

双边市场视域下平台企业横向并购行为分析

郭远维

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年4月25日; 录用日期: 2024年5月22日; 发布日期: 2024年8月13日

摘要

平台企业横向并购涉及到反竞争效应以及对消费者福利的重要影响, 因此成为反垄断法关注的焦点。鉴于当前平台企业市场主导地位的日益强化, 深入剖析其并购垄断动因及其运作机制具有显著的法规意义。本研究着重于理解平台企业的独特性质, 探究并购背后的意图, 并揭示并购与垄断之间的内在关联, 以期为规制平台并购行为及防范垄断风险提供理论依据。研究表明, 平台企业与传统企业的特殊性加强了平台企业进行并购的动机, 也使得平台企业更容易形成垄断地位。平台企业进行并购的主要动机包括扩大业务范围、获取关键资源、以及排斥市场竞争。这些并购动机与平台企业的特殊性相互作用, 构成了平台企业并购形成垄断地位的核心机制。

关键词

平台企业, 并购动机, 垄断

Behavior Analysis of Horizontal Mergers and Acquisitions of Platform Enterprises from the Perspective of Bilateral Markets

Yuanwei Guo

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 25th, 2024; accepted: May 22nd, 2024; published: Aug. 13th, 2024

Abstract

Horizontal mergers and acquisitions of platform enterprises involve anti competitive effects and important impacts on consumer welfare, making them a focus of attention in antitrust law. Given the increasingly dominant market position of platform enterprises, in-depth analysis of their

merger and acquisition monopoly motives and operating mechanisms has significant regulatory significance. This study focuses on understanding the unique nature of platform enterprises, exploring the intentions behind mergers and acquisitions, and revealing the inherent relationship between mergers and acquisitions and monopolies, in order to provide theoretical basis for regulating platform M&A behavior and preventing monopoly risks. Research has shown that the uniqueness between platform enterprises and traditional enterprises strengthens the motivation for platform enterprises to engage in mergers and acquisitions, and also makes it easier for platform enterprises to form monopolistic positions. The main motivations for platform enterprises to engage in mergers and acquisitions include expanding their business scope, acquiring key resources, and excluding market competition. These motives for mergers and acquisitions interact with the particularity of platform enterprises, forming the core mechanism for platform enterprise mergers and acquisitions to form a monopoly position.

Keywords

Platform Enterprises, Motivation for Mergers and Acquisitions, Monopoly

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

从 2013 年开始, 互联网企业间并购活动无论在数量上还是在规模上都呈急剧上升态势。区别于传统产业, 以双边市场模式为依托的互联网平台型企业价值创造由其所联结的多方群体共同实现。竞争已发展到以平台为中心的商业生态系统, 而通过股权投资, 并购重组, 战略联盟所结成的控制与合作关系则成了该体系的聚合机制。近几年, 互联网新入口层出不穷, 掀起资本狂潮, 并购成为互联网平台企业迅速成长的一个关键战略。但互联网并购浪潮却表现出了规模巨大, 溢价较高, 边界模糊等特点。显然行业竞争的逻辑和发展路径与传统企业有许多不同之处: ① 马太效应的作用下, 市场竞争中“赢家通吃”的现象促使平台公司更积极地寻求垄断地位的巩固[1]; ② 双边市场商业模式革新了传统行业的商业格局, 它不仅打破了原有的并购模式中横向和纵向产业链的扩展方式, 而且围绕平台的关键组成部分, 如尖端技术、海量信息以及用户数据资产, 引发了与这些核心资源高度协同的新型范围经济效应; ③ 在当前激烈的平台竞争环境中, 企业的视野已超越单一内部增长与多样性考量, 转而强调各个平台成员之间的互补性和协同共生, 致力于构建互利共赢的反馈系统, 积极吸引更多市场元素融入这个互动网络结构[2]。在此基础上, 已有研究开始尝试拓展互联网语境下并购理论与平台企业的动机。依据 Schoch [3]在其研究中的见解, 数据密集型的上市互联网企业在并购策略上倾向于选取规模相对较小的目标企业。不仅如此, 数据生成企业倾向于成为积极的并购发起者, 相比之下, 专注于数据分析与存储的企业往往成为此类并购中的目标。

