

内部资料，供领导参阅

CRPE 咨询要报

2017 年第 1 期

浙江大学民营经济研究中心主办

2017 年 4 月 15 日

提升官员可信度，服务创业和经济发展

叶 兵

P2P 分享网络中参与者行为的分析

豆江利

教育部人文社会科学重点研究基地

国家哲学社会科学创新基地

国家“211 工程”、“985 工程”项目承担机构

编者话

在今天的中国，加大招商引资硬件基础设施建设，当然还是招商引资的重要功课。但人们更应该清楚，在“大众创新，万众创业”的时代，各级政府官员的公仆意识、服务意识和其在民众心目中的可信度，对于促进民众自发内生的创业、创新精神，其作用更是不言自明。

近年，随着 P2P 共享网络平台的发展，促进了社会的信息共享，并极大地支持了全社会的创业和创新。但 P2P 网络共享平台参与者的搭便车存在性，每一个共享网络平台都有面对，是加强监管以杜绝共享网络平台搭便车？还是允许共享网络搭便车的存在性？这事关 P2P 网络共享平台的经济社会效应，也直接影响着我们社会的众创空间发展。

本期要报刊发叶兵的《提升官员可信度，服务创业和经济发展》和豆江利的《P2P 分享网络中参与者行为的分析》两篇文章：叶兵的文章和大家分享官员公仆意识和服务意识，促进社会创业、经济发展的观点；豆江利的文章提醒我们，P2P 分享网络平台允许存在一定的搭便车参与者，其实是有助于社会创业发展和福利改进的。

提升官员可信度，服务创业和经济发展¹

叶兵 浙江大学民营经济研究中心

具有活力的中小规模的创业型公司的繁荣发展与每个地区的经济增长高度相关。李克强总理亦在 2015 年的政府工作报告中提到经济发展的“双引擎”，一个是增加公共产品和服务供给，另一个就是“大众创业、万众创新”。为了促进创业，地方政府各显神通，想法设法吸引和鼓励创业。然而，现有的大多数理论和政策研究都忽视了“软环境”和社会资本的重要作用。运用中国家庭追踪调查数据库，可以从社会资本视角，来证明地方政府官员的可信度对创业之正面积积极的影响。

一、地方政府官员可信度不高打击民众创业积极性

经济制度对创业者的经济利益的保护力度越强、对创业者的创业阻力越小，就会有越多的潜在的创业者进行创业。正式制度的保护力度与创业阻力的大小，在很大程度上不取决于已有的纸上条文，而是取决于制度的执行者，我们的地方政府官员和各级公务员。因此，民

¹ 该报告是基于笔者的最新研究成果《地方官员可信度与民众创业动机：来自于中国的实证证据》。

众的创业动机很大程度上依赖于民众对于政府官员的主观认知。

依据具有全国代表性的中国家庭追踪调查数据，我们发现地方政府官员可信度显著偏低（信任度只有 4.72 分，最高分为 10 分）。地方官员可信度对民众创业的作用是抑制的：即统计意义上来讲，对地方政府官员越信任的民众其创业动机越低。地方官员可信度对女性以及农村地区居民创业没有显著影响。地方官员可信度对男性和城市地区居民创业动机有显著的抑制作用。

二、经济制度优劣对地方官员可信度的影响

为什么地方官员可信度对民众的创业行为作用体现为抑制作用，而不是促进作用？这是一个令人震惊并发人深省的问题。在已有的文献中，很多学者指出在制度不很完善的情况下，腐败与政商关系可以起到润滑剂的作用从而促进企业的发展和规模的扩大。这个论点也得到了很多实证研究的支持。是不是由于各个地区的经济制度执行质量不完美从而导致了我们看到的抑制作用呢？

笔者将经济制度质量指标（包括各省总体市场化程度、政府与市场关系、非国有经济发展程度、产品市场的发育程度、要素市场的发育程度、以及市场中介组织的发育和法律制度环境等六个方面）引入到前面的框架中去，分析发现地方经济制度质量与地方官员可信度对

民众创业动机的影响是互补的。在经济制度质量相对比较高的地区（江浙沪地区，北京福建广东三省次之），地方政府官员可信度对民众创业动机有促进作用。虽然在经济制度最好的地区地方官员可信度对民众创业起到积极的促进作用，然而该促进作用相对来说还比较微弱，还有很大的提高空间。

