# 浅谈双边市场的兴起论文

来源：网络 作者：春暖花香 更新时间：2025-01-22

*近年来，以苹果公司在线网络商店为代表的新型双边市场模式取得了巨大成功。基于经济学相关理论研究，对苹果公司的案例进行分析，下面是编辑老师为大家准备的浅谈双边市场的兴起。 一、引论。 近年来，随着计算机信息技术不断发展，一种成功的经营模式和市...*

近年来，以苹果公司在线网络商店为代表的新型双边市场模式取得了巨大成功。基于经济学相关理论研究，对苹果公司的案例进行分析，下面是编辑老师为大家准备的浅谈双边市场的兴起。

一、引论。

近年来，随着计算机信息技术不断发展，一种成功的经营模式和市场形态越来越引起人们的注意，这就是双边市场(two-sided market)。一个双边市场的简单定义，就是作为平台(platform)的企业，同时服务两组不同的消费者。比如，ebay、易趣网、淘宝网这类的电子交易中介平台，同时服务商品的供给者和需求者;珍爱网、百合网这类婚姻介绍网站，同时服务男性和女性顾客;智联招聘、前程无忧这类的工作招聘网站，同时服务企业和求职者。

这种新兴的电子平台，成功的开发出新的双边市场，从而在经济上获得了巨大成功的例子还有很多。事实上，双边市场在人类经济发展的历史上是很早就出现的，那就是媒体产业，比如报纸和电视就同时服务观众和广告商。到底新兴的双边市场成功的原因何在?它与传统双边市场有什么区别?这种新兴的双边市场，对我国发展现代服务业又有什么启示呢?

二、双边市场相关理论研究。

在经济学的研究领域中，最早系统的研究双边市场的是Caillaud和Jullien (2025，2025)，Rochet和Tirole (2025，2025)以及Armstrong(2025)。 Rochet和Tirole(2025)首先给出了粗略的定义：双边(更一般的说是多边)市场是通过一个或几个平台能使最终用户相互作用，并通过合理地向每一边收费试图把双方(或多方)维持在平台上的市场。双边市场中的两组参与者需要通过平台进行交易，而且一组参与者(最终用户)加入平台的收益取决于加入该平台另一组参与者(最终用户)的数量。

在这样一个双边市场中，两组参与者之间存在着交叉的网络外部性(network externalities)。网络外部性是指连接到一个网络的价值，取决于已经连接到该网络的其他人的数量。在双边市场中，这就表现为一种交叉网络外部性，也就是每个参与者从平台获得的效用或收益，与另一组参与者的总数量有关。一组参与者的总数量越多，另一组参与者得到的效用或收益越高，这就被定义为是正的网络外部性;反之，就被认为是负外部性的情形。

在传统双边市场中，往往表现为一边参与者对另一边参与者的网络外部性为正，反之，网络外部性为负。比如在媒体市场中，该媒体的观众越多，广告商投放广告的收益就越大;反之，广告商投放的广告越多，对使用该媒体服务的观众而言，造成的干扰就越多，获得的效用也就越低。

近年来，相当多的经济学家把精力投入到对双边市场的研究中来，这也使得双边市场成为产业组织理论研究中的一个热点。国外的研究中，Caillaud和Jullien (2025，2025)， Rochet和Tirole(2025，2025)以及Armstrong(2025)主要分析了在双边市场中的定价策略。研究结果都表明在双边市场中，定价策略不同于一般的单边市场。企业在定价上拥有更灵活的空间，完全可以通过对一边参与者的收费来补贴另一边，例如现实中有些报纸就选择完全免费发放给读者。还有些研究侧重于对市场失灵的分析，提出了媒体市场的这种交互网络外部性会导致媒体产品的同质性，产品不够多样性，从而减少社会福利。

在我国，也有相当多的学者关注双边市场的研究，这些研究主要侧重于双边市场理论以及定价策略的介绍和分析，以及对双边市场竞争的政府规制建议。主要实证分析也还是集中在媒体或银行卡市场这样的传统双边市场上。

事实上，近年来出现的许多新型双边市场的特征，并不同于传统双边市场，最重要的一点区别就是双边市场所服务的两组参与者之间的网络外部性不再是一正一负，而都为正的。例如，加入淘宝网的卖家数量越多，买家就越可能找到更便宜且更适合自己的商品;使用淘宝网的买家越多，卖家就可能卖出更多商品，从而获得更高的利润。这种区别，主要来自于参与者对于信息的获取过程是不一样的。

现代经济学研究的一个分析重点就是信息，因为现实中常常存在信息不对称的情况，为了做出最优决策，市场中的微观个体(企业和消费者等)需要为信息支付额外的成本。这个成本可以被理解为是一种交易成本，而这种成本有时可能很高以至于潜在的交易不会发生。我们再以传统媒体市场为例，阅读报纸的读者越多，在报纸上刊登广告的企业就可能卖出更多的商品，所以读者对企业的网络外部性为正。但当报纸中的广告越来越多时，必将占据刊登其他新闻内容的版面，读者阅读报纸所获得的效用会减少。值得注意的是，读者(潜在的消费者)在报纸上接受到的关于交易的信息，已经被报纸这个平台所限定，找到对自己有用的信息的可能性很小。虽然不排除有部分读者因为广告找到了自己需要的商品，但这个效应比因广告而造成的效用损失要小，所以在报纸这个平台上企业对读者的网络外部性为负。报纸能提供的关于另一组参与者的交易信息实在有限，交易成本没有被显着减少。而在基于互联网技术的新兴双边市场中，因为有效而便捷的搜索手段，使得使用平台服务的任何一组参与者，都可以以非常小的成本迅速地找到自己感兴趣的另一组参与者的交易信息。原来因为潜在交易成本过大而没有发生的交易，在新兴的服务平台能够以比较低的交易成本发生，这对两组参与者，平台企业以及整个社会的福利都是一个帕累托改进。这也是近年来新兴双边市场模式大获成功的一个重要原因。

新兴的基于互联网信息技术的双边市场的理论与实证分析比较缺乏。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找