

租金、平台企业利润与垄断问题研究*

——基于马克思地租理论

赵敏

【内容提要】 马克思地租理论是理解和分析平台企业利润以及垄断问题的重要基础和依据。作为促进社会生产和再生产的中介组织，平台本身不生产价值。平台企业的利润属于租金，本质是使用平台的职能资本生产或实现的超额剩余价值。根据平台类型，平台企业可以获得级差租金或垄断租金，或同时获得两种形式的租金。平台企业获得租金的原因是数据要素所有权垄断，其中，数据要素以大数据与算法等技术为基础。当平台租金被纳入虚拟资本运动链条，金融资本投资成为平台企业垄断的主要机制。在资本主义生产方式下，平台企业垄断及其可能引发的经济社会问题都难以得到彻底解决。平台企业健康发展需要在“以人民为中心”的逻辑下重现平台企业的社会性。

【关键词】 数据要素 平台企业 级差租金 垄断租金

作者简介：赵敏（1987-），南开大学经济学院副教授（天津 300071）。

随着云计算、大数据等新一代信息技术的发展，大型数字平台企业（以下简称“平台企业”）垄断趋势日益显著。自2017年至2021年，全球市值排名前6位的企业中有5家是平台企业，分别是美国苹果（Apple）、微软（Microsoft）、亚马逊（Amazon）、谷歌（Google）和脸书（Facebook）^①，其总市场价值增长了202%。近年来，数字平台企业垄断及其妨碍市场竞争的行为在世界范围内引起广泛关注。强化反垄断和防止资本无序扩张也是我国近年来多次强调的重点任务。对平台企业垄断的研究往往强调数字平台（以下简称“平台”）的网络效应、数据的特殊性或者算法垄断等因素^②。马克思地租理论为解释平台企业垄断提供了重要理论基础。通过研究平台企业租金的性质、来源以及形成机制与原因，可以揭示平台企业垄断趋势形成的根源，为平台企业健康发展提供建议。

一、平台企业租金理论“盲点”：消失的“剩余价值”范畴

1. 马克思的地租理论

马克思在批判古典经济学和庸俗经济学地租理论的过程中，建立了基于科学劳动价值理论的地租理论。“地租分析上的全部困难在于，要说明的是农业利润超过平均利润而形成的余额，即不是

* 本文系南开大学文科发展基金科学研究类项目“中美经济关系的政治经济学分析与后疫情时期中国的应对策略”（ZB21BZ0314）的阶段性成果。

① 除2018年脸书排名第六外，在其余4年，这5家数字平台企业为全球市值排名前5的企业。

② Martin Kenney and John Zysman, “The Rise of the Platform Economy”, *Issues in Science and Technology*, Vol. 32, No. 3, 2016; Marion Fourcade and Kieran Healy, “Seeing Like a Market”, *Socio-Economic Review*, Vol. 15, No. 1, 2016.

说明剩余价值，而是说明这个生产部门所特有的超额的剩余价值。”^① 马克思揭示了资本主义生产方式下，农业部门中农业工人生产的超额剩余价值在分配领域转化为地租的三种机制。农业部门以土地作为特殊的生产资料，农产品的市场价值由最差土地形成的生产价格决定。生产效率更高的优等地和中等地可以获得超额剩余价值，后者转化为级差地租Ⅰ。土地资本家在同一土地上连续追加投资产生的超额剩余价值，转化为级差地租Ⅱ。农业部门中构成生产价格与价值或价格差额的那部分超额剩余价值转化为绝对租金。绝对租金的规模“取决于农业和工业相比的相对发展程度”^②，当农业部门有机构成高于工业部门时，绝对租金可能消失。

除以上三种机制外，还有一种因垄断价格而产生的垄断租金。马克思认为需要区分两种垄断价格：一种是因为产品本身有一个与地租无关的垄断价格，也是通常意义上的垄断价格，往往与价值、生产价格无关。另一种是因为地租存在，产品才能按垄断价格出售。由于所有权利限制了投资，导致产品的市场价格高于生产价格甚至价值，即地租导致垄断价格。这两种垄断价格所对应的租金本质不同，垄断租金是流通环节中产品购买者向销售者进行的价值转移，而地租是本部门内部生产的剩余价值。

基于与剩余价值规律和利润率平均化理论逻辑一致的地租理论，马克思解释了农业部门为何能够形成“租金”，以及它的来源、形成机制与最终归属，破除了“三位一体”公式对农业地租在经济关系上的神秘化。

2. 马克思地租理论在数字平台领域的发展

20世纪80年代后，面对土地与地产价格普遍暴涨，以及知识型产品所有者凭借知识产权获得高额垄断性收入等现象，许多西方马克思主义学者运用马克思地租理论，将凭产权获得收入的、可交易的非商品性资产作为研究对象，研究租金性收入的本质与形成过程等问题。这些非商品性资产既可以是空气等自然资源，也可以是知识产权等社会智力产物。它们的共同点是只具有交换价值和使用价值，却没有价值，是一种“伪商品”。基于“伪商品”产生的收入被普遍看作寄生性的租金收入^③。尤其是大卫·哈维（David Harvey）提出“剥夺性占有”并重新阐述“垄断租金”的概念，从生产视角和流通视角区分了产生租金的“资本循环”和“收入循环”后^④，基于产权等财产制度获得的收入往往被激进学者看作在“收入循环”中产生的垄断租金^⑤。

随着平台企业迅速发展，国内外许多激进政治经济学学者认为，数字平台在准入方式、价值攫取等方面与土地相似^⑥，它本身不直接进入生产过程，而是一种为社会生产和再生产提供有利条件的非商品性资产，可以用马克思地租理论分析平台企业的租金性收入问题^⑦。甚至有学者将平台经济称作信息技术推动的新封建主义^⑧，大型数字平台拥有“工具权力”^⑨，消费者为获得数字平台提

① 马克思：《资本论》第3卷，北京：人民出版社，2004年，第885页。

② 马克思：《资本论》第3卷，北京：人民出版社，2004年，第872页。

③ Romain Felli, “On Climate Rent”, *Historical Materialism*, Vol. 22, No. 3-4, 2014.

④ David Harvey, “Land Rent and the Transition to the Capitalist Mode of Production”, *Antipode*, Vol. 14, No. 3, 1982.

⑤ Diego Andreucci, Melissa García-Lamarca, Jonah Wedekind and Erik Swyngedouw, “‘Value Grabbing’: A Political Ecology of Rent”, *Capitalism Nature Socialism*, Vol. 28, No. 3, 2017.

