能培训，平台目前也很少对从业者提供支持和相关培训，因此大多零工从业者只能靠自己提升人力素质，这可能会导致零工从业者的人力资源积累不足，限制个人的职业发展空间。

3.零工合法合规问题

第一，零工税收的合法合规问题。相关的税收法律规定不够完善，征税难度大。在现行的税收体系下，零工从业者的税收负担较重，很多收入按照劳务报酬纳税，税率较高。因此，现在有不少零工从业者没有主动纳税。另外，国家正在加强个人所得税纳税信用体系建设，自然人纳税人和扣缴义务人在个人所得税自行申报中有违法失信行为的，将依法依规采取行政性约束和惩戒措施，并在全国信用信息共享平台公示，这给零工从业者带来了较大的风险。

第二，零工业务的合法合规风险。例如，零工从业者在提供某些产品服务中可能存在合法性问题，零工从业者可能会在零工经济平台上对各种商品进行宣传，例如许多金融行业从业者可能会在非金融平台之中对相关金融产品进行推介，但国家层面对金融监管日趋严格，相关销售以及推介都需要相关准入凭证，这些零工从业者所提供的服务以及变现方式可能存在相应的合法性问题。

3.3.2 零工经济平台面临的困难

1.商业责任：匹配机制仍需改进

零工经济平台在零工经济的发展中起到了巨大的作用，实现了零工从业者与需求者之间的有效匹配。但随着零工经济规模的不断扩大，参与零工经济的从业

者与需求者不断增多，平台的匹配机制以及匹配效率开始面临较大的挑战。平台需要改进自身的匹配模式，提升用户满意度；同时还需要对现有商业模式进行升级，使得各利益相关者都有足够的获利空间，才能促进平台良性运转。

2.社会责任：责任划分仍不明晰

基于移动互联网平台的零工经济仍然属于较为新兴的用工模式，其中的许多问题仍然缺乏相应的法律法规进行规范。在互联网时代，零工经济劳动者的权益问题亟待解决，但平台所要承担的社会责任范畴较为模糊，这使得零工经济平台运营方在遇到突发事件时始终存在较大的社会舆论风险。平台、政府与劳动者各自在零工经济的用工模式之中应当承担哪些责任仍然有待讨论。同时平台所提供各种服务的合规性也需要注意相应的法律风险。

3.3.3 零工需求者面临的困难

1.人力资源管理新挑战

对使用零工的企业来说，零工从业者属于公司的外部人员，组成非常多样化，缺乏对公司核心价值的认知度和对公司的归属感，工作具有极大的不确定性，甚至可能存在泄露企业机密以及工作效率低下的问题，所以零工经济给企业的人力资源管理也带来了相应的挑战。

2.企业灵活用工合法合规风险与经营风险

第一，灵活用工不规范。现在灵活用工使用大量的兼职、临时工、派遣工等，一般没有签署劳动合同，双方没有劳动关系，社保、劳务纠纷较多。

第二，因为个人服务开具增值税发票并非日常操作，个人经常不能够提供企业需要的增值税进项发票，造成用工公司的增值税抵扣链条断裂或者劳务成本因无发票无法入账。发票等税务不合规，经营风险巨大。

3.个人权益可能受侵害

如果劳动需求者为个人（消费者），对个人来说，零工从业者可能泄露劳动需求者的个人隐私，同时在某些情境下，劳动需求者的合法权益可能被侵害，比如：零工从业者入室窃取劳动需求者的财物等。

3.3.4 政府和社会面临的困难

1. 相关法律与社保制度没有保护好零工的权益

现行的法律法规并不支持企业使用零工。劳动合同法第 66 条规定，劳务派遣只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上实施，而且被派遣劳动者的数量不得超过用工总量的 10%；同时第 68 条规定，非全日制用工每日工作时间不得超过 4 小时，每周累计不得超过 24 小时。^①同样，劳动法以及社会保险法中关于社保制度的规定均只适用于劳动者与企业之间的正式雇佣关系，相关法律并没有对零工所享有的权益作出相关的规定。

2. 社会对于零工从业者的认可度不高

移动互联网时代之前，零工从业者大多存在于次级劳动市场，他们教育水平低，只能从事较为简单的体力劳动。久而久之，零工从业者给人们留下了素质低下与生活窘迫的印象。但随着移动互联网的发展，零工从业者的范围不断扩大，拥有各种技能的人才都参与到了零工经济之中，零工经济已经成为“知识经济”的一部分。但社会对零工经济的认知还停留在过去，对零工从业者的印象较为固化，旧时代的“单位”观念仍然占据主流，社会对零工从业者的认可度总体不高。

^① 灵活就业保障要跟上：http://lw.xinhuanet.com/2020-04/15/c_138971621.htm

4.中国零工经济的宏观经济贡献

4.1 零工经济体量测算：规模较大、贡献上升

对零工经济体量的测算需要首先对零工经济的测算范围进行界定。零工经济属于数字经济、平台经济，不同于传统经济内的行业分类，数字经济、平台经济是一类基于互联网且在近几年才蓬勃发展起来的行业，从早先作为传统经济下相关行业的补充，到如今成为经济增长的一大核心动力，其角色与经济体量均已发生较大变化。随着数字经济、平台经济的不断发展，对其占国内生产总值（GDP）比重的测算也成为亟待解决的问题。

就数字经济、平台经济本身而言，最近已有一些官方研究机构进行相关估算，比如国务院发展研究中心产业经济研究部部长赵昌文估算，我国平台经济规模已经占 GDP 的 10%左右^①；国家网信办在第二届数字中国建设峰会上发布的《数字中国建设发展报告（2018 年）》^②显示，2018 年我国数字经济规模达到 31.3 万亿元，占 GDP 比重达 34.8%。事实上，数字经济、平台经济由于其特殊性，估算结果一来受统计口径的影响，二来又存在普遍的低估现象，目前仍然没有一个较为科学的估算方法。

对此，以行业为基准，对整体的数字经济、平台经济这类以 ICT 为基础的新兴行业的经济体量测算很多都是基于经济合作与发展组织（OECD）数字经济政策委员会于 2014 年出版的《测算数字经济：一个新视角》（Measuring the Digital Economy: A New Perspective）这一报告。蔡跃洲，张钧南（2015）、蔡跃洲（2018）在这个领域进行过较为深入的研究与测算。但是，这类测算对于轻资产的平台经济，特别是本报告所聚焦的零工经济而言可能还是不太适用。而当前国内外的学者其实也已经意识到这一问题。在 2019 年哈佛商业评论（Harvard Business Review）的最新文章^③中，Erik Brynjolfsson 和 Avinash Collis（2019）就专门针对这一问题进行了探讨。该文章不仅认为需要从消费者端进行数字经济的 GDP 比重测算，甚至还需要进一步以消费者盈余为测算标的，进一步得出 GDP-B

^① 赵昌文.高度重视平台经济健康发展：<http://www.drc.gov.cn/xsyzcfx/20190814/4-4-2899155.htm>

^② 我国数字经济规模达 31.3 万亿元 占 GDP 比重达 34.8%：http://www.xinhuanet.com/tech/2019-05/07/c_1124460512.htm

^③ How Should We Measure the Digital Economy? <https://hbr.org/2019/11/how-should-we-measure-the-digital-economy>

(GDP-B 是包含了数字经济中新产品和免费产品的一种新的价值核算方式^①)这一测算结果。当然，与那些完全免费模式的平台相比，零工经济的各类平台其实还是围绕着零工经济的消费者和零工从业者产生了非常可观的、可以被度量的经济体量，因此从这一角度而言，尽管 OECD 的方法并不合适，但是从微观主体出发、加总测量其经济体量的思路是较为可行的。

接下来，本报告就零工经济的体量测度展开具体的分析。鉴于目前中国国家统计局并没有专门适用于零工经济核算的统计口径，且有些新兴经济活动因其零工经济属性至今定义不明晰，我们无法直接使用官方的数据。根据目前数据的可获得性，研究团队使用国内生产总值的支出法为基本框架，对中国的零工经济进行一个较为全面、严谨的核算。我们首先来看最基础的支出法国内生产总值核算方程：

$$Y=C+I+G+(X-M)$$

其中，Y 为国内生产总值，C 代表消费支出，I 代表投资支出，G 代表政府支出，X 代表出口，M 代表进口。该支出法国内生产总值核算方程是核算的基本框架，在此基础上，我们希望得出一个零工经济对中国经济影响的下限值。

为了得到这个下限值，我们主要进行了三种方式的缩放：

第一，我们认为零工经济只会通过消费 C 和投资 I 来影响国内生产总值。尽管政府支出 G 和净出口 (X-M) 也有可能参与到零工经济影响整体经济的路径之中，我们的算法暂时不予以考虑。

第二，根据本报告在前文对零工经济定义和划分的类型（表 1.2），我们只选取七大标志性的行业，即交通出行、共享住宿、外卖服务、网络直播、专业技能服务、内容创作和知识付费。我们认为目前对于零工经济的行业区分并没有一个非常明晰的标准，但是这七大标志性行业在零工经济的定义中较为明确，是一种较为狭义的定义口径。

第三，我们选取行业数据的时候可能会对行业内某些无法获取数据的小企业予以忽略，甚至主要核算该行业中的大型平台企业的贡献。这同样是考虑到数据的可获得性，一些小企业在零工经济的浪潮中投身到这些行业中，但是有些很快就因为资金链的问题而退出市场，因此这类小企业的的数据很难获得。

^① Erik Brynjolfsson, Avinash Collis, W. Erwin Diewert, Felix Eggers and Kevin Fox. (2019).GDP-B: Accounting for the Value of New and Free Goods in the Digital Economy.

在这个过程中还有一个问题，零工经济的发展对传统行业产生了什么样的冲击。因为在此消彼长的情况下难以衡量零工经济对总体经济的影响到底是正向还是负向。这里，我们在本报告中一直贯穿的观点便是，现阶段零工经济的发展更多是对传统经济的补充，而不是替换。因此，零工经济造成的负面冲击是有限的，且远小于其正面贡献的。对此，我们给出三种解释：

第一，我们需要深入思考零工经济是以补充现有经济为主还是以取代传统经济为主。我们认为零工经济是以补充现有经济为主，大部分零工经济创造了新的工作形式和工作岗位，没有对传统经济造成大量的替换作用，反而以新的形式在传统经济无法触及到的空白领域进行了延伸。

第二，我们认为零工经济在要素市场对传统行业的负向冲击要显著小于其在产品、服务市场对经济的正向价值。大部分的零工经济从业者以前从事的岗位可能很多是经济价值较低的岗位，甚至是失业状态。在这种情况下，这些零工经济从业者放弃原先的工作，并不会对整个经济体的劳动力要素市场造成太大的负面影响，反而可以填补空白，更好的满足人民日益增长的新需求。

第三，我们认为任何新经济的产生与发展必然是对相关传统行业的一种革新，即使零工经济没有出现，也会有其他的新经济去取代传统的行业。零工经济的存在与蓬勃发展的背后是科技的进步，特别是以互联网、平台为核心的技术进步。新经济往往拥有着比传统经济更加强大的活力和更加值得挖掘的潜力。因此，分析新经济的影响更应该从其创造的经济、社会价值的角度进行考虑，而不是拘泥于其对传统行业的革新与淘汰。

总结上述三点，我们认为零工经济对传统行业确实存在负面冲击，但是这种负面冲击不仅是有限的，而且它所创造的正面价值要大于负面冲击。因此，本研究仅关注零工经济本身的贡献，既能在核算过程中真正将零工经济视为一种独立的经济模式进行考察，也能在对未来的预测中更加专注于零工经济本身。

4.1.1 零工经济的核算逻辑

如上文所述，本文仅考虑零工经济带动的消费 C 和投资 I 对国内生产总值的影响，因此我们首先介绍消费和投资核算的逻辑。

1. 消费的核算

零工经济大部分基于互联网平台开展，零工从业者用碎片化的工作时间通过互联网平台向用户提供服务和产品。我们把这个基于互联网平台形成的市场称为零工市场，而对消费的核算关键之一在于对零工市场形成的交易进行识别。其次，由于零工从业者开展工作需要进行额外的产品购置，这又会与传统厂商形成一个传统消费市场，这是另一个核算的关键。零工经济的消费市场的结构如图 4.1 所示：由零工平台、零工从业者、平台消费者和传统厂商构成，其中零工从业者和平台消费者在接入零工平台后形成基于零工服务或者零工产品的零工消费市场；零工从业者和传统厂商形成基于传统产品的传统消费市场。

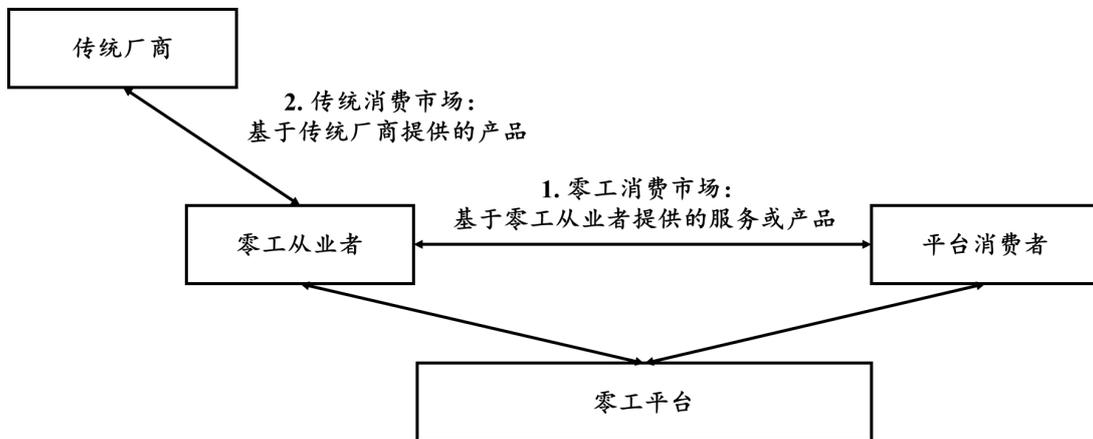


图 4.1 零工经济的消费市场结构

来源：项目组绘制

2. 投资的核算

关于投资的核算，主要从三大块展开：零工从业者拉动的传统厂商的固定资产投资、平台消费者拉动的基于流量的广告厂商的固定资产投资、零工平台为了搭建可靠的零工平台所拉动的固定资产投资。图 4.2 展示了零工经济的投资拉动结构：首先，传统厂商由于零工从业者需求的增加需要扩大产能，从而带来投资的增加；其次，平台消费者产生的流量产生大量的广告需求，从而带动广告厂商的投资；最后，平台本身为了搭建零工经济平台需要进行投资。

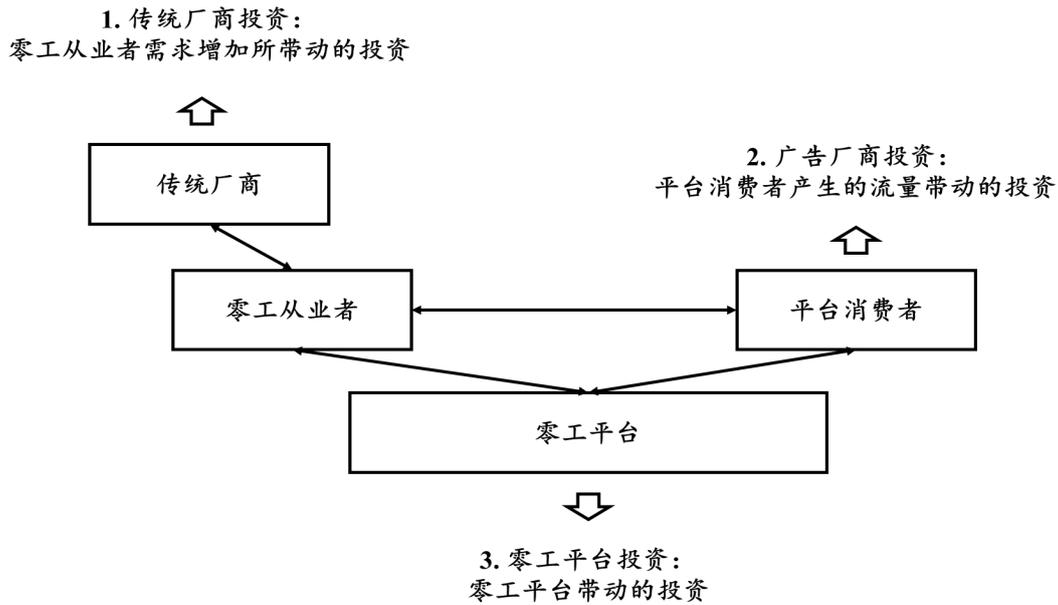


图 4.2 零工经济的投资拉动结构

来源：项目组绘制

4.1.2 零工经济的核算方式

这部分简要陈述零工经济核算方式，核算的原则是尽量使用国家统计局、国家背景的智库研究机构所统计、公布的数据。

1. 按比例估计

按比例估计是通过将组成 GDP 的各个产业细分、自上而下地追溯零工经济在各行业产生的经济影响。

相对而言，零工经济在第一产业和第二产业比如农业、能源行业等产生的经济影响较小，而第三产业是零工经济发展的主要阵地，比如出行、住宿、餐饮、批发零售业等行业已经经历了深刻的变化。

我们对照国家统计局的《国民经济行业分类》，可以确定其中几个零工经济影响深刻的行业，包括批发和零售业，交通运输、仓储和邮政业，住宿和餐饮业，并获取该行业的增加值。

在确定了目标行业后，为估算该行业内零工经济的经济贡献，我们需要明确的核心问题是，该行业内多大比例的增加值是由零工经济贡献的。具体的分析将由三部分构成：

第一，核算某行业内某种统计口径的数据中零工经济的成分有多大。比如，

我们可以用某个行业内零工经济服务的用户数量和总覆盖人口求取比值，以此来类推零工经济的成分。若记该行业为 i ，某种统计口径为 T^i ，其中零工经济所占的比例为 r_{Gig}^i 。则可以计算出该统计口径的数据中，零工经济的成分为：

$$T_{Gig}^i = T^i r_{Gig}^i$$

第二，将这些统计口径的数据加总到投资和消费中，获得零工经济对某行业的投资和消费的贡献为多少。若属于消费的统计口径为 $T_{C_Gig}^i$ ，属于投资的统计口径为 $T_{I_Gig}^i$ ，则核算的公式为：

$$C_{Gig}^i = \sum_C T_{C_Gig}^i$$

$$I_{Gig}^i = \sum_I T_{I_Gig}^i$$

第三，加总所有行业得到零工经济对总体 GDP 的贡献。核算公式为：

$$GDP_{Gig} = \sum_i (C_{Gig}^i + I_{Gig}^i)$$

2. 按用户估计

按用户估计的思路与按比例估计有相似之处，只不过是从个体的角度出发、自下而上地探究零工经济的经济贡献。

从个体角度出发，我们估计每个个体产生的消费和零工经济平台涉及到的用户规模，从而估算零工经济的总体规模。按用户核算同样可以分为三个步骤：

第一，估算每个人在某一个零工经济行业内的年均零工市场消费。比如假定行业为 i ，个体消费者记为 j ，则个体年均消费可以表示为： c_{Gig}^{ij} 。

第二，估算某个零工经济行业的所有零工市场消费额。核算公式为：

$$c_{Gig}^i = \sum_j c_{Gig}^{ij}$$

第三，估算所有零工经济行业的零工市场消费额。核算公式为：

$$C_{Gig} = \sum_i c_{Gig}^i$$

3. 零工经济影响的核算

根据以上的核算思路，我们最终可以估算出每一年零工经济的 GDP 值。接下来，我们需要根据估算出来的结果，分析零工经济对整体经济的影响。我们主要对三大类指标进行估算：第一是零工经济在 GDP 中的占比，第二是零工经济

对 GDP 增量的贡献度，第三是零工经济对 GDP 增长率的拉动百分点。

首先，零工经济在 GDP 中的占比，其理论核算方法如下：

$$Proportion = \frac{GDP_{Gig}}{GDP}$$

由零工经济带来的 GDP 占整体 GDP 的比重越高，说明国内生产总值之中，零工经济所占的体量越大。占比高的国内生产总值组成部分，其增长率对整个国内生产总值的影响往往较大。就新兴产业而言，占比一般来说是比较小的。

其次，是零工经济对 GDP 增量的贡献度，其理论核算方法如下：

$$Contribution = \frac{GDP_{Gig}/GDP\ Deflator - GDP_{Gig\ last\ year}}{GDP/GDP\ Deflator - GDP_{last\ year}}$$

由零工经济所带来的 GDP 的增量比上整体 GDP 的增量，从而算出一个 0%-100%之间的贡献度。贡献度越大，说明其增量在 GDP 增量中的占比越大，但是并不意味着其占比也越大。新兴产业在 GDP 中的占比往往很低，但是在 GDP 增量的贡献度中一般占比很高。因此，零工经济对 GDP 增量的贡献度越大，说明相对于其他行业而言发展得越迅速。

最后，是零工经济对 GDP 增长率的拉动，其理论核算方法如下：

$$percentage\ points\ pulled = \frac{GDP_{Gig}/GDP\ Deflator - GDP_{Gig\ last\ year}}{GDP_{last\ year}}$$

由零工经济的增量通过 GDP 平减指数折回上一年之后，再除以上一年的 GDP 总量，即可算出零工经济对 GDP 增长率的拉动。GDP 增长率由 GDP 的总增量通过 GDP 平减指数（又称 GDP 缩减指数，是指没有剔除物价变动前的 GDP 增长与剔除了物价变动后的 GDP 增长之商，也可是名义 GDP 与真实 GDP 之比）折回上一年之后，再除以上一年的 GDP 总量。如果能够知道 GDP 各构成部分的增量，即可通过这种方法算出 GDP 各个构成部分对 GDP 增长率的拉动。可以想象，有些衰落行业对 GDP 增长率是负向拉动，而新兴产业对 GDP 增长率的拉动则是一个国家经济增长的关键。

