

# 数字经济领域中电商平台反垄断行为 规制

姜晨曦

新疆财经大学法学院, 新疆 乌鲁木齐

收稿日期: 2023年12月26日; 录用日期: 2024年1月9日; 发布日期: 2024年2月28日

## 摘要

随着经济全球化发展, 数字经济逐步成为全球经济发展的新引擎, 电商平台作为数字经济的重要组成部分, 为现代经济发展的增添了新动能。然而, 在以淘宝、京东、拼多多的超级电商巨头的崛起后, 网络电商平台的竞争日趋激烈, 市场资源逐渐集中于头部电商平台, 电商平台的垄断问题凸显, 如何通过反垄断规制体系提升常态化监管水平, 引导电商平台在高质量发展、科技创新、国际竞争中发挥积极作用, 是学界关注的重要议题。尽管我国为此出台一系列法律法规, 但由于科技迅猛发展, 如今出现了多种新型垄断行为, 其已经远远超出传统反垄断范畴, 为了有效规制电商平台的垄断行为, 维护公平竞争, 促进数字经济良性发展, 重构反垄断法律体系迫在眉睫。

## 关键词

数字经济, 电商平台, 竞争规制, 反垄断

# Regulation of Anti-Monopoly Behavior on E-Commerce Platforms in the Field of Digital Economy

Chenxi Jiang

Law School, Xinjiang University of Finance and Economics, Urumqi Xinjiang

Received: Dec. 26<sup>th</sup>, 2023; accepted: Jan. 9<sup>th</sup>, 2024; published: Feb. 28<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

With the development of economic globalization, the digital economy has gradually become a new

engine for global economic development. As an important component of the digital economy, e-commerce platforms have added new momentum to modern economic development. However, with the rise of super e-commerce giants led by Taobao, JD.com, and Pinduoduo, competition among online e-commerce platforms has become increasingly fierce, and market resources are gradually concentrated on top e-commerce platforms. The problem of market monopoly on e-commerce platforms has become prominent. How to improve the level of normalized supervision through the anti-monopoly regulatory system, guide e-commerce platforms to play a positive role in high-quality development, technological innovation, and international competition, It is an important issue of concern in the academic community. Although China has introduced a series of laws and regulations for this, due to the rapid development of technology, various new types of monopolistic behaviors have emerged, which have far exceeded the traditional scope of anti-monopoly. In order to effectively regulate the monopolistic behavior of e-commerce platforms, maintain fair competition, promote the healthy development of the digital economy, it is urgent to reconstruct the anti-monopoly legal system.

## Keywords

Digital Economy, E-Commerce Platforms, Competition Regulation, Anti-Monopoly

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

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

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



Open Access

## 1. 数字经济时代电商平台反垄断规制现状

数字经济是由数字技术、信息通信技术和商务活动三方面融合而成，伴随着数字技术的飞速发展，新的经济模式也随之产生，包括在线支付、云计算、在线个性化广告等。然而，目前的数字经济的发展不仅仅局限在数字技术和信息通信技术的融合上，它还将逐步地建立在互联网的基础上，将信息通信技术和数字技术紧密地结合在一起，形成一种以大数据经济、平台经济、人工智能等为代表的数字经济发展的高层次形态[1]。近年来，我国以淘宝、拼多多、京东等为代表的超级电商平台出现了大量利用数据、算法、用户等优势地位排除、限制竞争的案例，对传统的反垄断理论与司法实务提出了新的挑战。