⑥ Jathan Sadowski, “The Internet of Landlords: Digital Platforms and New Mechanisms of Rentier Capitalism”, *Antipode*, Vol. 52, No. 2, 2020.

⑦ Callum Ward and Manuel Aalber, “‘The Shitty Rent Business’: What’s the Point of Land Rent Theory?”, *Urban Studies*, Vol. 53, No. 9, 2016; 林光彬：《互联网平台“虚拟空间”地租理论研究》，《中国高校社会科学》2022年第1期。

⑧ Evgeny Morozov, “What Happens When Policy is Made by Corporations? Your Privacy is Seen as a Barrier to Economic Growth”, *The Guardian*, 11 July, 2015.

⑨ Shoshana Zuboff, “Big other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization”, *Journal of Information Technology*, Vol. 30, No. 1, 2015.

供的服务不得不沦为数字平台企业的“附庸”^①。

既有激进政治经济学理论研究具有三个显著的特点。一是在数字平台企业获得租金收入的问题上形成共识。基于马克思地租理论，他们准确把握了数字平台本身不参与价值形成，以及数字平台企业雇佣工人不直接生产价值和剩余价值的本质，揭示了数字平台企业利润本质上是社会总剩余价值再分配的结果。二是理论分析往往局限于流通领域。由于激进政治经济学学者对马克思价值理论接受程度不同^②，他们虽然使用了租金、非生产性等概念，但构成马克思地租理论核心的价值、剩余价值等基础范畴却在不同程度上被舍弃^③。在关于数字平台的大部分批判研究中，垄断价格取代了生产价格和价值，用户、消费者取代了雇佣劳动者，平台企业被视为“生租资产”^④。三是将数字平台企业获得的租金视为垄断租金^⑤。除少数学者在分析知识产权、数据信息时提及绝对租金、级差租金外，数字平台企业的利润往往被简单视作垄断租金^⑥。即使使用了绝对租金、级差租金概念，既有研究大多没有合理区分三种不同租金，且大多区别于马克思的相关论述。例如，一些学者将绝对租金看作由垄断所有权产生的租金，将平台企业提供服务的价格差异看作级差租金等，这些观点都不同于马克思的租金理论。

3. 既有租金理论在数字平台领域的“盲点”

如马克思曾经指出的，“单纯法律上的土地所有权，不会为土地所有者创造任何地租”^⑦，租金、所有权垄断等概念本身不能构成批判理论的基础，更重要的是揭示这些现象背后的经济关系^⑧。忽视剩余价值理论，将马克思地租理论片面地应用于平台领域，把平台企业利润看作所有权垄断产生的垄断租金，这样的理论不仅存在无法自圆其说的逻辑缺陷，而且无法深刻分析当前平台和平台企业发展面临困境的原因，难以提出有效的政策。

首先，从流通领域研究平台租金和平台企业垄断问题，难以真正揭示平台企业的垄断逻辑。平台企业对平台的所有权垄断与平台企业垄断是两个完全不同的概念。平台企业的所有权垄断和平台的特殊属性并不足以解释平台企业垄断。既有研究往往从平台所具有的特殊属性出发论述平台企业垄断的必然性，然而，从现象到现象的分析无法揭示深层次的逻辑关系。解释作为特殊经济关系的垄断问题不能从一种作为表面现象的平台属性出发，问题的关键在于解释平台企业垄断的内在动力机制。

其次，将平台企业利润简单归结于垄断租金存在一定的逻辑缺陷。根据马克思的理论，垄断租金是因垄断价格而产生的租金，级差租金和绝对租金是因经营权和所有权垄断而产生的租金。如果平台获得的是垄断租金，那么平台垄断与平台所提供的产品和服务市场有关；如果平台获得的是级差租金和绝对租金，那么平台垄断与它自身的运营条件有关。从既有研究来看，以马克思地租理论研究平台的学者大多将平台利润归为垄断租金，但与此同时，他们将平台企业获得租金的原因归结

① Astra Taylor and Jathan Sadowski, “How Companies Turn Your Facebook Activity into a Credit Score”, *The Nation*, 27 May, 2015.

② Paul Langley and Andrew Leyshon, “Platform Capitalism: The Intermediation and Capitalisation of Digital Economic Circulation”, *Finance and Society*, Vol. 3, No. 1, 2017; 蔡超:《对数字平台企业规制的政治经济学分析——基于马克思的流通过费用理论》,《经济学家》2022年第2期。

③ Thomas Purcell, Alex Loftus and Hug March, “Value-Rent-Finance”, *Progress in Human Geography*, Vol. 44, No. 3, 2020.

④ Brett Christophers, “The Rentierization of the United Kingdom Economy”, *Environment and Planning A: Economy and Space*, 2019.

⑤ Kean Birch, “Technoscience Rent: Toward a Theory of Rentiership for Technoscientific Capitalism”, *Science, Technology & Human Values*, Vol. 45, No. 1, 2020.

⑥ 也有少数学者强调平台企业获得绝对租金和级差租金。如蔡勒(Zeller, 2007)认为知识产权垄断产生的租金是绝对租金, Christian Zeller, “From the Gene to the Globe: Extracting Rents Based on Intellectual Property Monopolies”, *Review of International Political Economy*, Vol. 15, No. 1, 2007.

⑦ 马克思:《资本论》第3卷,北京:人民出版社,2004年,第856页。

⑧ Brett Christophers, “The Problem of Rent”, *Critical Historical Studies*, Vol. 6, No. 2, 2019.

于平台对数据或对算法等技术的垄断，而不是平台能够对其服务制定垄断价格^①。因而，他们无法从逻辑上准确说明平台租金的性质。这种对基础概念的模糊处理使得他们也无法解释平台企业垄断与租金的逻辑关系——平台企业是在追求平台租金的过程中导致垄断，还是平台企业只有实现垄断才能获得租金？

最后，将平台所有权或对数据、技术的占有作为产生租金的原因，容易陷入数据拜物教或平台拜物教的泥淖，马克思曾经揭开的关于地租的“神秘面纱”再度笼罩到平台中。将平台租金简单归结于产权关系的结果，不仅难以深刻批判资本主义私有制和平台资本家的寄生性，反而可能将租金看作促进资本自动流向租金更高的领域、从而有利于资源配置的有效机制^②，最终沦为为资本主义私有制辩护的理论。

因而，基于马克思的地租理论分析平台企业利润问题，必须以租金与剩余价值的逻辑关系为起点，揭示平台租金的性质与本质以及平台企业获得租金的原因与条件，从资本积累角度辩证地分析平台企业垄断的内在机理。只有这样，才能更深入地揭示资本主义生产方式下平台经济发展面临的困境，为促进我国平台经济健康发展提供一些可行思路。

