

理论热点

强化平台经济反垄断的经济学思考

崔友平

当前,我国平台经济发展正处在关键时期,如何加强平台经济领域反垄断监管备受关注。

前不久召开的中共中央政治局会议强调,“要加强和改进平台经济监管,促进公平竞争”。中央财经委员会第九次会议明确指出,“坚持发展和规范并重,把握平台经济发展规律,建立健全平台经济治理体系,明确规则,划清底线,加强监管,规范秩序,更好统筹发展和安全、国内和国际,促进公平竞争,反对垄断,防止资本无序扩张”。去年底召开的中央经济工作会议将“强化反垄断和防止资本无序扩张”作为2021年要抓好的重点任务之一,要求健全数字规则,完善平台企业垄断认定等方面的法律规范,加强規制,提升监管能力,坚决反对垄断行为。

一般来说,平台经济指的是采用互联网信息技术手段搭建虚拟或真实的交易场所,促成双方或多方供需交易并从中获取利润的新的经济模式。近年来,由于互联网技术的高速发展导致全球产业组织发生深刻变革,而平台作为新的组织形式,逐渐被应用于商业各个领域,平台经济也由此兴起。相对于传统经济而言,平台经济在降低交易成本、扩大市场规模、提高经济效益、深化社会分工、培育经济发展新动能等方面能够发挥积极作用。但也要看到,当平台企业对市场份额和数据形成垄断后,继续提升产品服务质量不仅无法提升盈利水平,反而会增加运营成本,并对市场竞争、消费者福利、创新创业等构成威胁,甚至会导致金融风险的增大。

从国际上看,发达国家也高度关注互联网平台市场公平竞争问题,重点聚焦平台规则透明度、数据集中及其影响、算法操纵与算法合谋、平台市场势力延伸等问题。在我国,根据《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反

垄断指南》,要切实按照保护市场公平竞争、依法科学高效监管、激发创新创造活力、维护各方合法利益的原则,加强平台经济领域反垄断监管。

面对强化平台经济领域反垄断这一热门话题,从经济学角度进行深入思考,有助于探索和创新监管的有效路径。

平台经济产生垄断的原因

为什么有的平台企业会逐步走向垄断并持续保持垄断?分析起来,大致与以下几方面有关。

其一,与数字经济时代的新型经营模式有关。在数字经济时代,云计算、大数据、物联网、移动互联网等数字技术大大降低了数字产品的搜寻、生产、运输、跟踪和识别等交易成本,极大拓展了市场的边界,以传统企业的方式来组织供给的必要性大幅下降,平台甚至可以通过个体连接的方式来实现市场交易,从而出现了新型经营模式,容易形成企业对市场的垄断。

其二,与网络外部性与规模经济有关。平台经济最显著的特点之一就是网络外部性,即市场中的网络节点越多,市场给参与者创造的价值越高。但网络的建立具有明显的门槛效应,初期搭建平台基础设施的成本非常高,而一旦进入目标市场,其边际成本近乎于零,领先的企业能够依赖用户数量带来的超额收益分摊前期成本,不断巩固市场优势,产生规模效应,并会走向垄断。平台规模经济产生于两个方面:一方面是连接扩大效应。若每个新的连接都增加了价值,那么较大的网络将比小的网络享有更大的规模回报,平台经营者为了摊薄前期成本,具有不断拓展网络的倾向。另一方面是为了降低摩擦成本。在普遍的信息不对称情形下,契约纠纷时常产生,此

时就会出现解决争端的协商成本,平台企业可以利用其市场主宰地位高效解决争端,使买卖双方因忌惮付出信用、经济等方面的代价而选择尊重平台制定的规则。平台的市场占有率越高,用户黏性就越高,解决摩擦的成本就越低。

其三,与数据、流量、算法的垄断强化有关。进一步看,平台企业在形成垄断后能够长时间维持垄断,主要基于以下几个方面:一是数据垄断。平台企业收集了大量用户数据,对用户的行为进行跟踪画像,再进行有针对性的促销、优惠和广告投放,不断创造新的利润和数据。二是流量垄断。平台企业利用网络优势持续汇集用户所需信息,进而垄断用户流量,而流量优势又可以通过平台业务延伸、衍生的方式,进行多维度扩张,不断巩固其流量优势。三是算法垄断。这是平台垄断的一个独有特征,就是通过对本企业业务特殊照顾或对竞争对手业务的隐形打压来实现“自我优待”。比较典型的是,在检索平台领域具有支配地位的经营者,在检索排序过程中对自身商品或服务使用“优待性”的算法或规则。

