

知识数据库平台的反垄断思考

——针对知网涉嫌垄断案分析

彭显瑜

广西大学法学院, 广西 南宁

收稿日期: 2023年10月20日; 录用日期: 2023年11月10日; 发布日期: 2024年1月31日

摘要

知识产权的反垄断任务迫在眉睫。针对知网涉嫌垄断一案梳理其前因后果, 从相关市场界定、市场支配地位认定、“滥用”的界定三个方面分析其是否构成滥用市场支配地位的垄断行为, 从而分析反垄断法在知识产权保护领域的法律逻辑。通过引入法经济学理论, 剖析“知网模式”的两层法律关系, 分别得出反垄断法对知识产权的保护途径: 1) 要求具有市场支配地位的知识资源数据库平台将许可使用合同提交市场监督管理局备案, 防止强势一方设置不公平条款限制、排除弱势一方与第三方合作; 2) 要求具有市场支配地位的知识资源数据库平台定期将定价标准、价格变动条件、价格浮动范围等依据提交市场监督管理局审核, 如发现其对知识产权有垄断嫌疑应当及时开展调查。

关键词

知识产权保护, 反垄断法, 中国知网, 垄断

The Anti-Monopoly Research of Knowledge Database Platform

—Analysis of the Suspected Monopoly Case of CNKI

Xianyu Peng

Law School of Guangxi University, Nanning Guangxi

Received: Oct. 20th, 2023; accepted: Nov. 10th, 2023; published: Jan. 31st, 2024

Abstract

The anti-monopoly task of intellectual property is imminent. In view the suspected monopoly case of CNKI, this paper tried to sort out the causes and consequences, and whether it constitutes a

monopolistic behavior that abuses market dominance is analyzed from three aspects: the definition of relevant market, the determination of market dominance and the definition of “abuse”, so as to analyze the legal logic of the Anti-Monopoly Law in the field of intellectual property protection. By introducing legal and economic theories, the two layers of legal relationships of the “CNKI model” are analyzed, and the ways of protecting intellectual property rights under the Anti-Monopoly Law are obtained: 1) the knowledge resource database platform with a dominant market position is required to submit the license contract to the Market Supervision Bureau for the record, so as to prevent the strong party from setting unfair terms and restrictions, and excluding the weak party from cooperating with a third party; 2) Require knowledge resource database platforms with a dominant market position to regularly submit pricing standards, price change conditions, price fluctuation ranges, and other bases to the Market Supervision Bureau for review, and if it is found that it is suspected of monopolizing intellectual property rights, the Market Supervision Bureau shall promptly carry out investigations.

Keywords

Intellectual Property Protection, Anti Monopoly Law, CNKI (China National Knowledge Internet), Monopoly

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 问题的提出

时至今日，互联网使学术资源更加便捷地传播，知网通过资源集中化、检索一站式，充分满足了学术资源使用的需求，这种版权付费使用的机制实现海量学术资源的电子交付，对学术进步有着积极意义。然而，电子学术期刊、硕博士毕业论文市场由单一卖方平台建立垄断地位并不是市场经济发展追求的目标，更不是市场中的消费者所期望的结果。知网逐渐成为“一家独大”的市场地位，尽管高校使用的中文数据库还有维普、万方等，但大部分高校及师生对知网的需求程度最高。针对知网涉嫌垄断案，需要思考以下问题：一是，知网是否构成垄断行为？二是，我们如何在反垄断法视野下保护知识产权？

第一个问题指向的是垄断行为的判定。知网此次涉嫌实施垄断行为，最有可能涉嫌的是“滥用市场支配地位”这一行为(当然不排除有其限制竞争的行为)，那么就需对相关市场界定、支配地位的认定等问题进行分析。在此基础上，进一步分析其是否构成“滥用”。

第二个问题，其意在发掘在反垄断法的视野下的知识产权保护新路径。我国《反垄断法》第 55 条¹已有相关规定，但我国对知识产权的反垄断研究起步较晚，且研究较为缓慢、有限，其中王先林、于立等学者的研究最为突出。从 2008 年发布《国家知识产权战略纲要》以来，在知识产权领域推行的政策²分为了“保”和“反”两种类型，即知识产权保护的政策和防止滥用知识产权(或利用知识产权反竞争的行为)的政策[1] (p. 303)。然而，不管是“保反对立观”还是“保反一致观”都过于片面，实际上，知识产权法与反垄断法具有一致的目标就是为了保护竞争、促进革新进步(promoting innovation)、保护消费者权益(enhancing consumer welfare)。在当今的互联网时代，知识存储于数据库中，数据库平台管理经营，对知识产权的保护不再局限于对知识产权人的权利保护，应当扩张到全体需要使用知识资源的消费者的保护，这种保护更倾

