

知识技能型共享经济双边参与影响因素研究

李梅芳, 阮 迪, 齐海花

摘 要: 发展知识技能型共享经济是高效运用智力资本的重要途径, 鉴于当前知识技能提供方与使用方参与积极性不高的现状, 基于 SECI 及其衍生模型的基本理论与框架, 以知识技能贡献与获取的双边参与为视角, 建立了大众参与知识技能型共享经济网络平台的软、硬环境影响因素模型并进行实证研究, 结果表明: (1) 无论对于提供者还是使用者而言, 共享意愿显著影响共享行为; (2) 用户对平台的认知以及对平台所提供的信息、氛围等的感知所构成的平台软环境对提供者的贡献意愿有显著的正向影响, 但对其贡献行为无显著影响; (3) 用户对平台的认知以及对平台所提供的信息、氛围等的感知所构成的平台软环境未对使用者的获取意愿和获取行为产生显著的影响; (4) 无论是提供者还是使用者, 平台的操作界面、功能、行为规范以及相关专业人士数量等构成的平台硬环境都未能对其共享意愿和共享行为产生显著影响。最后, 根据实证结果提供了建议, 以期为提高大众参与共享文化的积极性、实现知识技能型共享平台的持续健康发展提供对策。

关键词: 共享经济; 知识技能共享; 双边参与; 影响因素

中图分类号: F062.1 **文献标识码:** A **文章编号:** 1671-0169(2020)06-0105-16

DOI:10.16493/j.cnki.42-1627/c.2020.06.010

一、引 言

随着信息技术和互联网技术的快速发展, 一种新的经济业态——共享经济随之蓬勃兴起。共享经济 (Sharing Economy, 亦称“分享经济”) 以“使用而不占有”、“不使用即浪费”为核心理念, 已渗透于人们的衣、食、住、行等各个方面。移动通信技术的不断进步与在线产品共享平台的发展, 为消费者之间的产品共享提供了前所未有的便利^[1]。共享经济所衍生出的各类信息、服务平台, 大大地降低了交易成本, 使大量潜在的资源共享成为现实的经济活动^[2], 社会资源的利用效率大幅度提升, 拉动了出行、住宿、餐饮等行业的增长。在 2018 年《政府工作报告》提出“发展平台经济、共享经济”基础之上, 2019 年的《政府工作报告》中更进一步指出要把“促进平台经济、共享经济健康成长”作为政府新一年的方向目标。

在众多共享经济模式中, 一种非实体化的共享经济模式——“知识技能型共享经济”应运而生, 使共享标的物实现了由实体物品等“硬件”向知识技能这类“软件”的扩展, 基于互联网的知识共享模式打破了传统知识共享模式所受的时间和空间束缚, 大幅度提升了知识技能共享的效率^[3], 知识的非稀缺性和非消耗性特征更好地体现在人们日常生活工作中。知识技能型共享经济可大致分为知识型共享经济与技能型共享经济。知识型共享经济以科普性、休闲性知识为主要共享标

基金项目: 国家社会科学基金项目“知识技能型共享经济双边参与行为研究”(19BGL041)

作者简介: 李梅芳, 管理学博士, 福州大学经济与管理学院副教授、博士生导师, poplimeif@126.com (福建 福州 350116); 阮迪, 福州大学经济与管理学院研究生

的物,具有共享周期较短、用户交互速度快的特征;技能型共享经济以专业性技能服务为共享标的物,与知识型共享经济相比具有更强的需求针对性,共享周期较长。目前,现有知识技能型共享网络平台可大致分为以下三类:(1)科普性知识共享平台,如知乎、百度知道、Yahoo! Answer等,以用户交换信息、分享经验为主要形式;(2)休闲性知识共享平台,如快手、喜马拉雅、今日头条等,主要以满足用户娱乐、社交需求为目的;(3)专业性技能共享平台,如猪八戒网、得到、春雨医生、丁香园、Vipkid、InnoCentive等,在该类平台上发生的往往是伴随资金交易的众包或定制化服务。据国家信息中心发布的《中国共享经济发展年度报告(2019)》显示,从发展速度来看,2018年知识技能领域的发展速度仅次于生产能力、共享办公领域,市场交易规模较2017年增长了70.3%;知识技能领域的融资规模更是高达464亿元,位居各类共享经济领域榜首。在新时代“努力推进建设知识型、技能型、创新型劳动大军”的国家安排部署背景下,研究知识技能型共享经济平台颇具现实意义。

随着共享经济的深度发展,知识技能型共享经济平台层出不穷,所涉及专业领域日愈拓宽,已成为互联网用户分享专业信息与知识技能的重要渠道。但目前,由于普通大众与平台用户对平台所缺乏的信任、平台自身规范管理不佳等原因^[4],用户的黏度与平台的活跃度均较弱。一方面,平台仍面临着用户不贡献、“逆向选择”(俗称“刷分”)^[5]和“搭便车”等传统知识生产体系所面临的困难,知识贡献数量与质量的萎缩可能会使潜在用户对在线平台的有用性产生质疑,长期将导致平台陷入发展瓶颈^[6];另一方面,知识技能型共享经济平台出现功能趋于同质化、发展规模与规范程度良莠不齐等一系列问题,使得大众对平台的信任和信赖不强。这些均可能导致相关平台运营的失败,一定程度上阻碍了知识技能型共享经济的发展。如何吸引大众自觉有序地持续参与到知识技能型共享经济中,是当下各类知识技能型共享平台设计者、运营者和监管者所关注的焦点。因此,研究大众在参与知识技能型共享经济的知识共享行为,探求影响其参与共享的显著因素,对于增强平台的用户黏度、促进不同专业领域知识技能的传播以及实现平台的持续健康发展具有重要意义。

本文正是基于以上所述现状提出的研究议题,尝试围绕“如何推动网络平台上自发有序的大众知识技能共享活动”这一核心问题,从硬环境和软环境两个维度出发,构建知识技能型共享平台用户共享行为的影响因素框架,通过对468份有效问卷的数据分析进行相应的实证检验,以期对知识技能型共享经济及其平台的管理与发展提供理论依据和建议。

二、相关文献与理论假设

(一) 相关概念与研究框架

共享经济的起源最早可以追溯到1978年Felson等提出的“合作消费”概念,即个体或群体在参与联合活动中与他人共同消费经济物品或服务的行为^[7]。在我国,党和政府首次从国家战略的层面提出“发展分享经济”是在2015年,受益于互联网技术的发展,互联网已成为共享经济的重要载体。郑联盛^[8]认为,共享经济是基于技术手段提升闲置资源利用效率的新范式;刘根荣^[9]认为共享经济就是以互联网技术为支撑,以网络平台为基础,以信任为纽带,以所有者生活不受影响为前提,所形成的个人闲置物品或资源使用权共享的开放性交换系统。基于知识技能的共享经济则是共享经济细分下的一个新兴领域,无论是在商业界还是学术界,均鲜有研究对知识技能型共享经济作出明确、统一的定义。李晓方^[5]认为知识共享是一种开源生产,它作为一种新型的知识生产方式,在实践领域的影响越来越突出。《中国共享经济发展报告(2016)》对知识技能共享作出了以下定义:把个人或机构分散、盈余的知识技能等智力资源在互联网平台上集中起来,通过免费或付费的形式分享给特定个人或者机构,最大限度利用全社会的智力资源,以更高的效率、更低的成本满足

