

Дело Alibaba Group и антимонопольное регулирование платформ электронной коммерции: опыт КНР¹

Аннотация. В последние годы происходит бурный рост платформ электронной коммерции, что обуславливает необходимость разработки российского антимонопольного законодательства, учитывающего особенности цифровой экономики. В связи с тем, что одним из мировых лидеров в сфере электронной коммерции является КНР, опыт этой страны заслуживает внимания. В настоящей статье рассматривается принятое в 2021 г. Антимонопольное руководство по платформенной экономике КНР, которое установило критерии, позволяющие определять антиконкурентное поведение платформ электронной коммерции. Также авторами на примере резонансного дела Alibaba Group проведен анализ правоприменительной практики антимонопольных органов Китая и выявлены признаки, указывающие на доминирующее положение платформы на рынке: финансовые и технологические возможности платформы, количество продавцов и потребителей, зарегистрированных на ней, способность платформы собирать и анализировать данные о пользователях, транзакциях, логистике, платежах. На основании проведенного сравнительно-правового исследования сформулированы рекомендации по изменению действующего российского законодательства в части закрепления в нем признаков, указывающих на доминирующее положение субъекта на рынке платформ электронной коммерции.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронная платформа, конкуренция, Китай, цифровая экономика, монополия.

DOI: 10.17803/2311-5998.2022.95.7.085-093



Александр Петрович АЛЕКСЕЕНКО,
доцент кафедры
коммерческого права
Санкт-Петербургского
государственного
университета,
кандидат юридических
наук, магистр
юриспруденции
alekseenko.a.p@gmail.com
199106, Россия,
г. Санкт-Петербург,
22-я линия В. О., д. 7



СУНЬ ЦИ,
генеральный секретарь
Исследовательского
центра региональной
экономической интеграции
и верховенства права
Шанхайской академии
общественных наук,
кандидат юридических наук
sunqidabao@163.com
199106, Россия,
г. Санкт-Петербург,
22-я линия В. О., д. 7

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (проект № 21-511-93004 «Верховенство закона в цифровой экономике Китая и России: современное состояние, проблемы и перспективы»).

ALEKSANDR P. ALEKSEENKO,

Associate professor of the Department of Commercial Law
Saint Petersburg State University
Cand. Sci. (Law), LL.M
alekseenko.a.p@gmail.com
7, 22nd line V. O., St. Petersburg, Russia, 199106

SUN QI,

Secretary General of the Research Center
for Regional Economic Integration and Rule of Law
of the Shanghai Academy of Social Sciences, Ph.D.
sunqidabao@163.com
7, 22nd line V. O., St. Petersburg, Russia, 199106

Alibaba Group Case and Antitrust Regulation of E-commerce Platforms: China's Experience

Abstract. *In recent years, e-commerce platforms have been growing rapidly. It stresses necessity to introduce Russian antimonopoly legislation that takes into account the peculiarities of the digital economy. Due to the fact that China is one of the world leaders in the field of e-commerce, this paper discusses the Antimonopoly Guidelines for Platform Economy of the PRC adopted in 2021. The authors analyze the practice of the State Administration for Industry and Commerce on the example of the Alibaba Group case, and identify signs indicating the dominant position of the e-commerce platform: the financial and technological capabilities of the platform, the number of sellers and consumers registered on it, the ability of the platform to collect and analyze data about users, transactions, logistics, payments. Based on the conducted comparative legal research, authors introduced recommendations for amending Russian legislation.*

Keywords: *e-commerce, electronic platform, competition, China, digital economy, monopoly.*

В 2020 г. рыночная капитализация крупнейших мировых IT-компаний превысила 9,5 трлн долларов². Возрастание роли платформ электронной коммерции наблюдается и в России³. Несмотря на успехи компаний, занятых в данной отрасли, их достижения нельзя оценивать исключительно с положительной стороны. Фактически ключевые юрисдикции позволили возникнуть «системным дисбалансам в мировой экономике и пропустили стремительный рост рыночной власти цифровых гигантов, угрожающий устойчивости мировой

² IT-гиганты наращивают рыночную капитализацию // URL: <https://rg.ru/2021/01/26/it-giganty-narashchivaiut-rynochnuiu-kapitalizaciiu.html>.

³ Цифровые платформы привлекли внимание регуляторов // URL: <https://plus.rbc.ru/news/610126977a8aa9f8e016f428> (дата обращения: 11.01.2022).

