

# 数字平台的行为特征、合理分类及政策组合摘要<sup>①</sup>

于立 等

## 1.平台与网络和数据的关系

与人类社会发展进程中的农业革命、工业革命和数字革命相对应，经济形态也经历了农业经济、工业经济和数字经济三个主要阶段。

### 1.1 标准数字平台的基本特征

在数字经济阶段，数字平台是数字经济中的典型企业组织形式和商业模式。标准的数字平台包括如下四个基本特征：

- 1) 投入品/产出品主要都是数据（或信息），这是平台的数字特征；
- 2) 具有交易撮合的中介性（或匹配性），这是平台的中介特征；
- 3) 市场为双边（或多边）市场，这是平台的市场特征；
- 4) 依赖互联网，这是平台的网络特征。

完全符合这四个基本特征的属于标准数字平台，不完全符合的属于非标准数字平台。这是对平台进行行业分类和市场分类及相应政策研究的前提。另外，平台企业多以平台集团的形式存在并运营，不能简单地将所有平台都视为同一运营模式而采取一刀切的政策措施。

### 1.2 平台与网络和数据的关系

平台与网络和数据构成位体一体的复杂关系，如图 1。

首先，其中既有平台与平台、网络与网络、数据与数据的横向关系，也有各自与相互间的纵向关系。物理或技术层面的互联互通（或互操作性）与经济层面的自愿交易+合理计费，是同枚硬币的两面，不可偏废。政府工作的行业监管机构容易关注前者而忽视后者；市场监管机构则容易重视后者而忽视前者。

其次，这三者关系相互交叉，涉及到诸多监管部门（如网络安全、隐私保护、数据产权、部门利益等），容易造成“龙多不治水”的局面。

---

<sup>①</sup> 本文是为北京凯恩克劳斯经济研究基金会资助的项目——国际视野下中国数字经济竞争政策——所撰写研究成果报告。报告完成时间为 2020 年 6 月。

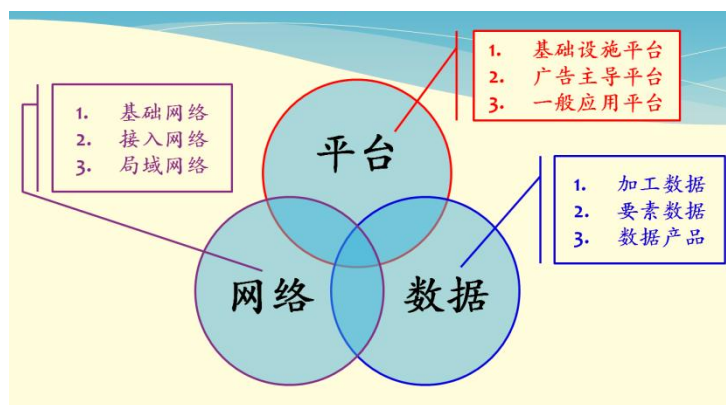


图 1 平台、网络与数据的三位一体关系

## 2.平台的行业分类与市场分类

数字经济条件下，经济统计和政策实施都要有科学的平台分类为前提。而在理论上和实践中，存在两种主要的平台分类，一种是行业分类（或行业导向的平台分类），另一种是市场分类（或市场导向的平台分类），它们各有用途、差异很大。对政府监管而言，行业分类对应的是产业政策，市场分类对应的是竞争政策。

### 2.1 平台的行业分类

2017 年修订的中国国家标准行业分类编码中，第 64 大类是互联网和相关服务，见表 1。

表 1 平台的行业分类<sup>①</sup>

64		互联网和相关服务	
641	6410		接入及相关服务
642	信息服务	6421	搜索服务
		6422	游戏服务
		6429	其他信息服务
643	数字平台	6431	生产服务平台
		6432	生活服务平台
		6433	科技创新平台
		6434	公共服务平台
		6439	其他平台
644	6440		安全服务
645	6450		数据服务
649	6490		其他服务

<sup>①</sup> 详见报告正文中的表 2。

这种行业导向的平台分类便于国家统计局进行分类统计，对产业政策有一定实际意义，但对竞争政策作用极其有限而且存在偏差。不足之处主要有三：第一，数字（互联网）平台概念既窄又偏，极易误解。第二，不能反映平台企业的多样化经营情况。按生产服务、生活服务之类的陈旧观念进行平台分类严重滞后于数字经济的发展现实。第三，更重要的是，根据“行业≠市场”的公理，这种行业分类与市场导向的平台分类相去甚远，根本不适合研究数字经济的市场结构和平台企业行为特征，从而无助于实施竞争政策。<sup>①</sup>

## 2.2 平台的市场分类

根据竞争政策的需要，可以对数字平台作多种多样的市场分类。我们提出如表 2 的平台分类，可用以说明许多重要的政策问题。

平台的根本属性在于其特有的中介性，而中介性集中体现在数字平台的商业模式之中。从竞争政策的角度出发，根据中介性由小到大及相应的商业模式特点，可把所有数字平台企业分为基础设施平台、广告主导平台和一般应用平台三大类。

