平台竞争、三重垄断与金融融合[[1]](#footnote-1)

谢富胜 吴越

摘要：不同于传统产品生产型企业间竞争，平台竞争是基于用户、注意力、数据、算法等因素的赢家通吃式动态竞争和组织竞争。由此产生的平台企业垄断存在三个层次：特定相关市场上的横向垄断平台；纵向一体化和跨行业扩张的大型垄断性平台复合体；以特定基础平台为核心的层级嵌套式平台生态系统。大型平台复合体借助数字技术实现平台业务与金融业务的融合，加强了平台实施垄断行为、巩固垄断地位的动机。稳定且丰厚的金融利润支持平台复合体跨行业经营与大规模并购，与平台业务的垄断相互促进、相互巩固，造成了金融风险的扩大化、集中化和隐蔽化。平台经济治理不应只针对横向平台市场垄断进行规制，还应构建科学高效的监管与治理体系，约束平台跨行业市场势力和防止资本无序扩张，限制大型平台复合体对小平台的大举收购，遏止平台垄断和金融融合对竞争与创新、消费者权益与金融稳定性的综合损害。

关键词：平台经济 平台竞争 三重垄断 平台—金融复合体

**Platform Competition, Three Levels of Monopoly and Financial Convergence**

XIE Fusheng WU Yue

(Renmin University of China, Beijing, China)

**Abstract:** In Contrast to the traditional competition forms among manufacturing firms, platform competition is dynamic and organizational competition based on user base, users’ attention, data and algorithm. There exist three levels of monopoly which grow out of platform competition: 1. Horizontal monopoly on certain relevant markets; 2. Monopolistic platform conglomerate based on vertical integration and cross-sector expansion; 3. Hierarchically nested platform ecosystem centered around a very few fundamental platforms. On the other hand, platform conglomerates may leverage platform envelopment and data envelopment into financial services sector, achieve convergence of platform businesses and financial businesses by using digital technologies like big data and blockchain. Rich and stable financial profits support the cross-sector expansion and M&A activities of platform conglomerates. Financial services and platform services complement and reinforce each other, forming more entrenched monopoly position and power, as well as expanding, centralizing and concealing financial risks. Supervision and governance of platform economy sector should not be limited to antitrust prosecution and enforcement. The authority should also build scientific and comprehensive regulation systems specially designed for the new competition and monopoly forms in the platform economy. This should include regulative measures and arrangements to limit the cross-market power of platforms and stop platforms from expanding disorderly, restrain the massive M&A activities that big platform conglomerates do to smaller or innovative start-up platforms, and deter monopoly and financialized platforms from harming competition, innovation, consumer rights and financial stability.

**Keywords:** Platform Economy; Platform Competition; Three Levels of Monopoly; Platform-finance Conglomerate

一、引言

随着新一轮科技革命和产业变革加速推进，数字经济在经济社会发展全局中的地位和作用日益突显。2020年，我国数字经济增速达9%，在GDP中所占比重达38.6%，已成为国际竞争新优势的重要来源[[2]](#footnote-2)。其中，大型平台在数字经济运行与发展过程中起到关键作用。以大型平台为核心的平台经济利用大数据、云计算、人工智能等数字技术，畅通国民经济循环各环节和提高社会资源配置效率，推动技术和产业信息化、数字化、智能化，具有重要战略意义。但是，数字平台经济正越来越多地呈现集中化、垄断化趋势和资本无序扩张倾向，构成对公平竞争与创新发展的潜在损害、对消费者福利和隐私的侵蚀、对就业和劳动者保障体系的冲击以及对金融稳定性的威胁，亟需构建科学的监管与治理体系加以规范与引导。

目前，北美与欧洲各国主要基于双边市场经济学、新布兰代斯学派理论和互联网法学视角，构建平台经济领域的竞争规制分析。双边市场经济学基于产业组织理论经典分析框架和Tirole & Rochet（2003）的理论建模，将平台视为兼具企业和市场属性的中间组织形态，考察平台的价格结构、竞争策略和反垄断问题，探究双边平台经济中相关市场的界定、平台市场势力的测度以及双边消费者福利的权衡问题（Evans，2003；Filistrucchi et al，2013；Katz & Sallet，2018）。新布兰代斯学派试图突破半个世纪以来主导反垄断规制的芝加哥学派消费者福利主义和价格中心理论，复兴产业经济学的结构主义传统对于市场结构、竞争过程与企业结构性势力的关注，恢复掠夺性定价、纵向整合与捆绑搭售等策略在反垄断理论中的基础地位，并注重经济力量高度集中导致的政治结构问题（Khan，2017；Wu，2018；Stucke，2018；Cohen，2017）。互联网法学视角注重数字平台的模块化层级化特征导致少数关键平台对信息流的强大控制能力，以及对于接触广大消费者渠道的垄断，提出复兴“守门人（gatekeeper）”、“关键基础设施（essential facilities）”等概念，侧重对平台“守门人”地位与义务、“守门人”不正当自我优待行为及平台跨市场势力的规制（Farrell & Weiser，2003；Barzilai-Nahon，2008；Frischmann & Waller，2008）。

2020年10月，美国众议院司法委员会发布《数字市场竞争状况调查报告》，分析了在线搜索、电子商务、社交媒体等十类平台市场的行业特征、市场结构和进入壁垒。在此基础上，该报告对脸书、谷歌、亚马逊、苹果这四大平台巨头进行了业务拆分考察，详细归纳了它们如何采取自我优待、纵向整合、排他性行为、杀手型并购等方式巩固自身市场势力。该报告指出，每个大型平台都充当着一类关键分发渠道的守门人，通过控制市场准入维持各自的市场力量，并滥用其作为中介的影响力广泛拓展业务条线，进一步巩固和扩大其市场支配地位。[[3]](#footnote-3)在该报告和后续一系列研究调查的基础上，美国众议院于2021年6月发布《终止平台垄断法案》、《美国人民线上选择与创新法案》、《平台竞争与机会法案》、《通过服务可转换性促进兼容与竞争法案》和《收购兼并申请费现代化法案》等五项草案，做出了对平台经济垄断与不正当竞争问题的全面回应。该系列草案提议严格限制平台巨头的业务范围，即禁止多业务线经营；禁止通过操纵排序或利用第三方数据等方式，实施自我优待、捆绑搭售、限制访问或互操作、限制数据转移等歧视性行为；强化对合并交易的审查和举证责任从执法机构向并购方的转移；推动提高数据可携带性和互操作性以降低转换成本和进入壁垒。[[4]](#footnote-4)

欧洲作为缺少本土大型平台的主要数字市场之一，更为重视关键设施原则，强调平台守门人的义务以及对欧盟经济竞争力的影响。2020年12月，欧盟委员会发布《数字市场法》草案，指出某些提供广泛而常用数字服务和基础设施的核心大型平台，即守门人，运营着一个或多个接触消费者的重要渠道，对平台内部市场有重大影响。它们通常创建了围绕核心平台服务的企业生态系统集团，享有牢固而持久的市场地位。该法案还对守门人义务进行了详尽规定[[5]](#footnote-5)。2021年1月，德国联邦议会以《反限制竞争法》第十修正案形式通过《数字竞争法》，将数据垄断确认为市场势力的重要来源，认为提供数据属于一种必要的基础设施。该法案禁止在跨市场竞争中实施自我优待、捆绑搭售、拒绝交易等垄断行为，要求保证不同产品间互操作性以及数据可携带性[[6]](#footnote-6)。2018年以来，欧盟还连续发布《通用数据保护条例》、《欧洲数据战略》、《数字服务法》、《人工智能法》等法案提案和行动规划，力图为数字平台经济发展构建全面的竞争规则与政策体系。