二、平台企业利润的性质：垄断租金还是级差租金？^③

1. 数字平台及其分类

“平台”一词早期属于管理学术语，指的是在产品模块化和组件化背景下，公司内部为一系列具有通用组件的产品系列构建的共同“产品平台”。随着信息技术发展，数字平台相继涌现，成为主要的平台形式。它基于一套算法收集、处理、应用数据信息，通过制定和执行一系列由多边参与者共同参与的规则，为商品和服务提供中介服务，具有虚拟性、中介性、协同性、开放性区别于传统经济组织的特点^④。它在社会生产和再生产过程中不直接作为被生产和被交易对象参与生产和流通，而是作为“中介”提供产品或服务的生产或交易“场所”^⑤。

平台企业是拥有、运营、管理、维护平台的企业组织，它可以拥有一个或多个平台，也可以作为平台参与者之一进行生产或流通。例如，亚马逊公司既拥有线上交易平台、云服务平台等多个平台，也作为平台使用者在其自有平台上销售商品。在社会生产和再生产活动中，平台企业与其他企业、非企业组织或个人形成的经济关系总和构成了平台经济。平台经济类似于一个以平台为基础的生态系统，也可以称为平台经济系统。尽管平台具有开放性，但由于平台所有权归平台企业，用户在满足一定条件后才能使用平台，因而平台经济系统实际是一个半开放式的体系，它的开放程度取决于平台企业制定的平台运营规则。

根据平台在社会总价值生产和流通过程中的作用，可以将平台划分为生产性平台和流通性平台。

① Marcos Dantas, “The Financial Logic of Internet Platforms: The Turnover Time of Money at the Limit of Zero”, *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*. Vol. 17, No. 1, 2019.

② 这一观点首先由大卫·哈维提出，后来被许多学者接受。参见〔英〕大卫·哈维：《资本的限度》，张寅译，北京：中信出版集团，2018年，第566-568页；Derek Kerr, “The Theory of Rent: From Crossroads to The Magic Roundabout”, *Capital & Class*, Vol. 20, No. 1, 1996.

③ 本文出于以下原因，不考虑平台企业可能获得“绝对租金”的情况：平台企业的资本有机构成，即活劳动推动的不变资本规模往往高于社会平均水平，按照马克思对绝对地租的范畴规定，这部分租金在理论上很难存在。

④ Michael Cusumano, “The Evolution of Research on Industry Platforms”, *Academy of Management Discoveries*, 2020.

⑤ Jathan Sadowski, “The Internet of Landlords: Digital Platforms and New Mechanisms of Rentier Capitalism”, *Antipode*, Vol. 52, No. 2, 2020.

生产性平台提供将传统制造转变为智能化生产所需要的硬件和软件的交易场所^①，如亚马逊的云服务器平台、西门子的工业平台等。流通性平台是面向最终消费者、以直接或间接的方式促进产品和服务流通的平台。以直接方式促进流通的平台可以称为交易性平台。它以互联网线上的方式完成传统产品生产和提供服务，主要职能是撮合并促使交易发生，如亚马逊、优步（Uber）等线上交易平台^②。以间接方式提供中介服务的流通性平台称为媒介性平台，往往具有娱乐、社交等属性。它往往通过提取并分析用户信息，并使用这些信息创建和提供精准定位目标客户的广告空间促进流通。谷歌、脸书等搜索平台和社交平台一般属于媒介性平台。相较于生产性平台对数据中心等不变资本进行大规模投资，流通性平台的预付资本规模较小，具有“轻资产”特征。

以上这种划分是根据平台在社会经济关系中的作用进行的，并不直接等同于现实实践中平台或平台企业。现实中的某个平台可能兼具多个功能，同时属于多个类型，如一些交易性平台也提供广告服务，同属于媒介性平台。

2. 生产性平台的租金性质

生产性平台主要为致力于智能化生产的产业资本提供中介服务。使用平台的产业资本可以提高生产率，增强剩余价值的生产能力，相对于同部门其他产业资本获得超额剩余价值^③。平台所有者获得的租金来自使用平台的产业资本雇佣工人生产的剩余价值。

为简化分析，假定所有生产性平台在运行效率方面相同，不区分平台优劣程度，只考虑产业资本是否使用生产性平台。这是因为，尽管生产性平台不会直接限制产业资本对平台的使用，但是考虑到平台提供的智能化生产服务往往对产业资本的预付资本量、企业管理能力、车间生产规模等具有较高要求，实际上只有少数大产业资本才可能使用生产性平台。而且，由于生产性平台往往需要投入大量的预付资本、吸引足够多的平台用户，生产性平台数量较少。当某产业部门内大部分个别资本没有使用生产性平台时，使用平台的资本的个别必要劳动时间必然低于社会必要劳动时间，它可以比较稳定地获取超额剩余价值。以西门子物联网平台（MindSphere）为例，它对各类软件开发商、云服务提供商提供开放接口，满足生产性企业对工厂运营数据分析等多方面需求。个别使用平台提供的工业软件的企业，可以降低生产费用、提高生产效率，获得超额剩余价值。

虽然超额剩余价值来自产业资本的雇佣工人，但这部分价值量难以被使用平台的产业资本全部占有，而是以级差地租的形式被平台所有者和产业资本家共同占有。在不考虑追加资本的条件下，因使用平台而产生的超额剩余价值以级差租金Ⅰ的形式，被职能资本家让渡给平台所有者。产业资本家支付给平台所有者的费用在本质上是产业资本家雇佣工人生产的超额剩余价值。与土地所有者、土地经营者在级差租金Ⅱ占有问题上存在竞争关系类似，工业平台使用者与工业平台所有者也为级差租金Ⅱ的归属进行斗争。产业资本在使用平台服务期间，通过追加投资、提高对工厂劳动过程的管理效率等方式，提高对工业平台的使用程度，从而增加雇佣工人生产的超额剩余价值量，并以级差租金Ⅱ的形式占有这部分价值。但是，平台所有者作为中介服务的长期提供者，在平台使用合约到期后可以提高产业资本家的平台使用费。这样，产业资本获得的部分超额剩余价值可能转移到工业平台所有者手中。

① 广义的生产性平台也包括为产业资本提供普通工业用品的平台，但是考虑到这些平台往往比较小，或只是大型平台的附属业务，这种平台很难形成垄断，此处不予专门分析。

② Marcos Dantas, “The Financial Logic of Internet Platforms: The Turnover Time of Money at the Limit of Zero”, *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*, Vol. 17, No. 1, 2019.

