

ФИКСИРУЕМ ТЕНДЕНЦИЮ

РОЛЬ BAT В РАЗВИТИИ КИТАЙСКИХ ИНТЕРНЕТ- РЫНКОВ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ВЫЗОВЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ КНР*

ИВАН ДАНИЛИН

Институт мировой экономики и международных отношений им. Е.М. Примакова, Москва, Россия

Резюме

Формирование цифровой экономики видится КНР одним из ключевых ответов на вызовы развития. Значимую роль в этом процессе играет формирование интернет-экономики, лидерами которой выступают представители так называемой группы BAT (Baidu, Alibaba и Tencent). Они доминируют в своих сегментах и поэтапно завоёвывают новые технологические и географические рынки, их деятельность влияет на цифровизацию отдельных рынков. Из-за роста конкуренции, глобальной экспансии, исчерпания резервов имитационного развития эти корпорации постепенно превращаются в технологические компании, инвестируя огромные средства в стартапы, а также исследования и разработки по наиболее перспективным направлениям. За счёт масштаба операций, накопленных компетенций и ведущей роли в формировании венчурного капитала КНР (около 40% всех венчурных инвестиций в стране) они стали ключевыми игроками, структурирующими научно-технологическую и инновационную активность в сфере интернет- и, шире, цифровой экономики Китая. Не последнюю роль в их становлении играет политика правительства. На первых порах регуляторы отдавали предпочтение государственным компаниям, однако неуспех последних привёл к выбору BAT как агентов развития новых отраслей. Отдельным вопросом встаёт эффективность проводимой политики. Изначально как раз отсутствие систематического регулирования и правительственного вмешательства дало BAT возможность выработать оптимальные решения и практики, обеспечив рост новых компаний. С 2010-х годов государственная политика помогла участникам BAT стать монополистами, начать активную международную экспансию и технологические программы, но и создала целый ряд проблем. На перспективу потенциал этих корпораций и их роль в развитии интернет-экономики сохранится, но налицо и возникающие вызовы. *Во-первых*, это несбалансированность модели инновационно-технологического развития, основанного на доминировании трёх сверхкрупных игроков, и связанные с ней риски монополизма. *Во-вторых*, негативные последствия для BAT от общих политических установок КНР в отношении Интернета и применения ряда архаичных

*Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ, проект №18-010-01176 «Агенты развития цифровой экономики: формирование, сетевые взаимодействия и государственная политика по их поддержке». Автор выражает благодарность: М.П. Готовой за помощь в подготовке материала, Грантовой и экспертной службе Фонда «Сколково», в частности вице-президенту С.Н. Кржановскому, за доступ к электронной библиотеке ScienceDirect (#SKFoundation, #Skolkovo).

Дата поступления рукописи в редакцию: 20.12.2018

Дата принятия к публикации: 10.05.2019

Для связи с автором / Corresponding author:

Email: danilin.iv@imemo.ru

инструментов промышленной политики. *В-третьих*, необходимость оптимизации огромных экосистем и гиперактивных, почти ажиотажных технологических усилий ВАТ. Ответы на вызовы развития связаны как с изменением собственных стратегий компаний, так и с эволюцией государственной политики в отношении агентов развития: переход к поддержке горизонтальных связей в экосистемах и новых альтернативных точек роста, акцент на качественных показателях развития. Хотя серьёзное ослабление ВАТ крайне маловероятно, даже небольшие флуктуации будут иметь большое значение для роли и позиций китайских корпораций на мировых рынках, а также (учитывая их масштаб) для динамики развития интернет-рынков Китая. От них во многом зависит будущее китайской инновационной системы и цифровая трансформация экономики КНР.

Ключевые слова:

Китай; цифровая экономика; интернет-рынки; цифровые технологии; экосистемы инноваций; Baidu, Alibaba, Tencent (BAT); политика в цифровой сфере; промышленная политика.

Впечатляющий рост цифровых рынков и цифровизация различных отраслей экономики – один из важнейших трендов развития Китая. В расширительной трактовке термина сегмент цифровой экономики КНР¹ в 2017 г. составил почти 3,8 трлн долларов США – более 30% ВВП, а темпы его прироста (более 15%) выше, чем в среднем по ВВП [Чжан 2017; Ревенко 2017: 43–45; Tencent Research Institute 2018]. Более строгие определения цифровой экономики снижают эти значения, однако рост и масштаб изменений налицо. Наиболее впечатляющие результаты демонстрируют интернет-бизнес и интернет-рынки, где Китай выступает одним из мировых лидеров.

Причины успехов КНР разнообразны. Рост платёжеспособного корпоративного и потребительского спроса на электронные сервисы в условиях неоптимального состояния ритейла, потребительских финансов и иных услуг создали специфическую ситуацию, в которой асимметричные преимущества получили интернет-компании, предлагающие принципиально новые решения в логике «подрывных» инноваций² [Wang 2012: 290, 299; Zhu, Smith 2016: 4; Woetzel et al. 2017b; Kshetri 2017: 6; Yue

2017: 2; Qi et al. 2018: 11; Casanova et al. 2018: 82–83]. Имеет место также синергия между быстрорастущими интернет-рынками и сектором электроники и телекоммуникаций в КНР [Kshetri 2016: 118; Woetzel et al. 2017a: 12–13], в частности рост доступности и функционала персональных устройств и услуг связи, накопление технологических компетенций в сфере информационных технологий. Своё воздействие оказали и стимулирующие меры государственной политики, включая масштабные программы по обеспечению доступа к Интернету и технологическому развитию КНР.

Значение процессов развития интернет-сектора для Китая сложно переоценить. В отличие от большинства иных отраслевых «прорывов» страны речь идёт о настоящему передовом и для КНР, и для стран Запада секторе наукоёмких услуг и гигантских новых рынках, где китайские компании имеют реальный шанс стать лидерами. При этом цифровые технологии имеют огромный потенциал повышения эффективности традиционных отраслей, обеспечения инклюзивного роста и качества жизни, совершенствования институ-

¹ Производство электронных компонентов и систем, услуги связи, разработка и продажа программного обеспечения, интернет-бизнес.

² В соответствии с теорией К. Кристенсена под «подрывными» инновациями понимаются коммерчески обоснованные нововведения, включая бизнес-модели, которые меняют соотношение ценностей на рынке, включая характеристики полезности того или иного продукта(ов) для потребителя, что приводит к изменению динамики рынков или появлению новых рынков, а также ослабляет («подрывает») позиции доминирующих компаний. Большинство подрывных инноваций являются комбинацией сравнительно новых – но уже существующих – технологий [Кристенсен 2004: 42].

тов национальной инновационной системы (НИС).

Неудивительно, что они рассматриваются руководством страны как один из ключевых ответов на вызовы развития национального хозяйства. Как следствие растёт господдержка цифрового сегмента и процессов цифровизации. Не говоря о прочих мерах, достаточно упомянуть план (де-факто общенациональную программу) «Интернет+» (2015), акцентирующий «цифровизацию» экономики, особенно традиционных отраслей, и развитие ассоциированных компаний и рынков [Woetzel et al. 2017a: 16; Ревенко 2017: 46–48; Casanova et al. 2018: 92–93]³.

Особую роль в развитии интернет-рынков и, шире, цифровой экономики КНР играет так называемая группа VAT (*Baidu*, *Alibaba* и *Tencent*)⁴. Несмотря на большое число иных компаний, именно входящие в неё корпорации выполняют роль структурообразующих субъектов, драйверов эволюции рынков и «бума» интернет-технологий. В этом качестве они в том числе оказываются объектом модернизированной версии политики по поддержке «национальных чемпионов» – агентами развития цифровой экономики Китая.

В связи со значением цифровой экономики для будущего КНР, успехами китайских интернет-рынков (по масштабам и степени зрелости они вплотную приблизились, а местами и превзошли США), а так-

же ролью VAT как отраслевых лидеров, развитие которых будет на обозримую перспективу определять успехи трансформации национального хозяйства, важным исследовательским вопросом оказывается анализ динамики, проблем и факторов успеха VAT с точки зрения реализации возлагаемой на них политическим руководством функции. Изучению этих вопросов и посвящена данная статья.

1

Роль VAT в интернет-экономике Китая носит исключительный характер. В этой связи представляется необходимым подробнее рассмотреть достижения каждой из входящих в группу корпораций.

Alibaba – лидер в сфере различных видов электронной коммерции. К середине 2010-х годов на торговые площадки *Alibaba* приходилось более 70–80% китайской онлайн-торговли, в 2017–2018 годах – свыше половины (для сравнения, доля *Amazon* на рынке США – 27,1%) [Zhu, Smith 2016; Qi 2018: 2–3]⁵.

