



中國人民大學
RENMIN UNIVERSITY OF CHINA

《当代中国经济》课程论文

题 目 数字经济时代互联网平台的数据竞争与数据垄断

学 院 经济学院

专 业 政治经济学

年 级 2021 级

学 号 2021102005

姓 名 瞿婷婷

数字经济时代互联网平台的数据竞争与数据垄断

瞿婷婷

内容提要：平台经济是数字经济时代的代表性业态模式之一，其循环和周转过程中的关键主体是互联网平台。互联网平台对数字技术的深度挖掘、开发和应用，使得数据的产生、收集和处理呈现指数型加速，数据要素已成为互联网平台追逐利润的核心战略资产。从“数据”被中央文件纳入生产要素范围并且允许按贡献参与分配之后，互联网平台之间的数据竞争获得了越来越多的关注。文章基于马克思主义竞争与垄断理论，以互联网平台为研究对象，分析互联网平台数据竞争的内在机理，数据竞争向数据垄断的形成过程，数据垄断的表现形式以及经济影响，最终探讨政府针对互联网平台的数据垄断可以采取的规制策略，从而充分发挥数据作为生产要素在数字经济时代的关键作用，推动数据的价值化，促进平台经济的高质量发展。

关键词：数字经济 互联网平台 数据竞争 数据垄断 马克思主义竞争与垄断理论

一、引言

自数字经济时代拉开序幕以来，人工智能、云计算、物联网等数字技术与实体经济的相互融合，劳动力市场的去管制和自由化，以及融资方式的多样化等，催生了数字经济时代的代表性业态模式：平台经济。平台经济循环和周转过程中的关键主体是互联网平台，互联网平台是“通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态”^①。我国的腾讯、百度、阿里巴巴等是互联网平台企业的典型代表。

互联网平台对数字技术的深度挖掘、开发和应用，使得数据的产生、收集和处理呈现指数型加速，人类正在进入数据爆炸时代，数据要素已成为互联网平台追逐利润的关键生产要素。互联网平台凭借数据的“生产和再生产”构筑自身的竞争优势。例如，百度依据其在搜索引擎服务上积累的大量数据，不断优化算法推荐功能，改善用户使用体验，从而增强用户黏性，强化自身的垄断地位。

互联网平台之间的数据竞争是一把双刃剑。一方面，竞争压力驱使互联网平台不断进行数字技术创新、数字产品升级和数字服务优化，力争在基数较稳定的用户市场中分得更大的

^① 定义参见：市场监管总局.国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南[EB/OL].中国政府网,(2021-02-07)[2022-12-22]http://www.gov.cn/xinwen/2021-02/07/content_5585758.htm

市场份额，客观上推动了人类生活的智能化和便捷化，提升了平台经济的运行效率。另一方面，互联网平台对数据的过度控制容易走向“数据垄断”这一极端，出现持续以低于成本的价格销售、价格歧视等恶性竞争行为。近年来，美国的谷歌、亚马逊、苹果、脸书四家互联网寡头平台在国际上多次陷入反垄断纠纷，我国的腾讯、百度、阿里巴巴等互联网平台的日益壮大也受到了政府的重点关注。2020年11月6日，国家市场监督管理总局、中央网信办、国家税务总局三部门联合召开规范线上经济秩序行政指导会，要求互联网平台强化自我约束和自我管理，依法依规竞争，净化平台经济生态。2021年2月7日，《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》正式发布，这是全球第一个对互联网平台数据垄断问题作出系统性规定的政府规章。2022年4月10日，《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》出台，明确指出要“破除平台企业数据垄断等问题，防止利用数据、算法、技术手段等方式排除、限制竞争”^①，加快培育统一的数据要素市场。

根据以上背景，后文将基于马克思主义竞争与垄断理论，分析互联网平台数据竞争与数据垄断的形成机理、经济影响以及政府可以对互联网平台数据垄断采取的规制策略，丰富有关平台经济的高效循环和健康发展，以及数字生态的优化和数字中国的建设等方面的政治经济学理论说明。余文的结构安排为：第二部分梳理互联网平台之间的数据竞争与数据垄断问题的相关文献；第三部分基于马克思主义竞争理论，分析互联网平台数据竞争的形成机理；第四部分基于马克思主义垄断理论，探讨互联网平台数据竞争向数据垄断的形成过程以及数据垄断的表现形式；第五部分阐释互联网平台数据垄断的正面和负面经济影响，说明对数据垄断进行规制的必要性；第六部分探讨政府为推动平台经济的高质量发展，针对互联网平台的数据垄断行为可以采取的规制策略；最后一部分归纳文章的结论。

二、文献综述

互联网平台是指利用互联网信息技术建立线上虚拟空间，促使交易各方能够在该虚拟空间内进行交换、分配、消费等活动的经济组织（林光彬和徐振江，2022）。互联网平台以数字经济为生长依托。数字经济并不是全新的现象，其爆发式增长与第五次技术革命浪潮息息相关。卡萝塔·佩蕾丝在其著作《技术革命与金融资本：泡沫与黄金时代的动力学》中，将始于20世纪70年代的信息和远程通讯时代归为“第五次技术革命”或“第五个技术长波”，并将其对应的技术—经济范式总结为：“建立在电子技术之上的信息和通讯技术、非集权的一体化或网络结构、无形的价值附加值、世界和局部的互动、即时联系与行动等方面”^②。

^① 参见：新华社·中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见[EB/OL]. 中国政府网,(2022-04-10)[2022-12-22]http://www.gov.cn/zhengce/2022-04/10/content_5684385.htm

^② 参见：佩蕾丝著,田方萌等译.技术革命与金融资本：泡沫与黄金时代的动力学[M].北京：中国人民大学出版社,2007:13-24.

