

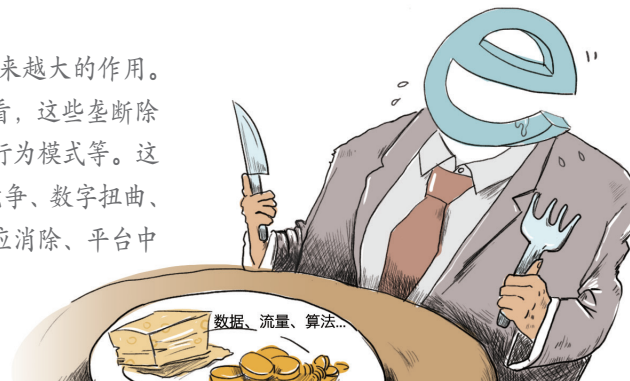
# 互联网平台寡头垄断：根源、影响及对策

李勇坚

【摘要】随着全球数字经济的兴起，互联网平台开始在社会经济生活中发挥越来越大的作用。一部分平台在各自的市场领域中获得了主导地位，形成了寡头垄断。从根源上看，这些垄断除了互联网平台的成本可加性之外，更是因为网络效应、多边市场效应、特定行为模式等。这些寡头垄断具体体现为数据垄断、流量垄断和算法垄断，从而给市场带来排斥竞争、数字扭曲、垄断自我强化等影响，因此，需要从行为动态监管、机构与法律整合、杠杆效应消除、平台中立试点等方面进行规制。

【关键词】互联网平台 寡头垄断 杠杆效应 数据垄断

【中图分类号】F038.2 【文献标识码】A



随着全球互联网向社会经济生活的全面渗透，互联网平台快速崛起。这些平台在各自的市场中占据了绝对主导地位，形成了寡头垄断的局面。例如：在美国，亚马逊平台占据了55%的在线购物搜索及40%以上的在线销售收入，Alphabet（谷歌母公司）和Facebook占据了数字广告市场73%的市场份额，Apple和Alphabet在智能手机操作系统的市场份额超过了99%。在中国，很多互联网平台也在各自的领域形成了主导地位，如腾讯在即时通讯领域、百度在搜索领域、阿里和京东在电商购物领域等。互联网平台积累了大量财富，联合国《2019年数字经济报告》指出，数字化造就了一批超级平台，使财富分布更为集中。到2018年，全球市值最高的20家企业中，已有8家属于互联网平台型企业，其市值占TOP20的56%。这些平台型企业以数据为驱动力，既作为在线市场的交易中介，又在某种意义上具有基础设施的作用，从而形成了独特的优势，使其垄断地位持续强化，并向相关领域延伸，可能对市场竞争、消费者福利、创新创业等构成威胁。

## 互联网平台寡头垄断的主要表现

由于平台经济的特点，使互联网平台垄断的主要表现不同于现有的一些线下行业的垄断表现。在互联网平台，垄断主要表现为数据垄断、流量垄断和算法垄断。

数据垄断。很多互联网平台在运营过程中，往往都

向消费者进行免费服务。但是，免费并不等于没有代价，在很多免费服务中，用户都是以数据作为货币（Data as Currency），进行支付。很多平台企业收集了大量数据，对用户的行为进行跟踪，实现从“数据挖掘”向“现实挖掘”（reality mining）的过渡，从而渗透到日常经验、交流甚至思想中。这些平台利用数据，进行有针对性的促销、优惠券和广告，增加用户的黏性。平台对数据的垄断可以从以下几个方面实现：第一，平台利用其市场力量，局限消费者的选择，从而要求消费者提供超出平台所提供服务范围内的数据。在我国很多互联网平台要求用户提供各类数据，包括在使用过程中进行授权。而这些数据和授权并非平台完成服务所必需，而是平台为了进一步挖掘消费者所需要的。例如，《华盛顿邮报》的一项调查显示，在使用谷歌的Chrome浏览器的一周时间里，就有超过11000个cookie请求。有学者称这种情况为对市场地位的“剥削性滥用”（an exploitative abuse of market power）。第二，平台利用其数据强化竞争优势。平台不仅利用其服务收集了消费者的多维度数据，对其进行相互验证，以获得对消费者的画像，从而为消费者提供精准服务。同时，平台还能利用其收集的大量同类消费者数据，进行交叉应用，从而获得更稳固的市场地位。第三，平台利用数据排斥市场竞争。平台还可以利用数据优势，进入新的市场领域，建立新的竞争优势，并排斥竞争。

