

DOI: 10.31857/S032150750027789-9

## Создание и регулирование цифровых платформ в Китае

© Запьянцев А.А.<sup>a</sup>, 2024

<sup>a</sup> НИУ ВШЭ, Москва, Россия  
ORCID: 0000-0001-8652-0282; azapyantsev@hse.ru

**Резюме.** В работе представлены ретроспективный анализ законодательства и регуляторных практик Китайской Народной Республики, а также структурированное объяснение роста экономического и социального влияния компаний, использующих в основе своей бизнес-модели цифровые платформы, что позволяет оценить способы стимулирования инновационного развития в виде создания таких экономических агентов.

Основной вывод: правительство Китая применяет жесткие антимонопольные методы регулирования и происходит непрерывная адаптация правового поля для учета особенностей цифровых платформ. Для понимания особенностей развития китайских цифровых гигантов следует учитывать важную роль реализации политики государственного протекционизма, что позволило им развиваться в условиях внутренней конкуренции, а позже и успешно выйти на международный рынок.

Цифровые платформы стали центральными социальными и экономическими субъектами в различных политико-экономических системах, что побуждает правительства изучать формы их регулирования.

**Ключевые слова:** Китай, антимонопольное регулирование, регуляторная политика, цифровая платформа, цифровые рынки

**Для цитирования:** Запьянцев А.А. Создание и регулирование цифровых платформ в Китае. *Азия и Африка сегодня*. 2024. № 4. С. 54–60. DOI: 10.31857/S032150750027789-9

## Creation and Regulation of Digital Platforms in China

Alexander A. Zapyantsev<sup>a</sup>, 2024

<sup>a</sup>HSE University, Moscow, Russia  
ORCID: 0000-0001-8652-0282; azapyantsev@hse.ru

**Abstract.** The paper presents a retrospective analysis of the legislation and regulatory practices of the People's Republic of China, as well as a structured explanation of the growth of economic and social influence of companies using digital platforms as the basis of their business model, which allows to evaluate ways of stimulating the innovative development in the form of the creation of such economic agents.

The main conclusion is that the Chinese government has applied strict antitrust regulatory methods and continuously adapted the legal framework to take into account the peculiarities of digital platforms. In realizing the peculiarities of the development of Chinese digital giants, it is worth assigning an important role to the implementation of the policy of state protectionism, which allowed them to develop in conditions of internal competition, and later successfully enter the international market.

Digital platforms have become central social and economic actors in various political and economic systems, prompting governments to explore forms of regulation.

**Keywords:** China, antimonopoly regulation, regulatory policy, digital platform, digital markets

**For citation:** Zapyantsev A.A. Creation and Regulation of Digital Platforms in China. *Asia and Africa today*. 2024. № 4. Pp. 54–60. (In Russ.). DOI: 10.31857/S032150750027789-9

### ВВЕДЕНИЕ

С конца XX в. в мировой экономике оформились новые экономические агенты влияния – крупные технологические компании [23], ведущие экспансию на международные рынки с помощью своих цифровых платформ.

Компании – владельцы таких платформ демонстрируют беспрецедентный рост размеров бизнеса и оказываемого влияния на рынки присутствия. К примеру, всего лишь четыре технологические компании – *Amazon*, *Apple*, *Meta* и *Alphabet* – по состоянию на январь 2024 г. имеют совокупную оценку более \$5 трлн – более трети стоимости фондового индекса *S&P100*.

Такая экспансия находит отражение не только в смещении рыночного влияния от коммерческих гигантов производственной и добывающей сферы [2], но и в конкуренции за данные пользователей между владельцами цифровых платформ и государством [1].

Однако при значительных экономических благах для общества и государства цифровые платформы зачастую искажают конкурентные основы ведения бизнеса и создают различного рода риски, что является особенностью цифровых рынков наряду с сетевыми эффектами, а также барьерами для входа, которые делают цифровые платформы склонными к высокой концентрации и монополизации.

Подобную оценку высказывает и нобелевский лауреат проф. Д.Стиглиц: «В сегодняшней экономике многие секторы – телеком, медиа, цифровые платформы от социальных сетей до интернет-поиска, фармацевтика, аграрное производство и многие другие – не могут быть поняты, если смотреть на них через призму свободной конкуренции. В этих секторах преобладающей формой конкуренции является олигополия» [24].

