

# 捆绑销售模式下经营者利益保护的法学研究

马佳成

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2023年9月20日; 录用日期: 2023年10月8日; 发布日期: 2023年11月30日

## 摘要

随着市场竞争的日益激烈和消费者需求的多样化, 捆绑销售作为一种常见的经营策略, 已经在商业活动中得到广泛应用。“捆绑销售”就是将两种以上商品捆绑起来销售的销售和定价方式, 只有一个总的价格, 要买只能买捆绑在一起的所有商品。目前的法律条款主要以保护消费者合法利益为核心目标, 是现代经济法律体系中不可缺失的一部分。但随着2017年修改的《反不正当竞争法》中删除了禁止捆绑销售的条款, 依据法无禁止即自由原则, 其意味着国家对于市场经济中捆绑销售行为的默许与承认, 从法律层面拓宽了经营者商品的营销模式及范围, 进一步保障了经营者在适用捆绑销售时的合法利益。

## 关键词

市场竞争, 捆绑销售, 价格欺诈, 消费者选择权

## Legal Research on the Protection of Operators' Interests under the Bundle Sales Model

Jiacheng Ma

College of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 20<sup>th</sup>, 2023; accepted: Oct. 8<sup>th</sup>, 2023; published: Nov. 30<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

With the increasingly fierce market competition and the diversification of consumer demand, bundle sales, as a common business strategy, have been widely applied in commercial activities. "Bundle sales" refers to the sales and pricing of bundling two or more products for sale, with only one total price. To buy, one can only buy all the products bundled together. The current legal provisions mainly

aim to protect the legitimate interests of consumers and are an indispensable part of the modern economic legal system. However, with the amendment of the *Anti-Unfair Competition Law* in 2017, the clause prohibiting bundle sales was removed. According to the principle of freedom without prohibition, it means the state's tacit approval and recognition of bundle sales in the market economy, expanding the marketing model and scope of operators' goods from a legal perspective, and further ensuring the legitimate interests of operators when applying bundle sales.

## Keywords

Market Competition, Bundle Sales, Price Fraud, Consumer Choice

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

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

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



Open Access

## 1. 引言

在数字化和全球化的背景下，捆绑销售的规模和复杂性不断增加，涉及各种产品和服务的组合。很多企业在平台销售基础产品的同时，也向消费者提供附加产品捆绑销售(bundling)，其是一种应用广泛的营销策略，已经渗透到许多行业的营销活动中[1]。在一定条件下，将基础产品与附加品捆绑销售时，企业往往能得到更多的利润。平台提供给客户核心服务所没有的利益，可以通过附加服务来获取，并且能够增强基础产品的竞争力和吸引力。这种发展趋势引发了对捆绑销售对消费者权益的影响和相应的法律调整的关注。目前关于捆绑销售与消费者保护之间关系的研究还相对有限，且2017年修改《反不正当竞争法》的时候，删除了第十二条，这就意味着一般的搭售行为不再是不正当竞争行为[2]。现有的研究主要集中在某些特定领域或案例，缺乏全面性和系统性的分析。因此，有必要对捆绑销售经营者利益保护的问题进行深入研究，以便更好地理解捆绑销售对消费者的影响，为相关的法律和政策提供有针对性的改进建议。本研究旨在填补现有研究的空白，探讨捆绑销售经营者保护的法律问题，并就相应的法律调整提出具体建议。通过对捆绑销售的案例研究和法律分析，我们将全面评估捆绑销售对消费者选择权、经营者合法权益保护等方面的影响，进而提出改善经营者在捆绑销售过程中合法利益保护的相关措施和政策建议。通过本研究的深入分析，我们希望能够为相关利益相关方，包括经营者和政府监管机构，提供关于捆绑销售行为更全面的理解，并为消费者保护法律和政策的制定提供实质性的建议，以确保消费者在捆绑销售交易中获得公平、合理和可靠的保护。

## 2. 案例引入与分析

郭强是贵州极速易达商贸有限公司(下称极速公司)的相关负责人<sup>1</sup>。2012年在黔南州福泉市投资茅台酒专卖店，2017年正式注册极速公司，接手经营。2019年时，茅台酒普遍使用店内预约登记的方式购买。黄牛抓住漏洞，雇佣他人排队，利用多人身份信息获取购买资格，然后转售获利。对于当时茅台酒销售市场的问题，贵州省市场监管局2020年8月曾发通告，征集茅台酒市场领域违法违规线索。当月，贵州全省市场监管部门对贵州省所有茅台酒经销商(专卖店)进行行政约谈，要求不得加价销售，不得囤积居奇、哄抬价格，不得与“黄牛党”合作等。郭强称，在2020年8月的约谈会上，他作为经销商之一签署了相关承诺书。为配合打击黄牛，他结合当时贵州很多经销商采取“积分换购”销售模式，也在极速公司的