¹《反垄断法》第 55 条：“经营者以找有关知识产权的法律、行政法规规定行使知识产权的行为，不适用本法；但是经营者滥用知识产权，排除、限制竞争的行为，适用本法。”

²这里所说的政策是广义的，包括相关的法律、法规、条例、纲要和政策指南等，是一个完整的政策体系。

向于获取、使用的权利，而前者指的是知识产权人本人享有的知识产权。这就需要对数据库平台进行市场法律规制，市场经济需要竞争，而非垄断，如何将反垄断融入知识产权保护的法律体系成为宏观调控的重要问题，做好其中的衔接工作，双管齐下才能实现知识产权领域中保护与反垄断的平衡。

2. 知网涉嫌垄断案分析

2.1. 事件梳理

2022年4月8日，中科院宣布停用知网数据库的流言传出³，后经中科院证实⁴，而知网却予以否认，由此再一次掀起了对知网高价收费的热议。后于5月13日，知网因涉嫌实施垄断行为正式被国家市场监督管理总局立案调查。

中国知网⁵是由A股上市公司“同方股份”100%持股的同方知网(北京)技术有限公司下的知识资源数据库项目。⁶仅2021年，同方知网主营业务收入达到12.89亿元，净利润约为1.94亿元，毛利率高达53.35%。⁷高额盈利背后的原因是其市场占有率之高和市场交易金额之大，许多高校为了购买知网资源已不堪重负。

在过去的十年中，多所高校曾宣称因知网价格涨幅过高而将暂停使用知网⁸，但是由于知网中电子学术资源的高整合度、检索一站式的优势地位，学生和老师在论文写作中对知网的需求极高，许多高校只能接受高价继续与知网合作。通过在中国政府采购网的检索可以发现，全国各地的高校每年需花费大量资金采购中国知网数据库。2022年，浙江大学拟采购CNKI数据库预算是112万元；临沂大学拟以99.14万元采购“中国知网”系列电子资源；武汉理工大学2022年拟以128万元采购CNKI数据库；大连海事大学拟以99.00万元采购知网数据库，等等。可见高校对知网资源购买的负担极大。

对于知网被立案调查一事，时建中教授⁹在采访中表示：知网收录的中文学术文献种类与数量、期刊数量以及独家期刊的数量和质量、用户规模及覆盖率、用户依赖程度、市场销售额等均长时间明显处于领先地位，在学术文献收录和服务协议中设置不公平的格式条款，无论是采购学术文献还是销售知识数字化产品的价格“几乎不受竞争约束”，具备处于市场支配地位的特征。综合各方面信息，知网与大量期刊、高校签订独家协议，限制它们与其他第三方学术文献数据库服务平台合作，锁定上游优质学术资源，人为制造知识流动壁垒，使其他竞争者难以与其开展公平竞争，影响知识的分享和传播。同时，知网通过低价收录、高价出售的方式获取超高利润，在缺乏正当理由的情况下，连续多年大幅提高数据库价格。¹⁰

³ 中科院文献信息中心一封邮件显示，同方知网(北京)技术有限公司暂停中科院对CNKI数据库的使用权限，即日起，将无法正常使用CNKI科技类期刊和博硕士学位论文数据。通知中提到，2021年中科院集团中国知网数据库订购总费用已达到千万级别，高昂的订购费用已成为中科院集团资源引进中的“巨无霸”。通知还表示，中科院与同方知网公司就费用、订购模式展开积极讨论，但在多轮艰苦谈判后，中国知网数据库依然坚持近千万的续订费用，并且在成员数量、单价价格等方面条件相当苛刻。

⁴ 《中科院回应因近千万续订费停用知网：会用万方和维普替代》，载九派新闻2022年4月18日，

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1730412306118854168&wfb=spider&for=pc>，最后访问日期：2022年5月15日。

⁵ 知网是由清华大学、清华同方发起，是以实现全社会知识资源传播共享与增值利用为目标的信息化建设项目，是国家知识基础设施(National Knowledge Infrastructure, NKI)。

⁶ 同方股份财报显示，同方知网主要从事互联网出版与服务业务，已形成“中国知网”(CNKI)门户网站，为用户提供《中国学术期刊数据库》和《中国博硕士论文数据库》等一系列产品。