生产及生活服务需求。因此,本文认为,知识技能型共享经济就是依托互联网技术在不同主体之间实现知识与技能等智力资源扩散、融合与再创造的过程。

纵览现有知识共享的相关研究,从研究主题来看,一部分研究关注工作情境下的知识共享,以探求提高组织学习氛围、创新绩效的途径;一些研究关注商业消费情境下的知识共享,从商业化利用的角度探求消费者在社交网络知识共享的研究^[10];还有一部分研究关注的是社交网络用户在日常生活情境中的知识共享,主要从用户参与知识共享的“前因”、“行为发生”、“结果”三个知识共享环节中的动机或影响因素出发,但关于前置影响因素的实证研究趋于同质化^[11]。从研究的外界因素来看,主要外界因素包括激励、认同、环境等;目前大多研究聚焦于对虚拟社区、众包以及社会化问答社区作为研究对象展开相应研究,但普遍缺乏对以语音、视频等为载体的共享平台相关研究,表明学术界对知识技能型共享经济这一细分领域的研究尚不全面。因此,本文将“知识技能共享”作为研究主题,以尝试弥补现有研究的局限与不足。

Nonaka 等^[12]所提出的知识转化模型 SECI 自问世以来为解决企业、政府等组织中知识管理的实际问题带来了一定的成效^[13]。根据 SECI 模型,群体知识可以通过显性知识和隐性知识的交互而创造,社会化(Socialization)、外化(Externalization)、汇总组合(Combination)和内化(Internalization)即为知识创造转化的四种交互模式。然而在实际模型应用过程中,SECI 模型未考虑动态因素、主观因素、开放因素等弊端也逐渐显现^[14],因此衍生出了知识创造 SIO-IE 模型、企业知识 SECI-Clouds 管理模型、IDE-SECI 模型、BAS-C-SEC 模型等改进模型。但上述模型仍仅适用于组织内知识管理过程。面对互联网时代网络情境下的知识创造、共享与整合,许多学者进行了有益的创造性尝试。Lopez-Nicolas 等^[15]的研究表明,信息通信技术(ICT)可以影响 SECI 模型中所确定的所有知识创造过程。员巧云等^[16]基于社会网络和集体智慧理论,创造性地提出了 Web 2.0 环境下的网络知识创新螺旋转化模型(SE-IE-CI 模型),考虑了网络实践情境下的组织知识创新。张连峰等^[17]基于用户对主题的贡献与获取,将虚拟社区用户行为划分为信息资源贡献与信息资源索取,并融合社区用户之间的不断交流与创新的隐性和显性知识,构建了融合主题模型和 SECI 模型的虚拟学术社区知识聚合模型。

在知识技能型共享平台中,平台用户之间不断交流、互动、讨论、分享经验,并通过发布文章、标注、评论、收藏、点赞等形式,将头脑中的经验、体会、见解等隐性知识表达成显性知识,平台管理者在此基础上对孤立的知识信息进行归纳、总结以形成知识体系,结合相关技术为用户精准匹配、推荐其所需知识内容,用户将对所见与所闻进行学习、吸收、消化,转化为个人的知识和能力并纳入个人知识体系,这便是一个知识技能信息的交互与创造过程。因此,考虑到目前知识共享双边行为的研究只占少数,而将知识贡献与知识搜索同时纳入虚拟社区研究以考察社区中的双向使用行为又是十分必要的^[18],本研究借鉴了 SECI 模型及其衍生模型的基本研究思路,认为在知识技能型共享平台中同样存在着知识创造转化的过程,将知识技能共享行为分为知识技能贡献行为和知识技能获取行为,知识技能型共享平台用户分为知识技能提供者与知识技能使用者(以下分别简称为提供者与使用者)。同时,根据平台因素的客观性和主观性特征,本文将平台所构成的“生态环境”划分为平台硬环境与平台软环境。综上所述,本文将结合现实情况与学术界的研究缺口,分别研究知识技能共享中的提供者与使用者双边参与行为的平台环境影响因素。

(二) 研究假设

1. 共享意愿与共享行为。Fishbein 等^[19]提出的理性行为理论认为,行为意向是决定行为的直接因素。而 Ajzen^[20]在理性行为理论的基础之上所提出的计划行为理论认为在个人能力、机会以及资源等实际控制条件充分的情况下,行为意愿也将直接决定行为。该理论表明,个体的意愿受行为态度、主体规范的影响,个人及社会因素则通过影响行为态度和主体规范来间接影响行为意愿和行

为。Bock 等^[21]认为知识共享意愿决定了知识共享行为。虚拟网络情境下的知识技能共享是指通过文字、语音或视频等信息载体实现知识、技能、信息等无形资源的交换或贡献。知识贡献和知识获取是知识共享中的两种不同行为，本文将知识技能共享意愿分为贡献意愿和获取意愿，将知识技能共享行为分为贡献行为和获取行为，认为环境因素必须通过贡献意愿和获取意愿来分别影响贡献行为和获取行为，进而建立如下假设：

H1a：知识贡献意愿对知识技能型共享经济平台用户的贡献行为具有正向影响。

H1b：知识获取意愿对知识技能型共享经济平台用户的获取行为具有正向影响。

2. 平台环境因素与知识技能共享。社会心理学家 Bandura^[22]的社会认知理论被广泛应用于验证不同情境下的个体行为。该理论认为，个体认知、个体行为以及环境因素是动态交互影响的，即三者构成了一种“三元交互”的模型（如图 1 所示）。

在知识技能型共享经济网络中，平台企业不再是服务或产品的主要提供者，而是用户间信息交互活动的支撑者，构成一种生态环境或生态网络^[23]，以提升参与者创新能力并满足其异质性需求，支撑和促进用户价值共创活动。根据对现有相关文献的梳理，我们发现已有平

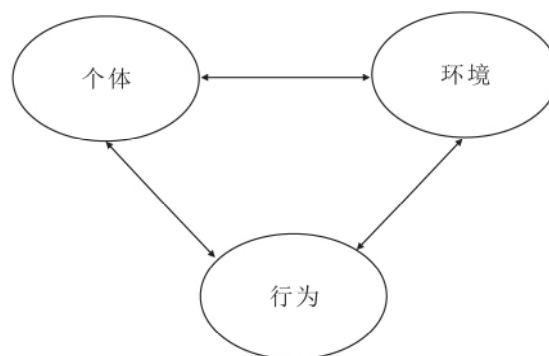


图 1 基于社会认知理论的“三元交互模型”

台环境因素相关研究主要关注客观环境，对个体主观形成的认知缺乏考量。在网络平台中，系统质量、服务质量、信息质量和管理质量等客观因素可以概括为平台硬环境，而用户对事物产生的观点与感受或用户交互过程所形成的关系氛围等主观因素可以概括为平台软环境。硬环境因素对于显性知识的转移具有重要影响，而隐性知识的转移则更多取决于软环境因素的影响^[24]。在虚拟环境下的知识技能共享蕴含着隐性知识与显性知识的转换过程。

基于上述分析，本文将从平台的硬环境和软环境两个因素来探讨影响用户参与知识技能共享的因素。

对于知识技能型共享经济平台而言，可以从以下三个方面概括平台的硬环境：平台的操作界面友好性、功能完备性，知识技能共享行为规范性以及相关专业人士的数量。

(1) 操作界面是否对用户表现友好性，以及浏览、检索、提问、咨询、相关推荐等功能是否具有完备性与多样性，可以归结为平台的系统质量，它取决于设计与技术，体现为平台的运行稳定性、访问速度快、导航的有效性、页面设计是否实用美观等。卢新元等^[25]的研究显示，网站的导航性、快速的反应与交易处理能力以及设计的人性化等系统质量因素对用户满意度有正向影响，并间接影响了用户的参与意愿^[26]。

