

电商平台“二选一”行为的经济法规制研究

孙涛

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月27日; 录用日期: 2024年4月12日; 发布日期: 2024年5月28日

摘要

随着电子商务的迅猛发展, 电商平台作为重要的市场主体, 在促进经济增长、拓宽消费渠道等方面发挥着日益重要的作用。然而, 在实际经营活动中, 一些电商平台采取了“二选一”的市场策略, 即要求商家在相互竞争的多个平台中仅选择一个进行合作, 这种行为不仅侵害了其他电商平台和平台上经营者的合法权益, 也损害了广大消费者的公平选择权和自主交易权, 对市场的公平竞争秩序造成了严重破坏。对此, 经济法有必要对“二选一”行为进行规制。文章以“二选一”行为为研究对象, 深入剖析其运作机制及产生的经济效应, 评估当前经济法对该行为的规制现状, 并提出相应的对策建议, 旨在为完善相关法律法规提供理论支持和实践指导, 为维护公平竞争的市场环境和保护消费者权益提供有力的法律支持。

关键词

电商平台, 二选一, 市场策略, 经济法, 规制现状, 对策建议

Research on Economic Law Regulation of E-Commerce Platform's "Two-Choice" Behavior

Tao Sun

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 27th, 2024; accepted: Apr. 12th, 2024; published: May 28th, 2024

Abstract

With the rapid development of e-commerce, e-commerce platforms, as important market players, play an increasingly important role in promoting economic growth and broadening consumption

channels. However, in actual business activities, some e-commerce platforms have adopted a “two-choice” market strategy, that is, businesses are required to choose only one of the competing platforms for cooperation. This behavior not only infringes the legitimate rights and interests of other e-commerce platforms and platform operators, but also damages the fair choice and independent trading rights of consumers. It has caused serious damage to the fair competition order of the market. Therefore, it is necessary for economic law to regulate the “two-choice” behavior. This paper takes the “two-choice” behavior as the research object, analyzes its operation mechanism and economic effects in depth, evaluates the current situation of economic laws regulating the behavior, and puts forward corresponding countermeasures and suggestions, aiming to provide theoretical support and practical guidance for improving relevant laws and regulations, and provide strong legal support for maintaining a fair competition market environment and protecting consumers’ rights and interests.

Keywords

E-Commerce Platform, Two-Choice, Market Strategy, Economic Law, Regulatory Status, Policy Recommendations

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

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

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



1. 电商平台“二选一”行为概述

1.1. “二选一”行为的定义与表现形式

“二选一”，这一术语在电商平台运营的诸多策略中，以其特有的争议性而广为人知。具体而言，“二选一”行为是指电子商务平台运营商通过各种方式，要求或诱导在其平台上经营的商家进行“二选一”：要么在该平台独家销售产品或服务，要么就无法享受相应的优惠政策、流量支持或其他潜在利益。这种做法在一定程度上限制了商家在不同电商平台之间的自由选择，引起了政策制定者、学术界以及公众的广泛关注。

在表现形式上，“二选一”行为多种多样，既可能是明示的要求，也可能是通过更为隐蔽的手段实施。例如，一些电商平台可能会要求商家签署独家合作协议，明确规定其产品只能在该平台销售；另外一些则可能通过调整搜索算法或优化排名机制，对选择独家合作的商家给予更多的曝光机会[1]。除此之外，还包括但不限于在营销活动中对独家合作商家提供特殊优惠、在资源配置上给予优先权等。

由此可见，“二选一”行为并非单一的经营手段，而是涵盖了一系列可能影响电商平台市场竞争结构和经营者行为的复杂行为模式。正因如此，对其进行概述与定义，不仅需要从字面上把握其含义，还需深入理解其在实践中的多元化表现与隐含的战略意图。

1.2. 国内外电商平台“二选一”案例分析

国内外的电商平台均有“二选一”行为的发生，而这些案例分析能够为我们揭示该行为的实际运作情况和所带来的影响。在国内市场中，某些知名电商平台曾被爆出通过“二选一”行为，维护其市场主导地位，限制竞争。例如，有报道指出，某电商巨头要求商家在其和竞争对手平台之间做出选择，否则将面临流量下降、搜索排名降低甚至店铺关闭的风险。这一行为引起了监管部门的关注，成为公众讨论的焦点。