已有研究指出, 平台企业在当前发展阶段, 其并购行为的主要驱动力是多元的: 首先, 他们追求通过整合资源实现数据收集与独占市场[4]; 其次, 获取和保持用户的广泛关注是重要的战略目标; 此外, 并购也被视为强化市场地位、扩大影响力的重要手段; 最后, 提升创新能力和技术优势也是推动并购活动的重要动机[5]等。在此背景下, 平台企业频繁实施的“杀手并购”策略[6] [7]引发了广泛的社会关注和讨论。赵云芳等学者[8]在他们的研究中指出, 平台商业模式核心理念着重于“联结各方并服务于用户”, 因此, 自然而然地倡导采取以用户为中心的投资策略[9]。

综上所述,已有文献对平台企业并购动机,并购垄断效应和反垄断监管的讨论做了大量研究工作,这为本研究奠定了坚实基础。但是仍有如下问题需要引起重视:当前对平台间并购特点和动因研究不多,且多聚焦于并购中可能遇到的反垄断困境和具体监管措施等方面的剖析,缺乏对平台企业并购动因的挖掘。已有文献鲜见关于其并购行为所导致垄断机理的探讨。因此,本论文将基于上述问题对互联网平台企业横向并购中垄断动机和垄断机理进行系统而深入的研究。

本文聚焦于互联网并购,对平台企业并购的垄断动机和垄断机理进行了研究。研究结果表明,平台企业并购动机是隐蔽的,平台企业利用并购动机隐蔽掩盖了平台企业并购垄断性。平台企业在实施并购之后,借助正反馈效应与锁定效应这一平台经济自然属性逐步形成垄断格局。平台企业实施收购的垄断动机与特殊性交织在一起,形成平台企业收购垄断机制。

2. 双边市场与平台企业的特性分析

2.1. 双边市场概念界定

平台是指一种现实或虚拟的空间,能够促使双方或多方用户进行交易,基于平台模式构建的企业形式被称为平台型企业[10]。学术界在探索其发展规律时,基于网络经济学和产业组织理论,提出了双边市场理论[11]。现有研究对双边市场的概念界定主要分为两种观点:Rochet 和 Tirole [12]认为许多市场存在网络外部性,这些市场可以是双边或多边市场,平台可以通过在不同市场之间实施交叉价格补贴来推动平台双边交易规模的增长,从而提高利润水平;Armstrong [13]等学者利用跨边网络外部性来定义双边市场,即平台上一组用户的效用取决于另一组用户的数量。

2.2. 平台企业的新特性

2.2.1. 信息产品的非争夺性

首先需要准确理解数字经济的主要产品——信息产品。数字技术主要处理数据和信息,而非物质材料。不同于农业经济和工业经济的物质产品,信息产品具有非争夺性,即一客户使用并购买信息产品并不妨碍其他客户同时购买和使用,且不需要额外成本。这种非争夺性特点导致了对信息产品收费的挑战,需要数字企业设计商业模式和商业关系,利用不同的收费机制来改变竞争态势。通过调整信息产品的排他性和非排他性,数字企业可以灵活应对竞争,既成为竞争的利器,也可以成为排斥竞争的屏障。

2.2.2. 信息的边际成本趋零

尽管提供信息服务必然伴随经济投入,但数字技术显著降低了每增加一条信息的额外成本,近乎趋近于零。数字经济自起步以来,植根于 0~1 的数字编码理论,随着通信、芯片和互联网基础架构的递进发展,全球范围内的信息传输得以高效实时,单一信息在网络上近乎无限传播,且成本几乎可忽略不计,实现了信息的无障碍分享。互联网技术的持续革新,尤其在搜索引擎、智能推荐等领域的显著进步,显著降低了市场信息搜索和匹配的难度,几乎将其压缩至零成本,从而对契约体系和市场运作模式产生了深远的变革效应。数字企业的成本—收益关系与工业企业迥然不同,因为信息产品可以以极低的边际成本让无数人共同使用,从而理论上可以吸引无限用户、收入和规模。相比之下,物质产品和实体服务扩展市场需要面对运输成本、在场成本和复杂的分销网络或服务网点,以及独特的合约成本。

2.2.3. 数字市场可以在线不在场

互联网的便利性使得人们能够无需亲身到场,在虚拟环境中开展广泛的经济互动、交易与沟通。这一创新突破了地理局限,使得数字市场拓展为一个无所不包、跨越地域的陌生人交易环境。进一步地,实体身份在虚拟世界中得以虚拟化,无论是企业、机构还是个人,均能在此环境中开展纯粹的虚拟行为

