

Planet Marx Reading Club Meeting #7 Disintermediation

On 24th August, Planet Marx held its 7th reading club meeting at Minsheng Art Museum Beijing. We invited David Xu to lead the discussions among participants. Unlike our previous meetings in which one or several main speakers' research predominated, this time, all the participants freely expressed their thoughts and formed three groups to discuss the topic "disintermediation" by sharing their own individual experiences with electronic platforms. To start with, David hosted a brief discussion on the definition of disintermediation, and the participants actively gave out examples of mobile apps they frequently encounter in daily lives. After the introduction, each group began a detailed discussion around the app and the development of disintermediation. During the meeting, participants constantly drew inspiration from the text we provided, *The Xenofeminist Manifesto* (2018) by Laboria Cuboniks – a thoughtful description of our current living situation where technology is omnipresent, and also an appeal to further experiments in new technological platforms.

Disintermediation is the process of eliminating intermediaries. It is usually believed that intermediation results from asymmetric information between suppliers and demanders. In today's world, technology seems a direct promotional power for disintermediation. In the 1960s, successful corporations made profit from selling tangible products and services; while in the current decade, the top successful corporations are mostly from the IT industry. This transmission demonstrates a revolutionary change in business growth model. The quick augmentation in automation, on the other hand, triggers new restrictions on human beings' social behaviours. How should we react to these technological disciplines that are changing our sensorial perceptions? Our reading club members shared their diverse opinions on this issue.

For English version, please contact us through press@longmarchproject.com.

什么是脱媒体？

有关中介技术化转化的讨论



许大小：大家好，我是今天的主讲人许大小。今天我们要讨论的话题是脱媒体。“脱媒体”其实是我们自创的一个词，但是“金融脱媒”大家有听说过吗？

观众 A 过去借钱的时候存在一个中介进行对接，比如说银行就是这么一个中介，而“金融脱媒”就是取消了这个中间媒介。

许大小：其实不只金融行业存在脱媒，其他行业也存在。我们今天主要想讨论的其实就是网络化或者数据化的经济模式和文化政治之间的关系。主要关注点就在和我们日常生活关系密切的 app。

今天的文本是《异女权主义》。我们可以从宣言中摘取出一些对我们有用的片段：“我们身处于一个令人眩晕的世界。在这里，技术中介（technological mediation）无所不在，抽象、虚拟、以及复杂性交织在我们的日常生活中。”可以说是非常准确地描述了一个生活现状。这里的“技术中介”指出了我们现在不存在绝对直接

的社会关系，总是会存在技术上或组织上一定的间接性。就像今天我们组织这样一个活动，必须有投影仪、印刷这样的科技。

脱媒体本身是线性的，但中间存在各个部分。它是一个供应链关系。传统意义上的供应链是生产—批发—零售—消费这样大致四个阶段，其实实际上存在更多，比如生产阶段本身背后也存在其供应链，包括不同的原材料、零配件等。

所谓的“脱媒体”或者说“去中介化”的意思就是缩短供应链，一个比较典型的例子就是去除批发这一环节甚至批发和零售这两个环节全部去除，让生产者和消费者直接对接。请问大家可以想到一些具体的例子吗？

观众 B：其实这就是去除中介或代理商的过程。比如说大家在朋友圈可能会看到云集，云集就是 S to B to C 的模式。“S”即 Supply 供应商，客户在云集上下单，由厂家直接发货，这就去除了很多的中间代理商。

观众 C：淘宝也是生产直接到消费者的例子。淘宝提供了这样的一个平台，实现了很多的可能性。

观众 D：阿里巴巴则是这样的，以前在某一个产业的生产领域内的供应商可能存在许多大小多内部信息，作为新加入的参与者没有这样的内部消息。那么阿里巴巴则是提供了一个相对公开透明的平台，大家可以直接对接上而不需要通过别的平台或个人实现这种联系。这是在生产这一端缩短了供应链。

许大小：“去中介化”平常会被我们看作比较好的一个现象。在准备阶段我们讨论了很多关于房产中介、教育留学中介的事。有的人认为有中介更好，他们会精准推荐适合个人需求的选择，从而节省时间。但相信大家都有过不太愉快的中介经验，比如说碰上黑中介、中介服务差。所以“去中介化”其实是与信息有关的，就像刚刚提到的阿里巴巴一样，只有信息不对称的情况下才存在中介得以盈利的市场。房地产业是这样，教育也是，我们因为不清楚国外大学的情况才会委托中介。还有艺术也是。

