

反垄断中扼杀式并购的阶段性规制

郭雨菲

湖南大学法学院, 湖南 长沙

收稿日期: 2025年1月17日; 录用日期: 2025年2月15日; 发布日期: 2025年2月25日

摘要

平台经济的迅速发展下, 许多大型数字企业将扼杀式并购作为巩固其寡头垄断地位的一种必要手段。从行为的竞争损害的角度出发, 反垄断法规制扼杀型并购行为具有必要性。然而, 在扼杀型并购行为规制中存在经营者集中审查制度难以匹配、反竞争效果的不确定性以及缺乏足够的前瞻性等困境。扼杀型并购行为的规制需要从事前对相关行为的识别、事中审查的评估, 事后的监管以及救济反馈及时等方面入手, 以实现防止资本无序扩张、维护市场竞争秩序、促进创新之间的动态平衡。

关键词

大型数字平台, 扼杀式并购, 平台垄断, 初创企业

Phased Regulation of Killer Acquisitions in Antitrust Enforcement

Yufei Guo

Law School of Hunan University, Changsha Hunan

Received: Jan. 17th, 2025; accepted: Feb. 15th, 2025; published: Feb. 25th, 2025

Abstract

In the platform economy field with an oligopolistic competitive landscape, killer acquisitions have become the main competitive strategy for large digital platforms to consolidate their dominant market positions. From the perspective of the competitive harm caused by such behaviors, it is necessary for antitrust laws to regulate killer acquisitions. However, in the regulation of killer acquisitions, there are dilemmas such as the difficulty in matching the concentration of undertakings review system, the uncertainty of anti-competitive effects, and the lack of sufficient foresight. The regulation of killer acquisitions needs to start from aspects like the identification of relevant behaviors in advance, the assessment of the harm caused by acquisitions during the process, timely supervision after the event, and prompt feedback on remedies, so as to achieve a dynamic balance among

preventing the disorderly expansion of capital, maintaining the order of market competition, and promoting innovation.

Keywords

Large Digital Platforms, Killer Acquisitions, Platform Monopoly, Start-Up Enterprises

Copyright © 2025 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

“必求垄断而登之，以左右望而罔市利”¹，孟子这句关于“垄断”的话揭示出贸易者想要把持市场并独占的心态。而现如今的大型数字平台为了更好地垄断，超越性地引发出“扼杀”，直接将有威胁的企业“绝其根本”，让其枯本绝源。“扼杀式并购”的概念最初医药行业出现，是大型企业停止被收购公司产品开发的一种做法，将具有特殊商业价值的创新产品扼杀在摇篮，从而消灭潜在的竞争对手。随着数字经济的发展，许多大型科技企业也在数字平台领域中“扼杀”新型初创企业，将规模较小、不具备对抗能力的创新企业并购，使之不再拥有竞争可能性。根据美国众议院反垄断小组的《数字化市场竞争调查报告》，其中关于大型数字平台的并购数据显示，在 1998 至 2020 年间，亚马逊共收购 104 家企业，苹果共收购 120 家企业[1]。在我国属于头部平台的阿里巴巴、腾讯和百度在 2020 至 2021 中投资并购事件就高达 395 起²。我国 2021 年 9 月 14 日发布的《中国反垄断执法年度报告(2020)》³指出这类型的互联网平台的“扼杀式并购”行为会引发更为深入的反竞争和抑制创新的隐患。当前对于“扼杀式并购”困境的破解路径尚未明晰，本文从“扼杀式并购”的规制必要性逻辑切入，以事前、事中、事后三个不同阶段的路径进行规制，以期对数字平台反垄断预防、审查、救济有所裨益。