4.1.3 零工经济的体量与宏观影响

接下来，我们将分七大行业，对零工经济体量的下限值进行估算。七大行业分别是交通出行、共享住宿、外卖服务、网络直播、专业技能服务和知识付费、内容创作。其中，专业技能服务和知识付费这两类领域均提供知识技能类服务，

因此我们统一进行核算。按照前面的核算方式，我们获得了各行业的零工经济的体量值，具体如表 4.1 所示。然后，我们将各行业零工经济体量进行加总，获得了零工经济总体体量（下限值）。2018 年、2019 年中国零工经济领域的国内生产总值规模达到了 19488.46 亿元、26159.09 亿元。^①具体各部分的核算值如表 4.1 所示。

表 4.1 各行业零工经济核算汇总

零工经济领域	2018 零工经济	2019 零工经济
交通出行	2740.31 亿元	2949.88 亿元
共享住宿	275.74 亿元	386.54 亿元
外卖服务	4816.37 亿元	6275.74 亿元
网络直播	1880.04 亿元	4941.93 亿元
专业技能服务+知识付费	2353.00 亿元	3063.00 亿元
内容创作	7423.00 亿元	8542.00 亿元
合计	19488.46 亿元	26159.09 亿元

来源：项目组核算

1. 2018 年、2019 年中国零工经济在 GDP 中的占比

2018 年、2019 年中国 GDP 总量分别为 900309 亿元、990865 亿元。因此，2018 年、2019 年中国零工经济在 GDP 中的占比分别为 2.16% 和 2.64%。

2. 2019 年中国零工经济对 GDP 增量的贡献度

通过增量计算，考虑了 GDP 平减指数后，2019 年零工经济增量为 5729.80 亿元，GDP 的增量为 54919 亿元，因此对 GDP 总增量的贡献度为 10.43%。

3. 2019 年中国零工经济对 GDP 增长率的拉动百分点

通过增长率核算，2019 年中国零工经济对 GDP 增长率的拉动百分点为 0.64

^① 研究团队以国内生产总值的支出法为基本测算框架，对中国的零工经济（下限值）进行一个较为全面、严谨的核算。团队使用了国家相关部门和比较权威的智库研究机构的数据，例如国家统计局相关数据、国家信息中心发布的《中国共享经济发展年度报告》、中国人民大学劳动人事学院发布的《滴滴平台就业体系与就业数量测算报告》、《2016-2022 年中国文化创意市场发展态势及十三五盈利战略分析报告》、《2018 年中国网络版权产业发展报告》以及相关上市公司财报等数据。计算时，首先对交通出行、共享住宿、外卖服务、网络直播、专业技能服务和知识付费、内容创作等七大行业零工经济体量的下限值进行估算，最后将各行业零工经济体量进行加总，获得了零工经济总体体量。

个百分点。

总结后，关于零工经济的宏观影响的具体核算结果如表 4.2 所示。

表 4.2 零工经济的宏观影响（已平减，亿元）

	2018	2019	增长率	增量	拉动	贡献度
GDP 总量	900309	955228	6.10%	54919		
零工经济总量	19488.46	25218.26	29.40%	5729.80	0.64%	10.43%

来源：项目组核算

4. 零工经济的宏观影响预测

最后，我们对零工经济未来的宏观影响进行预测。

官方文件关于中国未来的经济层面发展的描述，可以具体总结为三点：**第一，经济总量大；第二，经济质量高，有创新有动力；第三，收入分配差距减小，共同富裕。**

根据此前对零工经济的分析，我们可以看到，中国的零工经济可以成为中国未来基本实现现代化过程中的一大增长引擎和增长动力。零工经济作为一种新兴经济，增长十分迅速，对经济的拉动作用强劲。在零工经济发展的过程中，需要大量互联网及通信领域的科技创新，从而为其迅速发展提供科技创新的基础。此外，零工经济作为一种指向普惠市场的经济形式，其本身可以被看作一种拟公共物品，这也为缩减贫富差距提供一种新的模式。对零工经济未来影响的估算，最主要需要理清中国经济未来的走势和中国零工经济未来的发展路径。

首先，分析中国经济未来的走势。目前，中国经济的总量已经位居世界第二，而经济总量上已经做到了把蛋糕做大。结合十九大报告的描述，接下来中国应该会更加注重在人均 GDP 水平上的提升。根据世界银行的数据^①，我们以 2011 年 PPP（购买力平价）不变价为换算的依据，可以得到 **2018 年**中国人均 GDP 为 16181.78 国际元，美国为 55719.12 国际元，日本为 39293.69 国际元，我们仅为美国的 **29.04%**，日本的 **41.18%**。我们认为，基本实现现代化意味着中国从人均收入的角度来看应该已经迈入了发达国家的行列，处于发达国家较为靠后的位置。

^① <https://data.worldbank.org.cn/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.KD>

我们取 32000 国际元为基本实现现代化的标准，这个位置大概为以色列或者西班牙目前的水平，大概在发达国家后 75%分位数的水平。如果以这个水平作为实现基本现代化的赶超目标，那么经核算，中国从 2019 年至 2035 年平均每年的增长速度应为 4.09%（由于世界银行的数据最新到 2018 年，所以我们以 2018 年为起点进行核算）。考虑到 2019 年中国实际 GDP 的增长率为 6.10%和 2020 年新冠病毒疫情的影响，我们进一步在 4.09%的基础上进行调整。我们采用 IMF 最新的世界经济展望^①数据，预计 2020 年、2021 年中国的 GDP 增长率分别为 1.2%和 9.2%。然后，在此基础上逐年递减，模拟平均 4.09%的增速，最终得到中国 2020 年-2035 年的增长轨迹如图 4.3 所示。



图 4.3 中国未来经济走势预测（2018 年不变价）

来源：项目组绘制

之后，再看零工经济可能会出现的发展路径。预测零工经济可能出现的发展路径，可以借鉴历史上新兴产业的增长路径。任何一个新兴产业都会经历初创阶段、成长阶段、成熟阶段和衰退阶段四大阶段，我们认为零工经济会在 2035 年之前进入稳定成长的阶段，而新技术的发展可能让零工经济有进一步提升的可能性。由于零工经济与共享经济有较大的重叠，因此我们首先参考国家信息中心《中国共享经济发展报告（2020）》有关共享经济的预测：“2020 年共享经济增速将

^① <https://www.imf.org/zh/Publications/WEO/Issues/2020/04/14/weo-april-2020>

因疫情影响而出现一定幅度的回落，预计在 8-10%之间；2021 年和 2022 年增速将有较大回升，预计未来三年间年均复合增速将保持在 10%-15%的区间。”而我们的核算显示，2019 年零工经济的年增长率达到 29.40%。因此，我们同样预测，在疫情的冲击下，2020 年零工经济的增速将回落至 10%左右，并在 2021 年反弹后在未来 5 年逐渐回落到 10%之后，根据往年中国消费增速与 GDP 增速之间的关系，我们预计零工经济的增速会保持在 GDP 增速 2 倍左右。对此，我们对零工经济的体量和增长率预测如下：

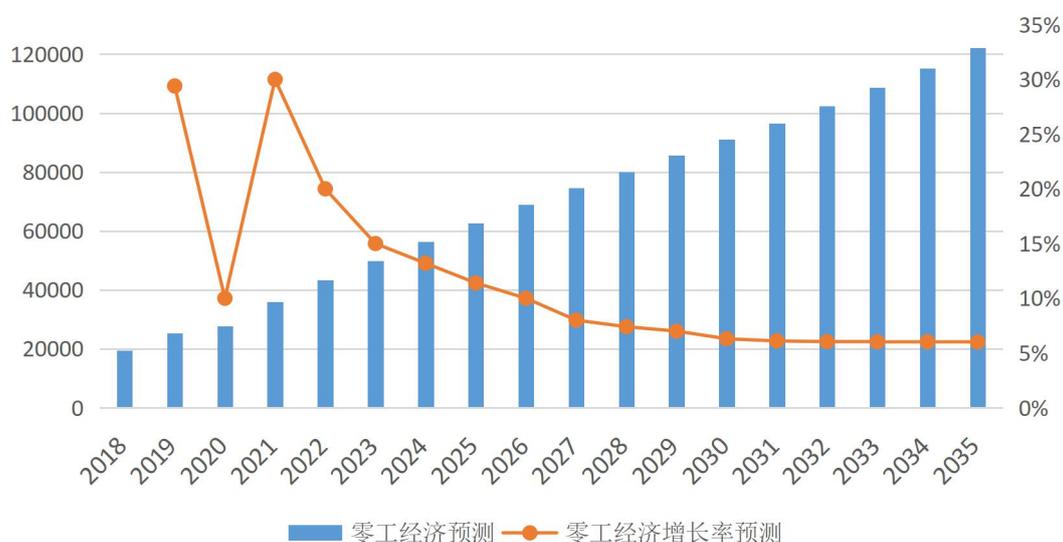


图 4.4 中国未来零工经济走势预测 (2018 年不变价)

来源：项目组绘制

综上，我们便可以对中国经济和中国零工经济未来的走向进行一个对比预测。首先来看中国零工经济在中国经济中所占比重的变化。图 4.5 展示了这一过程，可以看到随着年份的推进，中国零工经济在中国经济中所占的比重不断增大，成为未来经济中较为明显的一个组成部分。我们的预测为：**2035 年零工经济的 GDP 占比将达到 6.82%**。进一步来看零工经济增量对中国经济增量的贡献，同样可以使用上述预测方法，我们可以发现图 4.6 展示了这种增量贡献随着年份的推进而表现出的变化。我们的预测为：**2035 年零工经济增量对 GDP 增量的贡献为 13.26%**，为经济发展提供强劲的动力支撑。此外，我们也注意到，疫情对 2020 年经济产生大幅度冲击的同时，虽然零工经济也同样受到冲击，但是仍然有着

10%的增速。我们的预测表明，2020年，受疫情影响，零工经济增量对GDP增量的贡献将高达22.00%。这表明，疫情期间大量居家工作、学习的模式对零工经济而言，影响相对较少，因为很多零工经济本身就是以居家的模式进行的。



图 4.5 中国未来零工经济占比

来源：项目组绘制

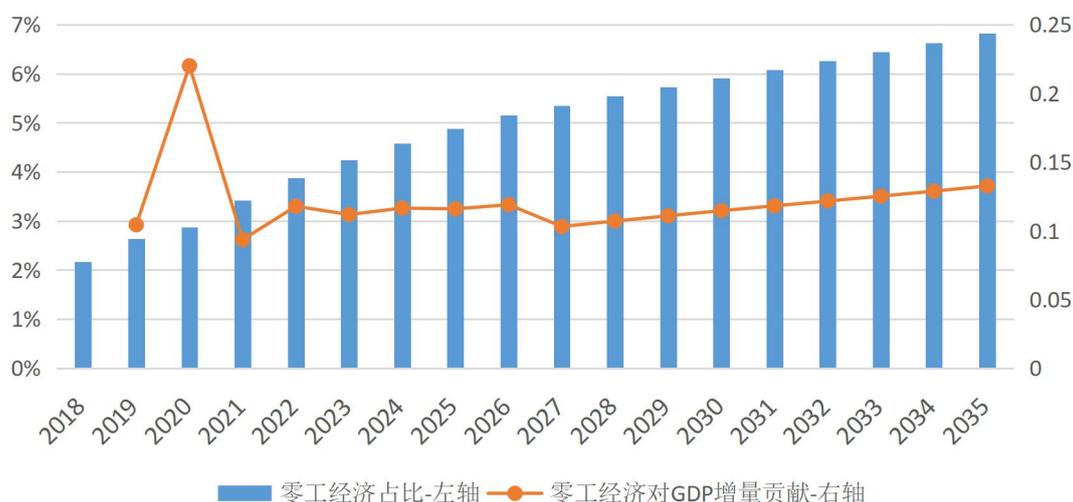


图 4.6 中国未来零工经济对经济增量的贡献

来源：项目组绘制

4.2 零工经济地理分布：空间集聚、助推经济

近年来，为推动经济高质量发展，我国坚持深化改革，消除区域行政壁垒，破除制约各类要素自由流动和高效配置的体制机制障碍，提出要“优化行政区划，提高中心城市和城市群综合承载和资源优化配置能力”。2019年2月，国家发展改革委对外发布《关于培育发展现代化都市圈的指导意见》，提出应科学构建都市圈协同发展机制，加快推进都市圈发展。正是在清晰的顶层设计推动下，我国已经形成了三大城市群（京津冀、长三角、珠三角地区），多个都市圈的发展格局。随着互联网时代的到来，零工经济的崛起，一定程度上调整了90年代学者提出的九大都市圈^①的具体地理范围，打造了我国都市圈建设的新版图。

近年来，随着抖音平台的迅速兴起，越来越多的用户参与其中，抖音已经成为我国短视频行业的龙头，是知识内容型零工经济的典型代表，为我国零工经济提供了新的发展平台。因此，此部分以抖音平台的零工经济数据为例，通过GIS、Geoda、Stata等空间统计软件，分析我国零工经济的地区分布、空间集聚态势以及对当地经济的影响，发现零工经济对我国新九大都市圈格局的形成起到了重要作用。

4.2.1 零工经济为都市圈添活力，“胡焕庸线”以西特色城镇成亮点

本文通过计算抖音平台各地区网红用户数量在全国范围内用户总量的占比，构建了零工经济指标。通过比较中国各地区GDP和零工经济发展的地理空间格局，可以发现二者的地理分布特征几乎一致，也初步证实了零工经济和当地经济的发展密不可分的初步猜想。

从我国零工经济发展空间格局图中（图4.7）可以看出，中国零工经济发展具有明显的“胡焕庸线”特征（胡焕庸，1935），即和中国的东西半壁人口分布格局相类似，呈现明显的东西差异。胡焕庸线以东，零工经济发达，使用抖音短视频的用户占比高；而西部除了新疆乌鲁木齐市和宁夏临夏市，抖音用户占比几乎再无超过0.3%的地区。进一步分析东部格局，京津冀、长三角、珠三角城市群是零工经济的高度集聚区，并形成了哈长沈（哈尔滨、长春、沈阳）都市圈、京津都市圈（北京、天津）、胶州湾都市圈（青岛、日照）、大上海都市圈（上海、杭州、金华）、闽南都市圈（福州、泉州、厦门）、汉中都市圈（郑州、武汉）、

^① 王建. 九大都市圈区域经济发展模式的构想. 宏观经济管理, 1996(10):21-24.

西安都市圈、川渝都市圈（成都、重庆）、广深珠都市圈（广州、深圳、珠海）等新九大都市圈的“九珠鼎力”格局。

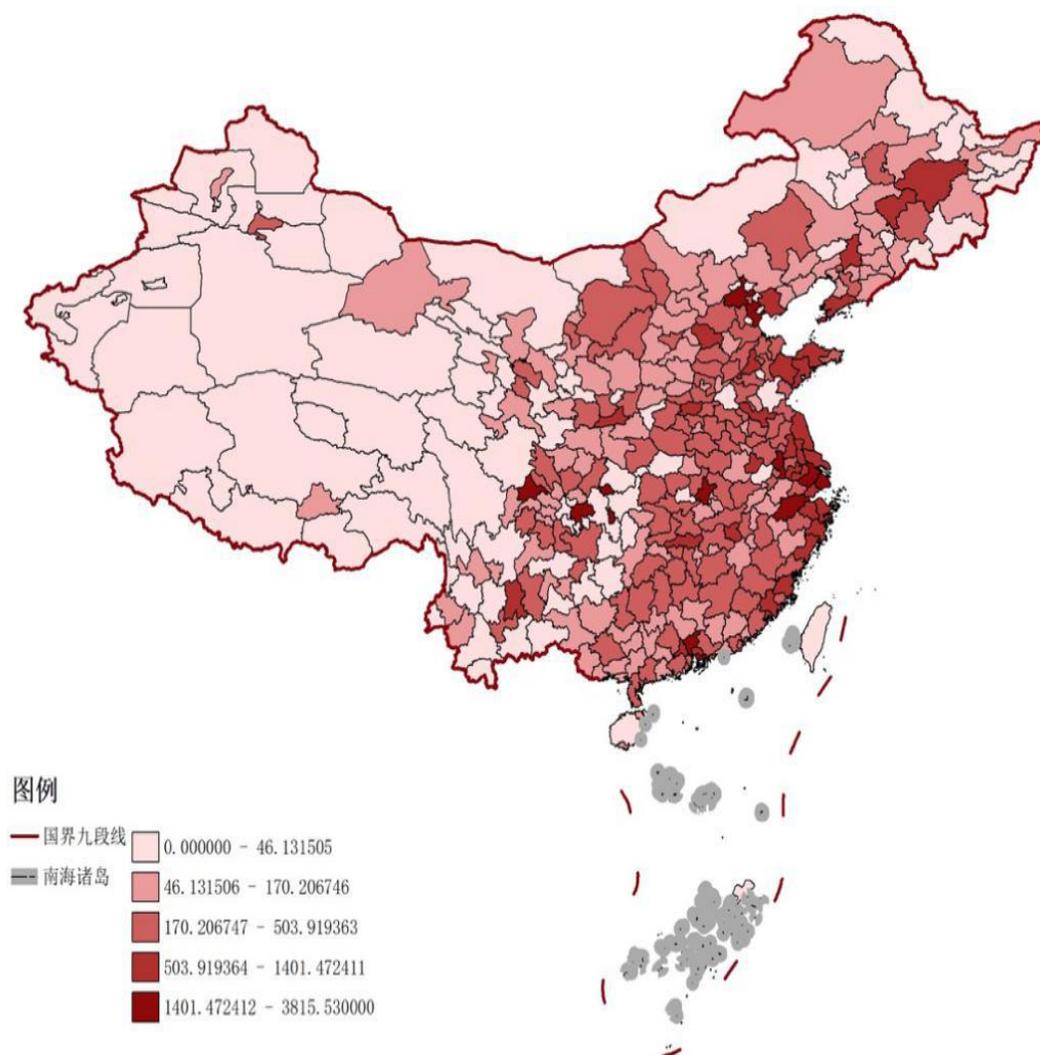


图 4.7 中国部分地级市 GDP 地理空间分布^①（单位：十亿人民币）

来源：项目组绘制

另外，值得注意的是，在胡焕庸线以西，一些特色城镇中的零工经济发展也十分亮眼。图 4.8 中，乌鲁木齐市、临夏市、西宁市、兰州市、甘南藏族自治州、包头市以及呼和浩特市等地方的零工经济都明显高于其周边地区。可能是因为民族因素是构成零工经济优势竞争力的重要因素之一，民族特色通过零工经济平台，

^① 指标构建基于中国 282 个地级市的 GDP 数据。

成功为地区经济赋能。

因此，从分布特征来看，新九大都市圈以及各大特色城镇具有显著的虹吸效应，我国零工经济依附在此内核中得到发展。

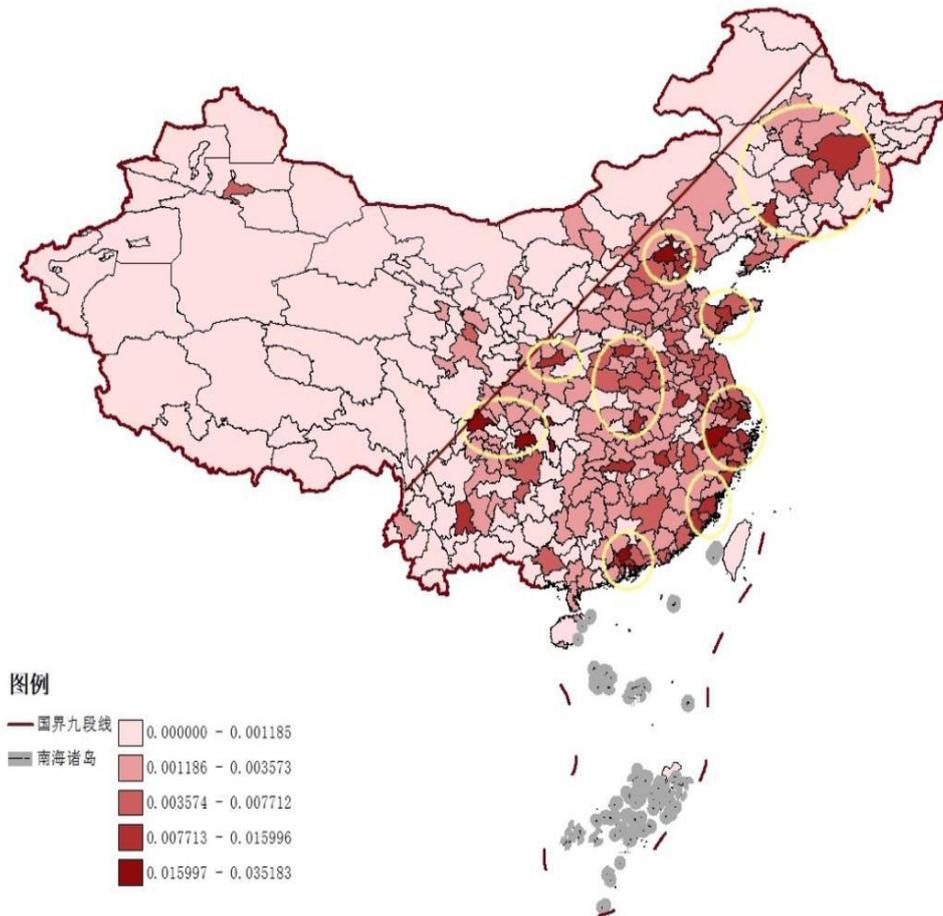


图 4.8 中国零工经济发展地理空间格局^①

来源：项目组绘制

4.2.2 零工经济聚集态势明显，助推当地经济发展

上节分析指出，中国零工经济具有明显的东西分离的空间分布特征，为进一步探究零工经济的空间特征，此节利用空间聚类的方法对中国零工经济进行空间回归分析，以期分析出隐含在数据中更深层次的规律。由于传统的统计工具无法深入分析数据的空间情况，此报告采用了空间计量模型把各地区的空间分布特征考虑进来，并利用了多种空间分析方法，对各地区数据进行深入分析。此处需要