在国际市场上，同样存在着类似的“二选一”现象。以亚马逊为例，它曾实施过一种名为“品牌门槛”的政策，该政策要求销售特定品牌商品的商家必须保证亚马逊平台上的商品价格为最低价，否则将无法享受一些关键的销售工具和服务。这一做法虽然不是直接的“二选一”，但却通过经济利益的激励与制约，实际上推动了商家在不同电商平台间的选择倾向。

通过对这些案例的分析，我们可以看到，电商平台的“二选一”行为不仅存在于国内市场，也是国际电商实践中的普遍现象。这种行为往往涉及到市场竞争、商业道德以及法律规制等多个层面，其复杂性和争议性都值得我们深入探讨和研究。

1.3. “二选一”行为的利弊探讨

“二选一”行为所引发的讨论，不仅仅停留在其定义和表现形式上，还涉及到对其利弊的深入分析。从积极的角度看，某些电商平台可能会通过“二选一”策略，为商家提供更加集中的资源和支持，从而帮助商家在激烈的市场竞争中脱颖而出。在某些情况下，这种策略还可能降低商家的营销成本，提高其运营效率，进而降低消费者的购买成本[2]。

然而，从另一方面来看，“二选一”行为也存在着明显的弊端。最为关键的是，这种行为可能会限制市场的竞争，导致市场集中度增高、垄断风险上升。当商家被迫选择在特定的电商平台独家销售时，其他平台的竞争力受损，市场的多样性和活力也随之降低。此外从长期来看，这可能会损害消费者的利益，因为消费者的选择范围受限，市场上的产品和服务可能会因缺乏竞争而价格虚高、创新乏力[3]。

对“二选一”行为的利弊进行探讨，我们不仅需要从电商平台及商家的角度出发，还应当考虑到消费者权益和市场公平竞争的大局。这种行为虽然在短期内可能为某些经营主体带来利益，但从中长期来看，它所带来的潜在问题和风险是不容忽视的。因此，对“二选一”行为的全面评估和规制，对于保障市场健康有序发展、维护消费者利益具有重要的现实意义。

2. “二选一”行为的经济法规制基础

2.1. 市场经济法视角下的不正当竞争行为

在市场经济法的视角下，不正当竞争行为是指企业在市场活动中，违背公平竞争原则和诚实信用原则，采取非法手段排斥同行业竞争者，或者损害消费者权益的行为。这些行为会扭曲市场竞争秩序，破坏市场经济体系的健康发展。电商平台的“二选一”行为，即在特定条件下要求商家在多个竞争性平台中选择其一进行独家合作，可以被视为一种不正当竞争行为[4]。这种做法在某些情况下可能限制了商家的自由选择权和平台间的公平竞争，同时可能对消费者的利益造成影响。因此，理解并规制“二选一”行为，在维护市场公平竞争环境中显得尤为重要。

市场经济法在这方面的规制通常会通过设定一系列的法律法规，来明确界定何种行为构成不正当竞争，以及对于这些行为应当采取何种法律措施。在现有的法律体系中，不正当竞争的类型已经被广泛识别和定义，它们通常包括但不限于虚假宣传、商业诋毁、侵犯商业秘密、不正当低价销售等。然而，随着电子商务的快速发展，市场经济法在实践中面临着新的挑战，需要对传统的不正当竞争行为进行重新解读，甚至开发出新的法律理念和规制工具来应对新兴的电商平台行为模式。因此，“二选一”行为作为一种新形式的市场行为，其法律性质和法律后果需要在市场经济法的框架下进行深入分析和科学界定。

2.2. 电商法律框架与“二选一”行为的关联

电商法律框架提供了对电子商务市场行为的基本规制，它是对传统市场交易规则的补充和扩展，以适应数字化、网络化的新商业模式。在这个框架下，“二选一”行为与电商法律的关联性体现在对电商

