

数字经济平台垄断问题:表现与对策

□李勇坚 夏杰长 刘悦欣

[摘要] 数字经济的发展促进了平台的兴起。超级平台的垄断问题(包括市场垄断、流量垄断、数据垄断)不同于传统的市场垄断,具有可进入性强、技术进步快、市场支配能力不均衡、消费者福利提升等特征。因此,建立平台垄断监管的体制机制,对促进我国数字经济健康发展具有非常重要的意义。数字经济平台垄断的基础是数据垄断、流量垄断,进而形成市场垄断。而要对平台垄断形成制约,就需加大行为监管力度,建立多方面机制防止数据垄断产生,明确规范数据收集条款以及用户在平台上所形成数据的产权归属,并要求平台对数据的用途进行明示;对平台的不正当竞争行为进行动态监管,制定随需应变的监管方案;通过构建指标集等方式实现对流量的分配机制监管;确立数据权利体系,在强化信息保护的同时,引导数据开发应用;实行多维度、多主体的监管机制,严格限制平台的不正当竞争行为。

[关键词] 数字经济;超级平台;平台垄断;不正当竞争

[中图分类号] F124 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1006-5024(2020)07-0020-07

[DOI] 10.13529/j.cnki.enterprise.economy.2020.07.003

[基金项目] 中国社会科学院创新工程项目“数字经济基础理论及发展战略研究”(项目编号:2020CJY01B001)

[作者简介] 李勇坚,中国社会科学院财经战略研究院互联网经济研究室主任、研究员,博士生导师,研究方向为互联网经济和服务创新;

夏杰长,中国社会科学院财经战略研究院副院长、研究员,博士生导师,研究方向为服务经济与产业发展;
(北京 100028)

刘悦欣,中国社会科学院研究生院硕士生,研究方向为税务理论与政策。(北京 102488)

Abstract: The development of the digital economy has led to the rise of platforms. The monopoly problem of super platforms (including market monopoly, traffic monopoly, and data monopoly) is different from traditional market monopoly. It has the characteristics of strong accessibility, rapid technological progress, uneven market dominance, and improvement of consumer welfare. To establish the institutional mechanism of platform monopoly supervision is very important for the promotion of the healthy development of China's digital economy. The basis of the digital economy platform monopoly is data monopoly and traffic monopoly, thus forming a market monopoly. Therefore, it is imperative to strengthen behavior supervision, establish a multi-faceted mechanism to prevent data monopoly, clearly define the terms of data collection and the ownership of the data formed by users on the platform, and require the platform to express the purpose of the data application; to dynamically supervise the unfair competition behavior of the platform, and formulate an on-demand supervision plan; to realize the monitoring of traffic distribution mechanism by constructing index sets and other methods; to establish a data rights system to guide data development and application while strengthening information protection; to implement a multi-dimensional, multi-agent supervision mechanism to strictly limit the platform's unfair competition behavior, thereby forming restrictions on platform monopoly.

Keywords: digital economy; super platform; platform monopoly; unfair competition

一、引言

在全球数字经济快速发展过程中,平台经济的崛起已成为一个重要现象。2017年的《信息经济报告》(联合国,2017)^[1]提出,数字经济有两大特征,一是互操作技术系统,二是平台的作用越来越大。数字经济平台化的发展模式不同于传统的平台经济模式,新的数字平台垄断了流量入口,从而使平台内的经营企业对平台形成依赖。在中国数字经济发展过程中,也形成了一大批集聚了大量的卖家,且汇聚了数亿用户的超级平台,这些平台对市场的影响能力正在不断增加。

因此,需要对平台的监管问题进行深入研究。而从平台监管实践来看,由于互联网本身正在进行快速的技术创新和商业模式创新,往往使得监管措施难以适应快速变化的平台发展。从目前的政策来看,在超级平台监管方面,现有的政策框架是“政府管平台,平台管企业”的大思路。对超级平台所带来的垄断及不正当竞争问题,仍缺乏有效的监管机制。从全球的理论研究与实践来看,对互联网平台的垄断问题一直存在着争议。