我国亦高度重视平台经济领域的垄断与不公平竞争倾向，相关的立法和监管体系构建正在稳步推进过程之中。2017年新修《反不当竞争法》中增加的互联网专条和2019年起施行的《电子商务法》，均明确规定不得滥用市场支配地位，影响用户选择，排除、限制竞争。2020年12月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列为2021年八大工作重点之一，并指出反垄断、反不正当竞争，是完善社会主义市场经济体制、推动高质量发展的内在要求[[7]](#footnote-7)。2021年2月，国务院反垄断委员会发布《关于平台经济领域的反垄断指南》，明确应以替代分析为基本方法，结合实际情况界定平台的相关商品市场和相关地域市场；补充利用数据、算法、平台规则、技术手段等达成垄断协议的新形式；综合考虑基于交易金额、活跃用户数、使用时长等指标所衡量的平台市场份额和市场集中度，平台通过控制价格、流量和上下游关联市场等方式来控制相关市场的能力，以及平台内经营者在交易上对平台的依赖程度等因素，来认定平台的市场支配地位和平台的经营者集中行为；补充界定利用新技术手段的平台滥用市场支配地位行为[[8]](#footnote-8)。2021年3月召开的中央财经委员会进一步提出要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，健全完善规则制度，提升监管能力和水平，促进公平竞争，反对垄断，防止资本无序扩张[[9]](#footnote-9)。2021年10月29日，国家市场监督管理总局发布《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》、《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》，依据用户规模、业务种类、限制能力等对平台进行分级，并对不同级别平台的主体责任进行了规定，明确超大型平台应承担公平竞争示范、平等治理、开放生态、内部治理、风险评估、风险防控、促进创新等9项额外主体责任。[[10]](#footnote-10)

平台经济领域竞争政策的制定和监管治理体系的构建，需要综合平台经济发展普遍规律和我国平台经济特殊性的完整竞争理论体系的支撑。我国平台经济的生长环境、发展逻辑与所处阶段同欧美相比有较大差异，竞争政策和监管治理体系的目标也有自身特殊性。尤其重要的是，我国平台经济呈现强烈的跨行业扩张特性，大型数字平台企业往往在多个相邻互补行业内经营且享有市场优势地位，并深度涉足企业风险投资和消费金融等金融业务。目前传统产业经济学遵循SCP范式，从市场结构出发考察企业行为及其对福利与绩效的影响，推导出垄断的市场结构必将导致净福利损失和市场的扭曲，但其不再适用于双边市场情况。双边市场经济学从双边价格结构出发考察平台定价和竞争策略并进行动态化扩展，开创和发展了崭新的研究范式和一般化的分析框架，但较少关注近几年来超大型平台企业的形成以及它们的巨大影响能力。布兰代斯学派和互联网法学从近年来平台经济发展的具体实践出发，对大型平台的垄断影响和不正当竞争行为进行归纳总结，但欠缺统一连贯的系统理论架构，较难支撑对平台竞争策略真实原因和综合影响的全面解释和评估。此外，由于欧美的数字金融服务多由受监管的金融机构独立地或联合平台企业提供，上述理论都较少涉及大型平台违规金融扩张问题。这些理论与实际的不匹配，导致了欧美的相关竞争政策不能直接适用于我国。

为了深化对平台经济领域竞争理论与竞争政策构建的认知，需要在辨析地综合国内外各学科视角研究成果基础上，结合我国平台经济的发展特点，深入剖析当下平台经济的业务模式、发展逻辑、竞争策略、综合影响等一系列问题。近年来，国内学者已从双边市场经济学和互联网法学等分析范式出发，对平台经济竞争策略、市场势力与市场结构、经济影响和反垄断监管规制等方面，做了广泛的延伸研究和创新讨论（苏治等，2018；曲创、刘重阳，2016；李勇坚、夏长杰，2021；陈兵，2020；杨东，2018），为本文的研究提供了丰富的理论和经验基础。本文的进一步分析表明，平台竞争是基于用户、注意力、数据、算法等因素的赢家通吃式动态竞争和组织竞争。平台经济的垄断存在三个层次：特定相关市场上的横向垄断平台；纵向一体化和跨行业扩张的大型垄断性平台复合体；以特定基础平台为核心的层级嵌套式平台生态系统。我国还存在大型平台复合体切入金融领域，实现金融业务与平台业务垄断相互促进，进而形成垄断性平台—金融复合体的现象。平台经济领域的监管规制不应只针对横向平台市场的垄断，还应针对平台跨领域经营现象，采取特定措施约束平台资本的无序扩张，限制大型平台复合体对小平台的大举收购，遏止平台垄断和金融融合对竞争与创新、消费者权益与金融稳定性的综合损害。以下分为三个方面阐述：（1）平台经济竞争模式与垄断形成的内在逻辑和形态特征；（2）平台资本向金融业的渗透，如何形成了平台业务和金融业务相互融合巩固的平台—金融复合体垄断；（3）平台垄断和金融融合的综合影响及应对。

二、平台经济的竞争模式与三重垄断

相较于传统产品生产型企业间基于价格、规模、范围和品牌的静态产品竞争，平台经济领域的竞争是基于用户、注意力、数据和算法等因素的赢家通吃式动态竞争和组织竞争。在激烈竞争中生长起来的平台经济，存在三个递进的垄断层次。首先，由于需求、供给和企业行为逻辑三方面的特征，平台经济领域呈现天然横向垄断倾向。第二，核心平台企业凭借跨行业可转化的影响力实施纵向一体化和跨行业扩张策略，形成用户规模庞大、涉及行业众多、业务互为补充的垄断性平台复合体。更进一步地，平台复合体基于技术和需要的层级性，投资并购大量中小型创新平台，构建以自身为核心的层级嵌套式平台生态系统，进行持久的动态垄断竞争。

（一）平台的特性与平台经济的横向垄断倾向

平台经济是依托于虚拟数字空间和广泛互联的网络，通过海量数据的实时采集、传输与处理，来为广大用户提供信息检索、在线交易、社交媒体、内容娱乐等服务的经济形态，核心意义在于利用信息的传递和处理来实现生产与再生产过程的大规模协同（谢富胜等，2019）。不同于传统的管道型企业，平台企业是信息化经济的核心组织方式，旨在数字化重塑市场而非抢占旧市场（Cohen，2017），通常兼具有市场和企业的双重属性（时建中、马栋，2020；陈兵，2020）。平台经济领域需求、供给和企业行为逻辑三方面的特性，塑造了该领域天然的横向垄断倾向。

在需求方面，平台企业提供的核心服务主要针对广大消费者的共同需要，具有极强的普遍性和内在的集中性。信息的获取、商品的线上购买、与人的沟通、在线支付等都是为广大消费者所共同需要的中介服务，相较提供多样化个性化使用价值的实物商品而言具有较高普遍性，具有形成大规模统一市场而非细分长尾市场的倾向。其中，便利人际沟通的平台遵循强烈的直接网络效应，商品的线上交易平台遵循买家和卖家的交叉网络效应，信息的获取平台和在线支付平台、媒介所有数字活动的智能终端和软件环境通常兼具两类网络效应。此外平台往往完全免费地为消费者提供服务，而向商家、广告商等第三方群体收取费用。在零价格和低接触壁垒情况下，消费者通常并不是根据服务的绝对质量来决定自身需求，而是全部选择质量最好的服务提供者（Smyrnaios，2018）。这都促成了平台经济领域的“赢家通吃（winner-taker-all effect）”效应。

在供给方面，平台以数字形式提供服务，具有零边际成本和规模效应特性，可以自由地跨地区经营。因此大型平台的边际成本通常较低，更不用说网络效应带来的平均营销成本的降低。即使不采用低于成本销售的掠夺性定价策略，大型平台也可以凭借更低廉的成本提供更低的价格和更优质的服务。平台经济领域还存在较强的数据反馈效应（feedback effect）和锁定效应（lock-in effect）。大规模数据是训练算法的核心原材料，对平台服务质量的提高具有关键意义。更为大量且及时的数据收集，使大型平台企业可以更迅速地对市场需要的变动作出反应，快速迭代版本、更新功能、进行小规模测试和数据分析修改（Saura，2021）。用户在某一平台积累的数据、好友关系、消费记录等，也造成了很强的转换成本（switching cost）和锁定效应。这都是传统市场中的供给者通常不会面对的问题。