экономики и общественному благосостоянию»⁴. Эта проблема становится еще более актуальной⁵ ввиду того, что технологические гиганты, активно диверсифицируют направления деятельности⁶, используя программные алгоритмы, позволяющие координировать цены, результаты поисковой выдачи⁷, а также создавать условия, при которых ограничивается возможность потребителей менять поставщиков⁸.

Российская Федерация уже столкнулась с проявлениями монополизации в сфере цифровой экономики. Например, в 2019—2021 гг. ФАС России вынесла решение в отношении компании «Самсунг Электроникс Рус Компани»⁹, которая координировала розничные цены с помощью специального программного обеспечения. За навязывание гостиницам ценовой политики к ответственности привлекли платформу онлайн-бронирования Booking¹⁰. Также был наложен штраф на компанию Apple Inc¹¹, предоставлявшую конкурентные преимущества собственным приложениям в магазине App Store. В связи с непрозрачными правилами блокировки аккаунтов на платформе YouTube российское антимонопольное ведомство возбудило дело против компании Google LLC¹².

Итак, правоприменительная практика ФАС России по противодействию антиконкурентным действиям цифровых платформ уже начала складываться. ФАС России даже разработала методические рекомендации по выявлению цифровых картелей¹³. Однако доказывание наличия цифровых картелей либо злоупотреблений платформ электронной коммерции доминирующим положением осложнено

⁴ Иванов А. Ю. Цифровая экономика и антимонопольное право: единство и борьба противоположностей // Правоведение. 2019. Т. 63. № 4. С. 490.

⁵ Карцхия А. А. Цифровые технологические (онлайн) платформы: российский и зарубежный опыт регулирования // Гражданское право. 2019. № 3. С. 25—28.

⁶ Ерофеева Е. В., Котова Д. А., Позднякова А. Э. Многоликие антиконкурентные практики на цифровых рынках // Правоведение. 2019. Т. 63. № 4. С. 607.

⁷ Алексеевко А. П. Проблема определения антиконкурентных действий искусственного интеллекта // Роль и значение права в условиях пандемии : монография по итогам Международного онлайн-симпозиума / под общ. ред. В. В. Блажеева, М. А. Егоровой. М. : Проспект, 2021. С. 122—129.

⁸ Егорова М. А., Кожевина О. В., Кинев А. Ю. Правовая защита конкуренции в условиях формирующихся цифровых рынков // Lex russica. 2021. № 2. С. 43.

⁹ Решение ФАС России от 07.05.2019 по делу № АЦ/37701/19 // URL: <https://br.fas.gov.ru/sa/upravlenie-po-borbe-s-kartelyami/18354d31-65c5-4e6f-8879-42138e2cfa7e/> (дата обращения: 10.01.2022).

¹⁰ Суд подтвердил размер штрафа в отношении Booking // URL: <https://fas.gov.ru/news/31640> (дата обращения: 10.01.2022).

¹¹ ФАС оштрафовала Apple на 12 миллионов долларов США // URL: <https://fas.gov.ru/news/31268> (дата обращения: 10.01.2022).

¹² ФАС возбудила дело в отношении Google LLC // URL: <https://fas.gov.ru/news/31258> (дата обращения: 20.05.2021).

¹³ Выявление, пресечение и профилактика картелей и иных ограничивающих конкуренцию соглашений в условиях цифровой экономики : методические рекомендации / под общ. ред. А. П. Тенишева, А. В. Тесленко. Казань, 2020. 88 с.



отсутствием современного законодательства, учитывающего особенности цифровой экономики.

Нормы Закона РФ «О защите прав потребителей», касающиеся данного вида деятельности, носят фрагментарный характер. Ни Федеральный закон «О защите конкуренции»¹⁴, ни нормативные акты ФАС России¹⁵ не позволяют говорить о том, что создан понятный порядок правового регулирования деятельности крупнейших онлайн-платформ. Отсутствуют даже ключевые определения: платформы электронной коммерции, ценового алгоритма, цифрового картеля, оператора платформы и т.д. Необходимо законодательство, дающее судам, правоприменителю и всем хозяйствующим субъектам понимание того, какими способами осуществляется антиконкурентная деятельность в цифровой экономике.

В целях противодействия цифровым картелям ФАС России был разработан пятый антимонопольный пакет. Он предлагал ужесточить требования к интернет-сервисам, закрепить дефиницию «цифровой алгоритм», убрать иммунитеты в отношении интеллектуальной собственности¹⁶. Данный законопроект подвергся критике в научной среде¹⁷, также он встретил крайне негативный отзыв Минэкономразвития России и не был принят.