二、超级平台垄断问题的表现及影响

超级平台崛起过程中,平台这种经营模式开始

出现了巨大的变化。早期的平台(Platform)实质上是一种聚合了多种供给与需求的交易空间,既可以是一种实体场所,也可以是一种虚拟网络空间场所。交易空间通过各种手段形成交易匹配机制,从而促成海量交易。在这个过程中,平台业主会收取相应的费用,以确保其收益。平台也会通过各种商业模式的创新,吸收更多的需求方用户和供给侧用户,从而发挥双边市场效应,实现其收益最大化。但是,在数字经济快速发展过程中,超级平台开始掌握了大量的消费者数据,垄断了流量入口,对平台内的经营者有着极大的决定权。这种超级平台的崛起,形成了一种新的关系,即平台-企业-用户,平台能够通过影响平台内经营企业的行为,从而影响消费者的福利。这样,带来了很多新问题(见下表)。

(一)超级平台所带来的数据垄断问题

从发展现实看,平台通过多年发展,已积累了海量的数据。但是,对数据的监管,目前在法律上仍然是空白。这样,就导致了3方面的问题,即平台数据收集隐蔽化、平台数据产权化、数据利用黑箱化。

数据收集隐蔽化是平台以各种隐蔽的手段,大量收集消费者、平台内经营者等相关各方面的数据,这包括多种表现形式,如平台采取默示同意的方式,大量收集消费者的信息;平台过度收集消费者的数据;平台对消费者在平台内所产生的行为数据进行过度开发等等。这种隐蔽化收集数据的形式,使消费

表 平台的实际影响

	平台的正向影响	平台的负向影响
对消费者	提升消费者福利:消费者都偏向于多样化消费,平台通过提高商品的丰富度,增加了消费者的选择空间,提高了消费者的福利	无法选择到自己真实想要的商品
	提高选择效率:通过降低搜寻成本,增加了消费者的购物效率	产生选择困境
	降低最终消费价格	平台可能利用其信息优势,对消费者进行价格欺诈;或者进行垄断性定价
	更好的消费者权益保护	
对生产者	增加营销渠道	平台规模太大时,生产者或者经营者别无选择
	降低营销成本	在平台上同类商品过多的情况下,有可能增加营销成本
	增加对消费者的了解	平台拥有了数据之后,并不会完全向生产者开放,因此,生产者无法拥有完整的数据
对实体店	实体店与平台合作,有利于更好地提出促销方案,并提升效率	实体销售被线上销售所替代
对其他平台	共同开拓市场,增强对线上商业活动的认知	平台之间竞争,会导致商家利益受到损害

资料来源:作者总结

者及相关商家等各种数据都汇聚在平台上,为平台进行数据垄断提供了基础。平台使用各种自动化的数据处理工具,对个体特征进行深入描述,从而将消费者的个体特征按照一定的维度(如工作表现、收入水平、爱好偏好、收入状况、社交状况、家庭情况、旅行情况等)刻画出来,形成消费者画像(profiling),并对消费者(包括平台内的经营者)的行为进行预测,向消费者进行精准推荐,使消费者无法脱离平台的控制。

平台数据产权化是指平台将其收集的各种数据视为自己的私产。数据产权化之后,各种数据无法完全打通,产生了巨大的碎片化问题。例如,每个平台都管理自己的声誉系统,这意味着提供商必须在每个平台上从头开始建立自己的声誉。数据产权化之后,很多平台企业已经在试图建立数据壁垒,他们想通过对数据的垄断,阻止后来者进入市场。同时,数据也成为平台控制平台内企业的一种有力武器。这将对数字经济的持续发展带来不利影响。

数据利用黑箱化是指平台不公开数据的利用规则以及方向,而是将整个数据的利用过程黑箱化。这个黑箱化的过程,一方面是数据的相关主体不知道其数据被应用到什么地方,另一方面是平台可能会利用其掌握的数据进行不正当竞争或者欺诈消费者等等。从数据利用来看,即使消费者或经营者放弃自身在平台上所产生的数据的权利,也并不代表他们授权平台对他们的数据进行过度开发,甚至进行不利于其自身的开发。