⁷ 《同方股份2021年年报》，载新浪财经2022年4月28日，

http://vip.stock.finance.sina.com.cn/corp/view/vCB_AllBulletinDetail.php?stockid=600100&id=8127666，最后访问日期：2022年5月16日。

⁸ 例如，2012年12月，南京师范大学图书馆发布公告称，因“CNKI中国知网”数据库商家涨价过高，至今无法达成使用协议，从2013年1月1日起该平台(包括期刊、报纸、会议和学位论文)将暂停使用。2016年1月，武汉理工大学发布了知网停用通知，称“续订价格涨价离谱，我校与中国知网谈判不成功”，“2000年以来CNKI公司对我校的报价，每年价格涨幅都超过10%，特别是2012年涨幅高达24.36%，从2010年到2016年(报价)涨幅为132.86%，年平均涨幅为18.98%”。同年3月，北京大学也发布即将停用知网的公告，称“数据库商涨价过高”。无独有偶，太原理工大学、集美大学分别在2018年、2021年遇到相同的问题。

⁹ 国务院反垄断委员会专家咨询组成员、中国政法大学教授。

¹⁰ 《知网涉嫌垄断被查——专家谈知识资源平台常态化监管》，载人民网2022年5月14日，

<http://edu.people.com.cn/n1/2022/0514/c1006-32421494.html>，最后访问日期：2022年5月16日。

2.2. 相关市场的界定

根据我国《反垄断法》规定的滥用市场支配地位的构成要件，需依次界定相关市场、认定市场支配地位、认定具有滥用行为。从相关市场的概念可知，需从相关的商品范围、地域范围、时间长度三个要件切入。

其一，相关商品市场，即按照商品性能、用途及其价格等因素，由需求者(消费者)认为可以相互替代(具有紧密替代关系)的所有商品或服务所构成的市场。其认定的关键在于消费者是否认为它们之间有可替代性。从商品本身上看，知网，与维普、万方等中文数据库一样，都是以知识资源为商品，而从消费者角度出发认定这几家中文数据库是否具有可替代性，则需要详细到资源收录的具体情况。由于各个数据库平台的建设定位以及发展目标不同，因而各个平台收录的内容、数量等情况也各不相同。知网的发展目标是实现知识资源传播、共享与增值利用，因此它将各类文献纳入其中，囊括了期刊、博硕士论文、会议论文、工具书、年鉴、报纸、杂志、海外文献资源等等。网站日更新文献量多达 5 万篇以上。¹¹而维普的建设定位是打造国际水准的技术保障以及高质量的人才储备，因此维普的主要功能是出版发行电子文献、期刊分销、电子期刊制作发行、网络广告、文献资料、数字化工程等多种个性化服务¹²。因此，消费者是否认为各数据库之间具有可替代性，还需广泛的社会调研和问卷调查。

其二，相关地域市场，作为互联网商品，知识资源的电子数据库的地域市场是全国范围的，并无地域上的明显限制，消费者可以在国内任何地区购买知网的知识产权资源，同理也能在任何地区购买与之相竞争的商品。尽管没有实体商品市场所具有的地域差异，电子知识产权市场仍然会受到消费者偏好的影响。

其三，时间因素的考虑是为了把经营者暂时的、不足以对市场竞争造成影响的行为排除在规制范围之外，只有在足以对市场竞争造成影响的一定时期内持续存在的行为，才可能构成垄断行为。根据上一章的事件梳理，早在 2012 年就有高校因高价收费而暂停使用知网，并且，知网的查重报告已经是许多高校毕业论文合格的重要根据，但是始终未对个人开放查重服务，学生本人又没有正规的渠道去知网系统查重，导致学生只能通过其他网络平台寻找渠道，不仅花费大量查重费用，还容易陷入论文泄露和被骗的风险，持续至今，年年都有为查重费用叫苦不迭的毕业生，本科论文在知网查重一次动辄就需两百元以上。¹³可见，知网的这类行为并不是暂时的、短期的，也不是不足以对市场竞争状况造成影响的行为，而是持续的、长期的、足以影响知识产权数据库市场竞争、损害知识产权需求者、消费者合法权益的行为。