(2) 平台上知识技能共享行为的规范性体现为平台的服务质量与管理质量。提升平台的服务质量要求平台对共享活动建立一系列管控与反馈机制^[26]，包括纠正对举报有误、不实或违规内容的渠道，对用户信息的安全保护措施，还有科学合理的激励方式^[5]、奖惩与评价体制。张晓娟等^[27]指出虚拟平台通过设计合理的社区监管策略，对符合规范的行为进行褒奖和引导，对负面的行为进行惩戒，一方面有助于规范社区成员之间的交往和互动模式，另一方面会使得用户对自身角色有更清晰的认知，促进共享行为的形成。

(3) 平台中相关领域的专业人士数量会在很大程度上影响用户对平台信息质量的感知，是评判平台是否具有权威性的重要指标。现如今，网络社区中信息质量参差不齐，真假参半，若非专业人

士用户采纳了不当的信息, 在不同专业平台上可能会对个体甚至群体产生不同程度的危害。杨冠淳等^[28]肯定了社区虚拟领袖的作用, 认为对引导社区内容、形成社区氛围、提高参与活跃程度等都起着重要的影响。平台通过对专业人士进行正式或非正式的身份标识, 不仅能够低成本、高效率激发用户的共享行为^[5], 还能够树立平台专业性形象, 吸引更多志同道合的专业人士参与知识技能贡献, 发挥群体智慧, 同时也能提升用户认同感, 促进知识技能需求方获取意愿和获取行为的形成。综上所述, 本文提出以下假设:

H2a: 平台硬环境对知识技能型共享经济平台用户的贡献意愿具有正向影响。

H3a: 平台硬环境对知识技能型共享经济平台用户的贡献行为具有正向影响。

H2b: 平台硬环境对知识技能型共享经济平台用户的获取意愿具有正向影响。

H3b: 平台硬环境对知识技能型共享经济平台用户的获取行为具有正向影响。

而软环境是一种“精神环境”, 如思想观念、文化氛围、对待事物的态度等。本文将知识技能型共享经济网络平台用户所处软环境阐述为以下四个方面:

(1) 用户对平台的知识技能信息的质量或实用性感知。“我所贡献的知识技能信息是否满足平台及需求者的质量标准”, “我所浏览的知识技能信息是否对我有用”, 这种基于个体的主观判断会影响平台用户的潜在共享行为。用户感知使用该平台能带来的绩效越高, 就越有可能产生贡献自身知识与其他用户沟通的意愿。

(2) 平台知名度或声誉。虚拟社区通过广告、宣传来推广自身形象、获取关注, 尤其是在虚拟社区组建的初期, 这是促进社区未来发展的有效措施。Campo 等^[26]认为, 平台通过展示已有成就不仅有助于提升平台声誉, 同时还能加深用户对平台的价值认知。良好的平台知名度能够提高用户对平台的忠诚度, 增强平台自身的竞争力, 吸引更多的知识技能拥有者或知识技能渴求者加入到平台的互动中。

(3) 平台社区互动氛围。张晓娟等^[27]认为, 平台通过努力为用户和社区参与者们创造和谐、友善的社区氛围, 对参与者之间信任感的强调、社区感的构建最终会让用户之间建立持久互惠的双边关系, 从而有助于强化用户参与知识贡献和信息分享的动机, 有助于社区价值的创造。信任是以互动为基础而形成的, 浓郁的信任氛围可以降低用户之间的交易成本, 使得用户间知识交流时无需克服过多障碍, 加深用户对平台的感知有用性、感知易用性; 反之则可能严重影响平台用户的信息交互质量。此外, 频繁、活跃、热情的互动活动不仅能够使参与者“嵌入”各种社区网络关系中, 提升其与他人的亲密程度, 模糊其对知识资源的私有感, 强化其知识贡献意愿^[29], 还能够营造“众智、众筹、众帮”的氛围, 助力大量用户的“抱团取暖”^[23]。

(4) 用户个人以往形成的体验。Chen 等^[6]均认为当社交知识社区中的信息提供者接收到积极的反馈或支持时, 将会促进其未来的贡献意愿与行为, 且当反馈来自同行时, 这种促进作用将更明显。Osei-Frimpong 等^[30]发现在在线医疗社区中, 病人以往的健康信息搜索行为会提升其对社区的信任度以及参与度。我们认为, 用于在以往参与中获得的良好体验感, 将使用户对平台相关功能产生积极的态度, 形成良好的形象, 增加用户对平台的依赖, 提升平台的活跃氛围。综上所述, 本文提出以下假设:

H4a: 平台软环境对知识技能型共享经济平台用户的贡献意愿具有正向影响。

H5a: 平台软环境对知识技能型共享经济平台用户的贡献行为具有正向影响。

H4b: 平台软环境对知识技能型共享经济平台用户的获取意愿具有正向影响。

H5b: 平台软环境对知识技能型共享经济平台用户的获取行为具有正向影响。

本文的研究概念模型如图 2 所示。

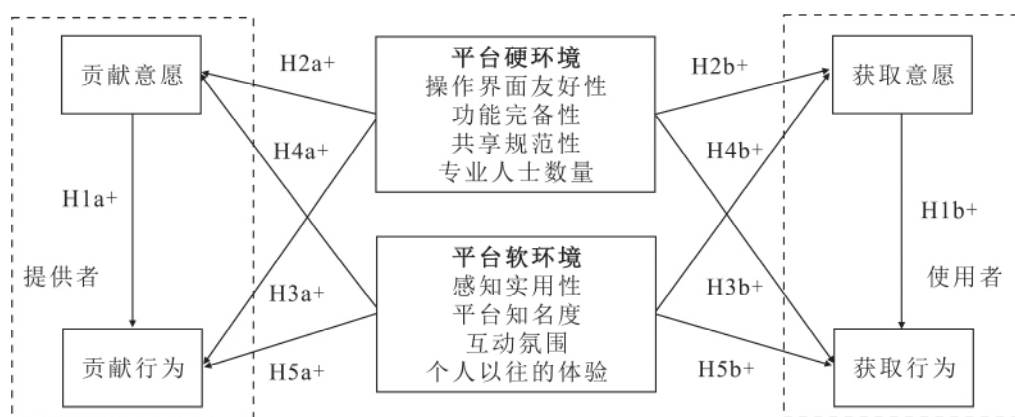


图2 本研究的概念模型图

三、研究设计与数据分析

（一）问卷设计

为对提出的研究假设进行定量检验，设计了知识技能型共享经济平台用户知识共享行为影响因素的调查问卷。问卷总共包括两个部分，第一部分涵盖人口学统计特征、对知识技能型共享经济平台的了解情况及使用习惯；第二部分为知识技能共享的影响因素、意愿及行为的测量，根据作答者的不同使用习惯，分为提供者卷、使用者卷和综合卷三个分问卷，分别适用于不同选择的作答者。所有量表均采用 Likert-5 点设计，“1”表示“完全不同意”，“5”表示“完全同意”，相应的变量及测量因子如表 1 所示。