<sup>1</sup>贵州茅台经销商因“积分换购”被罚，质疑法律依据，全国人大常委会回复

(<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1763521902607178193&wfr=spider&for=pc&searchword=>)。

茅台酒专卖店实行了积分制。在保持专卖店正常预约销售渠道畅通的情况下，专卖店增加了消费者可自主选择购买茅台系列酒获得积分，可使用积分购买茅台酒的活动。据介绍，在黔南州认定的行政处罚期间内，极速公司关于茅台酒的销售方式有“小程序秒杀活动”、“购买系列酒送积分、积分抽奖活动”、“积分兑换购买资格活动”三种。黔南州市场监管局 2021 年 2 月 2 日下发的《行政处罚决定书》显示，极速公司在 2020 年 8 月至 2020 年 12 月期间，以 1499 元/瓶的单价销售飞天茅台酒的过程中，同时要求消费者购买茅台系列酒，赢取积分抽奖，以此带动茅台系列酒的销售收入，存在违背购买者的意愿搭售茅台系列酒的情形。《行政处罚决定书》称，极速公司设置购买茅台系列酒才出售平价 53 度飞天茅台酒的不合理条件，违反了《贵州省反不正当竞争条例》第十八条：“经营者销售商品，不得违背购买者的意愿搭售商品或者附加其他不合理的条件”的规定。由此，黔南州市场监管局给予极速公司行政处罚两万元的决定。

### 3. 捆绑销售模式下经营者利益保护存在的困境

#### 3.1. 上位法与下位法冲突，经营者无法正确遵守法律

2017 年《反不正当竞争法》修订时已经删除原法第十二条“经营者销售商品，不得违背购买者的意愿搭售商品或者附加其他不合理的条件”的规定。《贵州省反不正当竞争条例》未进行及时修订并删除其第十八条规定，“导致该条规定与作为其上位法的《反不正当竞争法》抵触，贵州省黔南州市场监管局不得以该条规定作为法律依据对极速公司实施行政处罚。全国人大常委会复函认为该两条相关规定存在与上位法相抵触的问题，已建议制定机关适时予以清理”。

上位法与下位法之间的冲突可能发生在不同法律层级之间，例如国家层面的法律与地方层面的法规之间。在这种情况下，上位法是指具有更高法律效力、适用于全国范围的法律文件，而下位法是指辖区范围内的地方法规或规章。根据提供的信息，2017 年修订的《反不正当竞争法》已删除了原法第十二条关于不得违背购买者意愿搭售商品或附加不合理条件的规定。然而，贵州省的《反不正当竞争条例》并未及时进行修订，仍保留了与上位法相冲突的第十八条规定。在这种情况下，如果上位法和下位法之间存在冲突，通常情况下，上位法应具有优先适用的原则。也就是说，当上位法与下位法存在冲突时，上位法的规定应优先适用，而下位法的规定应予以排除或修改。中国法院在适用上下位法冲突处理规则方面出现诸多异常现象说明，对于很多法院和法官而言，法院适用此规则的权利及方式都远不像表面看起来的那样理所当然<sup>[3]</sup>。根据提供的信息，全国人大常委会已经意识到了贵州省反不正当竞争条例中的相关规定与上位法相抵触的问题，并建议进行清理和修订。这表明全国人大常委会认为上位法的规定应当优先适用，并要求地方立法机关对冲突规定进行清理和修正。因此，在贵州省黔南州市场监管局对极速公司实施行政处罚时，如果该处罚是基于与上位法相冲突的地方法规的规定，可以认为该行政处罚缺乏法律依据。全国人大常委会的复函也确认了这一观点，并建议进行相应的清理工作。当法律冲突时，作为经营者不知到底应遵守哪一条法律或哪一层级的法律，往往会导致即便经营者认真守法，也会触碰法律要求。若执法队伍素质不高，也很难高效率与精准适用法条，从而出现执法问题。

#### 3.2. 不同地区监管者对同一类型案件处理不同致经营者损害

在 2020 年 8 月的约谈会上，郭强作为经销商之一签署了相关承诺书。为配合打击黄牛，他结合当时贵州很多经销商采取“积分换购”销售模式，也在极速公司的茅台酒专卖店实行了积分制，不久便受到黔南州市场监管局的处罚。但在贵州省一国资网络商城看到，该平台在售商品 53 度飞天茅台酒的标价，显示为 1499 元 + 700 积分，并写明“该商品通过积分奖售”。但是对该国资网络商城的售卖，贵阳市云岩区市场监管局却反馈称，“购买者可以选择用 700 积分购买茅台酒，也可以选择购买茅台酒，选择

