# 科技发展研究

第 4 期

（总第 577 期）

上海科技发展研究中心　　2020 年 8 月 4 日

**编者按：**2019 年 7 月，美国芝加哥大学斯蒂格勒研究中心发布了《数字平台市场结构和反垄断》报告（以下简称“《报告》”），旨在识别数字平台对美国经济社会发展带来的新挑战，并探索一系列解决该挑战的路径。本期简报基于上海市软科学研究基地——产业创新生态系统研究中心（同济大学）的研究成果，对该报告内容进行梳理分析，供参阅。

## 应对数字市场垄断效应　提升数字行业治理能力

### ——美国《数字平台市场结构和反垄断》报告解读

《报告》指出，近年来，一些数字公司已经能够获得重要的市场地位并逐步巩固。许多具有创新性的互联网数字市场，如搜索引擎、社交网络、网络操作系统、电子商务和共享乘车等，都呈现出高度集中的特征。这些市场长期以来一直由一家或几家公司主导，缺乏竞争对手的进入。数字技术引发了经济社会发展的变革，但也引发了公众对少数公司具有控制和影响数十亿人生命的力量的担忧。未来，规范龙头企业和关键平台的竞争行为，防止市场垄断的形成，是保证全球

数字平台市场健康发展的关键。

## 一、数字平台的市场结构特征与负面效应

过去十年全球市场中最具决定性的因素就是以谷歌、脸书、亚马逊、苹果等为代表的数字平台的兴起。目前，数字平台还缺乏统一的界定，不同的公司在不同环境下会被界定为平台。但典型的数字平台引起了各界的关注，主要集中在这些公司所享有的控制力是如何影响其所处市场的。由于这些公司控制着市场中高质量的数据，新企业难以进入数字市场。风投机构也不愿意投资数字市场的初创企业，但会投资为数字巨头解决技术问题且可能被收购的企业。造成这种现状的原因除了消费者个人行为习惯、政策等影响因素之外，最大的原因来自于数字平台市场本身的结构特征。

**一是市场更容易倾斜和高度集中。**数字平台所表现出极强的网络效应、规模经济、范围经济，以及数据的边际成本接近于零，且分布成本大大低于实体公司。这些特征的结合使得数字市场容易导致在位企业高度集中。由于固定成本在数字市场中发挥着重要作用，因此这些平台企业容易形成巨大的规模收益。同时，网络效应加强了大型现有企业的市场支配地位，并削弱了新进入者的市场竞争力。在市场倾斜之后，潜在竞争对手只能通过重大创新与在位企业抗衡。然而如果现有平台能够利用其强大的市场地位来排除潜在的市场进入者，竞争者则不可能进入市场。

**二是规模收益不断提高。**数字市场主要交换信息商品和服务。通常信息产品生产需要固定成本且没有或几乎没有可变成本，当为额外用户提供服务时，成本不会成比例地增加。如谷歌为 1 亿用户更新 Google 日历，其固定费用与此类用户中只有一小部分相差无几。信息服务可以在没有成本或成本最低的情况下传送到任何地理位置。以

低成本实现大规模服务的能力改变了业务增长的性质。Facebook 从创建之初的百万用户（2004 年）到超过 3.5 亿用户（2009 年），只用了五年时间。增加规模收益可以促进企业投资固定成本，以便提供吸引客户的最佳产品。规模收益的增加为市场进入创造了障碍。一个潜在的进入者，如果预见了自己不能在较小规模时盈利，就不会进入市场来挑战现任者。

**三是范围经济和网络效应显著。**在数字市场中规模提供了额外的优势。企业可以将机器学习应用于所拥有的大数据，以改进其产品并将其活动扩展到新领域，还可以利用机器学习的结果，以更高质量的产品进入相邻市场。这创造了一种动态规模经济形式，允许拥有大量数据的大公司可以以更低的成本提高产品质量。机器学习和数据分析技术的发展是规模和范围回报增加的源泉，可以促进数字市场的集中。同时，数字市场还具有积极的网络效应，其中消费者利益随着用户数量的增加而增长。最简单的网络效应直接来自与其他用户的交互（如 eBay 或 Venmo），网络上的用户越多，用户的体验就越丰富。这种具有强网络效应的市场结构很可能形成寡头垄断。

**四是低边际、低分配成本，高全球影响力。**数字商品在扩展到其他用户时需要的边际成本很低，甚至为零，也不需要分销成本。实际上，互联网基础设施不足可能是许多数字平台的主要分销成本。同时，大量数字平台都具有全球影响力。那些专注于许可数字内容而非用户生成内容的人必须在新的司法管辖区内协商许可和其他法律问题。尽管以多种语言接触消费者是全球扩张的另一个成本，就像处理当地交通法规一样。但是，扩张的总成本通常仍然低于传统的实体企业。

