



东南大学经济学前沿系列丛书

平台经济学： 多边平台产业论文集

Platform Economics:
Essays on Multi-Sided Businesses

[美] 戴维·S·埃文斯 (David S. Evans) 著

周勤 赵驰 侯赞慧 译

Platform Economics: Essays on Multi-Sided Businesses

Platform Economics:

Essays on Multi-Sided Businesses



经济科学出版社
Economic Science Press

东南大学经济学前沿系列丛书
国家社科基金重点项目 (15AJL004)
国家社科基金青年项目 (14CGL012)
国家社科基金面上项目 (15BGL076)

平台经济学： 多边平台产业论文集

[美] 戴维·S·埃文斯 (David S. Evans) 著
周勤 赵驰 侯赞慧 译

经济科学出版社

图 字 号 01-2015-4994

© 2011 Competition Policy International (CPI)

© 2015 中国大陆地区简体中文专有版权属经济科学出版社

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

平台经济学：多边平台产业论文集 / (美) 埃文斯 (Evans, D. S.) 著；周勤，赵驰，侯赩慧译。—北京：经济科学出版社，2016.3

(东南大学经济学前沿系列丛书)

ISBN 978-7-5141-6666-8

I. ①平… II. ①埃…②周…③赵…④侯… III. ①经济学-文集 IV. ①F0-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 046711 号

责任编辑：侯晓霞

责任校对：杨海

责任印制：李鹏

平台经济学：多边平台产业论文集

[美] 戴维·S·埃文斯 (David S. Evans) 著

周勤 赵驰 侯赩慧 译

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

教材分社电话：010-88191345 发行部电话：010-88191522

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：houxiaoxia@esp.com.cn

天猫网店：经济科学出版社旗舰店

网址：http://jjkxubs.tmall.com

固安华明印业有限公司印装

710×1000 16 开 35.25 印张 670000 字

2016 年 3 月第 1 版 2016 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5141-6666-8 定价：96.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换。电话：010-88191502)

(版权所有 侵权必究 举报电话：010-88191586)

电子邮箱：dbts@esp.com.cn

译者序

为什么要研究平台经济学？

戴维·S·埃文斯（David S. Evens）教授的《平台经济学》即将翻译出版发行，作为本书最早的发现者、阅读者和翻译者，对此书能够历经两年时间顺利出版深感欣慰。本书根据埃文斯教授的要求，将他最新撰写和发表的五篇论文加入中文版中。按照本人近几年对平台经济学研究的思路对全书章节做了新的编排。本书是目前国内外最为完整的研究平台经济学的专著，其内容和框架也对在原著的基础上进行了必要的补充和调整，这也算是我们的一点贡献。就像本书译者序的题目那样，读者可能要问的第一个问题是：

一、为什么要研究平台经济学

回答上述问题首先要解决一个基本问题，经济学的“平台”是什么？本人认为应该有四个层面的考量。首先，平台是要素中土地、资本、劳动和企业家才能中的一种或是几种要素的组合；其次，平台是组织中的企业、政府或 NGO 中的一种特例，它存在不同的组织结构；再次，平台作为一种组织形式存在，其组织结构的特征是垄断、竞争还是共享？组织中的科层制结构形成演化的规律是什么？最后，维持平台运行的次序是约定俗成还是制度安排，不同平台之间具有一致性次序，还是各自不同。对于上述问题，现有研究还没有一致的结论。本书作者对于平台本身的研究，特别是“蛋鸡悖论”具有典型意义，解决平台本身的内生性就是平台经济学最基本问题。

平台究竟是什么？我们认为平台是介于市场和企业的第三种经济形态，也是一种资源配置方式。也就是说，科斯关于市场和企业的划分，简化了现实经济，但是，在市场与企业之间一定存在第三种状态，或者是一种中间态。如果市场是有形场所与无形关系的结合体，我们将其假设为经济形态的一极，那么，企业就是另一极。交易成本与组织成本的交替，使企业与市场不断转换。这种转换不可能是“零一”关系，其中间形态就是平台。然而，这种转换在哪