针对电商平台经济出现不良竞争现象，我国也在加强平台经济反垄断工作，相继出台了《关于平台经济领域的反垄断指南》、《禁止垄断协议规定》、《滥用市场支配地位行为规定》、《反垄断法》《电子商务法》等法律法规，对“二选一”“大数据杀熟”等问题作出专门规定[2]。然而，我国法律对于反垄断案件中举证责任以及损害赔偿责任等问题尚未明确规定，司法机关自由裁量权过大，存在同案不同判的现象。另外，在执法方面，2020年12月14日，市场监管总局对阿里巴巴、阅文集团、丰巢网络未依法申报实施经营者集中行为分别作出顶格处罚<sup>1</sup>。2021年2月8日，市场监管总局对唯品会存在的“二选一”行为作出了300万元的行政处罚<sup>2</sup>。2021年4月10日，市场监管总局依法对阿里巴巴集团实施“二选一”行为作出行政处罚，责令其停止违法行为，并对其2019年销售额4%，罚款共计182.28亿元<sup>3</sup>。尽管如此，我国相关立法和政策对电商平台的垄断行为的具体样态及规制路径等问题尚未涉及，数字经济市场的反垄断任务仍然困难重重。

<sup>1</sup>国家市场监督管理总局: [https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2023/art\\_a93bf313aa8842e89b81dbf461fa085c.html](https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2023/art_a93bf313aa8842e89b81dbf461fa085c.html)。

<sup>2</sup>国家市场监督管理总局: [https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2023/art\\_d44cc51a246c4d0d8f743476a25feb6d.html](https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2023/art_d44cc51a246c4d0d8f743476a25feb6d.html)。

<sup>3</sup>国家市场监督管理总局行政处罚决定书-国市监处(2021)28号。

## 2. 数字经济背景下的电商平台新型垄断行为的表现形式

### 2.1. 大数据杀熟

大数据杀熟是指电商平台通过收集和分析大量的用户数据,对有一定依赖度的用户执行不同定价以获取不正当利益的策略[3]。平台会利用用户的历史购买记录、浏览习惯等个人信息,对不同用户的需求进行准确判断,并根据其消费能力和购买意愿设定不同的价格。这种垄断行为旨在提高平台的利润,但对消费者来说却带来了不公平的定价现象。具体表现形式包括以下三种:一是个性化定价,即根据个人消费者的购买力、忠诚度和购买需求等特征,对不同消费者进行定价歧视。二是不公平优惠,通过操纵促销活动、优惠券和返现等方式,对不同消费者给予不同程度的折扣或优惠。三是延迟信息披露,即将某些商品或服务的真实信息隐藏起来,以使消费者在购买决策时做出不完全知情的选择。

### 2.2. 电商平台双重角色与自我优待

电商平台通常扮演着平台经营者和监管者的双重角色,同时提供平台服务和自有业务。这种垄断行为使得电商平台可以在市场竞争中占据优势地位,通过操纵平台规则、搜索排名等手段来提高曝光度,优先推广自家产品,削弱竞争对手的曝光机会,从而实现自我优待[4]。这一行为会削弱市场竞争力,限制其他商家的发展和 innovation,使得平台能够通过操纵市场规则和资源分配来获取不公正的竞争优势。自我优待行为通常表现为:其一,平台内部占有优势。将平台自有产品或合作品牌放在更显眼的位置,给予更多的展示机会和推广资源,使其他卖家的产品变得不够显眼。其二,搜索偏向性。通过调整搜索排名算法和结果,将自家产品或品牌排名更靠前,让消费者更有可能选择自家产品。其三,平台推广。对自家产品进行频繁的广告投放和推荐,将平台资源重点支持和推广自家产品。

### 2.3. “二选一”行为

电商平台“二选一”行为是指平台通过合同约定或强制性规定,要求商家只能在该平台上进行销售,禁止商家在其他竞争平台上销售或限制其线下渠道,通过锁定交易相对人,排挤、限制竞争对手的限定交易行为。这种垄断行为使得平台能够控制市场的信息流动和销售渠道,限制了商家的自由选择权,影响了市场的公平竞争。同时,这种行为还会挤压市场多样性,限制消费者的选择权和福利,其一般表现为:第一,独家销售协议。要求卖家在平台上独家销售,禁止在其他平台上销售或通过其他渠道销售。第二,推广限制。对未遵守独家销售协议的卖家限制其在平台上的推广、广告和曝光机会,使其面临竞争劣势。第三,技术限制。通过技术手段限制卖家在其他平台上销售或与其他平台合作,剥夺卖家的市场机会和选择权。例如在“京东诉天猫”案中,阿里巴巴集团在2015年“双十一”促销活动中,要求商家在京东商城和自家平台之间做出选择,禁止商家在京东平台上参加促销活动。这种行为涉嫌排除、限制竞争,违反了反垄断法规定。