Группа включает целый ряд платформ. В частности, интернет-магазин *Taobao* работает в сегменте электронной торговли между потребителями (С2С), *T-Mall* – в сфере традиционной электронной коммерции, *AliExpress* обеспечивает поставки потребительских товаров за рубеж⁶. Финансовые услуги группы представлены дочерней компанией *Ant Financial Services*

³ Портал центрального правительства КНР (2015, 4 июля). 国务院 关于 积极 推进 “互联网 +” 行动的 指导 意见. 国 发 (2015) 40 号 2015 [Руководство Государственного совета по активному продвижению стратегии «Интернет плюс»]. URL: http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-07/04/content_10002.htm; China unveils Internet Plus action plan to fuel growth. The State Council, People's Republic of China. July 4, 2015. URL: http://english.gov.cn/policies/latest_releases/2015/07/04/content_281475140165588.htm. См. также ленту новостей по плану: Internet Plus. Transforming Economy through Technology. China Daily (Business). URL: http://www.chinadaily.com.cn/business/Internetplus/node_53004703.htm

⁴ Сокращение введено по аналогии с акронимом для ведущих цифровых компаний США – FA(A) NG: Facebook, Amazon (Apple – иногда не включается), Netflix, Google.

⁵ China Mobile Payment Report 2017. URL: <https://walkthechat.com/china-mobile-payment-report-2017/>; Three Kingdoms, Two Empires. The Economist. Apr. 20, 2017. URL: <https://www.economist.com/business/2017/04/20/chinas-internet-giants-go-global>; Matsuda N. JD.com loses ground as growth shifts to China's smaller cities. Nikkei Asian Review. Mar. 04, 2019. URL: <https://asia.nikkei.com/Business/Companies/JD.com-loses-ground-as-growth-shifts-to-China-s-smaller-cities>.

⁶ KPMG. VAT and the digital economy in China. 2016. URL: <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/05/tnf-china-vat-digital-economy-march-2016.pdf>

(ранее *AliPay*) — лидером цифровых финансовых услуг в КНР, а в сегменте мобильных платежей — мировым лидером (по собственным данным, в 2013 г. она обогнала *PayPal* по числу пользователей, числу и объёму транзакций)⁷. Развиваются услуги в сфере облачных вычислений, логистики и иные.

На сервисы *Tencent* приходится около двух третей китайских пользователей социальных сетей и медиа. К середине 2018 г. количество активных пользователей приложения *WeChat* (аналог *WhatsApp*) в Китае и за его пределами достигло 1,04 млрд человек, а сервиса коротких сообщений *QQ* — более 800 миллионов⁸. Как и *Alibaba*, *Tencent* активно работает на смежных рынках. *WeChat* называют «супер-» или «мета-приложением», поскольку платформа объединила в себе самые разнообразные сервисы: от простого обмена сообщениями и файлами до мобильных и онлайн-платежей (системы *WeChat Pay* и *TenPay*, второе место после *Alipay* по числу пользователей), образовательных ресурсов и сервисов бронирования билетов. Хотя в *WeChat* присутствуют также отдельные функции торговой площадки, в сфере электронной коммерции *Tencent* вместо развития собственного сервиса сделала ставку на поддержку компании *JD.com*, занимающей в КНР второе место по интернет-продажам. *Tencent* и *JD.com* связаны соглашением о взаимодей-

ствии по линии сервисов *WeChat*⁹, кроме того, *Tencent* является владельцем крупнейшего пакета акций *JD.com* (20%). *Tencent* — лидер мирового рынка видеоигр с долей в 10% — за счёт онлайн-игр¹⁰ [Woetzel et al. 2017a: 18; Casanova et al. 2018: 88–90, 94]. Причём речь идет не только о китайском рынке, но о по-настоящему глобальных продуктах, таких как *Call of Duty* или *Clash of Clans*.

Триаду крупнейших цифровых компаний КНР замыкает поисковая система *Baidu*, которая является ведущей поисковой системой КНР (доля обработанных запросов по состоянию на апрель 2017 г. — 76,05%, в том числе 82,46% от числа запросов с мобильных устройств¹¹) и второй по числу запросов в мире. *Baidu* предоставляет во многом аналогичный американской *Google* набор сервисов: *Baidu Maps*, *Baidu Wallet*, библиотеку видеоконтента *iQiyi*, услуги по доставке еды *Baidu Takeout Delivery*, имеет собственную социальную сеть. Компания, так же как и американские поисковые сервисы, развивает онлайн-маркетинг и услуги контекстной рекламы — *Brand Zone*, хотя в коммерческом отношении эти услуги менее прибыльны, чем таковые у *Google*.

Таким образом, на первый взгляд компании ВАТ успешно разделили между собой ключевые сферы влияния. В одних случаях они являются де-факто монополиями, а в других — поддерживают олиго-

⁷ Alibaba payment arm says it handled \$148 billion in transactions in 2013. Reuters. Feb. 8, 2014. URL: <https://uk.reuters.com/article/uk-china-commerce-alipay/alibaba-payment-arm-says-it-handled-148-billion-in-transactions-in-2013-idUKBREA170DA20140208>

⁸ Gray A., Hutt R. This Chinese tech giant is now worth more than Facebook. World Economic Forum. Sep. 12, 2017. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2017/09/meet-china-s-social-media-giant-everything-you-need-to-know-about-tencent/>; Hollander R. WeChat has hit 1 billion monthly active users. Business Insider. Mar. 6, 2018. URL: <http://www.businessinsider.com/wechat-has-hit-1-billion-monthly-active-users-2018-3>; Jin J. China Social Media Landscape 2018. Kantar China Insights. Aug. 30, 2018. URL: <https://cn-en.kantar.com/media/social/2018/china-social-media-landscape-2018/>

⁹ Tabeta S., Kodaka W. JD.com builds coalition to challenge e-commerce leader Alibaba. Nikkei Asian Review. Oct. 18, 2017. URL: <https://asia.nikkei.com/Business/JD.com-builds-coalition-to-challenge-e-commerce-leader-Alibaba>

¹⁰ Chen L.Y., Nakamura Y. Inside Tencent's Struggle to Bring World's Hottest Game to China. Bloomberg. Updated on Aug. 24, 2018. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-08-23/fortnite-tencent-and-the-fate-of-world-s-biggest-game-market>

¹¹ China search engine market share in Apr 2017. China Internet Watch. May 15, 2017. URL: <https://www.chinainternetwatch.com/20538/search-engine-market-share-apr-2017/>

полистический контроль над рынками [Zhu, Smith 2016; Qi 2018: 2–3; Sun, Grimes 2018: 116–117]¹².

Однако в реальности они конкурируют между собой практически во всех основных сегментах интернет-бизнеса. Помимо стремления повысить прибыль и занять новые рыночные ниши, стимулом к этому стала синергия интернет-рынков и распространения мобильных устройств. Она обеспечила единый доступ к различным категориям услуг и ликвидировала «естественное» разграничение сфер ответственности ВАТ [Zhu, Smith 2016: 6–7]. Конкуренция только обостряется в связи с расширением деятельности корпораций на новые географические и технологические рынки, включая облачные вычисления, интернет-финансы (так называемый финтех), такси/каршеринг, шеринг велосипедов и услуги доставки питания. Внутри ВАТ несомненными лидерами выступают *Alibaba* и *Tencent*, которые по капитализации и оборотам вошли в конце 2010-х годов в число крупнейших мировых транснациональных корпораций¹³.

Важнейшим аспектом функционирования группы становится поэтапное превращение её участников в инновационно-технологические компании в силу актуализации ряда вызовов. С одной стороны, эксперты фиксируют умеренное замедление темпов роста профильных рынков КНР и некоторых показателей ВАТ [Tam, Chui 2018: 5, 7, 21, 33] на фоне ужесточения конкуренции. С другой – логика развития подталкивает участников группы к международной экспансии, где острая конкуренция с мировыми лидерами также требует новых

технологий и инноваций. Наиболее очевидны вызовы завоевания зарубежных рынков на примере *Baidu*, которая так и не смогла стать второй *Google*. В то же время и *Tencent* – за пределами онлайн-игр – испытывает затруднения с обеспечением присутствия своих социальных сервисов в США, ЕС, Японии и иных странах (глобальная аудитория всё ещё в 1,5–2 раза меньше, чем у *Facebook* и *Google*, а её основой остаются китайские пользователи¹⁴). *Alibaba* сталкивается с необходимостью локализации продуктов, решений и бизнес-моделей под местные условия и требования потребителей на Западе [Silk 2015: 28] так же, как ранее *eBay* и иные американские компании сегмента *e-commerce* испытывали сложности адаптации на рынке самого Китая [Wang 2012: 290, 299]¹⁵. Она также вынуждена иметь дело с жёсткой конкуренцией мощных глобальных и национальных игроков.