2. 扼杀式并购的内涵和交易实质

2.1. 平台掐尖：扼杀式并购

并购是传统企业寻求发展，扩充商业版图的一种手段，学者们在总结企业发展规律后认为大公司的实现离不开并购，几乎没有只凭借自身内部的自然增长，但不经过并购方式扩张就能成为大公司的企业。扼杀式并购(Killer Acquisition)最早由经济学家 Colleen Cunningham 和 Florian Ederer 及 Song Ma 三位学者的一篇关于制药行业并购问题的文章中提出[2]。顾名思义，扼杀式并购就是将具有竞争潜力的企业先行扼杀消灭，但数字平台中的扼杀式并购与医药行业的存在着区别。虽然其目的也是为了消灭潜在的竞争对手，但手段不仅是单纯“扼杀”抛弃。出现了两种方式，一是直接将创新的“竞争品”关闭开发，另一种则利用平台经济的特征，并不局限于将具有竞争潜力的企业先行扼杀，相反大型数字平台可能会借力而行，以并购的形式将初创企业的人才、技术、服务纳入自身企业发展中，进一步加强自身的市场竞争力，不会像医药领域内因研发项目重叠度高从而切断被并购企业的全部发展链。

¹《孟子·公孙丑下》第十章节选：古之为市者，以其所有易其所无者，有司者治之耳。有贱丈夫焉，必求垄断而登之，以左右望而罔市利。

²数据来自新浪财经：腾讯、阿里、京东、字节、美团等 3104 笔投资扫描：共寻一张新“船票”。

³《中国反垄断年度执法报告(2020)》：“互联网巨头凭借巨大资本力量，大量投资并购初创平台和新兴企业。对与自身业务具有互补作用的，在并购后通过优势业务‘引流’抢占市场份额；对与自身业务可能产生竞争的，在并购后通过团队整合、规则再造，彻底消灭潜在竞争对手。”

2.2. 交易实质

在数字经济蓬勃发展的广阔领域中，科技巨头企业凭借既往的数据优势，已难以稳固地构筑起排他性的市场壁垒并长期占据优势地位。诸多新兴创新企业凭借多样化的手段，正积极参与市场竞争，试图在数字经济的巨大红利中分得一杯羹。在此情形下，大型数字平台为了进一步压缩新型初创企业的生存空间，往往会采取并购这一商业策略。一方面，通过并购小型、新型创新企业，大型数字平台将这些企业所拥有的优秀人才、前沿技术以及特色服务等优质资源整合进自身的发展体系，借此增强自身的综合实力，进而巩固其在市场竞争中的优势地位；另一方面，部分大型数字平台在完成对新型初创企业的并购后，采取极端手段，直接切断被并购企业的全部业务，从根源上杜绝其成长为潜在强大竞争对手的可能性。

大型数字平台这种带有扼杀性质的并购行为，无疑给初创企业带来了更为严峻的挑战。随着越来越多的初创企业被此类并购行为所遏制，大型平台在数字经济领域的市场掌控力愈发强化，逐渐占据了市场的绝对份额，并在诸多方面取得了主导地位，甚至能够对特定类型的服务或产品形成垄断态势。而当大型平台在数字经济“蛋糕”中所占份额不断扩大、形成垄断格局之时，消费者的权益空间不可避免地遭到严重挤压，其原本应享有的多元选择、公平交易以及优质服务等权益均难以得到有效保障，进而破坏了市场的公平竞争秩序，损害了公共利益。

3. 扼杀式并购反竞争损害的逻辑证成

《经济学人》报道称，谷歌、亚马逊、脸书、苹果以及微软收购小型初创企业的金额高达 316 亿美元[3]。数据可见，行业中的扼杀式并购体量之大，涉及企业数量之多，行为已经严重阻碍反垄断规制的发展，产生较大的反竞争损害。

3.1. 对市场竞争秩序的破坏

以较多的客户基数做保障，恶意压价或是以捆绑连带销售等方式展开不正当竞争，较小的公司很难获取竞争优势，从而渐渐于市场上丧失客户群，逐渐缩减份额，同时也难以进行扩张，被攥紧其进入其他市场的松紧绳。在传统领域中，这样的垄断手段能直接减少或消灭竞争者，而存在于数字平台市场中的扼杀式并购对于竞争的损害更甚。