Между тем «адаптация антимонопольного регулирования к нуждам цифровой экономики — это фундаментальный вопрос выживаемости российской экономики в новом технологическом укладе»¹⁸. При этом для успешной антимонопольной политики в области цифровой экономики необходимо создавать гибкие механизмы регулирования¹⁹, так как она находится сейчас на этапе своего бурного развития. Объективно назрела необходимость создать определенность в регулировании отрасли электронной коммерции и, не ограничиваясь лишь косметическими изменениями, разработать комплексный нормативный правовой акт, закрепляющий ключевые дефиниции, права и обязанности операторов платформ электронной коммерции.

Для эффективного решения круга проблем, которые присущи деятельности антимонопольных органов при выявлении и пресечении антиконкурентных действий платформами электронной коммерции, целесообразно провести изучение

¹⁴ Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 17.02.2021) // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_61763/ (дата обращения: 13.02.2022).

¹⁵ Приказ ФАС России от 28.04.2010 № 220 (ред. от 01.07.2021) «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_103446/ (дата обращения: 13.02.2022).

¹⁶ Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон “О защите конкуренции” и иные законодательные акты Российской Федерации» // URL: <https://regulation.gov.ru/projects#npa=79428> (дата обращения: 13.01.2022).

¹⁷ Попондопуло В. Ф., Петров Д. А., Силина Е. В. Проблемы правовой защиты экономической конкуренции в условиях цифровизации экономики // Конкурентное право. 2019. № 3. С. 7—11.

¹⁸ Иванов А. Ю. Контроль монополизации в условиях цифровой экономики: первая часть дискуссии о пятом антимонопольном пакете // Закон. 2018. № 2. С. 106—119.

¹⁹ Петров А. В. Сетевые эффекты и недобросовестная конкуренция на рынках цифровых платформ: дело Avito против Auto.ru // Предпринимательское право. 2020. № 4. С. 43—50.

передового зарубежного опыта, в частности китайского. Ведь КНР является одним из лидирующих государств в сфере электронной коммерции²⁰, в Китае созданы и ведут деятельность крупнейшие платформы электронной коммерции²¹. Поэтому исследование законодательства и практики Китая, который, к тому же, является основным торговым партнером для Российской Федерации²², будет полезно.

С целью урегулирования деятельности платформ электронной коммерции в Китае был принят ряд нормативных правовых актов, касающихся платформенной экономики, в том числе Закон «Об электронной коммерции»²³, который установил правила продаж товаров и оказания услуг онлайн²⁴, подчеркнул статус операторов платформ электронной коммерции в качестве субъектов, обеспечивающих функционирование рынка²⁵.

Закон КНР «Об электронной коммерции» заложил основы для антимонопольного регулирования сферы цифровой экономики в этой стране, закрепил ключевые понятия, установил права и обязанности операторов платформ электронной коммерции. В частности, он предусматривает, что операторы платформ электронной коммерции не должны использовать правила транзакций и технологии для необоснованного ограничения конкуренции или наложения дополнительных ограничений на транзакции и цены.

Одним из приоритетных направлений развития законодательства КНР об электронной коммерции является борьба с антиконкурентными действиями и монополизмом платформ электронной коммерции²⁶. В феврале 2021 г. Антимонопольной комиссией Госсовета КНР впервые в мире было издано Антимонопольное руководство по платформенной экономике²⁷ (далее — Руководство),

²⁰ These are the world's biggest e-commerce markets // URL: <https://www.weforum.org/agenda/2021/09/e-commerce-fast-growth-online-sales-china-europe-america/> (дата обращения: 13.01.2022).

²¹ Цифровая трансформация Китая. Опыт преобразования инфраструктуры национальной экономики / Ма Хуатэн, Мэн Чжаоли, Ян Дели, Ван Хуалей ; пер. с кит. М. : Интеллектуальная литература, 2019. С. 61.

²² О внешней торговле в 2020 году // Федеральная служба статистики. URL: https://gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d02/32.htm (дата обращения: 18.12.2021).

²³ 中华人民共和国电子商务法 № 7 (Закон КНР «Об электронной коммерции» от 31.08.2018) // URL: http://www.mofcom.gov.cn/article/zt_dzswf/deptReport/201811/20181102808398.shtml (дата обращения: 13.01.2022).

²⁴ Трощинский П. В., Молотников А. Е. Особенности нормативно-правового регулирования цифровой экономики и цифровых технологий в Китае // Правоведение. 2019. Т. 63. № 2. С. 309—326.