В этой связи основной задачей для государства в отношении таких экономических агентов является формирование адекватной регуляторной среды, имеющей свойства превентивности для реализации антиконкурентных практик и предсказуемости для деятельности технологических компаний, а также сопоставимости подходов Китая к регулированию с развитыми странами для упрощения деятельности международных компаний.

Создание и развитие таких экономических агентов в Китае примечательно применением наиболее жесткой политики протекционизма, что позволило развивать собственные технологические компании, до недавнего времени развивавшиеся фактически в условиях внутренней конкуренции.

В этой связи изучение китайского опыта создания такого рода экономической автономии и её последующего масштабирования особенно ценно ввиду наличия у России собственных технологических компаний, успешно конкурирующих в пределах СНГ, однако менее известных в Азии, Африке и западных странах.

### ПОДДЕРЖКА В СОЗДАНИИ ЦИФРОВЫХ КОМПАНИЙ (1990–2000 гг.)

С конца 1990-х до середины 2000-х сегодняшние китайские цифровые гиганты находились в стадии стартапов и имели ограниченное рыночное влияние. Они также обладали небольшими ресурсами и яростно конкурировали за внимание пользователей, долю рынка и получение прибыли. В целом для этого периода характерен быстрый рост спроса и доступности цифровых товаров и услуг, а также стратегия догоняющего развития с использованием импортных технологий [5].

В этот период доход на душу населения в Китае рос впечатляющими темпами, а численность пользователей Интернета возросла с 26,5 млн человек в 2001 г. до 802 млн человек по итогам 2018 г., что мотивировало местных предпринимателей переходить к созданию стартапов, основанных на использовании Интернета [25].

Правительство КНР сделало ставку на революцию в области информационно-коммуникационных технологий, частью которой были эти стартапы, что обеспечивало потенциал для ускорения экономики и перехода страны на новую ступень технологического развития [28].

Развитие интернет-стартапов в Китае с конца 1990-х гг. находило поддержку правительства и рассматривалось им как возвращение конкурентов американским фирмам. На протяжении 2000-х гг. правительство КНР также постепенно переходило от подхода Дэн Сяопина «технология в обмен на рынок» как средства технологической модернизации к подходу, основанному на «местных инновациях», который был официально обнародован Государственным советом в 2006 г.

Этот период характеризовался постоянным мониторингом контента и повышением требований к его содержанию, что в итоге вытеснило многие американские платформы из Китая [20].

На фоне этого правительство КНР поощряло иностранных венчурных капиталистов инвестировать в китайские стартапы.

Для облегчения выхода иностранных венчурных капиталистов на китайские портфельные компании и привлечения их капитала этим стартапам было разрешено размещаться на иностранных биржах, используя уникальный квазизаконоуловительный механизм владения, известный как «Организация с переменным процентом участия» (*VIE*) [13].

Этот комплекс мер демонстрирует согласованные усилия правительства по развитию инновационного бизнеса путем привлечения иностранного венчурного капитала с одновременным предотвращением доминирования на китайском рынке американских интернет-компаний.

Такой подход к управлению также позволил китайским стартапам сформировать основы своей конкурентной идентичности и извлекать выгоду из быстрого экономического роста Китая и коммерциализации Интернета [16; 21].

Поощряя рост этих компаний, правительство КНР также жестко контролировало онлайн-контент, поскольку платформы предоставляли пространство для самовыражения, политического дискурса и организации коллективных действий. В этой связи правительство издавало различные регулирующие акты в отношении Интернета, а также участвовало в создании или реструктуризации агентств по мониторингу онлайн-контента [27].

Так, в 2000 г. Государственный совет издал указ «Об информации в Интернете», направленный на «содействие здоровому развитию» сектора, который, в свою очередь, отличал «прибыльные» информационные услуги от «неприбыльных»<sup>1</sup>.

Следующим шагом стало одобрение Национальной комиссией по развитию и реформированию (*National Development and Reform Commission – NDRC*) дизайна «Золотого щита» в 2003 г.<sup>2</sup>, ставшего совместно с «Золотым брандмауэром» основным инструментом для регулирования интернет-контента [22], что также обеспечивало защиту начинающих стартапов от иностранной конкуренции [18].

Однако открытость для инвестиций иностранного капитала в китайские стартапы не обеспечивала доверия администраций Цзян Цзэминя (1992–2002) и Ху Цзиньтао (2002–2012), которые не желали допускать значительное участие иностранных компаний в формирующемся национальном интернет-пространстве.