通过对小型初创平台的收购来消灭潜在竞争——是扼杀式并购典型的特征，而这一特征置于市场中看，造成了“潜在竞争的丧失”，作为在并购审查中援引的概念，市场中潜在竞争的丧失是扼杀式并购的结果导向之一，对其影响是广泛而巨大的[4]。扼杀式并购的出发点就是消灭竞争，领头企业有充分的实力支持其在开发能与被购方同类竞争的产品、并以各类垄断手段打击竞争的同时，对被购方进行并购谈判。许多中小企业难以与之抗衡，最终退出市场或者放弃竞争，直接导致市场中竞争的减少，抹杀或消灭了部分未来同领域的潜在竞争对象，并且能给想要进入市场的企业足够的威慑力，增加了市场进入壁垒[5]。在此基础上，数字平台的市场份额会进一步扩大。传统领域中的并购可能只是针对横向收购的企业，目标在于与自身构成直接竞争的领域，但因数字经济的特殊性，跨行业的市场扩张较易展开，在收购后，对收购公司的技术数据等形成新的垄断，合并后的公司吸收了被购方的技术及数据，通过垂直整合能够获取相关竞争于上下游的竞争优势信息，能够基于原本数据获取被购方的客户信息，在跨行业拓展商业版图时，能够稳固原本的客户群以及吸引被购方原本的客户群。数字平台本身即因网络的外部性，在平台竞争上具有马太效应⁴——大规模的平台易获取市场竞争优势地位，而初创企业的市场份额本

⁴ 马太效应(Matthew Effect): 在经济领域，马太效应表现为拥有财富的个体可以利用其资源来获取更多投资和机会，而贫困个体可能会因缺乏起步资本而更加难以脱离贫困，即“富人越来越富，而穷人越来越穷”的现象。在市场竞争中，大公司庞大的规模和资源通常使它们能够以比竞争对手更低的单位成本生产或购买商品，并以更低的价格出售产品，必要时甚至可以亏本出售，从而将竞争对手挤出市场，并接管他们的市场份额。

身是很微小的，大型数字平台的市场份额短期内可能不会因收购其产生较为明显的涨幅，但通过并购强化其竞争力，能进一步强化平台的市场支配地位。

3.2. 对创新壁垒的加重

反竞争最为显著的一个特点是，垄断会削弱竞争动力，会使行业中的创新生命力受到一定程度的打压遏制。在数字经济市场中，扼杀式并购为大型企业缓解创新压力提供了实质性的帮助。初创企业依靠熊彼特式创新进行发展，但中小科技企业生存的环境较为严峻，面临被收购或是淘汰的危机。大型数字平台为保护先前的垄断效益而催生竞争动力，自身的创新动力不足，而初创企业的创新构建了良好的客户基础，能够一定程度对其产生威胁。于是大型数字平台不断扩大其并购初创企业的规模，而富有生机与科技能力强的企业被整合后，其原先的创新项目会被直接搁置关停，或是根据收购方的产品规划进行渐进式的创新，创造生命力大打折扣，而数字平台进一步利用广泛的用户基础以对其他平台排他式的打压，更加重了市场壁垒，对行业的创新能力进行了打压。

这种由大型数字企业而引出的扼杀式并购，极易导致初创企业在风险投资领域形成“杀伤区”(killing zone)，也就是大型数字平台凭借日益增长的市场份额，挤占中小企业的生存空间，而投资者被大型企业吸引，不愿给予初创企业投资，从而对创新产生影响[6]。而为何“杀伤区”一旦存在就很难被打破呢？因为大型数字平台为了施行并购使用的手段，要么让初创企业无法占据市场竞争优势地位而被打败淘汰，要么让大型企业顺利收购进而获取更大的市场份额。两种情况都会大大降低投资者投资中小初创企业的可能性。在“杀伤区”存在的区域，越靠近大型数字平台，其他小企业获取投资的可能性就越小，非常不利于初创中小企业的生存创新，所以一旦“杀伤区”形成，就会不断加重排他性的壁垒，造成恶性循环。数据显示，在被收购的三年后，与 Google 和 Facebook 所收购企业的同一领域，对该领域的初创企业投资下降了 46%，交易数量下降了 42% [7]。“杀伤区”致使初创企业面临的困难愈来愈多，被大型企业裹挟的几率也逐渐上升，能否顶住考验，是初创企业能否顺利生存下来的可能性之一。