^① gig1001（零工经济指标 1）利用 2019 年 1 月的抖音地级市网红人数与全国网红人数的比值来衡量。

厘清数据的检验过程和模型选择。在把数据代入回归模型之前，需要通过空间检验方法来检验各地区数据是否具有“空间自相关”^①的特征，也就是说需要检验我国零工经济在地区之间是否有相似规模和集聚的态势，只有具有空间集聚特征，才能运用空间模型估算各地区零工经济的空间自回归系数^②和零工经济对地区经济的拉动作用。此处空间自回归系数可理解为周边地区零工经济的发展对本地区零工经济的影响程度。

1.空间聚类分析

在检验空间聚类分析的部分，采用了莫兰指数（包括全局莫兰指数和局部莫兰指数）、吉尔里指数 C（Geary's C）以及 Getis and Ord 指数 G 等空间检验方法，对数据进行了分布模拟和空间检验，验证了零工经济的空间集聚态势，如果中国地区经济存在空间集聚的特征，则可以通过检验，否则则说明上节中的统计特征并不具有深层的含义。此处由于检验结果都通过了空间检验，但是 Geary's C 和 Getis and Ord 指数 G 无法分辨空间集聚的冷点和热点，所以此部分仅汇报局部莫兰指数结果，即莫兰象限图。

所谓莫兰象限图，是把所检验地区分成四个区域，也就是图中的四个象限。图中第一象限为高高聚类区域，即热点区域，在这个区域中的散点代表本地区和相邻地区都属于零工经济发达的地区；第二象限为低高聚类区域，在这个区域中的散点代表本地区属于零工经济欠发达的地区，但其周边地区都属于零工经济发达的地区；第三象限为低低聚类区域，即冷点区域，代表本地区和其周边地区零工经济都不发达；第四象限为高低聚类区域，情况和第二象限相反，代表本地区零工经济发达，但其周边地区零工经济不发达。

从我国零工经济发展的莫兰象限图（图 4.9）可以看出，我国各地级市的零工经济具有明显的空间正向相关的关系。也就是说周边地区零工经济的发展影响了本地区零工经济的发展，我国大部分地级市零工经济的发展存在扎堆或涌出的现象。以图 4.9 为例，北京、上海、广州等在第一象限的城市为热点区域，不仅这些城市是零工经济集聚的地区，其周边如廊坊、天津、保定、苏州、无锡、深圳等地区也是零工经济发达的地区。但同理，如果一个地区周边地区零工经济并不发达，那么该地区的零工经济大概率也不发达，即图中第三象限的冷点地区。

^① 空间自相关：位置相近的区域具有相似的变量取值。

^② 空间自回归系数：衡量空间滞后权重对被解释变量的影响。

该检验结果说明,我国零工经济具有明显的“强者恒强”的马太效应,环境因素、资本投入以及人口集聚都促成了我国零工经济的集聚态势。但是庆幸的是,通过观察第一象限和第三象限中的散点分布,可以发现热点区域的空间影响幅度要大于冷点区域,也就是说我国某个地区零工经济的扎堆集聚态势对周边的影响要明显大于涌出态势,即虽然“强者恒强”但是“弱者周边”对地区零工经济的抑制作用有限。

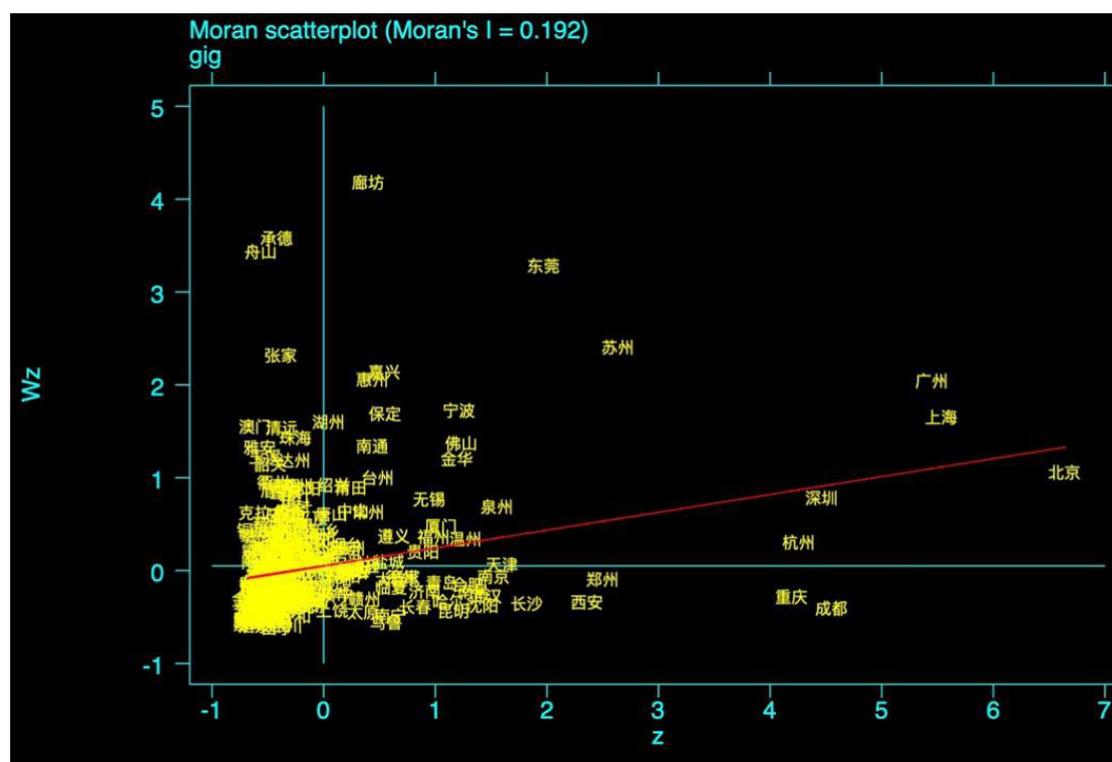


图 4.9 中国零工经济发展莫兰象限图

来源: 项目组绘制

2.空间回归分析

在检验周边地区零工经济对本地区经济影响部分,研究团队采用空间自回归模型(SAR)和空间误差模型(SEM)。因为空间自回归模型可以很好地估计周边地区被解释变量对本地区被解释变量的作用影响,所以此部分通过空间自回归模型估算了中国零工经济的空间因素对本地区经济的影响程度。同时,考虑到空间自回归模型忽略了误差项中空间因素的影响,因此在确认存在空间相关特征后,利用空间误差模型进一步验证了空间自回归模型结果的合理性,同时估算了我国

零工经济对地区经济的助推作用。

通过 SAR 模型计算，我国零工经济的空间自回归系数（rho）为 0.265，且在 1%的水平上显著，说明之前的分布模拟和空间聚类检验的结果准确，我国零工经济具有正向的空间集聚态势，即周边地区零工经济的发展对本地区零工经济的发展具有同向集聚的态势，周边地区零工经济上升 1 个单位，本地区上升 0.265 个单位。该结果为零工经济具有集聚态势提供了很好的经验证据，同时也指出了我国零工经济的热点区域，即莫兰象限图中第一象限的地区是零工市场争相涌入的地区。

为了提升回归结果的效度，本报告不仅估算了零工经济的 SAR 模型，还通过构建多数据指标，构建空间误差模型（SEM）来验证我国零工经济对各地区经济的拉动作用。

关于变量构建。抖音作为典型的零工经济平台，本文利用地级市抖音网红和用户相关指标来作为地级市零工经济的代理变量。因此本文构建四个零工经济相关指标，记作 gig1001、gig1002、gig1003、gig1004，分别利用 2019 年 1 月的地级市抖音网红人数占比、网红视频数占比、用户人数占比、用户视频数占比来衡量（四个指标都是地区与全国的相应变量的比值）。我们主要关注 gig1001（零工经济指标）与地区经济之间的关系，后面我们还利用 gig1002、gig1003、gig1004 替代 gig1001，这样相当于稳健性检验。lnGDP 代表 2019 年的地级市 GDP 自然对数，sec、third 分别代表地级市第二、第三产业增加值在 GDP 中的比重，l、k 分别代表地级市就业人数与总人口的比值、固定资产投资与 GDP 的比值。

空间误差模型（SEM）结果显示，零工经济对各地区经济起到了显著的拉动作用。而 SEM 模型因为考虑到了误差项的空间因素，同时因为 SEM 计算的空间自回归系数更接近 OLS 模型，因此 SEM 模型更准确。SEM 模型测算误差项的空间自回归系数（lambda）为 0.622，比较 SAR 所推测系数 rho，可以发现我国零工经济不仅具有空间集聚态势，且其周边地区经济水平的发展也是其经济集聚的重要因素，也就是说周边地区经济水平带动了本地区，零工经济依附于地区经济发展基础上推动了集聚力度。

表 4.3 零工经济对地区经济的影响回归

	lnGDP			
gig1001 (零工经济指标 1)	1.229*** (0.077)			
gig1002 (零工经济指标 2)		1.504*** (0.0842)		
gig1003 (零工经济指标 3)			1.733*** (0.0879)	
gig1004 (零工经济指标 4)				1.894*** (0.102)
sec	2.839*** (0.37)	2.712*** (0.357)	2.711*** (0.328)	2.652*** (0.349)
third	2.956*** (0.455)	2.984*** (0.431)	2.552*** (0.408)	3.331*** (0.403)
l	0.808*** (0.204)	0.895*** (0.191)	0.860*** (0.184)	0.954*** (0.19)
k	-0.0252 (0.115)	-0.0365 (0.11)	-0.00614 (0.102)	-0.123 (0.109)
Constant	2.008*** (0.349)	1.892*** (0.336)	2.047*** (0.314)	1.661*** (0.325)
Lambda	0.630*** (0.070)	0.594*** (0.0743)	0.645*** (0.0686)	0.622*** (0.072)
Observations	282	282	282	282

来源：项目组计算

注：***、**和*分别表示在 1%、5%和 10%的显著性水平上显著；系数大小度量影响程度。为了保证回归结果的稳健性，本文采用多种方式来控制内生性等问题。首先，关于核心解释变量，本文构建了四个不同层次的零工经济指标，互相验证。其次，关于控制变量，本文控制了常规经济指标和其他必要指标以防遗漏指标造成的偏差。最后，本文利用了其他回归模型对回归结果进行了进一步的印证，详情可参见文中分析部分。因此，在考虑了回归的内生性、稳健性等问题后，计量回归结果比较稳健和可靠。

综上所述，我国零工经济具有东西分离的空间分布特征，且空间集聚态势明显，“强者恒强”使得我国零工经济在新九大都市圈内增长明显，而西部地区仅有特色城镇的零工经济有涌出的倾向，但作用力度较小。零工经济作为互联网经济的时代产物，一定程度上带动了当地的经济的发展。

5.零工经济平台的发展与治理：以抖音为例，培育良好创新生态

随着互联网零工经济的迅速发展，知识内容型零工经济是未来的一个重要趋势。现在，知识技能有偿分享已经成为一个新热点，知识劳工中将出现更多的知识型零工从业者，比如内容创作类零工、知识付费类零工等。而抖音是国内短视频行业领先的平台之一，也是知识内容型零工经济的典型代表。因此，下面我们以抖音为例，深入探究零工经济平台的发展与治理问题。

5.1 抖音零工经济的发展现状

5.1.1 抖音零工经济的发展概况

短视频等内容创作型零工经济平台的出现，极大地释放了普通民众的创造力，促进了零工经济的发展。2016年9月创立的抖音在最近几年中实现了用户数量的爆炸式增长，2018年6月抖音国内日活用户破1.5亿，已经反超快手，一跃成为短视频行业、内容零工经济的第一平台。2020年1月，抖音日活跃用户超越4亿，快手日活跃用户接近3亿。QuestMobile最新数据显示，2020年春节期间，抖音日均用户增量超过4000万，且新增的用户留存率较高。^①

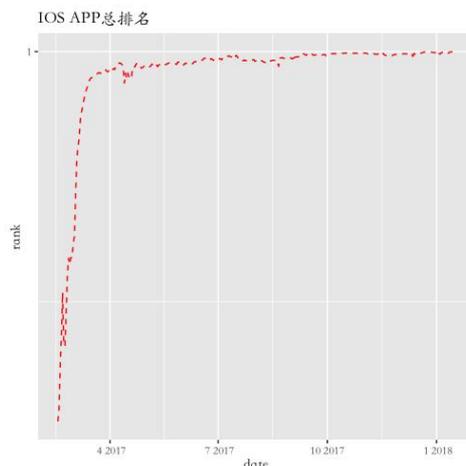


图 5.1 抖音的迅速发展

来源：七麦数据

每天内容创作平台上都有大量的内容产出，直播打赏、视频带货和广告宣传

^① 春晚没能帮快手留住更多用户：节后日活滑落明显，与抖音仍存差距。
<http://finance.ifeng.com/c/7u1c86MFWxz>

成为了创作者的主要收入来源。以字节跳动旗下平台为例，2019年期间在抖音平台有收入的作者数量达到了590万人，创作者总收入达到了204亿元，在今日头条与西瓜视频有收入的作者达到了242万人，创作者总收入达到了27亿元。今日头条各垂直分类内容增量超过100%，对新作者冷启动非常友好，有许多新作者在第一个月就达成10万+阅读量。这些平台的创作者们在文化教育、美食生活、体育娱乐等领域都创作出了大量的优质内容，也相应地获得了丰厚的收入。抖音“记录美好生活”的口号，让每个用户都有成为自媒体，参与零工经济的机会。在抖音平台上，美妆博主利用抖音拍摄开箱视频，宣传平价爆款化妆品；美食博主利用抖音拍摄体验美食，推销相关美味食品；生活博主利用抖音展示不一样的生活，推广提高生活质量的温馨小物。

5.1.2 抖音零工经济的平台服务

抖音平台致力于为内容创作者提供全方位的服务。时任抖音总裁张楠在2019年8月24日举办的抖音首届创作者大会上表示，创作者才是抖音的主角，抖音因创作者而精彩，给创作者提供更好的服务是抖音价值的重要维度。抖音致力于不断提升平台服务，用技术和数据为创作者发展保驾护航。鼓励原创作者持续产出优质内容，共建高效、健康的平台内容生态。总体而言，抖音为创作者提供了三个方向的服务：一是流量服务，减少创作者极端流量差体验，为更多的流量把控提供可能性；二是工具服务，从长期角度提升创作者服务的满意度，提升创作者在平台上的投稿活跃度；三是变现服务，让创作者通过直播打赏、通过星图接广告实现流量变现。

1.流量服务与工具服务

第一，抖音推出了多类型、多层次的创作者扶持计划，通过流量扶持等方式促进了抖音平台内容创作者的内容创作与流量变现。比如，抖音推出的“创作者成长计划”，为内容创造者提供了更多创作工具与更完善的服务后台。其次，抖音的“创作者服务中心”，让每一位用户都可以享受到包括数据分析、认证信息、高级账号、功能聚合等最便捷的便利服务。此外，抖音还推出了创作者学院，发布了包括平台规则、制作、运营、涨粉、变现方法在内的官方指导课程，为抖音内容创造者运营水平的提升不断赋能。在抖音平台的扶持之下，网络红人 KOL

的势力不断增强，一大批优秀的内容创造者涌现，其中一位七千万粉丝的抖音内容创作者的视频总播放量已经超过 611 亿次，蕴含着无穷的商业价值。

第二，抖音也在努力规范其平台规则，致力于与政府携手保护创作者的知识产权，为创作者提供更好的创作环境，做适合于劳动者展示自我、发展自我的新型零工经济平台。为了使版权内容在平台得到更好的保护，呈现更多优质的视频内容，2020 年 4 月 26 日的“世界知识产权日”这一天，抖音推出了原创者联盟计划，旨在促进平台内容生态健康发展，帮助原创者维护自身合法权益。

第三，在资源获取方面，抖音平台中的 MCN 机构逐渐发展成为普惠、低门槛、免费的服务于内容创作者的工具。抖音打造了“抖音 MCN 机构管理平台”，旨在为机构提供成员管理、数据分析以及资源投放等一站式服务，帮助机构提升运营能力。MCN 机构对于抖音内容创作者的成长非常重要。抖音作为国内最大的短视频平台，有数以百万计的内容创作者。他们想靠个人的力量在激烈的竞争中突围而出，吸引到大量观众的眼球并成为优质创作者，并非易事。根据 2018 年抖音 MCN 12 月机构排行榜和达人排行榜^①，30 位最受欢迎的抖音达人背后都有 MCN 的支持，可见 MCN 对于优质创作者以及内容创作者的孵化和成长，起着不可或缺的作用。

2. 变现服务

抖音致力于为创作者提供多途径、高效的变现渠道。第一，抖音平台开放商品分享功能，帮助内容创造者凭借优质内容实现粉丝沉淀与流量变现，而且这一功能并不对内容创作者进行收费。第二，推出抖音星图平台，它是抖音官方广告接单平台，是抖音内容营销唯一指定平台。创作者通过抖音星图平台接广告挣钱，抖音也不会从创作者收入中提成或者收费，抖音仅向广告主收取 5% 的平台服务费。第三，抖音还推出“抖音小店”，进一步地加强了其平台的电商属性，帮助商家拓宽变现渠道，提高自身的流量价值。在对商业模式以及用户服务的不断探索之中，抖音形成了以 KOL 个人为中心，MCN 机构为辅助，广告、电商为主的变现模式，流量变现速度不断加快，平台交易属性不断增强。

5.1.3 抖音零工经济的视频创作

^① 2018 年抖音 MCN 12 月机构排行榜和达人排行榜：<http://www.woshizmt.cn/category/douyin/1915.html>

1.视频创作现状

根据 2020 年 1 月 6 日抖音官方所发布的《2019 抖音数据报告》，抖音日活跃用户已经突破 4 亿，在短视频行业领域保持领先地位，越来越多人选择利用抖音来记录自己的美好生活。用户在抖音畅快地表达自身的情绪，记录人生的重要时刻。从舞蹈到二次元，60 后到 00 后的用户都可以在抖音找到自己喜欢拍摄与观看的领域。从风景名胜到非物质文化遗产，每一种美好在用户创作的抖音之中都有迹可循。

在地区分布方面，我们发现抖音短视频发布地区的分布比较均匀，其中中部的河南、东部的江苏和南部的广东的短视频发布数量处于前三位，与地区人口、经济发展程度和社会开放程度均有较大的关联。总体来讲，短视频进入门槛低的特点，让各省市在抖音平台上的活跃度并没有较大的差异，抖音平台给了许多地区结合自身特点获取平等展示的机会。



图 5.2 抖音视频抽样地区分布（前六）

来源：抖音视频抽样数据^①

在视频种类方面，抖音平台的视频内容丰富多彩。其中亲子、生活、创意、文化教育和美食相关的视频在抖音平台中数量最多。以亲子类视频为例，一共有 46 万家庭利用抖音拍摄全家福，发布了 308 万支亲子视频。从视频种类分布来看，抖音平台的内容大多非常贴近用户的真实生活，内容的贴近性也激发了许多普通人的创作欲，许多“草根”抖音内容创造者通过记录自己的生活成为新零工

^① 抖音视频抽样数据包括 19275 个抽样视频。

经济的参与者。



图 5.3 抖音视频抽样种类分布

来源：抖音视频抽样数据

2. 视频创作的影响因素研究

抖音短视频总数庞大，不同视频的播放量、下载量、吸粉量、点赞量、评论量等传播效果都存在很大的差异。为了进一步探究短视频传播效果的影响因素，我们采用计量经济学分析方法，利用计量回归模型探究不同变量之间的因果关系。短视频传播效果的影响因素较多，现有文献表明，信息传播效果与信息内容和信息表现形式相关，因此，本部分主要验证一些与信息内容、信息表现形式相关的因素对于视频传播的影响，例如视频时长、视频来源、标题采用、特效采用、配乐采用等。

(1) 模型和变量介绍

此处采用 OLS 回归模型。被解释变量是衡量短视频传播效果的各种变量，具体有截止到 2020 年 2 月 16 日的单条视频播放量、播完量、下载量、吸粉量、点赞量、评论量、分享量等变量（采用自然对数形式）。解释变量分为两大类：第一，与信息具体内容有关的影响因素：视频时长，视频来源（是否原创），标题的采用（是否添加标题），视频类型（内容类型）。第二，与信息表现形式有关的影响因素：特效的采用（是否添加特效），配乐的采用（是否添加配乐），带货属性（是否添加购物车链接）。控制变量包括发布地区（城市）、发布时间（月份）。