Всё это с неизбежностью привело к росту интереса ВАТ к инновациям, включая наиболее передовые технологии и новые бизнес-модели. Ранее технологические, маркетинговые и организационные усовершенствования, внедряемые представителями группы, выступали в основном аналогами американских решений. Ключевая ставка в их развитии делалась на лучшее понимание рынка и потребителей. Между тем потенциал роста на основе заимствований практически исчерпан, и требуются по-настоящему передовые решения. Как следствие с 2010-х годов ВАТ стали интенсивно наращивать затраты на исследования и разработки (ИР) и инвестиции в технологический сектор.

¹² China Mobile Payment Report 2017. URL: <https://walkthechat.com/china-mobile-payment-report-2017/>; Three Kingdoms, Two Empires. The Economist. Apr. 20, 2017. URL: <https://www.economist.com/business/2017/04/20/chinas-internet-giants-go-global>; Matsuda N. JD.com loses ground as growth shifts to China's smaller cities. Nikkei Asian Review. Mar. 04, 2019. URL: <https://asia.nikkei.com/Business/Companies/JD.com-loses-ground-as-growth-shifts-to-China-s-smaller-cities>.

¹³ См., например: Gray A., Hutt R. Op.cit.

¹⁴ Gray A., Hutt R. This Chinese tech giant is now worth more than Facebook. World Economic Forum. Sept. 12, 2017. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2017/09/meet-china-s-social-media-giant-everything-you-need-to-know-about-tencent/>

¹⁵ Wang H.H. How EBay Failed In China. Forbes. Sep 12, 2010. URL: <https://www.forbes.com/sites/china/2010/09/12/how-ebay-failed-in-china/#3868bbd5d57a>

Спектр технологических и инновационных интересов ВАТ широк. С одной стороны, это решения для текущих рынков. Например, *Alibaba* развивает «умную» логистику, позволяющую осуществлять максимально быструю доставку, вычисляя ближайшие склады и магазины. *Alibaba* и *Tencent* активно работают с финтехом и различными сервисами-агрегаторами. *Tencent* и *Baidu* стремятся к использованию поисковых запросов и данных из социальных сетей для определения потребительских предпочтений. С другой – всё большее внимание уделяется новым рыночным нишам, таким как облачные вычисления, цифровизация здравоохранения, создание «умных городов» и иных интеллектуальных инфраструктур, беспилотный и электро-транспорт¹⁶ [Casanova et al. 2018: 88]. В технологическом отношении ВАТ входят в число лидеров в сфере искусственного интеллекта, «больших данных» и распределенных реестров (блокчейн), робототехники и в иных областях. Начали представители группы работать и с адаптированными под зарубежный спрос бизнес-моделями, что служит одной из значимых мотиваций для инвестиций в стартапы на новых географических рынках.

2

Несмотря на существование целой группы иных крупных технологических «цифровых» корпораций – производителей персональной электроники и коммуникационных систем (*Xiaomi*, *Lenovo*, *Huawei*),

телекоммуникационных госкомпаний (*China Telecom*, *China Unicom*, *China Mobile*), мощных стартапов-«единорогов», наподобие *Aliyun* или *Meituan-Dianping* – ВАТ выступают драйверами и агентами развития интернет-рынков и во многом «цифровой» экономики Китая.

Наиболее простым объяснением сложившейся ситуации выступает масштаб и уникальное положение представителей этой группы на цифровых рынках (за пределом электроники), где конкуренция с ними попросту невозможна. Между тем использование их сервисов – условие коммерчески успешного масштабирования любого профильного продукта или услуги. Последнее, как можно понять, актуально и для некитайских компаний, особенно стартапов: инвестиции или сотрудничество с ВАТ становятся входным билетом на закрытый и достаточно специфический китайский рынок¹⁷.

Однако было бы неверно сводить всё только к монопольным позициям корпораций. *Во-первых*, большую роль играет уже упомянутый рост их технологических и инновационных компетенций и потенциала. Хотя по абсолютным объемам затрат на ИР ВАТ пока отстают от крупнейших китайских высокотехнологических компаний¹⁸, они уже значительны (особенно с учётом относительно низкой капиталоемкости информационных и интернет-технологий) и уверенно растут. В частности, в 2017 г. вложения в ИР *Alibaba* достигли 3,6–3,8 млрд долларов США, *Tencent* – 2,68 млрд, *Baidu* –

¹⁶ *Bajpai P.* Alibaba (BABA) Thinks Blockchain Will Change The World. Nasdaq. Sept. 5, 2018. URL: <https://www.cbinsights.com/research/china-baidu-alibaba-tencent-artificial-intelligence-dominance/>

¹⁷ Намёк на это, например, можно усмотреть в: *Springer T.* Down Almost 20% in 2018, Tencent Looks Like a Bargain. The Motley Fool. Aug 22, 2018. URL: <https://www.fool.com/investing/2018/08/22/down-almost-20-in-2018-tencent-looks-like-a-bargain.aspx>; Three Kingdoms, Two Empires. The Economist. Apr. 20, 2017. URL: <https://www.economist.com/business/2017/04/20/chinas-internet-giants-go-global>

¹⁸ Для сравнения: ИР Huawei в 2017 г. – 13,2 млрд. долл. США. См.: *Jiang S.* China's Huawei to raise annual R&D budget to at least \$15 billion. Reuters. July 26, 2018. URL: <https://www.reuters.com/article/us-huawei-r-d/chinas-huawei-to-raise-annual-rd-budget-to-at-least-15-billion-idUSKBN1KG169>

1,99 млрд¹⁹. При этом большая часть затрат на ИР трёх корпораций связана с перспективными технологическими направлениями. Например, по утверждениям функционеров *Baidu*, основные исследования и разработки компании сфокусированы на технологиях искусственного интеллекта²⁰. Повышается и качество ИР, активизируется работа с китайским и зарубежным технологическим и академическим сообществом, с привлечением лучших специалистов создаются мощные корпоративные исследовательские центры в Китае и за рубежом (в том числе в Кремниевой долине)²¹. Компании VAT становятся значимыми генераторами новых знаний и технологий как на китайском, так и на мировых рынках и как следствие перспективными партнёрами для широкого круга контрагентов, от организаций ИР до венчурных фондов.

Во-вторых, в реализации стратегии технологического лидерства VAT опираются на развитие системы партнёрств и экосистем с выраженным акцентом на молодых инновационных предприятиях – стартапах. Причиной является специфика рынка цифровых технологий и отличия корпоративной культуры представителей группы от

значительного числа китайских компаний, особенно государственных, нередко опасющихся избыточной открытости (VAT ближе к культуре, которая сформировалась в западных IT-гигантах).

Основной инструмент VAT – массивные инвестиции в перспективные стартапы. Направленность, масштаб и география вложений за последние годы были разнообразны: от нескольких десятков миллионов до более чем 8 млрд долларов, от «визионерской» *Tesla* до молодых специализированных стартапов, наподобие *Medbanks Network Technology*, от Китая и Индии до Финляндии и США [Casanova et al. 2018: 88]²². Об активности венчурной деятельности VAT говорит хотя бы тот факт, что только с первого квартала 2016 г. по конец первого квартала 2017 г. входящие в группу компании сделали 14 (!) инвестиций размером в 1 млрд долларов и более – и это не считая более мелких вложений²³. Наиболее активным инвестором выступает *Tencent* (более 340 сделок по состоянию на конец 2018 года, включая 197, в которых компания выступает ведущим инвестором). С некоторым отрывом за ней следует *Alibaba*²⁴. Значительное число стартапов и

¹⁹ *Beaver L.* Alibaba is more than doubling its R&D spend. *Business Insider*. Oct.12, 2017. URL: <https://www.businessinsider.com/alibaba-is-more-than-doubling-its-rd-spend-2017-10>; Tencent Holdings 2017 Annual Report. URL: <http://www.tencent.com/en-us/articles/17000391523362601.pdf>. P. 180; Baidu Inc.'s Annual Report on Form 20-F for the year ended 31 December 2017. URL: http://media.corporate-ir.net/media_files/IROL/18/188488/2018/Baidu%202017%20Form%2020-F.pdf P.3; Chinese companies' R&D spending growth leads the world. *Strategy&.* PWC. Jan. 11. 2018. URL: <https://www.strategyand.pwc.com/cn/press-release/2018-innovation1000-cne>; Alibaba Group Holding Limited. Annual Report on Form 20-F. For the fiscal year ended March 31, 2018. Commission file number 001-36614. URL: https://www.alibabagroup.com/en/ir/pdf/agm180728_ar.pdf