3.3. 对消费者权益的损害

关于扼杀式并购带来的对消费者权益的侵害，可以基于马克思的相关资本理论做出三个方面的阐述：

第一个方面会使消费者选择权受限。马克思在《资本论》中谈到资本社会中商品对人的异化现象，资本社会的垄断，会使消费者在商品交换时处于被动，提供服务的商家变少，可供消费者进行的选择变少，可能无法真正实现自身的消费意愿，难以满足需求。如前对于扼杀式并购的目的来看，并购方企业为了减少竞争稳固市场地位，目标企业的某些业务或项目会直接在并购完成后被停止，从而可选集合缩小，消费者选择被禁锢其中。消费者在挑选产品或服务时，只能进入由大型数字平台营造的产品闭环，损失了通过创新竞争获取更优质产品或服务的机会。消费者在需求替代上缺乏更好的选择时，大型平台趁机增加用户依赖性，消费者更难以实现消费升级[8]。

根据剩余价值理论⁵，在第二个层面上，由于其引起的竞争环境恶化、企业创新动力减弱，从而影响消费者长期效益。在垄断后，企业增大自身剥削工人的空间，能够凭借地位在消费者身上压榨更多的金钱，在更大范围内获取利润，当大型企业已经遇不到与之抗衡的竞争对手，市场地位难以动摇，自然不再产生创新动力，产品或服务会随之降低，但消费者只能为垄断企业买单，丧失了在企业创新进步过程中能够因为产业升级而享受创新产品的可能性。约束大型平台企业提价、降质等损害行为难以依靠市场竞争时，消费者可能会支付更高额价格购买商品或服务，实际购买力下降，损害了消费者长期经济

⁵ 马克思《剩余价值理论》：资本家通过剥削工人的剩余价值来获取利润。在垄断情况下，垄断企业不仅可以通过剥削本企业工人的剩余价值，还能凭借其垄断地位，在更大范围内获取超额利润。

效益。

在消费者隐私权益保护上，也因扼杀式并购的收购方对于被购方直接且深入的“掠夺”而隐患重重。扼杀式并购的目的之一便是更为直接地集中收集相关创新要素。数据作为数字平台重要的隐形“资源”，在一些案例中，收购方发动并购后可以充分对目标企业所拥有的数据加以利用。数据作为生产要素的一种，各类数据之间的互补性颇为显著。借助对所获数据进行整合这一过程，大型数字平台能够更透彻地了解消费者的喜好与偏好，进而通过更针对性的优质宣传，提升用户对并购企业的黏合度。例如 Facebook 对 WhatsApp 并购后便整合了其用户数据，定位用户偏好，对其个性化的广告等数据投放[8]。

4. 事前、事中、事后的规制路径

4.1. 创新事前的扼杀式并购识别机制

因为我国是“防御 + 补救”的反垄断制度模式，如果大型数字平台对中小企业的扼杀式并购以不易被察觉的隐蔽方式进行，其中执法的不确定也给并购审查添加了难度。实践中，若是在反竞争效果产生后才进行事后规制，并且已经产生的危害效果难以恢复，需要消耗大量成本，所以在进行扼杀式并购的规制时，及时有效的事前审查制度是极具必要的。

4.1.1. 完善营业额的申报标准

2024 年修改的我国《国务院关于经营者集中申报标准的规定》⁶第三条规定，我国经营者集中的审查启动须满足一定的申报门槛，在事前根据企业上一年度的营业额进行是否申报的判断，达到标准需申报。但是合并门槛或者交易阈值的设置一般是以大型企业之间的合并作为设定数额的基准。因为对交易并购的审查主要集中在大企业之间的合并，为了防止大型企业合并后形成垄断。但是在数字经济的发展中，很明显这样的数额已经难以与现实情况相匹配[9]。大数字平台进行扼杀式并购，并购的对象通常都是较为年轻的初创企业，营收低或者是没有营业额，并且大型企业并购它们的目的是为了消除竞争威胁，不能用为了防止大型企业合并垄断的标准对其进行衡量。