表1 相关测量变量及问项

潜在变量	问项及因子	参考来源
平台硬环境	操作界面友好性：该知识技能型共享网络平台的操作界面的友好性会影响我是否使用该平台进行知识技能等信息的共享（HE1、HE5） 共享行为规范性：该知识技能型共享网络平台上知识技能共享行为规范性会影响我是否使用该平台进行知识技能等信息的共享（HE2、HE6） 功能完备性：该知识技能型共享网络平台的完备性会影响我是否使用该平台进行知识技能等信息的共享（HE3、HE7） 相关专业人士数量：该知识技能型共享网络平台上与我的知识技能相关领域的专业人士的数量多少会影响我是否使用该平台进行知识技能等信息的共享（HE4、HE8）	Chen 等 ^[31] ； 访谈
平台软环境	用户感知信息实用性：该知识技能型共享网络平台上知识技能共享信息的质量或信息的实用性会影响我是否使用该平台进行知识技能等信息的共享（SE1、SE5） 平台知名度：该知识技能型共享网络平台的知名度会影响我是否使用该平台进行知识技能等信息的共享（SE2、SE6） 互动氛围：该知识技能型共享网络平台上用户参与共享的互动氛围会影响我是否使用该平台进行知识技能等信息的共享（SE3、SE7） 个人以往的经验：以往的在该知识技能型共享网络平台搜寻知识技能的体验会影响我是否使用该平台进行知识技能等信息的共享（SE4、SE8）	Davis ^[32] ； 访谈

续表 1

潜在变量	问项及因子	参考来源
共享意愿 贡献意愿	我愿意在网络平台中共享我的知识技能 (CW1)	Pi 等 ^[33] ;
	我经常在网络平台中共享我的知识技能 (CW2)	耿瑞利等 ^[34] ;
	我喜欢在网络平台中共享我的知识技能 (CW3)	访谈
	我愿意共享我的知识技能来回答平台中其他用户提出的问题 (CW4)	
获取意愿	我愿意通过共享网络平台来获取别人的知识技能信息 (AW1)	Bock 等 ^[21] ;
	相比向现实中的人寻求帮助我更喜欢自己动手在网上获取知识技能信息 (AW2)	Pi 等 ^[33] ;
	即使需要付费我也愿意在网上获取知识技能信息 (AW3)	访谈
	遇到困难时我会想要在网络上提出问题寻求帮助 (AW4)	
共享行为 贡献行为	我会主动将自己的知识技能共享给他人 (CB1)	Ajzen 等 ^[35] ;
	我会常常共享自己的知识技能给他人 (CB2)	访谈
	我会主动回答别人在平台中提出的问题 (CB3)	
	我会主动转发我认为有价值的信息给其他用户 (CB4)	
获取行为	我经常在网络上获取别人共享的知识技能信息 (AB1)	Gefen 等 ^[36] ;
	我会主动在网络上搜寻别人共享的知识技能信息 (AB2)	访谈
	我经常在网络平台提出问题等待别人帮我解决 (AB3)	
	我会主动收藏下载我认为有价值的别人共享的知识技能信息 (AB4)	

注: HE1、HE2、HE3、HE4、SE1、SE2、SE3、SE4、CW1、CW2、CW3、CW4、AW1、AW2、AW3、AW4 为提供者卷的变量; HE5、HE6、HE7、HE8、SE5、SE6、SE7、SE8、CB1、CB2、CB3、CB4、AB1、AB2、AB3、AB4 为使用者卷的变量。

(二) 数据收集

本研究以知识技能型共享网络平台的用户为调查对象。问卷数据收集的途径有: (1) 在猪八戒网、知乎社区、新浪爱问、经管之家论坛上在线发放有偿作答问卷; (2) 在知乎 QQ 交流群、知乎微信交流群、百度问答 QQ 交流群、腾讯课堂 QQ 交流群等群内发布有偿作答问卷; (3) 邀请身边参与过知识技能共享的朋友们进行有偿填写。

问卷的发放与回收历时约 4 个月, 共发放问卷 685 份, 剔除了第七题选择“从来没有使用过”选项以及存在答案完全重复或有遗漏作答情况的无效问卷后, 最终回收有效问卷 609 份。基于本文的研究主题, 为了以更加清晰的视角区分用户双边参与的差异, 未将综合卷 (共 141 份样本) 纳入数据分析, 而是抽取了问卷中的提供者卷和使用者卷 (共 468 份样本), 进行后续的数据分析与模型检验。问卷调查样本的描述性特征统计 (如表 2 所示)、知识技能型共享经济网络平台用户了解情况 (如图 3 所示) 与用户类型 (如表 3 所示)。从平台用户的了解情况来看, 用户所了解的知识技能型共享平台涵盖了具有一定代表性的科普性知识社区、休闲性虚拟社区以及专业虚拟社区。

(三) 信度分析

本文借助 SPSS 21.0 对样本数据进行信度分析, 选择 Cronbach's α 系数作为信度的衡量指标。各观测变量信度检验结果如表 4 所示。每个变量和整体量表的 Cronbach's α 系数均在 0.7 以上, 有些甚至在 0.9 以上, 参照 Cronbach's α 系数与样本数据可靠性程度对照表, 表明本文设计的问卷可信度高, 能够较为稳定地反映样本情况。同时, 利用 AMOS 21.0 计算了每组潜在变量的组合信度值 (CR), 在计算过程中我们发现观测变量 HE5 对潜在变量的路径不显著, 遂将其删除。修改后的每组潜在变量的 CR 值均大于 0.7, 符合须大于 0.6 的标准。可见, 本文所构建的模型具有较高的信度。

表 2 样本的描述性特征统计

变量		样本	比例（%）	变量		样本	比例（%）
性别	男	237	50.64	职业类型	教育咨询类从业人员	43	9.19
	女	231	49.36		经济管理类从业人员	56	11.97
年龄	18 岁以下	9	1.92	餐饮业从业人员	32	6.84	
	19~27 岁	281	60.04	信息传输、计算机服务和软件类	16	3.42	
	28~35 岁	120	25.64	从业人员			
	36~45 岁	38	8.12	医疗业从业人员	15	3.21	
	45 岁以上	20	4.27	土木建筑类从业人员	29	6.20	
学历	高中及以下	46	9.83	制造业	17	3.63	
	大专或本科	235	50.21	电力、燃气及水的生产和供应业	14	2.99	
	硕士研究生	162	34.62	交通运输、物流和邮政业	17	3.63	
	博士研究生	25	5.34	农林牧渔业	26	5.56	
性格	内向	179	38.25	在校本科生	109	23.29	
	外向	155	33.12	在校硕博生	80	17.09	
	有时内向有时外向	134	28.63	上述之外的其他	14	2.99	

表 3 样本的知识技能型共享经济网络平台用户类型

使用情况	样本	比例 (%)
大部分时间作为知识技能信息使用者身份使用（使用者用户）	298	48.93
大部分时间作为知识技能信息提供者身份使用（提供者用户）	170	27.91
作为知识技能提供者和使用者的时间差不多（既是使用者也是提供者）	141	23.15

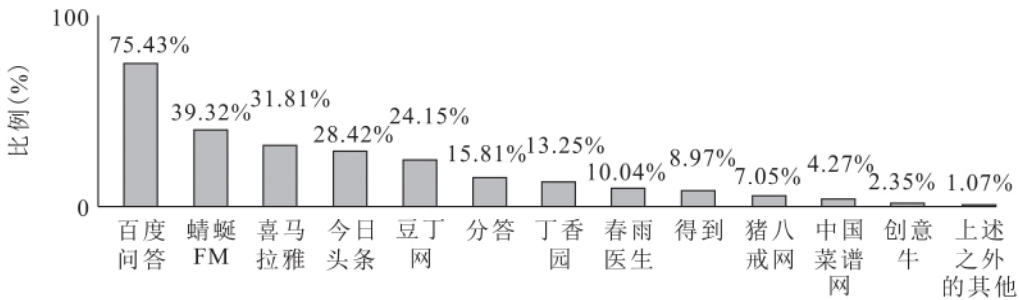


图 3 样本的知识技能型共享经济网络平台用户了解情况

表 4 观测变量的信效度检验

用户角色	观测变量名称	题项数	Cronbach's α 值	整体的 Cronbach's α 值	CR	AVE	KMO	Bartlett	累计方差贡献率 (%)
提供者	平台硬环境	4	0.912	0.857	0.914	0.729	0.859	0.000	75.859
	平台软环境	4	0.829		0.831	0.553			
	贡献意愿	4	0.875		0.877	0.641			
	贡献行为	4	0.926		0.926	0.759			
使用者	平台硬环境	3	0.700	0.835	0.713	0.462	0.859	0.000	66.313
	平台软环境	4	0.804		0.809	0.519			
	获取意愿	4	0.871		0.872	0.631			
	获取行为	4	0.926		0.927	0.762			

