E-Commerce Letters 电子商务评论, 2024, 13(3), 6370-6377
Published Online August 2024 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2024.133785

Hans汉斯

竞争法视角下电商平台自我优待行为的规制研究

洪振翔

浙江理工大学法政学院、史量才新闻与传播学院，浙江 杭州

收稿日期：2024年6月17日；录用日期：2024年7月12日；发布日期：2024年8月9日

摘　要

在数字化时代背景下，平台经济迅速崛起，成为推动全球经济增长的重要力量。然而，随着电商平台的蓬勃发展，自我优待行为频发，对市场竞争环境造成了严重影响。针对电商平台自我优待行为的问题，可以采用法律分析、案例研究和比较法研究的方法，从竞争法的角度出发，深入剖析了自我优待行为的表现形式、产生原因及其对市场的影响。在此基础上，提出一套有效的规制机制，包括完善相关法律法规、加强监管力度、提高违规成本以及鼓励行业自律等方面。

关键词

电商平台，自我优待行为，平台经济

Research on the Regulatory Mechanism of Self-Preference of E-Commerce Platforms from the Perspective of Competition Law

Zhenxiang Hong

School of Law and Politics, Shi Liangcai School of Journalism and Communication, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Jun. 17th, 2024; accepted: Jul. 12th, 2024; published: Aug. 9th, 2024

Abstract

In the era of digitalization, the platform economy has risen rapidly, becoming a crucial force driving global economic growth. Nevertheless, along with the vigorous development of e-commerce

文章引用: 洪振翔. 竞争法视角下电商平台自我优待行为的规制研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 6370-6377.
DOI: 10.12677/ecl.2024.133785

platforms, self-preferencing behaviors have frequently emerged, significantly impacting the market competition environment. To address the issue of self-preferencing by e-commerce platforms, methods such as legal analysis, case studies, and comparative law research can be employed. From the perspective of competition law, these methods delve into the manifestations, underlying causes, and market impacts of self-preferencing behaviors. Based on this analysis, an effective regulatory mechanism is proposed, encompassing enhancing relevant laws and regulations, strengthening supervision, raising the cost of violations, and fostering industry self-discipline.

Keywords

E-Commerce Platform, Self-Preferential Behavior, Platform Economy

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. 研究背景：平台经济的竞争方式

1.1. 电商平台的双重角色

在数字化浪潮的推动下，电商平台已不仅仅是交易的中介，它们通过集成数据收集、分析及应用的能力，塑造了一种全新的市场力量。这种力量源自平台的双重角色：既是市场的组织者，又是市场竞争的直接参与者。这一独特的定位使得电商平台能够通过自我优待行为，即利用其作为市场管理者的地位，为自己在同一市场上的经营活动提供不公平的优势，从而引发了一系列竞争法律与经济伦理上的问题。

自我优待行为的表现形式多种多样，从算法操纵到数据利用，再到平台规则的支持，每一种都深深植根于电商平台的运营模式之中。算法操纵允许平台优先推广自营产品或服务，数据利用则涉及对消费者行为的深度挖掘以优化自身产品，而平台规则支持则是通过制定偏向自身的操作规则来限制竞争对手。这些行为虽然在短期内可能增强平台的市场地位，但从长远看，却可能削弱市场的整体竞争性，损害消费者利益和市场创新。

电商平台的自我优待行为反映了数字时代下市场竞争方式的根本变化。传统的市场竞争主要基于价格和质量的直接比较，而在电商平台的情境下，竞争的焦点转向了数据的掌控和分析能力。这种转变不仅重塑了企业之间的竞争格局，也对监管机制提出了新的挑战。如何在不抑制技术创新和商业模式发展的同时，确保市场的公平竞争，成为了现代竞争法必须面对的关键问题。

1.2. 电商平台的自营业务

在数字时代的浪潮下，电商平台的自营业务已成为其竞争策略中不可或缺的一环。这种业务模式允许平台不仅作为交易的中介，还直接参与到商品的买卖中，从而利用自身的数据优势和市场地位，实现对消费者需求的精准把握和满足。然而，这种双重角色的扮演，不可避免地引发了自我优待行为的出现，这不仅扭曲了市场竞争环境，也对其他经营者构成了不公。