这一以电子技术为基础的技术浪潮推动了数字经济的发展。时至今日，数字经济已成为诱发现代产业革命的关键性因素（陈享光和张志强，2022）。同时，人工智能、云计算、物联网等数字技术与实体经济相互融合，催生了数字经济时代的代表性业态模式：平台经济。全球化、生产的弹性化、服务业外包的兴起、劳动力市场管制的放松等一系列政治经济因素提供了平台经济生长的土壤（谢富胜等，2022）。平台经济的关键主体是互联网平台。在数字技术的赋能下，互联网平台已经成长成为一种新型商业模式（Srnicek，2017），能够跨时空整合生产、分配、交换与消费各环节的海量经济活动数据（谢富胜等，2019）。互联网平台的运作与受众劳动、免费劳动（Terranova，2000）等“非物质劳动”（毛里齐奥·拉扎拉托，2005）密不可分，“非物质劳动”具有零边际生产成本和无限可复制性，不是生产性劳动，不能生产价值。一方面，平台上的广告等的价格是入驻商家为获得广告空间与时间而支付的租金，平台收取租金所依赖的资源是“平台虚拟空间”（林光彬和徐振江，2022）。另一方面，用户使用平台时所产生的数据的交换价值趋于零，呈现出劳动时间与商品价值关系断裂的特点，不是马克思所说的真正意义上的商品，而是采取了商品形式的非物质劳动产品。任何作用于这些数据的价格都可视为拥有数据的平台通过商业秘密或知识产权等垄断机制榨取的租金。实际上，互联网平台的主要收入来源有：通过出租虚拟空间获得的广告租金；信息或服务的出售；通过虚拟资本和投机横财攫取的利润（Rigi & Prey，2015）。

随着数字经济吸引力的增强，互联网平台类企业的数量不断增长，经营类似或交叉业务的互联网平台之间的竞争关系日益突出。企业与企业之间的竞争关系是生产关系中的一个重要维度（刘皓琰，2021）。不同的竞争体制和模式对资本积累、技术进步和宏观经济绩效有着不同的影响（赵峰和段雨晨，2019）。互联网平台呈现出一种由大型互联网平台形成垄断层、中小型互联网平台主导竞争层的“分层式垄断竞争”模式（苏治等，2018）。各平台之间的竞争由于存在网络外部性，从而具有马太效应，率先构建起用户基础的大平台几乎能够获得整个市场，实现“赢者通吃”^①，加速平台的更迭；同时，平台竞争又称为“生态竞争”，推动着多方主体之间的互动和网络式生态系统的形成（吴汉洪，2018）。网络式的平台生态系统往往是嵌套型组织结构，有大平台对小平台和独立产销者的内控机制，有上下游供应链关系形成的链接机制，有投资的股权结构形式形成的相互依赖关系，还有外包、众包、零工经济等形成的衍生支持体系（周文和韩文龙，2021）。在规模经济效应和网络经济效应的叠加作用下，互联网平台之间的“生态竞争”范式不仅会加速平台市场走向集中化，而且会导致用户产生路径依赖，被大型平台锁定（王磊，2020；黎业明，2022），从而为互联网寡头平台的形成提供现实基础，“分层式垄断竞争”的市场结构出现（苏治等，2018）。

互联网平台之间竞争的着力点是多方面的，例如，以数字化基础设施为主阵地的数字技术竞争（石先梅，2021），以提高劳动生产率为核心的产品创新竞争和以获得剩余价值分配

^① “赢者通吃”（Winner takes all）：源于美国的总统选举体制，在某一州票数占优的候选人一方获得该州全部选票。

的更大份额为目标的大众注意力时间竞争（刘皓琰，2021），以吸引更多用户和增强用户黏性为目的的价格竞争（尹振涛等，2021）。20 世纪后半叶以来，信息数字化和社会生产数字化分别构成了数据生产要素形成的技术背景和社会条件（李直和吴越，2021），从“数据”被我国中央文件纳入生产要素范围并且允许按贡献参与分配之后，互联网平台之间以数据生产要素为媒介的数据竞争获得了越来越多的关注。

数字经济时代，互联网平台的数据竞争与数据垄断往往是共存的。对数据、算法与流量的垄断，是互联网平台垄断得以持续并不断扩大优势的关键，为此平台会对用户数据进行占有并实现利润变现（张志安和冉桢，2022）。随着数据成为重要的利益载体，互联网平台便会倾向于构筑壁垒来保护自己所拥有的数据（刘云，2020）。当其对数据的垄断损害了消费者的利益和社会的整体福利时，反垄断就具有必要性。这是因为，传统经济与数字经济背景下的平台经济之间的自由竞争的市场格局能够更好地保护消费者利益，实现社会福利最大化，但是这一目标的实现需要相关部门在行政、司法等方面的配合（许恒等，2020）。结合各国互联网平台垄断案例以及我国政府反垄断立法与执法实践（宋建波和荆家琪，2021），可以发现，我国针对互联网平台的反垄断监管存在着较多难点和易忽视之处。针对我国的互联网平台反垄断立法进程，刘继峰（2021）提出了以基于实体经济的反垄断法为主干、基于数字经济的特别制度为分枝的反垄断法“多枝树”体系。相对而言，已有文献大多研究互联网平台的一般垄断问题，较少聚焦于其数据垄断问题进行研究。由于互联网平台的市场支配地位的认定以数据控制力和延展性为核心（曹阳，2018），而用户在使用平台时产生的数据被平台自动保存或自动产权化（Janet Hui Xue，2022），缺少可移植性（Krämer，2021），平台对用户的锁定效应能够不断得到强化。同时，我国的相关法律法规对数据的权利归属与分配原则的界定是模糊的，这便为平台通过数据垄断来攫取垄断利润打开了方便之门（韩文龙和王凯军，2021）。互联网平台数据垄断作为平台经济背景下的一种新型垄断，通过“大数据杀熟”、搭售等较为隐蔽的方式损害了用户权益和社会福利（封思贤和杨靖，2021），政府应对这些不正当竞争行为进行规制。针对互联网平台数据垄断的规制问题，石先梅（2021）运用马克思主义劳动价值论，从数据竞争、数字技术竞争以及垄断租金的形成等方面分析互联网平台数据垄断的形成过程，并提出相应的政策建议。李勇坚（2021）结合典型西方国家和中国针对互联网平台数据垄断的规制实践，探讨中国未来可采取的数据垄断治理措施。归纳而言，互联网平台数据垄断方面的已有文献大多是基于政治经济学视角的一般性分析，较少从马克思主义竞争与垄断理论角度进行研究，后者是余文探讨的理论基点。