²⁵ Алексеевко А. П. Регулирование деятельности электронных платформ по Закону КНР «Об электронной коммерции» // Юрист. 2020. № 7. С. 62—68.

²⁶ Алексеевко А. П. Тенденции развития законодательства КНР в сфере правового регулирования электронной коммерции // Юрист. 2021. № 11. С. 51—56.

²⁷ 国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南 (Антимонопольное руководство Антимонопольной комиссии Госсовета по платформенной экономике от 07.02.2021) // URL: http://www.gov.cn/xinwen/2021-02/07/content_5585764.htm (дата обращения: 20.03.2021).



которое дополняет Закон КНР «О противодействии монополиям»²⁸. Руководство содержит определение доминирования платформы электронной коммерции на рынке и раскрывает, в чем может выражаться злоупотребление данным положением (ст. 11—16), затрагивает вопросы использования алгоритмов и сбора данных потребителей с целью манипулирования рынком (ст. 5—7), указывает на порядок определения границ рынка (ст. 4). Можно утверждать, что «КНР разработала четкие критерии, способствующие выявлению антиконкурентных соглашений и злоупотреблений платформ электронной коммерции»²⁹. Однако, по мнению некоторых китайских ученых, содержащийся в Руководстве порядок определения границ рынков следует упростить, чтобы повысить эффективность компетентных органов³⁰.

Борьба с монополизмом в цифровой среде прослеживается также и в правоприменительной практике Китая. В апреле 2021 г. было принято решение по делу Alibaba Group Holding. На IT-гиганта, злоупотреблявшего своим доминирующим положением на рынке услуг онлайн-платформы розничной торговли, был наложен штраф, эквивалентный 2,75 млрд долларов США (4 % от продаж в Китае). Также китайский антимонопольный орган издал Административное руководство для Alibaba Group, требуя от компании строго выполнять основные требования к платформенным предприятиям, укреплять внутренний контроль и управление комплаенсом, поддерживать честную конкуренцию³¹.

В апреле 2021 г. Государственная администрация по регулированию рынка начала расследование в отношении крупнейшей в КНР платформы по заказу и доставке продуктов питания и готовых блюд Meituan. Эта платформа, как и Alibaba, требовала от внутриплатформенного бизнеса действовать по принципу «выбери одного из двух», вынуждая предпринимателей отказываться от сотрудничества с платформами-конкурентами³².

²⁸ 中华人民共和国反垄断法 (Закон КНР «О противодействии монополиям» от 30.07.2007) // URL: http://www.gov.cn/flfg/2007-08/30/content_732591.htm (дата обращения: 10.01.2022).

²⁹ Алексеев А. П. Китайский подход по противодействию антиконкурентным соглашениям и злоупотреблению доминирующим положением платформ электронной коммерции // Юрист. 2021. № 8. С. 72—77.

³⁰ 王先林, 曹汇 (Ван Сяньлинь и Цао Хуэй) 数字时代平台反垄断的国家行动 | 平台经济领域反垄断的三个关键问题 (Три ключевых вопроса антимонопольного законодательства в области экономики платформ) // 探索与争鸣 (Исследования и диспуты). 2021. Т. 1. № 9. С. 54—65.

³¹ 市场监管总局依法对阿里巴巴集团控股有限公司在中国境内网络零售平台服务市场实施“二选一”垄断行为作出行政处罚 (Государственная администрация по регулированию рынка налагает административные санкции на Alibaba Group Holding Co., Ltd. за осуществление монополии «выбери одного из двух» на рынке услуг онлайн-платформы розничной торговли в Китае) // URL: https://www.samr.gov.cn/xw/zj/202104/t20210410_327702.html (дата обращения: 10.01.2022).

³² 市场监管总局依法对美团在中国境内网络餐饮外卖平台服务市场实施“二选一”垄断行为作出行政处罚 (Государственная администрация по регулированию рынка налагает административные санкции на монополию Meituan «выбери один» на внутреннем рынке услуг онлайн-кейтеринга на вынос в Китае) // URL: https://www.samr.gov.cn/xw/zj/202110/t20211008_335364.html (дата обращения: 14.01.2022).