权在于购买者”，未有强制购买者必须购买的行为。因此，未违反《贵州省反不正当竞争条例》第十八条。

云岩区市场监管局和黔南州市场监管局对于相同行为做出了不同的判决，这可能对执法公信力产生一定的影响。不同的判决结果可能会对执法公信力产生一定的影响，尤其是当相同行为在不同地区得到不同的处理时，不同判决结果可能导致市场参与者的行为出现偏差。当市场监管部门对于相同行为的处理结果不一致时，部分市场参与者可能会选择在判决较为宽松的地区从事相关活动，以规避更严格的监管。这种行为可能扭曲市场竞争，使不符合规定的行为得以延续，从而对公平竞争产生不利影响。市场经济的核心在于自由竞争和公平交易，当执法的不一致性存在时，这一核心价值可能会受到破坏。不一致的判决结果可能损害市场监管部门的公信力。市场监管部门的职责是维护市场秩序和公平竞争，为市场经济提供一个有序和可信赖的环境。然而，当不同地区的市场监管部门对于相同行为做出不一致的判决时，公众可能对执法机构的公正性和一致性产生质疑。这将削弱市场监管部门的权威性和形象，可能导致公众对市场监管失去信任，从而对市场经济产生负面影响。市场监管部门应确保执法的公正性、一致性和透明性。从社会学的角度来看，法律的根本作用就在于给人们提供一个(相对)固定的预期；其中，作为法律帝国之首都的法院，又在看护这种预期的过程中承担着决定性的作用，而且法院的判决结论直接关涉到具体当事人的切身利益。这使得社会公众对于法院行为的可预见性抱有更高的期待，然而，大量“同案不同判”现象的存在，似乎却又一次次地冲击着公众对司法的这种期待[4]。

### 3.3. 执法不透明问题

贵州省市场监管局将对极速公司的行政处罚，发函通报给茅台集团，要求公司取缔极速公司的经销资格。贵州省信访局牵头贵州省、黔南州多部门召开“联合接访会”，副处长在听证会上回应称，该单位确实将极速公司的违法行为抄告给了茅台集团，只是“建议依法严肃处理”。极速公司要求公开有关《发函》，贵州省市场监管局出具[2023] 1号《政府信息公开申请答复书》称，该申请信息不予公开。

监管机构向茅台集团发函通报极速公司的违法行为，并建议公司采取相应的处理措施。在这种情况下，需要确保监管机构的行为是基于合法的调查和证据，并符合相关的法律程序。如果监管机构滥用其权力，例如没有充分的理由或证据，仅出于个人或非法目的而进行通报和建议处理，那么可以认为存在滥用公权力的可能性。如果贵州省市场监管局拒绝了极速公司关于发函的信息公开申请，并且没有合理的法律依据进行拒绝，那么可能存在滥用公权力的情况。十八届四中全会《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》(以下简称《决定》)提出，“法律的生命力在于实施，法律的权威也在于实施”，全面推进依法治国必须保障法律正确实施与严格执法[5]。在信息公开的过程中，政府机构应遵守相关的法律法规，确保公正、透明、依法行事。多部门联合接访会的召开是为了解决复杂问题和加强协调合作。然而，如果在这个过程中，涉及的部门滥用公权力，采取超出职权范围的行动，例如恶意打压企业或违法操作，那么就存在滥用公权力的风险。

### 3.4. 界定赔偿问题

执法机关在市场运行中具有绝对性的权利地位，所提出的建议及要求无论正确与否在短时间内都会直接影响到经营者的行为。本案中，如果茅台解除极速公司合同是在公权力机关的建议下进行的，那么公权力机关的建议可能被视为一种合法的、具有约束力的行政行为。在这种情况下，茅台可能主张其解除合同是依法执行的，符合公权力机关的要求，因此不应承担违约责任，茅台应当确保其解除合同的依据和程序符合相关法律规定。

但是如果公权力机关的建议或决定本身没有合法依据或没有按照法定程序进行，茅台因公权力机关

的建议或要求进而与极速公司解除了经销合同，本身也不承担违约责任。根据《中华人民共和国行政诉讼法》(以下简称行政诉讼法)、《中华人民共和国国家赔偿法》(以下简称国家赔偿法)等法律规定，行政机关及其工作人员在履行行政职责过程中作出的不产生法律效果，但事实上损害公民、法人或者其他组织人身权、财产权等合法权益的行为。因此，作者认为，由于公权力机关本身在市场经济中的监管地位作用所产生不合法执法行为导致茅台与其经销商解除合同所造成经营者的损失应采取国家损害赔偿，而非经营者自担责任。此举有利于保护经营者合法利益，也可促进市场经济的正常运转。

