

平台经济背景下企业发展与监管综述

高明艳

(湖南师范大学, 湖南省长沙市, 410081)

摘要: 随着信息时代的全面到来, 数字经济、平台经济等新型经济形态应运而生, 它们以数据为核心, 对传统的经济格局进行了重塑。在这样背景下产生的平台企业利用数字平台为两端所联结的消费者、商户提供包括信息、交易、物流等在内的一站式基础设施服务, 极大地促进了市场的繁荣和交易的便捷性。随着业务的不断扩展和深化, 平台企业通过带动平台的其他参与者共同构建了一个庞大而复杂的平台生态系统。在这个系统中, 各参与方通过协同发展来不断创造出新的价值, 以实现共同发展。但平台企业在享受市场支配地位带来的优势的同时, 也面临着潜在的垄断风险, 对平台企业实施有效的监管尤为重要。政府和相关部门需要密切关注平台企业的发展动态, 及时发现并制止可能的垄断行为, 保护市场的公平竞争和消费者的合法权益。只有这样, 平台经济才能真正发挥其应有的积极作用, 为社会的繁荣和进步做出更大的贡献。

关键词: 平台经济; 平台企业; 垄断风险; 协同监管

中图分类号: C93

文献标识码: A

一、引言

在数字技术驱动全球产业重构的当下, 平台经济已不再是边缘创新, 而一跃成为重塑产业链、城市治理与日常消费的核心基础设施。从外卖到出行, 从直播电商到工业互联网, 数字平台凭借数据与算法把分散的需求和供给以极快的速度进行匹配, 将“流量”转化为“留量”, 进而沉淀为难以替代的市场中枢。然而, 大部分头部平台在享受网络效应红利的同时, 也凭借数据壁垒、资本杠杆与规则制定权等优势快速在市场中集聚支配力量, 进而出现了“赢者通吃”的现象; 同时, 算法合谋、二选一、自我优待等行为频繁上演, 这些行为往往处于反垄断红线的边缘, 引发一系列的监管问题, 并极易导致社会焦虑情绪的出现。2021 年以来, 我国对大型平台开出高额罚单并密集出台相关指南, 对相关的平台从“包容审慎”转变为“精准拆弹”。2021 年 2 月, 《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》(国反垄发〔2021〕1 号) 首次将“用户活跃度、数据规模、网络效应”一并纳入市场支配地位判断, 为“二选一”“自我优待”等争议行为提供了细化认定标准; 2022 年 1 月, 九部委联合发布《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》(发改高技〔2022〕42 号), 进一步提出“分类分级+柔性执法”的混合监管框架, 要求对平台并购、协议控制等交易建立“事后回溯调查”机制, 标志着平台监管进入全链条、全要素的新阶段。如何在释放创新动能与防范垄断风险之间取得平衡, 成为政府、企业与学界共同面对的难题。本文聚焦平台企业从规模扩张到生态治理的演进逻辑, 系统梳理其竞争策略、创新机制与互补者协同模式, 并剖析垄断风险生成机理及现有监管工具的适配短板。通过整合国内外最新案例与政策实践, 本文旨在构建一个兼顾效率与公平的治理框架, 为政府完善分级分类监管、为企业设计可持续生态战略提供可操作的理论支点, 助力平台经济真正迈向“共生、共治、共享”的高质量发展新阶段。