(2) 样本介绍

数据来源于抖音视频随机抽样数据，样本是从 2019 年 1 月 1 日-2020 年 2 月 16 日抖音总视频库中随机抽出的 19275 个视频。

(3) 结果分析

根据表 5.1，我们发现，在与信息具体内容有关的影响因素中，第一，视频时长（time）增加可能会减少视频的播放量，但是会显著增加视频的互动程度（评论、点赞、分享、下载）。也就是说，当其他不变的时候，视频时长越短，其播放量（播完量）会越高，但是观众的评论、点赞、分享这些互动水平会越低。这可能是因为时长较短的视频传播速度更快，但是其所含信息较少、引起观众共鸣的可能性更低，观众看完以后进行互动的倾向较低。第二，视频原创特点（original）会降低其播放量、分享量、下载量，这可能主要是因为抖音上面大部分原创视频都是一般用户拍摄，视频质量参差不齐，其传播效果不太好。第三，标题的采用（title_d）会显著提高各种传播效果（播放、评论、点赞、分享、下载、吸粉等），这主要是因为标题信息是短视频内容的重要补充，让观众更快把握视频的重点，从而吸引观众。第四，视频类别对于视频播放量存在比较显著影响，对于其分享量、下载量、吸粉量影响不太显著，如果视频属于军政法警、新闻、演绎、金融等类别，其播放量、评论量更高。这可能是因为某些类型的视频可能吸引更多人观看，但是观众互动倾向受视频类型影响小、受视频具体内容影响大。

在与信息表现形式有关的影响因素中，视频采用特效（special_effect）、配乐（music）、添加购物车（shopping_cart）这三个特点会显著提高视频的各种传播效果（播放、评论、点赞、分享、下载、吸粉等）。这主要是因为抖音属于创意音乐短视频，这也是抖音短视频区别于其他短视频一个重要的特点。配乐和特效会直接影响短视频的内容质量和差异化，视频处理更加精细会提升视频的档次，促进视频传播。

(4) 结论与启示

短视频属于内容驱动型行业，内容更优质、更具差异化的短视频更容易传播。具体来说，视频时长设定需要适度，可以根据传播目的和视频特征进行设定；视频传播效率关键看内容的质量，既要重视前期视频本身的拍摄，也需要重视后期标题设置、添加特效和配乐等视频处理。

表 5.1 视频传播效率与相关因素的回归分析

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
VARIABLES	ln_play	ln_cplay	ln_comment	ln_like	ln_share	ln_download	ln_fans
	(播放量)	(播完量)	(评论量)	(点赞量)	(分享量)	(下载量)	(吸粉量)
time	-0.0087***	-0.0353***	0.0017***	0.0030***	0.0015***	0.0016***	-0.0014***
(时长)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
original	-0.0917***	-0.0666**	-0.0016	0.0149	-0.0277***	-0.0490***	-0.0132
(是否原创)	(0.027)	(0.029)	(0.019)	(0.024)	(0.008)	(0.010)	(0.015)
title_d	0.5397***	0.5810***	0.3463***	0.3514***	0.0387***	0.0460***	0.1475***
(是否设置标题)	(0.023)	(0.025)	(0.016)	(0.021)	(0.007)	(0.008)	(0.013)
special_effect	0.4271***	0.3848***	0.1048***	0.0649***	0.0333***	0.0572***	0.1188***
(是否设置特效)	(0.027)	(0.029)	(0.019)	(0.024)	(0.008)	(0.010)	(0.015)
music	0.4999***	0.4608***	0.1671***	0.3713***	0.0346***	0.0563***	0.0760***
(是否配乐)	(0.030)	(0.033)	(0.021)	(0.027)	(0.009)	(0.011)	(0.017)
shopping_cart	2.5252***	2.6474***	0.8357***	1.9904***	0.8580***	1.0934***	1.4454***
(是否添加购物车)	(0.348)	(0.377)	(0.246)	(0.315)	(0.102)	(0.125)	(0.194)
视频类型	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
时间	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
地区	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
Constant	4.0263***	2.4196***	-0.1449	0.7843***	0.0041	0.1180	0.2575
	(0.298)	(0.323)	(0.211)	(0.270)	(0.087)	(0.107)	(0.166)
Observations	15,756	15,756	15,756	15,756	15,756	15,756	15,756
R-squared	0.175	0.206	0.114	0.151	0.047	0.052	0.071

注：***、**和*分别表示在 1%、5%和 10%的显著性水平上显著；系数大小度量影响程度，括号内为标准误。为了保证回归结果的稳健性，本文采用多种方式来控制内生性等问题。首先，关于样本的选取，本文采用分层随机抽样，既保证样本选取比较随机，又保证抽取的样本具有一定的代表性、并和总体有相同的分布。其次，关于样本的规模，回归中样本数量达到 15756，大样本可以提高回归结果的稳健性。再次，关于回归方程中解释变量，本文既考虑了信息内容相关因素，也考虑信息表现形式相关因素，而且还加入了地区固定效应和时间固定效应。另外，关于被解释变量（视频传播效果），本文不仅用视频播放量和播完量等直接指标来衡量，还利用视频的下载量、吸粉量等其他变量作为替代变量，而且我们还考虑了点赞量、评论量、分享量等互动指标。最后，我们还通过其他回归模型对回归结果进行了进一步的印证，因为篇幅关系没有予以汇报。因此，在考虑了回归的内生性、稳健性等问题后，计量回归结果比较稳健和可靠。

5.2 抖音零工经济的社会经济影响

5.2.1 抖音零工经济增加创作者收入

1. 创作者收入现状

根据 2019 年字节跳动创作者收入数据，通过抖音平台获得收入的创作者超过 590 万人，其税前收入总额达到 204 亿元，平均每人收入约为 3500 元。分人群来看，如图 5.4，普通创作者（即抖音平台粉丝数量少于 1 万人的创作者）数量最多，占整个平台的 93.3%，其收入占比为 28%，平均每人收入约 1000 元。而仅占抖音创作者人数 6.7%的优质创作者（即抖音平台粉丝数量多于 1 万人的创作者）的收入占比为 72%，人均收入超过 37000 元。如图 5.5 所示，抖音优质创作者最多的十个领域，分别为随拍、文化教育、时尚、无法标识、剧情、才艺、美食、游戏、体育以及娱乐。从各领域优质创作者收入占比来看（图 5.6），随拍、剧情、才艺、时尚、文化教育、无法识别、游戏、美食、体育和二次元的创作者总收入排名靠前，合起来共占全平台创作者总收入的 68.7%。

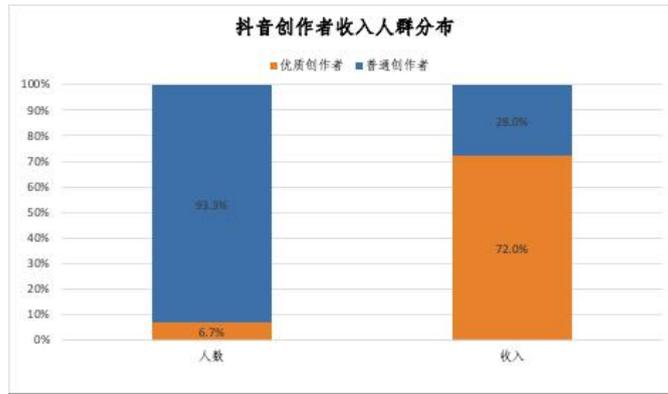


图 5.4 抖音有收入创作者人群分布

来源：抖音，项目组绘制

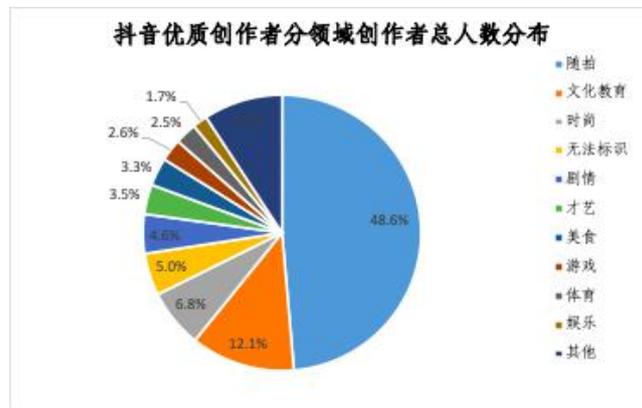


图 5.5 抖音优质创作者分领域创作者人数分布

来源：抖音，项目组绘制

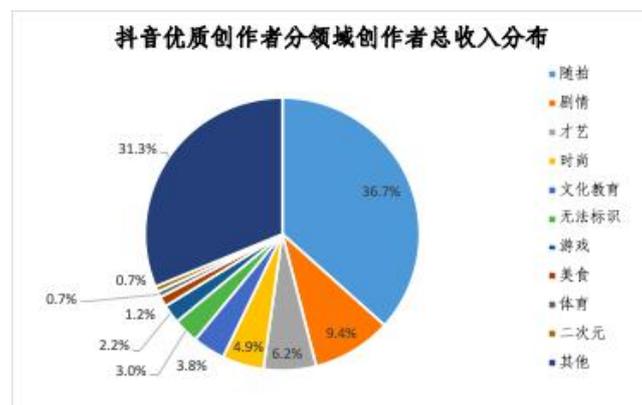


图 5.6 抖音优质创作者分领域创作者总收入比例

来源：抖音，项目组绘制

图 5.7 显示的是抖音创作者平均年收入最高的十个领域，按顺序分别为剧情（10.5 万）、才艺（9.2 万）、明星（7.9 万）、游戏（4.4 万）、其他（4.2 万）、随拍（3.9 万）、时尚（3.7 万）、旅行（3.4 万）、无法标识（3.1 万）以及创意（3.0 万）。



图 5.7 抖音各领域创作者平均收入(亿元)

来源：抖音，项目组绘制

根据国家统计局公布的全国平均工资数据，2018 年全国城镇非私营单位就业人年平均工资为 82461 元，而 2018 年全国城镇私营单位就业人员年平均工资为 49575 元，2018 年全国规模以上企业就业人员年平均工资则为 68380 元。将抖音平台平均收入最高 10 个领域创作者的收入与传统劳动者平均收入对比发现，只有剧情和才艺两个领域超过全国城镇非私营单位就业人的年平均工资。特别的是，占平台绝大多数的普通创作者，其平均收入只有约 1000 多元。因此我们可以发现，在抖音平台上，除了比较出色的优质创作者之外，绝大部分的创作者并不能单单依赖于抖音作为唯一的收入来源，更多的是将其作为一个补充，补贴自己的收入。

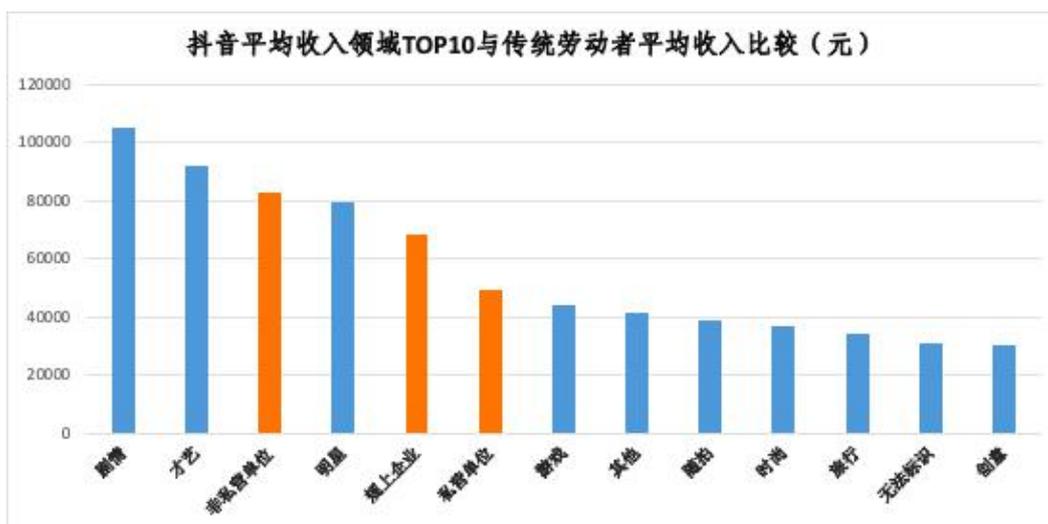


图 5.8 抖音创作者平均收入 TOP10 领域与传统劳动者平均收入比较

来源：抖音，项目组绘制

值得注意的是，抖音创作者平均收入最低的五个领域按顺序分别为校园、政务、娱乐、图文控和普通人，这些领域的创作者都是一些不依赖于抖音平台维生的人，像校园和政务领域，更多的把抖音平台视作为信息传递的媒介。而娱乐、图文控和普通人，很有可能是业余的创作者把自己的创作发布到抖音平台，分享自己日常生活的所思所想。

总的来说，零工经济可以帮助劳动者增加收入，但若把收入当成工资看待，只有比较专业的创作者收入水平处于全国平均水平以上。绝大部分的普通创作者收入较低，不能以零工经济作为唯一谋生的工具。

2.创作者收入的影响因素研究

上文我们分析了抖音上零工从业者（创作者）的收入情况，我们发现，零工从业者之间的收入差距较大。

为了进一步探究零工从业者收入的影响因素，我们采用计量经济学分析方法进行了因素分析。抖音上的零工以创作者为主，因此我们主要对优质创作者群体进行分析。零工收入的影响因素较多，这里主要验证创作时间、个人技能、商业变现方式、视频推广宣传等因素对于收入的影响。

(1) 模型和变量介绍

此处采用 OLS 回归模型。本文构建了两种回归模型，它们的解释变量不一

样，控制变量和被解释变量一样。为了考察零工的收入水平、收入稳定性等影响因素，被解释变量包括三个：优质创作者在抖音平台上的月均收入、抖音收入占个人总收入比重、抖音平台收入稳定程度。控制变量包括性别、年龄、教育水平。第一种模型设定中，解释变量包括优质创作者是否为全职视频创作者、视频付费推广次数、是否发布带货视频（带有商品购买链接的视频）、是否签约 MCN、是否参加培训；第二种模型设定中，解释变量是基于第一种模型中的解释变量而构建的更细致的指标，具体包括创作时间、加入 MCN 的时长、带货视频的类型（属于剧情类、产品测评介绍类、广告类哪一类）、商品购买链接的形式（抖音小店还是淘宝链接）、培训的途径（自学、职业学院或大学等专业院校教育、MCN 培训、抖音平台培训、报培训班）。

为了提高问卷回收率，抖音平台上的月均收入、抖音收入占个人总收入比重、抖音平台收入稳定程度、年龄、教育水平、创作时间、加入 MCN 的时长等均采取有序变量形式（问卷中这些问题的答案设置为多个等级选项，方便回答者完成问卷）。例如，抖音平台上的月均收入、抖音收入占个人总收入比重、抖音平台收入稳定程度三者分别被划分为 1-6 级、1-5 级、1-7 级，其中月均收入的 1-6 级对应具体数值为：1000 元及以下、1001 至 3000 元、3001 至 5000 元、5001 至 10000 元、10001 至 30000 元、30001 以上。

（2）样本介绍

数据来自抖音平台的优质创作者抽样调查数据，此处优质创作者的定义为粉丝数量 1 万以上的创作者（定义的口径较宽，这样可以考察更多的创作者情况），最后获得有效样本 516 个。由于调查是随机抽样调查，因此获得的样本可以在一定程度上衡量总体情况。

根据表 5.2，我们发现 516 位受访优质创作者的一些基本信息：第一，`monthly_income`（优质创作者在抖音上月均收入）的均值是 1.541，这说明受访创作者在抖音上平均收入没有达到收入第二档（1001 至 3000 元），大部分优质创作者的收入较低。第二，`income_ratio`（优质创作者在抖音上收入占总收入比重）的均值是 1.403，这说明受访创作者的抖音收入占比的平均值没有达到收入占比的第二档（21%至 40%），大部分优质创作者的抖音收入占个人总收入比重较低。第三，`income_stability`（抖音收入稳定程度）的均值是 2.459，这说明受

访创作者在抖音上收入的稳定性程度较低，大部分优质创作者收入处于极度不稳定、很不稳定的状态。第四，full_time（全职视频创作）的均值为0.444，这说明抖音受访创作者中有接近一半的人是全职视频创作者。第五，MCN_d（签约MCN）的均值是0.138，这说明受访创作者中签约MCN机构的比例是13.8%，大部分优质创作者没有与MCN机构签约，这主要是因为此处的优质创作者是宽口径的（仅要求粉丝数量1万以上），而顶级的优质创作者一般和MCN签约较多。第六，male（性别）、age（年龄）、education（教育水平）的均值分别是0.552、2.895、2.078，这说明受访创作者中男性约占55%，年龄均值接近第三档（25-35岁），教育水平均值接近第二档（大专）。也就是说，受访创作者中，男性占比略高于女性，而且以年轻人为主，教育水平主要为大专和本科。

表 5.2 变量的描述性统计

变量	观测值	均值	标准差	最小值	最大值
monthly_income (抖音月均收入)	516	1.541	1.232	1	6
income_ratio (抖 音收入占总收入 比重)	516	1.403	1.018	1	5
income_stability (抖音收入稳定 程度)	516	2.459	1.8	1	7
full_time (全职视频创作)	516	0.444	0.497	0	1
MCN_d (签约MCN)	516	0.138	0.345	0	1
paid_promotion (付费推广次数)	516	1.655	0.767	1	4
video_link (发布带货视频)	516	0.328	0.47	0	1

training_d (培训)	516	0.167	0.373	0	1
male (性别)	516	0.552	0.498	0	1
age (年龄)	516	2.895	0.871	1	5
education (教育水平)	516	2.078	0.882	1	4

(3) 结果分析

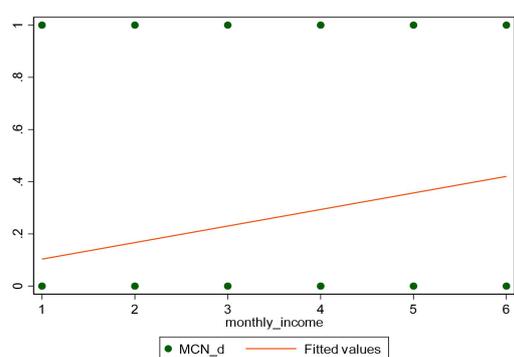
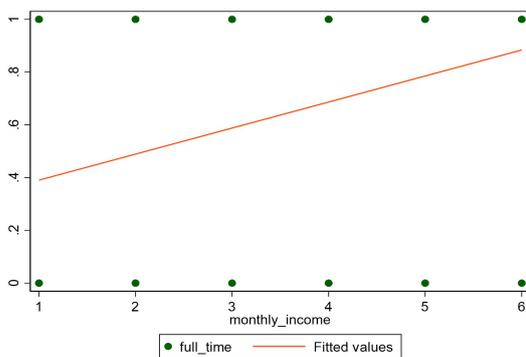
① 相关性分析 (含散点图)

根据表 5.3 和图 5.9, 从相关系数来看, 抖音上的零工从业者月均收入与全职视频创作、签约 MCN、付费推广次数、发布带货视频之间的相关系数均是正向的、显著的, 这说明月均收入与这几个因素存在显著的正向相关关系。从四个散点图中拟合线来看, 四个图中的拟合线均是向右上方倾斜, 这表明, 不考虑其他因素的情况下, 全职视频创作、签约 MCN、发布带货视频、增加付费推广次数会带来月均收入的增加。

表 5.3 月均收入与相关因素的相关性分析

	monthly_income	full_time	MCN_d	paid_promoti on	video_link	training_ d
monthly_income	1.0000					
(月均收入)						
full_time	0.2445***	1.0000				
(是否全职视频创作)	0.0000					
MCN_d	0.2267***	0.1641***	1.0000			
(是否签约 MCN)	0.0000	0.0002				
paid_promotion	0.2698***	0.0305	0.1359***	1.0000		
(付费推广次数)	0.0000	0.4890	0.0020			
video_link	0.1799***	0.0665	0.2007***	0.1472***	1.0000	
(是否发布带货视频)	0.0000	0.1320	0.0000	0.0008		
training_d	-0.0612	0.0715	-0.0126	-0.0023	0.0092	1.0000
(是否参与培训)	0.1650	0.1050	0.7760	0.9590	0.8340	

注：***、**和*分别表示在 1%、5%和 10%的显著性水平上显著；相关系数度量相关性程度。



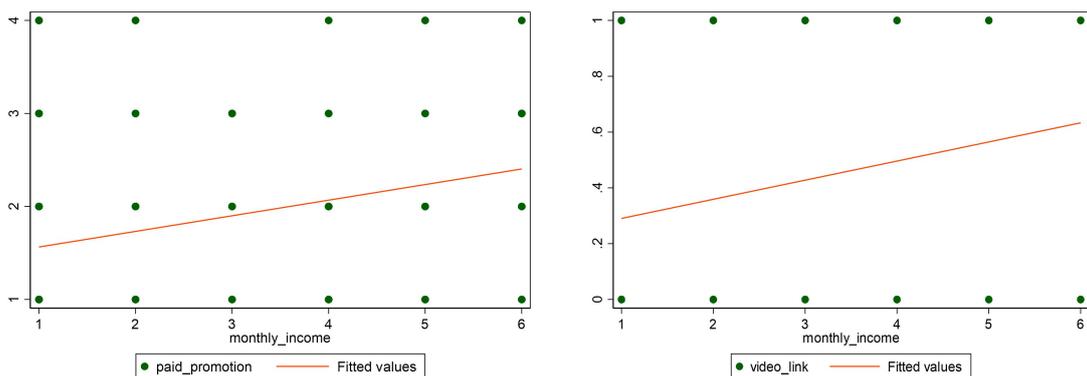


图 5.9 月均收入与相关因素的散点图

② 回归分析

表 5.4 展示了第一种模型的回归结果。表 5.4 第 (1)、(2)、(3) 列分别展示了各种解释变量与优质创作者在抖音平台上的月均收入、抖音收入占个人总收入比重、抖音平台收入稳定程度的回归结果。