这种背景下可以引入交易额作为补充标准。美国反垄断法把企业之间互相影响的关系表现于其并购的交易值中，德国和奥地利等国的立法也将交易额作为衡量企业间关系的一个标准[10]。大型企业为了有效消除潜在竞争威胁，往往会以溢价的方式对初创企业进行收购。如果在一项并购交易中，交易值相比标的企业的市场估价较高，则很有可能对收购方认为初创企业今后所能创造价值的一个垄断估价。为了使扼杀式并购不会再因为营业额标准作为量化指标而容易逃脱反垄断机构的审查，应该在营业额申报标准的基础上引入新的补充，加以并购交易额作为评估依据，若企业并购未达到经营者主动申报标准，但被收购的初创企业明显具备竞争潜力，应当考察并购交易额的数值，以防止扼杀式并购被反垄断机构忽视而逃脱监管。交易额标准和申报标准一同评估需要构建能够良好衔接的配套措施，应当在交易额的计算以及增加监管者对并购交易额审查的管辖权[11]。需要配备妥善的并购值交易额计算方式，通过市场份额可以推断出并购合同中的交易额是否合理适当，有无为了逃避审查而降低交易额的嫌疑。事前审查申报制度在营业额的门槛上补充了交易额评估，实际上合理地调整了经营者集中申报门槛，更有利于对于扼杀式并购的审核管理。

⁶《国务院关于经营者集中申报标准的规定》第三条：经营者集中达到下列标准之一的，经营者应当事先向国务院反垄断执法机构申报，未申报的不得实施集中：（一）参与集中的所有经营者上一会计年度在全球范围内的营业额合计超过 120 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 8 亿元人民币；（二）参与集中的所有经营者上一会计年度在中国境内的营业额合计超过 40 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 8 亿元人民币。营业额的计算，应当考虑银行、保险、证券、期货等特殊行业、领域的实际情况，具体办法由国务院反垄断执法机构会同国务院有关部门制定。

4.1.2. 建立导向精明的执法流程

一方面是内部文件，作为合并审查的一个部分，内部文档的调查越来越被重视，由于从并购交易的外观上很难真正判断出大型数字平台交易并购的真实意图，不过通过内部文件的审核是可以对其进行推断的。当着手审核企业内部文件时，能够从整体收购计划的战略层面切入，熟练借助文本识别或者预测编码等工具，有序地梳理内部文件^[6]。同时要注意审核内部文件的针对趋向，比如说对企业扩张的方向有没有相应调查，或是企业对竞争者的相关研究。在并购上，是如何规划，并且对于并购标的公司的估值、调查、定价是如何确定，企业内部高层对于并购目的的阐述以及并购计划的层级审核都要能够清晰地得到相关文件。但因为本身内部文件涉及到企业的商业秘密较多，对内部文件审查时也要更加审慎，对文档的分析范围、程度都要进行恰当把控，并且不同行业中的内部文件应适用不统一的标准进行审查，针对性高而不能全部行业一概而论。

另一个方面是外部的意愿因素，反垄断监管者除却对大型数字平台内部文件的审查，还可以判断大型企业在收购前的研发动向或是有倾向性的行为，以勘察其并购意图。一些大型平台试图对初创企业进行收购时，会对初创企业展现其意图，比如为了成功并购 Snapchat，Facebook 的 CEO 扎克伯格对对方进行暗示，如果拒绝并购，Facebook 对 Snapchat 最受欢迎的功能会展开竞品竞争，一直以来，Facebook 都在大型数字平台上占主导地位，其可以调用的资源成本足够使竞品对 Snapchat 产生强有力的威胁，而在这种威胁下，被收购方往往进退两难，因为不一定能在相似产品竞争中获取优势，还有可能因此遭受巨大损失，被收购方容易因这样的商业报复行为而屈服。在实践中，监管者应对此类证据进行收集，但因为这样的意图证据实际引证时的可检验性是较弱的，需要更多内部人士或是管理者的证据支持。比如给举报者设立奖励机制，激励对不合理扼杀式并购获取一定证据的相关人员进行举报，或是陷入竞争威胁的初创企业提供相应证据，虽然执行上或许还具有一定困难，但整体方向上是有可期待性的。