二、平台经济与数字平台

平台经济作为数字经济的重要经济载体与典型的经济形态,目前是最具有吸引力和影响力的一种新型经济模式。国内首次提出平台经济学时将其定义为以平台之间竞争与垄断为研究对象,通过交易成本和合约理论分析不同类型平台发展模式与竞争机制,并提出相应政策建议的新经济学科^[32]。平台经济理论则是基于信息网络经济发展的研究而提出的,平台经济理论指出可以通过平台经济来形成更有利于社会经济发展的新模式^[26]。平台经济则是指利用互联网技术,具有以数字技术为支撑、以数据要素为核心、以平台企业为中介的三个核心要素^[35],将产业需求端和供给端连接在一起的集成平台模式,促进产销体制变革创新,促使供需高效匹配,从而实现生产的快速响应与有机协同^[36]。2019年8月,国务院办公厅印发《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》(国办发〔2019〕38号),首次在国家层面明确“平台经济是新生产力组织方式”,提出“包容审慎”监管原则,并严禁平台单边签订排他性协议,为后续制度设计奠定了政策基调。

随着数字信息技术的迅猛发展和深入应用,大量的平台现象涌现,目前针对数字平台的定义存在着多样化的理解。从一种视角来看,数字平台可以被视为一种数字化的基础设施,它具有强大的信息收集、处理与传输能力。企业可以依托这样的基础设施,高效地收集、处理并传输自身或其他各方在生产经营、经济活动等过程中产生的信息^[31]。企业能够通过数字平台在多个参与者或团体之间形成一种虚拟的数字市场,相关各方通过数字平台这一高效的信息中介被紧密地连接在一起,从而极大地促进各方之间的交易与合作^[1]。这些不同的定义虽然各有侧重,但它们都大致将数字平台定义为一个起到联结和中介作用的角色。

三、平台企业相关研究

平台企业作为平台经济中典型的组织形式,被部分学者概括为专门负责管理平台运营的企业实体,这种企业形态之所以备受关注,源于其独特的经营模式以及在平台经济中所占据的举足轻重的地位。因此许多学者对平台企业进行了深入研究,并对其定义进行了详细界定。平台企业可以被定义为在双边或多边市场中担当交易中介的重要角色,并提供一系列嵌入式的产品、服务以及技术支持,从而有效地促进交易的顺利实现,并靠此进行盈利的经济组织^{[3][38]}。简而言之,平台企业就是市场交易的桥梁和纽带,它通过提供全方位的产品和服务,确保交易的流畅进行,并从中获得相应的经济回报。

进一步地,平台企业能够充分利用互联网环境下虚拟的电子交易空间或场所,采用具有创新性的平台商业模式来开展业务。通过高效连接交易主体、嵌入多元化的产品和服务,从而促进用户之间的深度互动(包括商业交易),构建参与主体之间复杂的价值网络,既从中获利,也受到其网络响应的影响^[25]。值得注意的是,平台企业在平台经济发展中占据着关键的地位,它不仅是平台生态系统设计和治理的核心主体,并且通常充当守门人的重要角色,负责监管和维护整个生态系统的健康运行^[8]。可以说,平台企业的存在和发展对于推动整个平台经济的繁荣和稳定具有不可替代的作用。

由于平台企业特殊的商业模式和数字化的发展基础,平台企业的创新问题得到了较多的关注。通过对迭代创新的深入研究,有学者指出迭代创新这种“小而快”的创新模式对于平台型企业的构建和动态能力价值的实现起着至关重要的作用,这种创新模式有助于企业在不

断变化的市场环境中迅速调整策略,减少面临的不确定性,为管理者提供决策参考,进而有效地指导平台企业的构建^[39]。在实施这种创新模式时,平台企业能够通过分布式创新和重组式创新两条路径,显著提升自身的数字创新能力。此外,借助网络效应下的广泛合作与对多变情境的合理匹配,平台企业可以更好地适应动态变化的市场环境^[21]。

然而,互联网平台对线上生产企业的创新水平产生积极影响的同时,也可能对未加入平台的企业造成一定的创新动力削弱。目前而言,互联网平台化这样的组织模式虽然有利于提升社会福利和整体效率,但在当前市场均衡下的创新水平相较于社会最优创新水平仍然存在一定的差距^[23]。从企业内部来看,用户与员工的内外部协同是推动平台企业进行持续创新的重要力量,这种协同不仅促使企业在创新逻辑上进行重塑,实现跨界搜索与协作以及价值共创,还确保了企业在业务运作中能够实现服务与需求的有效对接,进而在信息寻求与反馈中实现产品和服务的创新^[29]。这些发现均揭示了平台型企业在动态市场环境中实现持续创新和发展的关键因素,为相关企业的战略规划和运营管理提供了有益的启示。