数字市场结构的特征将会增加在位企业的市场力，提高市场进入壁垒。这些驱动力使得在位企业的市场力量在数字市场中具有可持续

性和破坏性。其**负面效应主要体现在以下几方面:（1）增加竞争者进入成本和效益障碍。**网络效应和规模经济是企业进入数字市场的主要障碍。与竞争对手相比，数据优势使得在位企业实现关键规模经济的良性循环，从而产生网络效应，增强其竞争优势。**（2）损害创新。**由于现有平台的进入障碍和排他性行为，新入企业最好的办法就是提供与垄断企业服务互补的产品。在高度垄断的数字市场中，缺乏能够激励创新的足够竞争，颠覆性的创新会大大减少。**（3）损害消费者利益。**数字平台结构性特征对消费者损害主要有降低质量、提高价格、降低隐私保护。另外，数字市场中很多服务是通过数据换取服务的方式进行，并不是通过支付金钱实现对价，平台很容易通过“质量调整价格”的方式损害消费者利益。

## 二、应对负面效应的建议与启示

和美国一样，我国数字平台市场同样具有高度集中的特征，在搜索引擎、社交网络平台和电子商务等几个领域都是被一家或者两家企业独占市场，新企业要进入市场同样面临障碍。但是数字经济建设的前提是数据能够自由流动，而数据自由流动和共享的前提是数据准入的开放。因此，未来无论是基于消费者个人数据的数字平台还是基于工业数据的数字平台的建设都需要促进数据准入和数据共享。立足于上海数字经济的建设，尤其是人工智能、智能汽车、以及大数据交易市场等发展，打破数字市场结构对数据准入的封锁尤为重要。为应对数字市场结构特征带来的负面效应，《报告》提出多方面应对建议，其中对上海乃至我国数字经济的发展具有一定的借鉴意义，主要有以下四个方面:

**一是强制兼容性。**网络外部性是市场进入的潜在障碍，早期电话产业也出现过类似问题。美国曾强制要求不同电话公司之间建立兼容

性。强制兼容性可以减少网络外部性和赢者通吃的市场特征。对待社交网络平台也应该这样，不仅应强制一个开放的系统，还应该强制建立一个通用的应用程序界面，保证兼容性，降低网络外部性，减少社交媒体赢者通吃的机会。

**二是构建更严格的反垄断框架。**（1）更改并购指南。数字平台在过去几年，收购了成百上千的公司，绝大多数都没有反垄断审查。应该更改并购审查的门槛，引用交易额或者其他标准，使管理者对数字平台和初创企业的交易进行审查，而不仅仅是营业额。如果交易涉及一个支配地位的企业，当局应该将举证责任转移，要求企业证明并购不会损害竞争。（2）加强反垄断法执法。传统的反垄断法无法应对多边市场的挑战。数字平台具有天然的区域垄断特征，需要引起反垄断执法部门的高度关注。

**三是降低平台企业的数据优势。**很多数字平台都是通过控制数据来提高他们的市场竞争力，更重要的是用来提高它们的政治影响力。美国公平贸易委员会（FTC）有权强制要求查看垄断企业的数据。美国国会应该赋予FTC相应权利，进入数字平台的内部，对平台是如何影响社会的机制进行内部研究。同时，允许独立研究者拥有适度的权限进入垄断企业数据。反观我国现阶段高度垄断的互联网产业，BAT几乎垄断了社交网络平台、线上购物以及搜索引擎。为保障市场的充分竞争，我国政府部门应制定相关政策促进垄断企业与中小企业间的数据共享，赋能中小企业的发展。

**四是建立有利于消费者的默认设置。**现在的“告知－同意”机制不能有效地保护消费者隐私。同时，自上而下的监管可能不够灵活。在这种情况下，可以选择有利于消费者的默认规则，按照大多数消费者想要的数据保护来设置默认原则。这个默认原则应该是一个设计良

好、经过科学研究的结果。同时，还应根据技术变化和教育程度的改善定期更新该默认原则。

**执　笔：曾彩霞、尤建新**

**编　辑：姚景怡**

责任编辑：汤天波　　编　辑：刘　琰　　联系电话：53300843　　传真：64315005

地　　址：淮海中路 1634 号 101 室　　邮政编码：200031　　电子邮件：fzzx@stcsm.gov.cn