²⁰ *Wang Y.* Inside Baidu's Billion Dollar Push To Become An AI Global Leader. *Forbes*. May 8, 2017. URL: <https://www.forbes.com/sites/ywang/2017/05/08/inside-baidus-billion-dollar-push-to-become-an-ai-global-leader/#41b95be53516>

²¹ *Shu C.* Alibaba Group will invest \$15B into a new global research and development program. *Techcrunch*. Oct.10, 2017. URL: <https://techcrunch.com/2017/10/10/alibaba-group-will-invest-15b-into-a-new-global-research-and-development-program/>; Baidu Opens Silicon Valley Lab, Appoints Andrew Ng as Head of Baidu Research. *Baidu*. May 16, 2014. URL: <http://ir.baidu.com/phoenix.zhtml?c=188488&p=irol-newsArticle&ID=1931950>; Pham S. Why China still needs Silicon Valley. *CNN Business*. Dec.16, 2018. URL: <https://edition.cnn.com/2018/12/16/tech/china-tech-silicon-valley/index.html>

²² *Three Kingdoms, Two Empires.* *The Economist*. Apr. 20, 2017. URL: <https://www.economist.com/business/2017/04/20/chinas-internet-giants-go-global>

²³ *Three Kingdoms, Two Empires.* *The Economist*. Apr. 20, 2017. URL: <https://www.economist.com/business/2017/04/20/chinas-internet-giants-go-global>

²⁴ С данными по числу, получателю и объёму (где доступно) инвестиций можно ознакомиться на специализированном ресурсе <https://www.crunchbase.com>

фондов создаётся выходцами из ВАТ, большинство которых остаются в орбите влияния материнской компании.

За счёт масштаба инвестиций и экосистемного подхода представители группы стали структурообразующим элементом системы инновационного развития КНР в интернет-сфере и во многом венчурной индустрии страны. В одном только 2016 г. доля ВАТ в общем объёме венчурных инвестиций КНР составила 42% [Woetzel et al. 2017b: 27] (для сравнения, доля FA(A)NG – лишь 5% от венчурных инвестиций в США). 30% стартапов получили прямое финансирование ВАТ и их дочерних структур, а каждый пятый стартап в Китае был или основан, или поддержан финансами корпораций, включаемых в группу, или теми, кто работал в этих компаниях [Woetzel et al. 2017a: 10; Woetzel et al. 2017b]. Причём в силу постепенного расширения сферы интересов ВАТ эта роль всё более усиливается, оказывая мощнейшее влияние на смежные направления, от финтеха до интернета вещей.

Помимо непосредственного влияния на развитие интернет-рынков и «цифровой экономики» КНР, фиксируется также значимое опосредованное влияние ВАТ на процессы цифровой трансформации, ведущее к появлению подчас непредвиденных положительных результатов. Хорошим кейсом являются «деревни *Taobao*» [Qi et al. 2018; Fan et al 2018]. Речь идёт о поселениях, где появление платформ электронной коммерции приводит к росту числа предприятий и производства продукции, занятости, диверсификации локальной экономики (за счёт снижения издержек доступа на общенациональный и мировой рынки, ликвидации «узких мест» логистики и информационных асимметрий). Вместе с тем и за пределами регионального развития ВАТ оказывают существенное влияние на качество жизни граждан КНР, возможности малого и среднего предпринимательства и др. Реалистичными представляются

заявления Джека Ма 2013 г. о том, что 20 тыс. работников *Alibaba* косвенно поддерживают занятость 10 млн китайцев²⁵.

З

Серьёзным вопросом предстаёт оценка роли государственной политики в определении причин усиления ВАТ, их роли в развитии цифровой экономики КНР и будущности этих процессов. При этом деятельность регулятора в сфере интернет-рынков и цифровой экономики прошла несколько стадий развития.

Изначально Пекин ставил задачи сокращения разрыва с ведущими странами мира за счёт развития интернет-инфраструктуры, но уже с 2000-х годов на фоне быстрого роста новых рынков государство обратило внимание и на них [Пиковер 2009; Yu et al. 2012; Kshetri 2016; Xia 2016; Ревенко 2017; Данилин 2018]. Основой нового подхода стала вполне традиционная логика поддержки национальных чемпионов – сверхкрупных компаний, которые должны были обеспечить развитие рынков, технологий, цепочек добавленной стоимости с перспективой создания собственных оригинальных инноваций и экспансии за рубеж.

Формально можно говорить о том, что государственные мероприятия сыграли большую, если не сказать определяющую роль в быстром росте ВАТ. Наиболее известной мерой поддержки стали ограничения деятельности крупных зарубежных компаний на китайском рынке. Де-факто они действовали всегда, но были усилены с 2010 года. Были заблокированы сервисы *Google*, *Facebook*, *WhatsApp*, *Twitter*, системы *Visa* и *Mastercard*, а также менее крупные, но также потенциально опасные конкуренты, наподобие южнокорейских мессенджеров *Kakao Talk* и *Line* [Pau, Maher 2015; *Ferracane*, *Lee-Makiyama* 2017; Shen 2012].

Кроме того, процесс нормативно-правового оформления интернет-рынков, вошедший в активную фазу с начала 2010-х

²⁵ Internet Plus: Premier Li's new tech tool Internet Plus: Premier Li's new tech tool. The State Council, People's Republic of China. Mar 13, 2015. URL: http://english.gov.cn/premier/news/2015/03/13/content_281475070887811.htm

годов, был отмечен более чем благожелательным отношением регуляторов к ВАТ [Yue 2017: 3]. Наиболее показательным примером стала сфера финтеха, особенно онлайн-банкинга. В доступе на достаточно закрытый и зарегулированный рынок финансов представители группы добились от государства серьёзных уступок, которые, по мнению ряда экспертов и обозревателей, едва ли были возможны для иных экономических агентов [Kshetri 2017: 62; Casanova et al. 2018: 82–83]²⁶. В качестве другого примера можно указать на то, что к ВАТ, контролирующим свои сегменты рынка, правительство не выдвигает претензий в монополизме в силу того, что антимонопольное регулирование КНР лояльно к национальным чемпионам.

С 2010-х годов ВАТ оказались также бенефициаром технологической политики Китая. Помимо косвенных выгод от огромных инвестиций в ИР по направлениям, интересующим эти корпорации, и поддержки развития венчурной индустрии – включая мощные вливания государственного капитала в инвестиционные фонды²⁷, в целом ряде случаев компании цифровой триады официально стали лидерами национальных программ и проектов. Например, в 2017 г. *Baidu* возглавила первую национальную инженерную лабораторию по глубинному обучению (*deep learning*) при сотрудничестве с Университетом Циньхуа, Китайской академией информационных и коммуникационных технологий и Пекинским институтом стандартизации электроники [Woetzel et al. 2017a: 16; Woetzel et al. 2017b]. Этот процесс вышел на новый уровень в 2015 г. с принятием плана «Интернет+». Наконец, ВАТ явно извлекли выгоду из иных круп-

ных инициатив китайского правительства, включая проект «Один пояс – один путь»²⁸.

Всё же, несмотря на большое значение правительственных мер в превращении рассматриваемой триады в лидеров рынка, не следует считать усилия государства определяющими или однозначно полезными на всех этапах становления ВАТ. Первоначально ставку в развитии интернет-рынков Пекин делал на государственные (муниципальные) торговые площадки и крупнейшие госкомпании в телекоммуникационной сфере [Пиковер 2009: 46, 48–50; Xia 2016: 81; Woetzel et al. 2017a: 16]. Не считая общих установок тогдашней китайской политики, такой шаг объяснялся ещё и тем, что ВАТ были зарегистрированы в офшорных юрисдикциях (Гонконг, Каймановы острова), а в структуре их собственников доминировали зарубежные, в том числе американские и японские, инвесторы. Тем не менее в силу ригидности менеджмента и поиска лучших технологий вместо отработки оптимальных рыночных решений государственные компании уже к середине – второй половине 2000-х годов безнадежно отстали от ВАТ [Xia 2016: 81–82], которые начали доминировать в своих сегментах рынка. Только с этого момента внимание правительства постепенно переключилось на поддержку новых лидеров.