(四) 效度分析

1. 探索性因子分析。本研究运用探索性因子分析对量表的结构效度进行检验, 结果如表 4 所示。从表 4 中可知, 各变量的 KMO 值均大于 0.6, 且对应的 Bartlett 球度检验相伴概率值都为 0.000, 表明各变量均适合做因子分析。采取主成分法和最大方差旋转法进行探索式因子分析, 得各变量的累计方差贡献率, 均大于 60%, 说明各变量的维度划分较为合理, 量表的结构效度较好。此外, 各潜在变量的平均方差抽取量 (AVE) 多在 0.5 的理想值以上, 个别值略低于 0.5, 但仍在可接受范围内, 表明本文所设计模型的区别效度较好。综上所述, 本文所构建的模型具有较好的效度。

2. 验证性因子分析。本文运用 AMOS 21.0 分别构建了提供者与使用者的初始结构方程模型, 并对模型进行验证性因子分析 (CFA)。我们采用 χ^2/df (卡方自由度比值)、RMSEA (渐进均方各平方根)、GFI (适配度指数)、AGFI (调整后适配度指数)、CFI (比较适配指数)、NFI (规范适配指数) 来评价各潜在变量以及整体模型拟合效果。

根据初始拟合优度, 我们再分别对每个潜在变量进行了验证性因子分析, 根据分析结果在提供者模型中剔除了潜在变量 SE1 和 CB4, 在使用者模型中剔除了潜在变量 AW4。各评价指标的标准、修正前的初始拟合结果以及修正后的最终拟合结果如表 5 所示, 最终结构方程模型如图 4、图 5 所示。

表 5 修正前后模型的拟合优度

指标	χ^2/df	RMSEA	GFI	AGFI	指标	χ^2/df	RMSEA	GFI	AGFI
评价标准	<3	<0.08	>0.9	>0.9	评价标准	<3	<0.08	>0.9	>0.9
提供者模型 修改前测量值	1.475	0.053	0.901	0.862	使用者模型 修改前测量值	2.420	0.069	0.918	0.882
理想	理想	理想	理想	接近理想	理想	理想	理想	理想	接近理想
修改后测量值	1.193	0.034	0.935	0.903	修改后测量值	2.179	0.063	0.933	0.901
理想	理想	理想	理想	理想	理想	理想	理想	理想	理想

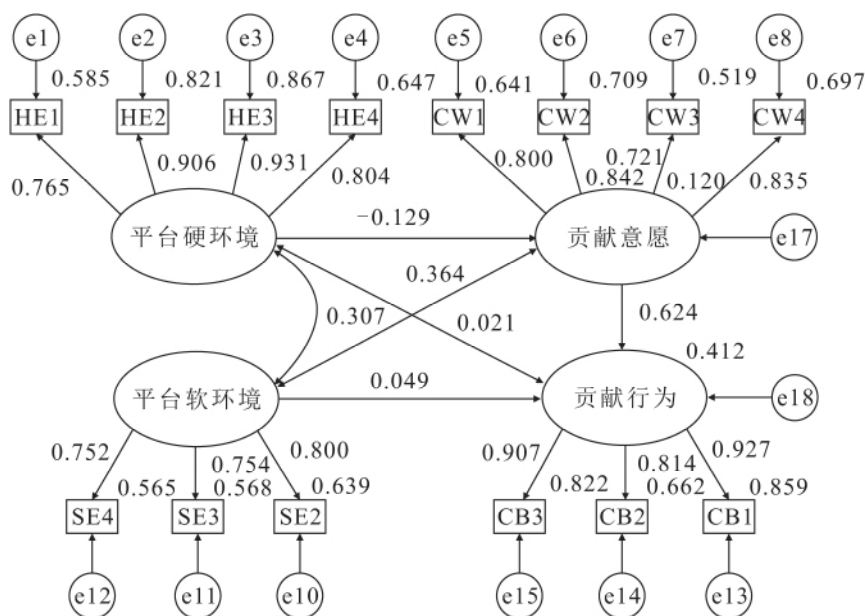


图 4 修改后的提供者结构方程模型

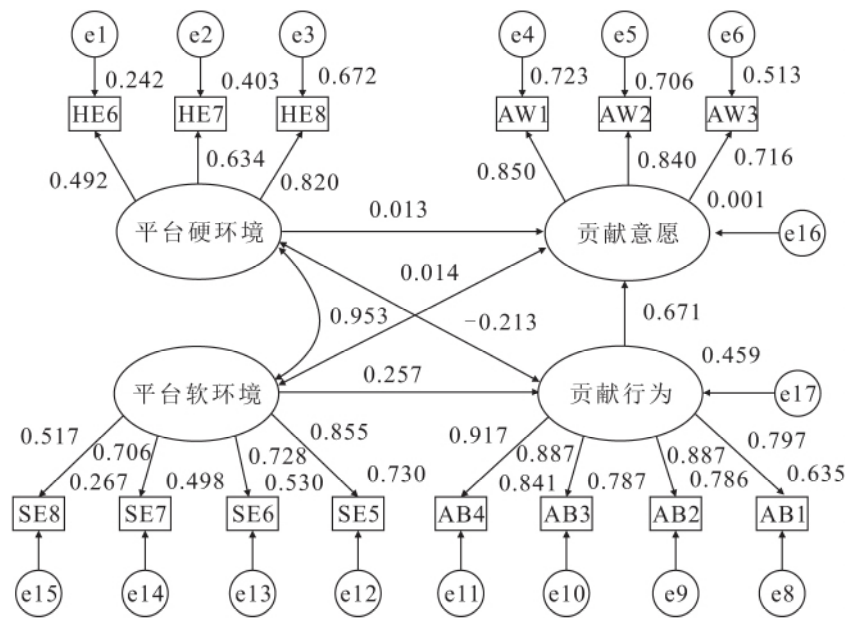


图 5 修改后的使用者结构方程模型

四、实证结果分析

（一）路径系数估计与假设检验

根据路径系数估计与检验结果（如表 6 所示），我们可以得知提供者的“贡献意愿”对“贡献行为”的路径系数为 0.624，C. R. 值为 7.317，对应 P 值小于 0.001，因此该路径检验通过；“平台软环境”对“贡献意愿”的路径系数为 0.364，C. R. 值为 3.714，对应 P 值小于 0.001，该路径检验通过；使用者的“获取意愿”对“获取行为”的路径系数为 0.671，C. R. 值为 10.273，对应 P 值小于 0.001，该路径也通过检验。