由于经营者对数据进行垄断,使消费者在不同平台之间进行转换的成本非常高。Demary(2015)^[2]指出,网络的特点是不同网络间的高转换成本。如果这些值太高以至于切换基本上不可能,则会出现所谓的锁定效应。在社交网络,这一点表现得特别明显。即使对转换成本较低的网络业务而言,也涉及转换成本。首先,消费者承担培训和学习成本(Shapiro & Varian, 2000)^[3]。一旦他习惯了某个平台并且习惯了这个平台的特定标准,则至少需要一段时间才能适应另一个平台。其次,还形成了搜索成本,因为他首先需要找到另一个提供相同服务的平台。最后,由于新平台的信任形成机制可能不同,消费者可能会面临相当大的忠诚成本。在这种情况下,切换平台基本上需要在建立信任时重新开始。这意味着至少需

要一段时间才能习惯另一个平台。

(二) 超级平台所带来的市场垄断问题

数字经济下的平台垄断是在经济发展过程中自然形成的。平台内用户越多,平台的运营成本与竞争力就越强,这会导致在平台经济运行过程中出现“赢家通吃”的情况。在平台经济模式下,对先行者的优势具有明显的放大效应。先行者微弱的市场优势都可能通过双边市场效应转换为大的市场势力。经济发展历史表明,企业倾向于利用市场主导地位谋利。互联网大企业可能也不例外。互联网的经济运作模式有利于形成自然垄断,其实一些平台现在已经主导了市场。世界银行(2016)^[4]指出,互联网经济具有边际成本不变甚至递减的特点。在缺乏有效规制的情况下,互联网平台运作模式容易出现自然垄断的市场格局。这种情况有利于既有市场份额较高的企业,也有利于个人能力较强的个体。这一特点,容易影响数字经济的普惠性。

平台垄断地位对消费者的影响也与原有的经济理论研究结果有着不同之处。

首先,平台处于一种中介地位,对消费者的影响不如传统的买-卖关系或生产-消费关系中的垄断者明显。在传统的经济学分析中,具有垄断地位的生产者或者卖家,会倾向于提高价格或者降低质量。但是,在平台经济模式下,平台对消费者的影响并不直接。Natali Helberger(2016)^[5]在为OECD坎昆部长级消费者信任委员会撰写的关于数字经济的背景报告中指出,平台市场的一个关键方面是平台的突出作用。这些中间商的主要功能是将同伴消费者与同伴提供者进行匹配,以促进交易,而不是自己提供商品或服务。这是一个不同于传统零售商或制造商的角色。

由于这个原因的存在,平台垄断问题往往被忽略。因为平台的特殊性,使平台对消费者福利的影响并不明显。更为重要的是,通过将多个市场和网络集中在一个平台上,平台运营商在中间获得强大的地位,可以利用不同市场内部和不同市场之间的网络效应,使这些市场的条件发挥作用。这样平台商从表现上看,并没有给消费者福利带来影响,甚至还通过降低交易成本、提供免费服务和消费者补贴等多种方式,在表面上增加了消费者福利。这也是很多经济学家、法学家或者政府主管部门对平台垄断问题相对较为忽视的原因。

当然,不能忽略的是,现在很多平台企业利用数据优势,进行数字市场操纵行为。有学者研究认为,公司对消费者的了解越多,越能够更好地满足他们的需求,并将他们的注意力货币化。企业越来越多地利用对消费者的了解,不仅将他们与他们可能喜欢的内容相匹配,而且还促使消费者支付更多,这有利于公司发展(Calo R., Rosenblat A., 2017)^[6]。

但是,从总体上看,对平台垄断问题的研究,必须突破现有的消费者福利分析框架,站在更为高远的视角,进行分析。

其次,平台作为中介,对平台内的经营者具有极大的控制力。平台经济模式下,平台内有大量的经营者,这些经营者对平台的依赖程度非常高,平台对其具有控制力。即使有别的平台在竞争,由于数据迁移等方面的难度,这些企业也几乎无法脱离平台生存。

最后,平台作为中介,甚至对某些产业都存在着影响。平台上汇集了大量的经营者,这些经营者可能集中于某一产业,那么,平台对这些产业发展可能存在影响。对一个产业而言,一个欣欣向荣的小企业群体对产业有活力的发展具有重要意义。很多创新型小企业的存在,实际上为大企业进行收购提供了一个源源不断的活水,这对大企业本身来说是非常有利的。一个潜在的威胁是,大企业有可能会凭借自己的网络优势而提供类似的产品或服务,这就使大企业轻易地对小企业进行掠夺。如果平台侧重于对大企业的支持,则会对行业内小企业的生存带来巨大的压力。

