

Lec 14

Two-Sided Markets

- 网络效应

直接网络效应：组内效应（e.g. 早期电话只能打给相同运营商的人，则使用这个运营商的人越多，个体效用越大）

简介网络效应：组间效应（e.g. 信用卡，更多人用则更多商家愿意接受，反之亦然）

Table 1: Network effects in different two-sided markets

| Platform | Two sides | Cross-group | Within-group |
|-----------------|--------------------------------|--------------------------------|------------------------|
| Game console | A: Game developers B: Users | A to B: (+) B to A: (+) | A: (-) B: (+) |
| Media | A: Advertisers B: Viewers | A to B: (-)/(+) B to A: (+) | A: no / (-) B: no |
| Dating agency | A: Women B: Men | A to B: (+) B to A: (+) | A: no/(-) B: no/(-) |
| Payment card | A: Merchants B: Consumers | A to B: (+) B to A: (+) | A: (-) B: no/(+) |

- 定价

双边市场中，价格结构对于利润最大化有影响