4.2. 明确事中并购审查的评估标准

我国法律虽然在《中华人民共和国反垄断法》第 30 条⁷、31 条⁸、33 条⁹对经营者集中的实质审查有程序及相关要素的规定，但实质审查规则在实务中仍有难以落地之处。经营者集中审查会参照参与集中的经营者在相关市场所占份额情况。在我国，相关市场界定主要依据国务院反垄断委员会《关于相关市场界定的指南》规定的替代分析法¹⁰，先是从商品价格、用途等方面考量需求替代，必要时再分析供给替代。若相关市场界定模糊或难以确定，可借助 SSNIP (假定垄断者测试方法)¹¹来界定。

数字市场中，数字平台具有网络外部性，同时交易系统中包含两方及以上的主体，产品经济效益随用户增加而提高，同时平台经济的交叉外部性会使一边的用户数量影响另一边的用户量与交易量。这两

⁷《中华人民共和国反垄断法》第三十条：国务院反垄断执法机构应当自收到经营者提交的符合本法第二十八条规定的文件、资料之日起三十日内，对申报的经营者集中进行初步审查，作出是否实施进一步审查的决定，并书面通知经营者。国务院反垄断执法机构作出决定前，经营者不得实施集中。

⁸《中华人民共和国反垄断法》第三十一条：国务院反垄断执法机构决定实施进一步审查的，应当自决定之日起九十日内审查完毕，作出是否禁止经营者集中的决定，并书面通知经营者。作出禁止经营者集中的决定，应当说明理由。审查期间，经营者不得实施集中。

⁹《中华人民共和国反垄断法》第三十三条：审查经营者集中，应当考虑下列因素：（一）参与集中的经营者在相关市场的市场份额及其对市场的控制力；（二）相关市场的市场集中度；（三）经营者集中对市场进入、技术进步的影响；（四）经营者集中对消费者和其他有关经营者的影响；（五）经营者集中对国民经济发展的影响；（六）国务院反垄断执法机构认为应当考虑的影响市场竞争的其他因素。

¹⁰《关于相关市场界定的指南》第四条：界定相关市场时，可以基于商品的特征、用途、价格等因素进行需求替代分析。

¹¹《关于相关市场界定的指南》第十条：SSNIP 测试把市场看作是一组产品群或一个区域，寻找最小的产品群(最窄的地理区域)来判断假定的垄断者是否能够赢利性的维持高于竞争价格的价格(通常假定增长 5%)至少一年，如果假定的垄断者在最小产品群中实施价格上涨而不能赢利，就把下一个最接近的替代产品加入相关市场中并再次运用 SSNIP 测试分析，这个测试过程反复进行一直持续到假定的垄断者可以赢利性地施加一个 5% 的价格上涨为止，这样界定的产品范围或地理区域就构成相关市场。

个特征使得传统的替代分析法难以界定市场边界，而数字产品或服务多低价，SSNIP 测试法也难准确界定相关市场[12]。数字平台领域下的扼杀式并购涉及多类市场，若不以动态视角对市场进行把控，难免会在实际情况的评估上有失偏颇，想要更为清晰准确地界定相关市场，不宜以传统方法进行实质性审查。

在对扼杀式并购案件审查的过程中，能够合理评估竞争引起的损害是评估扼杀式并购并触发审查的有效手段。对扼杀式并购的损害需要结合平台经济的发展特色，合理假设才能够尽量地获取可靠真实的损害后果。