### 2.4. 数据垄断

在数字经济时代,数据垄断成为一种新型垄断方式。数据垄断是指电商平台为获得巨大的市场优势,通过占有、使用大量用户数据或以数据、算法等为工具限制市场竞争的行为或状态[5]。电商平台收集和利用用户数据,对竞争对手形成壁垒。例如,淘宝网凭借其庞大的用户数据和商家资源,打压竞争对手京东商城。这种行为限制了市场竞争,涉嫌滥用市场支配地位。首先,数据垄断表现为数据收集与控制。电商平台通过用户注册信息、购买行为、浏览习惯等方式收集大量个人和市场数据,并通过技术手段对这些数据进行控制和管理。其次,电商平台将数据作为资源进行交易和合作,获取更多的市场竞争优势,如与第三方合作推销产品、直接向广告商出售用户数据等。最后,通过独占大量用户数据,电商平台可

以打造起数据壁垒，将其他竞争对手排挤出市场或限制其发展。

### 3. 电商平台垄断行为对数字经济的潜在风险

#### 3.1. 数字市场竞争秩序混乱

在网络效应的保护下，处于垄断地位的电商平台企业可以通过网络效应、杠杆效应来进行跨市场整合，建立起多域的数字生态帝国。通过控制市场资源和市场给予的信息，加上“监管人”角色和隐秘的算法助力，垄断地位的企业可以自主建立平台规则。这种垄断行为会严重破坏数字市场竞争的公平性，导致数字市场的集中度过高，使得其他竞争对手难以进入市场，从而限制了新兴企业和小型企业的发展机会，影响整个市场的健康发展。此外，垄断行为还可能导致定价的虚高，在数字市场中，消费者将面临更高的价格和较少的选择权，严重打击数字领域公平、健康的市场秩序。

#### 3.2. 数字市场创新发展受阻

数字经济中，头部电商企业往往通过驱动型并购进行垄断，这种扼杀式的并购行为严重削弱市场的创新活力，损害消费者利益[6]。由于产品升级成本高，风险大，头部电商企业通常迫使有创新潜力的初创企业控制者退出市场或直接取得潜在竞争项目的研发控制权。垄断平台通过并购掌握大量用户数据和网络效应的积累，实现了规模经济，使得成本更低，从而形成了高度集中地市场格局。一旦某个电商平台垄断了市场，它可能会减少对新产品和新技术的投资，由于缺乏竞争的刺激，将会限制市场中的创新和技术进步，影响数字经济的长期发展。此外，垄断平台还可能阻止其他创新性企业的进入和发展，导致市场的僵化和创新动力的丧失。

#### 3.3. 消费者选择权受限

电商平台的垄断行为也会对消费者的选择权产生负面影响。垄断平台通过操纵搜索结果、推荐算法等方式，倾向于推销自己的产品或限制其他竞争对手排除在关键位置，减少了消费者获取全面信息的机会，导致消费者选择受限。同时，垄断平台通过垄断定价和售后服务的强制性规定，限制了消费者选择低价、优质商品的能力，损害了消费者利益，并使其处于被动地位，导致消费者缺乏透明度和信息不对称。消费者的选择权受限不仅影响其利益最大化，还阻碍了市场的公平和健康发展。