里实现，不可能在企业内部，又不可能完全脱离市场。谁在为市场寻找、谈判、执行和追索对象？不可能是市场本身，否则就成了同义反复。同样地，谁在为组织或企业寻找、谈判、管理和解散对象。供求双方在中挖掘机会，治理双方在组织中寻求互补。谁把他们联系在一起，只能是平台，无处不在的平台。

接下来的问题自然是：平台是如何构成的？首先，平台的构成要素是土地、资本、劳动和企业家才能四种要素的组合，这些要素的组合关系是如何决定的？传统的新古典经济理论的生产函数及其规律难以适用于平台这种组织形态，而信息变量与我们提出的“关系强度”是与以上四种生产要素一起进入到平台的运行过程。特别地，对于无形平台，传统的土地要素似乎就要退出平台的运行过程。加入了关系强度要素的平台的运行机理，也许会改变经济学的基本假设。

其次，现有研究比较喜欢把阿里巴巴等互联网企业称为平台企业，那么，是否建立在平台上的企业都是平台企业呢？以操作系统为平台的微软又属于哪一类平台企业？内生于传统企业的企业平台和因为平台而诞生的企业（如365网等），又有什么不同之处？这两类平台企业之间的区别和联系是什么？按照通俗的平台定义，没有一个企业没有平台，只不过是隐形还是显形。经常会有人说，“企业给了你发展的平台”，这个平台是什么？“我为企业创立全新的平台”，这个平台又是什么？平台可以是企业，如阿里巴巴和365网；可以是一个虚拟空间，比如，Facebook和人人网，也可以是产品，比如，Apple的iPhone和微软的Windows系统，在各种APP支撑下成为应该独立的经营平台，在接入iPhone和Windows必须得到平台许可，并且利益分成。当然也可以是一个传统意义上的市场，各种有形百货商店和农贸市场，也给了人们交易的平台。不管是否承认，各式各样的平台已经是现实存在，许多是从天而降的，大部分是伴随网络经济时代一起诞生，而类似平台在我们生活中早已存在，只不过过去的研究将它们简单归结为企业或者市场的一部分而已。

再次，我们承认平台是新的经济组织形式，这个组织应该有新古典经济学的组织结构特征，包括参与者数量、壁垒高低、产品差异化程度、信息分布、产品可分性、交易成本和交易时滞等传统产业组织的特征。我们更加关注的是，如果平台具备上述特征，那么其有效程度如何呢？不论是竞争还是垄断，抑或是所谓共赢（实际就是合谋模式），都属于组织行为特征。在平台中不同的组织模式直接影响平台的运行效率，同时，从平台的诞生、成长和消亡的演化路径，我们发现，平台的生命周期与传统企业完全不同，“猝死”或许成为常态。平台常常会疯狂扩张而没有组织边界，形成无边界的组织，其演化逻辑已经摆脱传统企业成长的路径。平台之间和平台内部的结构、行为和绩效也完全不同，存

在这些差异的原因与横向结构、纵向结构关系紧密联系。如果说企业是组织形态，市场则是中介，平台和它们之间究竟是互补关系还是替代关系，抑或是竞争还是共赢关系？平台与其他经济形态的关系如何？这些困扰我们的问题也激发了我们继续研究平台这种新型组织形态的兴趣。

最后，游戏规则层面的问题。平台有后天移植和先天形成两种类型，其基本规则也涉及这两方面的典型案例，这些规矩是约定俗成还是后天制定的？国内大量网络平台都是将国外已有案例移植到国内市场，再加以转化。阿里巴巴模仿 eBay 是不争的事实，众筹中“点名时间”就是“Kickstart”的中文版本。如果国内平台的应用目标十分明确，那么仔细分析国外平台企业原创性的目的是完全不同的。譬如，Facebook 最初仅仅是为了看美女方便，这些都是各自的原始动力。我们仔细分析其中的区别，也就是下面要重点讨论的平台运行机理问题。