在企业行为逻辑方面，平台企业遵循长期主义逻辑，更加注重规模的扩张而非短期的利润目标（Khan，2017）。这一方面是因为资本市场的模式创新和较为宽松的货币环境，使得平台企业的融资来源十分充裕，在扩张过程中寻求盈利的动机并不强烈（Kenney & Zysman，2019）。亚马逊曾连续17年亏损，但通过大规模投资于创新，保持着超高的营收和市值增长速度。众多新兴平台企业并未实现盈利，却凭借可观的活跃用户规模及其增长速度取得了惊人的估值和投资（刘震、蔡之骥，2020）。另一方面是因为对平台而言市场规模意义非常重大。平台通常可以进行跨行业经营，能够在某一市场上将另一市场的竞争优势转化为最终利润。只要平台的核心功能吸引和维持的用户数量足够多，通常总可以找到能够大规模盈利的商业模式。规模不仅仅是平台企业在短期中利润的最终来源，更是长期中发展新业务的核心资源。平台企业的掠夺性定价行为逻辑，与芝加哥学派——传统反垄断政策的理论基础——对掠夺性定价的观点相悖。该学派认为，低价销售难以保证将竞争对手驱逐出市场并遏制潜在竞争，并难以弥补削价期间的损失，因此是非理性的（Baker，1993）。而对平台企业而言，出于扩大规模而非利润的考量，掠夺性定价将是非常理性的（Khan，2017）。

需求、供给和企业行为逻辑三方面的特征，导致平台经济领域呈现高市场份额占有率、高行业集中度的横向市场竞争格局。在特定市场上较高的垄断可能和极为可观的垄断利润前景，使得平台通常以大量烧钱的方式吸引用户，以期取得市场支配地位。平台经济领域的竞争是“为了市场”（for the market）的而非“在市场中”（in the market）的竞争（Evans & Hylton，2008）。利用相关市场上的垄断地位，在位平台就可以实施自我优待、拒绝交易、掠夺性定价、捆绑交易、大数据杀熟、价格歧视等不公平竞争行为，并通过“杀手型并购”（killer merger）方式阻断潜在竞争者的发展路径。

但是，平台经济领域的横向垄断是极具竞争性的，具有动态竞争特性（Moazed & Johnson，2016；陈兵，2020）。如果不持续地追求创新，平台现在所垄断的市场本身都可能在较短时间内被新商业模式所颠覆。各大公司财报中的“风险提示”栏目，常常把激烈的竞争放在首位（Petit，2020）。在以媒介交易为核心功能的平台经济领域，平台用户普遍存在的多栖行为（multi-homing）使得竞争更为激烈（Jullien & Sand-Zantman，2020）。双边市场的参与者与平台本身的利益冲突，以及不同用户的多样化诉求间的冲突，为新型平台的崛起提供了空间。对于单纯依靠网络效应的互联网服务企业而言，在平台核心功能的相对优势丧失时，网络效应甚至可能是负向的（Petit，2020）。毫无疑问，大型基础平台已经成为了我们生产与生活的关键设施，但就横向垄断而言，它们的垄断仍然时常受到挑战并面临着被颠覆的危险。

（二）平台企业纵向一体化和跨行业经营形成大型垄断性平台复合体

平台企业具有纵向一体化来巩固自身垄断地位的倾向。凭借中介市场的横向垄断地位，平台可以发展纵向互补的业务，进一步巩固在该产业而非单个行业中的垄断（Khan，2017）。亚马逊在电商直营和第三方交易市场之外，培养和发展了遍布全美的仓储、物流、配送一体化体系，使第三方商家更加被迫在亚马逊交易市场上经营。京东也是因为建立了优质高效的配送网络，才能在阿里巴巴和拼多多的双重挤压下维持高速的用户增长。美团并购消费者点评平台“大众点评”，发展RMS餐厅管理系统“美团收银”，将到店消费业务和外卖业务捆绑起来，才具有了迫使商家“二选一”和大比例按交易金额而非配送距离抽佣的影响力。近期，美团还大力推广食材供应链项目“美团快驴”和面向商家经营和金融需求的“美团小贷”，力图将整个餐饮业进一步纳入自身平台生态。2020年美团餐饮外卖收入已超过6627亿元，而当年全国餐饮业总收入仅为39527亿元。[[11]](#footnote-11)

平台企业掌握了提供基础需要的核心平台，必然要从核心平台中提取垄断利润。但是，平台企业所拥有影响力的跨行业转化是十分自由的。这种影响力并不像以资本形式存在的社会权力一样，会因为在一个领域的使用而被消耗，或说被固定在直接生产过程中。根据垄断杠杆理论，平台企业在一个市场中的横向垄断地位和广泛的用户基础，可以作为突破另一相邻市场进入壁垒的“杠杆”（Khan，2017；李勇坚、夏杰长，2020）。通过捆绑或搭售，已有平台可以撬动自身和目标平台市场共同的用户基础，形成“热启动”的平台包抄效果（Choi & Jeon，2019；Eisenmann et al，2011）。平台所收集的反映用户个人偏好和财务状况的数据，可以用于研发精准的广告营销和消费信贷发放等新平台业务（Condorelli & Padilla，2020）。平台自身的运算需求以及利用平台势力扶持其它行业平台企业的能力，使得大型平台在运营云计算中心为第三方企业提供弹性算力的业务中具有天然的优势。大型平台的技术开发能力、高效的组织管理体制、丰富的人才储备等无形资产，也使得它们具有跨行业迅速扩张或模仿创新应用的实质能力。因此，平台企业具有跨行业扩张的天性，并且可以在不因为提价、降低质量等逐利行为损害原市场中垄断地位的同时，通过跨行业扩张将原市场中的垄断势力转变为巨额营收和估值。其中最为成功的是大型平台向云计算中心、消费金融行业和内容娱乐产业的扩张。

平台企业跨行业扩张的直接结果是，平台复合体在整个行业生态而非单纯的中介市场中的影响力日益增长。在一个行业中与平台复合体的某一分部展开竞争的商家或其它平台，难免要在某一其它行业中依赖该平台复合体的另一分部来经营（Khan，2017）。第三方卖家和亚马逊直营存在竞争关系，但它们却要依赖亚马逊的仓储物流服务。随着社区团购的不断扩张，平台企业越来越掌握农产品从采收到配送至用户手中的全供应链网络。目前已出现许多由美团快驴直供的外卖商家，拼多多也已开始着手重塑农产品供应链，这些活动直接影响着其它平台的第三方农产品销售。掌握云计算中心的平台和智能终端的开发者，更具有关停大量应用平台的能力。美国2020年大选后，亚马逊旗下云计算平台AWS、苹果应用商店、谷歌应用商店停止对特朗普支持者聚集平台Parler的访问支持和下载支持，就曾引发对于平台复合体过于强大影响力的广泛争议。

尤其需注意的是，部分平台正在脱离虚拟信息中介的角色，迅速重组实体经济生产与流通过程各环节。随着平台的信息处理和传递能力日益增强，平台企业迅速深入农业生产、供应链与物流管理、人工智能驾驶、产业互联网、智能城市等诸多领域。在这些领域中，平台的双边市场属性不再突出，更为突出的属性是平台的人工智能算法与它所调配着的庞大设备和劳动力网络。如果说在消费互联网时代，平台的垄断地位建立在双边市场的网络效应和规模效应的基础之上，还可能遭受破坏性创新的颠覆，那么在产业互联网时代，大型平台企业的垄断将建立在对实物资料生产过程更为绝对的控制与权威之上，对全社会具有更为深层且稳固的巨大影响力。

（三）基于嵌套式层级结构的平台生态系统动态垄断竞争

跨行业经营将大型平台的优势发挥到全新的高度，平台持久而稳定的垄断地位也被巩固到新的高度，但这不是平台势力的终点。在动态竞争的背景下，垄断者通常很快会被取代，但通过不断地投资和并购，在位大型平台的垄断地位可能很长时间内都不会受到有效挑战。因此，大小平台彼此之间不仅存在竞争，更存在技术、市场、股权多方面的依赖关系，呈现复杂的层级嵌套式竞争结构（谢富胜等，2019）。