流量垄断。互联网平台由于网络效应、双边市场效应、

边际收益递减等因素,加上平台利用数据持续优化服务,使平台上能够汇聚大量用户,从而垄断了用户流量。据调查,在我国排名前四的APP占据了用户时间的一半以上。而平台利用其流量优势,通过业务拓展等方式,进行横向和纵向扩张,加大了其流量优势。这种流量优势,还能够影响用户观点的形成。Robert Epstein (2018)指出,搜索引擎通过对用户的知识分发进行操纵,能够有效地影响用户的倾向,这就是“搜索引擎操纵效应”(the search engine manipulation effect, SEME),通过SEME,搜索引擎加强了其流量优势。在我国,流量垄断也开始出现。例如,中国社科院大学互联网法治中心发布的《互联网平台与数据竞争规制问题研究报告》表明,在疫情期间,钉钉、飞书等办公软件在微信分享上受阻。这实际上就是互联网平台利用其流量优势进行垄断的一个典型案例。

算法垄断。算法垄断是互联网平台垄断的一个独特特征。算法垄断的一个重要方面是通过对自己经营的业务进行特殊照顾,歧视竞争对手的业务,实现自我优待(Self-Preferencing),从而扼制竞争。这在很多既有中介作用,又有基础设施作用的平台表现特别明显。2020年3月10日,美国参议院司法委员会反托拉斯、竞争政策和消费者权益小组委员会对谷歌是否利用搜索算法将对自己有利的结果排列在前面、苹果是否在应用商店将其自己开发的应用程序(APP)放到更醒目的位置等问题进行听证。算法垄断还包括其他方面,如平台利用算法对消费者进行歧视性的动态定价。例如,国外研究者发现,在旅游网站Orbitz和CheapTickets上通过Android手机的网络浏览器搜索酒店的人看到的价格比iPhone用户或低50%。

## 互联网平台寡头垄断的根源

互联网平台垄断的形成,与传统垄断型产业的成因既有相同之处,也有其独特之处。在传统垄断产业形成过程中,成本次可加性(subadditive cost function)起到了决定性作用。次可加成本函数表明,在某一个市场中,单个公司可以以比两个或多个公司更低的成本满

足整个市场需求。成本次可加性的充分条件是该技术具有规模经济性。从互联网的特性来看,很多互联网提供信息类的服务,这些信息服务的基础设施、信息收集、传播网络等前期成本非常高,但是,一旦进入目标市场之后,其边际成本近乎于零,这使领先的企业能够依赖于用户数量分摊前期投入成本,从而建立市场优势。除了次可加成本函数之外,互联网平台之所以能够占据垄断地位,还与其他效应有关。

首先是网络效应。网络效应的概念源于“梅特卡夫定律”(Metcalf's law),该定律指出,具有 $n$ 个节点的网络具有 $n(n-1)$ 个潜在的节点到节点连接。换句话说,可能的连接数量与用户数量平方成正比增加,并且潜在的交易数量也会增加。如果每个新的连接都增加了价值,那么较大的网络将比较小的网络享有更大的规模回报。这样,网络中的各个经营者为了降低成本,倾向于合并,以获得规模报酬。最终,市场一定会集中到大的寡头手中。但是,网络效应带来的规模报酬并不一定能够确保企业的垄断地位。DANIEL F. SPULBER AND CHRISTOPHER S. YOO (2014)指出,能够吸引整个客户群的能力并不一定会使服务于市场利基的专业企业受益。更多的连接可能导致网络拥塞,而且,企业要在单一网络的规模收益与多个网络的产品多样性收益之间进行权衡。与网络效应相关的一个效应是锁定效应(lock-in effect)。对互联网平台企业而言,其可通过拒绝与其他网络互连,从而迫使用户选择一个网络以排除其他网络。在经济学上,用户的锁定效应相当于需求侧具有一个沉没成本(Sunk cost),这种需求侧的规模经济,对互联网垄断有一定的促进作用。

其次是双边市场或多边市场效应。很多互联网在线市场都是双边市场。双边市场的一个重要特征是在平台上,从彼此获得价值或收入的客户之间的效应具有相互依赖性。以在线购物市场为例,消费者的价值很大程度上取决于市场上卖家的多少,因为卖家越多,消费者的选择空间越大,卖家之间的竞争越激烈,对消费者就越有利。而对于卖家而言,平台上的消费者越多,其可能获得的用户数量越大,也就越具有价值。跨边的网络效应创造了积极的正反馈循环。这些正反馈也有利于市场