## 4. 经营者利益保护完善路径的逻辑梳理

### 4.1. 明确法律规定保护经营者利益

#### 4.1.1. 出台相关法律或解释明确消费者选择权问题，保护经营者利益

在本案中黔南中市场监管局与贵阳市云岩区市场监管局对同一类型经营者捆绑销售案件作出不同处理行为的根本就是在界定消费者选择权有所不同。司法实践中，法官须先“解释法律”才能“适用规范”[6]。只有在法律或司法解释中明确界定了消费者选择权，才能使执法者正确执法，经营者正确合法经营。消费者选择权是指消费者在市场经济中自由选择商品和服务的权利。它是维护消费者利益和促进市场竞争的重要原则之一。消费者选择权体现了市场经济中的自由选择原则。消费者有权根据自身需求和偏好，在各类产品和服务中自由选择，这鼓励了企业间的竞争，激发了创新和提高产品质量的动力。只有明晰了消费者选择权为既有购买的权利也有不购买的权利，才能够正确认定经营者实施捆绑销售策略的合理性与合法性。

在当今市场经济中，根据习惯，大部分地区对于捆绑销售案件都默认为合法的行为，例如在购买奢侈品的时候所说的“配货”指的是消费者如果想要购买某款热销产品，必须先要购买其他相关产品，且金额达到一定比例，才有机会买到该产品，这种情况下，购买某款热销商品往往需要额外付费。常见的有1:1、1:1.2、1.5等配额，举个例子，一只售价为8万的包包，如果按照1:1的配货比例就是要在店内购买最少8万的商品才有机会买到此包，如果是1:1.2的配货比例，就是需要额外购买9.6万的商品才能买到。配货制的实行其实就是抓住了很多消费者的心理，有的东西越难买就越想要。因此，若仅处罚极速公司一案的捆绑销售行为以法理的角度论证是不合适的。

#### 4.1.2. 提案在新反不正当竞争法中明确认定捆绑销售的合法性

捆绑销售是一种常见的市场策略，它可以促进经济发展和市场竞争。通过将两个或多个产品或服务捆绑在一起销售，企业可以提高销售量和市场份额，从而实现经济效益和利润的增长。这种销售方式可以激发创新，推动产品升级和不断改进，进而促进整个产业链的发展。捆绑销售的合法性也涉及维护企业的合法权益。企业在市场竞争中应该享有自主决策的权利，包括选择销售方式和组合产品的权利。捆绑销售作为一种市场策略，是企业合法的商业决策之一。在法律范围内实行捆绑销售可以帮助企业提升竞争力，实现利益最大化。捆绑销售并不意味着侵犯消费者的选择权。在合法的捆绑销售中，消费者仍然有权选择是否购买捆绑销售的产品。消费者在购买过程中可以根据自身需求和偏好作出决策，选择是否购买捆绑销售的产品组合。合法的捆绑销售应该提供充分的信息透明，确保消费者有足够的知情权，从而保障其选择权。为了维护消费者和企业的权益，应该建立有效的监管机制和维权途径。监管机构可以对涉嫌不当捆绑销售的行为进行调查和监督，确保其合法性和公平性。同时，消费者应该享有投诉和维权的途径，以便在遇到不当捆绑销售或其他侵犯消费者权益的情况下获得合理的解决途径。

因此，在新反不正当竞争法中可以明确捆绑销售的合法性。合法的捆绑销售行为既有利于企业的经济发展和合法权益，也可以保护消费者的选择权和权益。然而，重要的是确保捆绑销售行为在法律规定

的范围内，并建立有效的监管和维权机制，以维护市场公平竞争和消费者权益。

#### 4.1.3. 严格按照《立法法》进行违法审查及撤销不适合法律

由于相关法律条文存在与市场经济活动冲突的问题，市场经营者可能会面临执法机关的不确定性和混乱。不清楚该法律条文的合法性，以及是否需要遵守捆绑销售行为的限制，可能导致执法的不一致性和主观判断的干预，给经营者带来困扰和不确定性。对于经营者而言，无法确定捆绑销售行为的合法性可能会对其业务和市场竞争造成不利影响。如果法律条文仍被当地市场监管局认定为非法行为，并对其实施监管和处罚，经营者可能面临业务受限和经济损失。此外，拖延修改相关法律可能会导致市场经济的不稳定和混乱，给整个市场环境带来恶劣的影响。