不同于传统的物质资料生产过程，平台资本经营的虚拟信息交换场所具有显著的模块化和分层式技术特征（Farrell & Weiser，2003；吴修铭，2011）。人们首先需要通过特定的智能终端，如智能手机或电脑，才能连入互联网，使用各类具体的应用程序。也就是说，为各类具体需要而开发的应用程序需要在一定的智能设备和操作系统环境下才能运行。应用程序大多需要在智能设备或操作系统开发者所经营的应用商店中下载，并符合应用商店所制定的开发标准、收入分成规则、数据传输协议。云计算技术的发展，使得应用程序和网站通常借助少数几家云计算中心来提供应用运行所需的算力支持和数据管理服务。这使得基础层数字平台运营者对位置较上的应用层数字平台的运营者具有较强的支配能力。基础层平台可以通过从应用商店中下架、拒绝访问等方式威胁应用层平台，并对应用层平台收取高昂的收入分成或平台租金。

人们的需要也具有层级性，而人们的注意力却是有限的，人们有限的注意力往往为提供满足基础需要功能的平台所捕获（Simon，1993；吴修铭，2018）。绝大多数人都有进行信息搜索、线上购物、人际沟通、在线支付的需要，并在提供这些功能的平台上花费着大量的时间。但是，提供满足其它细分需要功能应用平台的潜在用户群体一般相对较小，在信息爆炸的互联网中很难被其潜在用户所注意到，难以开启网络效应的正反馈循环。提供满足信息搜索、线上商品购买、社交媒体等基础需要功能的数字平台，掌握了极大规模用户以及他们的注意力分发渠道，能够支持新应用尽快达到临界规模。这些基础应用平台就扮演着互联网信息帝国的“总开关”角色（吴修铭，2011）。新应用满足的细分需要还通常与基础需要间具有互补性（Li & Agarwal，2017）。例如，与好友一起组队进行手机游戏带来的游戏体验，往往高于单人匹配陌生人进行游戏。社交媒体的好友关系可以直接导入游戏账号内，提供社交媒体好友之间组队游戏的额外功能。用户在在线支付平台内储存的资金也可以便捷地用于理财产品等的购买。因此，提供基础需要的大平台在支持和发展新型应用平台时具有显著的功能互补优势。

由于上述两方面的层级优势，基础层级的大型平台企业对新兴应用平台的发展前景具有重大影响力，可以借助现金流和影响力对初创企业进行股权投资或并购（谢富胜等，2019）。大型垄断性平台复合体仍然有可能因为分工与管理体制升级滞后、企业文化偏向等原因，难以很好地应对各不同领域内新的市场需要和商业模式。对具有一定规模的初创企业进行投资就是非常好的应对方式。横向垄断、纵向一体化、跨行业的平台复合体，赋予了大型平台企业极大的影响力和异常充沛的现金流，可以相对不计成本地进行广泛的大手笔投资。大型平台企业的影响力和资金优势对初创平台后续发展的重大作用，也使初创平台往往必需“加入组织”，才能在赢家通吃的平台市场角逐中取得参赛权。对于大型平台复合体而言，广泛地对小平台进行投资并非为了直接的投资收益和利润流，而往往是为了巩固和扩大平台生存发展空间与版图的必然选择。这样，在多个横向平台市场和产业生态中具有垄断势力的平台生态系统，依靠系统中靠外层级的中小平台在新领域中的激烈竞争，来维持生态系统核心层平台的垄断地位和平台生态系统的强大市场影响力，就形成了基于层级嵌套式平台生态系统的动态垄断竞争格局（苏治等，2018；谢富胜等，2019）。

平台经济领域的竞争与垄断，并非简单的完全竞争、垄断竞争、寡头垄断、完全垄断竞争格局光谱之上的对立两极。从自由竞争中生长起来的平台经济领域垄断，建立在平台横向垄断、纵向一体化和跨行业平台复合体的基础之上，并越来越是层级嵌套式平台系统之间的激烈对抗。这种垄断下的竞争是极端不平衡的。小型独立平台对大型平台系统各重要节点的竞争威胁迅速地减少甚至趋近消失。大型平台系统间的竞争因为跨行业的多线对抗而日益激烈，强迫“二选一”、生态封锁、数据闭环等手段层出不穷。在平台系统内部，掌握股权和生态系统核心地位的领导平台企业，享有最多和最稳固的垄断优势。平台系统的各节点之间则通常在彼此的核心市场和新市场之中激烈竞争，巩固着整个生态系统的垄断地位。

三、平台业务与金融业务融合形成平台—金融复合体

平台复合体和平台系统垄断的另一方面表现为平台资本向金融业渗透，借助数字技术实现平台业务和金融业务的高度融合和相互巩固。平台垄断始终面临动态竞争的不稳定性，需要大量资金流来支持无止境的平台扩张过程。消费金融业通常具有稳定且可持续的利润，可以很好地支持平台复合体的跨行业扩张和投资并购活动。面向消费者的大型平台，掌握了消费金融的两大核心要素——庞大的用户规模和精细化的生活消费数据。凭借这两大优势，大型平台可以迅速切入移动支付市场，进而实现从大型平台复合体向平台—金融复合体的转化。大型平台复合体的平台业务与金融业务相互融合形成平台—金融复合体，加强了平台实施垄断行为、巩固垄断地位的动机，形成了基于数据、算法、用户规模以及金融利润支持跨行业扩张与并购的复合型垄断。

（一）利用核心平台用户基础包抄进入在线支付市场

平台企业与金融融合形成平台—金融复合体的第一步，是凭借庞大用户规模优势，利用平台包抄方法切入移动支付市场。面向消费者的基础大型平台主要可以分为智能设备软件平台、在线交易平台、搜索引擎和社交媒体三类。这三类平台提供的功能都具有较强的普遍性，通常能够为非常广阔地区的庞大用户群体提供不可或缺的服务。2020年全年，苹果智能手机出货量约为2.06亿台，安卓系统智能手机出货量则数倍于此。[[12]](#footnote-12)截至2020年12月，阿里巴巴年度活跃消费者达7.79亿，Facebook月活跃用户达28亿人，微信月活跃用户达12.3亿人。[[13]](#footnote-13)这样庞大的用户规模，是传统金融机构所难以达到的。

Eisenmann et al（2011）指出，一个领域内的平台可以将自身原有平台的功能与目标平台领域的功能相捆绑，以两种功能所共有的用户基础为杠杆，实现向目标平台领域的平台包抄。以已有的数字平台为基础，大型消费平台企业可以将已有平台和消费金融领域相重叠的用户群体作为杠杆，通过平台包抄来触发自我加强的网络效应，在移动支付领域建立起新的平台。对于在线交易平台和社交媒体平台而言，移动支付功能同在线交易、社交功能之间是强互补关系。再加上规模经济和范围经济效应，这两类平台在发展新移动支付平台的过程中就有非常大的竞争优势（BIS，2019）。例如，阿里巴巴开发了支付宝平台，eBay于2002年收购Paypal平台并互动发展壮大，微信依托2014年春节抢、发红包活动和后续好友间转账功能开启了微信支付用户数的爆发式增长。对搜索引擎和智能设备软件平台而言，已有平台的功能和移动支付业务存在弱互补性，因此，这两种平台向移动支付领域的平台包抄进度相对较为缓慢，例如Apple Pay和Google Pay。

由于移动支付相较借记卡、信用卡形式更为便捷，提供服务的成本也更为低廉，移动支付的发展已成为世界范围内的共同趋势（BIS，2019）。目前，各类消费平台向移动支付平台的包抄努力，普遍已取得了较大的用户规模。据eMarket（2021）估计，2021年3月美国Apple Pay用户规模约达4390万人，Google Pay用户规模约为2500万人。[[14]](#footnote-14)2020年中国移动支付用户约为8.53亿，其中微信支付和支付宝渗透率分别达92.7%和91.0%。[[15]](#footnote-15)这种惊人的成功为大型平台向平台—金融复合体转化进程的第二阶段提供了基础与条件。