4.2.1. 采用宽泛的相关市场界定标准

相关市场的界定在反垄断执法中的作用不可忽视，许多案件需要以准确界定相关市场作为出发点，而因为初创企业一般在市场边缘创新，在界定初创企业是否与大型数字平台存在于同一市场时，应该采用更为宽泛的相关市场界定方法[5]。因为只有以更宽泛的界定方法进行界定，才能在大型数字平台与中小初创企业的商品或是服务不具有可替代性的前提下才能将其定义在同一相关市场中。虽然相关市场越狭窄，大型企业才能占据更大的市场份额，更易被判定其垄断行为，但由于数字平台的特殊性，需要将处于市场边缘的初创企业也被划入相关市场中，才能更好地审查扼杀式并购案件，有效阻止大型企业为了跨领域拓展其市场，或是消除潜在竞争，促进中小企业的健康发展。在实践中，反垄断机构常以三种集中类型进行竞争分析——横向、纵向和混合。横向和纵向顾名思义，横向针对能提供替代性产品或服务的竞争，而纵向主要是以上下游垄断地位进行牵制，而混合集中主要在两者之外，在传统反垄断中的制约力和替代性都较弱[13]。但是混合集中在平台经济中体现了其特殊性，数字平台的竞争模式下的相关市场界定范围放宽，边界模糊，多方主体不再是纵横式的集中，能够跨市场跨行业联结在一起。对扼杀式并购下的竞争损害界定超越传统因素，考量非价格参数和数字市场的影响力[12]。使观察被并购企业相关市场是否受到反竞争损害的角度更多元，可替代性的产品服务是一方面，大型数字平台关于其他行业领域的服务与产品是否在并购后，因捆绑而逐渐影响原市场竞争也是一方面。

4.2.2. 并购的积累效应考察

在数字经济领域，大型平台企业对数量较少、或是单独的初创企业进行并购，不会给市场带来颠覆性的影响，也难以强化其市场主导地位，但大型数字平台的扼杀式并购往往是极具规模和数字效应的。在进行扼杀式并购时，不会因为收购了一家初创企业就停手，通常会持续性地对相关企业进行多个并购行为。在审查大型企业的扼杀式并购时，应该对其造成的并购累积效应进行考虑。数字平台巨头四公司苹果、谷歌、亚马逊、脸书，在被进行反垄断审查时，发现其一共收购的中小公司总数多达七百多家，这样的无限制并购给互联网市场的竞争环境带来了极大的打击[14]。在过去几年里，字节跳动也同样投资并购了 167 家公司，这样高的数字可以展现出大型数字平台在系统而有规模地拓展其商业版图，达到了一定的累积效应，在对这些大型数字企业单个的并购案件进行审查时，更应该考虑到其之前的收购累积数额，应该将其单独的并购案件置于其整体性的全部并购案件中进行考察，加强对并购累积效应大的数字平台并购审查的力度，要将其常长期的并购累积作为审查并购的指标之一，可以说是从另一个角度对于市场影响力的量化。

4.3. 强化事后反垄断机构的审查监督

我国反垄断执法机构对大型平台并购案的事后调查权存在一定的缺失，即便识别出并购有“扼杀”后果，后期干涉也较为困难。察觉到并购已产生“扼杀”后果的耗时是周期性的，此时大型数字平台常已完成初创企业整合工作，其有价值的核心数据、核心技术人才多已分散或调配。仅以金钱处罚对于行业巨头的数字平台来说不值一提，威慑力度小，反垄断机构很难消除反竞争损害，难以对扼杀式并购的结果

有效干预。数字平台市场的竞争是动态化的，要同时注意对其事前识别事中审核以及事后的协同调查才能更好地规制扼杀式并购。

首先，需要强化反垄断执法机构的事后审查来实现对于并购案件的全程监督。事后审查是对事前和事中审查制度的查漏补缺和弥补不足。需要赋予相关反垄断机构的主动调查权。我国《经营者集中审查规定》对经营者集中案件的事后审查进行规定，但在反垄断案件中，相关监管者的执法力度不够，执法主动性不强^[5]。监管者在调查权的行使上，理应更加主动，对已经实行完毕的扼杀式并购案件进行后续调查，建立合理的回溯机制，如果大企业的并购给市场带来相关损害，阻碍了初创企业的创新，对证据进行收集后应当对其进行追溯。并且应当主动关注并购案件后的发展态势，关注大型企业后续的动态方向，主动调查以避免其进行更多的扼杀式并购，并通过执法尽力修复扼杀式并购案件带来的市场损害。