综合上述分析，文章选择基于马克思主义竞争与垄断理论，以互联网平台为研究对象，分析互联网平台数据竞争的内在机理，数据竞争向数据垄断的形成过程，数据垄断的表现形式以及经济影响，最终探讨政府针对互联网平台的数据垄断可以采取的规制策略，丰富相关理论研究，助力平台经济的高质量发展和数字中国的建设。

三、互联网平台数据竞争的内在机理

数字经济背景下,数据扮演着越来越重要的角色,它对于提升智能在线服务水平、物流服务水平以及确定终端市场需求等都具有重要意义,数据经营者也可以通过销售数据来获得收入。数据已成为数字经济发展的关键生产要素。党的十九届四中全会首次明确数据可作为生产要素由市场评价贡献,并按贡献参与分配。2020年4月9日,国务院印发的《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》明确提出,要“加快培育数据要素市场”^①。数据可以存储,可以重复使用,在数字经济时代呈现出爆发增长、海量集聚的特点,是互联网平台在竞争中争夺的基础性战略资源。传统经营者市场竞争的实质是从消费者处获取经济利益,而随着平台商业模式的变革,互联网平台提供产品或服务的目的是最大限度地获取数据,因而互联网平台竞争的实质是相互争夺用户数据的动态过程。关于“竞争”,马克思的《资本论》指出,企业生产追逐的是利润,这一内在规律表现为资本的外部运动,并且作为竞争的强制规律发挥作用。竞争是资本内在本性的外在表现。资本不仅是带来剩余价值的价值,是一种特定的生产关系,而且是一种以价值为主体的运动,这是资本的两个重要特征。“资本的第一特征——资本是自行增殖的价值等等,是通过资本的第二个特征——资本是以价值为主体的运动来实现的。没有资本的第二个特征,也就没有资本的第一个特征。”^②

与上述传统竞争不同的是,互联网平台所提供的数据产品或数据服务不是由生产性劳动生产出来的,因而不具有价值和剩余价值。互联网平台所有者之所以争相抢占数据竞争高地,是为了积累更多的数据,进而凭借其数据优势将平台的“虚拟空间”出租给平台入驻商家,同时以各类营销手段吸引平台用户在平台上交易、消费以及生成使用数据。通过租用平台虚拟空间,平台入驻商家实现了产品销售和利润获取。作为交换,入驻商家向平台所有者缴纳一定的虚拟空间租金,这种租金可视为“互联网平台地租”。

具体而言,数据生产要素在互联网平台获取“平台虚拟空间租金”过程中的作用主要通过以下三个机制实现:

第一,互联网平台有偿提供的数据作为生产要素进入实体企业的生产过程之后,能够与马克思所说的劳动过程最简单的三个要素“劳动、劳动资料、劳动对象”^③,以及技术、知识等其他生产要素产生相互作用,助推制造业等实体企业生产过程中的无差别人类劳动凝结成价值实体,使得后者以“商品”这一物质形式作为最终成果呈现出来。此时,互联网平台作为数据生产要素的供给方按贡献大小参与实体企业所获得的生产利润的分配。

第二,对于互联网平台而言,数据本身可以作为一种非生产性的劳动对象,以平台为媒

^① 参见:新华社.中共中央 国务院 关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见[EB/OL].中国政府网,(2020-04-09)[2022-12-22]http://www.gov.cn/zhengce/2020-04/09/content_5500622.htm

^② 成保良,杨志,邱海平.《资本论》的范畴和原理——问题解答[M].北京:经济科学出版社,2000:263-264.

^③ 马克思.资本论第一卷[M].北京:人民出版社,2018:207-217.

介，向数据劳动资料与数据产品转化。互联网平台诞生与扩张的过程，一定程度上就是不断将最初的作为非生产性劳动对象的数据转化为非生产性数据劳动资料，并生产出大量虽然不具有马克思所说的真正意义上的“价值”，但能够作为获取租金的媒介的数据商品或数据服务。

第三，数据生产要素与其他生产要素不断进行组合迭代，交叉融合，便存在引发生产要素多领域、多维度、系统性、革命性群体突破^①的可能性。例如，蚂蚁金服通过数据、技术、资本等生产要素之间的创新融合，不仅成为全球领先的金融科技服务平台，而且稳居中国独角兽企业^②各种榜单的前列。除了本身是独角兽企业的互联网平台之外，大型互联网平台还会通过直接投资或孵化独角兽企业来构建自身的创新创业生态系统。