## ВЫХОД НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ (2000–2010 гг.)

К концу 2000-х гг. компании *Baidu*, *Alibaba* и *Tencent* (*BAT*) стали доминирующими операторами платформ и могли похвастаться огромной базой пользователей, быстро растущими финансовыми ресурсами и спектром услуг.

К 2011 г. в китайский интернет-сегмент насчитывалось около 420 млн пользователей, что делало его крупнейшим в мире. В следующие несколько лет быстрое и повсеместное внедрение смартфонов стало катализатором превращения интернет-компаний в технологические компании [14].

Правительство КНР стало всё активнее блокировать иностранные веб-сайты, усиливая и без того значительную рыночную власть китайских технологических компаний. После 2009 г. иностранная конкуренция для китайских платформ практически перестала существовать в таких ключевых областях, как онлайн-поиск, обмен мгновенными сообщениями, социальные сети, блоги и видеопотоки.

В конце 2000-х и начале 2010-х гг. благодаря укреплению цифровых гигантов китайская платформенная экономика стала огромной как по количеству пользователей, так и по разнообразию предлагаемых сервисов, благодаря чему начала соперничать с экономикой США [10].

Распространение смартфонов побудило такие цифровые гиганты, как *Tencent* и *Alibaba*, запустить системы *WeChat* (*Tencent*) и *Alipay* (*Alibaba*), впоследствии ставшие «супераппами», что еще больше

<sup>1</sup> State Council of the People's Republic of China. (2000). 互联网信息服务管理办法 [Regulation on Internet Information Service of the People's Republic of China]. Decree of the State Council of the People's Republic of China № 292. September. <http://www.scio.gov.cn/zhzc/8/5/Document/1014222/1014222.html>  
[http://www.lawinfochina.com/display.aspx?lib=law%26id=1668%26CGid=\(English\)](http://www.lawinfochina.com/display.aspx?lib=law%26id=1668%26CGid=(English)) (accessed 20.06.2023)

<sup>2</sup> National Development and Reform Commission (NDRC). 2005. 国民经济和社会发展第十个五年计划重点专项规划-信息化发展重点专项规划 [The 10th five-year plan for national economic and social development of the People's Republic of China – Informatization Development Special Planning]. January 14. [https://www.ndrc.gov.cn/fggz/fzzlgh/gjjzgh/200507/t20050714\\_1196619.html?code=%26state=123](https://www.ndrc.gov.cn/fggz/fzzlgh/gjjzgh/200507/t20050714_1196619.html?code=%26state=123); [https://www.ndrc.gov.cn/fggz/fzzlgh/gjjzgh/200507/W020191104623866254322.pdf\(English\)](https://www.ndrc.gov.cn/fggz/fzzlgh/gjjzgh/200507/W020191104623866254322.pdf(English)) (accessed 26.06.2023)

укрепило их рыночную власть за счет создания глубокой зависимости между разработчиками приложений и малым и микробизнесом.

Однако быстрый рост финансовых платформ *Alipay* и *WeChat Pay* поставил под угрозу роль государственной банковской системы [19], что привело к вмешательству правительства.

В течение этого периода росло стремление китайских технологических компаний к экспансии на зарубежные рынки. Хотя общий объем китайских прямых иностранных инвестиций за этот период существенно увеличился [7], китайские цифровые гиганты добились лишь минимального проникновения на зарубежный рынок. Например, в 2015 г. *Tencent* заработала \$1,3 млрд на некитайских пользователях или 8% от общего объема продаж, *Alibaba* заработала \$1,1 млрд, или 9%, а *Baidu* заработала всего \$109 млн на зарубежных операциях, или 1,1% [8].

Это контрастирует с ошеломляющим последующим успехом таких платформ, как *TikTok*, приложения для коротких видеороликов, и *Shein*, онлайн-платформы моды, которые с конца 2010-х гг. быстро завоевали долю рынка за пределами Китая.

В этот же период беспокойство правительства КНР по поводу его способности отслеживать контент на платформах возросло [26] в связи с давней озабоченностью двумя ключевыми опасностями, исходящих от Интернета:

- во-первых, потенциальная возможность распространения на платформах жалоб на коррупцию, социальную несправедливость и злоупотребление властью чиновниками;

- во-вторых, платформы, служащие площадками для коллективных действий вне контроля государства [15], приводящих к массовым инцидентам в Интернете.