③ 参见赵敏、王金秋：《资本主义智能化生产的马克思主义政治经济学分析》，《马克思主义研究》2020年第6期。

生产性平台所有者还可能获得垄断租金。当生产性平台具有特殊产品或服务的知识产权，并将知识产权授权给平台使用者使用，这种授权费用属于垄断租金。平台对知识产权的授权费用往往取决于市场的支付能力，本质上属于垄断价格，相应的利润从性质上来说属于垄断租金。使用知识产权的产品和服务生产者不得不将他们基于知识产权而获得的部分超额剩余价值，以租金的形式转移到平台所有者手中。以云服务平台为例。由于云服务依赖于虚拟化和抽象化的计算过程，需要对数据中心等固定资本进行大规模投资，这超过了大部分企业的投资能力。云服务平台通过提供“公共云”解决中小企业对云服务的需求问题。云服务平台不仅具有强大的数据存储和处理能力，还提供平台工具，为创建系统提供模块化工具，自动生成基于云的服务和应用程序。它可以授权平台使用者使用存储和计算等云服务。使用云服务的企业根据自身需求，购买他们认为合适的资源规模，按云服务平台制定的价格付费^①。云服务购买者支付的费用与云服务生产价格之间的差额构成了云平台所有者的垄断租金。

3. 流通性平台的租金性质

流通性平台为商品或服务提供者与消费者提供中介服务，并因此参与社会总剩余价值的分割。它虽然不参与剩余价值的生产，但为商品转化成货币或货币转换为商品提供了便利，促进了商品和服务的流通，节约了产业资本预付规模，提高了产业资本周转速度，扩大了剩余价值的实现规模。流通性平台不仅提供交易场所，而且将资本流通方式从传统的管道结构转变为平台结构，通过算法等技术，以“非人类调解人”的角色发挥平台多边网络效应，促使交易达成。因而，使用流通性平台的流通资本可以实现超额剩余价值^②。尽管流通性平台的使用门槛相较于生产性平台而言较低，但是对于部分流通资本而言，他们在传统流通渠道往往已有大量投入，再加上存在新商业模式转换成本等因素，使用流通性平台的商品或服务提供者在一定时期内，可以稳定地实现超额剩余价值。然而，这部分超额剩余价值却不一定归商品或服务提供者所有。

对于以直接方式促进流通的交易性平台而言，因平台促进商品流通和周转而实现的超额剩余价值往往以级差租金 I 的形式被平台所有者占有。作为剩余价值的实现者，商品或服务的销售者有权要求获得这部分价值量。但是，平台为实现超额剩余价值提供了条件，交易性平台将传统的单向销售关系转变为双向互动关系，大量买家和卖家可以即时信息联系^③，商品和服务的销售者无须专门的销售部门，就能迅速满足消费者需求，并使用数据分析工具对用户反馈迅速做出反应，比传统科层制管道结构效率更高^④。因而，平台所有者也有权要求占有超额剩余价值。

由于不同的交易性平台在用户量、算法技术、客户群体等方面存在差别，根据它们实现剩余价值的能力，交易性平台可以分为优等、中等两类。因而，对于产品流通而言，存在优等平台、中等平台、无平台等三种情况。实现商品价值的社会必要劳动时间由不使用平台的商品销售者的个别必要劳动时间决定，否则，如果社会必要劳动时间高于他们的个别劳动时间，他们将退出流通领域。在供求规律作用下，商品的销售价格不断提高，直到价格提高到不使用平台的商品销售者可以获得

① Kenji Kushida, Jonathan Murray, Patrick Scaglia and John Zysman, "The Implications of Cloud Computing for Integrated Research and Innovation Strategy", Working Paper 2014-4, https://brie.berkeley.edu/sites/default/files/brie_wp_2014-4_kushida_murray_scaglia_zysman_2014.pdf.

② 参见谢富胜：《数字平台收入的来源与获取机制——基于马克思主义流通理论的分析》，《经济学家》2022年第1期。

③ Marcos Dantas, "The Financial Logic of Internet Platforms: The Turnover Time of Money at the Limit of Zero", *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*, Vol. 17, No. 1, 2019.

④ Geoffrey Parker, Marshall Van Alstyne and Sangeet Choudary, *Platform Revolution: How Platform Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You*, New York: WW Norton & Company, 2016, pp. 11-14.

平均利润，此时市场达到供求平衡。因而，使用优等和中等平台的商品或服务销售者可以实现超额剩余价值。由于使用平台的商品或服务提供者往往是小企业，甚至是个体经营者，他们在与平台争夺剩余价值方面显然处于劣势地位，因而，平台所有者以级差租金 I 的形式占据全部或大部分超额剩余价值。

在特殊条件下，使用平台的商品或服务提供者也可能获得部分级差租金，称为级差租金 II。在签订使用平台的租金合约后，平台使用者通过提高劳动强度、延长劳动时间等方式，生产的超过约定租金部分的超额剩余价值在合约期内归平台使用者所有。但是，在合约期满后，平台可能进一步提高价格，级差租金 II 将转变为级差租金 I 被平台所有者占有。例如，一些外卖平台通过调整收费规则，不断提高平台收取的佣金比例，平台商家虽然可能拥有更多的营业额，但往往只能在短期内获得超额利润，而且这意味着更高的劳动强度和更长的劳动时间。

交易性平台所有者还可以从消费者手中获得垄断租金。由于买卖双方的信息都集中于平台，这些信息被平台的算法技术收集并处理后，交易性平台可以采用动态定价而非市场竞争定价的价格形成机制^①。动态定价包括两种方式，一是价格歧视，根据特定客户可能支付的最高价格对同一产品以不同方式对不同买家定价。二是搜索歧视，不同的用户在使用平台搜索某些产品或服务类别时会看到不同的产品或不同的产品排序。例如，一些用户可能会在列表顶部看到比其他用户更昂贵的酒店，而人们往往对排序靠前的酒店进行支付^②。这两种方式都是平台基于用户数据和算法技术，对不同消费者制定不同的价格。

平台垄断租金往往在较长时期内才能形成。在短期，平台企业更可能采取类似于传统垄断企业经常使用的“掠夺式定价”行为，即先将价格降低到成本价格以下，逼迫竞争对手退出市场。较低的动态定价只是平台企业扩大用户群体从而实现和巩固垄断地位的手段^③。在长期，当平台能够获得足够多消费者的数据信息，并使用算法技术快速有效地针对每个消费者制定出他们愿意支付的最高价格时^④，平台有可能实现“完美价格歧视”^⑤。因而，交易性平台的动态定价方式在一定时期可能会产生有利于消费者的“错觉”。如研究表明，基于需求弹性的定价算法，优步仅在 2015 年就产生了 68 亿美元的消费者剩余^⑥。然而，平台动态定价的重点不在于平台企业短期可以产生消费者剩余，而在于平台在消灭竞争对手后可以长期利用算法技术占有消费者剩余^⑦。