研究发现，第一，全职视频创作（`full_time`）对于优质创作者的抖音月均收入、抖音收入占总收入比重、抖音收入稳定程度三者都存在显著的促进作用，这说明全职优质创作者的收入水平和收入稳定性较高。主要原因是全职视频创作者的时间投入更多，创作的经验更加丰富，而且更加了解吸粉、变现等技巧，因此其收入更高、收入稳定性更好。

第二，签约 MCN（`MCN_d`）对于优质创作者的抖音月均收入、抖音收入占总收入比重存在显著的促进作用。这主要是因为 MCN 对于创作者的培养和发展的重要作用。具体来说，一方面，MCN 作为专业的团队，会协助内容创作者选择合适的定位，提供创作的建议，使创作者的作品更为优质，提供曝光的机会，而且会提供很多变现机会，使得创作者在抖音平台上的收入更高。另一方面，签约 MCN 的创作者的抖音收入比重更高，这可能是因为签约 MCN 的创作者往往也是全职视频创作者，对抖音平台依赖度更高。

第三，付费推广次数（`paid_promotion`）和发布带货视频（`video_link`）对于优质创作者的抖音月均收入、抖音收入占总收入比重也存在显著的促进作用，这主要是因为视频付费推广会促进视频的传播和创作者的粉丝规模增加，发布带货视频是创作者重要的变现形式，自然可以推动收入的增加。

第四，参加培训（`training_d`）与优质创作者的三种收入情况不存在很显著的

关系，说明培训对收入的实际影响有限。

第五，关于控制变量，优质创作者的性别、年龄、教育水平与优质创作者的三种收入情况不存在很显著的关系，主要原因可能是优质创作者性别差异、年龄差异、教育水平差异带来的收入差异较小，样本中男性女性基本各占一半，且年龄段和受教育程度较为集中。

表 5.4 收入与相关因素的回归分析（第一种模型设定）

	(1)	(2)	(3)
VARIABLES	monthly_income (抖音月均收入)	income_ratio (抖音 收入占总收入比重)	income_stability (抖音收入稳定程度)
full_time	0.5378***	0.5740***	0.7586***
(全职视频创作)	(0.104)	(0.086)	(0.162)
MCN_d	0.5125***	0.6217***	0.2386
(签约 MCN)	(0.152)	(0.126)	(0.237)
paid_promotion	0.3625***	0.1149**	0.1327
(付费推广次数)	(0.067)	(0.055)	(0.105)
video_link	0.2922***	0.1631*	-0.0037
(发布带货视频)	(0.110)	(0.091)	(0.172)
training_d	-0.2618*	-0.0815	-0.1494
(培训)	(0.136)	(0.112)	(0.212)
male	-0.1835*	-0.0762	-0.1307
(性别)	(0.102)	(0.084)	(0.159)
age	0.0360	-0.0302	0.1174
(年龄)	(0.059)	(0.049)	(0.092)
education	0.0432	0.0017	-0.0042
(教育水平)	(0.058)	(0.048)	(0.091)
Constant	0.4869**	0.9588***	1.6373***
	(0.233)	(0.192)	(0.363)

Observations	516	516	516
R-squared	0.175	0.173	0.058

注：***、**和*分别表示在 1%、5%和 10%的显著性水平上显著；系数大小度量影响程度，括号内为标准误。为了保证回归结果的稳健性，此处采用多种方式来控制内生性等问题。首先，关于样本的选取，本文通过抖音平台对抖音优质创作者进行抽样调查，最后获得 516 个有效样本，大样本在一定程度上可以提高结果的稳健性。其次，本文相关性分析结果（相关系数、散点图）与后面的回归结果基本相符，因此结果比较稳健。再次，为了保证解释变量的稳健性，本文构建了解释变量不同的两种模型，第二种模型中的解释变量是基于第一种模型中的解释变量而构建的更细致的指标，具体包括创作时间、加入 MCN 的时长、带货视频的类型、商品购买链接的形式、培训的途径等。另外，关于被解释变量，本文不仅考虑了优质创作者在抖音平台上的月均收入（来自抖音的绝对收入），还考虑了抖音收入占个人总收入比重（来自抖音的相对收入）以及抖音平台收入稳定程度（来自抖音收入的波动性），这样可以较深入考察相关因素对创作者收入的全面影响。最后，我们还通过其他回归模型对回归结果进行了进一步的印证，因为篇幅关系没有予以汇报。因此，在考虑了回归的内生性、稳健性等问题后，计量回归结果比较稳健和可靠。

表 5.5 展示了第二种回归模型的回归结果。表 5.5 第（1）、（2）、（3）列分别展示了各种解释变量与优质创作者在抖音平台上的月均收入、抖音收入占个人总收入比重、抖音平台收入稳定程度的回归结果。

研究发现，创作时间（time_work）、加入 MCN 时长（time_MCN）、付费推广次数（paid_promotion）等对于创作者的抖音月均收入和抖音收入占总收入比重均存在显著的促进作用，这说明每天短视频创作时间越长，或者签约 MCN 的时间越长，或者付费推广次数越多，那么创作者的收入水平、其抖音收入占比就会越高。这些结论与第一种模型中的结论比较一致，也进一步验证了全职、签约 MCN 和付费推广的重要作用。

关于不同带货视频的类型对于收入的影响，我们发现，剧情类和产品测评介绍类的带货视频对于三种收入情况都不存在显著的影响，但是广告类带货视频对于抖音平台上的月均收入、抖音平台收入稳定程度均存在一定的正向影响（10%显著性水平）。这可能是由于广告类带货视频对产品的宣传更为直接，带来的宣传效果更好；而剧情类和产品测评介绍类的带货视频对产品的宣传比较间接和含

蓄，对受众的冲击力不够，其商品链接点击率和转化率可能较低。

关于不同商品购买链接的形式对于收入的影响，我们发现，第一，相对于其他形式链接，发布有淘宝链接的带货视频（link_w2）对于抖音收入稳定程度有一定正向影响（10%显著性水平）。可能的原因是，相对于其他平台，淘宝作为中国第一大电商，大家对于淘宝链接的接受度更高，淘宝链接的转化率较高，有淘宝链接的带货视频的变现能力更强。第二，发布有抖音小店链接的带货视频（link_w1）对于优质创作者收入没有显著促进作用。尽管抖音小店是抖音的购物平台，但是消费者对其接受度依然有限，现在带货视频依然以淘宝链接为主。

关于不同类型培训对于收入的影响，我们发现，多种类型培训（MCN 培训、抖音平台培训、报培训班）对于三种收入情况均不存在特别显著的影响。不过，参与专业院校教育对于抖音收入稳定性有比较显著正向影响（5%显著性水平），参与 MCN 培训对于抖音收入比重有一定正向影响（10%显著性水平）。这说明在影响收入情况的多种因素中，培训的影响程度较低。

表 5.5 收入与相关因素的回归分析（第二种模型设定）

	(1)	(2)	(3)
VARIABLES	monthly_income (抖音月均收入)	income_ratio (抖音收入占总收入比重)	income_stability (抖音收入稳定程度)
time_work	0.2711***	0.2619***	0.3289***
(创作时间)	(0.066)	(0.055)	(0.102)
time_MCN	0.2558***	0.2768***	0.0681
(加入 MCN 时长)	(0.091)	(0.076)	(0.141)
paid_promotion	0.3511***	0.1122*	0.1178
(付费推广次数)	(0.069)	(0.058)	(0.106)
story	0.0242	0.0762	-0.0221
(带货视频为剧情类)	(0.197)	(0.166)	(0.306)
introduction	0.0170	-0.1707	0.1203
(带货视频为测评介绍类)	(0.217)	(0.182)	(0.337)
advertisement	0.3857*	0.1308	0.5551*
(带货视频为广告类)	(0.200)	(0.168)	(0.311)
link_w1	-0.0952	-0.1437	0.4004
(商品链接是抖音小店)	(0.193)	(0.162)	(0.299)
link_w2	0.1959	0.0610	0.5596*
(商品链接是淘宝链接)	(0.189)	(0.158)	(0.293)
training_w1	0.2032	0.0061	0.7104
(自学)	(0.286)	(0.240)	(0.444)
training_w2	0.0812	-0.2042	1.0970**
(专业院校教育)	(0.359)	(0.301)	(0.556)
training_w3	0.0457	0.7990*	0.6905
(MCN 培训)	(0.497)	(0.417)	(0.771)
training_w4	-0.3015	-0.2127	0.7159
(抖音平台培训)	(0.384)	(0.322)	(0.595)

training_w5	-0.0531	-0.2084	0.1245
(报培训班)	(0.417)	(0.350)	(0.647)
male	-0.1948*	-0.0784	-0.1842
(性别)	(0.105)	(0.088)	(0.163)
age	0.0328	-0.0357	0.1198
(年龄)	(0.061)	(0.051)	(0.094)
education	0.0247	-0.0231	-0.0473
(教育水平)	(0.059)	(0.050)	(0.092)
Constant	0.2203	0.9774***	0.4281
	(0.432)	(0.362)	(0.670)
Observations	516	516	516
R-squared	0.163	0.136	0.055

注：***、**和*分别表示在 1%、5%和 10%的显著性水平上显著；括号内为标准误。

(4) 结论与启示

第一，相对于兼职创作的创作者，全职创作者的收入水平和收入稳定性较高，这说明以后可能有更多人选择全职做零工，零工的全职化趋势会更加明显。第二，相对于未签约 MCN 的创作者，签约 MCN 的创作者的抖音收入水平、抖音收入占比更高，这说明 MCN 对于创作者的打造和商业变现都存在很大的影响，MCN 孵化优质创作者的模式将更加普遍。第三，付费推广可以促进创作者收入增加，这说明以推广为代表的零工平台管理服务的重要性，零工平台通过进一步完善管理体系可以促进零工发展。第四，从商业模式角度看，带货视频可以增加创作者的抖音月均收入。不过现在创作者变现方式中，广告、流量分成、直播带货较多，短视频带货形式较少，以后短视频带货可能更加普遍。

5.2.2 抖音零工经济促进文旅扶贫

抖音作为国内最大的短视频平台之一，其信息的传递能力以及影响力都很大。2018 年 11 月，抖音正式启动文旅扶贫活动“山里 DOU 是好风光”项目，以抖音短视频为平台，通过为贫困县定制景点推广方案、发起抖音短视频挑战赛，传

播贫困县的美景美食、民俗文化，来带动当地旅游增收，助推贫困地区旅游业发展。该项目在 2018 年 10 月至 2019 年 10 月期间发起了五次挑战赛，分别是 2019 年 3 月的贵州“荔波 DOU 是好风光”，河北“涞源 DOU 是好风光”，4 月的贵州“雷山 DOU 是好风光”，6 月的湖北“利川 DOU 是好风光”和内蒙古“阿尔山 DOU 是好风光”。



图 5.10 荔波县政府和字节跳动公司签约现场^①

来源：当代先锋网

图 5.11、图 5.12 分别是“荔波 DOU 是好风光”挑战赛的参赛人数及荔波著名旅游景区相关视频的制作人数对比趋势，以及“荔波 DOU 是好风光”挑战赛的短视频数及荔波著名景区相关视频的总数对比趋势。可以看出，在挑战赛尚未开始的一月和二月时，在抖音平台上关于荔波的短视频制作人数和视频数都维持在一个较低的水平。当三月的挑战赛开始以后，四月的挑战赛参加人数上升了 2.26 倍，该地区著名景区相关视频制作人数更是上升了 6.47 倍；挑战赛的短视频数量和著名景点相关的视频数，分别上升了 75%和 11.79%，达到最高峰。五月以后，无论是参赛人数还是视频数均有所下降，其中挑战赛的热度回归到刚开赛时的热度，但是抖音上著名景区相关视频的制作人数和视频数仍保持一定的热度，比没

^① 荔波：扶贫+抖音，小康玩出新花样，当代先锋网。
http://www.ddcpc.cn/szx/qn/201903/t20190305_402076.shtml

有挑战赛时要高。在“荔波山里 DOU 是好风光”活动的视频播放数方面(图 5.13), 挑战赛开始时的参赛视频播放数已超过 133 万次, 平均每个视频有 2500 多次的播放, 四月时播放数激增 141 倍, 播放数接近 1.9 亿次, 平均每个视频有超过 20 万次的播放, 五月以后每个视频的平均播放次数都稍低于刚开赛时。至于总播放数方面, 三至五月份挑战赛的每月视频数平均只占整个平台著名景区相关视频数的 4.6%, 但每月播放数却占总播放数的 39%。可以发现, 抖音在文旅扶贫上有对著名景区相关视频进行流量倾斜, 一方面可以鼓励更多的内容制作者参与扶贫挑战赛, 创作更多的相关视频, 另一方面则可以提高文旅扶贫的效果, 让更多的浏览者能够接触到贫困县的短视频, 进行流量匹配。根据荔波县旅游主管部门数据显示, 2019 年“五一”假期期间, 共接待游客超过 52 万人次, 同比增长 65.98%, 旅游综合收入超过 5 亿元, 同比增长 68.11%。这充分说明了抖音平台的文旅扶贫为当地带来了丰硕的经济成果。

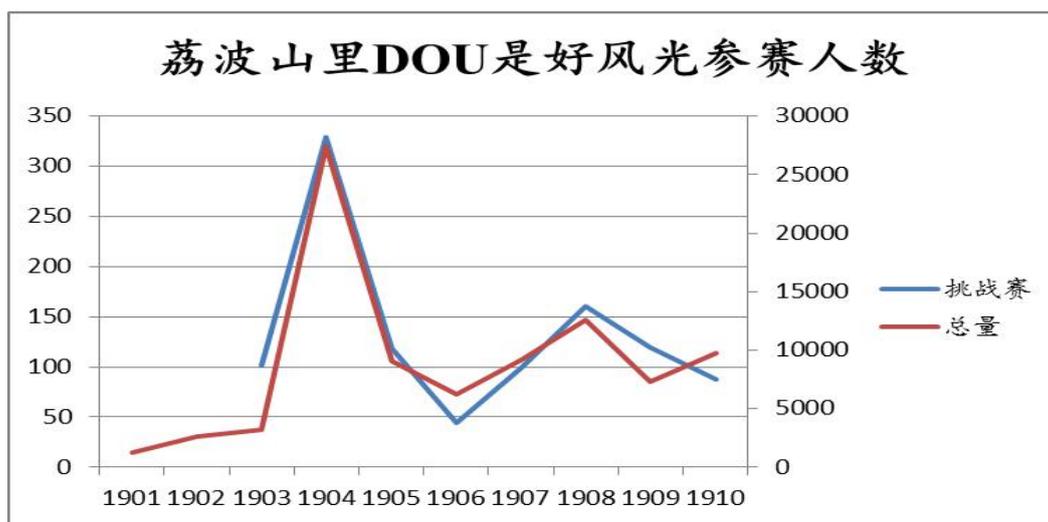


图 5.11 荔波山里 DOU 是好风光参赛人数

来源: 抖音

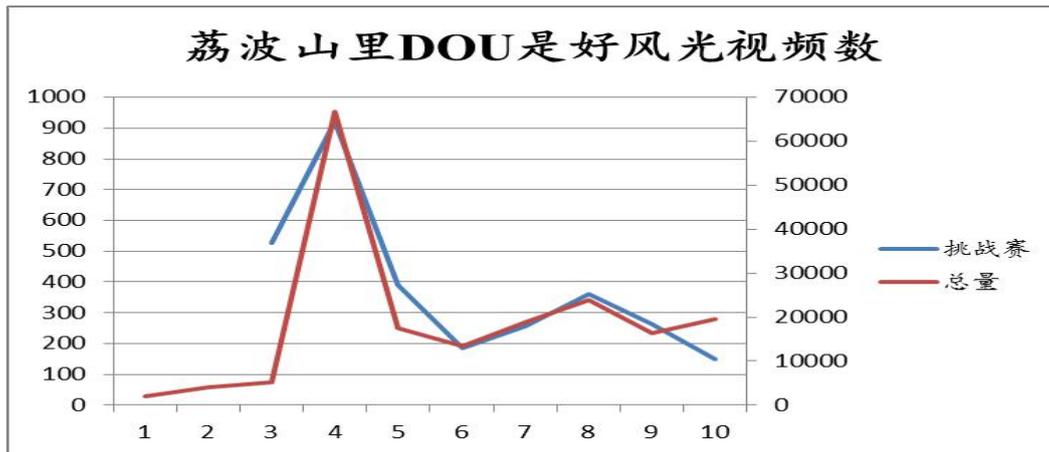


图 5.12 荔波山里 DOU 是好风光视频数

来源：抖音



图 5.13 荔波山里 DOU 是好风光视频播放数

来源：抖音

5.2.3 抖音零工经济推动后疫情时代经济恢复

疫情期间，抖音平台推出“在家云旅游”和“在家云游博物馆”活动，为受疫情严重影响的旅游业与居家民众提供了对接的渠道。2020年的2月25日至3月18日，抖音联合41个景点、5家民宿以及30多位抖音旅行优质达人参与“在家云旅游”活动。截至3月4日，“在家云旅游”活动总共开播141场，累计直播时长超过295小时，直播活动总曝光次数超过1.17亿次，直播活动累计观看人次超过146万。抖音平台同时发起#在家旅游的话题挑战赛，并获得累计超过1.9万个投稿视频，话题累计播放量4.3亿，累计点赞超过1052万。同时抖音

在 2 月 20 日联合国家九大博物馆，开启 “在家云游博物馆” 活动，举行九场直播，均获得良好响应，累计曝光次数 489 万，累计观看人数 16.9 万，累计涨粉 21.4 万。另外，国家九大博物馆也同时发布 40 多个视频，吸引 1800 万次的播放量，相关话题量突破 2.5 亿，这些活动充分说明了抖音平台如何发挥其流量导向功能，帮助旅游业渡过疫情难关。



图 5.14 抖音在家云旅游

来源：抖音

抖音平台对受疫情打击的中小企业提供流量援助计划，抖音推出的“在线不打烊”活动，为线下商家提供 3 亿流量的扶持，以团购预售和直播分享方式为中小企业提供销售渠道。如弘阳商业集团与抖音平台合作，抖音在直播运营上提供服务，包括直播间界面设计、直播预告发布、直播内容策划以及流量扶持等，提供一条龙服务，为线下实体店提供“云逛街”直播。弘阳旗下广场在抖音的两场直播共完成 80 多万元的商品销售额，一定程度上弥补了因疫情影响而导致客流

锐减的损失^①。抖音还为弘阳开设了“云课堂”，针对短视频策划、直播策划、在线运营及销售后端进行系统培训，帮助商家快速上手。在正式开播前，弘阳做了细致准备和筹划，使这家购物中心的抖音直播逆袭。^②



图 5.15 实体店在线直播

来源：亿邦动力微信号

疫情期间，农民群体亦受到严重影响，他们面对滞销的农产品，生计难以维持。公开资料显示，截至 2020 年 4 月 8 日，已有 37 位来自不同省市的县长以及多位平台创作者通过抖音的直播带货活动，帮助疫情期间销路受阻的农产品销售。据统计，这些活动中，农产品销售累计超 113 万件，销售额近 6000 万元^③。

抖音平台联合相关扶贫机构，在 3 月 11 日至 12 日邀请了六个县的县长以及六位美食达人，展开一连串“战疫助农”直播。

^① 从首场卖 8 万到第二场卖 75 万 一家购物中心的抖音直播逆袭：

https://mp.weixin.qq.com/s/dbum81ZMNtQ90iG6_l6Qrw

^② 中国人民大学国家发展与战略研究院、抖音. 灵工时代：抖音平台促进就业研究报告。

^③ 湖北 13 市（州）长上抖音直播 为当地线上“带货”，湖北日报。

http://hbrbshare.hubeidaily.net/hbshare/news/detail_index.html?contentType=5&contentId=678210



图 5.16 县长带货扶贫^①

来源：央广网

延安市副市长、宜川县委书记在直播间上和达人连麦，以问答互动方式介绍他们的苹果，向抖音直播的观看者展示了当地的农产品，据统计，当天直播约有 30 万观众收看，并达成 110 万的销售金额。同天参与直播的还包括宁夏同心县副县长和靖宇县副县长，分别介绍当地的枸杞和坚果。据统计，3 月 11 日的三场直播，合计销售农产品 35.6 万斤，销售额超过 560 万元。

对于受疫情影响最严重的湖北省，抖音平台发挥出零工经济平台的匹配功能，多途径展现平台营销的作用，协助湖北省复工复产行动。在直播带货方面，2020 年 4 月 8 日，抖音平台与湖北省相关部门展开合作，开启了“湖北重启抖来助力——抖音援鄂复苏计划”。

^① 抖音直播开启助农“新模式” 联合县长“直播带货”暖人心，央广网。
http://ent.cnr.cn/chuanmei/20200227/t20200227_524993965.shtml



图 5.17 抖音援鄂复苏计划（市长带你看湖北）

来源：抖音

4月8日，在“市长带你看湖北”的首场直播中，武汉市政府党组成员李强在抖音平台上介绍武汉经济重启和复工复产情况，并对湖北多种知名商品进行推销，获得网友热烈的响应。系列活动在十日内累计直播过百场，共销售湖北特产156万件，销售额达7235万元^①。另外，在4月6日和4月12日，央视新闻抖音号直播了朱广权和欧阳夏丹与带货主播李佳琦、一众艺人和短视频平台多位达人共同开展的两场公益直播，协助湖北省农副产品销售，两场直播合计共销售超亿元。