除了平台企业的创新问题以外,如何提升平台企业在市场中的竞争地位也是一个值得关注的问题。作为一种有别于传统企业的新型组织形式,平台企业在价值创造上展现出独特的外部化逻辑,它们往往扮演着媒介的角色,旨在将各种类型的市场参与者联系在一起,这种连接还使得平台企业的价值创造高度依赖于平台互补者之间的价值共创^[7]。为了在这个高度互联的生态系统中脱颖而出,平台企业必须精心管理与互补者之间的关系,通过与互补者建立相互依赖、共同发展的共生关系,提升合作的有效性,从而构筑竞争优势^[12]。

为了在激烈的市场竞争中脱颖而出,垂直互联网平台企业可以采用“身份差异化”战略。这一战略的核心在于构建独特的身份标签、获取多边主体的认同,并增强与各方的关系粘性,从而嵌入到更广泛的生态系统中,实现规模化成长;“身份差异化”的独特性可以通过企业叙事的方式来体现,叙事独特性不仅能推动管理者对企业发展方向的认知变革,还为动态能力从潜在状态向实际应用的转化提供了有效机制。与单纯追求快速扩张的策略相比,“身份差异化”战略更能够帮助企业在行业中建立持久的市场优势和独特的竞争地位^{[28][22]}。

平台企业之间虽然具有规模效应,但仍然存在高度的可竞争性,平台企业需要面对多种市场力量的影响。例如用户的注意力分配会对平台企业的定价策略、利润水平以及市场竞争态势产生深远影响,特别是用户规模的增长,会加剧平台企业间的竞争^[15]。因此,平台企业必须时刻保持敏锐的市场洞察力,不断调整和优化自身战略,以确保在激烈的市场竞争维持自身的地位。

我国存在着数量众多的传统企业,这些企业长期以来不管是管理思维或是业务模式上都保持着相对的稳定性,很少出现大的变革。但在数字经济的发展背景下,传统企业面临着前所未有的挑战,急需进行针对性的转型以突破发展困境,但往往存在技术能力不足与资源短缺等问题。在当前背景下,传统企业借助平台的赋能被认为是一条切实可行的转型路径。通过“依附式升级”战略,传统企业可以更好地应对未来产业结构向“多维平台嵌套”演进的趋势,但在转型的同时也需要妥善处理与平台企业间的“互补和依赖”关系,以实现双方的互利共赢^[11]。

对于传统服务业企业而言,他们可以通过两种学习活动来推动平台创新:一是基于网络

结构优势的学习，二是基于网络行为优势的两种学习。这两种学习活动相辅相成，共同推动企业从效率型平台创新向新颖型平台创新的转变^[17]。传统商业企业作为实体经济的重要支柱，应以数字化为核心，构建内部价值创造能力，并充分结合自身资源等优势，探索企业内部能力构建与外部结构节点的有机结合，形成具有差异化的竞争路径。同时与顾客、供应商、同业企业等多方参与者形成互惠的价值共创网络，提供一站式消费和数字化转型解决方案，进一步提升其在市场中的竞争力^[33]。在制造业领域，企业不应只局限于构建平台这一层面，而应更深入地探索基于平台化的数字创新机制，帮助制造企业跨越数字鸿沟，实现数字化转型，更重要的是将企业发展的关注点从规模化增长转向高质量增长^[14]。