自我优待行为，在电商平台的自营业务中体现得尤为明显。通过算法操纵、数据利用以及平台规则的支持，这些平台能够在搜索排名、广告展示、价格设定等方面给予自身商品或服务以优先权。这种行为的本质，是通过牺牲市场的公平竞争，来获取不当的商业利益。更为严重的是，这种自我优待行为往往隐藏在复杂的算法和数据分析之后，使得其难以被外界察觉和证实。

从竞争法的视角来看，电商平台的自我优待行为破坏了市场的公平性，阻碍了创新的发展，损害了消费者和其他经营者的权益。因此，对于这种行为的法律规制显得尤为重要。然而，现行的法律框架在面对这一新型的竞争方式时显得力不从心。法律的空白化和碎片化，使得对自我优待行为的规制缺乏明确性和可操作性。此外，电商平台的混业经营模式和新兴技术的应用，也为反垄断监管带来了前所未有的挑战。

在这种情况下，构建一个科学、高效的规制机制成为了当务之急[1]。这一机制需要立足于对自我优待行为的深入理解，明确其行为类型和特征，从而制定出针对性的规制措施。同时，也需要借助新兴技术，提高监管的效率和准确性。更为重要的是，这一机制应当鼓励电商平台建立合规审查机制，通过内部治理来实现自我约束和规范。

2. 电商平台自我优待行为的实施路径

2.1. 自我优待行为的具体操作

在电商平台的自我优待行为中，其具体操作路径可细分为三个主要类型：算法操纵型、数据利用型和平台规则支持型。每一种类型均具备独特的行为特征，且对市场竞争产生不同程度的影响[2]。

算法操纵型自我优待涉及电商平台通过调整其内部算法，优先展示平台自营的商品或服务，或在搜索结果中将其置于更显眼的位置。这种策略不仅增加了自营产品的曝光率，也间接降低了其他商家的可见度与竞争力。例如，通过算法优化，平台能够确保在特定关键字搜索时，首选显示自家品牌的产品，尽管可能存在更具相关性或价格优势的其他选项。

数据利用型自我优待则是指电商平台利用其掌握的大量用户数据来优化自营业务的市场表现。这包括分析消费者行为模式、购买习惯及偏好，据此调整自营商品的定价策略、促销方式及库存管理。此类数据驱动的策略使平台能够在竞争中精准定位，快速响应市场变化，从而在与其他卖家的竞争中占据优势。

平台规则支持型自我优待涉及到电商平台通过设定或调整平台规则来偏袒自营业务。这可能包括对自营商品减免手续费、降低准入门槛、提供额外的营销支持等。此外，平台可能会对外部商家施加更为严格的规制，如提高费用、限制广告投放等，从而在无形中提升自营业务的市场地位。

2.2. 自我优待行为的动因与能力

自我优待行为之所以能够在数字平台中频繁出现，根本原因在于其背后强大的经济驱动和技术支持能力。从经济动因来看，电商平台通过自我优待行为能够显著提升自身商业利益。在竞争激烈的市场中，平台利用自身资源优势，对内部业务给予优先展示、更优服务或数据支持，直接增强了这些业务的市场竞争力。这种策略不仅吸引了更多的消费者关注，也有效提升了交易量和利润空间。例如，通过算法操纵型自我优待，平台可以确保自家产品始终位于搜索结果的前列，从而直接影响消费者的购买决策。

技术能力的支撑是自我优待行为得以实施的另一关键因素[3]。随着大数据和算法技术的发展，电商平台拥有了前所未有的数据处理和分析能力。这种技术优势使得平台能够精准识别消费者需求，优化自我推广策略。数据利用型自我优待便是这一能力的体现，通过对用户数据的深入挖掘，平台能够为自营业务提供个性化的营销方案，增强用户体验，从而提高转化率。

进一步地，电商平台的自我优待行为还体现在对平台规则的操控上。平台规则支持型自我优待通过制定或调整规则来偏袒自营业务，如降低自营商品的退换货门槛、提供更灵活的物流政策等。这种做法不仅减少了自营业务的运营成本，也在无形中提高了竞争对手的市场准入门槛[4]。