二、平台经济学运行机理是什么

在解释了什么是平台之后，平台经济学的研究范畴就是本书着重解决的问题，或者说平台的运行机理是不可回避的问题。平台经济学把新的经济现象纳入经济学的研究范畴本身就是一件比较时尚的事情，而这两年平台现象更是甚嚣尘上到了“不可一世”的地步，似乎平台经济学的形成是顺理成章的事情。然而，实际情况并非如此，目前平台经济学的研究仍停留在平台具体案例的研究层面，尚未形成统一的理论分析框架，因此，本书是一本有关平台经济学的论文集而非专著也就不足为怪了。作者埃文斯教授努力将自己的研究系统化和科学化，为此还专门补写几篇最新的工作论文，也在一定程度上说明平台经济学的前沿性和发展趋势。

传统新古典的微观经济学，建立了从供求理论、市场参与者行为理论、市场结构理论到一般均衡理论与福利经济学的理论体系和完整的分析框架。马歇尔采用倒叙方式描述经济社会基本的微观形态和均衡。平台经济学可以看做是微观经济学发展到平台经济时代的产物。如果沿用新古典微观经济学的理论框架，可以自然推出平台的供求理论，解释平台的供求关系和局部均衡；平台参与者行为理论，涉及平台本身参与者行为和作为独立第三方的行为准则；平台组织结构理论，研究单边、双边和多边平台的组织形成、转换和均衡；最后则是嵌入平台的一般均衡与福利经济学分析，重点阐述平台对社会福利影响和政府平台管制政策。很明显，目前关于平台经济学的研究内容远没有达到新古典微观经济学的精细程度。

目前平台经济学研究是以网络经济学的基本理论为基础，从而建立基本假设和框架。奠定网络经济学基础的摩尔定律、贝尔定律、古尔德定律和最重要麦特卡夫定律等四大定律，和网络外部性、临界容量和集体转换成本等三大概

念，构成了网络经济学基本框架和研究起点。同样地，间接网络效应、价格结构和多重归属三个概念构成了平台经济学的基础。我们认为，目前平台经济学缺乏基本的理论前提、逻辑和工具，仍然停留在微观经济学和产业组织理论的应用层面。建立属于平台经济学自己的研究对象、假设和均衡分析是本学科成为独立而有别于其他经济学理论的关键所在。特别是随着新型平台模式的不断涌现，其成长速度和发展轨迹完全不同于传统企业，在平台企业中几乎没有固定成本，或者说固定成本与企业价值相比可以忽略不计。大部分平台企业也仅仅采用一种新的商业模式，使其成为基于平台的企业，就成为当下十分流行的“互联网+”。但是，平台经济学不能仅仅限于几个新概念，首先要明确描述平台的准确变量，在此基础上建立运行机理，最终按照新古典经济学的框架重构平台经济学的基本范畴和运行机理。

关于平台经济学的基本概念，目前延续新古典经济学基本假设。而传统理论并没有考虑网络经济时代的特征，对于平台也是采用简单的“两极”方式，或者作为平台企业，或者是信息中介，理论本身解释力受到很大的约束。我们提出“关系”和“关系强度”等概念重构平台经济学的基本概念，在此基础上，可以将传统的新古典经济理论看做是平台的特例或者极端状况。也就是说，平台是基于关系强度建立起来，平台经济学的学科发展目标是将平台内生于经济过程之中。现代网络关系首先是经济主体之间的关系，而不是传统意义上作为“物理网”的连接，将“关系人”作为平台经济学的行为主体可以进一步完善平台经济学内涵。

自20世纪70年代，网络经济学开始起步（Katz and Shapiro, 1985），进入21世纪网络经济学高速成长，它把网络关系引入经济行为内生变量中，虽然从双边（Mark and Julian, 2004）到多边市场的均衡（Weyl, 2010），网络外部性（Katz and Shapiro, 1992）、网络交叉外部性和价格结构（Evans, 2003）等概念的引入逐步完善了网络经济学的理论体系。但其网络关系更多是从有形的物理网络演化而来，无外乎横向、纵向和星形结构及其组合。这样的网络关系无法描述复杂人际关系，更无法内生到经济主体的行为过程中。但是，平台经济学研究告诉人们，平台在给人们带来技术便利的同时，也深刻改变着人们的生活方式、生产组织的形式以及消费心理和人际交往关系。