另外，还可采用界定相关市场的三种常用方法¹⁴为知网界定相关市场。需要通过需求替代分析，从需求者角度出发，需要调查需求者在学习工作过程中检索获取资源的主要路径，评估知网在需求者角度有何种市场地位，分析知网与其他数据库(例如维普、万方等)与知网之间是否存在替代关系；通过供给替代分析，从供给者角度出发，应调查知网所供给的全部数据库的总数、文献量、覆盖率等；假定知网不再供给这些数据库，其他供给者是否能够提供可替代的数据库。市场竞争中包含三个层次的竞争市场：商品市场(goods market)、技术市场(technology market)、创新市场(innovation market)。在知识产权市场竞争之中，商品市场是指由知识产权本身作为商品的市场，以及以知识产权作为投入品(即知识产权是其他商品的生产投入)的商品市场。¹⁵技术市场是指被许可使用的知识产权市场，以及与被许可的知识产权相

¹¹ 参见百度百科：中国知网。最后访问日期：2022 年 5 月 20 日。

<https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E7%9F%A5%E7%BD%91/1316830?fr=aladdin>。

¹² 参见百度百科：维普。最后访问日期：2022 年 5 月 20 日。

<https://baike.baidu.com/item/%E7%BB%B4%E6%99%AE%E7%BD%91/10958079?fr=aladdin>。

¹³ 欧阳靖宇：《知网涉嫌垄断被查，2600 元“查重生意”还能做？》，载微信公众号“财经天下周刊”，2022 年 5 月 13 日，

<https://mp.weixin.qq.com/s/wVGHKEIz0wANNXgflxN7Q>，最后访问日期：2022 年 5 月 23 日。

¹⁴ 我国 2009 年《国务院反垄断委员会关于相关市场界定的指南》，界定相关市场的方法有三种：需求替代、供给替代、假定垄断者测试。

¹⁵ 文献[2] p. 53: Good markets are markets for goods incorporating the intellectual property and include markets for goods used as inputs, along with the intellectual property, for the production of other goods.

近的、可替代的技术或商品市场，该可替代技术或商品能够显著限制前者市场支配力的实施。¹⁶ 创新市场，是指在某个既没有实际竞争也没有潜在可能性的竞争出现的地域范围内，尚未出现的商品的发展或者新兴的或改进的商品或技术的发展。¹⁷ 就知网所处的相关市场来看，除了第一层次的知识资源作为商品这一市场，还有第二层次是可供替代或选择的其他知识数据库市场，以及第三层次则是知网之行为是否阻碍该行业的进步与创新。分析创新市场通常被运用在企业兼并(merger)的反垄断审查上，但是仍然可以运用到滥用市场支配地位行为的审查上，知网对于知识资源数据库市场的发展与进步是否产生阻碍发展、减缓进步的影响，也可成为审查的重点方向。

2.3. 市场支配地位的认定

经营者拥有知识产权，并不意味着其必然具有市场支配地位。¹⁸ 也就是说，知识产权本身不会创造出市场支配力。Bradford P. Lyerla [2]在其主编的《Antitrust Issues in Intellectual Property Law》中提到：“The Agencies define market power as ‘the ability to profitably maintain prices above, or output below, competitive levels, for a significant period of time.’”市场支配力，是指在一段特定时期内能够控制或保持最高交易价格、最低供给价格或者竞争水平并从中获利。那么，知网是否具有这些能力，则需要从以下三个方面进行分析：1) 交易相对人转向具有替代关系的技术或者商品等的可能性及转换成本；2) 下游市场对利用知识产权所提供的商品的依赖程度；3) 交易相对人对经营者的制衡能力。

知网的交易相对人不仅有各大高校、公共图书馆，还有科研单位、创新型企业、政府机关等等，他们转向可替代的技术或商品的可能性较低，因为知网检索功能丰富，收录资源众多，网站建设完善，交易相对人长期购买并使用知网的知识产权，形成了熟练而固定的检索方法，如使其转向使用其他数据库，会出现使用习惯上的不便，更深层次的原因是其他数据库收录数量不及知网，知网不仅收集掌握大量上游优质学术资源，还推行优先数字出版和网络首出版，文献更新速度进一步加快，是目前唯一能同时提供博硕士论文、期刊论文、高等教育期刊库的全文数据库，正因如此，它也成为了论文查重服务必须检索的数据。因此，交易相对人转向其他替代商品的转换成本也由此产生。下游市场对知网提供的知识产权的依赖程度较高，从2016年起就出现了高校宣布停用知网的新闻，但是不久之后，高校还是迫于压力重新与知网合作，可见依赖程度之高。时至今日，在知识分子、学者、师生的持续多年的不断呼声中，市场监管部门才终于介入调查，从侧面反映出交易相对人对知网的制衡能力较弱，仅从民事诉讼层面出发只能解决个人与知网之间的民事纠纷(主要是知识产权侵权纠纷)，难以扭转知网长期以来形成的经营模式，仍然需要政府这只“看得见的手”进行宏观调控以及反垄断规制。