观众 E：还有艺术也是。

许大小：是的，艺术是个很好的例子！除了极少数的一些人外，我们谁也不知道赵刚一幅画价钱是多少。这就涉及到一个很有意思的点，就是有些行业是可以去中介化的，有些则不行。比如音乐，音乐在很大程度上是去中介化了的，很多艺术家尤其是在他们职业生涯早期，他们可以直接上传音乐到网上，到后面才会需要中介。体育也是比较好的例子，比如说足球运动员为什么全都有自己的中介，哪种市场才会保留这种中

介制呢？这必须是一个很有钱的市场，或者是所有的资本都集中在金字塔最上端的市场。



60年代和现在的比较，当时和现在世界上4个最大的企业。这4个企业的最大是凭借其市值决定的。如果仅以资产计算，这些科技公司不是资产最大。市值和资产的重要区别就是市值把对未来的估价也纳入其中。

观众 D：把未来的价值植进现在，就是现在的市值能够体现在未来。

许大小：对。那么这里左边和右边大家能识别出什么样的区别呢？在产品和运营、盈利模式方面。

观众 A：我觉得左边就是实体性的，右边就是做一些比较虚的东西。左边很硬，右边很软。

观众 C：60年代和2019年一样，电话、电报、汽车、石油这些资源、硬工业，亚马逊、微软、Apple和IBM这种我感觉是一样的东西，只不过现在Apple的生产范围会更广一些。除了我们大家都在用的手机、电脑这些“硬”东西，它现在在某些领域也是“软”的。多少年过去了其实没有太大区别，都是在60年代已经有的这些科技领域的基础上发展的。

许大小：怎么看待IBM和Apple的差别？

观众 E：IBM卖的是数据，苹果卖的是信息。信息指的是比如说我们通过Apple下载他们的音乐，通过购买它的APP实际上是在进行一种有效的信息摘取。我们觉得这个

信息有用，就会花钱消费购买，这些信息在当下和今后都可能产生一些价值。它不是实体的。

许大小：这里补充一下，IBM 在 60 年代其实不是卖数据的，它在 70、80 年代才转向数据，它们是被微软、苹果打败了，他们最早做超级电脑，他们没有能够成功转向个人电脑，所以最后到现在他们主要是做顾问形式。

可以这么说，如果把 IBM 和 Apple 都理解为生产和卖产品的一些公司，这里的区别不在于 app 的产品是硬的还是软的，电话公司卖的其实也是所谓的“软”的服务，你可以打电话、发短信。这里面的主要区别就是生产和直接卖产品和服务，还是不只卖产品，同时连接买家卖家，建立一个市场，然后从市场中的交易扣手续费。Apple 就是一个很好的例子。像亚马逊和淘宝一样很明显。



Appstore

苹果涨得最快的版块是 appstore，这个运营模式是他们发明出来的，我们现在之所以有这么多 app，就是苹果发明出的一个办法来利润化他们的硬件，让手机成为软件的销售平台。虽然苹果现在主要的利润还是来自于卖手机和电脑，但 appstore 这个版块的盈利空间不可忽视。微软现在也是想转向这方面，比如通过安卓，引入 Google Pay 这样的 appstore，还有 Alphabet，当然 Alphabet 下主要是 Google。Google 他们卖的主要是广告。这里面 Google 做的才主要是信息方面，就是说他们对消费者的信息包装总结，然后卖给一些公司。

以前的增长模式可能是垄断市场直销产品，拉大生产价和销售价的差别，以买卖差价盈利。而现在例如淘宝、滴滴，其主要的模式不是自己卖产品，而是建立起一个市场平台让其他人卖产品，从中扣手续费赚钱。这就带来一个就业制上的巨大变化，以前