平台经济反垄断的难点

云计算、大数据、物联网、移动互联网等数字技术的广泛应用,造成了平台企业边界的不断扩大,不断演进的网络效应和多边互动的市场结构对目前的反垄断理念与技术造成挑战,也使平台经济领域反垄断面临一些困难。

所处市场范围的界定划分不明确。就经济学实质而言,竞争意味着一个企业的存在对另外一个企业的利润空间形成挤压。值得注意的是,在数字技术的作用下,传统企业边界受到挤压,平台企业边界不断扩大,这说明除了平台与平台之间的竞争外,新兴的平台企业

和非平台类传统企业之间也存在着市场竞争关系,在反垄断实践中不应忽视这个方面。另外,平台企业的跨界经营也是值得重视的问题。数据作为一种虚拟资源,与实物资源不同,其通用性更强,平台企业在积累大量数据后,通常会出现规模扩大、跨界经营,这意味着其所处市场范围的扩大。与此同时,互联网平台各产品之间的功能界限愈发模糊,许多看似不同领域的产品随着技术创新可以逐渐相互替代,客观上也提高了竞争商品的认定难度。因此,对于平台企业市场范围的界定,需要用更加宏观的视野来审视。

传统的价格分析方法难有效。在传统的反垄断执法中,对准确识别倾销行为格外重视,并逐步发展出多种方法相互印证的模式,既有定性的分析方法,也有定量的测试。但在实践中,原来看似比较精确的度量方法在平台经济反垄断中面临着不再适用的问题。由于平台企业普遍采取交叉补贴的定价结构,造成某些时刻消费者付出的价格为零,无法继续运用传统的价格分析方法来分析垄断行为。

平台兼并行为的认定难度大。平台企业取得垄断地位后,会通过模仿创业企业的业务或者收购初创企业来压制创业者,消除未来的竞争者。对于收购的反垄断调查取证面临诸多问题:比如,被大型公司收购也可能是初创公司的退出策略,盲目抵制兼并可能会损害初创企业的利益;被收购企业持有的特定数据资源和创新服务模式无法进行定价,监管部门难以以收购价格明显小于公允价格的缘由要求停止收购;等等。

此外,如何平衡反垄断与创新之间的关系也不好把握。相比于传统反垄断而言,思考平台经济反垄断问题时更应该重视垄断与创新的关系,即在反垄

断的同时不能压抑创新。

强化平台经济反垄断的建议

对于平台经济,既应支持其发展有利于方便群众生活的积极的一面,又要创新监管理念和方式,落实和完善包容审慎监管要求,着力营造公平竞争市场环境,实现互联网市场上开放型生态竞争系统的稳定运行。

重视动态行为监管。平台寡头的形成可能是基于网络效应等带来的效率优势。因此,对这些平台的监管,不能仅考虑其市场垄断地位,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。应进一步完善平台企业垄断认定方面的法律规范,将利用算法实施价格共谋、滥用市场支配地位等行为纳入反垄断规制范围。但是,在使用拆分等监管方式时需慎重。

强化金融领域监管。金融是特许经营行业,必须对金融领域平台企业进行更为严格的反垄断监管。应结合宏观审慎监管和功能监管措施,通过接入征信系统等多种手段控制共债风险。同时,

依法依规加强互联网平台经济监管,明确平台企业定位和监管规则,完善垄断认定法律规范,打击垄断和不正当竞争行为。

——摘自《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

国家支持平台企业创新发展、增强国际竞争力,同时要依法依规规范,健全数字规则。强化反垄断和防止资本无序扩张,坚决维护公平竞争市场环境。

——摘自2021年《政府工作报告》

加快数字化发展的四个维度

“十四五”规划和2035年远景目标纲要对“建设数字中国”作出了重要部署。结合近年来各地发力数字化建设的成功经验和现存问题,可考虑从以下四个维度下功夫,进一步加快数字化发展。

在推动数字产业化和推进产业数字化转型上下功夫。近年来,一些地方已培育了不少数字经济龙头企业,在消费互联网和工业互联网领域体现出突出优势,但在核心技术的突破、前沿技术领域的创新与发展、高端制造产业的升级等方面,尚有一些短板需要补齐。因此,应进一步促进数字技术与实体经济的深度融合,加快推动数字化产业化,推进产业数字化转型。在催生新兴产业新业态新模式的同时,要通过优化市场环境、强化政策引导等,帮助传统产业完成数字化转型。在赋能传统产业转型升级的过程中,可通过搭建数字化转型共性支撑平台、提供发展模式参考等,为企业提供一定支持。