表 6 路径系数估计与检验结果表

用户角色	假设	路径	标准化的路径系数估计值	S. E.	C. R.	P	检验结果
提供者	H1a	贡献意愿→贡献行为	0.624	0.127	7.317	***	支持
	H2a	平台硬环境→贡献意愿	-0.129	0.058	-1.479	0.139	不支持
	H3a	平台硬环境→贡献行为	0.021	0.072	0.284	0.776	不支持
	H4a	平台软环境→贡献意愿	0.364	0.084	3.714	***	支持
	H5a	平台软环境→贡献行为	0.049	0.107	0.582	0.560	不支持
使用者	H1b	获取意愿→获取行为	0.671	0.093	10.273	***	支持
	H2b	平台硬环境→获取意愿	0.013	0.690	0.024	0.980	不支持
	H3b	平台硬环境→获取行为	-0.213	0.793	-0.499	0.618	不支持
	H4b	平台软环境→获取意愿	0.014	0.365	0.027	0.979	不支持
	H5b	平台软环境→获取行为	0.257	0.419	0.606	0.545	不支持

注：***表示 $P<0.001$ 。

此外，我们的结果表明：“平台硬环境”对“贡献意愿”与“贡献行为”的路径、“平台软环境”对“贡献行为”的路径、“平台硬环境”对“获取意愿”与“获取行为”的路径、“平台软环

境”对“获取意愿”与“获取行为”的路径均未通过检验, 作用不明显。

(二) 部分假设未获支持的原因分析

1. 微观角度。通过对部分题项得分加权平均后发现(如表7所示), 无论是知识贡献还是知识获取, 对受调者而言, 大部分因素的影响程度介于中等稍偏上的水平, 具体表现为得分均值在3~4之间; 较提供者而言, 使用者受环境因素影响的程度更大, 具体表现为在相同内容的题项中, 使用者卷的样本均值均高于提供者卷的样本均值。

表7 部分题项得分均值

题项		得分均值(提供者卷)	得分均值(使用者卷)
平台硬环境	操作界面友好性	3.306	3.862
	共享行为规范性	3.388	3.936
	功能完备性	3.412	3.930
	相关专业人士数量	3.524	3.879
平台软环境	用户感知信息实用性	3.453	3.862
	平台知名度	3.506	3.846
	互动氛围	3.459	4.020
	个人以往的体验	3.435	3.718

从微观的个体层面来看, 试图从以下几个角度去解释硬环境对提供者的贡献意愿和贡献行为的影响不显著的原因:

(1) 描述性统计角度。我们发现, 尽管样本性别、年龄、性格、教育程度的数量分布较平均但仍然存在不可避免的差异。在“提供者卷”样本中, 男性占66.47%, 超出33.53%的女性占比; 年龄多分布在28~35岁(44.71%); 性格以内向型为主(55.88%)。而在“使用者卷”样本中, 女性占比(58.39%)略多于男性占比(41.61%); 样本群体以19~27岁的年轻人为主; 外向型与内向型的使用者数量相当, 但43.29%的受调使用者属于有时内向有时外向的中立状态; 受调使用者以大专或本科学历为主(53.69%)。目前, 已有相当多的学者聚焦于组织或团队的视角研究了个人特质对知识共享意愿和知识共享行为的影响机制, 发现成员的知识共享行为受性别、年龄、组织工龄、人生发展阶段、性格、职位、收入等个人特质因素的直接或间接影响。

首先, 性别的差异性可能是造成本次假设检验不显著的原因。已有多数研究表明, 性别在分享者持续分享意向影响机制中起显著的调节作用, 比如由于男性的感知隐私风险程度会显著高于女性, 男性出于更强的感知隐私风险程度可能会尽量减少知识信息的共享行为, 以免自身隐私信息在共享过程中无意中泄露。

其次, “提供者卷”样本中的主要年龄段为28~35岁, 年龄分布的集中可能是影响结果不显著的另一因素。Kumar等^[37]发现Y世代(泛指1980—2000年出生的人)的服务提供者与婴儿潮世代(泛指1946—1964年出生的人)的服务提供者依赖共享经济所满足的需求不同, 前者更多地从经济需求出发, 而后者更希望在分享经济中满足自身的内在需求, 需求层次的差异性导致面对相同条件时意愿和行为的差异。28~35岁的群体普遍为资历不深的新入职者, 为利用自身特有技术或能力获得竞争优势, 他们可能具有更强的知识垄断意识与共享风险意识, 表现出低程度的知识贡献意愿与行为。

此外, 外向性是影响个人态度与行为的重要因素。钱春海^[38]的研究发现, 知识传递者的高度外向性能够提高知识共享的效果。外向型的人通常会主动积极地进行人际互动, 并与他人维系良好的关系, 相较于内向型的人而言, 更具有信息共享的潜能。

(2) “马太效应”, 即强者越强, 弱者越弱的现象, 可能是造成平台硬环境对共享意愿和行为的

影响均不显著的另一原因。以科普性知识社区为例:具有一定社区声誉的用户能一呼百应,而绝大多数普通用户不仅鲜受人关注,其添加的问题即使很有意义也鲜有人问津。久而久之,有影响力的用户备受瞩目,普通用户则渐生去意。“马太效应”导致用户的参与行为陷入一种怪圈——由身份而不是内容本身来决定行为的效果。标志着用户专业性的身份标签,虽能一定程度上为平台塑造权威性的形象,但更可能使平台内部“阶级化”。知名用户或专业人士发现参与内容生产的人越来越少,知识技能交流中的共鸣感降低;普通用户则认为自己的存在感越来越弱。两极化现象带来的直接后果就是用户总体参与积极性越来越低。

(3) 用户个体的内在动机的驱动作用远大于外在因素。我们认为,真正影响用户参与知识技能共享的原因可能是用户的内在动机与需求,个人外在因素的影响作用非常小或甚至没有。赵欣等^[18]认为,随着信息技术进步与虚拟社区普及,技术障碍的影响越来越小,感知易用性、资源可获得性、技术兼容性对专业虚拟社区用户的知识搜寻或贡献已无显著影响。人类一切之行为必须合乎其目的之需要,即只有当用户存在真正的使用需求时,才会去搜寻知识技能信息,而不会仅仅因为平台具有良好的操作界面、完备的功能等条件设施就盲目地获取知识。同理,知识技能贡献者更多地是出于自我效能、声誉、社交需求、收益、利他等动机,内在动机才是促进知识寻求者向知识贡献者转化的重要因素^[39]。

2. 宏观角度。然而,从宏观的、更深层次的层面来看,我们认为目前知识技能型共享经济的发展仍处于待完善的不成熟阶段,未能形成良好的软、硬环境,造成社会大众知其好却不为的窘境。

尽管“知识共享”这一概念早在20世纪70年代就被提出,但我国的“共享经济”、“知识付费”直到近几年才被大众所熟知与使用。“知识技能型共享经济”作为“共享经济”的新兴领域,正处于培育和完善的成熟阶段。主要体现在以下几个方面:

(1) 当前知识技能型共享经济平台的管理制度还存在明显的不足,相关行为规范仍待完善。知识技能供给方所贡献知识技能信息的原创性难以保护,只要成为平台注册用户或者付足一定费用,就能够轻易地下载、复制、粘贴,若不对相关转载内容加以标识出处或注明所有权,对于知识技能供给方而言是一种智力资本的侵犯,大幅度地减少了供给方的贡献意愿。此外,虽然大众对知识技能型共享经济平台的认同感越来越大,但大部分知识技能供给者为非专业人士,不利于平台权威性形象的树立,且在各平台间未形成专业人士构成的整合协同机制,平台偏好于“独家人士”的入驻,造成专业人士在众平台分布不均,对专业人士而言则缺乏实现专业交流的直接途径,对于专业人士求知识以互进的需求而言无疑是一种阻碍,影响了平台硬环境的建设。而且,虽然政府对于实体共享经济陆续制定了相关政策以构建健康的共享环境,但对于“知识技能型共享经济”的管控仍处于“无为而治”的状态。这些都可能是造成本研究平台硬环境不显著正向影响提供者贡献意愿和行为的部分原因。