上已具有一定规模的平台,并导致市场最终集中到一个或数个平台。

最后平台的行为模式也决定了其具有寡头垄断的潜力。由于网络交易的复杂性,很多平台充当了网守(gatekeeper)的作用,有效地充当了数字市场的基础设施(infrastructure),利用其技术优势,平台能够垄断市场。在很多情况下,平台对其用户进行严密控制。例如,亚马逊密切监视第三方市场商家与消费者之间的通信,对将消费者定向到其自己的独立网站或其他销售渠道的商家进行惩罚。平台还利用其作为基础设施,发挥数据、用户、技术等综合优势,向其他市场渗透,即所谓“杠杆(leveraging)”或者跨市场集成(integrated across markets),从而形成了在新市场领域的竞争优势。在我国,阿里巴巴利用数据和用户优势渗透到金融领域,腾讯利用其在社交领域的优势渗透到游戏领域,都是一些较为典型的跨市场集成案例。此外,平台还可以根据用户数据积累,利用数据优势,为用户提供精准的个性化服务,从而增加用户的黏性,保持其垄断地位。

综合平台的上述特征,国际清算银行在其2019年度经济报告中提出,平台在发展过程中,已经形成了数据分析、网络外部性和交互活动(Data analytics, network externalities and interwoven activities, DNA)的反馈循环,这三个要素相互协同,为互联网平台的垄断地位形成奠定了基础。

## 互联网平台寡头垄断的影响

互联网平台寡头垄断可能会对市场竞争秩序、创新创业、消费者福利等带来影响。

排斥竞争。对很多互联网寡头而言,这些平台拥有巨大的流量资源和数据资源优势,他们通常会利用这些优势,对竞争对手进行打压,阻碍潜在的市场进入者,排斥市场竞争,从而损害社会福利。例如,在我国电商领域,就发生过“二选一”等排斥竞争的行为。

带来数字扭曲(e-Distortion)。Ariel Ezrachi & Maurice E. Stucke(2018)指出,寡头垄断会扭曲数字市场的正常发展,包括导致质量下降、利用垄断优势

聚集财富(例如,数据寡头从摄影师、作家、音乐家和其他网站上抓取有价值的内容,并将其发布在自己的网站上,从而获得利润)、增加第三方成本(如直接损害其平台上的竞争对手、降低独立应用程序的功能或通过使竞争对手更难在其搜索引擎或应用商店上找到来减少独立应用的流量)、负面创新(negative innovation,例如,平台利用各种创新来强化其现有的模式,而非利用更为先进或合理的模式,这些创新与消费者和市场的利益背道而驰)等。

实现垄断的自我强化,限制创新。平台利用其数据垄断与流量垄断优势,再通过算法等技术手段,对其垄断地位进行强化。而且,平台通过增强及扩张服务,进入新的领域,将在新的领域形成第二轮垄断、第三轮垄断,后者将进一步强化其垄断优势。对于很多具有创新潜质的初创企业,平台要么在流量、数据等方面进行打压,要么对其进行“杀手并购”(killer acquisition),使竞争被扼杀在萌芽之中。对于创新创业者而言,如果没有被这些垄断型平台所并购,那么其很难获得较好的发展空间。因此,互联网寡头垄断的自我强化,对创新创业形成了压制。还有一些研究指出,互联网寡头的数据集中,还可能会对民主、个人隐私等造成破坏。

## 互联网平台寡头垄断的治理对策

互联网寡头虽然是通过市场竞争而自发形成的,但其获得市场地位之后,从整体上看,其垄断行为有可能对社会福利、社会创新等产生影响,因此,在法律政策上应该明确对其行为进行规制。

一是树立行为监管的理念。如前所述,互联网寡头的形成可能是因为网络效应、双边市场效应等形成的效率优势,因此,对这些平台的监管,不能基于其市场份额,而是应该重点对其行为进行动态监管,核心是关注其是否有破坏竞争、损害消费者权益等方面的行为。随着平台的扩大,平台事实上承担着网守(gatekeeper)的作用。而且,由于平台市场的集中,很多平台事实上成为用户信息的主要来源。那么,平台对于用户有着巨大的影响,如前面所提到的搜索引擎操纵效应(SEME),美国报纸