四、平台生态系统相关研究

平台企业作为平台经济发展中的重要主体，能够带动其他的平台参与者形成平台生态系统，构建一种协同发展的网络。“生态系统”这一概念原本属于生物学的范畴，最早由 Moore^[4] 引入到了管理学领域，并给出了一个全新的定义：“一种基于组织和个体互动的经济联合体”。这个定义打开了新的视角，使得人们开始从生态系统的角度来审视和管理企业。在平台经济的背景下，学者们进一步衍生出了“平台生态系统”的概念，它是以平台为核心，平台企业提供基础的技术支持与服务，吸引各种互补者的加入，共同为消费者提供产品或服务，进而形成的一种相互依赖、共同进步的的商业化组织系统^[6]。

平台生态系统中的参与主体主要有三类：平台企业、互补者和用户。平台是连接三类主体的枢纽，平台企业作为平台的所有者和运营者，在生态系统中扮演主导和架构的角色；互补者是为平台提供互补性产品、服务、技术的独立供给方；终端用户即市场中的消费者，是平台生态系统的最终服务对象，他们的需求和反馈推动着整个生态系统的持续进化和发展^[20]。

然而，尽管平台企业在平台生态系统中占据着主导地位，但它们也面临着巨大的挑战。一个平台企业往往难以独自提供和投入所有必要的互补资产，因此需要依赖于其他参与者的并发投入和创新发展，这种依赖关系使得平台企业与参与者之间形成了一种紧密的共生关系，这种共生关系已经超越了传统的委托代理关系的范畴^[7]。比起合作关系，共生关系更强调于参与者之间的互惠互利和共生共演，“群策群力”的协同共生开始成为企业之间的主流关系形式，推动着整个平台生态系统的持续繁荣和发展^[13]。

在数字经济时代，数字平台生态系统的构建与管理显得愈发重要，成为企业获取竞争优势的核心环节。在平台生态系统中，网络效应带来的巨大红利使平台企业更加重视与互补者之间共生关系的建立，因为互补者及其提供的互补产品和服务，无疑是吸引和留住终端用户的关键所在，同时也是提升平台整体价值的重要因素^[20]。数字平台生态系统参与者需要在提升互补性（即增强价值创造能力）的同时，需要努力降低对其他参与者的依赖度（即增强价值获取能力），这种在增强自身实力的同时保持独立性的过程被称为“解耦”^[27]。

与传统企业竞争模式不同，数字平台生态系统的竞争优势构建有其独特性，企业竞争优势不再仅仅来源于供给端，而是更多地依赖于需求端，即广大的用户群体。平台企业应合理运用平台包络战略，推动平台的持续演化，利用横向包络和纵向包络实现系统的协同，实现系统内部的协同合作，进而获取市场竞争优势^[16]。也有学者认为，平台企业的竞争优势在

很大程度上取决于企业如何协调和管理各方参与者，以推动整个生态系统的健康发展，对于相互竞争的平台而言，不仅要能够吸引互补者，更要能够为互补者创造足够的激励，以保持他们的活跃度和忠诚度^[2]。

此外，与从零开始建立的新建平台相比，已有平台生态系统的战略更新能更有效地推动生态参与者之间建立相互依赖关系。为实现这一目标，平台生态系统战略的更新需要结合“外部引进”和“内部培育”两种策略，从而更好地适应动态环境，并持续为用户创造价值^[9]。在数字经济等外部环境的影响下，企业必须展现出更高的灵活性和战略眼光。通过动态实施战略，企业可以从环境选择和组织适应两个角度出发，推动数字平台生态系统的构建。值得注意的是，当前阶段的构建成果将为未来战略决策提供宝贵的参考，影响后续的战略选择和数字平台生态系统的进一步发展^[19]。平台生态系统的成功构建和持续发展，离不开对互补者的有效管理和激励。互补者在生态系统中扮演着至关重要的角色，他们能够贡献高质量、创新性的补充产品和服务。而需求方的规模经济则是激发互补者积极性的关键因素之一，它最终决定了生态系统是否能够具有持续的创新力，是平台战略不可或缺的成功因素^[5]。