根据互联网平台数据竞争的上述三种机制，互联网平台之间的数据竞争来源于对数据价值化的需要，数据价值化是平台获取利润的一个重要途径。根据中国信息通信研究院发布的《中国数字经济发展白皮书（2020年）》，数字经济内涵已经扩展为“四化”：数字产业化、产业数字化、数据价值化、数字化治理。其中，“数据价值化”使得数据竞争成为互联网平台之间竞争的焦点。近年来，我国数字经济发展的数据价值化方面持续推进，已具备比较完善的数据“生产和供应链”，在数据收集、数据标注、时序数据库管理、数据存储、数据挖掘和分析、数据安全、数据交换等各环节构筑起了数据产业体系，数据管理和数据应用能力不断增强^③，这为大型互联网平台由数据竞争向数据垄断的过渡奠定了坚实的数字产业设施基础。

四、互联网平台数据垄断的形成过程与表现形式

（一）互联网平台数据垄断的形成过程

互联网平台是一种带有自然垄断属性的企业组织形式，其垄断建立在商业模式、网络外部性与规模经济、对数据流量与算法的排他性占有基础之上。互联网平台的竞争法则是“赢者通吃”，转换成本的存在让中小平台企业难以在市场上生存，从而造就了大型互联网平台的垄断能力。关于“垄断”，列宁指出，资本主义自由竞争到一定的程度，就会形成生产集中，集中到一定程度就会自然而然地产生垄断。关于生产集中，根据马克思在《资本论》中阐释的资本积聚和资本集中理论，资本集中是通过自由竞争，大企业吞并中小企业，大资本吞并中小资本而形成的。其原因是，在同样的条件下，企业之间的竞争一般是价格竞争，价

^① 参见：中国信息通信研究院.中国数字经济发展白皮书（2020年）[R].北京:中国信息通信研究院,2020.

^② 独角兽企业一词由美国风投家 Aileen Lee 在 2013 年首次提出，指的是成立时间在 10 年以内，估值在 10 亿美元以上，未公开上市的创新创业型企业。

^③ 参见：中国信息通信研究院.中国数字经济发展白皮书（2020年）[R].北京:中国信息通信研究院,2020.

格是价值的表现形式，商品的价值与劳动生产率呈反向变动。因此，企业要在竞争中获胜，就必须提高劳动生产率，而当其他生产条件一定时，劳动生产率和企业生产规模有关。

与上述传统垄断类似但不完全相同的是，互联网平台之所以能够形成数据垄断，在于其有强大的数据聚合功能，可以通过各种手段聚拢商家和消费者。商家数量越多，提供的商品越丰富，被吸引的消费者也就越多；消费者越多，购买力越强，也会吸引更多商家入驻，形成“单边正外部性效应”。利用这种效应，平台可以对商家和消费者收取费用。当某一市场中的少数互联网平台通过数据竞争将企业规模 and 市场份额扩张到一定程度时，一方面，其他中小互联网平台难以进入该市场，另一方面，该市场中的这些大平台为避免相互之间的过度竞争，会在价格制定上达成协议，从而使得超额利润不参与利润平均化过程，而是保留在该部门内，并被这些大平台所瓜分。通过数据竞争，互联网平台一方面培养了商家和消费者的习惯，交易双方适应了平台的便利性，对平台产生了依赖；另一方面，平台以雄厚的实力和低于成本的价格迫使竞争对手离开市场，最终实现对数据市场的垄断。这便是互联网平台由数据竞争走向数据垄断的过程。同时，互联网平台市场占有率越高，用户黏性便越强，这将进一步强化平台的数据垄断属性。此外，大型互联网平台为了巩固自身的数据垄断地位，还会采取“平台包络策略”占有新的市场（Daniele & Jorge, 2020），即通过“隐私政策捆绑”要求用户同意其数据能够在不同平台市场之间互联互通，基于此，在某一个多方市场（原始市场）运作的主导平台能够利用从共享用户关系中获取的数据进入另一个多方市场（目标市场）。因此，不同市场用户数据之间的共享性助推了头部互联网平台的日益壮大。例如，我国的网络视频播放平台呈现“四足鼎立”的状态，腾讯视频、爱奇艺、优酷视频和芒果TV占据市场，在会员定价、剧集类型开发、IP购买等方面往往呈现共谋性和联动性。

然而，数据并不是互联网平台数据垄断利润的来源。在商品经济中，社会劳动采取了抽象一般劳动的形式，社会财富也就采取了价值形式。根据马克思的《资本论》，资本作为自行增殖的价值，其实体是抽象人类劳动，剩余价值作为剩余劳动的凝结，其实体仍然是抽象人类劳动。尽管离开生产资料等物质要素，劳动不能形成价值，但生产资料等物质要素的作用仅仅在于使劳动能够物化在一个有用物中。因此，抽象人类劳动是价值的唯一源泉。互联网平台拥有的核心生产要素“数据”虽然使用价值较高，但是不能直接生产出价值和剩余价值，因而不是互联网平台通过数据垄断所攫取的垄断利润的来源。

剩余价值的分配不同于剩余价值的创造，后者必须依赖劳动来完成，而前者可以凭借任何参与价值创造过程的要素来参与分配。在价值创造过程中显示出更大贡献的那种生产要素，会要求分得更多的剩余价值。在以获得更多利润为目标的互联网平台的数据竞争过程中，平台提供的数据作出了较大的贡献，平台要求从入驻商家所售商品包含的剩余价值中分得较多的份额。当少数大型互联网平台凭借其先进的数字基础设施、数字化设备、数字技术的占有，形成数据垄断时，类似于《资本论》中所提到的资本主义社会的大土地所有者向使用土地的农业资本家收取地租，互联网平台也要求获得“数据租金”。平台所有者之所以能够收