依据《立法法》规定，全国人民代表大会宪法和法律委员会、有关的专门委员会、常务委员会工作机构经审查认为行政法规、地方性法规、自治条例和单行条例同宪法或者法律相抵触，或者存在合宪性、合法性问题需要修改或者废止，而制定机关不予修改或者废止的，应当向委员长会议提出予以撤销的议案、建议，由委员长会议决定提请常务委员会会议审议决定。但在本案中，全国人民代表大会常务委员会对已经发生冲突，并且对市场经济活动造成社会影响的《贵州省反不正当竞争条例》法律条文仅复函建议制定机关适时予以清理，而非及时予以撤销。此举既可能会使得部分经营者在一定时期内的捆绑销售行为仍然被当地市场监管局认作非法行为从而受到监管甚至处罚，也可能会纵容地方人大及政府拖延修改相关法律的时间，进而对市场经济造成更大的恶劣影响及不可挽回的损失。因此，在面对有重大社会影响的上位法与下位法发生冲突的时候，立法者应提高审查效率，做出正确评判并且及时予以制止。对不适应社会经济发展及对对社会市场活动造成损害的法律条文予以强有力的及时撤销行为，而非“适时清理”。

#### 4.2. 运用反不正当竞争法基本原则保护经营者合法利益

在2017年9月6日公布的《反不正当竞争法》修订草案二次审议稿中，原本该法对“违背购买者意愿搭售”的禁止性规定被彻底删除了。对此，同日公布的《全国人民代表大会法律委员会关于〈中华人民共和国反不正当竞争法(修订草案)〉修改情况的汇报》做出了如下说明：“(《反不正当竞争法》修订草案一次审议稿)修订草案第十一条规定，经营者销售商品，不得违背购买者的意愿搭售商品，不得附加其他不合理的条件。有的常委会组成人员和地方、部门、企业、单位提出，对搭售行为的规范，应以经营者具有市场支配地位为前提，反垄断法对此已经作了明确规定，本法可不必再作重复规定；对于不具有市场支配地位的经营者，应允许其自主设置交易条件，购买者如不愿接受该条件，可以选择与其他经营者进行交易，这属于正常的市场交易活动，不宜予以干预。法律委员会经研究，建议删除这一条”。

虽然《反不正当竞争法》删除了有关搭售的条款，但是可以从其基本原则里仍然能够以兜底条款的方式阐述《反不正当竞争法》与搭售的关系。例如公平竞争原则，《反不正当竞争法》的核心原则之一是保护公平竞争。促进企业竞争力，公平竞争原则要求企业在市场上公平竞争，不得利用垄断地位或不正当手段对其他企业造成不利影响。对于搭售行为来说，如果它是在合法和公平的竞争环境中进行的，那么它可以促进企业之间的竞争，鼓励企业提供更好的产品和服务，从而提升企业的竞争力。搭售同样可以拓宽消费者选择，公平竞争原则保障了消费者的选择权和权益。搭售行为在一定程度上可以为消费者提供更多的选择。通过捆绑销售，消费者可以在一次购买中获得多种产品或服务的组合，从而满足不同的需求和偏好。这种多元选择有助于激发市场活力，促进消费者福利。经营者搭售的经营策略可以有效提升经济效率，公平竞争原则追求市场资源的优化配置和经济效率的提升。搭售行为可以通过组合销售来实现资源的有效利用。例如，将相互关联或互补的产品捆绑销售，可以提高销售量、减少库存积压，

降低企业成本，并提升经济效益。这有助于促进整体经济的增长和发展。搭售行为对鼓励创新和市场竞争有积极作用，公平竞争原则鼓励企业进行创新，并通过市场竞争来推动产品和服务的不断改进。搭售行为可以激发企业的创新能力，通过组合销售提供创新的产品组合，满足消费者的多样化需求。这种创新和竞争有助于推动行业的发展和进步。诚实信用原则，《反不正当竞争法》还强调了诚实信用原则，即市场主体应当在商业交易中保持诚实、守信的行为准则。建立信任关系：搭售行为涉及多个产品或服务的组合销售，消费者需要相信经营者所提供的组合是合理、合法和符合其需求的。遵循诚实信用原则可以确保经营者提供准确、真实的信息，不隐瞒或误导消费者，从而建立起可靠的信任关系。提供全面信息，诚实信用原则要求经营者提供充分、明确的信息，让消费者了解产品或服务的具体内容、价格、特点以及搭售组合的优势等。经营者应当提供清晰的说明，使消费者能够做出明智的选择。这有助于消费者了解搭售的价值和利益，以及其所涉及的权益和风险。合法合理并且诚实信用的搭售经营策略有利于消费者避免误导和欺诈，诚实信用原则要求经营者在搭售行为中不得采用虚假宣传、夸大宣传或其他欺诈手段。经营者应当以真实的方式向消费者展示搭售产品或服务的优势和附加价值，避免误导消费者做出不符合实际情况的决策。这有助于消费者根据真实的信息进行理性选择，维护其合法权益。搭售会极大增加交易效率，诚实信用原则有助于提高交易效率。当经营者以诚实信用的态度对待消费者时，消费者更容易做出决策，并对搭售组合的价值和合理性有更清晰的认知。这可以减少信息不对称和交易摩擦，促进交易的顺利进行，提高交易效率。贯彻诚实信用原则的搭售行为有利于塑造良好声誉，诚实信用原则对经营者的声誉具有重要影响。遵循诚实信用原则的经营者往往能够建立良好的商誉和品牌形象，获得消费者的认可和支持。良好的声誉可以带来更多的业务机会和长期的经济利益。