然而，这种自我优待行为并非没有代价。从长远看，它可能会损害平台的中立性和公平性，引发监

管机构的关注和公众的不满。因此，电商平台在追求短期利益的同时，也需要权衡其对市场公平竞争的潜在影响。

2.3. 自我优待行为的竞争效应

自我优待行为，作为数字平台反垄断监管的核心议题之一，其对市场竞争的破坏性不容小觑。该行为通过算法操纵、数据利用及平台规则支持等手段，形成了一种“双轮垄断”的局面，不仅损害了其他经营者的合法权益，也削弱了市场的创新动力和消费者的选择自由。

从竞争法的视角来看，自我优待行为的竞争效应主要体现在以下几个方面。第一，它扭曲了市场的竞争环境。通过内部优待，平台能够为其自营业务提供不公平的优势，如更优质的展示位置、更精准的消费者数据分析等，这使得其他非自营业务处于不利的竞争地位[5]。第二，自我优待行为削弱了市场创新。当平台利用自身资源优势，优先推广自营产品或服务时，其他创新型企业面临更大的市场进入障碍，从而抑制了整个行业的创新活力。第三，这种行为还可能导致消费者福利的损失。由于缺乏足够的竞争，消费者可能无法享受到更多样化的商品和服务选择，价格也更容易受到操控。

自我优待行为的竞争效应还体现在对市场结构的长期影响上。一方面，它可能加剧市场集中度，使得少数大平台掌握过多的市场权力，进而影响到整个市场的健康发展。另一方面，这种不公平竞争行为还可能引发“挤出效应”，即优质但不具备平台优势的企业被逐渐边缘化，这不仅损害了这些企业的成长潜力，也剥夺了市场多样性。

3. 比较视角：竞争法视角下的自我优待行为规制

3.1. 国内外竞争法规制自我优待行为的比较

数字平台的自我优待行为已成为全球范围内监管机构关注的焦点。这种行为的本质在于平台利用自身的市场地位，对内部商业活动提供不公平的优势，从而扭曲市场竞争环境。在国际上，欧盟通过其《数字市场法》率先对此进行了明确的立法尝试，旨在打破数字平台的垄断壁垒，确保市场的公平竞争。

反观我国的相关法律体系，虽然反垄断法已有一定的框架和实践，但在针对数字平台的自我优待行为的具体规制上仍显不足。我国的反垄断法更侧重于传统产业的垄断行为，而对于数字经济特有的算法操纵、数据利用等新型自我优待行为[6]，尚未形成有效的监管策略和法律解释。

欧盟的《数字市场法》采取了事先禁止性规定的策略，这种预防性的法规设计能够在垄断行为形成之前就进行干预，有效避免了潜在的市场竞争损害。相比之下，我国目前的反垄断法则更多依赖于事后处罚，这种事后解决机制虽然能够对已发生的竞争损害进行补救，但在预防新型垄断行为方面显得力不从心。欧盟模式的成功在于其对数字经济特性的深入理解和针对性的法律设计。例如，它明确界定了何种类型的自我优待行为应受到限制，并设立了相应的监管机构来专门监督这些规则的实施。而在我国，虽然也有类似的机构负责市场监管，但在数字经济这一新兴领域的专业性和前瞻性仍有待加强。

美国在规制自我优待行为方面，主要通过《美国创新与选择在线法案》来实现。该法案的目标是防止大型平台公司(如 Google、Amazon、Facebook 和 Apple，简称 GAFA)利用其市场主导地位不公平地偏袒自家产品或服务，从而损害竞争对手。对于规制的平台，法案设定了门槛，包括但不限于每月活跃用户量、商业用户数量以及市值或净销售额，来界定规制的范围。此外，法案明确了自我优待行为的类型，比如平台优先推广自家产品和服务、限制他人产品与其竞争、对平台规则实行歧视性执行、以使用自家产品作为访问平台的前提、阻止用户卸载预装软件或更改默认设置等[7]。

日本《特定电子平台透明性及公正性促进法》的规制重点在于信息保护和提高信息透明度，尤其是对于那些规模达到一定标准的特定数字平台。该法案明确规定了平台的公开义务，特定数字平台必须向

用户、经济产业大臣和公平贸易委员会等披露重要信息，包括商品或权利购买的原因、排名决定因素、平台规则变更细节。在此基础上引进交易公平机制，要求特定数字平台需建立机制以确保交易的公平性，并定期向经济产业省汇报义务履行情况。日本的规制策略侧重于提高透明度和信息共享，帮助反垄断机构更好地理解平台的商业实践及其潜在的市场影响。