Волнения в Синьцзяне в 2000-х гг. усилили обеспокоенность властей по поводу того, что Интернет может служить местом выражения несогласия [4].

Реакция была более жесткой – контроль над потоком информации, включая блокировку нескольких иностранных новостных сайтов и запрет нескольких популярных западных платформ.

Информационное управление Госсовета отметило, что оно «не потерпит распространения информации, наносящей ущерб социальной и институциональной стабильности» и что «иностранные интернет-компании, работающие в Китае, должны соблюдать китайские законы»<sup>3</sup>.

Блокировка зарубежных платформ в значительной степени помогла китайским платформам.

Например, после ухода *Google* из Китая в 2009 г. доходы *Baidu*, доминирующей поисковой системы Китая, выросли в 5 раз, при этом на платформу приходится более 3/4 онлайн-поиска в Китае.

Однако не все эти ограничения пошли на пользу китайским технологическим компаниям. Например, после установления правительством КНР требований к пользователям регистрировать свои реальные личности для противодействия «массовым инцидентам в Интернете» [11] снизилась прибыль от популярного сервиса микроблогов *Sina Weibo*, имевшего в 2017 г. почти 400 млн пользователей в месяц.

Следует отметить, что госструктуры, занимающиеся вопросами рыночной конкуренции и концентрации, особенно антимонопольное бюро Министерства государственного управления по регулированию рынка (*State Administration for Market Regulation – SAMR*), и такие законы, как Антимонопольный закон (*Anti Monopoly Law of China – AML*), в значительной степени игнорировали наиболее крупные цифровые гиганты, но использовались против иностранных компаний.

В целом подход правительства КНР в этот период можно охарактеризовать как стремление не сдерживать рост и инновации платформенных компаний и обеспокоенность в отношении онлайн-контента, влияющего на социальную стабильность и национальную безопасность.

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РЕГУЛИРОВАНИЮ (2010 г. – н.в.)

В конце 2010-х гг. рыночная власть компаний-платформ распространилась почти на всю китайскую экономику. Окончательно оформилось влияние на крупные секторы экономики со стороны цифровых гигантов, таких как *BAT*, *Didi* (прокат автомобилей) и *Meituan-Dianping* (онлайн-доставка еды),

<sup>3</sup> Central People's Government of the People's Republic of China. 2010. 新闻办网络局就谷歌退出中国内地市场发表谈话 [The Network Bureau of State Council Information Office Made Remarks on Google Withdraw from the Chinese Mainland]. March 23. [http://www.gov.cn/jrzq/2010-03/23/content\\_1562333.htm](http://www.gov.cn/jrzq/2010-03/23/content_1562333.htm) (accessed 12.09.2023)

*ByteDance* (владелец *TikTok*), *JD.com* и *Pinduoduo* (электронная коммерция), а их платежные и логистические системы оказали влияние на малый и крупный бизнес, а также на государственную банковскую систему.

После принятия Госсоветом в 2015 г. решения «освободить» потребительское финансирование небанковские мобильные платежные платформы Китая отреагировали транзакциями на сумму 71,2 трлн юаней (около \$11,2 трлн) только в IV кв. 2020 г. Кроме того, почти 100 млн владельцев малого и микробизнеса в Китае при использовании *Alipay* и *WeChat* платят за обработку своих платежей<sup>4</sup>.

По оценкам Банка Китая, в 2020 г. объем мобильных платежей вырос на 24,5%, до 432,16 трлн юаней (\$66,62 трлн), по сравнению с предыдущим годом, причем более 90% платежей осуществляется либо через *Alipay*, либо через *WeChat Pay*.

Стоит отметить, что правительство перешло от терминологии «экономики совместного использования» к явному признанию «платформенной экономики».

В 2019–2020 гг. правительство КНР приняло подход, который можно назвать «регулятивным», характеризующийся тремя элементами:

- ограничение финансовых услуг, предоставляемых платформами;
- укрепление антимонопольного ведомства и начало расследований в отношении всех крупных платформенных компаний за неконкурентное поведение [9];
- усиление надзора за контролем платформ над данными [6].

Первым элементом нормативного подхода было обуздание системно важных платежных систем *Alipay* и *WeChat Pay*, являющихся основными финансовыми институтами, находящимися вне государственного контроля и регулирования [17], что совпало с озабоченностью администрации Си Цзиньпина системными финансовыми рисками, «беспорядочным расширением капитала» и «управлением онлайн-транзакциями».