### 4.3. 严格执法、执法为民保障经营者合法权益

#### 4.3.1. 对公权力机关滥用权力行为提起行政复议

在极速公司案中，负责人郭强对于公权力机关下达的罚金处罚结果时并未及时提起行政复议，而是以市场监管部门是极速公司的主管单位原因，抱着息事宁人的态度接受了罚金处罚。直到市场监管局发函“要求”茅台公司撤销其经销商资格时才提起行政复议，导致进一步损害了公司的利益。市场监管局作为监管单位，其行为就代表着公权力的象征，根据“法无授权即禁止”原则，对于直接行使法律没有授权的行为本身就具有违法性。本案中监管者直接“要求”被监管者撤销其经销合同已经违反法律，且执法者是基于不清楚、不理解最新法律规定下做出的行为，造成了被监管者利益的严重损害。经营者只有及时通过行政复议手段保护自己的利益及权利。

行政复议是指公民、法人或者其他组织不服行政主体作出的具体行政行为<sup>[7]</sup>。行政复议程序建立了独立的行政复议机构，负责对公权力机关的行为进行审查和裁决。这一机制可以避免公权力机关滥用权力而不受制约，实现执法公正。复议机关将对事实、证据和法律适用进行审查，以确保行政决定符合法律规定和公平原则。行政复议是对行政执法行为的一种监督机制。通过复议程序，经营者可以对公权力机关的行政决定提出异议，并要求行政机关解释其执法依据和程序。这有助于促使公权力机关依法行使职权，规范执法行为，提高行政效能和行政公信力。其程序可以纠正公权力机关滥用权力导致的不公平现象。经营者通过行政复议，可以争取公正对待，消除不合理的行政决定对其造成的不利影响，从而维护社会公平正义的实现。此过程也有助于确保公共权力的公正行使，防止公权力滥用对市场秩序和公众利益造成损害。

增强公信力和法治意识：行政复议作为一种法律手段，促使公权力机关依法行使职权，增强其公信力。同时，经营者通过行政复议行使自己的合法权益，也有助于提高公民和企业对法治的意识和信心。这进一步巩固了法治社会的建设和法律秩序的维护。

### 4.3.2. 对执法不透明行为进行投诉、复议

在极速公司案中，郭强等负责人提起行政复议要求市场监管局公开对茅台集团的发函文件以证明其公权力实施行为的合法性，却得到解除复议结果仅收到口头反馈而并未收到书面答复，且当地市场监管局仅以开会口头答复形式回答了极速公司提起复议的结果。

经营者首先需要收集相关证据来支持对执法不透明行为的投诉和复议。证据可以包括文件、记录、照片、视频等，有助于证明执法行为的不透明性和不合理性。这些证据将成为投诉和复议过程中的重要依据。经营者可以将收集到的证据和相关材料提交给行政机关的投诉部门或者行政复议机构，向他们详细描述执法行为的不透明性，并要求对其进行调查和处理。投诉部门将负责调查事实、收集证据，并对投诉内容进行评估。行政机关在收到投诉后，应该进行必要的调查和调解程序。这可能包括与投诉方和相关行政执法机关进行沟通、收集证据、了解执法程序和依据等。这个过程旨在查明事实、解决争议，并寻求公正的解决方案。如果投诉未能解决问题，经营者可以向行政复议机构提起复议申请。复议机构将审查执法行为的合法性和合理性，评估是否存在执法不透明行为，并决定是否纠正或撤销相关行政决定。复议程序通常会提供公正的听证机会，允许各方提供证据和辩论意见。如果经过复议仍然无法解决问题，经营者可以考虑寻求进一步的法律救济途径，如行政诉讼。行政诉讼是在法院提起的诉讼程序，旨在审理行政行为是否符合法律规定，并寻求司法裁决。通过对执法不透明行为进行投诉和复议，经营者可以达到以下积极作用：投诉和复议程序为经营者提供了一种途径，确保其合法权益不受执法不透明行为的侵犯。经过投诉和复议，有助于纠正不合理的行政决定，维护经营者的合法权益。投诉和复议过程要求行政机关提供相关证据和解释，增加执法行为的透明度。行政机关在接受投诉和复议后，可能会进行内部调查和整改，提高行政透明度和规范性，减少执法不透明行为的发生。投诉和复议过程使经营者更加关注法治和自身权益的保护。通过了解法律和行政程序，经营者能够增强对法治的意识，更好地行使自己的权利，维护自身合法权益。投诉和复议过程有助于公权力机关树立公信力。如果行政机关能够妥善处理投诉和复议，并确保公正和透明的决策，将增加公众对行政机关的信任和尊重。