（二）利用数据、算法和用户优势构建全方位的平台—金融复合体

平台企业金融融合形成平台—金融复合体的第二步，是以移动支付平台为基础，凭借大规模支付数据和沉淀的资金，进入信贷、财富管理、保险等消费者金融市场，通过平台间互补性和网络效应，建立大规模的混业经营综合金融平台。传统金融机构依赖于货币和价格所蕴含的信息来确定信用和估值，但在数据资本时代，资本的资源调配和信息传递功能发生了分离。海量数据部分地取代了货币和价格所承担的信息功能，导致金融资本主义逐渐转向数据资本主义（Mayer-Schönberger，2018）。领导平台生态系统的大型平台复合体所采集的用户个人数据是最多和最为准确的，配合它们在消费者中的信誉加成，能够较好地支持向消费信贷、理财产品、保险众筹等消费金融领域的渗透。

首先发生的是移动支付平台利用数据、算法和用户优势向消费信贷领域的扩张。除前述利用原有用户规模实现捆绑搭售外，电子商务和移动支付等平台，还可以要求消费者同意将在原平台上产生的数据共享给自身在消费信贷领域的平台主体。利用消费者使用移动支付平台所产生的大规模精细化交易数据，大型平台复合体将对用户的财务状况有全面、细致和动态的了解，从而可以进行准确的信用评估、消费信贷以及保险业务的办理（BIS，2019；Frost，2019）。这又被称为基于平台的数据包抄（Condorelli & Padilla，2020）。更为重要的是，这一评估和估算过程可以由不断自我迭代的人工智能算法所实现的，无需人工干涉，贷款的审批和发放过程方便迅捷（Kshetri，2016）。人工智能算法的准确性取决于原始数据的规模和维度。具有庞大用户规模的大型平台的算法，比数量有限的收入数据、资产状况、贷款及还款记录等更为准确且有时效性。通过非支付数据来推测用户的收入水平和财务状况也是可行的，但通常来说效果不如支付数据，需要配合支付数据才能发挥作用。总而言之，基于自我迭代的人工智能算法，平台对于大规模个人数据的利用，使得平台可以无抵押地进行贷款发放并在一定条件下控制坏账率。这促进了金融包容性，降低了金融服务的成本、提高了金融效率（CGFS & FSB，2017）。

在金融监管较为宽松、金融基础设施欠缺的地区，借记卡、信用卡、财富管理等基本金融服务的普及率很低，存在大量游离在金融体系之外的人口。移动支付平台还通过监管套利，向个人理财、保险、众筹等众多领域扩张，提供低成本和低门槛的金融接入，迅速形成功能互为补充、数据互相利用的混业金融帝国（Lu，2018）。由于传统金融机构不被允许混业经营，大型平台企业的“一站式”金融服务提供了更为快速便捷的接入，吸引了大量用户参与。例如，凭借通过智能手机访问的财富管理平台——蚂蚁财富，用户可以便捷地参与货币基金、股票基金、保险、众筹，资金门槛低至1元（Wang & Doan，2018）。日本的移动社交应用Line中，也集成了包括信贷、保险、信托投资、数字货币等众多金融服务。

（三）平台垄断与消费金融垄断的相互巩固

大型平台复合体的平台业务与金融业务融合形成平台—金融复合体，加强了平台实施垄断行为、巩固垄断地位的动机。金融融合后的平台复合体，严重依赖对消费者个人数据的积累，以及来自核心平台业务的用户导入，来实现并扩大消费金融业务。因此，出于对消费者个人数据闭环和金融使用场景扩张的追求，它们必须进行更大规模和更强控制力的垄断，采取设置进入壁垒和限制交易等方式不断扩大平台系统内的活动规模和数据流，倒逼消费者和上下游参与者使用平台系统内的非金融和金融功能，巩固平台—金融复合体的垄断地位。此外，平台—金融复合体对次级平台企业通常采取直接收购并派驻管理人员而非小比例参股并保持经营相互独立性的形式。在金融基础设施和金融包容性较弱的地区，大型平台复合体向平台—金融复合体垄断转化过程的进展更为迅速。技术创新速率过快导致的金融监管回应滞后，也为平台—金融复合体的混业套利提供了便利条件。一旦平台企业完成向超级平台—金融垄断资本的转型，少数几家平台复合体就能够凭借基于平台业务与消费金融业务相互巩固的垄断，成为社会生产与再生产过程无法绕过的必要设施和中心化组织者，在数字时代享有持久的市场势力度和影响力。这种持久的影响力主要表现在平台—金融复合体对数据、算法、用户规模的垄断以及金融利润支持跨行业扩张与并购这四个方面。

1.数据的垄断。越来越多的讨论和报道表明，我们正在见证数据垄断的兴起（Stucke，2018），但只有在大型平台—金融复合体的背景下，才能对数据垄断的意义和原因有更深入的理解。对于社交媒体、搜索引擎和在线交易平台而言，数据是推测个人偏好以个性化进行广告推荐的重要依据，但数据提取仍是依附于平台所提供的核心功能的。平台的核心功能及其生态才是平台垄断的根本支撑。对平台—金融复合体而言，对数据的垄断则是金融垄断的根本保障，是信贷、保险、理财等众多金融服务效率的基石。由此产生的对数据的重度依赖，使得大型平台—金融复合体通常凭借自身必要设施地位，以“同意或退出”方式要求各项非必要信息授权，并通过各类并购和合作扩大数据提取范围并巩固数据闭环。这对消费者隐私和个人信息安全造成了严重的威胁（BIS，2019）。大型平台—金融复合体对数据垄断的依赖，是监控资本主义和数据垄断产生的重要原因。

2.平台和算法的垄断。对于在平台上进行的金融和非金融活动而言，“代码即法律”（Lessig，2006）。大型平台—金融复合体通过大规模数据定义个人信用。从数据到个人信用指标的算法，完全是平台的私有规制范围。随着数据的垄断，少数大平台开始利用算法，根据个人在平台系统内所产生的数据制定个人信用的社会评价标准。这反过来对个人参与平台的全生态系统活动提出了难以拒绝的要求，巩固了数据垄断和用户规模的垄断。如Zuboff（2019）所言，我们正在进入由大型科技平台所主导的监控资本主义时代，一种新型的权力类型已经诞生——工具权力（instrumentarianism）。合同和法律被由大型科技平台所控制的看不见的算法之手所施加的奖励和惩罚所补充（Zuboff，2015）。

3.用户规模的垄断。平台资本以非金融平台的广大用户为杠杆，成功实现了金融平台用户量的迅速增长。金融平台内部的网络效应、非金融平台和金融平台之间的互补和范围效应，被用数据和算法的形式固定下来，日益巩固大型平台—金融复合体的综合市场势力。用户被大型平台—金融复合体中相互促进和链接的非金融和金融功能所俘获，一站式地使用消费、信贷、理财、缴费等众多业务。在大型平台—金融复合体内所积累的良好消费、履约和投资记录，也将被平台所奖励，加大用户在平台系统间迁移的成本。一旦俘获性的生态系统建成，留给潜在竞争者去建立对抗平台的空间和机会就很少了（BIS，2019）。

4.金融利润支持跨行业扩张与并购。持续、稳定且极为丰厚的金融利润，还支持着平台—金融复合体在各个创新领域进行广泛的投资和并购。2020年1-6月，蚂蚁金服净利润达219亿元，其中33%分成至阿里巴巴集团。2021年1-3月，腾讯的金融科技及企业服务营收占总收入比重也已经达到29%，毛利润达126亿元。巨型平台复合体的金融融合，已成为平台继续纵向一体化和跨行业扩张的重要推动力，支持它们不断不计成本地大规模并购创业企业和新兴平台。据IT桔子统计，截止2021年中，阿里巴巴、蚂蚁金服及其关联公司共进行588笔投资，腾讯及其关联公司共进行946笔投资，两者的投资领域都遍布硬件、软件、电商、社交、娱乐、企业服务等众多平台经济领域。[[16]](#footnote-16)其中，据估计截至2020年底，腾讯共持有约100家上市公司的少数股权，这些股权的总市值已达约1840亿美元，包含约1200亿美元的未实现收益。[[17]](#footnote-17)平台生态系统的扩张本身，也为平台的金融业务巩固和新吸引着源源不断的数据和用户，巩固着平台—金融复合体的垄断地位。