综上所述，数字平台生态观为数字经济时代的企业提供了一种全新的管理理论视角和理论指导，强调企业应基于自身资源打造相匹配的数字平台，与各方利益相关者共建数字生态系统，通过共同创造价值和确立公平的价值分配机制，企业能够在不断变化的数字经济时代中建立起持续的竞争优势^[18]。

五、平台经济的垄断问题与监管改进

平台经济具有典型的双边或多边特性，并且随着数字技术的发展而日益展现出更多独特的商业特性，但是这种快速发展不仅带来了前所未有的商业机遇，同时也衍生出一系列更加复杂的经济问题。

平台经济因其巨大的规模经济效应，能够实现不同市场间的高效连接，这种能力在用户市场中产生了显著的网络效应和锁定效应。这些效应赋予了平台经济破坏性创新的基本属性，进而催生一种强大的自我强化机制，使得平台企业在市场竞争中的地位日益提升^{[24][34]}。平台企业在平台经济的发展中扮演着重要的角色，其不仅负责管理平台的日常运营，更在平台生态系统中占据着主导地。此外，平台企业还承担着调解纠纷、处罚不合规行为的责任。由于掌握着庞大的用户数据信息和先进的数字信息技术，这些企业在市场中占有绝对优势的市场支配地位，其影响力也广泛渗透在消费者的日常工作生活中。然而，这种强大的市场地位也使得平台企业有别于简单的市场组织和其他企业，其潜在的垄断问题可能对经济的健康发展构成严重威胁，因而对它们的监管尤为重要。

作为一种数字信息技术和商业模式创新交互融合的新型组织形态，平台企业在市场竞争和垄断方面不断呈现出新的特性。随着平台规模扩大和跨界经营的日益普遍，资本的集中导致了横向垄断与纵向垄断的形成。具体而言，横向垄断体现在相同行业的平台企业之间达成协议，纵向垄断则是以平台企业为主的上下游供应链之间达成的协议。在这些协议背后，企业之间往往采用不正当竞争手段，进而滥用市场支配地位，对客户进行挟持^[37]。

然而，对平台企业垄断行为的认定却面临着诸多挑战。首先，平台企业垄断行为的认定目前缺乏一个确定的统一标准；其次，由于垄断技术复杂、垄断行为隐蔽，传统的垄断行为

认定方法已经不再适用,相应的数字工具也存在发展不够的问题^[10];再者,平台经济涉及多个交叉领域,这使得反垄断规制在相关市场的界定上存在难题,市场规模很难单独作为垄断判定的依据,同时大量的市场数据以及个人数据由平台所掌握,这也极易引发隐私保护和数据垄断问题^[34]。在当前的市场环境下,平台企业间的竞争日益激烈,且呈现出明显的动态性,然而对于垄断问题的监管却存在滞后甚至空白的情况。目前的认定标准与拆分原则大多侧重于事前监管,这也导致了传统监管模式常常陷入“一管就死一放就乱”的困境^[24]。因此,如何建立更加科学、灵活且有效的监管机制,以应对平台经济带来的新挑战,成为了当前亟待解决的问题。

针对平台经济发展中的垄断问题,学者们也提出了针对性的解决措施。为了有效应对平台企业可能出现的垄断问题,监管部门需要发展混合式监管策略,这一策略需要将行为监管和功能监管进行有机结合,并对大数据管理体系进行必要的创新^[37]。这样的监管方式可以更加全面地监控平台企业的行为,防止其利用数据优势进行不公平竞争。当涉及到市场支配地位的判定时,我们不能仅仅依赖于传统的市场份额评估,根据平台经济的独特特征,除了考虑市场份额外,还应纳入更多因素以制定更为明确且全面的判定标准^[34]。这样的标准不仅能更准确地反映企业的实际市场影响力,也有助于监管部门进行更为精确的监管。在考察平台企业的市场地位时,需要同时关注产品市场和流量市场,特别是在反垄断审查中,需要充分需要基于流量所形成的跨界竞争现象。学者们建议,在反垄断调查及常态化监管中,应给予平台企业在流量市场中的地位和份额以足够的重视,深入评估流量所带来的跨界竞争效应^[15]。这将有助于我们更全面地理解市场动态,防止潜在的垄断行为。