^① 数字来了：千万人看直播 已抖出湖北特产7000多万元，搜狐网。

https://www.sohu.com/a/389241962_115433



图 5.18 抖音援鄂复苏计划（市长直播）

来源：抖音



图 5.19 央视主播和带货达人开展公益直播^①

来源：央广网百家号

除直播带货外，抖音平台通过多渠道助力复工复产活动，包括展开话题宣传活动，如抖音的“湖北好久不见”话题展现了湖北省复工复的近况，相关视频已

^① 点赞央视新闻“小朱配琦”带货效果 农业农村部：注意到这个组合了，央广网。
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1664448049429641639&wfr=spider&for=pc>

被播放超过 5.8 亿次。协助商家方面，抖音主要针对湖北商家的网上营销开展一系列配套服务，包括为它们的进驻和运营提供全流程服务、减免认证费用和免费开放营销课程，并展开媒体直播等培训，协助内容创作者利用直播带货提高相关收入等^①。相关活动累计帮助湖北商家销售 472 万件货品，销售额达 2.34 亿元；带动 92 件湖北农产品销售，其中 26 种来自贫困县，是当地的支柱产业，如秭归脐橙、洪湖莲藕；助力湖北 5643 家中小企业开拓市场渠道，实现销量回升。^②

这些例子都能说明，零工经济和短视频平台不再局限于人们娱乐和情感交流的功能，它们同时也具有很强的社会影响力。对于经济发展较为落后的县区，它们能够作为传播工具，以文旅方式协助扶贫。面对全球性的疫情，短视频平台充当信息传递的平台，让市民减少忧虑。在疫情高峰过去的时期，各省市开始复工复产时，平台又发动起多场公益带货直播活动，助推各地的商品销售，促进经济增长。

^① “湖北重启 抖来助力——抖音援鄂复苏计划”启动，中国商务部。

<http://dzsws.mofcom.gov.cn/article/ztxx/yqfk/202004/20200402953668.shtml>

^② 中国人民大学国家发展与战略研究院、抖音·灵工时代：抖音平台促进就业研究报告。

6.中国零工经济发展的意义

表 6.1 中国零工经济发展的意义

对象	意义	具体表现	社会基础与原因
零工经济 助推劳动者 成长发展	多途径实现就业、增加收入	零工经济帮助失业者找到工作,帮助已有职业的劳动者获得兼职、补充收入。特别是在疫情期间,失业率攀升,零工经济是个人实现就业的重要渠道。	信息技术的发展、较低的接入成本、闲暇时间增加
	赋予自主选择权、拓宽发展空间	零工从业者被赋予自主选择工作对象、工作地点和工作时间的权利,有助于激发个人创造力和提升工作满足感,发展空间得到拓宽。	数字技术和基础设施的普及,工作内容的高弹性和灵活性
	加快素质培养、提升劳动力价值	零工经济给予高技能零工从业者更多机会和收入,激励他们加快培养在知识、技能、创新等方面的素质,提升劳动力价值。	信息传播和匹配效率的提升,知识密集型产业的模块化
零工经济 帮助用工 企业降本 增效	企业用人成本低	企业用人模式从招聘变为“按需采购”,可以满足企业的弹性需求,降低永久雇佣带来的冗余成本。	信息通讯技术的发展,零工门槛降低
	企业运营成本降低	企业借助数字化技术实现灵活的人力招聘和管理,流程简化,效率提升,降低运营成本。	信息通讯技术的发展、企业处理数据能力的大幅提升
零工经济 增加消费 者效用	消费场景多元、消费体验提升、消费理念转变、消费成本降低	消费者拥有了更多、更丰富的消费选择场景;能够获取更多的价值;消费观因经济形态的发展而变化;零工服务价格一般低于企业服务的价格。	数字化平台帮助消费者最大程度摆脱时空的约束
零工经济 促进经济 社会全面	创造社会财富	零工经济带动就业,助推经济增长,创造社会财富。2019年中国零工经济对GDP增量的贡献度为8.77%,对GDP增长率的拉动为0.53	我国数字基础设施的普及,零工经济的低门槛、涉及多个行业

发展		个百分点。	
	促进社会均衡发展	零工经济基于大数据,为低收入人群和地区提供机会和资源,激活参与者的持续发展能力,推动扶贫、促进社会公平和均衡发展。	零工经济平台的低门槛和灵活度、大数据技术的赋能
	实现社会协同治理	零工经济平台通过高效、透明的信息传播和信息共享,成为促进社会协同治理、实现全民共治的重要途径。	信息技术的高效透明、政府服务意识的提升
	推动后疫情时代经济恢复	零工经济平台在促进企业复工复产、提高市场交易规模两个方面有着不俗的成绩。	灵活用工模式促进复工复产;数字平台的匹配优势明显

来源:项目组绘制

6.1 零工经济助推劳动者成长发展

借助广泛采集和匹配信息的数字平台,零工经济实现了众包劳动和按需服务的大规模组织,是一种符合资本弹性积累要求而产生的新型用工关系。零工经济作为数字时代的包买商经济,通过基于高效算法所构建的零工经济平台,实现了对于按需劳动的大规模众包或即时匹配。这极大地降低了进行各类工作所需的信息、技能、资格等类型的门槛,为零工从业者提供了更丰富的就业机会、更灵活的就业选择和更长远的未来发展。

6.1.1 多途径实现就业、增加个人收入

在经济不稳定时期,零工经济也能凭借其灵活性给予零工从业者更多缓冲的空间。例如,2020年新冠疫情期间,线下停工停产给劳动力市场带来巨大的冲击。根据国家统计局数据,我国1月份全国城镇调查失业率为5.3%,2月份上升到6.2%,3月份为5.9%。根据北京大学光华管理学院最近发布的《新冠疫情对劳动力市场、中国及全球产业链的影响——基于招聘大数据的分析和预测》报告,我国第一季度的招聘职位和人数同比均下降27%左右^①。在这一不利于就业的大

^① 卢海,新冠疫情对劳动力市场、中国及全球产业链的影响——基于招聘大数据的分析和预测。

环境下，零工经济为社会就业问题提供了一种新的解决思路。例如，对 2019 年 8 月至 2020 年 8 月的数据测算结果显示，共有 2097 万人通过抖音平台从事创作、直播、电商等工作而直接获得收入，其中许多都是从事互联网营销师和直播销售员的新职业。^①而将抖音平台的直接就业人数和间接就业人数相结合，抖音平台共计创造和带动的就业规模达 3617 万个。^②在疫情期间（2.1-2.20），根据猪八戒企业相关数据显示，猪八戒网的灵活用工规模增加了 25.6%。互联网零工经济的作用被进一步激发和凸显，为全国劳动者提供了宅家工作的机会，成为抵御疫情冲击的重要力量。

零工经济通过信息丰富、匹配高效的线上平台，为零工从业者提供了多样化的职业选择，有助于帮助失业的劳动者找到工作、获得收入，帮助已有职业的劳动者获得兼职机会、补充收入。零工较低的门槛也给予了缺乏劳动技能、健康状况受限、教育水平不高等竞争力较低的劳动者参与工作的机会。根据国际劳工组织 2017 年对劳动众包参与者的调查^③，众包劳动者中约有 32% 表示，参加众包劳动是因为众包劳动可以带来额外收入，22% 表示是因为自己更愿意在家中工作，10% 的受调查众包劳动者表示，健康状况的限制是参与劳动众包的原因，还有一些劳动者是出于爱好、社交需要或对零工经济的好奇而参与零工经济。以抖音创作者为例，2019 年抖音平台拥有收入的作者超过 590 万人，平均年收入为 3453 元。其中，抖音各领域的优质创作者（粉丝多于 1 万）平均年收入超过 37000 元，而平台上的普通创作者（粉丝少于 1 万）也能从创作中获得一定的收入补充（0.1 万元）。

6.1.2 赋予自主选择权、拓宽发展空间

零工经济在工作形式上具备时间和空间的双重灵活性，从而赋予了零工从业者自主选择工作对象、工作地点和工作时间的权利，有助于激发个人创造力和提升工作满足感，个体发展空间得到拓宽。

在传统的劳资关系中，为了获取更高的绝对剩余价值，劳动者会被长时间和高强度地固定在劳动岗位之上。而零工经济为零工从业者决定工作时间、工作地

^① 中国人民大学国家发展与战略研究院、抖音. 灵工时代：抖音平台促进就业研究报告。

^② 同上。

^③ Berg J, Furrer M, Harmon E, et al. 全球数字平台劳动者就业研究. 中国劳动, 2019, 424(04):73-97.

点和服务对象提供了更高的自主选择权。在零工经济模式下，劳动者更多地是以一个独立生产者的身份加入平台，利用个人所有的生产资料释放劳动力。在交易中，双向选择的取向更为明显，零工从业者被赋予了选择雇主、工作环境和工作时间的权利，薪酬结算也更多地是跟个人业绩和考评体系挂钩。因此，零工从业者们完全可以摆脱固定工作状态，根据个人需要并在合理估算交易成本的基础上自行调整劳动时间和劳动量，并选择合适的服务对象。此外，近年来还萌生出新的多元用工模式和灵活用工模式。灵活用工主要是指，对于一些具有高弹性、临时性、可替代性、工作内容可标准化的岗位采取共享员工制度，使得一名员工可以短时间内为多个企业灵活雇佣。例如，根据对抖音创作者的调查数据（516人），超过一半的创作者（56%）为兼职创作，绝大多数（92%）创作者表示自己在多个平台上发布创作作品；好活科技已经为美团、达达、盒马等多个企业提供了共享用工服务。又例如，猪八戒员工分为在册员工和在线员工（时长付费）两种，后者也属于灵活用工；根据猪八戒数据显示，企业灵活用工同比增加了25.6%。可见，日新月异的零工经济正为传统的劳资关系写入新的内容。

6.1.3 加快素质培养、提升劳动力价值

相比于传统零工经济主要集中在附加值低的劳动密集型产业，高度重视知识、技能、创新的知识密集型产业正在成为互联网零工经济的活跃组成部分。在线零工平台的信息传播和匹配效率为高技能劳动者提供了更丰富的工作机会和更灵活的工作形式，也增加了他们通过专业技能赚取额外收入的可能。例如，零工经济不仅给传统的独立商务顾问和法律顾问提供了更多的市场需求，也为医生或程序员等全职工作者创造了类似于私人医生和家庭医生、按需软件开发等收入较为丰厚的工作选择。据美国劳工统计局的调查，在线零工从业者中从事专业和商业服务、教育和健康服务业的比例达47%。根据牛津大学在线零工指数，软件开发和信息技术、多媒体和创意工作、写作翻译等工作成为互联网零工经济的大头。对于劳动者来说，“零工”已经不再意味着低技能、低收入的体力职业，知识、创意、技能对零工从业的重要性愈发凸显。因此，零工将更加重视知识技能等素质的培养，提升劳动力价值。

此外，在创作者互惠共赢方面，零工经济平台也做出了不少贡献。例如。抖

音正式宣布推出“创作者成长计划”，宣布将通过优化流量扶持，提供更多创作工具，更完善的服务后台，在未来一年帮助一千万创作者在抖音上获得收入。抖音还上线了“创作者服务中心”，让每一位用户都可以享受到包括数据分析、认证信息、高级账号、功能聚合等最便捷的便利服务。在“内容变现”方面，抖音平台则开放抖音购物车功能，帮助内容创造者凭借优质内容实现粉丝沉淀与流量变现。同时，不少内容创作平台，如抖音、快手、微博等，也在努力规范其平台规则，致力于与政府携手保护创作者的知识产权，为创作者提供更好的创作环境，做适合于从业者展示自我、发展自我的新型零工经济平台。因而，互联网零工经济模式下，零工从业者能够更快地获取信息和机会，快速实现技能进步和能力提升，进而提升劳动力价值，实现平台和从业者的双赢。

总之，互联网零工经济平台促进了零工经济的高端化发展，给予高技能零工从业者更多机会和收入，将有助于提升从业者在知识、技能、创新能力方面的培养和投入，提升劳动力价值。

6.2 零工经济帮助用工企业降本增效

根据德勤《人力资本调查报告》，随着数字革命对传播技术和工作场所的变革，零工经济将是全球人力资本发展的重要趋势之一。零工经济对企业传统用工模式带来了典型的改变，为用工企业的用人成本和运营成本都带来新的变化。

6.2.1 用工企业用人成本降低

传统用工模式下，我国企业面临着较高的人力成本，比如目前我国“五险一金”额度已占到工资总额的40%至50%，而对比全球其他125个国家的社保费率，只有11个国家的社保费率超过40%，而且主要是发达的福利国家^①。尤其是小微企业，在传统用工模式下，它们面临着较大的成本压力，不利于企业发挥其活力和效能。

零工经济下，企业将用人模式从招聘变为“按需采购”。由于临时工作拥有更强的灵活性，企业可以通过即时的需求对接匹配的劳动者，从而可以降低永久雇佣的成本。特别是针对那些对劳动力有弹性需求的行业，比如一年内存在淡季

^① 五险一金占工资额近半 养老保险缴费水平被指偏高，人民网。

<http://finance.people.com.cn/n/2015/0105/c1004-26323815.html>

和旺季之分的旅游业、酒店业等，在零工经济的助推下，企业可以根据行业发展的弹性需求，按需招募工作人员，减轻用人成本的浪费问题。与此同时，与传统的企业选拔模式相比，零工经济的用人门槛要低得多，选聘流程更加简化，用人模式也更加灵活，进一步降低了在人力投资上的冗余投入。

6.2.2 用工企业运营成本降低

零工经济以网络平台媒介的使用为依托，当下互联网零工经济的模式对传统企业的管理和运营带来了改变。在传统的科层化企业管理模式和传统雇佣模式下，企业需要建立复杂的人力招聘和人力管理系统，负担大量维护成本，并且存在着信息不对称、沟通效率低下等问题。而在线互联网和移动客户端的零工平台得以连接零工从业者和企业，以更低的成本提供更好的服务。此类用工模式通常是通过数据平台进行匹配，以满足对应的需求。不同于传统雇员模式，劳动者在这种模式下是自我雇佣或者成为自由职业者，属于非正式劳动力。最直接的作用就是提高企业的管理和运营效率，极大地节约了企业成本，而员工也获得了更大的决定权和自主权。通过零工平台，人员闲置企业与人员需求企业能够通过大数据分析匹配，进行共享用工服务，能够降低企业运营成本和提升企业用工效率。

6.3 零工经济增加消费者效用

互联网零工经济作为一种新型经济模式，依托于一个具有强大包容性的数字化平台，平台作为一个拥有海量内容的在线虚拟商场，帮助消费者最大程度摆脱时空的约束来进行各种具有商业价值的活动，如 Airbnb 平台上能对接全球的住房资源，抖音拥有来自全国的视频内容。因此，零工经济对于平台上的消费者具有多种重要意义，如消费场景多元、消费体验提升、消费理念转变、消费成本降低等。具体来说：**第一，消费场景多元体现在消费者拥有了更多、更丰富的消费选择场景。**如影音领域，过去是电视机、收音机和官方客户端，如今增添了自媒体短视频（如抖音、快手）、自媒体电台（如喜马拉雅）、UGC 视频网站（如哔哩哔哩）等。**第二，消费体验提升体现在消费者能够从中获取更多的价值。**以抖音为例，对于消费者来说，短视频的第一层意义是记录和表达的价值，视频内容跨越时间和空间，把人们连接在一起；第二层意义，消费者还能通过抖音获取

有价值的信息。现在越来越多的生活知识和专业科普知识都开始在抖音上传播。据悉，抖音在未来会更多地扶持和加强知识类内容，平台希望通过不断完善平台的各项属性，为消费者带来更好的用户体验。**第三，消费理念转变体现在消费者的消费观因经济形态的发展而变化。**如今消费者有更大的动力对内容版权付费、对主播带货等新型广告形式也更加接受，因而直播平台打赏等消费行为也应运而生。**第四，消费成本降低体现在零工提供的服务价格一般低于企业服务的价格。**企业由于存在较高的人力资源成本、内部管理成本、资金使用成本等，企业提供的服务价格往往高于个体零工的服务价格。消费者通过购买零工的服务能节约成本。

6.4 零工经济促进经济社会全面发展

6.4.1 创造社会财富

零工经济在带动就业、助推新兴产业发展上发挥出越来越显著的作用，成为创造社会财富的新动能。在全球范围内，零工经济逐渐成为劳动力市场的重要部分、成为经济的重要贡献力量。麦肯锡全球研究院一份涵盖 8000 人的零工经济调查显示，在美国和欧洲，有 10%到 15%的适龄工作人口通过打零工谋生，还有 10%到 15%的人把打零工作为副业；美欧 15 个国家共有 1.62 亿自由职业者。调查还指出，到 2025 年各种在线人才平台有望贡献约 2%的全球国内生产总值，并创造千万个就业岗位。不仅是欧美，中国零工经济的发展速度也不容小觑。据滴滴出行发布的报告，2017 年有超过 2100 万人曾作为司机在滴滴出行平台上提供叫车服务。美团研究院 2018 年发布的报告也显示，2018 年有 270 多万人曾作为送餐员为美团外卖送餐。内容型零工平台通过直播带货等新兴商业形式也极大地促进了国民消费。随着互联网移动设备的发展，零工经济的门槛会继续降低，能获得的就业机会更多。据阿里研究院预测，到 2036 年，中国将会有大约 4 亿人参与零工经济。通过我们的核算，2018 年、2019 年中国零工经济在 GDP 中的占比分别为 2.16%和 2.64%。2019 年中国零工经济对 GDP 增量的贡献度为 10.43%，对 GDP 增长率的拉动百分点为 0.64 个百分点。

6.4.2 促进社会均衡发展

零工经济在推动扶贫工作，促进区域均衡发展和社会公平上也发挥着重要作用。首先，得益于零工经济灵活度高、门槛低的特点，低收入人群和地区因此获益。在我国数字化基础设施普及程度较高的优势下，低收入人群和地区通过数字化平台的接入，能够与社会其他阶层的人群站在同一条起跑线上获取即时海量信息，他们能够发挥个人优势并赚取收入，促进了社会公平。同时，数字化的零工平台通过发挥海量数据的优势，能够具针对性、定制化地为低收入地区提供扶贫机会，利用互联网强大的引流和赋能优势，激活当地的资源和要素价值。

以抖音平台为例，抖音与国内多个城市和县域达成合作，因地制宜，深入挖掘当地优势，包括旅游、特产、传统文化等，带动当地经济发展。《抖音县域景点数据报告》显示：抖音最热门的一百个县域景点中，约三成位于贫困县。2018年11月29日，抖音正式启动文旅扶贫活动“山里 DOU 是好风光”项目，为贫困县定制全方位的文旅推广方案，不仅为贫困地区带来客流，还从根本上培育人才、吸引资金，扶持当地文旅产业的建设和发展，助推贫困地区的经济增长，真正实现可持续的“造血式扶贫”。此外，根据《2020 饿了么蓝骑士调研报告》，饿了么为国家级贫困县提供近 30 万个骑手就业岗位。在骑手籍贯来源最多的五座县城中，60%为国家级贫困县。这些贫困县骑手的平均月薪逾 5800 元，超过 2019 全国城镇平均工资。阿里本地生活服务公司还计划在 2020 年为 100 个贫困县提供超 2 万个骑手就业机会。^①

6.4.3 实现社会协同治理

零工经济平台不仅提升了经济效率，也通过高效、透明的信息发布和信息匹配，成为促进社会协同治理、实现全民共治的重要途径。互联网时代下的新型零工平台为各行各业的从业者提供了展示和发声的渠道，全方位汇集了社会发展的动态变化。特别是当下兴起的内容型零工平台，吸引了个体、企业、政府多个角色的参与，是信息共享和信息互动的重要途径。普通民众通过内容型零工平台可以及时获取重要信息，提供真实动态，建言献策，政府也可以利用平台更加全面地了解 and 收集民意。

^① 2020 饿了么蓝骑士调研报告：<https://mp.weixin.qq.com/s/dsGM1eCKGDbVBcrklDSVVA>

6.4.4 推动后疫情时期经济恢复

2020年疫情期间，生产消费一度近乎停摆，我国经济受到了极大的挑战。然而零工经济平台在促进就业水平、提高匹配效率两个方面有着不俗的成绩。第一，灵活用工模式帮助助力企业招聘零工从业者，积极复工复产。第二，抖音、美团外卖这类平台，有基于强大的算法实行线上供需两侧匹配的能力，使得疫情期间线上交易份额大幅提升。这个特殊的春天，受新冠肺炎疫情影响，多地出现农产品滞销现象，引发社会关注。“利用互联网拓宽销售渠道，多渠道解决农产品卖难问题。”“电商在农副产品的推销方面是非常重要的，是大有可为的。”这说明，电商平台的存在使得农产品生产者在消极事件上得以缓冲，也给予整个中国经济复苏的希望。

7.零工经济的未来趋势：技能化，平台化，系统化

表 7.1 零工经济的未来主要趋势

主体	类别	方向趋势
零工经济 总体趋势	零工从业者	技能化
	用工企业	平台化
	政府和社会	系统化
零工从业者	技能类型	高端化
	技能种类	多样化
	工作形式	灵活化
用工企业	内外数据	共享化
	用工流程	简洁化
	用工模式	多元化
	企业规模	缩小化
政府和社会	法律制度	规范化
	社会保障	全面化
	治理体系	一体化

来源：项目组绘制

7.1 零工经济总体趋势

中国的灵活用工规模在过去几年呈现逐步上升的趋势（图 7.1）。但我们必须认识到，尽管“零工经济”一词在各个领域被高频提及，无论是“零工经济（基于互联网的）”模式，还是该模式下的“零工”都还处于发展的初级阶段，“零工”和其他替代性工作的从业者相比，还是少数。且零工经济本身存在着一些如工作不稳定、没有固定福利保障等问题。