表 2 平台的市场分类<sup>②</sup>

类型	典型平台		商业模式
第 I 类 基础设施平台	基础网络	中国移动、中国电信、中国联通	过网收费模式：入网费、流量费
	宽带服务	方正宽带、天翼宽带、网通宽带	
第 II 类 广告主导平台	搜索引擎	百度、360、搜狗、谷歌、必应	单边收费模式：一边免费，一边广告费
	社交媒体	微信、微博、博客、推特、脸书	
	电子邮箱	网易、新浪、雅虎、谷歌	
	地图导航	高德、百度、腾讯、北斗、谷歌	
	门户网站	新浪、网易、搜狐、腾讯、谷歌	
第 III 类 一般应用平台	电子商务	天猫、淘宝、京东、当当、亚马逊	双边收费模式：间提成，收取中介费
	网约服务	滴滴、美团、优步	
	餐饮外卖	美团、饿了么	
	学术检索	知网、万方、爱思维尔	
	在线旅行	携程、爱彼迎、租租车、缤客	
	移动支付	微信支付、支付宝、苹果支付	
	影视音乐	优酷土豆、爱奇艺、QQ 音乐、虾米乐	
	网络游戏	37 网游、腾讯网游、网易网游	
	存储计算 <sup>③</sup>	阿里云、腾讯云、百度云	

<sup>①</sup> 作者补注：2021 年 6 月，国家统计局公布了《数字经济及其核心产业统计分类》，仍存在类似的问题。

<sup>②</sup> 详见报告正文中的表 3。

<sup>③</sup> 作者补注：存储计算类平台也可以列入基础设施平台类。

## 3.平台的分类特征与政策组合

### 3.1 平台的分类特征

按平台的市场分类,可以更清晰地看清不同平台的行为特征及对监管政策的要求。比如,对“包容审慎”的监管理念就需要区别对待,反垄断行政法和法院司法也应合理分工。再有,按理应为反垄断执法重点的第II类广告主导平台,在中国还缺少执法案例;而理应由法院司法为主的第III类一般应用平台,也存在行政执法过多,法院司法不足的问题。主要内容可见表3。

表3 平台的特征与政策要求

平台分类	平台特征与政策要求
基础设施平台 (第I类)	规模经济性强,自然垄断明显。产业政策作用大,竞争政策应以规制为主。“网络中立”原则不大适用。用竞争政策纠正产业政策后遗症难度较大。
广告主导平台 (第II类)	网络外部性突出,跨界杠杆作用大,市场支配地位影响大。产业政策作用小,竞争政策作用大,属于反垄断重点领域。 <b>行政执法要主动!</b> 不适合“包容审慎”理念。重视“网络中立”。
一般应用平台 (第III类)	平台经营模式多样性强,竞争比较充分。产业政策几无作用,竞争政策以“包容审慎”为主。 <b>行政执法要慎重,法院执法多介入。</b> “包容审慎”贯彻始终。

### 3.2 平台的政策组合

在中国的国情下,对平台的监管政策主要分为产业政策和竞争政策。从长期看,二者间展现出“此消彼长”的演变趋势,即产业政策作用越来越小,竞争政策作用越来越大。但从横向看,两种监管政策对不同平台有不同的作用和效果。其基本分析框架如图2的“两线三区”图示。

该图示的要点有:对于基础设施平台,可以产业政策为主,竞争政策为辅;对于一般应用平台,应以竞争政策为主,产业政策为辅甚至消失;难点是对于广告主导平台,竞争政策与产业政策交织,情况非常复杂。

总之,“突出重点、分类施策、政策协调”是本研究报告的核心思想和主要政策建议。

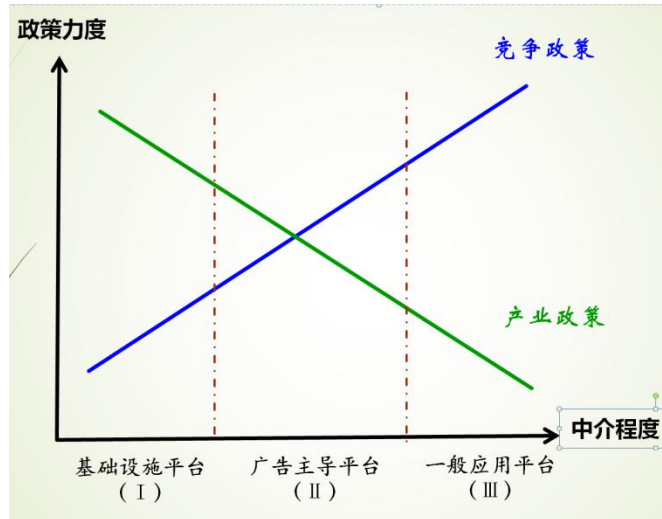


图2 平台的市场分类与政策组合