对于以间接方式提供中介服务的媒介性平台所有者而言，它获得的租金往往与垄断价格有关。媒介性平台通过构建虚拟的广告空间，以招标竞价等方式将广告空间出售给支付价格最高的企业。虽然不同的媒介性平台在具体的价格形成机制等方面有所差异，但是本质上他们都是通过以垄断价格向广告商或商业资本出卖“数字空间”的方式获得收入，因而其租金是因垄断价格而产生的垄断租金。一些激进学者往往认为，媒介性平台还可以通过剥削平台使用者“受众劳动”获得利润。但

① Wolfie Christl and Sarah Spiekermann, *Networks of Control: A Report on Corporate Surveillance, Digital Tracking, Big Data & Privacy*, Wien: Facultas, 2016, pp. 41-44.

② Jakub Mikians, László Gyarmati, Vijay Erramilli and Nikolaos Laoutaris, “Detecting Price and Search Discrimination on the Internet”, *Proceedings of the 11th ACM Workshop on Hot Topics in Networks*, 2012.

③ David S. Evans, “Governing Bad Behavior by Users of Multi-Sided Platforms”, *Berkeley Tech. LJ*, No. 27, 2012.

④ Kenneth Bamberger and Orly Lobel, “Platform Market Power”, *Berkeley Tech. LJ*, No. 32, 2017.

⑤ Ben Shiller, “First-Degree Price Discrimination Using Big Data”, Working Paper, 2014, https://www8.gsb.columbia.edu/faculty-research/sites/faculty-research/files/finance/Industrial/Ben%20Shiller%20-%20Nov%202014_0.pdf.

⑥ Peter Cohen, Robert Hahn, Jonathan Hall, Steven Levitt and Robert Metcalfe, “Using Big Data to Estimate Consumer Surplus: The Case of Uber”, *National Bureau of Economic Research*, Working Paper 22627, 2016, <https://www.nber.org/papers/w22627>.

⑦ Salil Mehra, “Antitrust and the Robo-Seller: Competition in the Time of Algorithms”, *Minn. L. Rev.*, No. 100, 2015.

这种观点很难站得住脚。从马克思劳动价值理论来看,观看广告的受众本身不是劳动力商品,这个过程中没有涉及劳动力商品的买卖,没有资本对劳动者的直接控制。而且,受众劳动也不是一种生产或实现商品的劳动形式。此外,观看广告的时间本质上是从休闲时间中扣除的“损失掉的劳动时间”^①。因而,媒介性平台的收入主要是以广告费等形式存在的垄断租金。

总的来说,平台与土地同属于“非商品”类资源,平台所有者获得的收入性质与土地所有者相同,都属于租金收入。但是,二者也有显著区别。尽管平台不直接生产剩余价值,但是它以中介的形式参与并促进社会总产品的生产和流通,促进剩余价值的生产和实现,因而,为平台的形成和运营预付一定量资本的平台所有者,必然要求参与社会总剩余价值的分割。平台所有者所获得的利润量,可能等于也可能大于平均利润,其具体数量取决于平台在其发挥作用的部门是否具有垄断地位。当平台在其所处经济部门中不具有垄断地位时,平台所有者只能根据“等量资本获得等量利润”获得平均利润,这部分利润以租金的形式,从职能资本家转移到平台所有者手中。当平台在其所处经济部门中具有垄断地位时,平台所有者可以从使用平台的职能资本家和消费者那里获得超过平均利润的垄断利润。

表1 不同类型平台企业利润的性质

		资本运动中作用	主营业务	利润性质	租金本质
生产性平台		提高生产效率	工业互联网等	级差租金与垄断租金	使用平台的产业资本雇佣工人生产的、被平台所有者占有的超额剩余价值
流通性平台	交易性平台	促进流通	撮合线上交易	级差租金与垄断租金	产业资本雇佣工人生产的、平台商户在平台系统内实现的超额剩余价值
	媒介性平台	促进流通	广告服务	垄断租金	产业资本雇佣工人生产的、平台广告商转移给平台所有者的部分剩余价值

三、平台企业垄断的前提与机制：数据要素的垄断与“金融产业化”

平台企业获得租金涉及两个深层次的理论问题,一是平台租金本质上是使用平台的职能资本家雇佣工人生产和实现的超额剩余价值,但是,这部分超额剩余价值并不归使用平台的职能资本家所有,而是被平台的所有者占有。二是与土地作为自然资源具有竞争性不同,平台本质上是非竞争性“资源”,但是平台租金却没有在市场竞争过程中被平均化。回答这两个问题的关键在于,平台企业之所以能够在保持平台开放性的同时获得租金收入,是因为它能够垄断与平台有关的一种特殊生产要素。

1. 平台企业获得租金的原因是数据要素垄断

马克思在分析土地获得地租原因时指出,超过平均利润的剩余价值必然留在农业部门并成为租金,是因为农业部门存在土地自然资源的经营权垄断和所有权垄断。同样地,平台企业能够将生产和实现的剩余价值留在本部门内部,也是因为存在与平台有关的经营权和所有权垄断。然而,学术界在平台企业所有权垄断对象问题上并没有形成共识,目前存在两种比较普遍的不同观点。一种观

^① 参见余斌:《“数字劳动”与“数字资本”的政治经济学分析》,《马克思主义研究》2021年第5期。

点认为平台企业获得租金的原因是拥有对数据的所有权。数据所有权垄断类似于对自然资源的垄断，是平台获得租金的前提^①。另一种观点认为，平台技术垄断是平台获得垄断租金的原因^②。这两种观点在逻辑上都存在缺陷。

就数据而言，它难以成为垄断对象。首先，数据本身很难确定所有权，更难以实现垄断^③。因为部分数据如姓名、地址、成员关系等属于事实性信息，不是产出性信息，这些数据很难被类似地看作“财产”，在概念上和方法上也很难确定涉及多个主体的信息属于谁^④。其次，原始数据往往不能被直接使用，数据本身的积累对于大部分企业来说不具有使用价值，企业需要的是经过处理后的可供使用的数据，对数据本身的占有没有意义^⑤。此外，即使数据被垄断性占有，由于数据具有非竞争性，企业可以较低的价格直接购买或从第三方购买数据集。因而，数据垄断性占有本身不能阻碍资本流动，不可能产生租金。