取数据租金，是因为其对平台虚拟空间拥有垄断权，即不经过平台允许，商家无法利用平台进行生产或交易。具体而言，类似于《资本论》中所提到的以土地私有权的垄断为前提，以农业的资本有机构成低于社会平均资本有机构成为条件，农业资本家租种包括劣等地在内的任何质量的土地都必须缴纳的绝对地租，互联网平台一旦形成数据垄断，便能够对所有向外出租的虚拟空间都收取租赁费用，即“绝对数据租金”。同时，类似于《资本论》中所提到的以有限土地的经营性垄断为前提，以土地肥沃程度、地理位置远近、所投入的资本生产率的差异为条件，农业资本家租种优等地和中等地需缴纳的级差地租，平台针对不同位置、不同行业入驻商家，以及同行业不同入驻商家收取不同的租赁费用，即“级差数据租金”。

（二）互联网平台数据垄断的表现形式

垄断资本的形成和垄断势力的出现并没有消除资本之间的竞争关系，而只是部分地改变竞争的性质、形式以及手段和强度，使资本竞争具有新的特征，出现垄断竞争（孟捷等，2012）。互联网平台的数据垄断与数据竞争是辩证统一的，具有多样化的表现形式，主要分为两个层次，一是数据量的直接性垄断，二是基于数据的间接性垄断（李勇坚，2021），前者指的是加密技术的广泛运用以及数据共享机制的制度性缺乏，使得单个互联网平台能够发挥数据收集和存储上的规模效应，即在庞大的数据量基数上通过自乘作用形成数据量的直接垄断；后者指的是互联网平台依据数据一次收集、重复使用的特性，将数据作为生产要素直接或间接投入生产过程，生产出更多的数据，提供质量更高的数据产品或数据服务，从而强化自身的垄断地位。由于我国尚未形成统一规范的数据要素市场，大型互联网平台在数据垄断过程中更多实施的是基于数据的间接性垄断。

互联网平台基于数据的间接性垄断主要表现为以下四种形式：

第一，互联网平台通过大数据、算法与共谋形成数字化的卡特尔。卡特尔是垄断组织的形式之一，是生产和销售同类产品的企业之间的联合，目的是控制价格。大型互联网平台可能在定价前达成协议，在定价时使用同一种定价算法或依据类似的历史定价数据，从而实现价格合谋。例如，淘宝、京东等购物类平台上的同质商家在定价上也是接近同质的。数字化的卡特尔具有隐蔽性特征，增加了反垄断法在判定其违法行为和危害程度时的难度。

第二，互联网寡头平台滥用其所掌握的海量数据资产，在与第三方供应商、消费者等的博弈中牟取私利。例如，脸书曾通过分析其在2013年收购的虚拟专用网 Onavo 所收集到的用户对各应用程序的使用情况的数据，来识别和复制潜在竞争对手的应用软件。此外，美团等购物类软件的“大数据杀熟”行为也层出不穷，即针对新用户与老用户，对同一种商品或服务制定不同的价格，分割不同的市场，形成价格歧视，实现利润最大化。

第三，具有市场支配地位的互联网平台针对特定的第三方交易者实施拒绝交易、限定交易、搭售或者附加不合理交易条件等行为。例如，淘宝、京东、苏宁易购等电子商务平台的“二选一”行为，迫使平台内的商家只能选择一家平台入驻，放弃与其他平台合作的机会，

不仅扼杀了商家的潜在经济利益，而且减少了消费者的可选择机会，损害了社会整体福利。此外，大型电子商务平台还可能凭借其数据垄断优势，“利用格式条款、弹窗、操作必经步骤等消费者无法选择、更改、拒绝的方式，将不同商品进行捆绑销售，在交易价格之外额外收取不合理费用等”^①，违背了交易的公平性原则。

第四，一些大型互联网平台对初创企业等潜在竞争对手采取扼杀型并购措施。扼杀型并购是大型互联网平台的一种防御性策略，旨在以先发制人的并购手段，消除初创企业等潜在竞争对手在未来竞争中的威胁（王先林和方翔，2021）。由于很多初创企业的营业额很少，尚未达到反垄断法规定的经营者集中申报标准，因而互联网平台的大多数扼杀型并购行为逃脱了政府的反垄断监管，这种行为不仅使得大型互联网平台的数据垄断地位进一步提升，而且导致初创企业因进入壁垒而无法进入市场，抑制市场创新和自由竞争，不利于平台经济的持续健康发展。

五、互联网平台数据垄断的经济影响

互联网平台具有很强的规模经济特征，天然具有网络效应和用户黏性强等特点，再加上互联网行业的竞争性、颠覆性等因素，使得平台背后的资本天然具有扩张和滥用市场支配地位的倾向。对于互联网平台的数据垄断问题，马克思主义竞争与垄断理论所揭示的生产集中与垄断的市场趋势依然具有解释力。列宁指出，自由竞争的市场边界是不清晰的，当竞争转化为垄断之后，“生产的社会化有了巨大的发展，就连技术发明和技术改进的过程也社会化了”^②，此时，垄断组织可以控制市场，对原材料来源和价格“做出大致的估计”。然而，另一方面，“占有仍然是私人的”，这便会导致一系列的冲突，周期性过剩将变得更加严重，生产相对过剩的规模也会更大，1929-1933年的经济危机便是这种矛盾的集中爆发。此时，资本主义企业虽具有较强的规划能力，但并不愿意用计划替代，因为垄断可以剥夺他人财富，使自己致富。生产集中和垄断会引发危机，危机“又大大加强了集中和垄断的趋势”^③，导致产能的巨大过剩，引发新的周期性危机。数字经济时代，数据垄断与资本的逐利性相契合，并在资本的运动逻辑中得到实现和加强（韩文龙和王凯军，2021）。高度抽象与灵活的数字技术引发的巨大规模效应、网络效应和数据的潜在生产力，使得互联网平台天然具有数据垄断倾向（谢富胜等，2019）。同时，互联网平台的数据垄断助推资本的运动逻辑经数字技术赋能后，以数据逻辑、平台运行逻辑的形式渗透平台经济发展的方方面面。

^① 参见：市场监管总局.国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南[EB/OL].中国政府网,(2021-02-07)[2022-12-22]http://www.gov.cn/xinwen/2021-02/07/content_5585758.htm

^② 列宁.列宁全集 帝国主义是资本主义的最高阶段[M].北京:人民出版社,2017:593.