平台及其运营商的行为进行规范，以确保市场的公平性与消费者权益的保护。电商法律框架的核心包括电子商务法、网络安全法、个人信息保护法等，而针对“二选一”行为的法律规制则主要集中在电子商务法的相关规定上。

电子商务法针对平台经营者设定了一系列义务和责任，包括公平交易、信息披露、数据保护等方面。在“二选一”行为的规制中，法律要求电商平台经营者遵守公平竞争的原则，不得利用市场支配地位限制交易主体的自由选择，也不得通过排他性交易条件损害消费者利益。此外，电商法律还强调了合理竞争与创新的重要性，鼓励平台经营者通过创新的服务和技术提升市场效率，而非通过限制竞争的方式获取市场优势[5]。

然而，在实际操作中，由于电商平台的业务模式和市场环境的复杂性，以及法律条文的相对原则性，电商法律框架对“二选一”行为的规制往往存在执行难度。这就要求法律实践者能够结合具体案例，准确理解和把握法律条文的精神，同时依据案件的实际情况作出合理判断和裁决。在此过程中，法律框架的完善和执法机关的专业性显得尤为重要。

2.3. 反垄断法对电商平台经营行为的规制

反垄断法作为市场经济法中的重要组成部分，目的在于防止企业滥用市场支配地位，维护市场竞争秩序和消费者利益。针对电商平台的经营行为，反垄断法提供了一系列具体的规制措施，这些措施对于“二选一”行为的规制具有重要意义。

反垄断法通过界定市场支配地位和滥用市场支配地位的概念，为“二选一”行为的法律评估提供了基础。电商平台如果因其市场份额、技术优势、品牌影响力等因素形成市场支配地位，其对商家的“二选一”要求可能构成滥用市场支配地位的行为[6]。根据反垄断法，市场支配地位本身并不违法，但利用这一地位限制市场竞争则可能违反法律。因此，在评估电商平台的“二选一”行为时，需要综合考虑平台的市场份额、商家的依赖程度、市场竞争状况等因素，来判断是否存在滥用市场支配地位的情形。

反垄断法对于垄断协议的规定同样适用于电商平台的经营行为。如果电商平台与商家之间的“二选一”要求达成了某种形式的协议，这可能被视为垄断协议的一种。垄断协议通常指限制竞争的协议、决定或者其他协同行为，如定价协议、市场划分协议等[7]。对此，反垄断法规定了严格的禁止和处罚措施，以防止此类协议对市场竞争秩序造成破坏。

反垄断法还强调了行政执法的重要性。为有效规制“二选一”行为，反垄断执法机构需要具备高效的监督、调查和处罚能力。这不仅包括对涉嫌违法行为的调查取证，还涉及对违法行为的惩处，以及对市场秩序的及时修正。通过这些措施，反垄断法的规制目的得以实现，即保障市场的公平性和消费者的权益，同时促进市场经济的健康发展。

在“二选一”行为的经济法规制基础上，不正当竞争行为的规制、电商法律框架与“二选一”行为的关联，以及反垄断法对电商平台经营行为的规制，构成了一个相互关联并且相互作用的复杂法律体系。通过这一法律体系，不仅可以规范电商平台的市场行为，还可以保护消费者和其他市场主体的合法权益。随着电子商务的不断发展和市场环境的变化，这一法律体系也将不断完善和发展，以适应新的市场挑战。

3. “二选一”行为的经济法规制现状

3.1. 中国现行经济法对电商“二选一”行为的规制

在中国现行的经济法体系下，针对电子商务平台的“二选一”行为的规制初见端倪，但尚显稚嫩。《反不正当竞争法》作为当前规制该行为的法律基石，对市场竞争秩序的保护起到了基础性的作用。该法律明确禁止了滥用市场支配地位和排除、限制竞争的行为，为处理“二选一”提供了法律依据。然而，