另外，知网也具有平台经济的特点。结合平台经济的特点，锁定效应、用户黏度是认定或推定经营者具有市场支配地位的关键因素之一。¹⁹ 知网作为平台企业，类似于淘宝等购物平台，只不过淘宝平台本身与用户黏度不高，仅仅是提供销售平台给商家，淘宝从中起到监督和管理的作用，由商家向用户销售产品，而非淘宝平台本身销售产品，而知网则是与著作权人签订许可合同，许可知网出版、发行、收录其作品。知网再以自己的名义与消费者签订买卖合同。知网的用户黏度取决于其本身的性质以及经营模式。由此看来，知网的商业模式使其掌握了上游大量的知识资源，甚至具有其他竞争对手没有的资源，又通过独有的资源以及便捷的一站式搜索模式吸引了大量的下游用户，“具有典型的双向锁定效应”[3]。

¹⁶ 文献[2] p. 7: Technology markets “consist of the intellectual property that is licensed...and its close substitutes—that is, the technologies or goods that are close enough substitutes significantly to constrain the exercise of market power with respect to the intellectual property that is licensed.”

¹⁷ 文献[2] p. 9: An innovation market concerns the development of goods that do not yet exist or the development of new or improved goods or processes in geographic markets where there is no actual or likely potential competition in the relevant goods.

¹⁸ 《国务院反垄断委员会关于知识产权领域的反垄断指南》(后文简称“《知识产权反垄断指南》”)第十四条。

¹⁹ 《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第十一条第四项。

综上所述,从交易相对人的转换成本、下游市场依赖程度、锁定效应、用户黏度等方面推断,知网对相关市场具有较强的控制能力,具有市场支配地位。

2.4. “滥用”的界定

一个经营者具有市场支配力量,甚至即使是形成了垄断,但如果仅仅只是其生产优质产品、发挥商业智慧的结果也并不违反反垄断法。²⁰法律并不能因经营者具有市场支配地位而将许可他人使用知识产权作为一项义务施加于该经营者。²¹只有在“滥用”市场支配地位的情况下,才具有反垄断法上的违法性。

对知网“滥用”市场支配地位的界定,可以审查知网以往的知识产权许可历史或者可比照的许可费标准(如武汉理工大学所列举的数据²²)、知网开出不公平高价的原因及条件(包括超出知识产权的地域范围或者覆盖的商品范围收取许可费等)等因素。²³在知网当前的版权模式中,它并不与论文作者直接产生联系,而是循着“知网-期刊出版单位-论文作者”这种涉及多方的间接授权链条。假定这条授权链条中的法律关系均合法有效(即著作权人授权出版单位行使其相关权利中的许可转让权,或著作权人委托出版单位去授权知网行使其相关权利,且出版单位与知网签订合作协议),那么知网取得知识产权的信息网络传播权,再与众多需求者签订采购合同,其实质也是知网许可需求者查阅、下载文献的合同,这种著作权许可是建立在知网取得著作权人的许可、享有信息网络传播权的基础之上,呈现“三点一线”的顺承特点。那么其在与下游用户交易时如无正当理由、合理的理由抬高价格,或定价远超过与交易历史中可对比的交易费用标准,就涉嫌滥用市场支配地位,并且知网提供知识资源服务是在互联网进行共享、传播,并无实体的地域范围,因此导致不公平高价的原因也是不合理的。

我们应该清楚,保护知网经营发展、传播共享知识的合法权利的同时,防止其利用市场支配地位也是重要的知识产权保护环节,防止其任意抬高价格,侵犯消费者权益,且知网作为中国知识基础设施工程,具有一定的公共属性,肩负知识实现最大化共享的社会责任,国家的“看得见的手”应当适度干预知网所在的知识资源数据库市场。

3. 知识数据库平台的法律分析与经营反思

3.1. 法经济学角度分析

知识产权在经济学上具有“准共用品”的特殊属性,不能仅靠私法中的原则、规则进行规制,还需要政府制定相关的知识产权政策。在涉及市场失灵(market failure)的众多因素中,共用品理论对知识产权的影响最为深远。