По мнению ряда авторов, как раз отсутствие систематического вмешательства Пекина, попыток регулирования деятельности интернет-рынков и самих ВАТ на стадии их становления оказалось значимым фактором быстрого роста представителей этой группы. В условиях относительного невнимания со стороны правительства субъекты рынка смогли сами сформировать новые бизнес-модели и

²⁶ Показательно, что финансовая экспансия ВАТ вызывает, по данным ряда обозревателей, неудовольствие банковского сообщества КНР, но оно не в силах повлиять на ситуацию. См.: Sender H. Why Tencent and Alibaba are China's most powerful investors. *Nikkei Asian Review*. Sept. 20, 2017. URL: <https://asia.nikkei.com/Features/Cover-story/Why-Tencent-and-Alibaba-are-China-s-most-powerful-investors>

²⁷ Feifei F. China takes steps to further boost startups. *China Daily*. Dec 8, 2017. URL: http://english.gov.cn/state_council/ministries/2017/12/08/content_281475969117324.htm

²⁸ Wei H. AliExpress aims to have 1 billion international customers within seven years // *China Daily*. Apr. 11, 2017. URL: http://www.chinadaily.com.cn/business/2017-04/11/content_28869320.htm

практики [Xia 2012; Amiri 2013; Xia 2016; Woetzel et al. 2017b]²⁹. Иными словами, в Китае был реализован своего рода режим регуляторной «песочницы». Частично это было следствием распространённой практики облегчённого регулирования новых или приоритетных отраслей/рынков [Guttman et al. 2018: 11–12] – прежде всего на региональном уровне. Однако в контексте общей картины не менее значимыми причинами были лаг в оценке бюрократическим аппаратом происходящих изменений и сложности с определением необходимых мер, из-за чего ВАТ и часть интернет-экономики оставались вне фокуса государственной поддержки. Что, впрочем, вполне естественно: в 2000-х годах темп изменений интернет-рынков был фантастически высок, а тренды не столь однозначны, так что не только в КНР, но и в США лучшие практики регулирования только формировались.

Впоследствии же, когда китайское руководство перешло к проведению систематических мер в отношении интернет-рынков и акцентировало роль ВАТ, последние, благодаря накопленному опыту и завоёванным позициям, уже выступали как значимые участники этого процесса, рационализируя государственную политику. Это подтверждается хотя бы проактивной позицией ВАТ в формировании регулирования финтеха [Woetzel et al. 2017a: 15; Woetzel et al. 2017b], а равно и тем фактом, что именно высоко-

технологические компании предложили концепцию плана «Интернет+»³⁰ и участвовали в его проработке.

Впрочем, и на этой более поздней стадии роль государства следует оценивать трезво. В частности, не стоит предполагать идеального понимания бюрократическим аппаратом интересов цифровой «триады» или же её безусловной поддержки правительством. Опуская вопросы контроля за интернет-пространством или торговые диспуты с ЕС и США, наиболее ярким примером стал отказ китайских властей в 2018 г. одобрить две новые игры *Tencent: Dragon Hunter* и *Player Unknown Battlegrounds*. Решение, обосновывавшееся предотвращением роста близорукости у китайских подростков³¹, привело к обвалу на 20% цен на акции компании в 2018 году, из-за чего она покинула список 10 крупнейших по капитализации предприятий мира³². В то же время и без подобных политических казусов многие регуляторные и нормативно-правовые решения правительства имели запоздалый, паллиативный или фрагментированный характер, далеко не всегда оптимально решая проблемы ВАТ [Xia 2012: 508; Woetzel et al. 2017b: 14; Чжан 2017]. Отсутствие негативных последствий следует объяснять бурным ростом рынков и возможностью маневра в исполнении некоторых государственных решений [Xia 2012: 508].

Таким образом, при оценке государственной политики следует учитывать как

²⁹ Three Kingdoms, Two Empires. The Economist. Apr. 20, 2017. URL: <https://www.economist.com/business/2017/04/20/chinas-internet-giants-go-global>; Springer T. Down Almost 20% in 2018, Tencent Looks Like a Bargain. The Motley Fool. Aug 22, 2018. URL: <https://www.fool.com/investing/2018/08/22/down-almost-20-in-2018-tencent-looks-like-a-bargain.aspx>

³⁰ China unveils Internet Plus action plan to fuel growth. The State Council, People's Republic of China. July 4, 2015. URL: http://english.gov.cn/policies/latest_releases/2015/07/04/content_281475140165588.htm

³¹ Все видеоигры в КНР подлежат государственному лицензированию, включая проверку на наличие контента, «несоответствующего» политическим, культурно-идеологическим или иным соображениям. Поскольку критерии отбора не оглашаются, а процесс непрозрачен, понять, не были ли в данном случае найдены подобные «несоответствия», невозможно. Так или иначе, с середины 2018 г. до момента сдачи данной статьи в редакцию лицензирование всех новых видеоигр в КНР было приостановлено.

³² Springer T. Down Almost 20% in 2018, Tencent Looks Like a Bargain. The Motley Fool. Aug 22, 2018. URL: <https://www.fool.com/investing/2018/08/22/down-almost-20-in-2018-tencent-looks-like-a-bargain.aspx>; Kharpal A. Chinese tech stocks were meant to take on FANGs – but \$168 billion has been wiped off their value. CNBC. Sept. 20, 2018. URL: <https://www.cnbc.com/2018/09/20/chinese-tech-stocks-versus-fangs-trade-war.html>

минимум два её измерения. Поддержка национальных чемпионов явно позволила рассматриваемой триаде перейти к проактивной повестке технологического развития по наиболее передовым направлениям и частично поддержала её глобальную экспансию (в том числе за счёт тепличных условий для аккумуляирования ресурсов). Однако становление ВАТ как рыночных лидеров и связанная с этим процессом инновационная деятельность не могут быть объяснены только действиями правительства. Скорее, большую роль сыграли рамочные усилия государства по расширению использования цифровых технологий (включая телекоммуникационную инфраструктуру), систематизации нормативно-правового обеспечения интернет-сферы, совершенствование институтов и структурные реформы.

В текущей ситуации, однако, основным вопросом становятся перспективы влияния государственной политики как на самих национальных чемпионов, так и на интернет-рынки и цифровую экономику КНР. Можно идентифицировать несколько вызовов, связанных с доминированием в китайской инновационно-технологической повестке подходов, сложившихся в иных исторических реалиях и для иных, традиционных отраслей. Традиционализм в мышлении регулятора, в частности, нашёл отражение в применении к интернет-рынкам достаточно архаичных инструментов промышленной политики, наподобие блокирования конкурентов.

В первую очередь речь идёт о во многом рукотворной монополии нескольких сверхкрупных игроков и явно гипертрофированной поддержке бурного роста интернет-технологий в их интересах. Эти процессы сыграли позитивную роль в развитии интернет-сектора КНР, но в перспективе ведут к искажению сигналов рынка и прово-

цированию рисков снижения эффективности развития ВАТ – а, с учётом роли и масштаба трёх компаний, и всей цифровой экономики КНР. Наиболее серьёзной проблемой является де-факто подавление перспективных направлений развития, «подрывных» инноваций и предприятий [Ревенко 2017: 122–123; Sun, Grimes 2018: 118–119]³³. Ситуация дополняется вполне традиционным набором проблем монопольных рынков и избыточной государственной поддержки, включая нарушения баланса между собственными интересами ВАТ и задачами развития интернет-рынков КНР, а также вероятность рентного поведения субъектов.

Специфической проблемой, масштаб которой оценить сложно, выступает проекция более общих установок китайской политики на ВАТ и на весь сегмент интернет-экономики. Это, *во-первых*, касается «технонационализма», тем более в условиях торговой войны с США, когда импортозамещению критических технологий уделяется всё большее внимание Пекина. В силу специфики рынка и происхождения представители ВАТ слабее ощущают подобные сигналы, но не могут быть полностью резистентны к базовым национальным подходам к развитию технологического сектора [Shen 2012; Ferracane, Lee-Makiyama 2017]. По опыту телекоммуникационной сферы проводимая Пекином политика может иметь негативные последствия для развития из-за выбора неоптимальных решений [Yu et al., 2012; Amiri et al. 2013; Xia 2016; Kshetri 2016]. Равным образом она может спровоцировать реакцию стран Запада на искусственные преференции для ВАТ. Отдельной темой выступает китайская политика контроля над Интернетом, по мнению экспертов вызывающая опасения у западных пользователей [Silk 2015: 13, 21; Casanova et al. 2018: 107].