(三) 超级平台所带来的流量垄断问题

随着超级平台的形成,这些平台的功能越来越强大,从而对用户流量也形成了垄断。CNNIC发布的《第44次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示,2019年1-6月,中国网民使用时长最长的移动应用是即时通信软件,占时长的比重达到14.5%;在即时通信领域中,微信与QQ占据了绝对主导地位。

互联网虽然降低了创业的门槛,使创业过程中对各类硬资本投入减少,但是,流量限制将成为数字经济创业的一个问题。

对互联网企业而言,流量相关的基础设施投入相当于其沉没成本。Carballa Smichowski(2016)^[7]指出,对平台竞争而言,数据收集和存储固定成本是进入的障碍。而相对而言,后进入者面临着很多其他问题。

这种流量的垄断还带来一个问题,就是一些小的创业企业在做出一种新的商业模式之后,很容易被大的平台企业模仿,而无法成功;或者大的企业通过收购等方式控制小的创业企业。

对于中小创业企业而言,还有一个问题是流量价格的高涨。Demary(2015)^[2]则指出与平台竞争相关的另一个主要问题,即平台能够区分不同类型的用户并且可以在他们之间交叉补贴。这通常意味着有一个盈利分部和一个补贴分部。一般来说,在这种背景下可能有不同类型的定价:需求方或供应方支付。不同类型的消费者或供应商的价格歧视或混合价格也是可能的。如果消费者和供应商都没有被收费,但平台通过广告融资,平台就可以被定义为多方面的,因为广告商构成了平台的另一(第三)方。这种交叉补贴,对后进入者极其不利,除非后进入者有着更强的交叉补贴能力。这样,在平台竞争中,补贴消费者成为了一种竞争常态。

而网络效应的存在,使平台的网络一旦达到了临界规模,网络效应就可以保护平台的地位,甚至是市场支配地位,为其他公司或平台提供进入门槛,包括锁定客户。这样,平台垄断了流量之后,也会对平台内经营的企业、其他平台的进入等带来实质性的影响。

(四) 超级平台所带来的不正当竞争问题

超级平台因为拥有巨大的市场影响力,因此,有可能通过这种影响力而实施不正当竞争行为。这种不正当竞争行为分为两方面:一方面,限制新的平台进入市场,从而垄断整个中介服务市场。例如,在位平台可以通过数据垄断、流量垄断等,增加新平台进入的成本。另一方面,平台还可以对其平台内的经营者施加明示或暗示的影响,使平台内的经营者无法进入到新平台的经营中。例如,平台可以对进入新平台的经营者给予不公平的流量分配,或者提供不公平的接入策略等,使经营者无法实现跨平台经营。

不正当竞争问题并不是超级平台出现之后才带来的新问题。但是,由于超级平台对平台内经营者的影响力远超过工业经济时代,就使这个问题在数字经济时代更为突出了。

在超级平台垄断,也存在着对消费者权益的侵害。超级平台所带来的消费者权益保护问题也超越了原有的消费者权益保护的范畴。这些超级平台发展给消费者权益带来的影响首先是个人信息与数据

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

的安全问题。数字技术的发展使原来人类认为完全不同类型的信息全部变成数据。平台上汇聚了非常多的经营者,通过收集这些经营者相关的消费者的数据,平台有能力对消费者的个性特征作出分析。这种深入的分析,可能带来在线欺诈等诸多方面的问题。其次,对消费者更深入的了解,会使平台制订更为个性化的符合消费者需求的营销方案,这事实上会局限消费者的选择。最后,平台上存在着诸多不实信息,也容易损害消费者的知情权。例如,在很多电商平台上,存在着大量的虚假评论或者刷单等行为,这容易对消费者形成误导。

值得指出的是,当前,超级平台所带来的消费者权益保护问题仍未受到足够的重视。正如 Natali Helberger 向 OECD 部长级会议提供的报告中所指出的,大多数现有的研究倾向于集中平台的好处,而不是关注消费者受到损害的可能情况。另外,许多现有的证据都集中在美国的经验上。因此,加强平台对消费者权益的保护,将是未来的一个重要研究课题。