所谓知识产权具有“准共用品”的属性,是因为其具有“非竞争性”(nonrivalry)和“非排他性”(nonexcludability)。具体而言,“非竞争性”体现为某一用户对某物品的消费不会减少该物品对另一个用户的供给,用经济学语言表达就是增加用户量的边际成本为零;“非排他性”是指无法适用“谁享用谁付费”原则的情况,一个用户对某物品的消费无法排除其他用户对它的使用。

共用品理论中主要划分了四种类别:纯“私用品”、纯“共用品”、“公地”物品、“俱乐部”物品。例如,我吃了一块面包,就这块面包而言,其他人就无法吃到,我要吃就必须自己付费,如“面包”

²⁰ 文献[2] p. 51: The Agencies comment that “market power (or even a monopoly) that is solely ‘a consequence of a superior product, business acumen, or historic accident’ does not violate the antitrust law.”

²¹ 文献[2] p. 51: The Agencies further note that market power does not “impose on the intellectual property owner an obligation to license the use of the intellectual property to others”.

²² 2016年1月,武汉理工大学发布了知网停用通知,称“续订价格涨价离谱,我校与中国知网谈判不成功”,“2000年以来CNKI公司对我校的报价,每年价格涨幅都超过10%,特别是2012年涨幅高达24.36%,从2010年到2016年(报价)涨幅为132.86%,年平均涨幅为18.98%”。

²³ 《国务院反垄断委员会关于知识产权领域的反垄断指南》第十五条。

这类商品就是纯“私用品”(private goods), 该类商品同时具有“竞争性”和“排他性”, 即一个用户对它的使用会减少它对其他用户的供应, 且使用它就必须遵守“谁享用谁付费”原则。显然, 知识产权并不属于此类, 因为知识产权具有“非竞争性”²⁴, 一个用户使用了某项知识产权并不影响该知识产权对其他用户的供给。又如, 灯塔²⁵、国防等, 属于典型的纯“共用品”(public goods), 以国防为例, 由于具有“非排他性”, 一人享受国防保障并不能排除其他人享受国防保障, 又因其具有“非竞争性”, 所以即使人口越来越多也没有人会因此而丧失国防的保障。这类物品由私人供给将会逐渐出现市场失灵现象, 所以必须由国家或政府提供, 然而知识产权属于民事权利范畴, 私人供给是常态, “谁享用谁付费”的原则可以得到遵循, 一般情况下市场也能发挥调节作用, 不必然需要国家提供, 因此知识产权也不属于纯共用品。知识产权也不属于“公地”物品²⁶(the commons), 尽管知识产权与“公地”物品一样具有“非排他性”, 但“公地”物品具有“竞争性”, 例如放牧的草原, 一个放牧人的使用会减少其他放牧人对草原的使用, 知识产权与此不同, 大多具有“非竞争性”, 因此也不属于此类。

知识产权的性质更类似于“俱乐部”物品²⁷, 其具有“非竞争性”和“排他性”, 其市场基本能够发挥本身的调节作用, 但是需要一定条件, 否则也可能陷入市场失灵, 一是知识产权被创作(或开发)出来后, 其增加用户量的边际成本极低, 知识产权人可以许可多人使用, 具有“非竞争性”的特点。二是由于知识产权开发或创新的成本较高, 且体现的是个人智慧的结晶, 具有私权利的性质, 因此需要施以充分的保护, 若保护力度不够, 就会导致无人愿意创新或是创新不足, 甚至没有创新, 因此知识产权又具有“排他性”, 未经产权人允许的使用都是侵权行为[1] (p. 305)。因此, 知识产权保护需要国家和政府实施相关的法律和政策, 对知识产权进行适当的保护, 即通过相关制度有效地实现“排他”。

垄断是市场经济的一种类型, 其存在利弊两面性。一方面, 垄断会造成生产资源浪费、资源配置效率降低, 造成社会福利损失, 并且垄断者凭借其垄断地位获得的超额利润加剧了社会收入分配的不平等; 另一方面, 垄断企业可以以其雄厚的人力、财力进行科技创新, 其在激烈的国际竞争中有着较强的竞争力。因此, 经济学家认为, 当竞争市场无法发挥预期效果时, 垄断将是更好的市场配置[4]。如果知识数据库市场上的垄断是高效率的, 且仅靠市场监督部门的事后监管就足够可行有效, 那么这时拒绝竞争是最有利于提高经济效率的做法[5]。但是, 在知识数据库市场中, 产品内容(包括范畴、数量)的差异化 and 消费者需求的多样化削弱了该市场自然垄断的正当性基础, 其与传统的电力、铁路等自然垄断市场不同, 其具有最根本的不同之处在于消费者偏好差异。传统的自然垄断市场由垄断者提供无差异的产品, 消费者也无差异地购买, 而知识资源具有多样性, 所对应的消费者的需求和偏好也各不相同。在知识数据库市场这一特定市场中, 如果知识数据库经营者一家垄断, 那么没有竞争压力的垄断者缺乏足够动力去不断改进商业模式、更新算法技术以提供更好的服务。故此, 必须保护竞争, 防止垄断版权。