³³ По остроумному выражению обозревателя Nikkei Asian Review, вместо характерной для Кремниевой долины логики «winner takes all» господствует подход «winner kills all». Sender H. Why Tencent and Alibaba are China's most powerful investors. Nikkei Asian Review. Sept. 20, 2017. URL: <https://asia.nikkei.com/Features/Cover-story/Why-Tencent-and-Alibaba-are-China-s-most-powerful-investors>

Хотя переоценивать эти вызовы не стоит, можно с известной долей осторожности говорить о том, что позитивное влияние государственной политики на развитие ВАТ и реализацию придаваемой им функции национальных чемпионов становится всё менее очевидным.

* * *

К концу 2010-х годов ВАТ окончательно закрепились в ранге ключевых игроков интернет-экономики Китая и драйверов её развития. Выгодные рыночные условия, успешный выбор стратегий, благожелательное отношение регуляторов и государственная поддержка, доминирование на рынке КНР и огромные финансовые ресурсы позволяют рассматриваемой триаде компаний обеспечить развитие, координацию и структуризацию интернет-сегмента НИС, в том числе за пределами корпоративных экосистем. Это касается как общих показателей отраслевого инновационного развития, так и создания передовых технологий и решений, реализации лидерского потенциала на новых рынках.

С учётом же феномена «деревень *Taobao*», эволюции цифровых финансов (существенно оптимизировавших как минимум сегмент потребительских финансовых услуг) и иных результатов деятельности ВАТ следует ожидать также рост положительного влияния на цифровую трансформацию экономики КНР в целом, включая традиционные рынки, подотрасли и регионы. В данном случае сам характер (цифровые технологии и платформы как набор стандартов и требований) и диверсификация направлений деятельности представителей группы становятся факторами, обеспечивающими диффузию новых деловых, организационных и социокультурных норм, лучших практик и иные эффекты. Важен и диалог ВАТ с властью в рамках формирования и реализации политики, направленной на трансформацию китайской экономики.

Стоит отметить также значимые эффекты ВАТ для эволюции институтов китайской НИС через разработку норм и практик

цифровой инновационной деятельности в рамках корпоративных экосистем, рост качества человеческого капитала и новых технологий, влияние на инновационную политику. Как минимум на среднесрочную перспективу большая часть факторов успеха представителей группы останется в силе (рост рынков и среднего класса КНР, государственная поддержка, общие тренды развития НИС), хотя их значение и масштаб будут постепенно ослабевать. Это значит, что позиции ВАТ и реализация их агентской функции в сфере цифровой экономики Китая сохранятся.

Однако уже понятно, что существующая модель развития и реализации придаваемых им задач национальных чемпионов требует изменений. Несмотря на видимые преимущества, связанные с концентрацией ресурсов и относительной свободой действий, налицо несбалансированность инновационно-технологического развития интернет-сегмента экономики Китая. Наиболее очевидным вызовом, как уже было сказано, выступает преодоление сопутствующего ущерба от приписывания бизнесу государством дополнительных задач — прежде всего риски монополизма, включая корпоративные конфликты.

Отдельные негативные сигналы различимы уже сейчас. Не говоря о всё более призрачных возможностях роста компаний, независимых от ВАТ, а также структурирование инновационно-технологического развития под требования, диктуемые триадой (снижает шансы появления жизнеспособных альтернатив), характерный пример дает жёсткая конкуренция между *Alibaba* и *Tencent* за доминирование на перспективных рынках. Помимо огромных финансовых потерь она уже приводит к более острому, чем в США и иных странах Запада, противостоянию конкурирующих корпоративных инновационных экосистем — вплоть до «войн» против стартапов, связанных с противоположной стороной. Проявлением возможных следствий этой борьбы становится всё более выраженное стремление зарубежных венчурных финансовых структур (наподобие

американского *Sequoia Capital China* или японского *Sofibank*) сохранять нейтралитет в отношении ВАТ в своей инвестиционной политике³⁴.

Подобного рода аномалии развития инновационных экосистем ведут к снижению возможностей синергий, диффузии лучших практик и информационных обменов и иным негативным последствиям. Аналогичным образом острая конкуренция на всех фронтах ведёт к ограничению зон кооперации самих ВАТ, что не всегда оптимально с точки зрения функции агентов развития как с ресурсной, так и с компетентностной точки зрения. В частности, случаи совместного инвестирования *Alibaba* и *Tencent* носят исключительный характер. Среди них, например, онлайн-страховая компания (2013)³⁵ и сервис такси *Didi Chuxing*, причём последний был создан вынужденно, после жесточайшей ценовой войны, за счёт слияния двух конкурирующих фирм, принадлежащих упомянутым цифровым гигантам.

Отдельным серьёзным вызовом выступает переход ВАТ от имитационной и национально-ориентированной к инновационной и глобальной модели – при сохранении специфических условий и требований, определяемых логикой китайской политики, приписывания им задач национальных чемпионов. Рост конкуренции в самой КНР и выход на глобальные рынки, где уже действуют мощные и инновационно-активные компании, требует повышения качества научно-технологического и инновационного развития представителей группы, включая систему управления инновациями и корпоративными инновационными экосистемами. Исторически ВАТ демонстрировали спо-

собность к изменениям и к серьёзным, в том числе подрывным, инновациям. Вместе с тем эти успехи преимущественно относились к рынку КНР и к организационным и маркетинговым, а не технологическим инновациям [Woetzel et al. 2017a: 8; Kshetri 2017: 62]³⁶.

Работа на новых географических, технологических и отраслевых рынках, да ещё и в условиях ныне гигантского масштаба операций и сети партнёрств, не может быть простой репликацией имеющегося опыта и потребует высокого качества управления, креативного подхода, напряжённой деятельности [Silk 2015: 26]. В частности, предстоит кропотливая работа по рационализации технологических стратегий, которые пока выглядят как попытка продвижения почти по всем перспективным направлениям цифровой трансформации одновременно. Не менее важно, что ВАТ предстоит оптимизация своих огромных – и продолжающих расширяться – инновационных экосистем, которые, благодаря уникальным условиям функционирования, все эти годы росли явно избыточно быстро, особенно в сравнении с конкурентами (FA(A)NG). Непростым вопросом остаётся и повышение качества научно-технологического и инновационного развития на стороне академических партнёров и венчурной индустрии. При этом ВАТ придется действовать в условиях меняющегося внутреннего и внешнего контекста развития и опять же с учётом де-факто вменённых агентских требований регуляторов.

Пока что большая часть этих вызовов нивелируется за счёт эффектов масштаба и сохранения актуальности основных факторов развития ВАТ. Эксплуатируя резервы роста на огромном рынке КНР и произво-

³⁴ Sender H. Why Tencent and Alibaba are China's most powerful investors. Nikkei Asian Review. Sept. 20, 2017. URL: <https://asia.nikkei.com/Features/Cover-story/Why-Tencent-and-Alibaba-are-China-s-most-powerful-investors>

³⁵ Sender H. Why Tencent and Alibaba are China's most powerful investors. Nikkei Asian Review. Sept. 20, 2017. URL: <https://asia.nikkei.com/Features/Cover-story/Why-Tencent-and-Alibaba-are-China-s-most-powerful-investors>

³⁶ Dowling S. How Former Rivals Became China's Fourth Largest Unicorn On The Cusp Of An IPO. Crunchbase. June 18, 2018. URL: <https://news.crunchbase.com/news/how-former-rivals-became-chinas-fourth-largest-unicorn-on-the-cusp-of-an-ipo/>

дные от них возможности (прибыль, привлечение инвестиций и интерес партнёров, государственная поддержка), корпорации накопили огромный ресурсный потенциал. Помимо устойчивости к различным негативным трендам, он обеспечивает им возможность роста и экспансии в технологической сфере. Проблема в том, что расширенные вложения в ИР и серийное поглощение стартапов явно рассматриваются компаниями как едва ли не ключевой фактор преодоления ограничений развития на будущее. Между тем ажиотажная скупка компаний, стремительный рост инвестиций и затрат не могут продолжаться вечно. Они частично зависимы от господдержки и в любом случае вовсе не обязательно гарантируют высокие качественные показатели. Это возвращает нас к вопросу о необходимости комплексной оптимизации стратегий, деятельности и экосистем ВАТ, а равно и государственных усилий.

Этот процесс будет в немалой мере определяться эволюцией подходов и идеологии государственной политики. Отход от прямых интервенций в пользу косвенных мер поддержки ВАТ и интернет-рынков уже состоялся, несмотря на отдельные рецидивы применения архаичных инструментов промышленной политики. В то же время в условиях, когда основное внимание следует уделить качеству процессов, явно требуется коррекция или переосмысление прежней стратегии в отношении агентов развития и интернет-рынков.