整体的零工经济包括互联网零工经济和传统的线下零工经济，其中传统线下零工经济包括生产劳动、技能服务、教育培训等领域的零工经济。根据《2019中国县域零工经济调查报告》，在县域零工从业者中，有35.11%的人从事“互联网+”类零工工作，如网约车、外卖员、网店相关等职业。另外，生产劳动相关零工的占比也较高，具体包括建筑、装修、搬家、货运等零工；其他类型零工主要是销售、餐饮、手工活等基础性零工。在各种零工中，“互联网+”类零工占比最高，这充分说明互联网零工经济在整个零工市场中占据重要的地位，随着互联网技术迅速发展和移动终端的普及，未来互联网零工的占比将进一步提高。

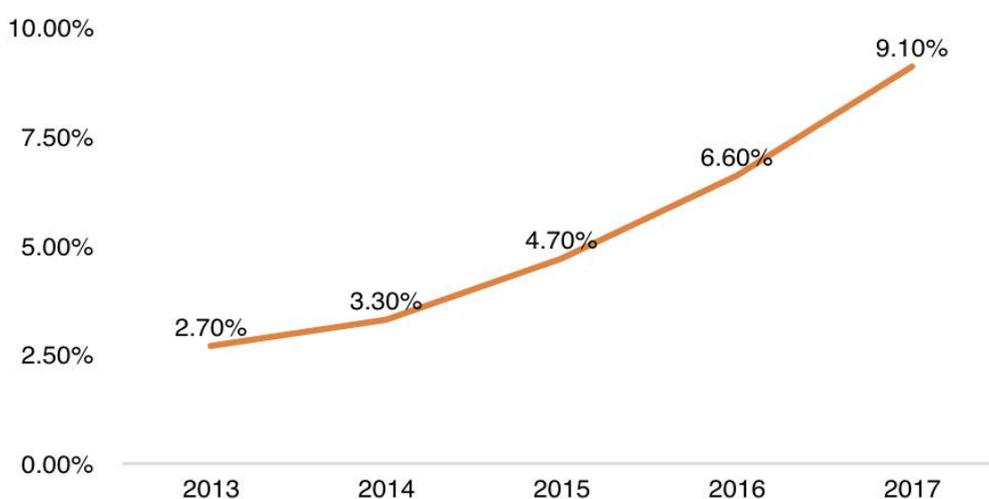


图 7.1 我国灵活用工复合增长趋势

来源：人口与劳动绿皮书 2017

在零工经济高速发展和互联网零工经济愈发重要的大背景下，我们提出零工经济发展的三大总体趋势：技能化，平台化，系统化。

技能化，指零工的技能化。未来，内容型零工、专业技能型零工将占据更重要的地位，零工将具备更多样、更高端的专业技能。

平台化，指用工企业管理的平台化^①。用工企业借助数字技术搭建平台，实现内部外部数据的高效互联互通，推动用人模式的多样化和灵活化。

系统化，指政府和社会治理的系统化。未来，零工经济将成为社会经济生活的重要组成部分，政府将协同劳动者和企业，共建规范化、一体化的零工系统，提供包括用工服务、社会保障、社会监管、纠纷处理等一条龙服务体系。

^① 郑祁，杨伟国. 零工经济前沿研究述评. 中国人力资源开发, 2019(5):106-115.

7.2 零工经济参与者趋势

7.2.1 零工从业者：拥抱技能化

未来，互联网零工经济将高速发展，在整体零工经济中的地位将愈发重要。相比于传统零工经济主要集中在附加值低的劳动密集型产业，未来互联网零工经济中，高度重视知识、技能、创新等要素的知识密集型产业将成为主导。因此，对于劳动者来说，技能化是必然趋势，高技能的零工从业者将占据主流地位。具体而言，体现为以下三大趋势。

第一，技能类型的高端化。目前，对零工技能的要求已经逐渐显现出这一趋势，越来越多的零工从业者具备高度专业化的技能，包括信息技术、多媒体、文字处理等。未来，零工从业者将具备更加高端的技能。随着数字技术的发展和各类职业的模块化，更多高端的专业技能将在线上进行交易和共享，人们可以在零工经济平台上交易创意、交易灵感、共同开发高端技术、分享高层管理经验等。

第二，技能种类的多样化。互联网信息技术将进一步促进知识、资源和信息的开放和共享，为所有人提供学习新技能、交流心得体会的高效平台。全社会劳动者的学习和创新意识都将得到提升，将具备更强的学习和创新能力，零工从业者也不例外，以匹配更为多元的工作技能和体验需求。未来，“斜杠青年”将更加普遍。

第三，工作形式的灵活化^①。目前零工经济已经具备了弹性工作的特征，但是劳动者依旧在管理个人工作、对接企业上付出了一定的成本，具有一定的约束。^②随着数字技术的高效普及和零工体系整体的完善，劳动者在时间、空间和内容上的约束将被进一步放开。未来，零工将通过更为高效、全面的零工平台，完成包括寻找工作、对接沟通、个人任务管理等一系列操作，最大程度地实现工作的灵活度。

7.2.2 用工企业：走向平台化

^① 谢富胜，吴越. 零工经济是一种劳资双赢的新型用工关系吗. 经济学家, 2019(6):5-14.

^② Atmore, E. C. (2017). Killing the goose that laid the golden egg: Outdated Employment Laws Are Destroying the Gig Economy. *Minnesota Law Review*, 102 (2), 887-922.

数字技术浪潮正在产生更多的短期性工作，且通常是通过在线工作平台产生的。这类互联网零工的产生使人们能够在灵活的基础上更容易地获得某些类型的工作。近年来已萌生出新型的灵活用工模式，代表企业有好活科技、猪八戒、海尔等，如图 7.2 展示的好活科技互助通项目框架。新兴用工模式的转变节省了社会成本，掀起了零工经济的新一轮浪潮。在这一背景下，对于企业来说，未来趋势是平台化，包括内外数据的共享化，用工流程的简洁化和用工模式的多元化^①。

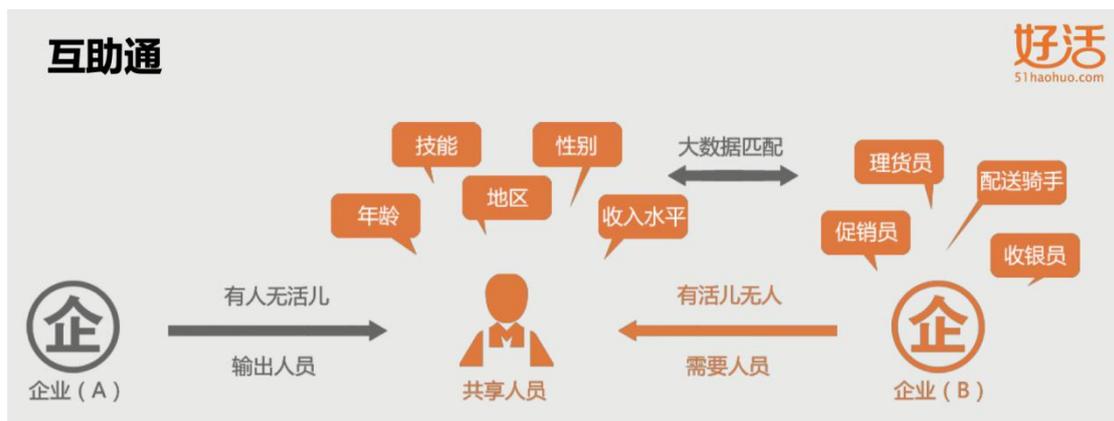


图 7.2 好活科技的互助通共享用工模式

来源：好活

第一，内外数据的共享化。目前，大量的互联网零工平台已经通过海量的信息收集和高效的信息匹配，直接对接起了企业和零工从业者，部分解决信息不对称问题，但是企业内部数据依旧很难打通，从而造成信息偏差。未来，参与零工经济的企业将借助数字技术，搭建公司内部平台，并逐渐打通公司内部数据和第三方零工经济平台的外部数据，实现信息的互联互通、互动共享。这样公司内部的动态需求可以最真实、最迅速地反映在平台上，并得到及时对接和反馈，提升公司运营的整体效率。

第二，用工流程的简洁化。对比传统的全职用工模式，当下的零工经济用工模式已经得到了一定程度的简化，但是仍然存在沟通成本高、产生理解偏误等问题。未来，公司将通过高效的管理平台，减少用工流程中的冗余环节，比如通过大数据分析进行技能和性格匹配等，使得用工流程更加简洁，企业用人更加高效。

^① 刘皓琰，李明. 网络生产力下经济模式的劳动关系变化探析. 经济学家, 2017(12):33-41.

第三，用工模式的多元化。未来，零工经济将使得企业的用工模式更加多元、人才种类更加丰富。^①传统用工模式下，企业出于雇佣成本、运营成本的考虑，用工模式和人才类型都较为单一。未来，随着零工类型得到进一步明确和规范，零工模式将成为企业人才库的重要补充，企业将完全满足其弹性需求，并以远低于长期雇佣的用人成本享受到多元化的人才。

第四，企业规模的缩小化。“科斯定理”指出，企业的边界在于市场交易成本和企业内部成本的相对比值。各种网络平台的发展使得交易成本降低，随着交易成本的降低和大企业病的凸显，使得人们越来越愿意将企业的边界缩小，将市场变得更大，因此很多企业在内部建立了企业的内部市场，还有一些企业则建立了全新的劳资关系模式，将一部分劳动者转型为合伙人；并将更多的业务外包给市场进行，产业链和价值链得到了重塑。以零工经济中的美团和传统经济中的沃尔玛为例，根据美团数据，美团的骑手达到 370 万，超过世界零售业巨头沃尔玛的员工数，但是美团企业规模却比沃尔玛小很多，因为美团骑手中只有部分是专送骑手，大部分是众包骑手（众包骑手不算美团员工）。



图 7.3 美团与沃尔玛对比

来源：美团

7.2.3 政府和社会：实现系统化

零工经济目前仍处于兴起和快速上升阶段，未来必然成为社会经济的重要组成部分，影响产业发展和人们生活的方方面面。目前，不可否认零工经济还存在着一些阶段性发展问题，比如零工的社会保障，零工与企业的劳动纠纷，政府的税收与监管等等。未来，零工经济将在政府的推动下，系统化地融入社会的方

^① 郑祁，杨伟国. 零工经济前沿研究述评. 中国人力资源开发, 2019(5):106-115.

面面，具体而言，包括：法律制度的规范化，社会保障的全面化，治理体系的一体化。

第一，法律制度的规范化。目前，我国零工经济面临的大部分挑战的根源来自我国劳动法对劳动关系认定不明确。^①未来，针对零工经济的新兴劳动关系将被法律法规进一步定性和明确，配套的各类规章制度也将得到建立和完善，以促进零工经济的合法化，释放其发展动力。

第二，社会保障的全面化。目前，零工从业者的收入缺乏稳定性、社会保障的不完整是阻碍零工发展的一大难题。未来，基于进一步健全的法律法规，政府将推出针对零工经济的社会保障体系，一方面实现对零工从业者社会权益的全面保障，另一方面也将平衡企业用人的成本和效率问题。

第三，治理体系的一体化。目前，互联网零工平台只能解决匹配零工职位这一个环节的问题，之前提到的种种经济、社会问题都需要零工经济参与者耗费大量成本来解决。未来，政府将协同零工和企业，共同建设一个一体化的零工治理系统。这个系统将打通各方数据，实现数据透明、共享，从而得以整合涉及零工经济的多项服务，包括工作匹配、纠纷处理、社会保障、社会监管、法律服务等，零工经济的参与者只需通过这个系统就能对接到一条龙的服务和资源。例如，从业者可以通过这个系统找工作、查社保、反馈信息，企业可以通过这个系统寻求到从招募到结算的一系列解决方案。

综上，从个人、企业、政府这三个维度来看，我们可以总结出零工经济的未来趋势：劳动者拥抱技能化，企业走向平台化，政府和社会实现系统化。总之，零工经济和一切新兴事物一样，机遇和挑战并存，如何更优地利用机遇，更好地应对挑战，最大限度地发挥零工经济模式的正面效应，促进劳动力市场的优化和企业的高效发展，成为现阶段和未来很长一段时间需要各界思考和解决的问题。因此，下面我们提出对于中国零工经济发展的一些政策建议。

^① 郑祁，杨伟国．零工经济的研究视角——基于西方经典文献的述评．中国人力资源开发，2019，36(01):131-139.

8.中国零工经济的发展建议

零工经济在未来即将发挥更为重要的作用。根据上文的估算，2019年中国零工经济对GDP总增量的贡献度为10.43%，且预计在2035年，零工经济对GDP增量的贡献可以达到13.26%。而且，零工经济在疫情期间更是发挥了重要作用，比如增加就业、提高收入、协助社会治理等。另外，我们还发现，零工经济对各个地区的经济增长呈现了显著的拉动作用。因此，我们认为零工经济是拉动国家和地区经济增长的重点业态之一。

零工经济整体生态的建设，需要平台企业、劳动者和政府共同发挥作用、共同参与、共同治理，才能促使其蓬勃发展。本部分将从平台、用工主体、劳动者、政府四个主体，提出相应的政策建议。

8.1 平台积极治理和服务

零工经济平台主要面临“承担治理责任”和“提升平台服务”两方面的困难和压力，具体表现为，平台需要保障平台上零工从业者的权益、保障用工主体的权益以及更好地为双方提升匹配效率和服务，针对以上问题，对平台提出如下建议。

8.1.1 平台积极承担治理责任

平台利用数据资源优势，创新治理技术，积极承担治理主体责任。鉴于平台上零工从业者数量庞大，所在行业繁多，完全由网络监管、市场监管和劳动保障等行政机构进行监管的难度较大，况且在具体细分领域，相关平台所掌握的技术和数据资源在一定程度上更为丰富和详实。如直播电商平台、用工平台，虽然其在进入平台时有资质审核环节，但是其具体经营过程中也可能会出现相关问题，如假货、服务质量不过关等。面对较大的监管责任压力，平台有资源也有热情投入到生态治理环节中去，平台应积极创新利用AI、大数据等新技术手段和资源，创新治理技术，承担好治理主体责任。

形成“分层治理”结构，引入小B企业分担劳务平台公司分包管理和服务工作。平台可以积极引入小B企业，中小企业一方面可以作为分包商，有组织地承接平台派发的零工工作，另一方面如管理自媒体工作者的MCN，管理闪送配送员，美团非固定骑手的外包公司，它们帮助平台企业起到了动员、汇集和管

理零工工作者的重要作用。平台对小 B 公司提出要求，小 B 公司在它们管理的环节，进行审核、监管和服务。

8.1.2 平台多举措保障劳动者权益

平台企业积极共担风险，设立专门针对平台劳动者权益保障相关资金和业务部门。虽然平台上的零工从业者并不属于公司职员，但是对于有一定工伤危险的行业和部门，从企业社会责任的角度来讲，平台应该与零工从业者积极共担风险——设立专门的劳动保障资金和业务部门。目前，对消费者权益的保障相对完善、监管有力，但是对于劳动者一方的保护主要还是依靠平台企业自身的社会责任自觉。如滴滴和公安部门在保障乘客安全上开展了多重合作，但是在司机劳动权益保障上，还是主要依靠滴滴自身的社会责任自觉。当然，滴滴公司也是对劳动者（司机）权益保障主动承担责任的典范之一。

【案例：滴滴司机互助基金】这一基金是由滴滴出行和中华社会救助基金会联合设立的社会公募公益基金，用以帮助重大疾病或突发重大变故（事故、灾难）的司机及其家庭。在除去国家社保等报销之外，对司机及其家人提供了一定的保障。

【案例：饿了么蓝骑士“相互宝”“关爱险”】全体骑手及家人可加入“相互宝”（支付宝业务）。这项福利将保障骑手及其家人患重大疾病时，可获得最高 30 万元互助金。为骑手定制“关爱险”，骑手如果出现意外和重大疾病，可以对骑手子女和家庭提供帮扶。^①

着力解决零工从业者税收合法合规问题，平台可以通过帮助零工从业者转变身份来实现对其收入税收的正规化管理。比如，自然人转为个体户、小微企业（个人独资企业、合伙企业等），这样既可以开具正规的增值税发票，而且个人税负会降低。因为作为普通劳动者，他们没有营业执照，就需要缴纳 3%-20% 的个人所得税并且以个人名义缴纳社保。但如果作为个体户，那就属于小规模纳税人，就可以享受每月 10 万元的增值税减免优惠。

【案例：好活科技】好活科技帮助零工经济从业者转变为“个体户”，再通过好活科技创建的平台精准对接企业，形成“企业-好活-个体工商户”的合作模式，既可以破解用工合规难的问题，企业原有的薪酬成本支出转变为费用支出。而且还可以通过平台开具增值税专用发票进项抵扣，减轻用工企业税负。

^① 2020 饿了么蓝骑士调研报告：<https://mp.weixin.qq.com/s/dsGM1eCKGDbVBerklDSVVA>

8.1.3 平台多方面提供服务

平台与金融服务企业合作为劳动者提供相关的金融服务。零工从业者由于其目前不确定的收入来源和职业身份，在获得保险、贷款和其他金融服务等方面都存在难度。在国际上主要依靠专业的零工经济服务者的金融服务平台，以 B2B2C 的形式，由金融服务平台对接相关金融企业，然后为零工经济者提供灵活服务的经验，可以为我国所借鉴。

【国际经验：Collective Benefits 为零工经济从业者提供保险】2019 年末成立的英国保险科创公司，瞄准利基市场（利基市场是在较大的细分市场中具有相似兴趣或需求的一小群顾客所占有的市场空间），支持个人化定制保险，为零工经济从业者提供“按月购买”的金融服务，涉及意外险、健康险、福利保险等，依据客户定制，提供个性化报价。^①

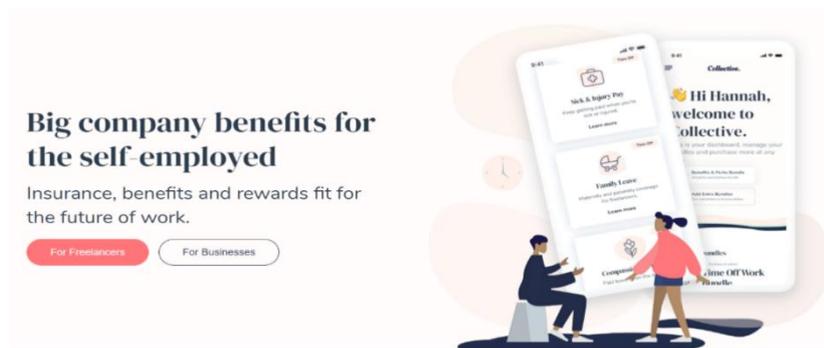


图 8.1 collective benefits 为零工提供的保障

来源：collective benefits 公司首页^②

【国际经验：B2B2C 模式的世界零工经济金融服务平台】2017 年成立的 portify 与 Deliveroo、Stuart 和 Swift 达成了合作，专门为这些平台上面的零工工作者提供超市优惠、资金管理服务，把他们多来源的收入汇总管理，一方面为他们提供资金收入信用评分，也开展小微贷款业务，提供资金支持。B2B2C 模式是指，portify 不会直接对接 C 端，而是以零工经济平台为中介，把服务许可给这些平台，减轻了 portify 的管理压力。对零工经济平台企业来说，既为平台劳动者提供了金融服务，以便于吸引更多劳动参与者，又分担了提供金融服务的风险。

协调产业链各环节企业加入，鼓励生态中各类型互补者积极参与。零工经

^① https://www.sohu.com/a/376333160_114778

^② <https://www.collectivebenefits.com/>

济不仅涉及到劳动雇佣这一个环节，还涉及到用工企业与金融服务企业等，如 Airbnb 中的管家业务，如直播电商涉及到的物流、电商、生产制造等多个环节的企业，中小企业参与零工经济以及劳动者个体的力量协调有困难的时候，规模较大的平台企业可以做好沟通和协调的服务工作。

【案例：字节跳动星图平台】2018 年为了便利广告主（雇主）和明星/达人（劳动者）的匹配以及相关的配套工作，抖音推出星图推广任务接单平台，在其中提供中介服务。不仅如此，抖音还开启认证引入了一批星图服务商，服务商对内容策划、后期制作、执行拍摄、活动营销等环节都可以提供支持，做好达人和广告主合作过程中的全产业链服务。



图 8.2 星图推广平台

来源：星图主页^①

关注平台劳动者的个人发展。零工经济从业者除了获得收益、获得社会劳动保障之外，其自身的成长学习问题也属于平台企业社会责任的一部分，具体形式包括：组织对劳动者的职业技能培训，支持劳动者参与更多科学文化知识的学习，同时，还可以为劳动者提供劳动技能认证。

【案例：头条学院】字节跳动旗下今日头条成立“头条学院”，为文创相关的高校学子提供课程和平台，截至 2018 年十月，已经有 2000 多所高校的五万多名学生参加课程，截止 2018 年 10 月，已有来自超过 2000 所高校的 5 万余名大学生在“头条学院”免费学习新媒体课程。^②