由于“二选一”行为的特殊性，其是否构成滥用市场支配地位并非总是一目了然，需要结合具体案例分析，这就给执法带来了一定难度。

此外，《电子商务法》作为专门针对电子商务行为立法，试图在维护市场秩序、保护消费者权益与促进电商平台健康发展之间取得平衡。根据该法，电子商务经营者不得利用技术手段或其他手段，排除或限制市场竞争。然而，《电子商务法》的规定对“二选一”等具体行为的判定标准和规制手段并未详细展开，这无疑增加了实务操作的复杂度。

在实践中，中国监管机构已经开始对“二选一”行为展开调查和处罚。例如，阿里巴巴集团因“二选一”行为被中国市场监管总局依据《反垄断法》处以182.28亿元人民币的罚款，创下了中国反垄断执法的纪录[8]。这一案例表明，尽管现行法律对“二选一”行为的规制仍有完善空间，但监管机构对于此类行为的关注度在不断提升，执法力度也在不断加大。

总体而言，中国对电商平台“二选一”行为的规制正在逐步完善，但法律的具体适用、执法的明确性以及法规与时俱进的灵活性仍需进一步加强。这也体现了我国经济法在适应数字经济发展的过程中，不断探索和完善的活跃态势。

3.2. 国际视角：其他国家“二选一”行为的法律态度

在全球范围内，不同国家和地区针对电商平台“二选一”行为的法律态度和规制措施呈现出多样性。例如，在美国，该行为可能会根据《谢尔曼法》被视为反竞争行为，特别是当涉及到市场支配地位的企业时。美国反垄断法对于保护市场竞争和预防市场支配地位的滥用有着极为严格的规定，监管机构如联邦贸易委员会(FTC)和司法部反垄断局(DOJ)拥有对此类行为进行调查和处罚的权力。然而，由于美国反垄断法对市场支配地位的认定标准高，因此在实际操作中，对“二选一”行为的规制面临着较大的挑战。

而在欧盟，根据《欧盟竞争法》的规定，电商平台的“二选一”行为可能会被认为违反了市场竞争规则，特别是当这种行为可能影响跨境贸易时。欧盟委员会对于维护单一市场的自由竞争和防止垄断行为有着明确的立场，已经在多个案例中展示了其对于反竞争行为的规制能力[9]。例如，针对谷歌的反竞争行为，欧盟委员会已经做出了多起高额罚款的决定，展现了其在维护市场竞争秩序方面的决心。

值得注意的是，国际上对于“二选一”行为的规制并不是一成不变的。随着数字经济的发展和全球电商市场的日益融合，各国在监管理念和手段上展现出了适应性和灵活性。例如，一些国家开始尝试引入数字市场法规，以更好地应对数字平台的市场行为。通过跨国合作和经验分享，国际社会在电商平台行为规制方面的协同逐渐加强。

3.3. 规制“二选一”行为中存在的问题与挑战

在规制电商平台的“二选一”行为过程中，中国面临着一系列问题与挑战。首先，现行经济法对“二选一”行为的定义及其法律性质并不明晰，这给法律适用带来了困难。由于“二选一”行为的多样性和复杂性，监管机构在调查和评估时往往需要大量的证据收集和经济分析，这无疑增加了执法的难度和成本。

执法力度不足是一个突出问题。在实际操作中，由于资源和能力的限制，监管机构可能难以对所有涉嫌“二选一”行为的电商平台进行有效监管。这不仅影响了法律规制的实施效果，也可能导致部分企业逃避监管，甚至形成不正当的市场竞争优势。

再者，随着电子商务的快速发展，现有经济法律法规的滞后性也成为了一个问题。许多现行法律法规在制定时并未充分考虑到数字经济的特点，这导致了在适用过程中的不适应性问题。例如，对于新兴的电商模式和市场行为，如何在不抑制创新的前提下进行有效规制，是一个需要深思熟虑的问题[10]。

国际合作与协调的缺失也是规制“二选一”行为中面临的挑战之一。在全球化的背景下，电子商务活动往往跨越国界，这就要求国际社会在规制电商平台行为上有更好的合作和协调。然而，不同国家法律体系的差异以及利益博弈往往使得国际合作变得复杂且充满挑战。