### 4.3.3. 加强对执法部门监督

“天下之事，不难于立法，而难于法之必行” [8]。加强执法监督对公权力的有效制衡，执法部门作为行使行政权力的机构，其行为应受到法律的制约和监督。加强对执法部门的法律监督，可以确保其行使权力的合法性、合理性和公正性。监督机构可以对执法行为进行评估和审查，以防止执法部门滥用权力或违法行使权力，从而维护经营者的利益和市场秩序。可以促进执法规范化，通过法律监督，可以推动执法部门规范执法行为。监督机构可以对执法程序、执法依据和执法决定进行检查和审查，确保执法部门依法行事，遵守程序正义和法律规定。规范的执法行为有利于保护经营者的合法权益，减少执法的随意性和不确定性，维护市场经济秩序的稳定和可预测性。同时，解决不当执法问题，法律监督可以发现和纠正执法部门存在的的天不当执法问题。如果经营者认为执法部门对其进行了不当执法或滥用权力，他们可以通过投诉和申诉机制提出申请，由监督机构进行调查和处理。这有助于纠正不当执法行为，恢复经营者的合法权益，促进公平竞争和市场经济的健康发展。严格的监督能够增强公信力和信任，加强对执法部门的法律监督有助于增强其公信力和信任度。当经营者知道执法部门受到有效监督和制约时，他们更有信心与执法机构合作，遵守法律规定。这种信任可以加强经营者和执法部门之间的互动和合作，建立一个稳定、公平和可持续的市场经济环境。预防和纠正执法不公：法律监督对于预防和纠正执法不公具有重要作用。监督机构可以对执法部门的工作进行评估和监察，确保执法行为不偏袒或歧视特定经营者，保护他们的平等权益。如果发现执法不公的情况，监督机构可以采取适当的措施，包括调查、纠正和追究责任，以维护经营者的合法权益和市场公平竞争的原则。加强法律监督能够促进法治意识和合



规文化，加强对执法部门的法律监督有助于促进法治意识和合规文化的建设。通过监督机构对执法行为的评估和监察，可以提高执法部门对法律的尊重和理解，促使其更加依法履职。这有助于建立一个以法律为基础的经营环境，使经营者更加注重合规，遵守法律法规，规范经营行为，最大限度地保护其自身权益。有助于强化行政机关的自律和责任追究，法律监督对于强化行政机关的自律和责任追究也具有积极作用。监督机构可以对执法部门的执法行为进行监察和评估，发现和纠正执法不当行为，并追究相关责任。这有助于规范行政机关的行为，提高其工作效率和公信力，同时为经营者提供一个公正、透明和可靠的执法环境。

通过加强对执法部门的法律监督，可以有效保障经营者的合法权益，维护市场经济秩序的稳定和健康发展。监督机构的存在和作用可以预防和纠正执法不公，促进法治意识和合规文化的建设，增强行政机关的自律性和责任追究能力。这将有助于打造一个公正、透明和有序的市场环境，为经营者创造更好的经营条件和发展机会。

#### 4.4. 公正司法保护经营者权利

在现实生活中，公民、法人和其他组织的合法权益有时会因国家机关或国家机关工作人员依法行使职权受到损害。对经营者所受损害提起民事诉讼进行国家赔偿，在本案中因执法监管者滥用权力执法行为、自身法律素养及能力不高未正确适用法律行为而导致被监管的经营者已经造成的损害应当提起民事诉讼要求国家赔偿。对于未造成的损害，应当及时恢复其经营资格及信誉，保障经营主体能够继续正常参与市场经济活动，保障经营者的合法利益及权利。