和构建全然的虚拟生活空间。毋庸置疑，数字经济的演进与日益增长的数字化行为催生了一系列崭新的政策议题和监管挑战。

2.2.4. 大数据成为关键投入品

随着数字经济的发展，一个新的内在特性逐渐凸显。这种新特性之所以被视为新的，是因为在数字经济早期阶段，人们并没有充分认识到大数据投入的重要性和关键性。大数据的核心价值源自于它包含的海量、多样性和实时性特征，这些数据间的复杂关联和整合提供了巨大的洞察力。如果缺失关键要素，数据将难以充分实现其潜在的价值。因此，如今的数据收集与海量多样的获取变得至关重要，随之而来的是数据的存储、流通、深入分析和有效利用，这在数字经济中扮演着不可或缺的核心角色。在飞速发展的信息时代背景下，计算能力的重要性日益凸显，几乎成为数字经济的核心驱动力；算法的作用愈发显著，其影响力超越想象，在推动科技进步与经济发展中占据举足轻重的地位。

3. 平台企业并购动机分析

相形于传统企业，平台企业独具特色，如其基于双边市场的结构、网络效应的强化以及跨领域的竞争特性，这些内在属性天然激发了平台企业对于兼并与市场主导地位的强烈追求。跨界竞争为平台企业带来更大的竞争压力，只有迅速成为行业巨头，才能在激烈的市场竞争中立足。平台企业之所以具有并购动机，是因为其商业模式、盈利模式和服务方式与传统企业有较大差异。临界规模的大小直接影响平台的盈利能力，因此持续扩大用户和交易规模，实现规模经营效应，是平台企业发起并购的主要动机之一。除此之外，平台企业还存在以下并购动机。

3.1. 拓宽平台业务范围

平台企业通过收购具有不同业务领域的公司，平台企业可以填补自身业务的空白，以提供更全面的产品或服务。比如一个电商平台企业可能会通过收购一个物流公司来加强其物流能力。平台企业可能会通过并购进入新兴行业，以寻求新的增长机会。这可以帮助平台企业在技术和市场方面提前布局，并实现快速增长。如阿里对高德地图、阿里巴巴通过诸如饿了么和菜鸟裹裹等一系列并购举措，成功构建了庞大而多元的数字经济服务体系，极大地增强了其盈利能力，巩固了市场地位。

3.2. 获取关键要素

与自行投资建设相比，平台企业通过横向并购能够迅速获得其他数字企业的关键要素，如人才、技术和数据，同时扩大用户规模，提升市场竞争力。对新兴平台或初创企业的横向并购主要是为了获取核心生产要素，如用户数据、注意力和创新能力，这些是平台企业的关键资源，也是构建垄断力量的新来源。平台公司常常极力守护其核心资产，以防被竞争者觊觎和利用，然而，通过并购策略，可以直接突破这种自我保护机制，直接获取到目标公司的独特资源。尽管有些关键资源并未在公开的资产负债表上完整体现，但平台企业通过不断的并购行动实际上已经积累了大量的垄断性资源。合并之后，平台企业得以整合大量用户数据、关注度、技术及人才等创新要素，同时，这一举动也消除了一个备受瞩目的市场对手。

3.3. 排斥市场竞争

数字经济的创新具有一定的“破坏性”，在没有明显壁垒的情况下，新产品、服务和技术的创新可能对现有平台企业构成威胁。为了保持竞争优势，平台企业通过横向并购来消除现有或潜在的竞争对手，例如滴滴并购快的案例。通常情况下，平台企业会将技术创新能力强的新兴企业作为并购目标，以消除

竞争。这种杀手并购形式旨在扼杀初创企业的发展，而非促进其成长，是一种灾难性的并购方式，旨在将竞争对手消灭在萌芽阶段。在现代平台经济环境中，杀手并购主要呈现出多元形态：首先，企业会收购与其主营业务有竞争关系的小型初创公司，直接中断其成长路径；其次，通过前瞻性收购策略，企业提前锁定潜在威胁，防止自身被竞争对手兼并；最后，大型企业通过连环并购多个初创企业，构建难以逾越的竞争壁垒，有效抵制新进竞争者的涌入。这种频繁的杀手级并购策略明显地削弱了初创公司、跟进者以及潜在市场新进者的竞争力，从而巩固了平台巨头的市场主导地位。鉴于初创企业其未来发展具有不确定性，导致监管相对复杂，这使得大规模的颠覆性并购活动得以持续开展。