在规制“二选一”行为的过程中，中国不仅要不断完善相关法律法规，确保法律的适用性和执法的有效性，还需要关注法律法规的更新速度，以适应数字经济的快速发展。同时，还应加强国际间的沟通与合作，共同打造公平竞争的国际电子商务环境。

4. 加强电商平台“二选一”行为规制的对策建议

4.1. 完善相关法律法规，明确“二选一”行为的法律界限

在对电商平台“二选一”行为的规制对策建议中，首要之策乃是对现行法律法规体系进行深度审视，针对性地进行修订与完善。法律法规的明确性是规范市场行为、引导市场主体行为的基石。在此前的研究中，我们不难发现，由于“二选一”行为的多样性和复杂性，现有法律法规对此类行为的规范描述往往显得模糊不清，缺乏具体的操作性定义，导致在实际执法过程中，难以准确判定行为是否构成违法。因此，首先需要明确“二选一”行为的概念和范畴进行明确界定，划清法律红线。

在明确“二选一”行为的法律界限时，应当综合考虑该行为对市场竞争的影响，既要考察其可能产生的消极影响，例如限制竞争、排除竞争对手等，也要审视其在促进市场效率、增强消费体验等方面的潜在积极作用^[11]。在此基础上，立法机构需结合实际案例，参照国际市场监管的先进经验，制定出既具有普遍适用性又具有针对性的法律规范，为执法机关提供明确的判断标准和操作指南。

值得注意的是，完善法律法规不仅仅是增加规章条文的数量，更关键的是提升法规的可操作性与时代适应性。要求法律文本具有足够的灵活性以适应电商市场的快速变化，同时又要保持足够的严格性以防止市场主体利用法律漏洞从事不正当竞争。此外，还应当加强对法律法规的普及教育，提高市场主体的法律意识，使其在追求商业利益的同时，不忘遵守市场游戏规则，自觉维护公平竞争的市场环境。

4.2. 加强市场监管，提高“二选一”违法成本

在电商平台“二选一”行为的规制对策中，除了完善法律法规外，加强市场监管机构的监督力度同样不容忽视。监管机构应当持续关注电商市场的动态变化，对“二选一”等可能影响市场公平性的行为保持高度警觉，并及时采取行动。市场监管的核心在于提高违法成本，使得违法行为的预期收益远远低于其可能面临的法律及经济后果。

在实际操作中，监管机构应当建立健全监管机制，包括但不限于定期开展市场巡查、设立举报热线、建立线索反馈系统等措施，以便及时发现并查处违法行为。此外，还应当加大对违法行为的处罚力度，包括经济罚款、市场禁入等，确保处罚结果具有足够的震慑力。此外，监管机构也应当注重与行业内部监督机制的协同，通过信息共享、联合执法等手段，形成监管合力，提升监管效率。

显然，强化监管不仅仅是提高处罚力度，更重要的是提升监管智慧，这要求监管部门不断提升执法人员的专业素质，加强对执法人员的培训，使其具备识别和处理复杂市场行为的能力。在此基础上，监管机构应当利用大数据、人工智能等现代信息技术手段，提高监管的针对性和精准度，实现从被动监管向主动预警的转变。

4.3. 鼓励行业自律，构建公平竞争的电商市场环境

在电商平台“二选一”行为规制的对策建议中，引导和鼓励行业内部自我约束、自我管理是一个重要环节。行业自律可以作为政府监管的有效补充，通过行业组织的内部规范和标准来引导企业行为，减

少不正当竞争行为的发生。电商平台和商家作为市场的直接参与者，对市场环境的健康发展具有不可推卸的责任，因此，他们应当积极参与行业自律的实践，共同维护电商市场的公平竞争。

具体而言，可以通过建立行业自律组织，制定行业守则和操作准则，明确各方权利义务，促进业界内部的透明度和规范性。例如，行业组织可以设立行为守则，明确禁止采取“二选一”等限制竞争的市场行为，并对违反守则的企业进行惩戒，包括但不限于公开谴责、暂停或取消会员资格等措施。同时，通过行业评价体系，表彰遵守行业规范、积极履行社会责任的企业，树立行业榜样，形成正向激励机制[12]。