(2) 信任问题。对于需求方而言,考虑到由于缺乏相关制度保护原因而使在网络平台上搜索与使用信息存在一定的不确定性风险,知识技能信息的需求方可能更多地依赖以往的合作伙伴,对虚拟网络中的陌生人所供给的信息更多地持怀疑甚至否定的态度,而不愿意获取平台上的知识技能信息。由于知识技能的需求方与供给方可能缺乏一定的磨合期而造成的信任问题,可能是造成本研究平台软环境不显著影响使用者获取意愿和行为的部分原因。

五、结论与建议

本文从知识贡献和知识获取两个角度出发,将知识技能型共享网络平台用户分为提供者和使用

者,对影响平台用户的共享意愿和共享行为的平台环境因素进行了深入的分析,得出如下结论:(1)无论对于提供者还是使用者而言,共享意愿显著影响共享行为;(2)平台中用户对平台的认知以及对平台所提供的信息、氛围等的感知所构成的平台软环境对提供者的贡献意愿有显著的正向影响,但对其贡献行为无显著影响;(3)平台中用户对平台的认知以及对平台所提供的信息、氛围等的感知所构成的平台软环境未对使用者的获取意愿和获取行为产生显著的影响;(4)无论是提供者还是使用者,平台的操作界面、功能、行为规范以及相关专业人士数量等构成的平台硬环境都未能对其共享意愿和共享行为产生显著影响。本文对研究结果的分析与对策建议如下:

1. 大众对专业性知识技能型共享平台仍处于不了解或初步了解阶段,知识技能提供者明显少于使用者,“潜水”现象仍普遍存在。根据问卷初步统计结果,从受调查的大众对知识技能型共享平台的了解情况来看,最受大众熟知的前三个平台分别是:百度问答(97.04%)、知乎(90.80%)、百度文库(89.33%),均属于科普性知识共享平台,一方面表明目前大众仍然以科普性知识问答社区作为主要的知识技能共享渠道,对其他专业型知识技能型共享平台仍处于不了解或初步了解阶段;另一方面,知识技能提供者明显少于使用者,“潜水”现象仍普遍存在,很多用户不愿意甚至排斥去贡献知识与技能,表明当前大众对于主动参与专业型智慧共享活动、提升自我以实现个人价值追求、为社会创新尽我所能的意愿仍普遍不强烈。这也解释了为什么当前甚至是未来学术界仍将重点关注知识贡献者的行为动机以及影响其持续贡献的因素。在知识经济的时代背景下,知识技能等无形的智力资源已成为衡量个体、组织乃至国家竞争力的重要因素,利用知识技能型共享平台将分散、盈余的智力资源集中起来,能更大限度地发挥其效用。建议构建有效的大众传播和分众传播机制,在提高“知识技能共享”传播的有效性和及时性的基础上,积极倡导“人人为我、我为人人”的精神,弘扬互帮互助的社会风气。

2. 知识共享意愿是知识共享行为发生的最直接诱因,提供者的贡献意愿有助于贡献行为的发生,使用者的获取意愿有助于获取行为的发生,这与已有相关研究的结论是一致的。因此,撬动用户的共享意愿以促进共享行为的产生对平台企业而言是十分关键的。以知识型共享平台为例,目前“回答有奖”、“打赏”等物质、代金激励最为普遍,但单凭这种方式往往刺激的是处于生理需求层级的用户。他们主要以获得奖励来满足临时性、一次性需求为参与目的,对平台的依赖度不强。因此,建议在物质、代金奖励等方式的基础上,给奖励赋予“稀缺属性”以营造其稀缺感,同时给予用户展示正面标签的身份认证与“自我表达”版块,对事实进行一定程度的情感包装以加强共享吸引力,进一步刺激潜在用户的安全需求、社交需求、尊重需求,提升用户持续参与知识技能共享的意愿。

3. 知识技能贡献者对平台所树立的良好认知,以及对平台所提供的信息、氛围等的良好感知能够促进其贡献意愿的产生,或获取了来自他人对平台的良好口碑评价,以及自身以往在该平台形成的满意体验感,会增加贡献者想要分享自身拥有知识技能信息的意愿。因此,营造良好的平台软环境对于提高平台活跃度与专业性程度有着至关重要的作用。对于平台企业而言,应当努力提高平台的服务质量,做好知识技能提供者与使用者间的桥梁,合理检测而非过多干预交易过程中的各个环节,同时保障需求方与供应方的合法权益;建立有效的“关怀”机制,如象征着贡献的标识、对其完成的出色业务提供适当的提成奖励,让知识技能提供方在交易过程中对平台形成良好的印象,促使其持续贡献行为的产生。

4. 本文对未通过检验的假设所进行的原因分析,间接说明了当前知识技能型共享经济的发展仍然面临一些挑战。现如今共享经济正在由单车、房间、雨伞走向技术、知识、服务等非实体产品,面对不成熟的环境,社会大众还未能感受到良好的平台支持环境,处于知其好却无所为的“被动状态”,普遍缺乏认同感与参与度。

本文为增强平台活跃度提供如下管理启示:

1. 对于平台生态系统而言,平台不仅要致力于实现用户之间的共享,还必须与其他平台组织合作,整合平台生态圈资源,充分发挥群落竞争协同的优势,助力知识技能型共享经济的发展。在当前“大众创业,万众创新”的时代号召下,致力于推动各类创新要素的融合互动已成为促进中国经济升级的必经之路。知识技能型共享经济网络平台为平凡的创业者提供了新的创业渠道。

2. 对于平台企业自身而言,必须在不断优化平台功能设计的基础上,制定有效的管理制度,保障平台双方的资金与交流内容的双重安全;拓宽了解用户多样化使用需求的渠道、建立专业化的用户数据分析团队以实时准确把握动态化的用户需求;同时,面对新兴共享经济模式的普及,实现用户与用户、用户与平台企业的价值共创需要信任氛围的形成,因此企业应该以契合用户为导向,减少或避免对用户知识共创过程进行的干预,把资源重点投入到平台的信任氛围构建与提升中去。

3. 对于政府与相关管理部门而言,必须大力推进全社会信用评价体系建设,加大失信成本,强化惩罚机制,以辅助平台建立更加互信的社区氛围;积极营造宽松的发展氛围,适度加强市场监管与引导,为企业间“智慧集成”创造有利的条件,同时提高社会大众参与“双创”的热情,促使多样化的智力资源实现更多的思想碰撞,从而加速社会的发展与进步;必须充分了解市场,完善相关的法律法规,出台相关实施细则以应对互联网时代下平台内容与资源的版权保护,以覆盖部分共享经济商业模式的“灰色地带”。

六、研究展望

本文考察了知识技能型共享平台用户个体内在之外的外部环境(即硬环境与软环境)影响因素,为相关研究提供了一种全新的研究视角。本研究仍存在以下不足,有待后续研究进一步完善:在平台选择上,未进一步区分知识共享平台和技能共享平台;未考虑跨文化因素对用户双边参与行为的影响,即在不同的文化视域下用户搜索或贡献知识技能可能存在差异等。考虑到知识共享和技能共享的差异所可能带来的影响,将两者予以区分再做对比分析,进而探讨知识共享和技能共享的影响因素是否有所不同,是未来可进行的研究方向之一。此外,鉴于当前关于个人特质与知识共享的影响机制的研究多以组织和团队为研究视角,还未有以知识技能型共享经济网络平台为主题的相关研究出现,从社交网络用户的性别、年龄、性格、职业、学历等特质,以及他们对隐私的感知是否会对知识共享行为产生影响还未得到足够的研究证实,因此未来可以探讨人口统计学、心理学等角度下的知识技能共享。