Второй аспект «регулирующего» подхода включал активизацию, укрепление и переориентацию антимонопольного ведомства Китая – *SAMR* и *AML*.

Центральный комитет КПК и сам Си Цзиньпин открыто призвали к «усилению антимонопольных полномочий», которые теперь будут нацелены на платформы. Таким образом, штат антимонопольного бюро *SAMR* был расширен, а *AML* стал применяться к китайским платформам, что отличалось от прежней практики агентства и традиционного применения закона [29].

Этот следует понимать как ответ правительства на усиление рыночной власти цифровых гигантов и их столкновение с интересами государственных предприятий и банков, а также огромного сектора малого бизнеса Китая.

Подход к нормативному управлению также ознаменовал собой сдвиг в правительственном видении платформенной конъюнктуры. В марте 2021 г. Си Цзиньпин говорил, что платформенная экономика находится на «критической стадии» и настаивал на «равном внимании к развитию и регулированию»<sup>5</sup>.

Аналогичным образом *NDRC* объявил о 19 заключениях для обеспечения «здорового и устойчивого развития платформенной экономики», в т.ч. о «повышении возможностей и уровней регулирования». В феврале 2021 г. *SAMR* опубликовало «Антимонопольные руководящие принципы Антимонопольной комиссии Государственного совета по платформенной экономике», целью которых является «защита добросовестной конкуренции», основываясь на призыве Госсовета в 2019 г.

В ноябре 2021 г. *SAMR* применил *AML* против десятков технологических компаний, включая 13 дел против *Tencent*, 12 против *Alibaba*, 4 против *Baidu*, а также по 2 против *JD.com*, *Didi* и *Meituan-Dianping*, причем каждое нарушение влечет за собой штраф в размере 500 000 юаней (около \$75 000).

В марте 2022 г. премьер-министр Китая Ли Кэцян заявил, что усиление антимонопольной политики должно было «снять оковы с развития малого и среднего бизнеса и предоставить ему пространство и возможность расти» [12].

<sup>4</sup> Caixin Global. 2022. What China's new payment rules mean for Alipay. *WeChat Pay. The Sixth Tone*. January 5. <https://www.sixthtone.com/news/1009368/what-chinas-new-payment-rules-mean-for-alipay%2C-wechat-pay> (accessed 15.08.2023)

<sup>5</sup> Central Political and Legal Affairs Commission of the Communist Party of China. 2021, March 15. Xi Jinping: The development of China's platform economy is at a critical stage [习近平:我国平台经济发展正处在关键时期]. [https://www.toutiao.com/a6939879285452800515/?channel=%26source=search\\_tab](https://www.toutiao.com/a6939879285452800515/?channel=%26source=search_tab) (accessed 19.03.2023)

Это подводит к третьему аспекту подхода к регулированию. Наряду с пересмотром *AML* и укреплением *SAMR*, правительство КНР также изменило правила сбора данных [3]. Для этого *NDRC* принял Закон о защите данных и персональных данных и Закон о защите информации<sup>6</sup>.

Переход китайского правительства после 2019 г. к нормативному подходу иллюстрирует, что после многих лет поощрения роста цифровых гигантов государство не предполагало, что некоторые из них смогут аккумулировать такую широкую власть, что станут де-факто государственными образованиями и частными регулирующими органами, контролирующими значительную часть китайской экономики. К началу 2023 г., после почти трехлетних указов, штрафов и принудительной реструктуризации, правительственный дискурс смягчился с «усиления антимонопольного законодательства» до «усиления антимонопольной политики и борьбы с недобросовестной конкуренцией».

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В статье представлено структурированное объяснение эволюции подходов к управлению в Китае, начиная с коммерческого использования Интернета, а затем «экономики совместного использования» и заканчивая самым последним воплощением «экономики платформ».

Росту и развитию китайских цифровых гигантов способствовала политика правительства по контролю национального интернет-сегмента, стимулированию развития инновационного предпринимательства и вовлечение широких слоев населения в предпринимательскую и финансовую среду. Однако когда мощь этих компаний поставила под сомнение основные цели КПК, правительство стало рассматривать цифровых гигантов как угрозу государственным банкам Китая и малым и средним предприятиям и предприняло всестороннее вмешательство с целью ограничения и регулирования.

Таким образом, рост основных интернет-компаний Китая и государственное управление ими были процессом совместной эволюции.