В частности, речь идёт о совершенствовании конкурентной и инновационной политики, включая поощрение горизонтальных связей между различными субъектами, формирование возможностей для новых, независимых компаний-лидеров (при сохранении поддержки ВАТ и купирования вероятных рисков), создании платформ диалога властей различного уровня с бизнесом и наукой и иных мерах, коррелирующих с общей эволюцией современной промышленной политики [Rodrik 2008; Warwick 2013]. Параллельно важным вопросом выступает формирование нового подхода к диффузии цифровых технологий и практик в масштабе экономики – что станет естественным драйвером и для трансформаций интернет-рынков и инновационных систем интернет-сектора.

Серьёзность указанных вызовов и ассоциированных рисков не стоит драматизировать в силу достаточно устойчивых позиций ВАТ и темпа их развития. Вместе с тем мощь триады такова, что даже небольшие флуктуации будут иметь большое значение для их роли на мировой арене, а также для динамики развития интернет-рынков Китая. Не будет преувеличением сказать, что развитие ВАТ и цифровой экономики остаётся задачей национального масштаба, корректное решение которой и китайским властям, и самим корпорациям ещё предстоит найти – причём в контексте изменения политики, экономики и НИС КНР.

Список литературы

- Данилин И.В. Политические и социальные вызовы развития цифровой экономики: опыт КНР // Южно-российский журнал социальных наук. 2018. №4. С. 25–39.
- Кристенсен К. Дилемма инноватора. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 239 с.
- Пиковер А. Интернет и развитие электронной торговли в КНР // Проблемы Дальнего Востока. 2009. № 1. С. 45–57.
- Ревенко Н.С. Цифровая экономика Китая: новый этап экономического развития страны // Информационное общество. 2017. №4-5. С. 43–50.
- Чжан Д. Современное состояние цифровой экономики в Китае и перспективы сотрудничества между Китаем и Россией в данной области // Власть. 2017. №9. С. 37–43.
- Amiri S., Campbell S.D., Ruan Y. China's Government Expenditures, Policies, and Promotion of the ICT Industry // International Journal of Applied Science and Technology. 2013. Vol. 3. No. 1. P. 7–18.
- Casanova L., Cornelius P.K., Dutta S. Financing Entrepreneurship and Innovation in Emerging Markets. San Diego: Academic Press: 2018. 318 p.
- Guttman D., Xia D., Tang S. China's campaign-style Internet finance governance: Causes, effects, and lessons learned for new information-based approaches to governance // Computer Law & Security

- Review. Article in Press, Corrected Proof. Available online since Nov.27, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2018.11.002>. 12 p.
- Fan J., Tang L., Zhu W., Zou B.* The Alibaba effect: Spatial consumption inequality and the welfare gains from e-commerce // *Journal of International Economics*. 2018. Vol. 114. P. 203–220.
- Ferracane M.F., Lee-Makiyama H.* China's technology protection and its non-negotiable rationales. The European Centre for International Political Economy (ECIPE). 2017. URL: https://ecipe.org/wp-content/uploads/2017/06/DTE_China_TWP_REVIEWED.pdf. 23 p. (дата обращения: 08.09.2018).
- Kshetri N.* Institutional and economic factors affecting the development of the Chinese cloud computing industry and market // *Telecommunications Policy*. 2016. Vol. 40. Issue 2. P. 116–129.
- Kshetri N.* The evolution of the internet of things industry and market in China: An interplay of institutions, demands and supply // *Telecommunications Policy*. 2017. Vol. 41. Issue 1. P. 49–67.
- Pau J., Maher J.* China's Digital Economy Goes Global. Asia Business Council. 2015. 10 p. URL: <http://www.asiabusinesscouncil.org/docs/ChinaDigital.pdf>. (дата обращения: 11.09.2018).
- Qi J., Zheng X., Guo H.* The formation of Taobao villages in China // *China Economic Review*. 2019. Vol. 53. P. 106–127.
- Rodrik D.* Normalizing Industrial Policy. The Commission on Growth and Development. Working Paper No. 3. The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. Wash.: 2008. 50 p. URL: https://siteresources.worldbank.org/EXTPREMNET/Resources/489960-1338997241035/Growth_Commission_Working_Paper_3_Normalizing_Industrial_Policy.pdf. (дата обращения: 01.02.2018).
- Shen W.* Deconstructing the myth of Alipay Drama—Repoliticizing foreign investment in the telecommunications sector in China // *Telecommunications Policy*. 2012. Vol. 36. No. 10–11. P. 929–942.
- Silk A.* Going Out or Staying In? Conceptualising the Internationalisation of China's Internet Giants. A Case Study of Baidu, Alibaba and Tencent. Ed. by Prof K. Brown. Lau China Institute Working Paper Series. King's College London. 2015. 36 p. URL: <https://www.kcl.ac.uk/sspp/departments/lci/documents/working-papers/ali-silk.pdf> (дата обращения: 21.12.2018).
- Sun Y., Grimes S.* China and Global Value Chains. N.Y., Abingdon: Routledge, 2018. 180 p.
- Tam T.W., Chui S.* China Internet Sector. China // *Hong Kong Industry Focus*. DBS Group Research. Mar 15, 2018. 78 p. URL: https://www.dbs.com/aics/pdfController.page?pdfpath=/content/article/pdf/AIO/032018/180315_insights_shifting_to_online_ads.pdf. (дата обращения: 20.11.2018).
- Tencent Research Institute. Report on "Internet plus" Digital economic summit. (2018, Apr. 12–13). 2018. URL: <http://www.tisi.org/5025>. (дата обращения: 01.06.2018).
- Wang X.* Foreign direct investment and innovation in China's e-commerce sector // *Journal of Asian Economics*. 2012. Vol. 23. No. 3. P. 288–301.
- Warwick K.* Beyond Industrial Policy: Emerging Issues and New Trends. OECD Science, Technology and Industry Policy Papers, No. 2. Paris: OECD Publishing, 2013. 57 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/5k4869clwOxp-en> (дата обращения: 21.11.2018).
- Woetzel J., Seong J., Wang K.W., Manyika J., Chui M., Wong W.* China's Digital Economy. A leading Global Force. Discussion Paper. McKinsey Global Institute. 2017(a). 24 p. URL: <https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Featured%20Insights/China/Chinas%20digital%20economy%20A%20leading%20global%20force/MGI-Chinas-digital-economy-A-leading-global-force.ashx>. (дата обращения: 15.08.2018).
- Woetzel J., Seong J., Wang K.W., Manyika J., Chui M., Wong W.* Digital China: Powering the Economy to Global Competitiveness. McKinsey Global Institute. 2017(b). 176 p. URL: <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/featured%20insights/China/Digital%20China%20Powering%20the%20economy%20to%20global%20competitiveness/MGI-Digital-China-Executive-summary-December-20-2017.ashx>. (дата обращения: 15.08.2018).
- Xia J.* Competition and regulation in China's 3G/4G mobile communications industry — Institutions, governance, and telecom SOEs // *Telecommunications Policy*. 2012. Vol. 36. Issue 7. P. 503–552.
- Xia J.* Convergence and liberalization in China's ICT sector: New market and new ecosystem // *Telecommunications Policy*. 2016. Vol. 40. Issue 2–3. P. 81–88.
- Yu J., Zhang Y., Gao P.* Examining China's technology policies for wireless broadband infrastructure // *Telecommunications Policy*. 2012. Vol. 36. Issue 10–11. P. 847–857.
- Yue H.* National Report on E-Commerce Development in China. United Nations Industrial Development Organization. Inclusive and Sustainable Industrial Development Working Paper Series. 2017. 35 p. URL: <https://www.unido.org/api/opentext/documents/download/9921295/unido-file-9921295>. (дата обращения: 01.09.2018).
- Zhu F., Smith A.* Baidu, Alibaba, and Tencent: The Three Kingdoms of the Chinese Internet. Case Study. Harvard Business Review. 2016. 20 p.