^③ 列宁.列宁全集 帝国主义是资本主义的最高阶段[M].北京:人民出版社,2017:596.

大型互联网平台的数据垄断具有正负两方面的经济影响。正如列宁所指出的垄断推动“生产的社会化”，“技术发明和技术改进的过程也社会化”^①，数据垄断的正面影响在于能够帮助互联网平台通过数字技术创新，开发出更贴合社会需求的数据产品和服务，并且实现精准定价和价格优化，推动资源的整合利用。然而，互联网平台的数据垄断带来的负面影响是远大于其正面影响的，主要分为以下两个方面：

一方面，大型互联网平台往往通过短期让利来构筑其市场支配地位，从而在长期中获取数据垄断利润。数据垄断利润高于同一行业的平均利润，是对平台入驻商家和使用平台的消费者的部分福利的侵占，是违背经济效率原则和社会福利原则的。例如，我国的一些购物类平台，在创立初期往往会通过返利的方式吸引消费者，待形成市场支配地位之后，再利用消费惯性锁定大部分消费者，并且凭借其市场支配地位或明或暗地通过拒绝交易、限定交易、搭售等各种方式攫取数据垄断利润。

另一方面，数据是互联网平台的核心战略资产，互联网平台对用户在使用平台时所形成的海量数据拥有控制权，但这并不意味着互联网平台对这些数据拥有产权或者说所有权，互联网平台的数据垄断本质上是对数据产权的侵占。数据产权的归属问题是学者们在讨论互联网平台数据垄断问题时争议的一个焦点，就我国目前的数据产权界定情况而言，基本上将数据默认为归其相应的“数据产生地”（即互联网平台）占有、使用和支配。互联网平台对数据的默认式占有、集中式使用和偏向性分配，本质上忽略了市场竞争的现实，违背了“经济关系决定法权关系”的原则。针对数据产权的归属问题，较为恰当的原则应是在竞争的条件下形成由多元主体按贡献大小共同支配数据的产权格局，而不是默认由互联网平台作为单一产权主体垄断数据的使用权和收益权。

总而言之，在推动我国数字经济高质量发展的过程中，既要避免互联网平台将用户数据作为私有财产牟取数据垄断利润，同时，为了促进数据的价值化，也要赋予平台对数据适度开发和利用的权利。

六、互联网平台数据垄断的规制策略

高质量发展是以满足人民日益增长的美好生活需要为目的，以解决发展不平衡不充分问题为路径的创新、协调、绿色、开放、共享的发展。由于互联网平台的数据垄断带来的经济影响是弊大于利的，平台经济的高质量发展需要政府对互联网平台的数据垄断进行规制，可采取的策略主要分为以下三个方面：

第一，完善数据权利体系，培育数据要素市场。虽然我国在监管互联网平台一般性垄断方面，已形成较完善的法律法规体系，但仍缺乏专门针对互联网平台的特殊但广泛采用的垄断形式“数据垄断”，以及针对数据要素的权利归属关系等作出明确界定的规章制度。为了

^① 列宁.列宁全集 帝国主义是资本主义的最高阶段[M].北京:人民出版社,2017:593.

遏制大型互联网平台通过数据垄断滥用数据、泄露用户隐私等行为，需要通过立法加以明确的数据权利体系包括数据的所有权、使用权、收益权、处置权等具体权利的主体配置的优先级别和适用范围。在此基础上，加快培育统一的数据要素市场，建立数据安全、权利保护、跨境传输管理、交易流通、开放共享、安全认证等基础制度和标准规范，深入开展数据资源调查，推动数据资源开发利用。

第二，规范数据收集的同意条款和具体范围。互联网平台对用户数据的过度收集是形成数据垄断的直接原因。我国的《个人信息保护法》对数据收集的“明示同意”等已有明确的规定，例如，规定“个人信息处理者在处理个人信息前，应当以显著方式、清晰易懂的语言真实、准确、完整地”向个人信息提供者告知“个人信息的处理目的、处理方式，处理的个人信息种类、保存期限”等事项。但是，平台往往会在“明示同意”之外附加极为隐蔽和复杂的“暗箱条款”，这种不易察觉的同意条款有待相关法律法规加以明令禁止。此外，我国大多数互联网平台采取的是基本服务免费、增值服务收费的商业模式，为了提供更有针对性的服务方案，增强用户的黏性，平台常常将数据收集与数据产品或服务提供进行捆绑销售，这种不正当的数据竞争行为也需要相关部门加以法律规制。