就平台技术而言，尽管它是平台运行的关键，但是，平台包括平台用户、平台设施、平台数据等三个不同运营“层”，平台技术只是平台设施层的核心，而平台垄断是通过三个层次的共同作用实现的，没有数据、用户等要素，单纯的技术垄断难以限制资本流动、实现平台对剩余价值的占有。在现实实践中，虽然成功实现垄断的平台较少，但各类功能相似的平台层出不穷，如，在优步出现后大量的同类平台企业先后出现，说明建立平台本身的技术不能有效阻碍市场进入^⑥。

平台企业获得租金是通过对数据要素的使用权和所有权垄断实现的。数据要素是在对平台大数据进行采集、处理、存储等过程中形成的，包括数据和技术两个维度。首先，数据要素以大数据为前提。大数据具有海量规模、快速流转、多种类型等特点^⑦。自人类社会生产活动开始以来，数据就一直存在、被使用，但在大数据之前，数据主要是指与已识别或可识别的自然人有关的个体数据信息^⑧，而大数据因信息技术产生发展才出现，指传统数据库系统无法有效管理或处理的大量复杂的数据集。其次，数据要素的形成涉及数据收集、传输、存储、处理等技术。原始数据一般为非结构化或半结构化的数据，因不完整、具有噪声等特点难以被直接使用，需要经过数据（去）聚合、数据重组、数据计算等步骤后才能被使用和存储^⑨。因而，数据要素不是数据本身，而是数据与技术的共同产物，是平台企业获得租金的原因。

2. 平台企业强化数据要素垄断的机制

尽管数据要素以所有平台使用者共同产生的海量数据为基础，但是由于平台企业拥有对平台的所有权，以及对处理数据的算法等技术的所有权，必然成为数据要素的所有者和租金的占有者。为了长期稳定地获得租金，平台企业利用平台自身的运行特点，不断强化其对数据要素的所有权垄断，

① 参见黄再胜：《数据的资本化与当代资本主义价值运动新特点》，《马克思主义研究》2020年第6期。

② Martin Kenney and John Zysman, “The Rise of the Platform Economy”, *Issues in Science and Technology*, Vol. 32, No. 3, 2016.

③ 参见余斌：《“数字劳动”与“数字资本”的政治经济学分析》，《马克思主义研究》2021年第5期。

④ Kean Birch, DT Cochrane and Callum Ward, “Data as Asset? The Measurement, Governance, and Valuation of Digital Personal Data by Big Tech”, *Big Data & Society*, Vol. 8, No. 1, 2021.

⑤ Anja Lambrecht and Catherine Tucker, “Can Big Data Protect a Firm from Competition?” Dec. 18, 2015, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2705530.

⑥ Kenneth Bamberger and Orly Lobel, “Platform Market Power”, *Berkeley Tech. LJ*, No. 32, 2017.

⑦ Wolfie Christl and Sarah Spiekermann, *Networks of Control: A Report on Corporate Surveillance, Digital Tracking, Big Data & Privacy*, Wien: Facultas, 2016, pp. 11-12.

⑧ Lilian Edwards, “Data Protection: Enter the General Data Protection Regulation”, in Lilian. Edwards (ed.) *Law, Policy and the Internet*, Oxford: Hart, 2018, pp. 77-117.

⑨ Niels Doorn and Adam Badger, “Platform Capitalism’s Hidden Abode: Producing Data Assets in the Gig Economy”, *Antipode*, Vol. 52, No. 5, 2020.

以获得更多的租金收入。这个过程往往导致资本流动受限以及平台间垄断竞争。

首先，平台企业可以利用平台的网络效应，以更低的成本使用数据要素，阻碍竞争对手进入同一领域，以平台为基础生产和实现的剩余价值留在该平台系统内部。平台的多边性和中介性能够产生两种网络效应^①。直接网络效应是指平台的吸引力随着用户数量的增加而增加，间接网络效应表现为“交叉侧”效应，即一个用户组的用户（如消费者）随着另一个相互依存的群体（生产者）中用户数量的增加而增加^②。平台一旦有足够庞大规模的用户群体，其直接网络效应和间接网络效应将吸引更多的用户进入，形成以平台为核心，由供应商、内容制造者、广告商、消费者等多元主体共同构成的生态系统。相对于潜在竞争对手，平台企业对数据要素垄断意味着平台可以以更低的价格占有数据要素，以更有利的条件使用数据要素，运营成本更低，产生较高的进入壁垒。潜在竞争对手需要在双边市场上同时扩大规模才能挑战既有垄断平台的地位^③。

其次，平台企业可以利用平台的“干中学”效应，不断提高对数据要素的使用效率，吸引更多用户参与平台系统，扩大平台租金来源。数据要素的数据、技术二重维度意味着数据要素的形成是一个动态过程，算法技术对数据的攫取、处理与分析能力随着数据量的增加、用户规模的扩大而不断优化。算法一般需要有足够大规模的数据和用户参与改进，当基于海量数据进行优化后，算法的效果会变得更好。反过来，更有效的算法技术可以更好地处理不断增长的数据量，二者形成正反馈循环。例如，随着越来越多的人使用搜索引擎，搜索运行得越频繁，搜索引擎的算法在预测消费者偏好方面的试验越多，搜索引擎收到的各种错误反馈越多，搜索引擎响应速度就会越快、精确度也越高^④。平台的“干中学”效应提高了平台对使用者的吸引程度，在一定程度上将更多使用者“锁定”在既有平台上。

最后，平台企业可以利用平台的“杠杆”效应，迅速进入新行业领域，将更多用户“锁定”在本平台系统内，进一步扩大平台的数据要素优势^⑤。由于数据要素的范围经济、规模经济、交叉网络效应等特性，平台能够在边际成本下降的条件下获得更多数据要素、服务更多的用户群体^⑥，因而，平台企业可以通过进入其他横向和纵向行业领域，扩展攫取租金的业务范围^⑦。平台企业主要沿着两个方向扩展业务。一个方向是与平台用户有关的行业领域。如脸书为创造用户友好的社交网络体验，向在线交流、照片共享、即时通信等领域拓展业务。第二个方向与平台自身运行方式有关。平台包括基础设施、软件开发、应用程序等三个层次。平台基础设施是指根据平台用户的需求将计算、存储和内存资源分配给各类应用程序，软件开发是指设计和构建访问、使用由底层基础设施管理的计算资源的应用程序，应用程序是软件开发层为用户提供的只需要网络连接即可访问和使用的应用程序。平台企业在其中一层占据垄断地位后，往往会向其他层面进一步扩大垄断优势。如亚马逊、谷歌分别从基础设施层、应用程序层开始拓展平台业务^⑧。

① Martin Kenney and John Zysman, "The Rise of the Platform Economy", *Issues in Science and Technology*, Vol. 32, No. 3, 2016.