在构筑全民畅享的数字生活和提升政务服务数字化水平上下功夫。适应数字技术全面融入社会交往和日常生活新趋势,构筑全民畅享的数字生活,既要聚焦智慧医疗、教育、养老等领域,也要推动日常消费、交通出行等各类场景数字化,加强虚拟现实、区块链等关键技术的研究与产品开发。目前,数字技术正广泛应用于政府管理服务,在提高决策科学性和服务效率等方面发挥了重要作用。但是,在政务服务数字化建设中尚存在一些问题与不足。为此,应进一步健全法律法规,加大执法监管力度;及时梳理现有资源,适当整合功能重叠度较高的平台;聚合不同层级间的基础数据,鼓励跨部门、跨区域间的合作,实现不同层次、部门之间基础数据的共享。总之,要通过政务服务数字化水平的提升,打造安全便捷、全民畅享的智慧生活。

在加快推进数字乡村建设和加快发展智慧农业上下功夫。作为建设数字中国、缩小城乡数字鸿沟的重要内容,乡村建设数字化无疑是对智慧城市建设的必要补充。重中之重是通过数字赋能,助力乡村振兴,实现农业农村现代化。各地应立足实际,把相关新技术、新模式、新产品等运用在乡村建设和发展中,

加快发展智慧农业,推进农业生产经营和管理服务数字化改造,从技术提升、强化特色等方面推动数字乡村建设。一方面,可依托地方高校的特色学科和人才优势,将学术成果应用在实践中,强化农产品的质量安全和追溯,帮助农民解决生产管理中的问题。另一方面,可运用物联网、大数据、云计算、区块链、人工智能等技术,推动乡村产业结构的升级和组织管理水平的提高。应在搞好农村基础设施建设的同时,完善农产品产业链数据平台的建设;孕育一批特色品牌,加速农产品的品牌升级;构建农产品网络销售体系,加快农村电子商务发展;推进休闲农业、乡村旅游、农村电商融合发展,形成新的乡村经济增长点。同时,还要通过激励政策吸引优秀人才、青年劳动力返乡,通过组织职业培训帮助农民掌握种植等方面的基础知识、提升专业技能,以数字经济改造农业产业服务体系,提升农业产业化服务能力。

在创建良好数字生态和营造规范有序的发展环境上下功夫。随着数字经济的不断发展,人工智能、大数据等信息技术迭代升级,传统和新兴行业都迎来快速发展机遇,但同时也遇到了一些新问题和新挑战,如个人信息泄露、知识产权纠纷等,对市场监管、制度完善、政策法规体系的构建等都提出了更高的要求。要坚持放管并重,促进发展与规范管理相统一,多措并举创建良好的数字生态;统筹数据开发利用、隐私保护和公共安全,培育规范的数据交易平台和市场主体,加强涉及国家利益、商业秘密、个人隐私的数据保护;构建与数字经济发展相适应的政策法规体系,健全平台经济监管规范,依法依规加强互联网平台经济监管,打击垄断和不正当竞争行为;建立健全关键信息基础设施保护体系,加强网络安全基础设施建设。同时,还应通过加强网络安全宣传教育和人才培养等,提升数字素养、汇聚人才要素资源,为数字化发展提供多层次支撑和保障。

(作者单位:浙江省中国特色社会主义理论体系研究中心浙江工业大学研究基地)

本版编辑 赵登华

有效促进消费持续增长

陈安娜

从今年前几个月的统计数据看,我国内需恢复在稳步推进,消费增长保持扩张态势,但仍未恢复到疫情前水平。把“十四五”规划和2035年远景目标纲要对“全面促进消费”的要求和部署落到实处,进一步提高消费对经济增长的贡献率,需深入分析目前有哪些制约消费的突出因素,并以此为着眼点对症施策,统筹考虑短期措施和长期措施,从而有效促进消费的持续增长。

国内消费的特征与趋势

当前,我国居民消费总体处于恢复之中,但还未恢复到疫情前的良好态势。在需求侧方面,零售业呈现出较好态势,特别是疫情期间催生出的线上经济,拉动了零售业消费的整体增长,但餐饮业、线下实体店、酒店住房、交通运输业等领域,还都处于逐步复苏中。而且,第三产业中不同行业、不同领域存在消费不均衡现象。