Иванов А.Ю., директор Антимонопольного центра БРИКС, прокомментировал усиление борьбы китайских властей с монополистическим поведением и недобросовестной конкуренцией интернет-гигантов, отметив, что Китай может показать пример антимонопольного регулирования цифровых платформ: «...если Китай выработает эффективные инновационные подходы в антимонопольном регулировании цифровых платформ, то весь мир будет очень внимательно следить за развитием событий и, возможно, учиться у наших китайских коллег»<sup>7</sup>.

Учитывая, что экономика платформ является глобальным явлением, изучение её особенностей в других странах важно для лучшего понимания проблем и возможностей для политиков. В Китае цифровые платформы в основном являются национальными, однако во многих других странах в значительной степени доминируют иностранные платформы, что вызывает дополнительные вопросы о том, как должно развиваться их регулирование в зависимости от страновой принадлежности.

## ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Моазед А., Джонсон Н. Платформа. Практическое применение революционной бизнес-модели. М.: Альпина Паблишер, 2019.
2. Moazed A., Johnson N. 2019. Platform. Practical application of the revolutionary business model. Moscow. (In Russ.)
3. Срничек Н. Капитализм платформ. М.: Изд. дом Высшей школы экономики. 2019.
4. Srnicek N. 2019. Platform capitalism. Moscow. (In Russ.)
5. Bloomberg News. 2021. 'China's Didi crackdown is all about controlling data'. <https://bloomberg.com/news/features/2021-07-08/-didi-crackdown-big-data-is-the-latest-u-s-china-battleground?sref=aK56ygyxJ> (accessed 17.05.2023)
6. Bovingdon G. 2019. Xinjiang. In: W.A. Joseph (Ed.), Politics in China (3rd ed., pp. 487–516). Oxford University Press
7. Breznitz D. & Murphee M. 2011. Run of the Red Queen: Government, Innovation, Globalization and Economic Growth in China. Yale University Press.

<sup>6</sup> National Development and Reform Commission (NDRC). 2021. 国家发展改革委等部门关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见 [Several Opinions on Promoting the Healthy and Sustainable Development of the Platform Economy]. № 1872 (2021). December 24. [https://www.ndrc.gov.cn/xxgk/zcxfb/tz/20220119\\_1312326.html?code=%26state=123](https://www.ndrc.gov.cn/xxgk/zcxfb/tz/20220119_1312326.html?code=%26state=123) (accessed 12.07.2023)

<sup>7</sup> RUSSIAN.NEWS. 2021. Китай может стать примером в сфере антимонопольного регулирования цифровых платформ. [http://russian.news.cn/2021-03/27/c\\_139839019.htm?fbclid=IwAR37SWqVv8RgiC6BnXyGQvFcOUI13A1fZSTnEWWA4f\\_9LcXVrxXMvE18](http://russian.news.cn/2021-03/27/c_139839019.htm?fbclid=IwAR37SWqVv8RgiC6BnXyGQvFcOUI13A1fZSTnEWWA4f_9LcXVrxXMvE18) (accessed 20.09.2023)