就我国目前的法律体系来看, 除了通过《著作权法》、《专利法》、《商标法》等专门的知识产权法律进行保护, 还需要反垄断法的融入, 做好知识产权法与反垄断法的有效衔接。知识产权保护的目的在于保护创作者的智慧成果, 让更多的人共同学习, 在知识共享的时代, 知识产权法与反垄断法融合有一个共同的目标就是, 防止平台垄断, 使知识更加有效地流动传播, 不仅要保障知识产权人的合法权利,

²⁴ 此处的“非竞争性”是指经济学上的概念, 即一个使用者对该物品的消费并不减少它对其他使用者的供应, 使用者或消费者之间不存在“你多我必少”或“你有我必无”的问题, 与日常理解不同。

²⁵ 参见文献[6] 274 页: 灯塔是公共产品的代名词, 是由历史典故形成的。在航海业比较发达的国家, 例如英国, 早期灯塔的建设及服务是由私人提供的, 一些临海的私人住户自己出钱建造了灯塔, 然后根据过往船只的大小和接受服务的次数收取一定的费用。但是后来, 建灯塔的人发现许多船只总是想方设法逃避或拒绝缴费, 而且逐渐互相模仿, 于是建灯塔的人不仅不能获利, 反而是入不敷出。结果是人人不再建立和经营灯塔, 而船只仍然需要灯塔来为他们导航, 于是为了保证和促进航运事业的发展, 只有由英国临海的地方政府来建造和维修灯塔。

²⁶ “公地”物品主要涉及在不能清楚界定产权时的海洋捕捞、牧场放牧等问题, 最早研究该类问题的是哈丁(Hardin, 1968)。

²⁷ “俱乐部”物品的特点是虽然有些时候边际成本为零, 但征收“会员费”可以很方便地将外部性内部化, 所以效率问题并不是主要的考虑, 需要关注的主要是公平问题。

更要防止平台从中作梗，损害消费者的权益。不应当人为地制造知识流动壁垒。

3.2. 反垄断法的知识产权保护途径

承接上文，知识产权作为“准共用品”，具有独特的权利属性，《反垄断法》第55条的规定一方面确认知识产权的私权性质，另一方面防止知识产权成为排除、限制竞争的手段，涉及公法领域时，相关公权机构(如反垄断执法机构)也要敢于干预。知识产权这一权利集物权性质与债权性质为一体，一方面是权利人对本人的知识产品、智慧成果的所有权，具有绝对权性质，另一方面，这种所有权可以衍生出相对权，即债权，如权利人将知识产权许可给他人使用。那么知网模式就可分为以下两个步骤：第一，在许可人(知识产权人)和被许可人(知网)之间，形成了相对封闭的债权债务法律关系，强势一方的当事人(知网)可能对弱势一方当事人(知识产权人)施加不正当影响。第二，知网作为被许可人，与知识产权人签订许可使用合同后，又利用知识资源与下游用户订立合同，建立一层新的债权债务关系。

分别剖析这两个法律关系，在前一法律关系中，由于学习、办公等社会活动逐渐无纸化、数字化以及知网日渐强大的收录能力和检索功能，为了让自己的出版物、作品被更多人关注、阅读，许多出版单位纷纷与知网签订合作协议，由知网取得网络传播权，可见知网处于强势一方，许可人处于弱势一方，知网甚至要求某些期刊独家授权，排除了第三方的竞争；在后一法律关系中，由于学习、工作、科研等需要，用户(包括个人和单位)与知网签订知识产权的使用权购买合同，强势的知网可以对弱势的用户施以不正当影响，例如要求以不公平的高价进行交易。