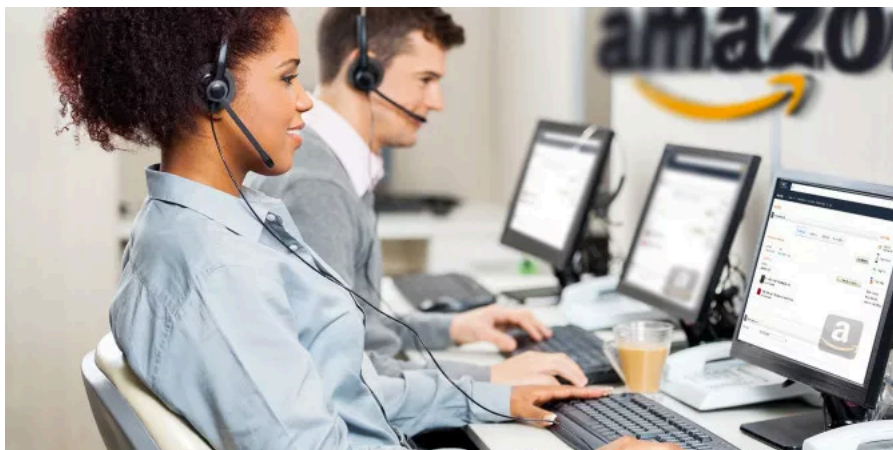
这些庞大公司的员工数量非常大，但可能以后的大公司其劳动力是外包的，或是根本不存在雇佣关系，就像滴滴司机不是滴滴的员工一样。

那我们怎么理解这些变化？这里面自动化起到了非常重要的一个作用。自动化其实是让很多东西变得效率更高。没有任何人会反对效率，效率本质上是好东西，但在这过程中引发了供应链上社会关系的改变。社会关系在自动化、算法化的过程中被科技关系取代，在这个建立平台的过程中，某种意义上也是去政治化。举个不太恰当的例子，你们有没有试过给 Facebook 客服打电话，但是他们不提供这项人工服务。