其次，应当建立对于扼杀式并购的实质性审查机制。在美国，运用了对市场未来可能产生影响的判断标准，也就是“潜在竞争理论”，这样一种具有未来预测性的证据原则，在大型企业进行并购时，会对其目标企业进行更为深入的考察，如果目标企业在未来市场上成为大型数字平台的竞争对手具有一定的可能性，那么在审查时就更应严格，在针对并购案件时对目标企业的界定标准应当考虑到未来潜力。

最后，反垄断执法机构在面对大型数字平台意图收购初创中小企业并产生反竞争效果时，应采取更加灵活的规制手段进行面对。反垄断调查耗时长，且数据收集需要企业长期的发展后续，如果调查者能够采取阶段性的调查措施，在事后采取合理及时的救济手段，对长时间恶意收购的企业发布“禁令”，在并购案件已经造成反竞争效果后实施对大型企业主动的禁止措施，能够防止接下来造成更不可逆的并购后果。

5. 结语

大型数字平台出于稳固自身市场垄断地位的考量，以规模大、战略目的突出的“扼杀式”手段并购初创企业，蚕食他们潜在的竞争力，扰乱竞争秩序，限制创新发展，对数字经济的发展造成了深刻而恶劣的影响。当前学界已针对扼杀式并购的反竞争损害有了较为明晰的认知，但对于此类行为的事前识别、事中审查以及事后监管这三个阶段中暴露了滞后性问题。鉴于此，应当整合清晰三阶段的不同规制路径，以科学、合理、高效的治理方法，强化事前对扼杀式并购的精准识别，细化审查过程中全面多元的综合评估制度，加强反垄断机构的执法效能，使其对“扼杀”后果能够有力救济与监管，通过这样一套完善的规制机制，有望对我国平台经济领域的扼杀式并购行为予以有效遏制，进而充分激发初创中小平台企业的创新活力，切实维护数字经济市场的公平竞争环境。

参考文献

- [1] U.S. House Committee on the Judiciary, Investigation of Competition in Digital Markets Majority Staff Report and Recommendations. https://judiciary.house.gov/uploadedfiles/competition_in_digital_markets.pdf
- [2] The Economist. American Tech Giants Are Making Life Tough for Startups. <https://www.economist.com/business/2018/06/02/american-tech-giants-are-making-life-tough-for-startups>
- [3] Cunningham, C., Ederer, F. and Ma, S. (2021) Killer Acquisitions. *Journal of Political Economy*, **129**, 649-702. <https://doi.org/10.1086/712506>
- [4] 王伟. 平台扼杀式并购的反垄断法规制[J]. 中外法学, 2022, 34(1): 84-103.
- [5] 秦勇, 宋丽玉. 平台经济领域扼杀式并购的反垄断规制[J]. 南方金融, 2022(4): 79-90.
- [6] 陈弘斐, 胡东兰, 李勇坚. 平台经济领域的反垄断与平台企业的杀手并购[J]. 东北财经大学学报, 2021(1): 78-85.
- [7] 陈永伟. 扼杀式并购: 争议和对策[J]. 东北财经大学学报, 2022(1): 11-22.
- [8] 方翔. 数字市场初创企业并购的竞争隐忧与应对方略[J]. 法治研究, 2021(2): 138-148.
- [9] 熊鸿儒. 数字经济时代反垄断规制的主要挑战与国际经验[J]. 经济纵横, 2019(7): 83-92.

- [10] 刘淑敏. 超级数字平台掐尖式并购的反垄断规制[J]. 黑龙江金融, 2024(7): 76-82.
- [11] 左安斌. 数字经济背景下猎杀式并购反垄断研究[J]. 西南金融, 2022(6): 81-92.
- [12] 汪莉, 王晨. 超级平台“掐尖式并购”: 并购路径、规制逻辑与因应对策[J]. 竞争政策研究, 2024(5): 25-37.
- [13] 张晨颖. 经营者集中审查制度的理论意蕴与实证研究[M]. 北京: 中国政法大学出版社, 2022.
- [14] 黄思瑶. 大型数字平台扼杀式并购的反垄断法规制[J]. 河南牧业经济学院学报, 2023, 36(3): 56-61.