За нарушение ст. 20 Закона КНР «О противодействии монополиям» посредством осуществления незаконной концентрации платформ электронной коммерции Государственная администрация КНР по регулированию рынка 31 декабря 2021 г. привлекла к ответственности 13 различных компаний, включая таких IT-гигантов, как Tencent Holdings, Hangzhou Ali Venture Capital, Jiangsu Jingdong Bangneng Investment Management, Alibaba (China) Network Technology и др.³³

Из указанных выше примеров знаковым не только для Китая, но и для всего мира стало дело Alibaba Group Holding³⁴. В своем решении о привлечении IT-гиганта к ответственности Государственная администрация КНР по регулированию рынка установила, что с 2015 г. компания Alibaba Group злоупотребляла доминирующим положением, требуя от внутриплатформенного бизнеса выбирать только одну платформу электронной коммерции, препятствуя тем самым свободному обращению товаров, услуг и развитию платформенной экономики³⁵.

Анализ решения по делу Alibaba Group показал, что китайский антимонопольный орган учел ряд факторов.

Во-первых, при определении границ рынка и доли на нем не следует учитывать иностранные платформы электронной коммерции. Обосновано это тем, что потребители в Китае, приобретая товары через зарубежные платформы, не только сталкиваются с препятствиями в плане языка обслуживания, оплаты и расчетов, а также послепродажной гарантии, но и должны платить дополнительные сборы за доставку, срок которой относительно длительный. Кроме того, зарубежным платформам электронной коммерции необходимо подавать заявки на получение лицензий на ведение бизнеса в соответствии с законами и нормативными актами КНР. Также не были учтены субъекты, осуществляющие офлайн-розничную торговлю, так как нет тесной взаимосвязи замещения между торговыми центрами и онлайн-платформами.

Во-вторых, китайский антимонопольный орган указал, что компания Alibaba Group, опираясь на преимущество первопроходца в выходе на рынок услуг онлайн-платформ розничной торговли, накопила большое количество продавцов и потребителей, получив в результате этого большие объемы данных о транзакциях, логистике, платежах и т.д., что дает очевидные преимущества перед другими конкурирующими платформами. Более того, на рынке розничной торговли в Интернете платформа пользуется высокой степенью признания продавцов и

³³ 国家市场监督管理总局公布13起反垄断行政处罚案件 (Государственная администрация по регулированию рынка сообщает о возбуждении 13 антимонопольных административных взысканий) // URL: http://www.legaldaily.com.cn/index/content/2022-01/05/content_8653486.htm (дата обращения: 14.01.2022).

³⁴ China fines Alibaba record \$2.75 bln for anti-monopoly violations // URL: <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/china-regulators-fine-alibaba-275-bln-anti-monopoly-violations-2021-04-10/> (дата обращения: 10.01.2022).

³⁵ 市场监管总局依法对阿里巴巴集团控股有限公司在中国境内网络零售平台服务市场实施“二选一”垄断行为作出行政处罚 (Государственная администрация по регулированию рынка налагает административные санкции на Alibaba Group Holding Co., Ltd. за осуществление монополии «выбери одного из двух» на рынке услуг онлайн-платформы розничной торговли в Китае).



покупателей, является важным средством отображения имиджа и бренда магазина. Отказ от работы на платформе не только влияет на доходы, но также окажет большое негативное влияние на репутацию.

В-третьих, при расследовании дела был сделан акцент на то, что Alibaba Group обладает передовыми алгоритмами, которые могут реализовывать персонализированные стратегии поиска и сортировки с помощью технологии обработки данных, целенаправленно удовлетворять потребности потребителей и точно отслеживать операции пользователей на платформе и на других конкурирующих платформах. В совокупности с финансовыми ресурсами такие технологии укрепляют и усиливают рыночную власть Alibaba Group. Это позволяет создавать данной компании сильный сетевой эффект.

В-четвертых, Alibaba Group использовала различные меры для того, чтобы побудить внутриплатформенный бизнес выполнить требование «выбрать одного из двух», что выражалось в поддержке или снижении трафика внутриплатформенного магазина; в сокращении или поддержке (в том числе в привлечении к рекламе платформы) рекламных мероприятий продавца на платформе; в повышении или понижении товаров магазина в результатах поисковой выдачи; в сокращении товаров из результатов поисковой выдачи.

Антимонопольный орган выявил, что Alibaba Group разработала систему «серого списка», куда включались продавцы, имеющие магазины на других платформах или участвовавшие в их рекламных мероприятиях. Примечательно, что попавшие в список продавцы соглашались в дальнейшем на условие платформы работать только с ней либо уходили с нее. Очевидно, что это было вызвано серьезным снижением продаж в результате различных санкций со стороны платформы.