此外,对于平台经济中的垄断行为的认定工具也需要进行及时的更新与完善,2022年3月,国家市场监督管理总局印发《关于完善经营者集中反垄断合规风险提示机制的通知》(市监反执二发〔2024〕7号),建立全国统一的风险监测模型,对平台并购实行“事前算法扫描+事中窗口指导+事后回溯评估”的全链条监管,并将提示机制纳入中央质量督察考核,为精细化识别潜在垄断兼并提供了技术抓手。2021年12月,中央网信办等九部门联合发布《关于加强互联网信息服务算法综合治理的指导意见》,要求平台对“算法推荐、排序规则”进行备案并定期开展风险评估,为监管部门调查“算法合谋”提供技术接口。针对企业收购、并购等可能导致垄断兼并的行为,也需要进行多角度、系统化的认定^[10]。针对企业业绩与数据之间的量化关系也需要进行审查,并对商业主体进行合理的合并与拆分^[34]。在实施监管时,还需仔细考虑监管模式的有效性。例如,对于规模较大的平台市场,如果采用单一监管模式,平台企业自主进行的私人监管可能在某些方面优于政府的公共监管;而在协同监管模式下,如果平台企业承担较大的连带责任,那么政府与平台共同参与的协同监管可能会带来更高质量的商品和服务^[30]。这些发现为我们选择合适的监管模式提供了重要的参考。最后,值得强调的是,我们不能单方面地追求严厉的监管和重罚,而应注重监管转型和创新,以实质性地改进监管效果^[24]。这些综合措施将有助于更有效地应对数字经济时代所带来的监管挑战,确保市场的公平竞争和保护消费者的合法利益。

六、结论

在平台经济迅猛发展的时代背景下,越来越多的企业正积极尝试构建一个综合、多元的平台生态系统。这种趋势反映了现代商业环境中,企业对于资源整合、共赢发展的深刻理解

和实践。在这一构建过程中,企业应高度重视与生态系统中的互补者建立起紧密的共生关系。互补者作为平台生态中不可或缺的一部分,其提供的产品和服务对于吸引和留住平台用户起着至关重要的作用,同时也是提升平台整体价值和市场竞争力的关键环节。然而,与传统企业通过直接控制子公司来管理业务不同,平台企业在处理与互补者的关系时面临着更大的挑战。由于互补者通常保持着相对的独立性,平台企业无法对其进行直接控制,这就要求平台企业制定适当的战略、实施恰当的治理机制,以确保整个生态系统的健康、稳定和持续发展。当前市场经济的发展已经进入了一个全新的阶段,这个阶段的特点是双方市场的相互选择和高度互动。在这样的环境下,平台经济的引入无疑为市场注入了新的活力,它不仅显著提高了经济的交互水平和信息交流的速度,还在很大程度上推动了社会管理水平的提升。通过平台,各种经济活动和经济模式得以更加高效地优化和重组,从而促进了整体经济效率和质量显著提升。

尽管如此,平台经济的快速发展带来的垄断问题不容忽视。由于平台企业具有天然的网络效应和规模效应,这使得它们在某些情况下可能形成市场垄断地位,从而限制竞争和创新。因此,国家政策制度和法律法规的密切关注变得尤为重要。只有通过制定和实施一系列科学合理的政策法规,才能有效地规范平台企业的行为,防止和打击垄断行为,进而引导和推动平台经济朝着更加健康、可持续的方向发展。这样,平台经济才能真正成为市场经济的有力支撑,为社会的繁荣和进步作出更大的贡献。