关于自我优待行为的法律规制，还必须考虑到法律执行的实效性。欧盟通过设立重罚和具有威慑力的制裁措施，有效地提高了法律的执行力度。而在我国，对于违法行为的惩罚力度和执行效率还不足以形成足够的威慑效果，这在一定程度上减弱了法律规制的实际成效。

3.2. 现有规制机制存在的问题

电商平台的自我优待行为规制机制面临诸多挑战。尽管已有的法律框架试图对此类行为进行约束，但实践中的执行效果却不尽如人意。首先，现行法律对于自我优待的定义及其适用范围仍显模糊，这在一定程度上增加了监管的难度和复杂性。由于数字平台的业务模式和操作手法具有高度的多样性和隐蔽性，传统的法律规制往往难以全面覆盖所有潜在的自我优待情形。

此外，现有的法律规制在处理数据要素的竞争时表现出明显的不足。数据作为数字经济的核心资产，其竞争行为的类型和手段日新月异，而法律的更新和完善却未能跟上这一变化的步伐。例如，直接数据竞争行为与间接数据竞争行为的区分在实际操作中常常界限不清，导致法律适用上的困难。同时，数据权益的分配方式尚未明确，这在一定程度上削弱了法律规制的效力和适应性。

再者，从执法角度来看，数字平台的自我优待行为通常涉及复杂的技术问题和商业策略，这对监管机构的专业能力提出了更高的要求[8]。然而，目前的监管体制在人员配置、技术装备以及法律授权等方面存在不足，难以有效应对数字平台的快速发展和变化。

更为严重的是，数字平台的混业经营特性使得监管机构在实际操作中难以明确各自的职责和权力范围，容易出现监管套利和监管真空的情况。这不仅影响了法律规制的统一性和协调性，也降低了执法的效率和公正性。

3.3. 规制自我优待行为的法律挑战

数字平台的自我优待行为呈现出一系列复杂的法律挑战，这些挑战不仅源于行为本身的多面性和隐蔽性，还涉及到现行法律框架在应对新兴问题时的局限性。自我优待行为，作为数字平台运营中的一种常见现象，指的是平台利用自身的市场地位，通过算法操纵、数据利用及平台规则的支持等手段，为自身或关联企业提供不公平的竞争优势。这种行为不仅扭曲了市场竞争环境，也损害了消费者和其他经营者的利益，因而成为竞争法规制的重点对象。

面对这一挑战，现行的法律体系显得力不从心。一方面，自我优待行为的多样性和复杂性使得其难以被现行法律框架所覆盖。如文献所述，自我优待行为可以分为算法操纵型、数据利用型和平台规则支持型等多种类型，每种类型都有其独特的行为特征和表现形式。这种多样性不仅增加了法律规制的难度，也要求法律具有足够的灵活性和适应性，以应对不断变化的市场实践。

另一方面，自我优待行为的隐蔽性加剧了法律执行的困难。数字平台的算法和数据处理技术通常被视为商业秘密，外界很难获得充分的信息来证明自我优待行为的存在。此外，平台可能会通过复杂的技术手段和法律构造来规避监管，使得监管机构在调查和取证过程中面临巨大挑战。

现行的反垄断法律往往缺乏对数字平台特有的市场动态和技术特性的深入理解。如文献所指出，数字平台的垄断问题具有明显的新型特征，如算法默示共谋、扼杀式并购等，这些问题在传统的反垄断法框架下难以得到有效解决。因此，法律规制不仅要关注行为本身，还需要深入分析这些行为背后的技术

逻辑和市场影响。

4. 构建有效的电商平台自我优待行为规制机制

4.1. 加强监管力度的策略

在加强监管力度方面，必须认识到数字平台自我优待行为的复杂性及其对市场竞争的潜在破坏性。周梦懿的研究指出，自我优待行为可分为算法操纵型、数据利用型和平台规则支持型，每种类型都呈现出独特的反竞争特征，这对监管机制的设计提出了精细化要求[9]。因此，构建有效的规制机制不仅需要针对性地应对不同类型的自我优待行为，还需考虑到这些行为背后的技术特性和市场影响。