总体来看,当前消费的回升虽然面临挑战和不确定因素的影响,但仍然具有较稳健的经济基础。未来消费总体将保持稳步回升、持续升级的趋势。随着全球疫情防控形势的逐步好转,我们加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,稳步实施培育完整内需体系的一系列举措,国内消费市场的整体回升还有很大潜力,消费对经济增长的贡献率有望进一步提高。

制约消费的主要因素

从现实情况看,除了受全球疫情形势及国际经济持续下行的影响之外,目

前制约国内消费比较突出的因素还包括以下几个方面:

国内消费需求转型升级,有效供给不足。当前居民消费需求已从“有没有”向“好不好”升级,品质型消费逐渐取代温饱型消费,成为人民群众美好生活需要的重要内容。需求侧的转型升级对供给侧提出了更高要求,但在一些领域依然存在因优质供给不足而抑制居民消费意愿、制约消费升级的现象,有效供给仍显不足的问题亟待解决。

居民可支配收入水平较低,制约了消费进一步扩大。收入是消费的基础,消费取决于收入的增长,居民可支配收入是影响居民消费的最主要因素。虽然我国人均GDP已经突破1万美元,但人均可支配收入依然较低,在一定程度上影响了居民消费的购买力。

新型消费存在乱象,影响了消费意愿。线上购物、直播带货等顺应了疫情防控的需要和居民的消费需求,已经成为很多人的新消费方式。但是,在发展过程中也出现了一些关系消费者切身利益的问题,如个人信息安全问题、金融风险问题、消费陷阱问题等,给消费者带来困扰,造成损失,并使消费者的消费意愿受挫。

今年稳定和扩大消费的着力点

今年的《政府工作报告》对“稳定和扩大消费”作出了一系列部署,瞄准这些着力点,当前应重点做好以下工作。

加快推进电商、快递进农村,进一步扩大县乡消费。一是应借助近年来快速发展成熟的创新型社交电商平台,平

将各类农产品与消费者需求更迅捷、更便利地链接起来。同时,要延伸产业链,大力发展农产品加工业;贯通供应链,完善农产品流通设施;提升价值链,发展新兴产业新业态。二是应进一步完善升级乡村物流和互联网等基础设施。加快建设农村现代物流体系,包括建设道路、配送中心等流通设施,打造智慧供应链,加快互联网技术赋能农业生产销售,推动建设农村供应链信息平台。三是应解决好快递物流堵在“最后一公里”的问题。通过设立电子商务服务站等打通物流瓶颈。四是应建立工业品和网货下乡物流仓储中心,分段分块负责下乡工业品和网货物流服务。

积极拓展健康、文化、旅游、体育等服务消费领域。要促进这些领域的服务消费,就要引导人们增强健康意识、加强体育锻炼,激发人们对文化和旅游的兴趣和爱好;就要推进健康、文化、旅游、体育消费持续提质扩容,进一步完善相关领域的消费设施,优化消费环境,提供更为丰富和多元的消费产品和服务,健全相关消费政策,维护消费者的合法权益,提升消费体验;就要落实惠民政策,增加居民可支配收入,加快相关领域的改革,最大限度地减少居民进行消费的后顾之忧,提升居民的消费热情。

大力推进内外贸产品同线同标准同质。只有让国内外市场的产品标准相同、质量相同,才能让适销对路的出口产品开拓国内市场,促进国内消费。为此,要鼓励和支持相关企业生产同线同标准同质产品;要发挥行业组织管理和服务作用,加快完善公共信息服务平台,完善企业和产品信息公示、对接各商务平台、公众查询等功能,让更多的出口企业为社会提供各类同线同标准同质产品;还要开展产品宣传推广活动,帮助出口企业搭建内销宣传推广平台,精准对接消费需求,积极拓展国内市场,用高质量的产品和服务吸引国内消费者买单。

有效引导平台企业合理降低商户服务费。相关部门可采用相应的方式方法,通过支持平台企业寻找和发展新的经济增长点等,鼓励和引导平台企业合理降低商户服务费。同时,还应加大监管力度,出台相关措施及制定收费标准,对进行不合理收费的平

深入实施扩大内需战略,增强消费对经济发展的基础性作用和投资对优化供给结构的关键性作用,建设消费和投资需求旺盛的强大国内市场。

——摘自《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

坚持扩大内需这个战略基点,充分挖掘国内市场潜力。紧紧围绕改善民生拓展需求,促进消费与投资有效结合,实现供需更高水平动态平衡。

——摘自2021年《政府工作报告》