参考文献

- [1] Garud R, Kumaraswamy A, Roberts A, Xu L. Liminal movement by digital platform - based sharing economy ventures: The case of Uber technologies[J]. Strategic Management Journal, 2022, 43(3), 447 - 475.
- [2] Kretschmer T, Leiponen A, Schilling M, Vasudeva G. Platform ecosystems as metaorganizations: Implications for platform strategies[J]. Strategic Management Journal, 2022, 43(3), 405 - 424.
- [3] McIntyre DP, Srinivasan A. Networks, platforms, and strategy: Emerging views and next steps: Networks, platforms, and strategy[J]. Strategic Management Journal, 2017, 38(1), 141 - 160.
- [4] Moore J F. Predators and prey: a new ecology of competition[J]. Harvard business review, 1993, 71(3), 75-86.
- [5] Panico, C. and Cennamo, C., User Preferences and Strategic Interactions in Platform Ecosystems[J]. Strategic Management Journal, 2022, 43 (3) , pp.507~529.
- [6] Tiwana A. Platform desertion by app developers[J]. Journal of Management Information Systems, 2015, 32(4): 40-77.
- [7] Van Angeren J, Karunakaran A. Anchored Inferential Learning: Platform-Specific Uncertainty, Venture Capital Investments by the Platform Owner, and the Impact on Complementors[J]. Organization

Science, 2023, 34(3): 1027-1050.

[8] Zhang Y, Li J, Tong TW. Platform governance matters: How platform gatekeeping affects knowledge sharing among complementors[J]. Strategic Management Journal, 2022, 43(3), 599 - 626.

[9] 蔡宁,刘双,王节祥等.平台生态系统战略更新的过程机制研究:相互依赖关系构建的视角[J/OL].南开管理评论:1-19[2024-03-17].

[10] 陈庭强,沈嘉贤,杨青浩等.平台经济反垄断的双边市场治理路径——基于阿里垄断事件的案例研究[J].管理评论,2022,34(03):338-352.

[11] 陈威如,王节祥.依附式升级:平台生态系统中参与者的数字化转型战略[J].管理世界,2021,37(10):195-214.

[12] 陈雪琳,周冬梅,鲁若愚.平台生态系统中互补者的多边关系研究:理论溯源与框架构建[J].研究与发展管理,2023,35(1),60-71+145.

[13] 蔡晓梅,苏杨.从冲突到共生——生态文明建设国家公园的制度逻辑[J].管理世界,2022,38(11):131-154.

[14] 杜勇,曹磊,谭畅.平台化如何助力制造企业跨越转型升级的数字鸿沟?——基于宗申集团的探索性案例研究[J].管理世界,2022,38(06):117-139.

[15] 冯振华,刘涛雄,王勇.平台经济的可竞争性——用户注意力的视角[J].经济研究,2023,58(09):116-132.

[16] 葛安茹,唐方成.基于平台包络视角的平台生态系统竞争优势构建路径研究[J].科技进步与对策,2021,38(16):84-90.

[17] 何永清,邹波,潘杰义等.传统服务业企业如何实现平台创新——一个探索性纵向案例研究[J].南开管理评论,2021,24(06):203-214.

[18] 焦豪.数字平台生态观:数字经济时代的管理理论新视角[J].中国工业经济,2023(07):122-141.

[19] 焦豪,张睿,杨季枫.数字经济情境下企业战略选择与数字平台生态系统构建——基于共演视角的案例研究[J].管理世界,2023,39(12):201-229.

[20] 刘畅,梅亮,陈劲.基于互补者视角的平台生态系统研究评述[J].软科学,2022,04(36),8 - 16.