第三，构建数据利用与信息保护的平衡机制。构建这一平衡机制的出发点是避免互联网平台将用户数据作为私有财产牟取垄断利润，同时，赋予平台对数据适度开发和利用的权利，充分发挥数据作为生产要素在数字经济时代的关键作用，推动数据的价值化。首先，数据利用与信息保护的平衡机制的构建应在遵循法律法规相关要求的基础上，注重数据价值化、个人信息保护与公共利益维护三者的和谐统一，而不是走向绝对数据保护或不受限数据开发的两种极端。其次，不能以互联网平台数据垄断个案作为数据挖掘开发与个人信息保护之间的平衡机制的构建的依据，而应进行成本收益的科学研判，将之作为数据垄断规制框架的基础。最后，用户对隐私的界定和态度是多样的，数据利用与信息保护的平衡机制的构建应尊重平台用户的个人意愿，采取弹性原则，坚守不侵犯他人数据隐私的底线。

七、结 论

平台经济是数字经济时代的代表性业态模式，其循环和周转过程中的关键主体是互联网平台。互联网平台对数字技术的深度挖掘、开发和应用，使得数据的产生、收集和处理呈现指数型加速，数据要素已成为互联网平台追逐利润的核心战略资产。从“数据”被我国中央文件纳入生产要素范围并且允许按贡献参与分配之后，互联网平台之间以数据生产要素为媒介的数据竞争获得了越来越多的关注。

文章基于马克思主义竞争与垄断理论，以互联网平台为研究对象，分析了互联网平台数据竞争的内在机理，数据竞争向数据垄断的形成过程，数据垄断的表现形式以及经济影响，最终探讨了政府针对互联网平台的数据垄断可以采取的规制策略。

文章研究发现，数据已成为平台经济发展的关键生产要素，能够通过三种机制在互联网

平台获取“虚拟空间租金”的过程中发挥助推作用。数据竞争推动了数据的价值化,为向数据垄断的过渡奠定了基础。当某一市场中的少数互联网平台通过数据竞争将市场份额扩张到一定程度时,一方面,其他中小互联网平台难以进入该市场,另一方面,这些大平台会在价格制定上达成协议,从而使得超额利润不参与利润平均化过程,而是被这些大平台所瓜分。这是互联网平台由数据竞争走向数据垄断的过程。此外,大型互联网平台为了巩固自身的数据垄断地位,还会采取“平台包络策略”占有新的目标市场。

抽象人类劳动是价值的唯一源泉,数据产生于非生产性劳动,因而不能直接生产出价值和剩余价值,不是互联网平台数据垄断利润的来源。剩余价值的分配不同于剩余价值的创造,在互联网平台的数据竞争过程中,平台提供的数据作出了较大的贡献,平台要求从入驻商家所售商品包含的剩余价值中分得较多的份额。具体方式是,大型互联网平台凭借其数据垄断势力,通过出租“平台虚拟空间”获取“数据租金”,包括“绝对数据租金”和“级差数据租金”。同时,由于我国尚未形成统一规范的数据要素市场,大型互联网平台在数据垄断过程中更多实施的是基于数据的间接性垄断,主要表现为数字化的卡特尔、数据资产的滥用、不平等的交易行为、对初创企业的扼杀型并购等四种形式。

大型互联网平台的数据垄断助推资本的运动逻辑经数字技术赋能后,以数据逻辑、平台运行逻辑的形式渗透平台经济的方方面面,带来正负两方面的经济影响。数据垄断的正面影响在于助推互联网平台通过数字技术创新,研发满足社会需求的数据产品和服务,实现资源整合。然而,数据垄断带来的负面影响远大于其正面影响,一方面,互联网平台凭借数据垄断攫取的垄断利润是对平台入驻商家和使用平台的消费者的部分福利的侵占,另一方面,互联网平台的数据垄断本质上是对用户数据产权的默认式侵占。针对数据产权的归属问题,较为恰当的原则是在竞争的条件下形成由多元主体按贡献大小共同支配数据的产权格局。

由于互联网平台的数据垄断带来的经济影响是弊大于利的,平台经济的高质量发展需要政府对互联网平台的数据垄断进行规制,可以采取的策略主要有三个方面:一是完善数据产权立法,明确数据权利体系,培育统一的数据要素市场;二是规范数据收集的同意条款和具体范围,对不易察觉的“暗箱条款”加以明令禁止,对不正当的数据竞争行为加以法律规制;三是构建数据利用与信息保护的平衡机制,在避免互联网平台将数据作为私有财产牟取垄断利润的同时,赋予平台对数据适度开发和利用的权利,充分发挥数据作为生产要素在数字经济时代的关键作用,推动数据的价值化,促进平台经济的高质量发展。

参考文献

- [1] 曹阳.数据视野下的互联网平台市场支配地位认定与规制[J].电子知识产权,2018(10):89-97.
- [2] 陈享光,张志强.2021 年我国宏观经济问题研究新进展[J].当代经济管理,2022,44(12):1-8.
- [3] 成保良,杨志,邱海平.《资本论》的范畴和原理——问题解答[M].北京:经济科学出版社,2000.
- [4] 封思贤,杨靖.数字人民币防范互联网平台数据垄断风险的作用机理[J].改革,2021(12):69-80.