三、本书的主要贡献和未来研究的方向

前面已经对英文版主要内容做了简单介绍，但是，在本书翻译的过程中，埃文斯教授提出增加他最新的五篇论文，增加到中文版中。因此，就出现中文版比英文版内容还要多的现象，同时，其中第二篇的部分内容，埃文斯教授已经在其中文版译著《看不见的引擎》中发表。为了保证两者之间的同一性，我们尽可能保证翻译术语和习惯与前者一致。当然，在平台经济如此发展的今天，

这些现象应该不足为奇。所以，有必要将本书的基本内容做简单评点。

本书分为五篇，包括了 21 章。主要内容按照第一篇基本理论，第二、三、四篇主要对平台特征进行概述，第五篇主要分析平台的产业政策构成，并将最新的五篇文章分别加入到各篇中。由于每章都是独立的文章，作为一本论文集，其基本结构原封保持了原文发表时的内容，内容中有不少重复和矛盾，也不足为怪。其中，第一篇主要解决平台经济学的基本来源、基本概念和原理。从产业组织理论出发，从单边市场、双边市场到多边市场的理论框架。埃文斯教授是一个从现实问题出发展开研究的高手，他从“蛋鸡悖论”开始提出平台的内生性问题，并在现实中找到诸多案例说明平台产生的现实逻辑。同时，推出了“看不见的引擎”这个作者原创的概念，将第二篇“软件平台”作为一个现实性的问题展示给读者。可以说，软件平台是最初出现平台经济学原型和分析的基础。由于这部分内容与作者的另外一本专著《看不见的引擎》有部分重合，本书简化其中的部分内容，但是其基础地位不容置疑。特别是作者提出“将创新转移到边缘地带”的观点就是当下的“互联网+”的理论基础，即将不同领域完全不搭界领域连接在一起。第三篇网络平台的内容则与传统网络经济学理论有不少交叉，作者努力将两者的区别和联系告诉读者，这里关于 O2O 模式的内容是比较早的研究成果。客观地说，第四篇支付卡行业没有太多新意，但是，这是一个比较典型的双边到多边的转化平台，作者对于产业发展史的精通和细致程度令人敬佩，其中的经典模型也是值得借鉴的。第五篇是讨论平台的反垄断问题，这是一个吃力不讨好的问题。由于临界容量和转换成本等问题，在位者的地位与反垄断政策一定是背离的。但是，现实中平台企业已经开始从店大欺客发展到叫板产业管制政策的地步。除了测定方面的困难外，独立第三方是否应该承担竞争的责任，社会福利损失如何评价，都是比较难解的问题。但是，这些问题必须得到理论的支撑和实证的检验，这也许正是作者不断努力的初衷。

如果对本书提出未来研究的方向似乎有对作者不敬的意思。但是，作为翻译者和这一领域的研究者，我们认为，在 2010 年 Wely 发表了多边市场的均衡价格问题后，平台经济学缺少一个比较统一的研究框架是目前亟待解决的问题。同时，平台本身是一个全新的经济现象，建立与新古典经济学相统一又有自己明显特征的学科术语和理论体系，对于表征一个学科的成熟程度也是十分重要的，对于目前风起云涌的互联网金融，对于平台经济的研究也是最为急迫的问题。书中涉及到的支付卡和 P2P，以及现在不断涌现的众筹平台，这些问题都是平台经济学未来关注和研究的方向。