6. Cai C., & Wang T. 2022. Moving toward a “middle ground”? The governance of platforms in the United States and China. *Policy & Internet*, May. DOI: 10.1002/poi3.303
7. Child J. & Rodrigues S.B. 2005. The internationalization of Chinese firms: A case for theoretical extension? *Management and Organization Review*, 1(3), pp. 381–410.
8. Greeven M.J., & Wei W. 2018. Business ecosystems in China: Alibaba and competing Baidu, Tencent, Xiaomi and LeEco. Routledge (accessed 25.06.2023)
9. He Q. 2022. Rethinking the legal regulation of Internet platform monopoly in China. *Policy & Internet*, 14(2), pp. 284–303.
10. Hermes S., Clemons E., Schreieck M., & Pfab S. 2020. Breeding grounds of digital platforms: Exploring the sources of American platform domination, China’s platform self-sufficiency, and Europe’s platform gap. *Paper presented at the 28th European Conference on Information Systems*. [https://www.researchgate.net/publication/341219517\\_Breeding\\_Grounds\\_of\\_Digital\\_Platforms\\_Exploring\\_the\\_Sources\\_of\\_American\\_Platform\\_Domination\\_China%27s\\_Platform\\_Self-Sufficiency\\_and\\_Europe%27s\\_Platform\\_Gap/](https://www.researchgate.net/publication/341219517_Breeding_Grounds_of_Digital_Platforms_Exploring_the_Sources_of_American_Platform_Domination_China%27s_Platform_Self-Sufficiency_and_Europe%27s_Platform_Gap/) (accessed 05.02.2023)
11. Hille K. 2012. Sina Weibo still has to turn users into revenue. *Financial Times*. February 12. <https://www.ftchinese.com/story/001043116/en?archive/> (accessed 14.07.2023)
12. Huang L. & Huang H. 2022. 稳字当头，两年连提“反垄断”！政府工作报告释放哪些信号？ [Make ensuring stability a top priority, mention “anti-monopoly” two years in a row! What are the signals of the government work report?]. *Southern Metropolis Daily*. <https://www.toutiao.com/i7071529812157792805?wid=1647826185820> (accessed 19.08.2023)
13. Huang X., Kenney M. & Patton D. 2015. Responding to uncertainty: Syndication partner choice by foreign venture capital firms in China. *Venture Capital*, 17(3), pp. 215–235.
14. Kenney M. & Zysman J. 2016. The rise of the platform economy. *Issues in Science and Technology*, 32(3), pp. 61–69.
15. King G., Pan J. & Roberts M.E. 2013. How censorship in China allows government criticism but silences collective expression. *American Political Science Review*, 107(2), pp. 326–343.
16. Kroeber A. 2020. China’s economy: What everyone needs to know. Oxford University Press.
17. L.Y., Luo J., Zheng L. & Zhang D. Ant and China banks are reining in joint loans to consumers. *Bloomberg News*. 2021, February 3. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-02-04/antand-chinese-banks-are-reining-in-joint-loans-to-consumers/> (accessed 23.07.2023)
18. Liu C. 2010. Internet censorship as a trade barrier: A look at the WTO consistency of the Great Firewall in the wake of the China-Google dispute. *Georgetown Journal of International Law*, 42, pp. 1199–1240.
19. Lucas L. 2017. Chinese money market fund becomes the world’s biggest. *Financial Times*. April 26. <https://www.ft.com/content/28d4e100-2a6d-11e7-bc4b-5528796fe35c/> (accessed 12.09.2023)
20. McKnight S., Kenney M. & Breznitz D. 2023. Regulating the platform giants: Building and governing China’s online economy. *Policy & Internet*, 15, pp. 243–265. <https://doi.org/10.1002/poi3.336> (accessed 24.02.2023)
21. Mueller M.L. & Farhat K. 2022. Regulation of platform market access by the United States and China: Neomercantilism in digital services. *Policy & Internet*, 14(2), pp. 348–367.
22. Roberts M.E. 2018. Censored: Distraction and diversion inside China’s Great Firewall. Princeton University Press.
23. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution. World Economic Forum. January 11, 2016, ISBN 1944835008
24. Stiglitz J. Monopoly’s New Era. *Project Syndicate*. 2006. May 13. <https://www.project-syndicate.org/commentary/high-monopoly-profits-per-sist-in-markets-by-joseph-e--stiglitz-2016-05> (accessed 30.01.2022)
25. Tse E. 2015. China’s disruptors: How Alibaba, Xiaomi, Tencent, and other companies are changing the rules of business. Portfolio/Penguin (accessed 19.07.2023)
26. Yang G. 2019. Policy Case Study: Internet Politics. In: W.A. Joseph, (Ed.), *Politics in China* (3rd ed.). Pp. 440–454. Oxford University Press.
27. Yang Y. 2019. Policy articulation and paradigm transformation: The bureaucratic origin of China’s industrial policy. *Review of International Political Economy*, 28(1), Pp. 1–28.
28. Yu H. 2017. *Networking China: The digital transformation of the Chinese Economy*. University of Illinois Press.
29. Zhang A.H. 2021. *Chinese Antitrust Exceptionalism: How the rise of China challenges global regulation*. Oxford University Press.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Запьянцев Александр Анатольевич, аспирант Аспирантской школы по государственному и муниципальному управлению НИУ ВШЭ, Москва, Россия.

Alexander A. Zapyantsev, Post-graduate student, Postgraduate School of Public and Municipal Administration, HSE University, Moscow, Russia.

Поступила в редакцию  
(Received) 27.09.2023

Доработана после рецензирования  
(Revised) 19.12.2023

Принята к публикации  
(Accepted) 11.03.2024