^① <https://star.toutiao.com/>

^② 字节跳动官网：<https://bytedance.com/zh/corporate#part-1>

8.2 用工主体拥抱新业态

针对企业和个人消费者两大用工主体分别面临的人力资源管理模式和合法合规问题、消费者权益保障问题，我们提出以下建议。

8.2.1 用人单位转变人力资源体系

用人单位构建“4C”型人力资源体系。支持并推广采取更为灵活的用工模式，将企业的用工结构与业务层次对应起来，核心业务基本上使用正式的核心员工（Core），在销售等业务中，可以部分地选择零工经济工作者作为互补型员工（Complementary），在临时项目、突发项目中，可以雇佣较为灵活的零工经济工作者（对应Casual、Contingent），按照分类和层次，做好劳动者的薪酬体系、福利保障体系、合规体系和人力发展体系的机制设计。

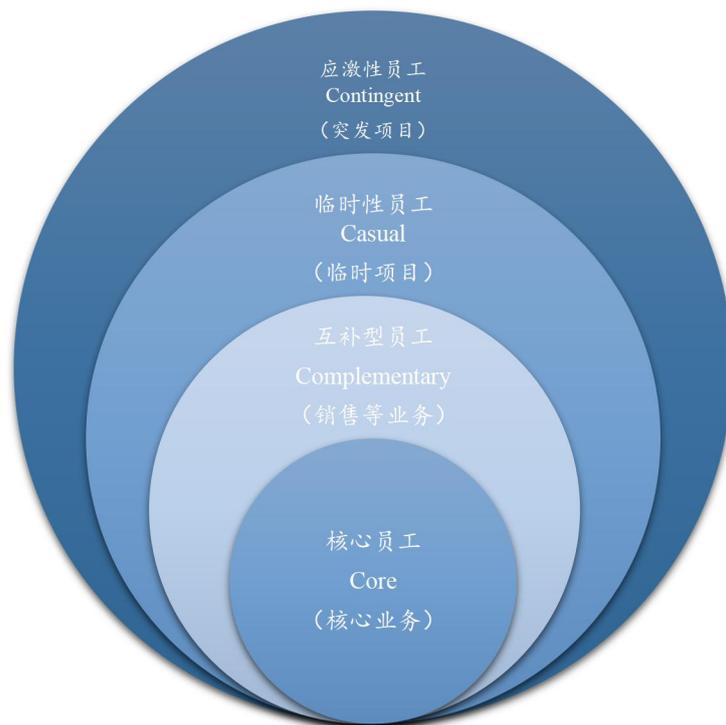


图 8.3 4C 用人体系

来源：项目组绘制

8.2.2 用人单位采取多种用工方式

部分企业可以转变用工方式，将劳动关系、劳务关系用工转合作关系用工。

上文提到的将零工经济从业者从劳动者变为个体户的模式，不仅有利于税收管理，还规范了企业与零工经济者的合作。从企业对个人的合作变成企业对企业的合作，便利了用工企业的管理——用工企业不再需要过多顾虑“社保合规、劳动纠纷和财税”问题，此外，还可以减轻用工企业的税负。

【案例：好活科技】好活科技帮助零工经济从业者转变为“个体户”，再通过好活科技创建的平台精准对接企业，形成“企业-好活-个体工商户”的合作模式，既可以破解用工合规难问题，企业原有的薪酬成本支出转变为费用支出。还可以通过平台开具增值税专用发票进项抵扣，减轻用工企业税负。

8.2.3 个人消费者积极参与评价和反馈

消费者积极参与反馈和评价机制，构建良好零工经济发展环境。个人消费者在用工平台的积极反馈，对于打造良好的零工经济生态有重要作用。消费者对其雇佣的零工从业者如短期家政服务人员、民宿、滴滴司机等积极评价，能够帮助平台和其他参与者筛选出存在问题的零工经济参与者。有良好评价机制的平台，也能够吸引更多的消费者参与，扩大零工经济业态的规模和提升质量。

8.3 劳动者提升服务能力

首先，零工从业者需要多维度提升个人技能。零工从业者应积极主动多维度提升自我，更好地适应零工经济业态的发展。工作有余力、有高技能的工作者，可以通过零工经济实现个人价值。积极参与零工经济，既可以增加收入，也是充分发挥个人价值的途径。

零工从业者，依据自身情况谨慎选择参与零工经济的模式。零工从业者需要考虑一些问题：选择1+N模式还是专职化模式，以及应该参与哪一类型的零工经济等。零工经济并不会为零工经济从业者提供非常稳定的收入，因此零工从业者要考虑自身的实际情况谨慎做出选择。一旦参与零工经济，就尽量多形式、多渠道参与，从而保证自身收入的相对稳定性。

互联网时代零工经济的进一步爆发，需要社会观念的进一步转变。社会公众对于零工经济的认可度和接受度有待提高。目前，传统就业模式和收入相对稳定的工作依旧是大部分就业者的首选，社会对于零工职业甚至存在一定的偏见。

社会公众需要进一步充分认识到零工经济的重要意义，认识到零工对于个人就业创业、增加收入的重要作用，以及零工经济知识化、技能化的趋势，提升对零工职业的认可度和接受度。

8.4 政府多维度支持零工业态发展

零工经济领域也存在法律法规一时跟不上的问题，针对零工经济存在的“合法合规”困难、“劳动者权益保障”困难、“平台监管”困难，同时考虑如何充分发挥零工经济带来的发展成果，我们提出如下建议。

8.4.1 转变身份，做好坚实保障

政府转变单一“监管者”身份，做零工经济创新要素流动的坚实保障者和有力推动者。

综合运用多种手段，增强对零工经济平台的政策倾斜。鉴于零工经济在扩大就业、推动产业结构升级、促进地方经济增长等方面具有较大积极作用，建议政府从财税政策、技术创新等方面，对优质平台企业给予一定程度的倾斜，推动我国互联网平台经济、零工经济发展步入新的高度。目前我国已经针对数字经济提出了较多支持政策，例如，在2020年4月发改委提出的《关于推进“上云用数赋智”行动 培育新经济发展实施方案》的通知中^①，从“铸基础、搭平台、促转型、建生态、兴业态、强服务”六大方向，提出了“服务赋能、示范赋能、业态赋能、创新赋能、机制赋能”五类工作举措。

为零工经济平台的创新提供积极政策环境，把握方向，包容审慎，“试点”先行。平台零工经济发展呈高速上涨的态势，平台业务模式创新速度一定程度上快于配套法律法规颁布的速度。面对新情况、新问题，一方面，要推进“大方向”类政策法规的制定和颁行，为行政机关和平台经营者在开展新业务时候在方向上明确标准、提供指导。第二，在具体新形式没有明确规范之时，在保证原则的基础上，把握方向，在监管上包容审慎。鼓励地方政策结合当地实践，与平台协作，因地制宜开展“试点”工作。

各地积极推进登记注册便利化，扩大平台网络效应。政府应优化审批流程，

^① 国家发展改革委 中央网信办：《关于推进“上云用数赋智”行动 培育新经济发展实施方案》。

简化相关手续，以推进电子证照共享等方式，扩大全社会的零工经济参与度，减少不必要的门槛。平台的一大特点是存在网络效应，产品供给者越多，对整个供给环境、对消费者端的效用提升能力越强。比如在抖音小店、民宿经营、淘宝直播的经营资质认定上，一方面存在着政策监管需要完善的环节，另一方面也要解决缺乏明确易行的资质确认、准入政策和审批流程等问题，帮助和指导潜在的零工经济群体能够更好地融入零工经济领域，推进零工经济业态发展。

增强各地数字基础设施的建设，提高接入性，降低零工经济的参与门槛。平台经济的快速发展，离不开我国移动互联网的高度普及。特别是在内容创作类零工经济领域，参与零工经济设备的简单易得是普通人能够成为创作者的重要促进因素之一。偏远地区参与零工经济，淘宝直播、抖音上大量的“农户主播”，同样得益于移动互联网的普及，降低其参与到数字新经济、零工经济的门槛，通过展示自身价值从中获益。然而，部分偏远地区的网络设施普及，网络技能普及程度还需要进一步提高，以让各地人民群众无障碍参与到零工经济热潮中来。

8.4.2 采用协同监管模式

采用“政府直接监管+督促平台主体自治”协同监管模式。在具体领域，相关平台所掌握的技术和数据一定程度上更为丰富。因此，首先要明确界定政企权责，哪些问题需要国家通过法律、行政手段直接监管干预，哪些问题是平台主体应该承担进行治理的社会责任。第二，积极调动平台自治的积极性，鼓励企业主动对平台内部存在的问题进行治理，予以一定程度的放权，治理不力的应敦促平台进行整改。

政府加强信息互通，加强社会征信体系建设。在需要有营业资质准入的行业，如汽车驾驶、民宿经营、家装家政服务等行业，相关证照颁发部门在发证环节要严格审核，与平台进行合理程度的信息互通，开放平台对证照的查询接口。以及加强社会信用体系的建设，如阿里的芝麻信用等，都可以作为平台准入和顾客选择劳动提供者的参考之一。

建立政企大数据协同监管平台，政府从事中事后角度对平台经营风险进行关注和管控。鼓励平台自治，但是政府要对平台经营管理进行把控，通过大数据系统，加强对业务流、合同流、资金流、发票流等的关注和管理，也将部分必要

的企业信息通过接口共享给平台，通过经营数据的共享、交换、对比和实时检查，更好地保障平台、用人单位和零工经济劳动者的权益。

【案例：好活大数据协同监管平台】好活利用大数据平台助力政府参与新行业、新业态的协同监管。该平台通过以下几种机制，实现了政企结合的协同监管：一方面政府将“税务、登记注册”等数据接入开放接口到平台中，经营者还可以通过好活平台提交注册相关资料给行政机关。第二，通过公安、市场监管、税务等部门数据加上好活的实际经营数据，整合在这个协同平台，通过数据共享和对比，可以在这个平台上，甄别有问题的经营商家，更好地保护服务者、雇佣者和平台多方利益。第三，该数据平台通过采集好活共享经济服务平台中的相应业务数据，以可视化方式为政府呈现行业分析报表，把数据分门别类给对应部门，辅助政府进行监管和决策。^①

特别地，对内容类零工经济平台加强内容监管时，应当鼓励“平台自治”为主，辅以有关部门进行监管，双管齐下。一方面，鼓励内容平台自身利用技术和算法，进行筛选可能侵犯其他创作者知识产权的内容，筛选涉及有害信息的内容，在内容社区鼓励用户对于相关内容进行举报。另一方面，相关部门需要依据知识产权保护法律法规，针对内容平台明确标准和原则，同时辅以对内容的监管。

【案例：今日头条灵犬反低俗】今日头条通过语义和算法对低俗内容进行识别，推出了国内首款反低俗小程序“灵犬”。

8.4.3 完善法律法规、相关标准

针对当前我国零工经济合法合规和劳动者的权益保障问题，国务院印发的《关于做好当前和今后一段时期就业创业工作的意见》（2017）中指出，要支持新业态发展。推动平台经济、众包经济、分享经济等创新发展。改进准入管理，重点放在事中和事后监管，以及提供优惠政策等，也针对新就业形态的用工和社保提出了探索性的建议，提出零工从业者可尝试以“灵活就业者”的形式参与社保。2020年7月15日，发改委等13部门联合发布《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》（以下简称《意见》），提出打造数字经济新优势具体意见，提出“积极培育新个体，支持自主就业”，“强化灵活就业劳动权益保障，探索多点执业”，进一步完善了政策保障。^②但是《社会

^① <http://jiangsu.sina.com.cn/city/csgz/2019-12-02/city-iihnzhfz3054516.shtml>

^② 《关于支持新业态新模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见》：

保险法》等相关法律目前还没有明确具体针对零工经济从业者的条款，需要进一步予以完善，筑牢促进“零工经济”发展的法律保障。

对零工业务领域合法合规明确底线和标准，尽快出台相应要求。鼓励平台业务多样的同时，也要加强业务合法合规的监管。例如，在非金融平台上需谨慎开展金融服务业务。目前零工经济平台上也有一些金融从业者，他们以开设课程、知乎 live、对股市行情分析等形式获得关注和收入。但是平台是否要成为他们直接开展金融业务的平台，还需要非常审慎的考虑。不论是国际还是国内，C2C的金融服务在法律规定上、实际运营上，都存在着非常大的风险，因此，平台还是要对这类内容进行监管。以平台身份提供金融服务的另一端也应该是有正规资质的相关企业，以保障大量零工经济用户的权益。

政府制定完善法律，给予零工明确定义和定位，完善灵活就业人员参与社会保险制度。不论全职还是兼职的零工从业者，在一些行业里有较大的劳动风险，如滴滴司机、外卖骑手、家政服务人员等。在我国现行的《社会保险法》中，自由职业者、个体户可以缴纳社保，包括失业、医疗和养老保险，但工伤保险只能由工作单位缴纳。对于零工经济这种灵活就业形式，一个劳动者也可以在多个平台就职，因此暂时还不支持个人缴纳工伤保险。针对这种新问题，首先需要重新通过法律定义和定位平台劳动者、独立承包商和平台的关系，^①扩大社会福利保障的覆盖范围。

【国际经验：2019年欧盟为在平台工作的工人规定了最低权利】2019年4月，欧盟各国部长达成协议，针对比如 uber 或者 deliveroo 这类平台上的工人，规定了他们享有的最低权利、获得报酬的权利、最低工资和工作时间的规定。这一规定覆盖了短期工人、按需工人、接单工人这类为平台服务的零工经济工人，规定了他们的身份，为他们提供保障。^②

对平台在用工上单方面的强势地位加以约束和监督。要求相关用工平台明示工资收入标准和劳动保障范围，并对工资标准和工资价格歧视行为进行监督。由于平台网络效应的存在，大部分行业平台都处于用工市场上的强势地位，但平台上的消费者和零工的力量分散，导致其议价能力（Bargaining power）较弱。此

https://www.ndrc.gov.cn/xxgk/zcfb/tz/202007/t20200715_1233793.html

^① 赛思·D.哈瑞斯, & 汪雨蕙. 美国“零工经济”中的从业者、保障和福利. 环球法律评论. 2018. 216(04), 9-39.

^②

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20190410IPR37562/meps-approve-boost-to-workers-rights-in-the-gig-economy>

外，一些行业平台下面还有承包商，如家政行业、装修行业、内容创造领域的MCN公司等，劳动者的议价能力进一步被削弱。部分平台还可以通过大数据派单等措施对劳动者实施差异对待政策，而且平台在收益分成的比例确定上占支配地位。对于此类问题，国家行政机关应作为第三方对此类问题提出明确要求并进行监管。

给予劳动者相应的技能认证、资质认证，增强劳动者参与零工经济的积极性。政府可以适当调整现有的个人职业发展相关规定（职称评定），保护零工的相关权益。例如，2017年9月7日，重庆发布《重庆市特殊人才职称评定办法》，规定社会组织中确有真才实学、能力和业绩突出、业内和社会认可的人员，均可申报特殊人才职称评定。2020年4月26日，北京市人力资源和社会保障局发布消息称，着力推进职业资格制度改革，将职业资格从“鉴定”转为“认定”，制定出台了《关于全面推进职业技能等级认定工作的通知》，计划到2020年底前，技能人员水平评价类职业资格鉴定将全部转为职业技能等级认定。近年来，杭州在全国率先开展人才分类认定工作，把企业评价、社会评价等市场元素纳入高层次人才分类评价标准。余杭区蛋糕烘焙师陈继亨和获得世界技能大赛美发项目金牌的拱墅区职业高级中学教师石丹被认定为杭州高层次C类人才，特别是90后快递小哥李庆恒被认定为杭州高层次D类人才，引发广泛关注。^①

8.4.4 充分利用零工经济发展成果

联合国在《2019年数字经济报告》中提出，致力于缩小数字鸿沟和发展差距，共享数字经济成果。^②零工经济平台本身能够带来大量的数据信息资源，其中最主要的是劳动者和就业市场信息。政府如果能够充分与零工经济平台开展合作，可以更好地共同应对零工经济模式带来的新的社会治理挑战。

零工经济本身也是一种社会价值的创造，他们创造了新的灵活就业模式，提升了劳动者供求端匹配的效率。但另一方面，零工经济所带来的发展成果不仅止于此，通过充分发挥零工经济平台的作用，可以带动全社会广泛的价值创造和福利提升。

^① 杭州快递小哥被认定为高层次人才背后 人才“蓄水池”这样打造：

https://hznews.hangzhou.com.cn/chengshi/content/2020-07/15/content_7774539.htm

^② 联合国《二〇一九年数字经济报告》呼吁——让更多人共享数字经济发展成果，人民网。

<http://world.people.com.cn/n1/2019/0909/c1002-31342768.html>

增强信息协作，把脉社会经济新动向。零工从业者由于收入的不稳定不确定性，以及工作方式的灵活性，使他们不同于固定签约雇佣的传统劳动关系，给社会治理带来了新的难度和挑战。通过平台对这类工作者进行管理和关注，能够有效地化解潜在的社会风险和矛盾，了解国家就业形势并及时进行政策调整。

利用“上云用数赋智”行动的契机，与平台企业合作，构建国家级就业信息匹配系统。平台的本质在于匹配，中央和地方政府与平台合作，在大数据、云计算的技术支持下，构建具有最大网络效应的就业平台能够在最短的时间内依据企业的用工需求、劳动者的个人特质，最快和最准确匹配到人。从而进一步带动社会就业，保证零工从业者的收入相对稳定。

鼓励平台企业社会责任的履行，有关部门协调打通相关产业链和行业生态，切实带动困难群众脱贫致富，切实促进区域产业升级。如抖音、淘宝直播等平台积极履行社会责任，使得偏远地区的农产品有了销路，文旅资源得到开发；滴滴、58到家、猪八戒等服务平台，使得困难群众更有可能找到得以营生的工作。平台的工作只是涉及到了“销售”环节，而其背后的支持性环节，如生产、物流运输、管理，以及生产设备的购置（如汽车），相关运营知识的普及（如民宿经营），则涉及到全产业链乃至产业生态的问题。有关部门可以通过协调相关物流、金融贷款服务、职业技能培训等企业，给予平台上的零工经济参与者配合和支持，实现共同致富。很多地方通过在抖音等内容平台进行宣传，地方文旅产业实现了新的增长，例如，不少地方通过举办“抖音挑战赛”等形式，让更多人了解到当地的传统文化、自然风光，打造了多个“抖音网红城市”拉动了相关服务业发展，对当地产业升级带来积极作用。

【案例：山货上头条】字节跳动整合各平台优质创作者和流量资源，帮助国家级贫困县特色物产打造品牌，对山里的农产品提供主动推广，为国家级贫困县推广了数十万件农产品。^①

^① 字节跳动官网：<https://bytedance.com/zh/corporate#part-1>

研究团队

顾问

薛澜

清华大学文科资深教授、苏世民书院院长。担任清华大学公共管理学院智库研究中心顾问、清华大学全球可持续发展研究院院长、清华大学中国科技政策研究中心主任、国家战略咨询与综合评估特邀委员会委员、经济合作与发展组织(OECD)科学、技术和创新顾问委员会委员、联合国可持续发展网络(SDSN)领导委员会联合主席等。获得中国科学学与科技政策领域杰出贡献奖、复旦管理学杰出贡献奖。薛澜入选“2014年中国智库建设十大代表人物”、“改革开放40年智库建设40人”、“中国改革开放海归40年40人”。

陈志锋

北京字节跳动科技有限公司副总裁，中国人民大学MPA，分管中国公共事务和企业社会责任相关工作。

首席专家

戎珂

清华大学社会科学学院党委副书记，经济所副所长，长聘副教授，博导，获剑桥大学博士学位和清华大学学士学位。曾任英国伯恩茅斯大学和埃克塞特大学博导和高级讲师。

研究方向为商业/创新生态系统，平台经济和共享经济。

袁祥

北京字节跳动公共政策研究院执行院长，北京师范大学新闻传播学院兼职教授、中国人民大学新闻学院业界硕士导师。担任北京字节跳动公共政策研究院执行院长以来，统筹策划、组织撰写、修改审定多个专题研究报告、舆情分析报告等，出产一批有关产业、行业、企业发展的政策建议。

课题组团队成员

周迪

清华大学社会科学学院经济学研究所博士研究生。

研究方向为商业/创新生态系统，平台经济和共享经济。

郝飞

清华大学社会科学学院经济学研究所博士研究生。

研究方向为商业/创新生态系统，平台经济和共享经济。

李谭卉一

清华大学社会科学学院经济学研究所博士研究生。

研究方向为商业/创新生态系统，平台经济和共享经济。

康正瑶

清华大学社会科学学院经济学研究所博士研究生。

研究方向为商业/创新生态系统，平台经济和共享经济。

李鑫

北京字节跳动公共政策研究院研究员，中国人民大学硕士。

主要研究方向为互联网数据产品、大数据分析。

邱道隆

北京字节跳动公共政策研究院研究员，北京大学-康奈尔大学联合培养博士。

主要研究方向为互联网公共政策。

区贻丰

清华大学社会科学学院经济学研究所硕士研究生。

研究方向为商业/创新生态系统，平台经济和共享经济。

董雪峰

清华大学社会科学学院经济学研究所硕士研究生。

研究方向为商业/创新生态系统，平台经济和共享经济。

杨帅帅

清华大学社会科学学院经济学研究所硕士研究生。

研究方向为商业/创新生态系统，平台经济和共享经济。

鸣谢

本报告于2020年11月由清华大学社会科学学院经济学研究所和北京字节跳动公共政策研究院联合发布，感谢清华大学全球可持续发展研究院新经济发展分中心提供资助。

在本课题研究中，北京字节跳动相关部门的张辅评、王强、王萌（公共事务）、李恬、赵蕾、王剑、田野、陈未临、郑汉星、王率丁、刘亚非、段弘霖、王萌（抖音）、张雨晴、李玲、张文侨、王一提供了有力支持，一并表示感谢。