2020年12月25日 新世界时报 NEW WORLD TIMES

互联网的“退变”

20年前，互联网是那个屠龙少年。他，开放，自由，平等，共享，协作，杀伐决断，所向披靡，试图斩杀一切“恶龙”，终结精英主义的旧世纪。

然而，新世纪不过20年，屠龙少年似乎成为了人们口中的那条“恶龙”。

我曾在《盛年马云，激流勇退》中指出：“2019年，是中国企业家特殊之年。”奈何这股风这么快就刮到了互联网，2020年成为互联网的转折年。几乎在一夜间，乔峰变成了萧峰，小甜甜变成了牛夫人。这值得深思。

互联网（巨头），到底是屠龙少年，还是恶龙？中国企业家的征途为何是菜篮子，而不是星辰大海？互联网对中国来说意味着什么？

本文从垄断问题出发探索中国互联网存在的问题以及出路。

本文逻辑：

一、垄断，还是技术创新？

二、恶龙，还是屠龙少年？

三、菜篮，还是星辰大海？

01、垄断，还是技术创新？

最近20年，互联网给我们带来的变革是肉眼可见的“熊彼特式增长”。微信较之电话，微博较之出版，百度搜索较之人工检索，网络购物较之线下购物，网络支付较之实体银行，效率更高，成本更低，行为更自由。

经济学可以用交易费用来解释互联网。互联网降低了交易费用（信息搜索、讨价还价等），增加了竞争烈度和资源配置效率。用户在网上简单检索就可以获得大量信息，进而选择深圳水贝盒马的水果，或是山西忻州果农的水果。在互联网上，每一个小人物都有机会怼人、点赞、直播、卖货以及“凡尔赛”。

中国互联网高歌猛进很大程度上是因为实体经济太落后。2018年中国电商占社会零售总额的19.8%，日本这一数据只有6.2%。为什么？因为日本人口集中，实体经济成熟，购物便捷，服务周到，还有不少体验极佳的商业街。日本电商对实体零售的冲击不大，或说相对缓慢。这代青年不想忍受传统“的哥”的脸色，不愿踏进肮脏的菜市场，选择在网上叫车、买菜。

人类社会进步唯一的动力就是新技术、新知识与新制度。在信息技术浪潮中，更有效率的企业替代低效的企业是不可逆的，不以道德与意志为转移的。工业机器、火车、集装箱、汽车、电力、流水线、计算机等新技术普及时都面临旧势力的顽强抵抗。

19世纪中期，欧洲的道路上，马车纵横，马粪遍地，蒸汽机车与马车互相抢道。为了限制蒸汽机车，1865年英国政府通过了《道路（蒸汽）机动车法》（“红旗法案”），将蒸汽机车在乡下和城市的速度分别限制在每小时3公里和6公里，而马车并无任何限速。该法案还要求，蒸汽机车在行驶时，必须有人手持红旗在车前方60码开路，以避免惊吓到行人和牲畜（马车）。英国人早在1801年就制造了第一辆载人蒸汽机车，但是该法案限制了蒸汽机车的发展，迫使汽车产业转向欧洲大陆和美洲。

很多人接受新技术，但反对技术巨头的市场垄断。问题来了，如果技术巨头形成的市场垄断，同时又触发了经济效率。这该怎么办？

以20世纪初的美国托拉斯为例。

美国经济学家保罗·萨缪尔森在《经济学》（人民邮电出版社）中列举了美国托拉斯的数据：

1904年，美国各经济部门的托拉斯组织掌握的资本总量高达204亿美元，其中1/3的资本掌握在7家大托拉斯的手中。1910年，托拉斯在美国一些工业部门的生产中所占比重如下：纺织工业为50%，玻璃制造业为54%，棉布印染业为60%，食品制造业为60%，酿酒业为72%，金属工业（不包括钢铁）为77%，化学工业为81%，钢铁工业为84%。