4. 互联网平台并购垄断机理分析

除了平台企业并购的动机具有垄断性外，还需要考虑平台经济的特殊性，这使得平台企业更容易形成垄断地位。平台企业与传统企业不同，展现出一些独特特征，其竞争行为也呈现出新的特点。这源于数字技术作为新的通用技术，数字化经济活动的场景、模式和生态，以及新型人、物、环境之间交互关系，这些都是平台经济的特殊之处。平台企业并购的垄断动机与数字经济的垄断特性相互交织，构成了平台企业并购形成垄断的机制，其这一逻辑关系如图 1 所示：

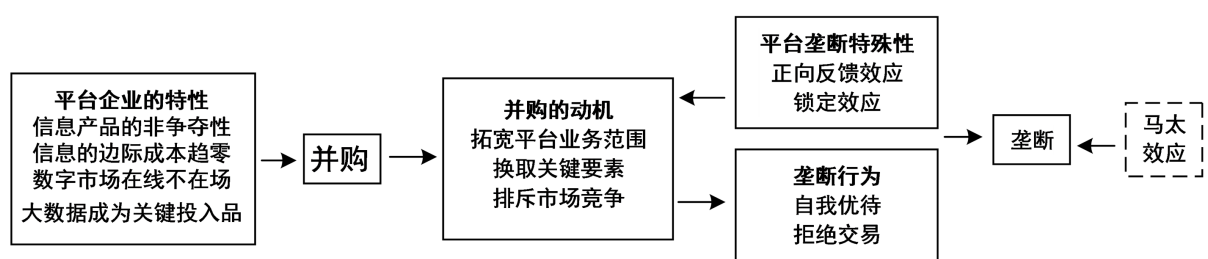


Figure 1. Logic of platform enterprise mergers and acquisitions
图 1. 平台企业并购逻辑

4.1. 正反馈效应、锁定效应的助推作用分析

在双边市场和网络外部性特征下，用户的正反馈效应和锁定效应是平台经济的固有属性。这些效应对于并购形成垄断起到了推动作用，是平台企业垄断特性的一种体现。

4.1.1. 正反馈效应

从资源基础理论的角度出发，庞大的用户群体被视为企业至关重要的战略资产。正反馈效应犹如企业的资源循环累积，构建起独特优势的壁垒机制，实现持续竞争优势。在双边市场中，一旦某方或多方用户数量突破临界值，就会触发“鸡蛋相生”的正反馈效应，使平台企业获得网络规模收益递增的先发优势，甚至可能导致“赢家通吃”的局面。正反馈效应在平台经济中显著体现其自组织特性，它源于对用户需求的深度考量、实际效益的提升以及规模经济的优势相互作用。这种机制并非由单一平台企业主导，而是自发形成，从而产生强大的规模累积加速效应，形成一种超越企业控制的物理扩张趋势。在正向反馈机制驱动下，规模的扩张展现出显著的指数级增长趋势，而非传统的线性增长模式，这种增长不仅体现在数量和规模的急剧膨胀，更体现在速度的迅猛提升，显示出明显的乘数效应。正反馈效应引发的竞争隔离、加速以及放大效应将更为显著地强化市场的分隔与壁垒。

4.1.2. 锁定效应

“锁定效应”这一现象，源于用户对某个平台产品或服务的高度依赖，形成了一种不愿轻易改变的心理惯性，这在经济学中可类比为需求的刚性，即面对价格或其他条件变动，需求量变动不大。用户锁