本书的作者尽可能用通俗的语言，从学术和实践的角度向读者展示了平台经济学的本质和运行机理，为从事经济学研究的学者和专业人士提供了丰富的

例证和严谨的研究观点。由于本人在平台经济学的研究也是刚刚起步，想借助埃文斯教授的著作出版简述自己的一点看法，供各位前辈和同仁批判。同时，以此代序。

东南大学经济管理学院 周勤
2015年8月14日于南京江南文枢苑

前 言

本书收集了过去十几年中我和同事们发表的一系列文章。这些文章主要关注一类特殊行业，其产品能够让两类甚至更多类型客户到一起集聚，并彼此发现对方，然后进行价值交换。罗切特和泰勒尔（Jean-Charles Rochet & Jean Tirole）教授于2001年^①发表的具有开创性的论文称这类行业为“双边市场”。相对于这个名词，我更倾向于称之为“多边平台”，一方面是因为我们正在讨论的是一类行业而非市场，另一方面，这类行业为客户的接触和互动提供了一个平台，且服务对象经常涵盖两类以上互相依赖的客户群体。事实上，如果没有把这些不同类型的客户聚集在一起，这些行业根本不可能创造出价值^②。因此，我在为商业受众写作的过程中，还使用了“催化剂”这一术语。“双边市场”这个术语流传已久，因此本书也将继续使用。

罗切特和泰勒尔（Rochet and Tirole）的论文开创了双边市场在经济学、法学以及商业等领域的研究。他们在2000年左右发表的其他几篇文章中，谈到了中介^③的几个有趣的方面，或者说是一个逐渐流行起来的现象：中介免费提供一种商品，促进另一种商品的消费，从而获得收入^④。法国图卢兹学派（注：Rochet和Tirole教授当时均为图卢兹经济学院的教授）为双边市场的研究奠定了理论基础，他们首次认识到不同类型的行业往往具有双边市场性质，在此基础

① Jean-Charles Rochet and Jean Tirole, "Platform Competition in Two-Sided Markets," *Journal of the European Economic Association* 1, No. 4 (2003): 990-1209.

② David S. Evans and Richard Schmalensee, *Catalyst Code: The Strategies behind the World's Most Dynamic Companies* (Cambridge, MA: Harvard Business School Press, 2007).

③ Bernard Caillaud and Bruno Jullien, "Chicken & Egg: Competition among Intermediation Service Providers," *RAND Journal of Economics*, The RAND Corporation, Vol. 34 (2), pages 309-28, Summer.

④ Geoffrey Parker and Marshall Van Alstyne (2005). "Two-Sided Network Effects: A Theory of Information Product Design." *Management Science*, Vol. 51, No. 10.

上构建了适用于双边市场研究的经济模型，并衍生出这个行业的几个关键方面，其中包括价格结构，即向不同类型客户收取的相对价格，在获取利润过程中的重要作用。

这一领域迅速吸引了经济学理论和实践的相关研究。大量关于双边市场的文章和论断自此开始涌现^①，并显示出反垄断的重要意义。许多竞争主管机构逐渐开始重视，法律评论文章也开始讨论这些最近才被意识到的商业形式的方方面面^②。商业界抓住了这个新的领域，相应的，关于这类平台的战略性文章和课程开始出现^③。企业家们也认为这个课题很有启发意义，这其中包括那些本身就是多边平台但还没能完全理解这一形式的企业^④。

笔者对本书的贡献主要包括以下几个部分：第1部分介绍了多边平台经济学和更为普遍意义上的多边平台产业的背景；第2部分是双边市场的反垄断经济学，包括定义竞争边界这一较难的问题；第3部分由几篇论文构成，将双边市场分析应用于以网络为基础的行业研究中；第4部分对支付卡行业做了同样的分析，支付卡行业也曾吸引了许多双边分析，这一研究框架有助于人们理解正在热议的交易费用问题；第5部分收集了一些软件平台方面的文章和书中的章节。凭借着移动设备（例如 iPhone 和 Android）、社交网络（尤其是 Facebook）和支付工具（PayPalX），这些平台成为革命性发展的基础，并在近几年中变得尤其重要。这些文章均是原创，并且通常情况下，我会免费提供各种版本。

当双边市场理论首次被提出的时候，至少存在两种质疑。第一种质疑认为这一理论不存在任何创新，提出该观点的经济学家们认为这只是重新包装了非间接网络效应，反垄断分析者也提出早在广告研究案例中就讨论过目前的问题。第二种质疑认为这一理论涵盖了所有事物，似乎所有事物都是双边的，这种研究是没有意义的。

这两种质疑有一定的积极意义。间接网络效应的确有助于理解双边市场，但是忽略了其对不同行业在其他事项中的重要作用。网络效应的相关文章花费了大量时间研究网络传输和视频标准，而不是更普遍的商业问题，例如，定价或者像购物中心这样没有明显间接网络效应的行业。因此，双边市场分析的内容

^① Glen Weyl 最新重要成果让我们开始关注双边市场 2.0。参见 Glen Weyl, "A Price Theory of Multi-Sided Platforms," *American Economic Review*, 2010, 100 (4).