三、影响民众对官员信任的因数分析

什么因素影响了民众对地方官员的信任度？通过要素分析法，发现男性对政府官员的信任度显著低于女性，城市居民信任度显著低于农村居民。同时发现，家里小孩数量越多对地方政府官员可信度越高。然后，这些民众的社会经济特征的影响远远低于其与政府官员接触的不愉快经历的影响。

民众与地方政府官员接触过程中的各种不愉快的经验显著影响其对地方政府官员的可信度。这些不愉快的经验包括与干部发生过冲突、受到政府干部不公正对待、以及到政府办事时遭遇不合理收费、不合理拖延、推诿。如若遭遇如上经历，将显著降低 1-1.5 分的信任度（信任度最高为 10 分）。

四、增强公仆意识，提升地方官员可信度

基于上面的分析，我们可以得出经济发展“双引擎”中的第一个要素对第二个要素是有促进作用的。我们一方面要继续加强“硬”环境建设，包括进一步完善市场经济制度，理清政府与市场的关系，保障和保护非国有经济的发展，完善产品市场和要素市场的发展，建立健全市场中介组织和法律制度环境。通过完善经济制度建设，可以放大地方政府干部可信度对民众创业动机的正面激励效果。

另一方面也不能忽视“软”环境的重要作用，进一步提高社会资本存量，增强公仆意识，加强政府官员队伍建设。通过干部队伍建设，提高地方政府干部可信度，从而促进民众创业和提高创业活力。

P2P 分享网络中参与者行为的分析

豆江利 浙江大学民营经济研究中心

内容提要: 本文在双边市场的框架下分析对 P2P 分享网络中用户行为的监管。P2P 网络平台主要是通过广告收入进行融资, 因此消除搭便车问题, 吸引更多的用户便成为 P2P 平台融资的重要前提。通过比较几种可用于减少搭便车问题的策略, 我们得出, 奖励分享比惩罚搭便车可以得到更优的结果: 网络中有更多的参与者, 更多的分享者和更高的消费者福利。若生产厂商在线销售商品与 P2P 网络竞争, 则厂商的价格和竞争策略与文件本身的价值和上传的相对收益有关。若文件的价值或上传的相对收益不大时, 厂商会设置较低的价格与 P2P 网络竞争用户。经济体中一定存在一些用户从 P2P 网络下载文件, 厂商无法覆盖整个市场。

搭便车问题在 P2P 网络中普遍存在。因为 P2P 网络的经济来源主要是广告收入, 为保证广告收入, 必须需要有足够多的参与者, 这是 P2P 网络存在大量搭便车的直接原因。从 P2P 网络管理和收益考虑, 需要激励用户贡献文件, 减少搭便车现象, 从而吸引更多的“忠诚”用户。网络平台用于激励用户贡献资源的最常用的两种激励方案是软方案和硬方案。软方案涉及服务质量和用户特权。硬方案主要建立在

金钱基础上，包括代币兑换和微观支付。最早涉及 P2P 网络中金钱基础上激励机制的研究是 Golle et al (2001)，他们提出包括分享在内的微观支付机制。Aderet al(2004)是另一篇关于研究金钱机制的研究。Ranganathan et al(2003, 2004)是最早利用博弈论的分析方法研究 P2P 网络中用户特权和服务质量。Antoniadis et al(2005)分析 P2P 网络的公共物品特性，他们发现 P2P 网络中均衡的分享水平低于社会最优的水平，并且提出了减少搭便车问题的激励机制。

P2P 网络中的下载速度取决于在网络中下载资源的用户数量和提供资源的用户数量，即取决于分享者和搭便车者的人数。如果网络中有更多的分享者，则可供下载的种子数量增多，故每一个用户在单位时间内可下载到的资源增多。如果网络中搭便车者的人数增加，则有更多的用户需要在网络中下载资源，故每个用户在单位时间内的下载量减少。由此可知，分享者对网络中用户存在正外部性，而搭便车者对网络中用户存在负外部性。假设网络中存在一个隐形的市场以供用户分享文件，则 P2P 网络具有双边市场的性质。