BAT ROLE IN THE DEVELOPMENT OF CHINESE INTERNET MARKETS AND THE FUTURE CHALLENGES FOR THE PRC DIGITAL ECONOMY

IVAN DANILIN

Primakov's Institute of World Economy and International Relations of the Russian Academy of Sciences, Moscow 117997, Russia

Abstract

Digital economy – with Internet economy as an important part of it – is among key PRC responses to new developmental challenges. Baidu, Alibaba and Tencent (BAT) as unchallenged leaders of the Internet markets, play here an important role. Due to increased competition, global expansion, and declining efficiency of imitational innovations, BAT are turning into technology companies, investing huge resources in startups (BAT are biggest investors on PRC venture capital markets) and research and development in the most promising areas. As a result, BAT are now key actors and drivers of the Internet and digital economy in the PRC. Moreover, through the spillover effects and implications for inclusive growth, BAT stimulates changes in other industries and regional markets. Government policy played an important role in these processes, although, it was not always effective. At first, regulators preferred state-owned enterprises, but their failures led government to refocus its efforts, choosing BAT as agents for the development of new markets. However, the period of a very moderate government interventions in BAT's efforts gave BAT needed freedom to develop optimal market solutions and ensure growth. Since 2010s, state policy supported market monopolization by BAT, their international expansion and innovation efforts. For the future, BAT will still play a major role in the development of the Chinese Internet economy. However, challenges are also growing. Innovation development of the PRC Internet markets are imbalanced due to the policy-driven dominance of BAT, with possibly negative consequences of monopolization. High risks are also associated with archaic industrial policy instruments used for supporting BAT. There is also a clear need to optimize BAT's enormous ecosystems and rationalize hyperactive technological efforts. Changes in BAT strategies are needed – as well as the evolution of governmental approaches towards the agents for development (rising support of competition, new actors, horizontal links in the ecosystems, emphasis on qualitative changes, etc.). Serious weakening of BAT is extremely unlikely, but even small fluctuations will be of great importance for their positions on global markets, development of China's Internet industries. In many respects, they will define Chinese innovation system and the digital transformation of the PRC economy.

Keywords:

China; Digital Economy; Internet Markets; digital technologies; innovation ecosystems; Baidu, Alibaba, Tencent (BAT); Digital Policy; Industrial Policy.

References

- Amiri S., Campbell S.D., Ruan Y. (2013). China's Government Expenditures, Policies, and Promotion of the ICT Industry. *International Journal of Applied Science and Technology*. Vol. 3. No. 1. P. 7–18.
- Casanova L., Cornelius P.K., Dutta S. (2018). *Financing Entrepreneurship and Innovation in Emerging Markets*. San Diego: Academic Press. 318 p.
- Christensen C. (2004). *Dilemma Innovator* [Innovator's Dilemma]. Moskva: Al'pina Biznes Books. 239 p.

- Danilin I.V. (2018). Politicheskie i social'nye vyzovy razvitiya cifrovoj jekonomiki: opyt KNR [Political and social challenges of the digital economy development: the experience of the PRC]. *Juzhno-rossijskij zhurnal social'nyh nauk*. No. 4. P. 25–39.
- Fan J., Tang L., Zhu W., Zou B. (2018). The Alibaba effect: Spatial consumption inequality and the welfare gains from e-commerce. *Journal of International Economics*. Vol. 114. P. 203–220.
- Ferracane M.F., Lee-Makiyama H. (2017). *China's technology protection and its non-negotiable rationales*. The European Centre for International Political Economy (ECIPE). 23 p. URL: https://ecipe.org/wp-content/uploads/2017/06/DTE_China_TWP_REVIEWED.pdf. (accessed: 08.09.2018).
- Guttman D., Xua D., Tang S. (2018). *China's campaign-style Internet finance governance: Causes, effects, and lessons learned for new information-based approaches to governance*. *Computer Law & Security Review*. Article in Press, Corrected Proof. Available online since Nov. 27, 2018. 12 p. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2018.11.002> (accessed: 15.12.2018).
- Kshetri N. (2016). Institutional and economic factors affecting the development of the Chinese cloud computing industry and market. *Telecommunications Policy*. Vol. 40. No. 2. P. 116–129.
- Kshetri N. (2017). The evolution of the internet of things industry and market in China: An interplay of institutions, demands and supply. *Telecommunications Policy*. Vol. 41. No. 1. P. 49–67.
- Pau J., Maher J. (2015). China's Digital Economy Goes Global. Asia Business Council. 10 p. URL: <http://www.asiabusinesscouncil.org/docs/ChinaDigital.pdf> (accessed: 11.09.2018).
- Pikover A. (2009). Internet i razvitie jelektronnoj trgovli v KNR [The Internet and the development of e-commerce in the PRC]. *Problemy Dal'nego Vostoka*. No. 1. P. 45–57.
- Qi, J., Zheng X., Guo H. (2019). The formation of Taobao villages in China. *China Economic Review*. Vol. 53. P. 106–127.
- Revenko N.S. (2017). Tsifrovaya jekonomika Kitaya: novyj jetap jekonomicheskogo razvitiya strany [China's digital economy: a new stage of economic development of the country]. *Informatsionnoe obshhestvo*. No. 4–5. P. 43–50.
- Rodrik D. (2008). *Normalizing Industrial Policy. The Commission on Growth and Development*. Working Paper No.3. The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. Wash.: 50 p. URL: https://siteresources.worldbank.org/EXTPREMNET/Resources/489960-1338997241035/Growth_Commission_Working_Paper_3_Normalizing_Industrial_Policy.pdf. (accessed: 01.02.2018).
- Shen W. (2012). Deconstructing the myth of Alipay Drama—Repoliticizing foreign investment in the telecommunications sector in China. *Telecommunications Policy*. Vol. 36. No. 10–11. P. 929–942.
- Silk A. (2015). Going Out or Staying In? *Conceptualising the Internationalisation of China's Internet Giants. A Case Study of Baidu, Alibaba and Tencent*. Ed. by Prof K. Brown. Lau China Institute Working Paper Series. King's College London. 36 p. URL: <https://www.kcl.ac.uk/sspp/departments/lci/documents/working-papers/ali-silk.pdf> (accessed: 21.12.2018).
- Sun Y., Grimes S. (2018). *China and Global Value Chains*. New York, Abingdon: Routledge. 180 p.
- Tam T.W., Chui S. (2018). China Internet Sector. China. *Hong Kong Industry Focus*. DBS Group Research. Mar 15. 78 p. URL: https://www.dbs.com/aics/pdfController.page?pdfpath=/content/article/pdf/AIO/032018/180315_insights_shifting_to_online_ads.pdf (accessed: 20.11.2018).
- Tencent Research Institute. (2018). *Report on "Internet plus" Digital economic summit*. (2018, Apr. 12-13). URL: <http://www.tisi.org/5025> (accessed: 01.06.2018).
- Wang X. (2012). Foreign direct investment and innovation in China's e-commerce sector. *Journal of Asian Economics*. Vol. 23. No. 3. P. 288–301.
- Warwick K. (2013). *Beyond Industrial Policy: Emerging Issues and New Trends*. OECD Science, Technology and Industry Policy Papers, No. 2. Paris: OECD Publishing. 57 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/5k4869clwOxp-en> (accessed: 21.11.2018).
- Woetzel J., Seong J., Wang K.W., Manyika J., Chui M., Wong W. (2017a). *China's Digital Economy. A leading Global Force*. McKinsey Global Institute. 24 p. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Featured%20Insights/China/Chinas%20digital%20economy%20A%20leading%20global%20force/MGI-Chinas-digital-economy-A-leading-global-force.ashx> (accessed: 15.08.2018).
- Woetzel J., Seong J., Wang K.W., Manyika J., Chui M., Wong W. (2017b). *Digital China: Powering the Economy to Global Competitiveness. Executive Summary*. McKinsey Global Institute. 24 p. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/China/Digital%20China%20Powering%20the%20economy%20to%20global%20competitiveness/MGI-Digital-China-Executive-summary-December-20-2017.ashx> (accessed: 15.08.2018).
- Xia J. (2012). Competition and regulation in China's 3G/4G mobile communications industry — Institutions, governance, and telecom SOEs. *Telecommunications Policy*. Vol. 36. No. 7. P. 503–552.
- Xia J. (2016). Convergence and liberalization in China's ICT sector: New market and new ecosystem. *Telecommunications Policy*. Vol. 40. No. 2–3. P. 81–88.

- Yu J., Zhang Y., Gao P. (2012). Examining China's technology policies for wireless broadband infrastructure. *Telecommunications Policy*. Vol. 36. No. 10–11. P. 847–857.
- Yue H. (2017). *National Report on E-Commerce Development in China*. United Nations Industrial Development Organization. Inclusive and Sustainable Industrial Development Working Paper Series. 35 p. URL: <https://www.unido.org/api/opentext/documents/download/9921295/unido-file-9921295>. (accessed: 01.09.2018).
- Zhang D. (2017). Sovremennoe sostojanie cifrovoj jekonomiki v Kitae i perspektivy sotrudnichestva mezhdu Kitaem i Rossiej v dannoj oblasti [The current state of the [development of] digital economy in China and the prospects for cooperation between China and Russia in this field] *Vlast'*. No. 9. P. 37–43.
- Zhu F., Smith A. (2016). *Baidu, Alibaba, and Tencent: The Three Kingdoms of the Chinese Internet*. Case Study. Harvard Business Review. 20 p.