协会的负责人指出：“Facebook 和 Google 是我们的主要监管者”。因此，在政府监管方面，需要对平台本身的行为进行监管。而且，由于平台的垄断地位，又具有数据、流量、算法等多方面的优势，因而对平台参与市场竞争的行为必须进行必要的监管。例如，我国法院正在审理的电商平台“二选一”的行为，就应该成为监管的重点。还有一些平台利用优势限制竞争，如即时通讯平台限制其他平台应用在其上的正常分享，都应该受到监管。但是，从互联网平台本身来看，由于网络效应、多边市场效应等的存在，对互联网寡头的监管，在使用拆分等结构性监管方式时需要更为慎重。而且，从国际竞争态势看，互联网领域的平台竞争越来越激烈，我们不宜轻易拆分互联网行业的领先企业，以降低其竞争能力。

二是对相关法律法规及执法机构等进行整合。互联网领域的竞争规制，所涉及的法律法规大体可分为两个部分：一部分是与竞争秩序相关的，包括《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等；另一部分与消费者权益保护相关，尤其是消费者隐私保护，这是互联网平台竞争规制的一个独特之处。因为相当一部分互联网平台的竞争优势是建立在数据优势基础上，而数据与消费者隐私密切相关。这些法律涉及《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国网络安全法》等。在实际执法过程中，互联网平台垄断问题由于涉及的法律比较多，往往涉及多个不同的执法部门，这些执法部门在执法目标、手段、方式等均有一些差异，这些差异使互联网平台垄断执法方面难以做到迅速而及时，标准也难以统一。因此，有必要对互联网寡头垄断相关法律法规及政策等进行整合，并统一执法部门。

三是对互联网寡头的并购及跨市场集成等行为进行必要的规制。互联网寡头强化其垄断地位的一个重要措施是利用杠杆效应进行跨市场集成，从而将其垄断优势进行多轮强化。这种跨市场集成既可能是平台利用其数据优势、流量优势和技术优势进行业务纵向或横向扩张形成的，也有可能是平台进行并购而形成的。值得注意的是，互联网寡头进行跨市场并购时，一般在新的市场内并没有显著的市场优势，因而也没有达到反垄

断申报的标准。然而，如前所述，这种杀手并购，有可能导致互联网寡头通过杠杆效应，实现垄断的自我强化，从而在新的市场中形成新的垄断力量。对此，可以考虑建立一套解决杠杆效应的结构性分离和预防性禁令（Structural separations and prophylactic bans）措施。这些措施的核心是对互联网优势平台进入某些行业进行必要的规制，结构性分离是防止平台进行某些具有利益冲突的业务活动，从而使平台无法与使用平台的公司直接竞争。这些结构性方法在国外的一些自然垄断行业已有过应用，如铁路、电信运营商、电视网络和银行等。结构性措施的另一个方面是设立防火墙制度。即在平台的管道业务与其他业务之间设立防火墙，避免这些业务之间出现交叉。然而，对互联网领域的防火墙制度，大部分经济学家认为实施成本较高，监管不容易，效果可能并不会太好。

四是推动平台中立制度试点。平台中立制度就是要求一个平台平等对待使用其基础架构的所有商业活动，不能对平台内的经营者采取歧视性政策。平台中立制度在本质上是将互联网平台视为一种核心基础设施，核心基础设施应该平等地向其使用者进行开放。核心基础设施理论在反垄断领域一直有争议。21 世纪初，美国最高法院在 Trinko 案件中，对核心基础设施理论进行了批判。随后，核心基础设施理论在反垄断实践中很少得到应用。我们认为，在核心基础设施的研究过程中，既往的观点更多地强调硬件基础设施，而在互联网领域，以软件为特色的平台基础设施正在形成。而这些设施的性质，需要深入研究。在国际上，近期对核心基础设施的看法有所改变。例如，美国参议员伊丽莎白·沃伦（Elizabeth Warren）表示，可以考虑“将大型技术平台指定为平台设施并与该平台上的任何参与者分开”，以阻止平台使用其从平台上的第三方获得的数据来使平台自营业务获得超额收益。从整体上看，将互联网平台视为一种核心基础设施，在理论上和实践中仍有一些问题需要深入探讨，这要求在深入研究的基础上，审慎试点，而不能直接盲目推动。人民论坛

（作者为中国社会科学院财经战略研究院研究员）

责编 / 李一丹 美编 / 陈媛媛