从 P2P 网络下载资源是一种获得文件的途径，用户的另一个选择就是从厂商购买文件。例如可以在苹果公司的官方网站购买苹果音乐。此时，需要考虑厂商与 P2P 网络平台之间的竞争。由分析得出，当消费文件所获得的效用与上传的相对收益较大时，在线厂商设置较高的价格，从而仅销售给对时间不耐烦程度高而不在 P2P 网络下载资源的用户；当消费文件所获得的效用水平或上传的相对收益较低时，厂商会设置较低的价格，而吸引 P2P 网络中一些不耐烦程度较高的搭

便车者。

P2P 分享网络现状

P2P 分享网络中存在一个隐形的平台连接在线的计算机用户，使得用户相互接触以传播文件和数据。在 P2P 网络中平台仅作为用户传播文件的媒介，不向用户收取价格，这和传统的双边市场中平台的设定有所区别。在 P2P 分享网络中存在两种类型的计算机用户，一种用户每人拥有一个原始文件，我们把这类用户定义为文件所有者，文件所有者可以决定是否把自己的文件在 P2P 平台中与别人分享。另外一部分的用户没有原始文件，他们只能从 P2P 平台中下载自己所需要的文件。每一个用户从网络中下载文件时可以决定是否在下载的同时亦上传文件至网络系统供其他用户下载。

用户在 P2P 分享网络中所获得的效用与下面的一些因素有关：消费所下载的文件所获得的效用；用户上传或分享文件对 P2P 网络做贡献可获得一定量的个人满足感，这里可以解释为利他性效用或者炫耀性所获得的满足；完成下载文件所需的时间；下载或上传文件所需的成本，如需要一定量的网络带宽；用户个人的时间偏好或者耐心的程度。通过计算可得，完成一个文件下载所需的时间与分享者的人数成反比，而与搭便车者的人数成正比。故分享者的人数对分享者和搭便车者都具有正外部性，而搭便车者的人数对分享者和搭便车者都具有负外部性，P2P 分享网络具有双边市场的性质。

为了保持现实和理论上的合理性，我们需要下面的假设：

(1) 假设下载一个文件带给用户的效用大于下载所需的成本。故如果不存在搭便车问题，所有的用户都会在 P2P 网络中下载文件；

(2) 上传文件的成本大于做贡献所带给用户的利他性的满足感。故并非所有 P2P 网络中的用户都会分享文件，经济体中一定存在一些搭便车者。

联合以上的假设，我们可以得到系统中参与者的人数仅与利他性的效用和上传成本有关，而与下载成本和消费文件所获得的效用无关。分享者的人数与下载成本和利他性效用成正比，与上传成本和消费文件的效用成反比。

消除平台中用户搭便车问题的策略

P2P 文件共享平台最初的目的是为了更方便用户传播文件。如果网络中的用户在完成文件下载以后继续上传自己下载的文件，则 P2P 网络系统可以有效地运行。如果所有的用户仅从网络中下载文件而不分享，则网络就会因缺乏种子而无法运行。从双边市场的角度分析，因为分享者对网络中的用户存在正外部性，而搭便车者对网络中的用户存在负外部性。从有效性的方面考虑，我们应增加具有正外部性的分享者，而减少具有负外部性的搭便车者。故必须采取相应的措施减少搭便车问题而保证网络有效运行。

现实中的 P2P 网络主要通过广告收入来进行融资，大部分广告收费是按照点击人数收费，假设每次点击的广告费用为 A ，一个 P2P 网络中用户点击广告的概率为 x ，则平台的广告收入为 $xA * \text{参与者人数}$ 。故

平台的利润最大化问题等同于最大化网络中的参与者人数。故从经济利润融资的角度考虑，P2P 网络必须减少搭便车问题而吸引更多的用户。

用以克服搭便车问题而采取的策略主要集中在对搭便车者惩罚或者对分享者奖励。主要有以下两种方式的激励策略：第一种激励用户提供资源的方式是给予分享者一定的奖励，用以激励用户分享文件。奖励可以是金钱的或非金钱的，非金钱方面的奖励主要是给予分享者一定的下载优先权。即分享者拥有较低的下载成本，而搭便车者则需承担比原来更高的下载成本。第二种激励用户提供资源的方法是强制上传。可以是强制上传种子或者强制上传自己所下载文件的一部分。

如果对分享者给予一定的奖励，则分享者拥有更低的下载成本，而搭便车者必须承担更高的下载成本。则此时我们有更多的分享者，更多的参与者，故单个计算机用户的下载时间缩短。