观众 B： 我有试过给亚马逊打电话。

许大小： 是什么体验？

观众 B： 你要有极其坚强的毅力才能和一个真人对话。我等了半个小时，终于联系上客服，但是他也没有解决我的问题。



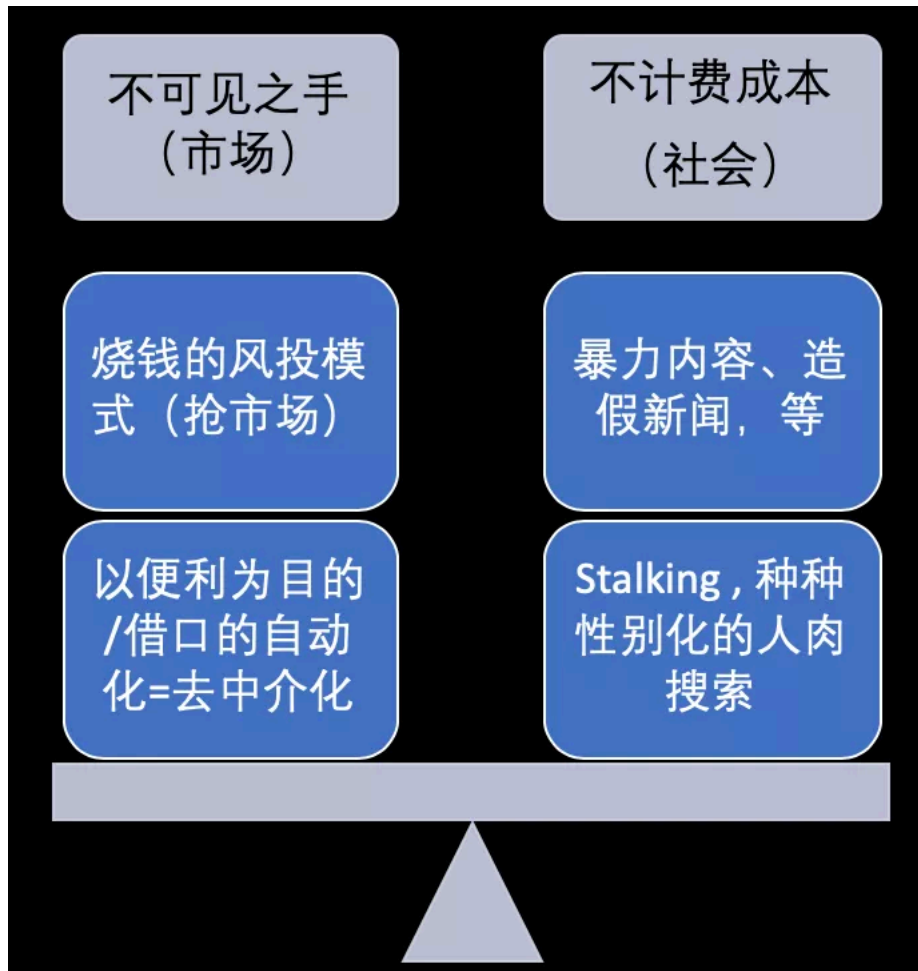
亚马逊人工客服的宣传图片

许大小： 对，因为他们整个运营模式就是自动化，他们很多事在线上没有能力去做。结论的话我想讲一个案例就是 Facebook。这个是扎克伯格，以前他的表情在网上被人做成类似表情包的东西。很多人传言他是一个机器人，因为他的脸真的是面无表情，很多表达也是错误的，而脸书这个公司其实就是为了收集更多人的资料，让他更好地模仿人的行为。



很多人传言扎克伯格是一个机器人

脸书名字的来源是哈佛每个宿舍里会有一个名册，每个人的照片和名字都在上面，那就叫 Facebook。扎克伯格就是做了一个网站，把所有女性的照片扫描上传到网上，让人评选出人气更高的那个，这叫 Facemash，是脸书的原版。往后脸书发展成了一个社交媒体，非常有意思的一点是所有社交媒体都会面临一个很严重的问题就是人肉搜索或是偷偷追踪 Facebook 里的人物资料，因此它的基因里就有一种性别歧视的成分在，后来转向一种性别盲的平台，那也只不过是把这个问题的掩盖了。



社会关系自动化的比较。左边是看不见之手，另一边是没有纳入预算的成本，右边是外部性，左边是内部性。这个运营模式就是自动化、去中介化、烧钱，伴随着各种各样的外部性。

小组讨论摘要

许大小简介后，各组成员开始围绕 app 和去中介化的发展展开了详细的讨论。

以下是对于各组报告的简单摘要。

第一组：

- 微信本是为了便利生活而产生。但微信也绑架生活。过去面对面的交流关系，亲密感，现在被微信缩短了回信息的时间差，反而带来焦虑感。
- 现实朋友圈、微信朋友圈的表演，两者是不同的。在微信上经营朋友圈，你会感到身份上的复杂。

- 发展科技是为了生活更便利，但整个生活都在被技术绑架。我们行驶在一辆行驶地越来越快的列车上，但我们丝毫不知道未来的方向在哪，也没法让它停下来。
- 每个时代都有其同时代性，过去的人需要很长时间的劳动来糊口，今天的人在现代资本体系下则可以很轻松地达成生存的目标。不同的时代对于乌托邦的幻想，在区块链、万维网的时代，也可能有类似的时代差异。数码物也是有其基础设施的架构，目前这个阶段或许乌托邦是暂时的幻想，之后或许会有新的范畴和焦虑。

第二组：

- 用户与 app 互动的过程中，会在某种程度上被异化。但我们也有能动性，引导取向其实互为因果，有两面性。
- 跳车是伪命题。如果整个列车是资本主义的话，我们跳去哪里呢？如果有上车下车一说，只能说是我们自己控制被技术奴役的时间。只要我们足够独立，知道如何面对对科技的混乱性，那么复杂性就是可以面对的。
- 技术覆盖度在空间上是不同步的。个体自觉会有责任去拒绝下载，但集体是否有可能有组织地拒绝微信占有工作时间？

第三组：

- 数字无产主义提到，用户不是他们的客户，只是为他们提供数据，而广告商才是他们真正的客户，我们都被裹挟在平台里面。
- 我们构成了新的媒体，与权力、资本等更为密切地联系在一起。
- 海德格尔提到，时间是一种现代的发明。微信令时间更为细碎化。个人时间、社交时间、工作时间、休闲时间都无法区分。
- 无论是抖音还是奢侈品环保议题，都是在资本框架下的自我解释。对个体而言可能会有生活水平的改善，但在系统的层面上如何评断这样的行为是否正义，也有其内在的难度。