定效应源于网络外部性与正向反馈循环的强化交互作用。简单来说，用户锁定现象促使人们在使用某一特定平台的产品或服务后，很难转换到其他选项。1) 网络的外部效应显著提升了用户转换的复杂性，这主要源于学习新平台所需的时间投入、社交网络的断裂风险，以及数据迁移过程中的实际困难。换言之，随着平台用户基数的不断壮大，当用户试图转移到其他竞争性服务时，他们所面临的迁移成本也随之提升，这在很大程度上增强了用户的忠诚度。2) 当某个平台的产物或服务具备独特且不可复制的特性时，该企业往往被视为具备用户“独家绑定”的特性，从而引发了显著的用户锁定效应。换句话说，当一个平台的特性和服务具有独特性且无可比拟时，用户往往形成持久的忠诚度，很难轻易转投其他竞争者的怀抱。3) 大型平台企业凭借其技术上的显著优势，积极采取了不兼容策略，从而强化了对用户的锁定效应。正反馈效应与锁定效应联手为平台企业在并购市场中催生垄断局面提供了强大的动力支持。一方面，这些效应显然增强了市场竞争力，加剧了“强者恒强、弱者更弱”的马太效应，对于那些未能及时适应并抓住先机的平台企业，它们往往陷入被动，生存压力增大，面临着被收购或是无奈退出市场的风险。在另一方面，那些凭借早期优势积累的平台企业，往往能吸引庞大的用户基数，即便其产品与服务并非最优。这种市场格局使得其他竞争对手在引入新型技术时面临艰巨挑战，因为它们可能会遇到来自既有市场的抵制，除非有类似“熊彼特”式的颠覆性创新能够取代现有的技术和标准。

因此，正反馈效应和锁定效应进一步加强了市场壁垒，导致后来者平台企业处于竞争劣势，即使其产品和服务质量优越、技术领先。此外，正反馈效应和锁定效应也加强了平台企业进行并购以形成垄断的动机。

4.2. 平台企业垄断的行为

4.2.1. 自我优待

在数字经济的广阔领域中，众多巨头企业，尤其是互联网平台公司，普遍具备了平台业务和自营业务双重特性。这种现状表明，它们在采取开放策略，接纳众多合作厂商的同时，自身也运营着竞争性业务，这就使得自我优待现象显得尤为显著。平台常常采用多元策略进行自我优待，比如将自营商品优先展示在显著位置，提供快速配送服务，诱导消费者给出积极评价，同时，他们也可能通过诸如降低其他厂商在搜索结果中的排名等方式实施竞争手段。近期，美国发布的《数字市场竞争调查报告》严厉批评谷歌，指控其倾向于展示对自己有利的搜索结果，对竞争对手实行算法性歧视，如降低其在搜索结果中的排名。另一方面，欧盟裁定谷歌强制智能手机制造商预装其搜索引擎和浏览器，这显然构成了市场垄断。亚马逊和 Facebook 被指在数据收集上走得过远，通过海量数据和复杂的算法巩固自身地位，有损于第三方商家的竞争力。

4.2.2. 拒绝交易

在当前的平台经济环境中，常见的抵制竞争行为包括对竞争对手实施封禁、切断数据连接、限制流量分配，以及故意降低其服务的便捷性等手段。美国联邦贸易委员会(FTC)以及超过四十个州已对脸书在限制其他应用间交互方面的行为提出法律诉讼，质疑其可能的垄断行为；在中国，电商平台京东和阿里巴巴曾因“二选一”策略引发争议，尽管阿里巴巴管理层将其视为市场竞争的一部分，但国家市场监管总局经过深入调查后，确凿指出阿里巴巴存在滥用市场主导地位、推行不公平竞争选择性行为的问题。顽固地拒绝向竞争对手提供数据可能导致市场上的信息壁垒或所谓的“封锁效应”产生。在当前的平台经济体系中，数据资源高度集中于下游环节，这往往涉及到对关键数据的掌控类似于原材料控制的态势。数据封锁现象在数据驱动型企业并购中往往引发显著的竞争劣势。在并购完成后，平台企业可能会采取一系列策略来实施数据壁垒，例如提升数据销售或许可使用的费用，刻意降低向潜在竞争者提供的数据精度，延长时间表限制数据流通，甚至完全中止向竞争对手分享数据。算法的协同效应在当前平台经济

中显著增强，不仅为企业的市场主导地位提供了潜在的隐蔽手段，使得并购双方能够通过算法设计实现显性或隐性的策略联盟，而且它还微妙地影响了市场结构，使得垄断行为的实施更为巧妙且监管难度增大。平台企业在并购后可能会强化数据封闭策略，借此巩固其市场主导地位，进而不利于竞争，甚至可能损害整体的市场竞争环境。

5. 结论与展望

5.1. 研究结论

目前，尽管平台企业并购频繁上演，然而反垄断法规的制约使得这一现象复杂且引人深思，亟需我们深化对平台企业并购理论的探究。本研究首先以深入剖析平台企业与传统企业之间的本质差异为起点，特别关注平台企业在并购活动中的独特特性。深入剖析了平台企业在当前市场环境下并购行为背后的垄断驱动力与具体策略。深入研究表明：