若用户必须上传文件才可以从网络中下载资源，例如一些论坛，必须注册或上传文件获得积分才可以从论坛中下载文件。网络中只有一部分的用户拥有原始文件，故此时网络中资源的数目等于经济体中参与者的人数。其他没有原始文件的用户无法再系统中下载资源。

若用户想要在网络中下载文件，就必须上传所下载文件的一部分，我们假设最小上传比例为 a 。假设分享者上传所下载的所有文件，而搭便车者仅上传比例 a 。此时网络中有更多的种子可供下载，但同时不耐烦程度较高的搭便车者将从网络中退出。此时，由于网络中有

更多的资源可供下载，搭便车者也需上传 a 比例的资源，故他们可以得到一部分的利他性的效用，但是同时需要承担一些上传的成本。此种情况下，我们有，当上传比例 a 的值比较小时，网络中的参与者人数增多，分享者的人数增多。

由以上三种激励策略可以看出，若强制参与者上传文件才可以在系统中下载资源，则网络中只有拥有原始文件的用户才可以相互之间分享文件，没有原始文件的一部分人被排除在 P2P 网络分享平台之外，故系统中参与者的人数较少。

若文件本身的效用相比于分享文件所得的利他性效用较大时，强制上传比例不能达到激励用户分享文件的目的，而奖励分享可以得到更优的结果。当文件本身的效用相比于分享文件所获得的利他性效用不大时，上传文件可以的利他性效用较大，故强制上传比例可以得到更优的结果。

若我们考虑不同机制下的网络中的消费者福利，通过比较，我们可得：同等情况下，奖励分享比惩罚搭便车可以得到更多的参与者，更多的分享者，和更高的消费者福利。

厂商与 P2P 网络相互竞争

如果生产数字化产品的厂商在网络上有自己的营销，则 P2P 网络需要与在线厂商进行竞争。比如苹果公司的官网上就有苹果音乐。我们假设一旦消费者支付价格向在线厂商购买商品，音乐就可以马上下载，故向厂商购买产品时没有下载成本。

对时间的不耐烦程度高的用户将会首先离开 P2P 网络而从厂商购买商品。如果厂商设置的价格足够低，只有那些不耐烦程度特别低的用户会在网络中。而不耐心程度低的用户会作为分享者，故这种情况下，网络中可能全是分享者。所有的搭便车者离开网络而从厂商购买商品，故分享者的效用得以提高。若文件的效用和上传的相对收益较大，则厂商设置一个较高的价格，从而只有对时间不耐烦程度高而不从 P2P 网络下载的用户会购买商品。若文件的效用或上传的相对收益不大，则厂商设置一个较低的价格，厂商和 P2P 网络需要相互竞争以吸引用户。但一定存在一些用户在网络中分享文件，在线厂商不能覆盖整个市场。

结论

P2P 网络中的用户相互连接用以传播文件。如果我们假设网络中存在一个隐形的市场以使用户之间传播文件，P2P 网络实际上具有双边市场得性质。P2P 网络 and 传统双边市场的主要区别是 P2P 网络中的平台不向用户收取价格，亦不从用户获得利润。由此可以得出，均衡的分享者个数随着相对收益的增加而增加，但随着上传成本的增加而减少。

P2P 网络虽不从用户获得利润，但必须通过吸引消费者而吸引广告商，从而获得广告利润。而广告利润与用户人数正相关，故 P2P 网络必须采取一些措施消除搭便车问题，从而增加网络中参与者人数。通过比较用以较少搭便车问题的不同激励机制，可以发现，若对分享

者提供奖励，则均衡时网络中存在更多的分享者和更多的参与者，且用户的总福利增加。若用户必须上传文件才可以在网络中下载，则网络中的分享者减少，用户的总福利也降低。若用户被强制上传下载文件的一部分，若强制上传的比例不大，则可以得到一个更优的结果，具有更多的分享者和更好的福利。

若生产产品的厂商在线出售商品，用户可以选择从厂商购买或从 P2P 网络下载商品，故厂商与 P2P 网络相互竞争以吸引用户。若文件本身带给用户的效用和上传的相对收益较高，则厂商设置高价格，从而仅销售给对时间不耐烦程度高而不从 P2P 网络下载文件的用户。若文件的效用或上传的相对收益不高，则厂商设置较低的价格从而吸引一些 P2P 网络中时间不耐烦程度较高的用户。