但是，这些托拉斯并非是落后的组织，而是掌握先进技术的高效组织。

经济学家托马斯迪洛伦佐在《国际法律与经济评论》发表的一篇文章指出，大型企业组织还大大降低了产品价格：卡内基钢铁将钢轨价格从1875年的160美元/吨降至近25年后的17美元/吨；洛克菲勒在1897年将精炼石油价格从30多美分/加仑压低到5.9美分/加仑；北方证券的铁路网络极大地拓展了五大湖区工厂的销售市场，促进美国形成一个统一的国内市场，商品价格大幅度下降；到20世纪20年代，老福特发明了流水线，将汽车的价格在短时间内降到了平民价格，从此汽车进入了寻常百姓家。

这就是当下很多人对互联网巨头的困扰，可以概括为“反垄断悖论”。支持者力挺技术巨头的效率，反对者批判其垄断。

互联网巨头有没有问题？当然有。只是如果从反垄断这个角度，容易陷入道德批判。

反垄断，要讲法律依据。法律要讲逻辑，什么逻辑，经济学的逻辑。但是，经济学缺乏充分的逻辑支持反垄断。为什么？

1890年《谢尔曼法》是世界上第一部反垄断法。但是，这部法律缺乏严谨的法律及经济学逻辑。19世纪末，美国阶级斗争极为尖锐，底层农民、小企业主、联合劳动党纷纷将矛头指向大型企业及财团，掀起了一场猛烈的斗地主、斗资本家运动。

当时的托拉斯组织欺行霸市，行贿诈骗，无恶不作。以爱迪生为例，小学课本上那个爱迪生，是发明家，还是“专利暴徒”。他仗着摩根财团的势力，打击对手，打砸抢烧，收割专利，欺负塞尔维亚优秀青年特斯拉，试图控制美国电影产业。

不过，大企业归大企业，违法归违法，大型企业不等于违法。这是最基本的是非逻辑。但是“斗地主”时只顾高潮不管是非。套用一位南京法官的话来说就是：“你不打人，长那么壮干嘛？”

实际上，《谢尔曼法》的正文和附件，都没有给出“垄断”的确切含义。当时的反垄断司法行动几乎没有经济学家参与，都是一些获利颇丰的律师及政客在捣腾。在五六十年代之前，受政治斗争驱使，美国的反垄断行动出现过很多离奇的案例。

在1937年的联邦政府诉美国铝公司一案中，第二巡回上诉法院的著名法官勒尼德·汉德创造了一个简单粗暴的定罪标准：被告市场份额的占有率超过90%。他指出：“90%的市场份额足够构成垄断；60-64%的市场份额是否构成垄断还有疑问；而33%的份额则确定不会。”

这个定罪标准翻译过来就是“大即原罪”。这很符合斗地主的思想，因此深得人心。

其实，各个国家的反垄断运动几乎都起源于“斗地主”。要命的是，经济学也有两个理论支持“斗地主”：一个是完全竞争理论，二是哈佛学派的结构主义。

斯密以来，经济学家奉行“独占（垄断）乃是良好经营的大敌”的自由信条。在完全竞争理论中，个体是价格的被动接受者，如果厂商主动调整价格，则是价格垄断，获取垄断利润。大型企业都会采取主动的价格策略，因而都是垄断企业。

哈佛学派的结构主义认为，市场结构决定市场绩效。他们的研究表明，大型企业及集中度高的市场，降低了经济效率，阻碍了技术进步。这正好论证了“大即原罪”。

但是，这两种理论都是错误的。完全竞争理论在假设上犯了错误，哈佛学派的结构主义缺乏严谨的论证。市场集中度不是判断垄断的标准，主动的价格策略是企业的竞争策略。“大即原罪”，相当于“把企业做大就是犯罪”，其实是反市场的、反竞争的、反创新的、反增长的、反规律的。

六十年代后，芝加哥学派摆脱了完全竞争理论的束缚，提出绩效主义替代了哈佛学派的结构主义。此后，大量经济学家加入到反垄断的司法行动中，美国的反垄断工作才逐步回归理性。