由以上两层法律关系可分别得出反垄断法对知识产权的保护途径：第一，建议规定具有市场支配地位的知识资源数据库平台将其与许可人(出版单位或知识产权人)签订许可使用合同提交市场监督管理局备案，防止强势一方设置不公平条款限制、排除弱势一方与第三方合作；第二，建议定期要求具有市场支配地位的知识资源数据库平台将定价标准、价格提升(降低)条件、价格浮动范围等依据提交市场监督管理局审核，如发现其对知识产权有垄断嫌疑应当及时开展调查。以上两个途径均是从事前角度提出的，因为我国目前的反垄断制度更多的是事后处罚的规则，单凭消费者价格和产量监管两个工具已不足以及时发现相关市场中的反竞争行为，所以，反垄断法应该转变事后规制的单一惯性思路，通过限制经营者以直接获取版权或者以独占授权的方式取得版权许可，从而防止电子知识资源的过度集中。

3.3. 知识数据库平台经营的改进建议

就知网涉嫌垄断一案看，知网涉及的垄断行为较为多样，从个体映射到整个知识数据库平台企业，笔者分别提出以下改进建议。

第一，反省自身定位，明确自身社会责任。知识数据库市场与其他商品市场在经济学上具有相同的基本特点，即市场主体都是追求利益最大化的，而在经济学上这本是无可厚非。然而，在法律上看，知识资源库市场的经营者，尤其是具有市场支配地位的经营者，不能仅从经济上追求最大利益，还应当从法律的角度出发，反思自己在社会发展中的重要影响，承担法律赋予的义务，不能实施不利于知识传播、学术进步的行为。知网应当明确其作为知识基础设施应承担的社会责任，知识共享市场需要竞争，经营者追求利润，但是也应当保证知识资源提供服务的质量、数量以及整体的技术水平，更应该控制定价，不能冲破公平机制，违反禁止权利滥用的原则。

第二，发布价格白皮书并接受公众监督。白皮书是涵盖企业产品相关信息资料的具有指导性和原则性的文件。早在2005年就有行业如此，某钢结构公司发布《钢构价格白皮书》，从钢材原料采购到构件加工制作、安装工艺所需要的全部成本价格和合理利润率，均向公众公开。²⁸之所以会发生这样的事件，

²⁸ 参见百度百科“钢构价格白皮书”，最后访问日期：2022年5月26日，<https://baike.baidu.com/item/%E9%92%A2%E6%9E%84%E4%BB%B7%E6%A0%BC%E7%99%BD%E7%9A%AE%E4%B9%A6/5057039?fr=aladdin>。

是由于钢结构行业的技术壁垒低，某些小企业盲目认为行业利润高、市场大，进入后又参与恶性竞争，低价揽下工程，结果造成质量无法得到保证、安全失去保障、行业也逐渐不规范。价格白皮书的公布，在一定程度上促进了钢构行业发展，改变了以往混乱与暴利并存的粗放发展方式，有助于该行业的稳定健康发展。尽管这一举动会使行业内各家的利润都变薄，但是作为关系工程建筑安全质量的钢构行业，其本身牵系着公共利益，价格白皮书的公布总体上而言是利大于弊的。

由于知识资源高度集中导致知识数据库市场进入的技术壁垒并不低，特别是对核心期刊的独占许可模式，赋予了知网在相关市场的支配地位。知网“一家独大”，且缺乏管制，造成了知识资源库市场无法良性竞争，强势的经营者借此谋求不合理“暴利”。对于知识共享与传播平台的管制，既要保证其收益能够维持日常的网站维护，又要防止其利用知识资源获得不合理的收入，这时，由知网这种具有市场支配地位的经营者召集行业内主要企业，制作知识资源库行业的价格白皮书，公开收录期刊、学术论文等知识资源、维持网站功能建设的成本价格，与下游用户资源买卖的合理利润率等，接受公众监督。

参考文献

- [1] 于立, 吴绪亮, 唐要家, 冯博. 法律经济学的学科定位与理论应用[M]. 北京: 法律出版社, 2013: 303, 305.
- [2] Lyerla, B.P. (2016) Antitrust Issues in Intellectual Property Law. American Bar Association, Chicago, 51 p.
- [3] 刘德良. 知网是否构成滥用市场支配地位? [J]. 中国改革, 2022(1): 76-78.
- [4] 叶军. 经营者集中反垄断控制限制性条件的比较分析和选择适用[J]. 中外法学, 2019, 31(4): 1095-1119.
- [5] 王伟. 数字内容平台版权集中的法律规制研究[J]. 政治与法律, 2020(10): 134-147.
- [6] 白群燕, 段平利. 写给法律人的微观经济学[M]. 北京: 法律出版社, 2004: 274.