Таким образом, на примере дела Alibaba Group видно, какие факторы необходимо учитывать при расследовании антиконкурентных действий. При конструировании российских нормативных правовых актов этот опыт следует иметь в виду. В этой связи рекомендуется законодательно и ФАС России дать понятие оператора платформы электронной коммерции, четко обозначив его права и обязанности по поддержанию справедливой конкуренции. В качестве признаков, указывающих на доминирующее положение субъекта на рынке, важно учитывать финансовые и технологические возможности платформы, количество продавцов и потребителей, зарегистрированных на ней, способность платформы собирать и анализировать данные о пользователях, транзакциях, логистике, платежах и т.д.

Важно законодательно закрепить, что о нарушении конкуренции свидетельствует умышленное ограничение трафика, использование ценовых и поисковых алгоритмов с целью координации цен и снижения видимости товаров (услуг) внутриплатформенного бизнеса в результатах поисковой выдачи и иные ограничения, влияющие на возможность заключения сделок.

Отдельно стоит подчеркнуть, что вопросы противодействия монополизации в цифровой экономике должны решаться в комплексе с регулированием электронной коммерции как отрасли, что подчеркивает необходимость разработки и принятия соответствующего российского отраслевого закона.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Алексеевко А. П. Китайский подход по противодействию антиконкурентным соглашениям и злоупотреблению доминирующим положением платформ электронной коммерции // Юрист. — 2021. — № 8. — С. 72—77.
2. Алексеевко А. П. Проблема определения антиконкурентных действий искусственного интеллекта // Роль и значение права в условиях пандемии : монография по итогам Международного онлайн-симпозиума / под общ. ред. В. В. Блажеева, М. А. Егоровой. — М. : Проспект, 2021. — С. 122—129.
3. Алексеевко А. П. Регулирование деятельности электронных платформ по Закону КНР «Об электронной коммерции» // Юрист. — 2020. — № 7. — С. 62—68.
4. Алексеевко А. П. Тенденции развития законодательства КНР в сфере правового регулирования электронной коммерции // Юрист. — 2021. — № 11. — С. 51—56.
5. Выявление, пресечение и профилактика картелей и иных ограничивающих конкуренцию соглашений в условиях цифровой экономики : методические рекомендации / под общ. ред. А. П. Тенишева, А. В. Тесленко. — Казань, 2020. — 88 с.
6. Егорова М. А., Кожевина О. В., Кинев А. Ю. Правовая защита конкуренции в условиях формирующихся цифровых рынков // Lex russica. — 2021. — № 2. — С. 40—49.
7. Ерофеева Е. В., Котова Д. А., Позднякова А. Э. Многоликие антиконкурентные практики на цифровых рынках // Правоведение. — 2019. — Т. 63. — № 4. — С. 598—624.
8. Иванов А. Ю. Контроль монополизации в условиях цифровой экономики: первая часть дискуссии о пятом антимонопольном пакете // Закон. — 2018. — № 2. — С. 106—119.
9. Иванов А. Ю. Цифровая экономика и антимонопольное право: единство и борьба противоположностей // Правоведение. — 2019. — Т. 63. — № 4. — С. 486—521.
10. Карцхия А. А. Цифровые технологические (онлайн) платформы: российский и зарубежный опыт регулирования // Гражданское право. — 2019. — № 3. — С. 25—28.
11. Петров А. В. Сетевые эффекты и недобросовестная конкуренция на рынках цифровых платформ: дело Avito против Auto.ru // Предпринимательское право. — 2020. — № 4. — С. 43—50.
12. Попондопуло В. Ф., Петров Д. А., Силина Е. В. Проблемы правовой защиты экономической конкуренции в условиях цифровизации экономики // Конкурентное право. — 2019. — № 3. — С. 7—11.
13. Трощинский П. В., Молотников А. Е. Особенности нормативно-правового регулирования цифровой экономики и цифровых технологий в Китае // Правоведение. — 2019. — Т. 63. — № 2. — С. 309—326.
14. Цифровая трансформация Китая. Опыт преобразования инфраструктуры национальной экономики / МаХуатэн, Мэн Чжаоли, Ян Дели, Ван Хуалей ; пер. с кит. — М. : Интеллектуальная литература, 2019. — 250 с.
15. 王先林, 曹汇 (Ван Сяньлинь и Цао Хуэй) 数字时代平台反垄断的国家行动| 平台经济领域反垄断的三个关键问题 (Три ключевых вопроса антимонопольного законодательства в области экономики платформ) // 探索与争鸣 (Исследования и диспуты). — 2021. — Т. 1. — № 9. — С. 54—65.