四、平台经济三重垄断与金融融合的影响及应对

大型平台复合体通过构建以自身为核心的嵌套式平台系统，凭借关键分发渠道守门人的垄断地位实施自我优待、捆绑搭售、数据合并、拒绝交易等不公平竞争行为，形成了一定时期内难以被颠覆的垄断，并利用平台、数据、算法与用户优势向各行业无序扩张，切入金融市场形成平台—金融复合体垄断。这对竞争、创新、消费者权益与金融体系稳定性造成了综合损害，亟需建立健全平台经济治理体系加以规范和引导。

（一）对竞争、创新与消费者权益的影响

大型平台通过横向市场、平台复合体和嵌套式平台系统的三重垄断，在短时间内获得了极具支配意义的市场势力，可以采用多种方式损害公平竞争并巩固自身地位。在平台所处的市场中，大型在位平台可以实施限定交易、拒绝交易、“二选一”等市场支配地位的“排他性滥用”策略，迫使平台参与者停止使用与之竞争的新平台（陈永伟，2018）。在平台内部市场中，平台可以实施自我优待和捆绑搭售，例如利用第三方数据开发自身的产品或应用，以及将自身平台系统内的服务优先推荐给用户，巩固自身平台系统的跨行业市场势力。平台复合体多行业经营带来的庞大现金流，还使它可以采用掠夺性定价和大量补贴方式进行跨行业的违规、无序扩张。这种不公平的竞争，无疑对其他行业部门中原有经营者的利益造成了严重损害。数字平台领域垄断导致的高抽成，也使得依赖平台的非平台参与者面临越来越薄的利润空间，不利于实体经济的健康发展和社会民生的保障与改善。列宁曾经指出，在帝国主义时代，金融资本和生产资本的分离达到了极大的程度，金融资本和金融寡头享有着对其它一切资本的统治地位。[[18]](#footnote-18)现在，我们似乎正在见证一种新形式分离的形成：一方面是建立在数据、算法、平台和平台金融资本基础上的、享受高额且稳定垄断利润的部门；另一方面则是以货币和价格所媒介的低利润率竞争性部门。

大型平台的三重垄断正对创新过程造成日益严重的阻碍。在在位垄断平台的核心业务领域内，大型平台常常通过杀手型并购（killer merger）的形式收购进而关闭对自身业务具有威胁的新兴平台（Parker & Alstyne，2021；Bogus，2015）。在在位垄断平台的核心业务领域附近，也出现了没有创新的杀戮地带（innovation kill zone）。由于转换成本的存在，创新业务的早期用户倾向于等待大型在位平台将创新业务纳入自身平台系统，而不是使用提供创新业务的小平台。这导致垄断平台的核心业务附近很少出现新平台玩家和商业模式的创新，即使有也很难获得平台扩张所需的风险投资（Kamepalli et al，2021）。由于用户规模、数据、业务互补性的影响，新领域的初创平台如果不能得到在位大型平台复合体的支持，就几乎不可能最终胜出。这意味着实际的创新走向将被在位大型平台复合体所挑选（Parker & Alstyne，2021）。

平台垄断也对消费者权益与国民收入分配构成了新的挑战。在获得市场支配地位后，在位垄断平台可以无顾忌地实施“大数据杀熟”等价格歧视、大幅提高服务价格和降低服务质量，以消费者利益的损害为代价来提升自身利润空间。平台还可以通过限制用户的选择范围来巩固自身所处平台系统的垄断地位。平台—金融复合体往往要求用户开放各类数据获取权限并允许数据在平台—金融复合体各主体间的流通，以支撑自身的信用评估系统。消费者由于缺少可选的替代方案，只能接受平台的垄断行为。另一方面，通过将大型非金融平台和消费金融服务相结合，平台—金融复合体将越来越大的收入份额都纳入自身资本循环过程。消费者在平台—金融复合体的电商平台部分浏览和购买商品，就贡献了自己偏好信息和消费记录，为电商平台部分进行个性化广告推荐提供了原始材料，还为平台—金融复合体的金融业务部分提供了解消费者的财务状况和信贷需求的精确数据。金融业务部分为用户提供消费信贷服务并收取高额利息，又支持了消费者在电商平台部分的高额超前消费和电商利润的增厚。

（二）对金融体系稳定性的影响

平台—金融复合体的运行遵循数字技术发展和平台资本积累的双重逻辑。平台—金融复合体的扩张，建立在对传统金融监管的套利基础之上（Buchak et al，2018）。它们不断试图以基于数据、算法和用户规模的数字平台运行逻辑，替代基于金融工具、金融市场、金融机构和货币政策的现代金融体系运行逻辑。这对金融体系的稳定性造成了严重的挑战。

平台—金融复合体规避监管混业经营，使金融风险扩大化、集中化、隐蔽化。虽然平台提高了金融接入率，但是往往涉及到对较高风险人群的授信，以及信贷资产的证券化，很有可能提高系统性金融风险的发生概率（CGFS & FSB，2017）。平台资本的金融业务完全脱离监管进行混业经营，通过货币基金、理财产品、保险、众筹等吸收了大量公众存款，将风险进一步集中在少数几个巨头公司之中。基于历史数据算法的不可解释性和预测非稳健性，加强了金融平台的风险可能性与危险性（杨东，2018）。由于数据被掌握在极少数的金融平台中，他们的算法对风险的评价可能过于集中，容易引发类似于程序化交易的趋同性风险（Mayer-Schönberger & Ramge，2018；李文红、蒋则沈，2017）。金融平台还通常采用“VIE”等跨国架构，具有较强的规避监管能力，加大了金融监管的难度。金融平台所提供的各项创新服务结构体系，没有经历过大型金融危机的检验，难以说明其具有较强的抗风险能力和稳定性（李文红、蒋则沈，2017）。平台经济领域动态竞争的激烈性，也使得平台—金融复合体难以像传统金融机构一样提供独立且稳定的金融服务。

随着平台—金融复合体势力的扩张，部分平台还试图从底层运行机制上替代现代金融体系，给金融体系注入了更大的不确定性和日益增长的投机性。2019年6月，Facebook联合Paypal、Uber等发布第一版Libra数字货币白皮书，试图构建一个以纯实物资产储备支撑的全球性货币和金融基础设施，而不与任何单一法定货币挂钩。[[19]](#footnote-19) 尽管Libra脱离法定货币的尝试最终宣告大幅修改和延期，但其他基于区块链的加密货币迅速地成为了投机者追逐的对象。特斯拉、移动支付平台Square、游戏公司Nexon等都买入了大量比特币[[20]](#footnote-20)，特斯拉、共享办公空间租赁商WeWork等也开始或一度接受主流加密货币付款。由于加密货币不具有任何价值或国家信用支撑，随着加密货币市场市值的攀升，加密货币市场积累了越来越多的投资风险，很可能导致个体风险向社会领域传递。

（三）加强对平台经济三重垄断与金融融合的监管规制

2021年2月，《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》发布，极大地弥补了平台经济反垄断规制领域的空白，通过明确“相关市场界定”、“垄断协议”、“滥用市场支配地位”、“经营者集中”的概念与界定，迈出了保护了市场公平竞争、维护消费者利益和社会公共利益的关键一步[[21]](#footnote-21)。但是，目前对平台经济的监管规制，更多聚焦于相关市场上横向垄断地位和垄断行为对相关市场其它竞争者、双边市场参与者的影响。立足于平台竞争新模式、三重垄断格局和平台金融融合趋势，还需构建科学高效的监管与治理体系，加强对跨行业平台复合体和嵌套型平台系统的崛起，以及对平台向金融业扩张形成平台—金融复合体的规制与应对。

应回应数字时代要求和紧跟国际前沿，拓展更新适应数字平台经济的《反垄断法》和《反不正当竞争法》，遏制业已形成的大型平台复合体和平台生态系统实施巩固和扩张自身跨行业垄断地位、攫取垄断利益的垄断行为。这主要包括禁止大型平台利用业务范围众多的优势和新技术手段，进行捆绑搭售、限制第三方访问或连接、操纵排序和自我优待、未经用户允许采集隐私数据、维持平台生态系统间数据闭环等意图排除竞争、巩固自身跨行业垄断地位的行为。此外，还需禁止大型平台凭借资金和数据优势，实施掠夺性定价、大数据杀熟、价格歧视等不正当竞争行为，遏止对公平竞争、消费者权益和第三方商家利益的进一步侵害，为创新平台的崛起谋取更大的空间。对于恶劣影响极大、屡教不改、在技术上难以限制业务间垄断联动的情况，可适当设置“分离原则”，考虑对大型平台复合体进行结构性分拆（吴修铭，2011）。

