

平台经济与科技巨头：既有市场竞争、新增市场竞争、监管影响与并购政策摘要¹

Alexander White、白云静

过去三十年来，因为互联网给社会带来的革命性变化，微观经济学领域里出现了一个名为平台经济学的细分领域。从方法论上讲，平台经济学是一种渐进式而非激进式的调整。然而，贯穿其研究结果的一个普遍主题是，传统市场上适用的传统智慧可能并不适用于在线世界，因而需要对其进行仔细的重新审视。本文使用清晰的而非技术性的术语，描述平台经济学的一些广泛轮廓，指出对于科技巨头的监管和反垄断讨论，本项研究结果可资借鉴。

本文在分析时，采用了新近发布并且备受瞩目的三份报告当中所采用的区分标准。这三份报告的委托机构分别为：欧盟、英国政府和芝加哥大学斯蒂格勒中心。这个区分标准就是：既有市场竞争和新增市场竞争。前者是一个颇具“教科书式”的竞争概念，是指不同的公司采用各种手段，相互竞争，试图解决市场份额和高利润之间的平衡。后者是指一种“赢家通吃”现象，是指产业的现有主导者试图抵挡意在夺取其行业主导地位的潜在挑战者。

在各种平台市场上的既有市场竞争中，竞争往往很不充分。例如，Meta (Facebook)、Alphabet (Google) 和亚马逊分别在社交、搜索和在线购物三个市场上占据主导地位。然而，有趣的是，从经济效率的角度来看，这些市场上的不充分竞争可能不是一件坏事。出现这种情况的原因有两个：第一，平台运营需要支出巨大的固定成本；第二，平台具有网络效应，即：客户往往希望使用最大的平台。本文就此主题展开了典型的前沿性研究。在研究过程中，本文认为这些因素表明：如果政策的目的在于加强既有市场的竞争，虽然政策有着一定的警示作用，但也可能不是理想的竞争政策。

¹ 本文为北京凯恩克劳斯经济研究基金会“国际视角下的中国数字经济竞争政策”项目的研究成果，完成于2022年5月。