如今，美国经济学界基本形成共识：

1. 反对行政性垄断，对自然垄断保持宽容。

经济学家坚决反对行政性垄断，对自由竞争下的自然垄断保持宽容。经济学家相信市场的调节能力，认为自由市场不可能形成真正的垄断者，技术创新与自由竞争会颠覆一切掠夺性定价。没有永久的垄断，只有不断前行的技术浪潮。

2. 反垄断反的并非“垄断”，而是不正当竞争。

从逻辑上看，反垄断法似乎是多余的，因为反垄断法中所反的内容，其实是不正当竞争，如合同欺诈、特权经营、内幕交易、捆绑销售、限制竞争、恶意并购、滥用市场支配地位等。而这些内容在普通法中都有呈现。正如当年的立法者谢尔曼所说的反托拉斯法“并没有宣布一项新的法律原则，仅仅是将那些老的、广为人知的普通法原则授予了我们复杂的州和联邦的司法机关。”

但是，正如美国经济学家萨缪尔森所说的，反垄断法就像交通灯，时刻警示那些大型企业不要作恶。

那么，互联网巨头“作恶”了吗？

对话叮咚买菜副总裁：社区团购不可能被垄断

02、恶龙，还是屠龙少年？

“完美的搜索引擎，不作恶”（The perfect search engine, do not be evil），是谷歌公司的一项非正式的公司口号。但是，在2015年，谷歌公司删除了这一准则，取而代之的是“做正确的事”（do the right thing）。

这是不是屠龙少年的“退变”？

我们看中国的互联网巨头有没有“作恶”。对互联网巨头的批判，诸如“大即原罪”“打倒资本家”，容易陷入“斗地主”的群氓运动。道德批判和群氓运动不仅缺乏可靠的逻辑，而且显得无能。

有人将互联网巨头的套路概括为“补贴-整合-收割”。以补贴的方式杀死竞争对手，有没有问题？控制市场后再提价获利，有没有问题？经济学的逻辑不反这种价格策略。诸如故意倾销、价格合谋、恶意并购，经济学也没有充分的逻辑支持这些说法。

因为补贴是企业家迂回生产的一种方式，是价格竞争的一种策略。好比我是一位打工人，为了得到老板赏识，赢得晋升机会，经常无偿加班，超额完成工作。我这种行为对同事、劳动市场来说就是一种“倾销”，还可能是一种“亏本补贴”。如果老板慧眼识才提拔我，双方重谈薪水，我的工资上涨，相当于补贴了之前的“亏损”。

逻辑上，我的行为与互联网的价格竞争策略是一致的。但结果不同，我的行为不可能搅动整体市场价格，互联网平台可以。互联网平台是否涉嫌操纵价格，经济学界是有争议的。

所以，光从互联网市场占有率及价格竞争策略很难发现其中的问题。下面我从两个隐秘的角度揭露：

1. 资本“便利”。

互联网的商业模式有一句话叫“羊毛出在狗身上，由猪买单”。如果只从羊和狗身上——前端市场，你看不到互联网巨头的问题，甚至容易被它的王者之气折服。问题就出在“猪”这个环节——后端的金融市场。

之所以互联网巨头搞大规模的价格补贴，把线上线下的所有竞争对手杀死，是因为互联网巨头手握巨额的金融资本。为什么互联网巨头有如此雄厚的金融资本？

客观上说，资本的嗅觉对技术革新极为灵敏。当年大规模的金融资本涌入铁路、电力、汽车，如今这一盛况发生在互联网领域。

除此客观因素外，是否还有其它隐私？所谓资本无眠，资本为什么不睡觉，因为在披星戴月地钻空子。哪里有制度漏洞，哪里就资本躁动。

在货币大潮中，互联网企业是否如房地产企业一样享受了资本的“红利”？互联网巨头在融资上是否有便利？互联网巨头是否比其它类公司更易上市？上市公司是否严格披露，违法成本是否过低？是否利用中美两国的信息不对称和制度漏洞，赴美上市套利？