需加强对平台并购和经营者集中行为的审查和监管，采取更加严格措施限制大型平台企业跨行业扩张、横纵向兼并与收购活动，保护平台经济领域的创新可能与发展机会。平台企业具有用户、算力、数据、管理和人才优势，能够十分自由地实现影响力的跨行业转化。大型平台企业即使不能在特定市场达成横向垄断，或者达成横向垄断之后不滥用相关市场上的市场支配地位，仍然能借助基础层平台的市场势力进行纵向一体化和跨行业扩张，甚至通过广泛投资并购来构建以自身为核心的层级嵌套式平台系统，从而稳定地从社会生产与再生产过程中抽取巨额收益。不应只针对横向平台市场的垄断，还应采取特定措施遏制平台跨行业的无序扩张，阻止大型平台复合体大肆收购初创平台对创新和竞争的严重损害。

要特别注意平台金融和内容社交等领域的反垄断监管，以及对资本无序扩张行为的规制。大型平台复合体借助数字技术实现平台业务与金融业务的融合，加强了平台实施垄断行为、巩固垄断地位的动机，形成了相互促进的平台—金融复合垄断。大型平台复合体还凭借用户数量和支付链路优势，通过平台链接了大量面向消费者的金融产品，极易出现系统性金融风险。对于平台企业跨行业从事金融业务，必须全部纳入金融监管。应坚持金融业务必须持牌经营，规范股权结构和公司治理架构，断开不同平台金融业务间的不当连接链路。对于内容社交领域，国外部分垄断平台通过“媒体俘获”、“舆论俘获”、“学术俘获”等方式，试图影响和控制社会民众和公众领域，甚至公开挑战政府的公信力和监管权威（周文、韩文龙，2021），为此，应特别警惕平台通过影响信息传播过程形成的舆论操纵能力（Wu，2018）。

基于大数据、人工智能算法等新技术的平台经济竞争，还具有动态性和隐蔽性特征（王世强，2021）。对此，应提升监管能力和水平，优化监管框架，构建事前事中事后全链条的监管体系，以平台企业内部合规控制和外部独立审计监督相结合的方式全面应对平台竞争与垄断新形式，补充平台经济领域反垄断和反不正当竞争司法审查和审判的长时滞、高成本不足。此外，还应积极采用大数据、云计算、人工智能、区块链等新技术，构建适应平台经济的监管体系，创新运用“监管沙箱”等监管科技手段，取得兼顾高效创新和安全有序的平衡发展（杨东，2018）。

五、结语

处于平台经济时代的我们正在见证全新竞争模式与垄断形式的形成。传统产业经济学、双边市场经济学、布兰代斯学派和互联网法学，都难以完整概括我国平台经济领域平台跨行业扩张并购和切入金融领域的新形态。平台经济的垄断存在三个层次：特定市场上的横向垄断平台；纵向一体化和跨行业扩张的大型垄断性平台复合体；以特定基础平台为核心的层级嵌套式平台生态系统。此外，大型平台复合体借助平台包抄和数据包抄实施金融融合，支持着平台复合体的跨行业扩张与大规模并购，与平台业务的垄断相互促进、相互巩固。平台经济领域的垄断并不消除竞争，而是支配并依赖着垄断组织之间和垄断组织内部的激烈竞争。在平台经济三重垄断和金融融合基础上，我们似乎正在见证一种新形式分离的形成：一方面是建立在数据、算法、平台和平台金融资本基础上的、享受高额且稳定垄断利润的部门；另一方面则是以货币和价格所媒介的低利润率竞争性部门。随着平台力量的历史性崛起，国家和社会应作出何种应对，已成为全世界都必须思考的时代问题。

平台经济正在按照数字逻辑从根本上塑造着全球的生产和再生产过程，必然对我国生产、分配、交换和消费各个环节发挥深远影响。我国经济社会进入新发展阶段，平台经济已成为创新驱动高质量发展的关键动力和构筑国家竞争新优势的重要因素。正如习近平总书记指出的，“应该审时度势、科学决策，引领新科技革命和产业变革朝着正确方向发展”[[22]](#footnote-22)。“要坚持正确政治方向，从构筑国家竞争新优势的战略高度出发，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。”[[23]](#footnote-23)面对平台经济领域的新型竞争方式与垄断格局，我们必须加快创新完善平台经济竞争理论，发展包括反垄断和反不正当竞争在内的平台经济竞争政策工具体系，以及覆盖事前事中事后全链条的监管和治理体系，科学全面地应对垄断与资本无序扩张对平台经济健康发展和我国经济社会发展全局带来的挑战。

参考文献：

陈兵，2020：《因应超级平台对反垄断法规制的挑战》，《法学》第2期。

陈永伟，2018：《平台反垄断问题再思考：“企业—市场二重性”视角的分析》，《竞争政策研究》第5期。

李文红 蒋则沈，2017：《金融科技（Fintech）发展与监管：一个监管者的视角》，《金融监管研究》第3期。

李勇坚 夏杰长，2020：《数字经济背景下超级平台双轮垄断的潜在风险与防范策略》，《改革》第8期。

刘震 蔡之骥，2020：《政治经济学视角下互联网平台经济的金融化》，《政治经济学评论》第4期。

曲创 刘重阳，2016：《平台厂商市场势力测度研究——以搜索引擎市场为例》，《中国工业经济》第2期。

时建中 马栋，2020：《双重身份视角下平台自治与反垄断监管的界限》，《竞争政策研究》第4期。

王世强，2021：《数字经济中的反垄断：企业行为与政府监管》，《经济学家》第4期。

吴修铭，2011：《总开关：信息帝国的兴衰变迁》，中信出版社。

吴修铭，2018：《注意力经济》，中信出版社。

谢富胜 吴越 王生升，2019：《平台经济全球化的政治经济学分析》，《中国社会科学》第12期。

杨东，2018：《监管科技：金融科技的监管挑战与维度建构》，《中国社会科学》第5期。

周文 韩文龙，2021：《平台经济发展再审视：垄断与数字税新挑战》，《中国社会科学》第3期。

Baker, J.(1993), “Predatory pricing after Brooke Group: an economic perspective”, *Antitrust Law Journal* 62:585-604.

Barzilai-Nahon, K.(2008), “Toward a theory of network gatekeeping: a framework for exploring information control”, *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 59(9):1493–1512.

BIS(2019), Annual Economic Report 2019, www.bis.org/publ/arpdf/ar2019e.htm.

Bogus, C. T.(2015), “The new road to serfdom: the curse of bigness and the failure of antitrust”, *University of Michigan Journal of Law Reform* 49(1):1-120.

Buchak, G. et al(2018), “Fintech, regulatory arbitrage, and the rise of shadow banks”, *Journal of Financial Economics*, 130(3):453-483.

CGFS & FSB(2017), FinTech credit: Market structure, business models and financial stability implications.

Choi, J. & D. Jeon(2019), “A leverage theory of tying in two-sided markets with nonnegative price constraints”, Toulouse School of Economics Working Paper.

Cohen, J.(2017), “Law for the platform economy”, *UC Davis Law Review* 51:133-204.

Condorelli, D. & J. Padilla(2020), “Harnessing platform envelopment in the digital world”, *Journal of Competition Law & Economics* 16(2):143–187.

Eisenmann, T. et al(2011), “Platform envelopment”, *Strategic Management Journal* 32:1270–1285.

Evans, D. & K. Hylton(2008), “The lawful acquisition and exercise of monopoly power and its implications for the objectives of antitrust”, *Competition Policy International* 4(2):202-241.

Evans, D.(2003), “The antitrust economics of multi-sided platform markets”, *Yale Journal on Regulation* 20:326-381.