行业自律的成功实践还需要构建一个健康的市场信用体系。在这一体系中，企业的市场行为将受到长期追踪和记录，不正当竞争行为将影响企业信用评级，进而影响其市场声誉和融资成本。这种市场化的信用约束机制，能够有效地激励企业自觉遵守行业规范，追求长远的市场信誉而非短期的利益最大化。

构建公平竞争的电商市场环境，需要政府监管、行业自律和市场信用三者相互配合，共同发力。电商平台与商家应当在政府的监管框架下，遵守行业自律规范，维护良好的市场信用，共同营造一个透明、公平、有序的市场环境，从而推动电子商务的健康发展。

5. 结论

综上所述，电商平台“二选一”行为在促进市场竞争和提高经营效率等方面虽有积极影响，但同样可能损害市场秩序和消费者权益，导致市场垄断问题。本研究通过深入分析“二选一”行为的经济法规制现状，揭示了当前在规制力度、法律明确性以及执行难度等多方面存在的不足，并结合国内外对类似市场策略的规制经验，提出了一系列针对性的对策建议。这些对策包括完善相关法律法规、加大执法力度和细化市场主体责任，以及推动多元治理，形成政府、市场主体和消费者的共同参与。这将帮助构建更为公平竞争的电商市场环境，防止市场主导权过度集中，保护中小商家和消费者的利益。通过指导和规范电商平台的 market 行为，不仅为消费者和其他市场参与者营造了一个更加公正和开放的购物环境，也为电子商务市场的健康稳定发展提供了有力的法律支撑。未来电子商务市场的规制需要更加科学和系统化，以适应市场经济的快速发展和电商模式的持续创新，为维护公正和高效的市场环境做出贡献。

参考文献

- [1] 中国应用法学研究所课题组, 曹士兵, 牛凯, 等. 电子商务平台“二选一”行为的法律性质与规制[J]. 中国应用法学, 2020(4): 137-155.
- [2] 冯术杰. “搭便车”的竞争法规制[J]. 清华法学, 2019, 13(1): 175-190.
- [3] 焦海涛. “二选一”行为的反垄断法分析[J]. 财经法学, 2018(5): 78-92+117.
- [4] 王健, 季豪峥. 电子商务平台限定交易行为的竞争法分析[J]. 中国应用法学, 2020(1): 63-83.
- [5] 王晓晔. 论电商平台“二选一”行为的法律规制[J]. 现代法学, 2020, 42(3): 151-165.
- [6] 吴太轩, 赵致远. 电商平台“二选一”行为的反垄断法规制——兼论滥用相对优势地位理论的适用不足[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2020, 32(6): 59-68.
- [7] 许光耀. 互联网产业中排他性交易行为的反垄断法分析方法[J]. 中国应用法学, 2020(1): 37-48.
- [8] 市场监管总局对阿里巴巴垄断行为作出行政处罚[EB/OL]. <https://www.kankanews.com/detail/EnwNDX5kXya>, 2024-03-24.
- [9] 焦海涛. 论我国对欧盟卡特尔案件和解程序的引入与改造[J]. 中南大学学报(社会科学版), 2021, 27(4): 96-110.
- [10] 吴太轩, 赵致远. 《电子商务法》规制电商平台“二选一”行为的不足与解决[J]. 竞争政策研究, 2021(1): 20-29.
- [11] 曾晶. 论互联网平台“二选一”行为法律规制的完善——以我国现行法律规范为视角[J]. 政治与法律, 2021(11): 135-149. <https://doi.org/10.15984/j.cnki.1005-9512.2021.11.011>
- [12] 姜艳海. 电商平台中消费者权益保护问题研究——以“二选一”行为为例[J]. 中国商论, 2022(23): 29-31. <https://doi.org/10.19699/j.cnki.issn2096-0298.2022.23.029>