- [5] 韩文龙,王凯军.平台经济中数据控制与垄断问题的政治经济学分析[J].当代经济研究,2021(07):5-15+2+113.
- [6] 黎业明.从价格到质量:数字经济时代反垄断法中消费者福利标准内涵的演变[J].西北民族大学学报(哲学社会科学版),2022(03):79-88.
- [7] 李勇坚.互联网平台数据垄断:理论分歧、治理实践及政策建议[J].人民论坛·学术前沿,2021(21):56-66.
- [8] 李直,吴越.数据要素市场培育与数字经济发展——基于政治经济学的视角[J].学术研究,2021(07):114-120.
- [9] 列宁.列宁全集 帝国主义是资本主义的最高阶段[M].北京:人民出版社,2017:575-688.
- [10] 林光彬,徐振江.互联网平台“虚拟空间”地租理论研究[J].中国高校社会科学,2022(01):83-90+159.
- [11] 刘皓琰.马克思企业竞争理论与数字经济时代的企业竞争[J].马克思主义研究,2021(10):83-92.
- [12] 刘继峰.我国互联网平台反垄断制度的立法模式选择[J].价格理论与实践,2021(01):53-59.
- [13] 刘云.互联网平台反垄断的国际趋势及中国应对[J].政法论坛,2020,38(06):92-101.
- [14] 马克思.资本论第一卷[M].北京:人民出版社,2018.
- [15] 毛里齐奥·拉扎托著,高燕译.非物质劳动(上)[J].国外理论动态,2005(03):41-44.
- [16] 孟捷,龚剑,向悦文.马克思主义竞争理论的发展研究[J].经济学家,2012(10):5-12.
- [17] 佩蕾丝著,田方萌等译.技术革命与金融资本:泡沫与黄金时代的动力学[M].北京:中国人民大学出版社,2007.
- [18] 石先梅.互联网平台企业垄断形成机理:从数据竞争到数据租金[J].管理学报,2021,34(06):1-12.
- [19] 市场监管总局.国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南[EB/OL].中国政府网,(2021-02-07)[2022-12-22]http://www.gov.cn/xinwen/2021-02/07/content_5585758.htm
- [20] 宋建波,荆家琪.互联网平台企业的垄断问题及反垄断规制[J].财会月刊,2021(03):135-139.
- [21] 苏治,荆文君,孙宝文.分层式垄断竞争:互联网行业市场结构特征研究——基于互联网平台类企业的分析[J].管理世界,2018,34(04):80-100+187-188.
- [22] 王磊.加快推进互联网平台竞争监管现代化[J].宏观经济管理,2020(11):63-71.
- [23] 王先林,方翔.平台经济领域反垄断的趋势、挑战与应对[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2021(02):87-97.
- [24] 吴汉洪.互联网经济的理论与反垄断政策探讨[J].财经问题研究,2018(09):3-18.
- [25] 谢富胜,江楠,吴越.数字平台收入的来源与获取机制——基于马克思主义流通理论的分析[J].经济学家,2022(01):16-25.
- [26] 谢富胜,吴越,王生升.平台经济全球化的政治经济学分析[J].中国社会科学,2019(12):62-81+200.
- [27] 新华社.中共中央 国务院 关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见[EB/OL].中国政府网,(2020-04-09)[2022-12-22]http://www.gov.cn/zhengce/2020-04/09/content_5500622.htm
- [28] 新华社.中共中央 国务院 关于加快建设全国统一大市场的意见[EB/OL].中国政府网,(2022-04-10)[2022-12-22]http://www.gov.cn/zhengce/2022-04/10/content_5684385.htm

- [29] 许恒,张一林,曹雨佳.数字经济、技术溢出与动态竞合政策[J].管理世界,2020,36(11):63-84.
- [30] 尹振涛,陈媛先,徐建军.平台经济的典型特征、垄断分析与反垄断监管[J].南开管理评论,2022,25(03):213-226.
- [31] 张志安,冉桢.中国互联网平台治理:路径、效果与特征[J].新闻与写作,2022(05):57-69.
- [32] 赵峰,段雨晨.马克思的竞争理论及其现代意义[J].经济学家,2019(03):26-34.
- [33] 中国信息通信研究院.中国数字经济发展白皮书(2020年)[R].北京:中国信息通信研究院,2020.
- [34] 周文,韩文龙.平台经济发展再审视:垄断与数字税新挑战[J].中国社会科学,2021(03):103-118+206.
- [35] Daniele C., Jorge P. Harnessing Platform Envelopment in the Digital World[J]. Journal of Competition Law & Economics, 2020, 16(2):143-187.
- [36] Janet Hui Xue. Delegitimising Data Subjects' Economic Interests During Automatic Propertisation of Their Data: A Comparative Study of Data Protection on Social Media Platforms in the UK and China[J]. Global Media and China, 2022, 7(2):151-168.
- [37] Krämer J. Personal Data Portability In The Platform Economy: Economic Implications And Policy Recommendations[J]. Journal of Competition Law & Economics, 2021, 17(2):263-308.
- [38] Rigi J., Prey R. Value, Rent, and the Political Economy of Social Media[J]. The Information Society,2015,31(5):392-406.
- [39] Srnicek N. Platform Capitalism[M]. Cambridge, UK: Polity, 2017.
- [40] Terranova T. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy[J]. Social Text, 2000, 18(2):33-58.

Data Competition and Data Monopoly of the Internet Platform in the Era of Digital Economy

Qu Tingting

Summary: Platform economy is one of the representative business modes in the era of digital economy, and the key subject in its cycle and turnover process is Internet platform. The in-depth mining, development and application of digital technology by Internet platforms accelerates the generation, collection and processing of data exponentially. Data production factors have become the core strategic assets for Internet platforms to pursue profits. Data competition among Internet platforms has gained more and more attention since "data" was included as a factor of production in central documents and allowed to participate in distribution by contribution. Based on the

Marxist theory of competition and monopoly, taking the Internet platform as the research object, the paper analyzes the internal mechanism of data competition of Internet platforms, the formation process of data competition to data monopoly, the forms and economic impacts of data monopoly, and finally discusses the regulatory strategies that the government can adopt for the data monopoly of Internet platforms, so as to give full play to the key role of data as a factor of production in the era of digital economy, promote the value of data, and boost the high-quality development of platform economy.

Keywords: Digital Economy; Internet Platform; Data Competition; Data Monopoly; Marxist Theory of Competition and Monopoly