② Alex Moazed and Nicholas Johnson, *Modern Monopolies: What it Takes to Dominate the 21st Century Economy*, New York: St. Martin's Press, 2016, p. 168.

③ Kenneth Bamberger and Orly Lobel, "Platform Market Power", *Berkeley Tech. LJ*, No. 32, 2017.

④ Maurice Stucke and Allen Grunes, *Big Data and Competition Policy*, Oxford: Oxford University Press, 2016, p. 175.

⑤ 参见李勇坚、夏杰长：《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》2020年第8期。

⑥ Bertin Martens, "Data Access, Consumer Interests and Social Welfare an Economic Perspective", *SSRN*, 2020.

⑦ Geoffrey Parker, Georgios Petropoulos and Marshall Van Alstyne, "Platform, Mergers and Antitrust", *Industrial and Corporate Change*, Vol. 30, No. 4, 2021.

⑧ Kenji Kushida, Jonathan Murray, Patrick Scaglia and John Zysman, "The Implications of Cloud Computing for Integrated Research and Innovation Strategy", Working Paper 2014-4, https://brie.berkeley.edu/sites/default/files/brie_wp_2014-4_kushida_murray_scaglia_zysman_2014.pdf.

3. 数据要素的“金融资产化”与平台企业垄断

平台企业为攫取更多租金，不断提高对数据要素的垄断能力，可能导致平台企业垄断。当金融资本参与到平台经济运动过程，平台企业成为金融资本的投资对象，平台租金成为食利者的目标，平台企业可以在短时间内实现垄断。

对于平台企业来说，实现数据要素垄断往往需要大量资金。金融资本持有的大量闲置货币为其提供了资金来源。这些资金除了用于平台企业对自身平台的投资外，主要用于直接购买或投资竞争对手。脸书、谷歌、亚马逊和苹果近年来已经花费数百亿美元用于收购新企业及其所持有的数据要素^①。脸书自2005年第一次开始企业并购后，到2019年已经累计102起，谷歌从2001年到2019年的累计并购次数高达249次^②。许多平台企业成立了专门企业风险投资部门，以金融资本所有者身份持有大量现金随时准备可行的收购行动，如2021年苹果公司的现金储备超过3000亿美元。

对金融资本来说，平台企业是一种可以获得利息收入和投机收入的投资对象^③。平台企业具有了实体企业、虚拟资产等二重身份：一方面，平台作为现实的中介“场所”参与生产和流通，平台企业凭借对数据要素的所有权垄断获得租金；另一方面，平台企业在金融市场上以“副本”形式表现为可交易的资产证券，它的交易价值以租金资本化水平为基础。这两种身份既有联系又完全不同，平台企业之所以能够在金融市场上被投资和交易，是因为他们被认为可以持续性地获得租金收入。平台企业在金融市场的估值，“不是由现实的收入决定的，而是由预期得到的、预先计算的收入决定的”^④。在金融市场中，作为金融市场的交易对象，平台企业的市场估值不仅来自平台企业的真实租金收入，而且来自平台企业获得垄断地位、具有制定垄断价格能力后，可能获得的垄断租金规模^⑤。即使这种垄断能力不一定转化为现实的租金收入，但仅凭这种预期就可以提高平台企业在金融市场的市值。这解释了平台企业的租金收入与平台企业在金融市场的估值存在背离的现象——即使平台企业在一定时期内处于亏损状态，但依然吸引大量金融资本^⑥。例如，第一家汽车共享巨头来福车（Lyft）在首次公开募股（IPO）路演期间坚持认为应优先考虑数据规模而不是盈利能力，在缺乏盈利能力的条件下仍然成为自2017年以来美国科技公司规模最大IPO。

因而，金融资本不仅要求平台企业实现对数据要素的垄断，而且推动平台企业获得市场垄断地位。只要不断提高平台企业的垄断程度，金融资本就能得到更高的预期估值，在证券买卖中获得高额回报。列宁在论述垄断资本主义时曾经指出，金融资本与产业资本的结合最终以金融资本垄断并控制职能资本为结果^⑦。金融资本参与平台企业不仅使得平台企业从属于金融资本，而且使得依附于垄断性平台企业的职能资本和消费者也从属于金融资本，平台企业逐渐演变为大型平台-金融复合体^⑧。尽管从形式上看是平台企业垄断，但在本质上，大型平台企业垄断体现的往往是金融资本

① Kean Birch, DT Cochrane and Callum Ward, “Data as Asset? The Measurement, Governance, and Valuation of Digital Personal Data by Big Tech”, *Big Data & Society*, Vol. 8, No. 1, 2021.

② 参见杨东、周鑫：《数字经济反垄断国际最新发展与理论重构》，《中国应用法学》2021年第5期。

③ Manju Puri and Revecca Zaruskie “On the Life Cycle Dynamics of Venture-Capital-and Non-Venture-Capital-Financed Firms”, *The Journal of Finance*, Vol. 67, No. 6, 2012.

④ 马克思：《资本论》第3卷，北京：人民出版社，2004年，第530页。

⑤ Adam Arvidsson and Elanor Colleoni, “Value in Informational Capitalism and on the Internet”, *The Information Society*, Vol. 28, No. 3, 2012.

⑥ Kenneth Bamberger and Orly Lobel, “Platform Market Power”, *Berkeley Tech. LJ*, No. 32, 2017.

⑦ 列宁在《帝国主义是资本主义的最高阶段》中使用的是“银行资本”，考虑到列宁当时考察的对象是以银行为主要融资方式的德国，以及在当前金融体系中，银行属于金融市场的一部分，所以采用了“金融资本”的说法。参见《列宁选集》第2卷，北京：人民出版社，2012年，第607页。

⑧ 参见谢富胜、吴越：《平台竞争、三重垄断与金融融合》，《经济学动态》2021年第10期。

垄断程度的提高。

相较于传统企业垄断，平台企业垄断尤其是形式更复杂的平台-金融复合体，可能引发更严重的社会经济乃至政治与国家安全问题。一方面，平台只是促进生产和流通的中介组织，不能提高社会真正的消费能力，反而使得市场真实的需求情况极容易被垄断性平台企业所掩盖。当社会有支付能力的需求远远落后于生产能力时，必然爆发以生产过剩为本质的经济危机。尤其是考虑到垄断性平台企业往往将业务范围扩大到职能资本的劳动过程内部，大量使用平台外包劳动、众包劳动的新商业模式，平台企业垄断进一步扩大了资本主义社会收入差距，激化社会矛盾。另一方面，金融资本的参与使得职能资本与金融资本的关系更加密切，始发于金融行业的金融危机可能迅速转变为席卷整个实体经济的大危机。