毫无疑问，无论何种情况，一定会存在一些用户选择从 P2P 网络中下载资源，即使厂商免费提供商品，也不可能覆盖整个市场。这就是现实的在线网络平台状况，即一定存在一些用户在全球 P2P 网络中相互传播文件。且奖励 P2P 平台参与者分享文件，比惩罚搭便车者，具有更好的促进平台发展效应，平台可以产生更好的经济效应和更优的社会福利效应。

CRPE 中心简介

浙江大学民营经济研究中心（英文名：Center for Research of Private Economy, Zhejiang University；简称：CRPE）是在国家教育部的关心和支持下，由浙江大学批准建立的我国高校首家以民营经济问题为研究重点的学术与政策研究机构。CRPE 于 2001 年开始筹建，2002 年 9 月 28 日正式成立。

CRPE 的宗旨是“扎根实践沃土，营造学术高峰”，以民营经济发达的浙江案例为研究起点，把学术视角扩展到全国范围的民营经济现象；致力于用现代经济学的规范方法和分析工具，剖析民营企业的成长规律和经营方略；致力于组织民营经济研究领域的国内外学术交流，提升中国民营经济问题的理论与实务研究水平；致力于发展与民营企业及政府部门的密切联系，通过对中国民营经济前沿性问题的高质量研究，为公众、企业界和政府部门提供最优质的研究成果和决策分析服务。

CRPE 自成立以来，通过机制创新整合国内外一流的研究团队，开展了活跃的学术调查、交流及研究活动，形成了一系列高水准的研究成果和学术品牌，承担了国家“十五”“211 工程”项目“民营经济与制度创新”和国家“985 工程”二期项目“中国民营经济研究”，并于 2004 年成为国家教育部人文社会科学重点研究基地和国家哲学社会科学创新基地。

CRPE 正日益成为中国第一流的民营经济研究和咨询机构。

CRPE 咨询要报

浙江大学民营经济研究中心（CRPE）自 2002 年成立以来，一直致力于中国经济社会发展的前沿性问题研究，为政府、企业和社会提供高质量的研究报告和决策咨询服务。CRPE 立足浙江，以浙江区域经济制度变迁和民营经济实践的实践作为研究、收获的沃土；依托浙江大学经济、管理、法学和农业经济及社会科学研究团队，潜心于中国转型经济的改革理论研究和应用对策研究。经过三年时间的发展，CRPE 已经跻身中国一流研究和咨询机构。

目前，中心建设有维护周到、信息量丰富、具有实质内容的工作网站，同时定期编辑印发 CRPE 简报，记载中心大事，介绍中心成果，观察社会热点，评点社会时事。而在这些工作的基础上编印一份 CRPE 的政策咨询报告，及时将中心重大课题的研究成果以政策建议或咨询报告的形式反映出来，报送中央有关部门和抄送省、市有关部门，提供给领导参阅，这是 CRPE 自成立始就致力开展的工作。

现在已经进入“十三·五”时期，我们的国家进入了一个新的发展阶段，在这个新的历史阶段我们的经济社会发展与变化会更加迅猛，当然各种新的矛盾和问题也会交织着经济社会的发展而不断显现，对这些矛盾和问题加以关注和研究，提出针对性的政策建议，CRPE 责无旁贷。CRPE 编印一份政策咨询报告，既及时反映中心的重大研究成果；也可以为中心的研究人员，包括其他关心中国经济社会发展、改革的各界人士，提供一个发表观点的平台和上传政策建议的渠道。

从 2006 年起我们即开始不定期地编印《CRPE 咨询要报》，每期围绕一个主题，编发 1~2 篇文章，紧扣经济社会生活中的热点问题和深层次问题，加以观察和分析，发表能够引起领导和决策部门重视并可能被其采纳的意见和建议。CRPE 竭诚希望那些关心浙江经济发展和中国经济社会转型与发展的学者、官员和各界有识之士拨冗赐稿《CRPE 咨询要报》。**来稿请用 CRPE 电子信箱，并注明投 CRPE 咨询要报。**

地址：杭州市浙大路 38 号浙江大学经济学院 4 楼

邮政编码：310027

电子信箱：crpe@zju.edu.cn

电话：(086) 571 87952835

传真：(086) 571 87952835

主编：金祥荣

网址：<http://www.crpe.zju.edu.cn>