三、解决平台垄断问题的对策

(一)建立防止数据垄断的机制

平台的数据垄断是其垄断流量与市场的基础。而数据垄断的根源,在于数据收集的隐蔽化、平台数据的产权化、数据使用的黑箱化,因此,要从这三方面出发,解决数据垄断问题。

在数据收集方面,应该建立明确的规范。核心的问题是需要将数据收集条款明示化,并防止过度收集数据。从中国的法律规定来看,对信息收集的明示同意比较重视。例如,《网络安全法》特别强调个人信息收集的明示同意,明确规定,信息收集使用需要个人的同意,即经被收集者同意;处理和保存必须遵循与用户的协定;如果违反用户的协定处理或者保存个人信息,用户就有要求删除和更正的权利。当发生安全事件之后,还需要通知到用户。2017年12月29日发布的《信息安全技术个人信息安全规范》(国家标准 GB/T 35273-2017),也强调了信息收集过程中的“同意”原则。但是,从现有的规定来看,存在着以下几个方面的问题:第一,对信息与数据并没有进行区分。包括法律、政策文件以及各个平台的隐私条款,都有意无意地认为数据收集即信息收集,将2个

概念混淆。这样,很多只需要收集用户数据的情景,变成了对用户信息的收集。第二,缺乏对数据过度收集的相关规定。平台在为提供服务过程中,理论上只能收集其完成服务所必需的数据或信息。在这个方面,《网络安全法》第41条只作了原则性规定,在实际操作过程中,应该有一些基本的规范,防止平台以提供服务为名,大量收集用户的数据与信息。第三,将信息收集与提供服务进行捆绑。由于中国平台企业大多采取基本服务免费、增值服务收费的商业模式,这使平台企业必须大量收集消费者或用户的信息与数据,并利用这些数据进行挖掘与开发,提供更具有针对性的服务方案,增加用户的粘性,并阻止其他平台进入到相同的市场。

在数据的产权化方面,一个重要的问题就是要明确用户在平台上的行动轨迹所形成的数据的所有权问题。联合国等机构认为,用户应该对其在平台上所形成的数据拥有权益(并不一定是所有权);欧盟认为,用户对其在平台上所形成的数据有着控制权,例如,可以要求平台遗忘其所形成的数据或信息(被遗忘权)。中国的《网络安全法》倾向于用户对数据拥有控制权。然而,问题的关键是,即使明确用户对数据的控制权,如果对产权规定不进行明确的话,就很容易导致平台将数据作为其私产。而且,即使在现有的控制权方案里,也没有包括数据的迁移权,用户因为没有对其数据的所有权,故无法向平台提出自己的要求。因此,在未来的政策措施里,要避免平台将数据产权化,作为平台的私有财产。

数据的特点是一次收集之后,多次使用的边际成本基本为零。因此,建立数据共享机制,鼓励数据公平使用,将有利于打破数据垄断。Internet Society (2017)^[8]发布的一个报告提出,由于数据的特点,最好是建立一种公益性的数据共享机制。而且,数据共享机制建立过程中,很容易受到利益集团的影响。因此,需要在拥有数据的利益集团形成强大的影响力之前,明确数据共享机制。这一点对中国建立数据共享机制具有很大的启发意义。另一种可行的方案是将数据作为一种公共资源,或者公共财产(Carballa Smichowski, 2016)^[7]。在这种方案中,需要解决的问题是平台的所有权问题。在平台私有的背景下,数据作为公共资源是难以实现的,因为无法解决激励机制问题。因此,有学者(Bradley K. & Pargman

D., 2017)^[9]提出,应通过平台合作主义来解决平台所有权问题,将平台改造为一种合作社。

在解决数据使用的黑箱化方面,关键的问题是要求对数据的用途进行明示,并对算法过程进行必要的解析。数据使用的黑箱化,对“数据正义”(data justice)非常不利,也容易使社会公众乃至企业被算法所歧视。已于2018年5月25日生效的欧盟《统一数据保护条例》(GDPR)在此方面的一些做法,值得借鉴。

另外,值得指出的是,要对数据垄断与数据保护(或者说信息保护、隐私保护)进行区分。数据保护是针对个体(如消费者、企业)的信息或隐私而言,要通过防止相关方过度使用数据或不正当使用数据,从而避免对个体隐私的侵犯。这里针对的主体是数据控制者和产生数据的个体。数据保护是数据收集者、控制者、使用者的一种义务。而数据垄断则是一些平台拥有大量数据之后,通过对所拥有的数据独自进行商业开发,从而形成垄断优势。很多平台不愿意共享数据的一个重要理由是数据保护,但其实质是以数据保护的名义进行数据垄断。