[21] 罗兴武,张皓,刘洋等.数字平台企业如何从事件中塑造数字创新能力——基于事件系统理论的钉钉成长案例研究[J].南开管理评论,2023,26(04):234-247

[22] 马鸿佳,肖彬.叙事需要平衡吗?平台企业叙事独特性与动态能力倒 U 型关系探究[J/OL].南开管理评论:1-23[2024-03-17].

[23] 欧阳耀福.互联网平台化组织模式对企业创新的影响研究[J].经济研究,2023,58(04):190-208.

[24] 孙晋.数字平台的反垄断监管[J].中国社会科学,2021,(05):101-127+206-207.

[25] 唐彬.跨界搜寻、大数据能力对平台企业商业模式创新的影响研究[D].吉林大学,2021.

[26] 吴敬璉.平台经济理与政策思考[J].比较研究,2021(4):1-25.

[27] 王节祥,陈威如,江诗松等.平台生态系统中的参与者战略:互补与依赖关系的解耦[J].管理世界,2021b,37(02):126-147+10.

[28] 王节祥,杨洋,邱毅等.身份差异化:垂直互联网平台企业成长战略研究[J].中国工业经济,2021a(09):174-192.

[29] 万文海,刘龙均.员工与用户内外协同对平台企业创新绩效的影响:基于价值共创视角[J].南开管理评

论,2021,24(02):72-84.

[30]王勇,刘航,冯骅.平台市场的公共监管、私人监管与协同监管:一个对比研究[J].经济研究,2020,55(03):148-162.

[31]谢富胜,吴越,王生升.平台经济全球化的政治经济学分析[J].中国社会科学,2019,(12):62-81+200.

[32]徐晋,张祥建.互联网平台经济学初探[J].中国工业经济,2006(5):40-47.

[33]依绍华,梁威.传统商业企业如何创新转型——服务主导逻辑的价值共创平台网络构建[J].中国工业经济,2023(01):171-188.

[34]尹振涛,陈媛先,徐建军.平台经济的典型特征、垄断分析与反垄断监管[J].南开管理评论,2022,25(03):213-226.

[35]朱方明,贾卓强.平台经济的数字劳动内涵与价值运动分析[J].内蒙古社会科学,2022,43(03):114-121+2.

[36]张梅芳.平台经济发展应有共享思维[N].经济日报,2019-08-27(13).

[37]周文,韩文龙.平台经济发展再审视:垄断与数字税新挑战[J].中国社会科学,2021,(03):103-118+206.

[38]朱文忠,傅琼芳,纪晓夏.双边市场中卖家社会责任缺失对平台企业顾客忠诚的影响[J].管理评论,2022,34(07):189-197.

[39]朱晓红,陈寒松,张腾.知识经济背景下平台型企业构建过程中的迭代创新模式——基于动态能力视角的双案例研究[J].管理世界,2019,35(03):142-156+207-208.

A Review of Enterprise Development and Regulation in the Context of the Platform Economy

Gao Mingyan

(Hunan Normal University, Changsha Hunan Province, 410081)

Abstract: With the full advent of the information age, new economic forms such as the digital economy and the platform economy have emerged, reshaping the traditional economic landscape with data at their core. Against this backdrop, platform enterprises provide one-stop infrastructure services—including information, transactions, and logistics—to consumers and merchants connected by digital platforms, greatly enhancing market prosperity and transaction convenience. As their businesses expand and deepen, these enterprises foster a vast and intricate platform ecosystem by bringing other participants along. Within this system, all parties co-create new value through synergistic development to achieve mutual growth. Yet while enjoying the advantages of market dominance, platform firms also face potential monopolistic risks, making effective regulation imperative. Governments and relevant authorities must closely monitor platform dynamics, promptly detect and curb possible monopolistic practices, and safeguard fair competition and consumer rights. Only then can the platform economy fulfill its positive role and contribute more fully to societal prosperity and progress.

Keywords: Platform Economy; Platform Enterprises; Monopoly Risk; Collaborative Regulation