### 4. 数字经济领域中电商平台反垄断行为规制策略

#### 4.1. 创新执法思路，夯实执法能力

由于竞争是一种非常复杂的自发型的市场秩序，而数据和算法驱动的竞争行为造成影响的好坏很难预测。数据与算法的技术手段并非“罪恶”之源，其不正当竞争的违法之处在于“行为之不法”。基于此，针对电商平台的反垄断行为，需要创新执法思路，夯实执法能力以应对日益复杂的市场形势。一方面，加强执法机构的专业水平提升，具备数字经济领域的专业知识和技术能力，能够更加准确地判断和定性电商平台的垄断行为。另一方面，在包容创新、审慎监管的立场上，利用科学合理专业的分析工具，进行个案分析、动态监管，对算法技术的运用进行良性引导。同时，加强执法部门之间的协同配合，提高执法效率和实施力度，通过数据共享和信息交流，实现执法资源的优化配置，提高对电商平台反垄断行为的监管效果。

#### 4.2. 规制数字市场流量垄断

在数字经济时代，流量成为电商平台竞争的关键资源，流量垄断不仅限制了市场竞争，对整个数字

经济发展产生不利影响。因此，通过规制数字市场流量垄断，有针对性地对电商平台进行反垄断规制，显得尤为重要。首先，建立健全的市场准入制度，明确数字市场流量垄断的认定标准和处罚措施，为反垄断执法提供依据，防止电商平台通过控制市场流量来限制其他竞争对手的进入。其次，加强对市场流量算法的监管，确保电商平台不通过操纵流量来排除其他竞争对手并扭曲市场竞争。同时，鼓励创新和竞争，降低市场准入门槛，为中小企业和创新创业者提供更多发展机会，促进数字市场多元化发展。最后，可以建立独立第三方监管机构，对电商平台的流量分配和推荐算法进行审查和监督，确保市场流量的公正分配和消费者信息的真实有效。

### 4.3. 强化事前事后监管的反垄断法体系

算法支撑动态调整垄断策略的做法减少了传统静态反垄断机制的应用，并且常常导致不可逆转的损失。因此，政府应该进行规制体系的改革，将以“事后规制为主”为基础的监管改为更注重“事前为主、事后为辅”的动态监管体系[7]。一则，加强事前监管，规定电商平台在市场进入、市场竞争和消费者权益方面的基本要求，通过事前核准和行政备案的方式确保电商平台行为的合法性和公平性。二则，加强事后监管，建立有效的投诉举报机制和严格的违法处罚制度，对违反反垄断法的电商平台进行处罚，以形成威慑作用和修复市场秩序。

## 5. 结语

数字经济时代的到来，新的垄断问题日益突出，特别是在电商平台经济中，伴随着“大数据杀熟”、平台“二选一”和“自我优待”等一系列新的难题。由于立法本身的滞后性，《反垄断法》很难适用于新的垄断行为，对《反垄断法》进行修改是其发展的必然选择。从国际上的立法情况来看，我国反垄断制度无论是在理论上，还是在实践中，都存在较为严重的缺陷。为了维持市场公平竞争秩序，保障我国经济持续健康发展，有必要构建一套以激励执法理念为基础，强化执法能力、规制流量垄断行为和强化事前事后监管的反垄断法律体系。

## 参考文献

- [1] 沈朝阳. 数字经济时代平台企业反垄断规制的路径探析[J]. 中国物价, 2021(11): 39-42.
- [2] 张伯尚. 数字经济时代平台经济反垄断的挑战与对策研究[J]. 中国市场监管报, 2021(3): 1-10.
- [3] 陈君巧. 电商平台“大数据杀熟”与治理对策研究[J]. 中国商论, 2023(20): 39-41.
- [4] 刘晓春. 数字平台自我优待的法律规制[J]. 法律科学(西北大学学报), 2023, 41(1): 85-91.
- [5] 刘妍, 陈天雨, 陈烨, 张斌, 裴雷. 互联网平台数据垄断主要表现及治理路径[J]. 情报理论与实践, 2023, 46(11): 52-59.
- [6] 冯鑫煜. 超级平台扼杀式并购的反垄断规制[J]. 南方金融, 2022(9): 90-100.
- [7] 张诗星. 数字经济下互联网平台垄断行为规制[J]. 经济研究导刊, 2023(13): 156-158.