(二)基于平台的行为视角对平台垄断问题进行动态监管

对互联网平台垄断的监管,不能按照传统的反垄断法的做法,以市场占有率为标准进行。互联网平台往往具有双边市场特点,容易表现出边际成本下降而边际收益递增的特性,形成平台拥有较高市场份额的情形。而这种情形,往往还具有较高的效率。因此,反垄断法应用到互联网平台时,需要突破原有的反垄断法应用经验(Robin S. Lee, 2013)^[10]。还有一种情况就是,在用户转换成本(switching cost)较低的情况下,用户很容易在不同平台之间转换,这样,即使先行平台具有很高的市场份额,但其他平台仍随时可能进入,这是一个经济学意义上的“可竞争市场”,因此,更不能轻易运用反垄断法对市场份额高的企业实施反垄断执法。

站在创新的视角,很多平台的创新都建立在数据基础上,拥有高市场份额的平台能够利用其数据优势、用户优势等,进行持续创新,从而优化社会资源配置,实现社会福利最大化的目标。对这些平台,也不宜直接进行反垄断执法。但是,也应该看到,很多具有高市场份额的平台企业,利用其优势地位,压

制竞争,阻碍其他企业进入市场,损害平台内经营者的利益。例如,在中国,很多电子商务平台强制要求经营者“二选一”,这明显是一种压制竞争的行为。这种行为,应该是监管的重点。另外,由于平台涉及到很多利益相关方,在平台实施限制竞争的行为时,往往是对平台间的竞争行为进行限制或者对平台内经营者行为进行限制,这些行为并不一定明显损害了消费者福利,因此,在进行垄断-竞争的福利分析时,需要纳入更多的利益相关者。例如, Jean-Charles Rochet & Jean Tirole (2003)^[11]指出,网络外部性的许多(可能是大多数)市场是两边(或多边)市场。具有网络外部性的市场是一个双边市场,它的平台可以有效地在不同类别的最终用户之间进行交叉补贴。也就是说,平台的交易量和平台的利润不仅取决于交易各方收取的总价格,还取决于交易的分解。而这种交叉补贴的行为,对各利益相关者的影响是不一样的,如何界定,需要在动态监管过程中,采取随需而变的监管方案。

平台是一种复杂的市场主体,涉及到多利益相关者,因此,应建立多利益相关者的分析框架,对破坏市场竞争、损害利益相关者利益的行为进行动态监管,而非基于市场份额采取拆分等传统的反垄断手段。而对垄断行为的监管,需要更新的监管标准与政策工具。

(三)建立流量分配机制进行监管

平台连接了多需求方与多供给方,承担了市场中枢的作用。在这个过程中,平台为需求双方的交易完成提供了大量服务,这些服务使中小微企业(或个体)能够以极低的成本进入到大规模协作网络之中。这种协作网络效率将随着用户数量增加而持续提升。因此,平台天然会汇聚海量的流量资源。

平台虽然拥有了海量的流量资源,但是,对平台内的经营者而言,将面临着巨大的流量竞争压力,因为平台内的经营者都会竞争流量资源,这样,平台对流量的控制与分配就具有极重要的价值。事实上,这也是平台商业模式的重要特征之一,即对流量的运营。流量价值的显现,以及平台对流量的控制,使平台可以将流量作为战略手段,采取各种歧视方法,从而实现对平台内经营企业的控制,进而压制平台间的竞争。

平台的流量歧视行为是难以监管的,因为平台流量分配机制往往由算法完成,而算法无论是其设计原理还是其运行细节,都是平台企业的商业秘密,

监管部门无法要求平台企业对这些细节进行公开。从国际上看,欧盟曾要求谷歌对其排序算法作出说明,开启了对算法进行监管的先声。但是,整体来说,对平台的算法进行监管,建立平台流量公平分配的机制,对平台监管仍是一个挑战。