一方面，针对算法操纵型自我优待，监管机构应增强技术能力，以便深入理解算法如何被用于歧视性的商业实践。这包括投资于监管科技(RegTech)解决方案，以及与学术界和技术社区合作，共同开发能够识别和分析算法歧视的工具和方法。此外，鼓励平台建立内部算法审计程序，以促进透明度并确保算法使用符合公平竞争的原则。

在数据利用型自我优待方面，法律规制需明确界定数据的所有权和使用权，确保平台不会通过控制关键数据资源来排除或限制竞争[10]。这可能涉及制定新的数据治理框架，明确数据共享的边界和条件，同时保护个人隐私和商业秘密。监管机构应与行业合作，制定公正的数据访问政策，防止平台滥用其数据优势。

对于平台规则支持型自我优待，关键在于强化对平台规则制定的监督，防止其偏向自营业务而损害其他商家的权益。这要求监管机构不仅要审查平台规则的公平性，还要监控这些规则的实施过程，确保没有不当的利益输送。为此，可以设立独立的平台规则监督机构[11]，或者授权消费者保护组织参与监督，以提高规则制定的透明度和公正性。

加强监管力度的策略应当多管齐下，既要提升监管机构的技术能力，又要完善法律框架以适应数字经济发展的需求。同时，鼓励行业自律和公众参与，形成多元化的监管合力，以确保电商平台的自我优待行为得到有效规制，维护健康有序的市场环境。

4.2. 提高违规成本的途径

在电商平台自我优待行为的规制机制中，提升违规成本的策略显得尤为关键。这一策略的核心在于通过法律和经济手段，增加平台实施自我优待行为的代价，进而抑制其发生频率，保障市场的公平竞争环境。

制定更为严格的惩罚措施是提高违规成本的直接方式。例如，对于证实存在自我优待行为的电商平台，可以施加高额的罚款，甚至在一定情况下限制或撤销其业务许可。这种高压政策能够直接增加企业违法的经济成本，从而起到震慑作用。同时，引入刑事责任的可能性，将进一步提高企业的合规意识，促使其在决策时更加谨慎。

经济手段的运用同样不容忽视。通过调整税率、加大财政补贴等手段，对遵守市场规则的企业给予奖励，而对违规企业则采取相反的经济措施。这种差异化的经济激励与惩罚机制，能够在企业间形成正向的竞争压力，推动整体市场的健康发展[12]。进一步地，建立动态的监管机制亦是提高违规成本的有效途径。这意味着监管机构需不断更新监管策略，以适应电商行业的快速发展和变化。例如，利用大数据和人工智能技术，对电商平台的运营数据进行实时监控，一旦发现异常即可迅速介入，缩短违规行为的发现与处罚周期。这种技术驱动的监管不仅提高了监管效率，也大大增加了违规行为被发现的风险，从而提高了违规成本。

加强公众监督和行业自律也是不可或缺的环节。通过提高公众对电商平台自我优待行为的认知，鼓励消费者和市场主体对违规行为进行举报，可以形成强大的社会监督力量[12]。同时，促进电商平台之间

的公平竞争，鼓励行业内部建立自律机制，通过行业协会等组织制定行业标准和行为准则，实现行业的自我净化和规范。

4.3. 鼓励行业自律的机制

在数字时代的浪潮下，电商平台的自我优待行为成为竞争法领域亟待解决的新问题。针对这一挑战，构建有效的规制机制显得尤为重要。在这一框架下，鼓励行业自律的机制不仅是对现有法律规制的补充，更是推动电商行业可持续发展的关键动力。

自我优待行为，如文献所述，涉及算法操纵、数据利用及平台规则支持等多种类型，每种类型都有其独特的行为特征和反竞争性。面对这种复杂性和多样性，单一的法律规制往往难以全面覆盖所有情形。因此，引入行业自律机制，可以更灵活地应对这些挑战，填补法律规制的空白。

行业自律机制的核心在于促进电商平台建立和完善内部监管体系[13]。这包括制定明确的合规审查标准，设立独立的监督机构，以及定期进行自我审查和评估。通过这些措施，电商平台能够在内部形成一套有效的自我约束机制，从而减少甚至避免潜在的自我优待行为。行业自律机制还应鼓励电商平台之间的信息共享与合作。在竞争激烈的市场环境中，信息共享可能会被视为不利因素；但从长远来看，透明的运营和公平竞争的环境将惠及整个行业的健康发展。此外，通过行业协会或类似组织定期发布行业报告，公开各电商平台的自我审查结果和改进措施，也能提高行业整体的透明度和信任度。