^② OECD Organization for Economic Co-operation and Development ("OECD"), *Two-Sided Markets*, DAF/COMP (2009) 20, 28.

^③ 参见 Thomas Eisenmann "Managing Networked Businesses: Course Overview." *Harvard Business Online*, 2006; Thomas Eisenmann, Geoffrey Parker, and Marshall Van Alstyne, "Strategies for Two-Sided Markets." *Harvard Business Review*, 2006.

^④ 例如，支付卡行业中的企业就从根本上改变了对其业务作为双边市场结果的认知。

更加丰富和细致。

双边市场分析的一个问题是很难确定正式的限制准则。这在经济学中是不多见的。有时双边市场的视角极具知识性，然而其他时候则不然。时间点的把握非常关键。现在可以明确的是，经过十几年的努力，对多边平台的研究为经济学家、政策制定者和企业家们提供了有价值的视角，这也正是我希望这本论文集能够做到的。

目 录

第一篇 多边平台业务的经济学

第 1 章 双边平台市场的产业组织	(3)
1.1 引言	(3)
1.2 双边平台的经济背景	(4)
1.3 经济学原理	(9)
1.4 双边平台市场的产业组织	(13)
1.5 涉及双边市场的反垄断案例概述	(18)
1.6 双边平台经济学的反垄断启示	(22)
1.7 本章小结	(27)
第 2 章 多边平台产业的实证分析	(28)
2.1 引言	(28)
2.2 多边平台经济学的简要概述	(29)
2.3 多边平台市场的商业模式	(32)
2.4 大莱俱乐部和支付卡产业的定价	(39)
2.5 软件平台中的掌上电脑操作系统及社区建设	(42)
2.6 本章小结	(45)
第 3 章 如何触发经济的催化效应：基于新型平台产业的经济学	(46)
3.1 引言	(46)
3.2 基本概念	(50)
3.3 解决协调问题实现触发经济的催化反应	(56)

3.4	B2B 电子商务交易平台	(60)
3.5	社交网站	(64)
3.6	本章小结	(69)
第 4 章	关于多边平台经济理论的共识	(71)
4.1	引言	(71)
4.2	学界关于多边平台问题达成的共识	(72)
4.3	多边平台的基本特征	(72)
4.4	多边平台已成为经济社会的重要一环	(73)
4.5	多边平台利润最大化可能产生低于边际成本的定价	(74)
4.6	独立需求模型与相互依赖的需求模型是不一样的	(75)
4.7	多边平台条件下使用单边模型的不可靠性	(75)
4.8	单边方法分析多边平台的不可靠性	(76)
第 5 章	多边平台垂直约束的经济分析	(77)
5.1	引言	(77)
5.2	需求的相互依赖性以及外部性	(79)
5.3	垂直性约束和平台价值	(84)
5.4	多边平台下垂直性约束对竞争的抑制作用	(90)
5.5	垂直性约束、临界规模以及排他性策略	(93)
5.6	总结	(98)

第二篇 软件平台

第 6 章	看不见的引擎：软件平台	(103)
第 7 章	看不见的引擎：双边时代	(109)
7.1	信息产品	(110)
7.2	多边平台	(116)
7.3	开源软件	(127)
7.4	本章小结	(133)
第 8 章	支付系统的下一步发展：看不见的引擎	(134)
8.1	看不见的引擎和驱动创新的应用程序接口 (APIs)	(134)