从未来发展看,可以通过建立一个指标集的方式,以可观测到的指标集来分析平台是否存在流量歧视,这可能是对平台垄断进行监管的一个可行方案。

(四)建立数据权利体系,平衡数据开发与信息保护

从现实来看,数据共享只是解决数据垄断的一种理想方式。在平台所有权仍属于私人所有的情况下,强行推进数据共享会导致数据收集与利用的激励缺失,产生公共地悲剧问题。另外,即使在平台间推进数据共享,也还涉及到前文提到的数据保护问题。数据保护的本质是如何鼓励在进行信息保护的同时,推动数据开发,实现数据价值。这需要建立一个平衡机制:一是需要解决个人数据的商业价值开发与个人隐私保护之间的悖论。防止数据垄断,建立数据保护机制,需要体现基本人权保护、社会发展需求、商业价值实现之间的一个平衡。高度严格的个人数据保护,会影响到数据商业价值的实现,也会影响到社会经济发展。二是数据保护需要考虑到数据流动的需求。数据流动是体现数据价值的基础,也是打破数据垄断的重要方法和手段。数据保护不能过分限制数据流动,从而影响数据的社会价值。三是要综合考虑成本与收益。数据保护需要付出相应的成本,包括进行数据保护的成木、后期的执法成本等,同样应该考虑数据保护所带来的收益。四是要采取动态可调整的方式。数据保护的本质是保护消费者隐私,而隐私的概念本身就是一个动态发展的过程,法律可适应这种动态发展的趋势,对数据保护采取动态弹性的方式。五是要强调个体选择优先的原则。数据开发利用能够带来一些现实的利益,而风险是潜在的,每个人对待潜在风险与现实利益之间的权衡是不相同的,法律不能强制统一。

因此,平衡数据开发与信息保护的实质是尊重个体的知情权和选择权。在这个方面,可以采取“明示同意”原则,尊重个体选择,并避免数据保护的成木过高。

(五)严格限制平台的不正当竞争行为

在平台垄断的背景下,中国的平台出现了一些

不正当竞争行为。这些不正当竞争行为(如电商平台之间的“二选一”行为),损害了平台生态中的很多利益相关者的利益。而且,由于平台流量垄断,并将流量歧视作为一种战略手段,使平台内经营者对这种行为只能接受。因此,要基于平台生态的概念,对平台的不正当竞争行为实行多维度、多主体的监管机制。在具体监管手段方面,应首先对利益相关者赋权,其次是建立相应的损害赔偿机制,最后是要求平台提高透明度。通过这一系列的手段,严格限制平台的不正当竞争行为。

参考文献:

- [1]UNCTAD. Information Economy Report2017: Digitalization, Trade and Development[M].New York and Geneva: United Nations, 2017.
- [2]Demary V.. Competition in the Sharing Economy[R].IW policy paper, 2015.
- [3][美]卡尔·夏皮罗,哈尔·瓦里安,著.张帆,译.信息规则[M].北京:中国人民大学出版社,2000.
- [4]World Bank Group. The World Development Report2016: Digital Dividends [M].Washington,D.C.:World Bank Group, 2016.
- [5]Natali Helberger,Protecting Consumers in Peer Platform Markets Exploring the Issues[EB/OL].https://unctad.org/meetings/en/Contribution/dtl-eWeek2017c05-oeed_en.pdf.
- [6]Calo R., Rosenblat A.. The Taking Economy:Uber, Information, and Power [J].Columbia Law Review,2017,117(6):1623-1690.
- [7]Carballa Smichowski B.. Data as a Common in The Sharing Economy: A general Policy Proposal[EB/OL].<http://hal.cirad.fr/CEPN/hal-01386644v1>.
- [8]Internet Society.. Internet Society Global Internet Report 2017:Paths to Our Digital Future[R].Reston VA:Internet Society, 2017.
- [9]Bradley K., Pargman D.. The Sharing Economy as the Commons of the 21st Century[J].Cambridge Journal of Regions, Economy and Society, 2017, 10(2): 231-247.
- [10]Lee R. S.. Vertical Integration and Exclusivity in Platform and Two-Sided Markets[J].The American Economic Review, 2013, 103(7):2960-3000.
- [11]Jean -Charles R., Jean T.. Platform Competition in Two-Sided Markets[J].Journal of the European Economic Association, 2003, (4): 990-1029.

[责任编辑:李小玉]