Farrell J. & P. Weiser(2003), “Modularity, vertical integration, and open access policies: Towards a convergence of antitrust and regulation in the internet age”, *Harvard Journal of Law and Technology* 17(1):85-134.

Filistrucchi L. et al(2014), “Market definition in two-sided markets: Theory and practice”, *Journal of Competition Law and Economics* 10:293-339.

Frischmann, B. & S. Waller(2008), “Revitalizing essential facilities”, *Antitrust Law Journal* 75:1-65.

Frost, J. et al(2019), “BigTech and the changing structure of financial intermediation”, *Economic Policy* 34(10):761–799.

Jullien, B. & W. Sand-Zantman(2021), “The economics of platforms: A theory guide for competition policy”, *Information Economics and Policy* 54(1):1-19.

Kamepalli, K. et al(2021), “Kill zone”, NBER Working Paper, No. 27146.

Katz, M. & J. Sallet(2018), “Multisided platforms and antitrust enforcement”, *Yale Law Journal* 127:2142-2175.

Kenney, M. & J. Zysman(2019), “Unicorns, cheshire cats, and the new dilemmas of entrepreneurial finance”, *Venture Capital* 21(1):35-50.

Khan, L.(2017), “Amazon's antitrust paradox”, *Yale Law Journal* 126:710-805.

Kshetri, N.(2016), “Big data’s role in expanding access to financial services in China”, *International Journal of Information Management* 36:297–308.

Lessig, L.(2006), *Code 2.0*, Basic Books.

Li, Z., & A. Agarwal(2017), “Platform integration and demand spillovers in complementary markets: Evidence from Facebook’s integration of Instagram”, *Management Science* 63(10): 3438-3458.

Lu, L.(2018), “How A little ant challenges giant banks? the rise of Alipay (ant financial)’s fintech empire and regulatory options”, *International Company and Commercial Law Review* 28(1):12-30.

Mayer-Schönberger, V. & T. Ramge(2018), *Reinventing Capitalism in the Age of Big Data*, Basic Books.

Moazed, A. & L. Johnson(2016), *Modern Monopolies*, Applico.

Parker, G. & M. V. Alstyne(2021), “Platform mergers and antitrust”, *Industrial and Corporate Change* 30(4):1-30.

Petit, N(2020), *Big Tech and the Digital Economy*, Oxford University Press.

Rochet J. & J. Tirole(2003), “Platform competition in two-sided markets”, *Journal of the European Economic Association* 1(4):990-1029.

Saura, J.(2021), “From user-generated data to data-driven innovation: A research agenda to understand user privacy in digital markets”, *International Journal of Information Management* 60: 1-13.

Simon, H. A.(1993), “Altruism and economics”, *American Economic Review* 83(2):156-161.

Smyrnaios, N. (2018), *Internet Oligopoly: The Corporate Takeover of our Digital World*, Emerald.

Stucke, M(2018), “Should we be concerned about dataopolies?”, *Georgetown Law Technology Review* 2:275-324.

Wang, J. & M. Doan(2018), “The ant empire: fintech media and corporate convergence within and beyond Alibaba”, *The Political Economy of Communication* 6(2):25-37.

Wu, T. (2018), *The Curse of Bigness: Antitrust in the New Gilded Age*, Columbia Global Reports.

Zuboff, S.(2015), “Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization”, *Journal of Information Technology* 30:75–89.

Zuboff, S.(2019), *The Age of Surveillance Capitalism*, Profile Books.

1. 谢富胜，中国人民大学经济学院、中国人民大学全国中国特色社会主义政治经济学研究中心，邮政编码：100872，电子邮箱：xiefusheng@ruc.edu.cn；吴越，中国人民大学经济学院，邮政编码：100872，电子邮箱：wuyue1997@ruc.edu.cn。基金项目：国家社科基金重大项目“中国特色社会主义政治经济学理论体系研究”。感谢匿名审稿专家的宝贵意见，文责自负。 [↑](#footnote-ref-1)
2. 中国信通院：《数字经济发展白皮书》，http://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/bps/202104/t20210423\_374626.htm。 [↑](#footnote-ref-2)
3. US House Judiciary Committee’s Antitrust Subcommittee(2020), Investigation of Competition in Digital Markets, https://judiciary.house.gov/uploadedfiles/competition\_in\_digital\_markets.pdf. [↑](#footnote-ref-3)
4. US 117th Congress(2020), Ending Platform Monopolies Act, https://www.congress.gov/117/bills/hr3825/BILLS-117hr3825ih.pdf; American Choice and Innovation Online Act, https://www.congress.gov/117/bills/hr3816/BILLS-117hr3816ih.pdf; Platform Competition and Opportunity Act of 2021, https://www.congress.gov/117/bills/hr3826/BILLS-117hr3826ih.pdf; ACCESS Act of 2021, https://www.congress.gov/117/bills/hr3849/BILLS-117hr3849ih.pdf; Merger Filing Fee Modernization Act of 2021, https://www.congress.gov/117/bills/hr3843/BILLS-117hr3843ih.pdf. [↑](#footnote-ref-4)
5. European Commission(2020), Digital Markets Act, https://ec.europa.eu/competition/sectors/ICT/digital\_markets\_act.html. [↑](#footnote-ref-5)
6. Bundeskartellamt(2021), Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen(《反限制竞争法》), https://www.gesetze-im-internet.de/gwb/GWB.pdf. [↑](#footnote-ref-6)
7. 中国政府网：http://www.gov.cn/xinwen/2020-12/18/content\_5571002.htm. [↑](#footnote-ref-7)
8. 中国政府网：http://www.gov.cn/xinwen/2021-02/07/content\_5585758.htm. [↑](#footnote-ref-8)
9. 中国政府网：http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/15/content\_5593154.htm. [↑](#footnote-ref-9)
10. 国家市场监督管理总局网站：http://www.samr.gov.cn/hd/zjdc/202110/t20211027\_336137.html. [↑](#footnote-ref-10)
11. 美团数据来自美团2020年年报，不含餐饮到店业务收入。全国餐饮业收入数据来自国家统计局。 [↑](#footnote-ref-11)
12. 数据来自Statista。 [↑](#footnote-ref-12)
13. 数据来自各公司财务报告。 [↑](#footnote-ref-13)
14. emarketer(2021), US payment users will surpass 100 million this year, https://www.emarketer.com/content/us-payment-users-will-surpass-100-million-this-year. [↑](#footnote-ref-14)
15. 中国互联网络信息中心（2021）《第47次中国互联网发展状况统计报告》，http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/202102/P020210203334633480104.pdf；中国支付清算协会（2021），《2020年移动支付用户问卷调查报告》，http://www.pcac.org.cn/eportal/ui?pageId=607927&articleKey=611445&columnId=595052。 [↑](#footnote-ref-15)
16. 数据来自IT桔子官网：https://www.itjuzi.com/alibaba；https://www.itjuzi.com/tencent. [↑](#footnote-ref-16)
17. The information(2021), Tencent’s Investments Got $120 Billion Boost From 2020 Rally, https://www.theinformation.com/articles/tencents-investments-got-120-billion-boost-from-2020-rally#. [↑](#footnote-ref-17)
18. 列宁，1917：《帝国主义是资本主义的最高阶段》，人民出版社2015年中译本，第56页。 [↑](#footnote-ref-18)
19. Libra Association Members(2019), An introduction to Libra: White Paper. [↑](#footnote-ref-19)
20. Mochizuki, T.(2021), Nexon Joins Tesla in Bitcoin Bet With $100 Million Purchase, https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-04-28/nexon-joins-tesla-in-bitcoin-bet-with-100-million-purchase [↑](#footnote-ref-20)
21. 中国政府网：http://www.gov.cn/xinwen/2021-02/07/content\_5585758.htm. [↑](#footnote-ref-21)
22. 习近平：《同舟共济创造美好未来——在亚太经合组织工商领导人峰会上的主旨演讲（2018年11月17日）》，《人民日报》2018年11月18日。 [↑](#footnote-ref-22)
23. 《习近平主持召开中央财经委员会第九次会议强调 推动平台经济规范健康持续发展（2021年3月15日）》，《人民日报》2021年3月16日。 [↑](#footnote-ref-23)