我举三个例子：摩拜、蚂蚁和瑞幸，分属于腾讯系、阿里系和其它系（福建帮神州系）。

摩拜和ofo的命运为何不同？一个听资方的话，一个不听话。当时共享单车泡沫即将破灭时，屡陷债务麻烦的摩拜又无法单独上市套现，这该怎么办？作为资方的腾讯将摩拜以37亿美元的总价“打包”进美团，然后通过美团上市套现。

为了补偿美团，腾讯在上市时对美团追加了投资。资本盛宴谢幕后，只剩下满街的破铜烂铁。这就叫“金蝉脱壳”。美团对这笔收购带来的估值影响是否向市场做过真实客观的陈述？如果把“金蝉脱壳”的大门堵上，腾讯系还会有大规模收购吗？

再看蚂蚁。蚂蚁在交易所通过ABS的方式融资达几千亿。这是工商银行不能干的，其它互联网企业也不能干的，实体私人企业更干不了。监管部门及交易所之前是否对这一行为进行限制？根据监管新规，“通过债券、资产证券化产品等标准化债权类资产形式融入资金的余额不得超过其净资产的4倍”。按照新规，蚂蚁358亿净资产，通过ABS融资的上限是1432亿，而如今其ABS融资额是2410亿，超出了近1000亿。

根据监管新规，“在单笔联合贷款中，经营网络小额贷款业务的小额贷款公司的出资比例不得低于30%”。蚂蚁之前在商业银行中获得的联合贷款是18696亿，按新规要匹配8012亿的自营贷款，而如今蚂蚁的自营贷款只有431亿，缺口达7581亿。

所以，如果监管规则一视同仁，蚂蚁不可能获得如此雄厚的资金，阿里系的资本力量也会被削弱。

最后看瑞幸。其它系的实力不如阿里系和腾讯系，它们会选择赴美上市。美国上市监管不是很严吗？美国采取注C制，“宽上市、严监管”。但是，由于两国法律不同，惩处违法的中概念股实际控制人的真实效果会大打折扣。有些企业如蛋壳先上市套现再说，有些企业如瑞幸不惜通过财务造假来支撑业绩。

还有之前美国颁布了一项上市公司的监管法令，但这项法令没有涵盖国外上市公司。这就留下了制度漏洞，美国监管机构对国外上市公司监管时面临信息获取的障碍。比如当年的东南融通造假案，审计机构德勤没办法获得审计工作底稿。这次美国通过新的法令，试图堵上这个漏洞。

由于金融资本“便利”，中国互联网巨头沦为投资公司，形成一条高效的产业链：互联网公司是金融项目，连续创业者是基金经理兼演讲家，“大数据”“新零售”“人工智能”等是故事的原材料，“补贴-整合-收割”是必备手法，互联网巨头是幕后投资人，花旗、摩根大通、摩根士丹利是“搬运工”——“我们不生产产品，我们只是资本的搬运工”。

2. 数据“侵占”。

我在《算法，即剥削》《反垄断风云》中都指出，全球互联网都面临一个非正当竞争问题，那就是对私人数据的无偿侵占。

数据本是用户的一项私人资源，数据所有权也就是一项私人权力。但是，互联网巨头没有采用分布式系统，私人数据被中心化的数据库垄断。所以，互联网巨头的市场支配地位，其实是对私人数据的支配优势。在算法时代，私人数据极可能被巨头以“大数据”之名滥用。在反垄断行动中，这就叫滥用市场支配地位，即滥用大数据支配地位。

互联网巨头侵占私人数据后，利用算法实施“三级价格歧视”（大数据杀熟），可以最大限度地榨取消费者剩余（三级价格歧视、大数据杀熟）。

根据美国布兰戴斯大学经济学系助理教授Benjamin Shiller基于Netflix的研究发现，使用传统人口统计资料的个性化定价方法，可以使Netflix增加0.3%的利润，但根据用户网络浏览历史，

（下转第55页）