四、重塑平台企业“以人民为中心”的发展逻辑

从平台企业垄断的成因和动力机制可以看出，平台企业垄断是资本积累内在矛盾的具体表现，传统的反垄断思维模式难以解决数字经济时代的平台企业垄断问题。美国、欧盟等国家和地区相继发布《数字服务法（草案）》和《数字市场法（草案）》《数字市场竞争调查报告》等针对平台企业的反垄断方案。我国在平台反垄断领域相继出台多项法规、政策，取得许多突破性成就。然而，当前的反垄断措施大多针对平台企业过度扩张、扼杀市场活力等现象，但实际上平台企业的反垄断远不止纯粹经济领域的问题。由于平台企业垄断是对平台生态系统的全方位垄断，不仅涉及经济领域，在信息安全、大众文化、意识形态等领域也有广泛影响，垄断性平台企业可能在极短的时间内冲击市场秩序，对国家政治、军事利益等产生剧烈、全方位的危害^①。在中国特色社会主义建设过程中，应将平台企业反垄断提高到事关国家安全与发展大局的高度，“坚持促进发展和监管规范两手抓、两手都要硬，在发展中规范、在规范中发展”^②。凸显平台企业的社会性，强调平台企业在满足社会需要、关注社会利益、承担社会责任等方面的作用，强化对平台企业监管的同时，重视提高治理水平，重塑平台企业“以人民为中心”的发展逻辑。

首先，平台企业的发展应以满足国家社会需要为导向，对不同类型平台企业采取分类监管的原则。从平台的全球发展情况来看，我国生产性平台企业相对落后，而生产性平台是智能化生产的关键基础。尤其是考虑到生产性平台企业具有对多个行业的标准制定权，以及它对全球制造业运行情况的整体监控和分析能力，生产性平台的发展应该得到更大程度的重视。生产性平台往往涉及大规模的固定资本投资，再加上平台所固有的网络效应等特点，生产性平台企业往往表现为寡头垄断。因而，生产性平台的反垄断重点应放在解除阻碍创新发展的竞争壁垒上，而不是对平台企业规模的限制。应强调平台的开放性、兼容性及其对数据的安全性处理，充分发挥生产性平台对传统产业的促进作用。对于流通性平台而言，交易性平台更倾向于采取锁定用户选择、价格歧视、偏向自有品牌等不正当竞争行为，媒介性平台更倾向于使用限制潜在竞争者进入、过度挖掘用户数据等手段，相应的反垄断重点应分别集中于监管平台的市场行为、规范数据使用权限等方面，以保护消费者的合法权益。

其次，将平台经济健康发展上升为事关社会整体利益的重大事项，推动实行跨部门联合监管。

^① Shoshana Zuboff, “Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization”, *Journal of Information Technology*, Vol. 30, No. 1, 2015.

^② 习近平：《不断做强做优做大我国数字经济》，《求是》2022年第2期。

从平台企业垄断原因可以看出，数据要素垄断是平台企业阻碍竞争的关键，金融资本在平台垄断中发挥重要支撑作用。其中数据挖掘伴随着个人隐私、网络安全等问题，平台算法不能简单地作为企业内部事务的“黑箱”，平台企业利用算法技术对用户数据的使用不仅是商业问题，与社会价值观、国家政治安全等问题也紧密联系。而且，金融资本与平台的紧密关系进一步增加了系统性金融风险的可能性。平台反垄断涉及反垄断监管、网络安全、金融监管、工信、网信等多个职能部门，在反垄断监管过程中应注重多部门的信息共享与功能协同。

再次，大型平台企业应主动承担作为“看门人”的社会责任，积极参与构建有利于平台长期健康发展的监管过程。占据垄断地位的平台作为承担协调多边用户交互职能的“看门人”，应该利用其拥有的规则制定权主动与监管部门合作，加强自律性审查。与传统产业垄断往往基于政府干预不同，平台垄断产生于监管疏漏。传统的以用户规模、营业额等指标评定平台市场影响力的监管方式既跟不上平台企业瞬息变化的节奏，也难以用量化指标有效识别垄断行为。如平台经济的网络效应等特点使得平台企业的市场份额与市场势力之间具有显著不对等性，市场份额非常低的平台企业可能具有显著的市场影响力，规避以规模为指标的反垄断监管^①。因而，平台经济反垄断监管不能停留在传统的事后监管，应引入平台企业参与其中的实时动态监管、事前监管和长期监管等方式，否则可能产生难以估计的损失^②。

最后，在提高和创新对平台企业监管技术和手段的同时，针对平台的社会性和平台企业私人占有的矛盾，积极探索对平台企业的中国特色社会主义治理方式。平台经济作为一种新经济形态，它的高创新性、强渗透性、广覆盖性具有前所未有的社会性。新冠肺炎疫情发生以来平台在配置资源等方面所发挥的重要作用，凸显了平台在重组要素资源等方面的关键力量。然而，这种以社会大众为运行基础、具有重大社会影响、事关国家安全的力量却以私人企业的形式被少数人占有。平台的社会性和平台企业的私人所有已经成为平台企业健康发展的重要矛盾。对平台企业的治理理念应与平台企业的社会性相一致，“把监管和治理贯穿创新、生产、经营、投资全过程”，“强调对平台的社会监督、媒体监督、公众监督”^③，在条件成熟时推动具有重大社会影响的平台企业由全社会共同所有。

参考文献：

- [1] 韩文龙、王凯军：《平台经济中数据控制与垄断问题的政治经济学分析》，《当代经济研究》2021年第7期。
- [2] 江小涓、黄颖轩：《数字时代的市场秩序、市场监管与平台治理》，《经济研究》2019年第12期。
- [3] 齐昊、李钟瑾：《平台经济金融化的政治经济学分析》，《经济学家》2021年第10期。
- [4] 谢富胜、吴越、王生升：《平台经济全球化的政治经济学分析》，《中国社会科学》2019年第12期。
- [5] 赵敏、王金秋：《新技术革命的政治经济学研究》，《政治经济学评论》2020年第5期。

（编辑：张建刚）

① 参见曲创、刘重阳：《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》2016年第2期。
 ② 参见陈兵：《因应超级平台对反垄断法规制的挑战》，《法学》2020年第2期。
 ③ 习近平：《不断做强做优做大我国数字经济》，《求是》2022年第2期。