8.2	iPhone 手机的催化剂作用在移动通信领域中是如何得到体现的	(135)
8.3	看不见的引擎的新时代：软件平台将如何推进未来 10 年的增长	(137)
8.4	云技术对于支付系统的意义	(138)
8.5	为什么支付行业需要催化剂来推动创新	(140)
8.6	IP 商业模式能否创建支付系统的 APPs 商店？	(142)
8.7	PayPal X 的全球支付开发平台	(143)
8.8	支付卡网络服务商：是沉默的老虎还是车前灯下呆滞的麋鹿	(146)
8.9	将创新转移到边缘地带	(150)

第三篇 网络平台

第 9 章	在线广告产业经济学	(155)
9.1	引言	(155)
9.2	广告业务	(157)
9.3	搜索页面上的广告	(161)
9.4	出版商网站上的广告	(175)
9.5	本章小结	(183)
第 10 章	在线广告产业：经济效应、演化及隐私	(185)
10.1	网络广告的演化	(187)
10.2	线上广告和线下广告	(190)
10.3	广告位的供应及其市场结构	(190)
10.4	线上广告位的需求	(195)
10.5	广告位买卖的中间媒介	(197)
10.6	产业演进中的问题	(198)
10.7	行为定位和数据分析	(198)
10.8	电子交易平台	(200)
10.9	创造性破坏和 O2O 模式	(200)
10.10	隐私的困境	(202)
10.11	附录	(204)

第 11 章 在线平台的注意力竞争	(209)
11.1 引言	(209)
11.2 寻求注意力	(212)
11.3 注意力寻求者间的竞争	(227)
11.4 注意力供应商的竞争	(234)
11.5 产品差异化和注意力搜寻	(238)
11.6 反垄断中的应用	(242)
11.7 本章小结	(250)
第 12 章 网络经济、双边市场与竞争政策	(251)
12.1 网络经济的发展历程	(251)
12.2 网络经济的主要特点	(253)
12.3 网络经济的竞争政策	(256)

第四篇 支付卡行业

第 13 章 不仅仅是货币	(261)
13.1 赊账的午餐	(261)
13.2 发生在 1958 年的事件	(263)
13.3 发生在 1966 年的事件以及竞合模式的诞生	(267)
13.4 管制和经济滞胀	(271)
13.5 无限制消费和举债的 80 年代	(276)
13.6 20 世纪 90 年代的情况及借记卡的崛起	(280)
13.7 50 周年及未来	(283)
13.8 新的起点	(284)
第 14 章 交换费及其监管	(291)
14.1 引言	(292)
14.2 作为双边平台的支付系统	(295)
14.3 多方系统中的交换费	(300)
14.4 次优 (Second-Best) 交换费分析	(305)
14.5 政府决定的交换费	(310)
14.6 本章小结	(317)

第 15 章 双边市场监管干预的效应	(319)
15.1 引言	(319)
15.2 澳大利亚信用卡产业	(320)
15.3 监管及其依据	(322)
15.4 干预效果的理论解释	(324)
15.5 实证分析：价格和数量	(327)
15.6 澳联储监管干预的分析	(339)
15.7 本章小结	(340)
15.8 附录	(340)
第 16 章 多边平台参与者不良行为的监管	(344)
16.1 引言	(344)
16.2 多边平台的增值策略	(348)
16.3 不良行为和平台群体	(352)
16.4 应对不良行为	(357)
16.5 核心平台的管控机制	(362)
16.6 针对不良行为私有与公共管控机制的比较	(374)
16.7 本章小结	(380)
 第五篇 双边市场视角下的反垄断经济学	
第 17 章 双边市场	(385)
17.1 引言	(385)
17.2 双边平台经济学	(387)
17.3 涉及双边平台情况下的市场界定	(391)
17.4 双边市场中的临界损失分析和假定垄断者测试 (SSNIP)	(396)
17.5 反垄断案例和机构决议	(401)
17.6 本章小结	(407)
第 18 章 双边市场的反垄断经济学	(408)
18.1 引言	(408)
18.2 关于双边市场的调查研究	(414)
18.3 双边市场经济学	(433)