习近平总书记在党的二十大报告中强调“严格公正司法”，对深化司法体制综合配套改革、规范司法权力运行、强化对司法活动的制约监督等作出重点部署、提出明确要求，为新时代推进严格公正司法提供了根本遵循<sup>[9]</sup>。当公权力机关的不当行为导致经营者受到损害时，提起民事诉讼是经营者寻求司法公正的途径。通过诉讼程序，经营者可以将争议提交给独立的司法机关，在公正、公平的法庭上寻求合法权益的保护。经营者利益受到损害时及时寻求救济和补偿，提起民事诉讼并要求国家赔偿，是经营者寻求救济和补偿的手段。如果公权力机关的不当行为给经营者造成经济损失或其他实际损害，经营者可以向法院主张权益，并要求国家承担相应的赔偿责任。这有助于经营者恢复损失、修复受损的经营环境，并得到应有的补偿。多层面强调公正司法秩序，提起民事诉讼并要求国家赔偿，对于维护公正的司法秩序具有积极意义。当公权力机关滥用职权或违法行使权力时，经营者通过司法途径追究责任，有助于强调法治原则、维护公正的司法秩序。这种行为不仅可以为经营者维权，还可以警示公权力机关遵守法律和职责，保证其行使权力的合法性和公正性。创造有利的营商环境，通过提起民事诉讼要求国家赔偿，可以为经营者创造更有利的营商环境。当经营者的合法权益得到保护和赔偿时，可以增强其信心和动力，促进商业活动的发展和市场经济的繁荣。这有助于吸引更多的投资者和企业家，推动经济的增长和创新。当公权力机关的不当行为对经营者造成损害时，提起民事诉讼并要求国家赔偿是维护经营者权利的重要手段。这有助于追求司法公正，寻求救济和补偿，强调公正的司法秩序，并为经营者创造有利的营商环境。同时，这也促使公权力机关依法行使职权，维护社会公正和法治原则。

## 5. 结论

在本文中，我们对捆绑销售行为经营者利益保护的 legal 问题进行了研究。捆绑销售行为对经营者利益保护带来了一系列问题。这包括上位法与下位法之间的冲突、经营者无法正确遵守法律的困境、不同地区监管者对同一类型案件处理的差异、执法不透明问题以及界定赔偿问题等。这些问题使得经营者在捆绑销售行为中面临着不确定性和风险。为了保护经营者的利益，我们提出了一系列的措施。首先，科

学立法是保障经营者合法权益的关键。明确法律规定保护经营者利益是建立健全的法律框架的一部分，同时运用反不正当竞争法的基本原则也是重要的手段。其次，严格执法和执法为民是确保经营者合法权益的必要措施。对公权力机关滥用权力行为提起行政复议，对执法不透明行为进行投诉和复议，以及加强对执法部门的法律监督，都能够提高经营者在捆绑销售行为中的保护程度。最后，公正司法的保护是保障经营者权益的最终保障。只有通过公正的司法程序，经营者才能获得公正的判决和维权机会。我们认为通过科学立法、严格执法和公正司法的综合措施，可以更好地保护经营者在捆绑销售行为中的利益。这不仅有利于经营者的发展和创新，也有助于维护市场竞争的公平性和消费者权益的保护。然而，我们也必须意识到现有的问题和挑战。捆绑销售行为的动态性和多样性使得法律的制定和实施面临一定的困难。因此，我们建议进一步深入研究捆绑销售行为的法律问题，并提出更具体的建议和解决方案。同时，我们也可以借鉴其他国家和地区的实践经验，进行国际比较研究，以提高对经营者利益保护的法学研究水平。希望本研究对于进一步推动捆绑销售行为经营者利益保护的法学研究和实践具有一定的参考价值。我们相信通过持续的努力和探索，可以建立更加健全和有效的法律框架，确保经营者在捆绑销售行为中的权益得到充分的保护。

## 参考文献

- [1] 王婕, 蒋晶, 张侠丹. 消费者行为视角下的捆绑研究回顾及展望[J]. 新经济, 2021(12): 89-92.
- [2] 王海龙. 面对“捆绑销售”该怎么办[J]. 中国质量监管, 2022(11): 50-53.
- [3] 黄金荣. 法院对上下位法冲突处理规则的适用及其限度[J]. 环球法律评论, 2016, 38(2): 20-35.
- [4] 张娜瑞. 论“同案不同判”现象的法理逻辑及其因应[J]. 厦门大学法律评论, 2022(2): 68-85.
- [5] 赵翔. 贵州生态文明行政执法: 亮点、难点与重点[J]. 法制博览, 2016(15): 38-39.
- [6] 卢俐利. 论法律解释中的法律论证[J]. 逻辑学研究, 2023, 16(4): 89-108.
- [7] 国务院. 中华人民共和国行政复议法实施条例[EB/OL]. <https://flk.npc.gov.cn/detail2.html?ZmY4MDgwODE2ZjNIOTc4NDAxNmY0MWZlZmVINzAyNmQ>, 2007-05-29.
- [8] 张居正. 张居正奏疏集: 请稽查章奏随事考成以修实政疏[M]. 潘林, 编注. 上海: 华东师范大学出版社, 2014: 422.
- [9] 程琥. 习近平法治思想中的严格公正司法观[J]. 中国法治, 2023(9): 8-15.