政府机构应扮演引导和监督的角色，通过制定指导性政策、提供专业培训等方式，帮助电商平台建立和完善自律机制。政府还可以考虑为遵守自律标准的电商平台提供某种形式的激励，如税收优惠或资金支持，以进一步激发其自我监管的积极性。

通过构建这样一个多元化的规制体系，不仅可以有效地遏制电商平台的自我优待行为，还能促进整个电子商务行业的创新和健康发展。在这个过程中，行业自律机制的建立和完善，将是确保电商平台长期可持续发展的关键所在[14]。

5. 结语

在数字化转型的大潮中，电商平台已成为推动全球经济发展的关键力量，但随之而来的自我优待行为却对市场公平竞争造成了严重冲击。本文从竞争法视角深入探讨了自我优待行为的表现形式、产生原因以及对市场的影响，并提出了有效的规制机制建议，包括加强监管力度、提高违规成本和鼓励行业自律。鉴于自我优待行为的复杂性和隐蔽性，本文强调了加强监管技术能力、完善数据治理框架和强化平台规则监督的重要性。

通过对比美国、欧盟和日本的规制策略，我们看到了不同国家和地区对自我优待行为规制的侧重点与手段差异。美国《美国创新与选择在线法案》的出台，对大型平台的自我优待行为进行了明确的法律规制，旨在打击不公平竞争。欧盟《数字市场法》的预防性规定则体现了对数字市场前瞻性的理解与干预。日本《特定电子平台透明性及公正性促进法》侧重于信息透明度与平台规则的公正性，以提高市场参与者的知情权和信任度。

构建一个多元化、高效且适应性强的规制体系，对于遏制电商平台的自我优待行为至关重要。随着技术进步和市场演变，规制机制也需不断创新与完善，以适应不断变化的挑战，确保电商平台在推动经济增长的同时，不会损害市场的公平性和创新力。

参考文献

[1] 王晓晔. 我国平台经济反垄断监管“欧盟模式”批判[J]. 法学评论, 2024, 42(3): 11-24.

[2] 马贤茹. 数据竞争行为的类型化重构及法律规制[J]. 法商研究, 2024, 41(3): 45-59.

[3] 周梦懿. 数字平台自我优待: 行为类型与法律规制[J]. 华侨大学学报(哲学社会科学版), 2024(2): 79-89+119.

[4] 张永亮, 闫琪. 数字平台反垄断监管的困境及破解[J]. 温州大学学报(社会科学版), 2024: 1-16.

[5] 许光耀, 刘盈. 平台经济领域自我优待行为的反垄断法分析[J]. 竞争政策研究, 2024(2): 31-41.

[6] Duffy, E.B., Ononye, A. and Sawey, M. (2024) The Politics of Vulnerability in the Influencer Economy. *European Journal of Cultural Studies*, **27**, 352-370. https://doi.org/10.1177/13675494231212346

[7] Anne, T.M., Andreas, G.L., Iris, E.O., *et al*. (2024) The Economic Lives of Platforms: Rethinking the Political Economy of Digital Markets. Bristol University Press, Bristol.

[8] Lou, G. (2024) Application of Network Data Security Based on Wireless Sensor Technology in the Development of Digital Sharing Economy. *Measurement*: *Sensors*, **33**, Article ID: 101214. https://doi.org/10.1016/j.measen.2024.101214

[9] 兰磊. 对数字平台自我优待行为批判的批判性分析[J]. 东方法学, 2024(2): 122-135.

[10] 孙晋, 马姗姗. 数字平台自我优待的反垄断规制困境与优化进路[J]. 法治研究, 2024(1): 139-149.

[11] 亚历克斯·莫塞德, 尼古拉斯·L. 约翰逊. 平台垄断[M]. 北京: 机械工业出版社, 2017.

[12] 时建中, 张艳华. 互联网产业的反垄断法与经济学[M]. 北京: 法律出版社, 2018.

[13] 叶明. 互联网经济对反垄断法的挑战及对策[M]. 北京: 法律出版社, 2019.

[14] 王先林. 竞争法学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2018.