平台企业的并购垄断动机和垄断特殊性都源自于其独特属性，其中包括信息产品的非竞争性、信息边际成本接近于零、数字市场的虚拟性质以及大数据的重要性。

平台企业并购的垄断动机具有模糊性，并非直接抢占市场，而是表现为拓宽平台业务范围，获取关键要素，排斥市场竞争等。不同于传统并购协同效应理论，平台企业并购呈现出垄断动机。

在平台经济环境中，锁定效应和正反馈效应相互强化，显著增强了并购行为引发的市场垄断特性。并购的垄断倾向与市场特性相互强化，从而催生了独特的垄断结构，这正是平台企业并购过程中所形成的垄断机制的关键驱动力。

5.2. 研究讨论

在平台经济的广阔舞台上，针对企业并购行为的反垄断监管显得尤为重要，需深度剖析其可能的垄断影响，同时充分理解并利用平台企业的特性，持续创新反垄断的审视视角和管理手段。为确保平台企业并购活动的公正与秩序，亟需制定严格的反垄断法规并积极推动其健康发展。本文研究结论不仅有助于深刻认识平台企业并购带来的垄断问题，而且为政府监管平台企业并购行为提供借鉴。根据以上研究结果提出以下政策建议：

- 1) 制定更加严格的反垄断法规，防止平台企业通过横向并购行为垄断市场，保护市场竞争的公平性。政府的并购垄断效应评估可纳入正反馈效应、锁定效应，警惕算法共谋、数据封锁带来的垄断效应，并合理评估被并购企业的潜在竞争力，重视杀手型并购对潜在竞争的损害。
- 2) 鼓励企业间的合作和联盟，以增强市场竞争力，减少对平台企业的依赖。加强企业自身的创新能力和竞争力，以应对平台企业的横向并购行为，保持市场竞争的活力。
- 3) 支持中小企业的发展，减少对平台企业的过度依赖，促进市场多元化和健康发展。

参考文献

- [1] 李明志, 柯旭清, 罗金峰. 产业组织理论[M]. 北京: 清华大学出版社, 2014.
- [2] 戎珂, 肖飞, 王勇, 等. 互联网创新生态系统的扩张: 基于并购视角[J]. 研究与发展管理, 2018, 30(4): 19-28.
- [3] Schoch, D.S. (2020) Mergers and Acquisitions in the Data Economy. SSRN Working Paper.
- [4] 刘云. 互联网平台反垄断的国际趋势及中国应对[J]. 政法论坛, 2020, 38(6): 92-101.
- [5] Etro, F. (2019) Mergers of Complements and Entry in Innovative Industries. *International Journal of Industrial Organization*, 65, 302-326. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2019.04.004>
- [6] Levy, N., Mostyn, H. and Buzatu, B. (2020) Reforming EU Merger Control to Capture “Killer Acquisitions”—The Case for Caution. *Competition Law Journal*, 19, 51-67. <https://doi.org/10.4337/clj.2020.02.01>

-
- [7] 陈弘斐, 胡东兰, 李勇坚. 平台经济领域的反垄断与平台企业的杀手并购[J]. 东北财经大学学报, 2021(1): 78-85.
 - [8] 赵云芳, 王东升, 李琦, 等. 平台商业模式企业的资源配置: 基于阿里巴巴的案例研究[J]. 会计之友, 2020(4): 111-117.
 - [9] 王东升, 贾嫫, 李琦, 等. 平台商业模式企业的价值创造: 基于阿里巴巴的案例研究[J]. 会计之友, 2021(13): 28-35.
 - [10] 徐晋, 张祥建. 平台经济学初探[J]. 中国工业经济, 2006(5): 40-47.
 - [11] 吴汉洪, 孟剑. 双边市场理论与应用述评[J]. 中国人民大学学报, 2014, 28(2): 149-156.
 - [12] Rochet, J. and Tirole, J. (2003) Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, **1**, 990-1029. <https://doi.org/10.1162/154247603322493212>
 - [13] Armstrong, M. (2006) Competition in Two-Sided Markets. *The RAND Journal of Economics*, **37**, 668-691. <https://doi.org/10.1111/j.1756-2171.2006.tb00037.x>