参考文献

- [1] Jiang, B. J., L. Tian. Collaborative consumption: Strategic and economic implications of product sharing[J]. *Management Science*, 2018(3).
- [2] 田帆. 共享经济分析框架的构建及应用研究[J]. *中国软科学*, 2018(12).
- [3] Fang, C. C., J. T. Zhang. Users' continued participation behavior in social Q&A communities: A motivation perspective[J]. *Computers in Human Behavior*, 2019, 92.
- [4] 李梅芳, 齐阳阳, 王梦婷, 等. 知识技能型共享经济平台活跃度的影响因素及其作用机理研究[J]. *研究与发展管理*, 2019(3).
- [5] 李晓方. 激励设计与知识共享——百度内容开放平台知识共享制度研究[J]. *科学学研究*, 2015(2).
- [6] Chen, L. T., A. Baird, D. Straub. Why do participants continue to contribute? Evaluation of usefulness voting and commenting motivational affordances within an online knowledge community[J]. *Decision Support Sys-*

- tems,2019,118.
- [7] Felson, M., J. L. Spaeth. Community structure and collaborative consumption: A routine activity approach [J]. *American Behavioral Scientist*, 1978(4).
- [8] 郑联盛. 共享经济:本质、机制、模式与风险[J]. 国际经济评论, 2017(6).
- [9] 刘根荣. 共享经济:传统经济模式的颠覆者[J]. 经济学家, 2017(5).
- [10] Yuan, D. H., Z. B. Lin, R. Zhuo. What drives consumer knowledge sharing in online travel communities? Personal attributes or e-service factors? [J]. *Computers in Human Behavior*, 2016, 63.
- [11] 耿瑞利, 申静. 社交网络用户知识共享研究:特征、内容与展望[J]. 图书情报知识, 2018(1).
- [12] Nonaka, I., H. Takeuchi. *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation* [M]. New York: Oxford University Press, 1995.
- [13] 赵蓉英, 刘卓著, 王君领. 知识转化模型 SECI 的再思考及改进[J]. 情报杂志, 2020(11).
- [14] 储节旺, 李章超. SECI 及其衍生模型评析[J]. 新世纪图书馆, 2017(3).
- [15] Lopez-Nicolas, C., P. Soto-Acosta. Analyzing ICT adoption and use effects on knowledge creation: An empirical investigation in SMEs [J]. *International Journal of Information Management*, 2010(6).
- [16] 员巧云, P. A. Gloor. Web2.0 环境下网络知识创新螺旋转化模型 SE-IE-CI 研究[J]. 中国图书馆学报, 2013(2).
- [17] 张连峰, 李慧, 逯云鹤. 基于虚拟学术社区的知识聚合模型构建研究[J]. 情报科学, 2019(6).
- [18] 赵欣, 张之光, 向希尧. 专业虚拟社区研究综述与 PVC 知识创造模型构建[J]. 科研管理, 2018 (11).
- [19] Fishbein, M., I. Ajzen. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research Reading* [M]. Reading: Addison-Wesley, 1975.
- [20] Ajzen, I. The theory of planned behavior [J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991(2).
- [21] Bock, G. W., R. W. Zmud, Y. G. Kim, et al. Behavioral intention formation in knowledge sharing: Examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological forces, and organizational climate [J]. *MIS Quarterly*, 2005(1).
- [22] Bandura, A. *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory* [M]. Englewood Cliffs: Prentice Hill, 1986.
- [23] 陈武, 李燕萍. 众创空间平台组织模式研究[J]. 科学学研究, 2018(4).
- [24] 于鹏, 赵景华. 基于软环境视角的跨国公司内部知识转移影响因素研究[J]. 管理评论, 2011(6).
- [25] 卢新元, 龙德志, 陈勇. 基于忠诚度的众包模式下用户参与意愿影响因素分析[J]. 管理学报, 2016(7).
- [26] Campo, S. A., V. J. Khan, K. Papangelis, et al. Community heuristics for user interface evaluation of crowdsourcing platforms [J]. *Future Generation Computer Systems — The International Journal of Escience*, 2019, 95.
- [27] 张晓娟, 周学春. 社区治理策略、用户就绪和知识贡献研究:以百度百科虚拟社区为例[J]. 管理评论, 2016(9).
- [28] 杨冠淳, 卢向华. 促进用户粘性的虚拟社区技术与管理设计创新——基于实证的研究[J]. 研究与发展管理, 2009(5).
- [29] 张永云, 张生太, 吴翠花. 嵌入还是卷入:众包个体缘何贡献知识? [J]. 科研管理, 2017 (5).
- [30] Osei-Frimpong, K., A. Wilson, F. Lemke. Patient co-creation activities in healthcare service delivery at the micro level: The influence of online access to healthcare information [J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2018, 126.
- [31] Chen, P. T., S. C. Kuo. Innovation resistance and strategic implications of enterprise social media websites in Taiwan through knowledge sharing perspective [J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2017, 118.

- [32] Davis, F. D. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology[J]. *MIS Quarterly*, 1989(3).
- [33] Pi, S. M., C. H. Chou, H. L. Liao. A study of Facebook groups members' knowledge sharing[J]. *Computers in Human Behavior*, 2013(5).
- [34] 耿瑞利, 申静. 不同文化视域下社交网络用户知识共享行为动机研究[J]. *中国图书馆学报*, 2019(1).
- [35] Ajzen, I., M. Fishbein. *Understanding Attitudes and Social Behavior*[M]. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1980.
- [36] Gefen, D., D. W. Straub. Consumer trust in B2C e-commerce and the importance of social presence: Experiments in e-products and e-services[J]. *Omega: The international journal of management science*, 2004(6).
- [37] Kumar, V., A. Lahiri, O. B. Dogan. A strategic framework for a profitable business model in the sharing economy[J]. *Industrial Marketing Management*, 2018, 69.
- [38] 钱春海. 团队内知识分享行为影响因素的结构性研究[J]. *南开管理评论*, 2010(5).
- [39] Yan, Y., R. M. Davison. Exploring behavioral transfer from knowledge seeking to knowledge contributing: The mediating role of intrinsic motivation[J]. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 2013(6).

Research on Influencing Factors of Bilateral Participation in Knowledge and Skill-based Sharing Economy

LI Mei-fang, RUAN Di, QI Hai-hua

Abstract: Developing knowledge and skill-based sharing economy is an important way to promote the efficient use of intellectual capital. Given the current lack of engagement in knowledge and skills sharing in platforms among providers and users, this paper establishes the soft and hard environment influencing factors model of the platform of knowledge and skill sharing economy and conducts an empirical study. Results show that: (1) For both providers and users, sharing intention significantly affects sharing behavior. (2) The soft environment of the platform, which consists of providers' cognition of the platform, perception of the information and atmosphere formed by the platform, has a significant positive impact on the contribution intention of the provider, but has no significant impact on the contribution behavior. (3) The soft environment of the platform, which consists of users' cognition of the platform, perception of the information and atmosphere formed by the platform, has no significant impact on users' intention and behavior of acquisition. (4) For both providers and users, the platform's hard environment, which consists of the platform's operating interface, functions, codes of conduct and the number of relevant professionals, failed to have a significant impact on their sharing intention and behavior. Finally, according to the empirical results, some suggestions are provided to improve the enthusiasm of the public's participation in the sharing culture and to realize the sustainable and healthy development of the knowledge-skill sharing platforms.

Key words: sharing economy; knowledge and skill-based sharing; bilateral participation; influencing factors

(责任编辑 周振新)