

电子商务竞争中垄断行为与反垄断法律措施

徐培麒

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年4月11日; 录用日期: 2024年5月8日; 发布日期: 2024年7月31日

摘要

在电子商务快速发展的背景下, 市场垄断行为日益成为关注的焦点。本文分析了电子商务中的垄断行为及其对市场 and 消费者的潜在影响, 并探讨了现行反垄断法律的适应性和挑战。当前, 部分大型公司通过垄断市场份额、控制关键资源和限制竞争对手的进入等垄断行为限制了市场的公平竞争, 对消费者利益和创新造成负面影响。因垄断行为造成的供应链中的压力集中, 限制了小型企业 and 新进入者的发展空间; 由于垄断行为可能导致的价格操纵和服务质量下降, 损害了消费者权益以及对数据的垄断控制可能导致信息不对称, 使得市场竞争失去公平性。针对以上问题, 反垄断法律措施显得尤为重要。政府和监管机构应该加强对电子商务市场的监管, 采取措施限制垄断行为的发生。这包括建立和完善反垄断法律框架, 强化对市场主体的监管和执法力度, 以及促进市场的竞争和创新。本文旨在为制定更有效的反垄断政策提供理论依据和实践指导, 以促进市场健康发展和保障消费者权益。

关键词

电子商务平台, 市场垄断, 反垄断法律

Monopolistic Behavior and Antitrust Legal Measures in E-Commerce Competition

Peiqi Xu

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 11th, 2024; accepted: May 8th, 2024; published: Jul. 31st, 2024

Abstract

Against the backdrop of the rapid development of e-commerce, market monopolistic behavior has increasingly become a focus of attention. This paper analyzes monopolistic behavior in e-commerce and its potential impact on the market and consumers, and discusses the adaptability and chal-

文章引用: 徐培麒. 电子商务竞争中垄断行为与反垄断法律措施[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 4669-4674.

DOI: 10.12677/ecl.2024.133573

allenges of the current antitrust laws. Currently, some large companies restrict fair competition in the market through monopolistic behaviors such as monopolizing market share, controlling key resources, and restricting the entry of competitors, which negatively affects consumer interests and innovation. Concentration of pressure in the supply chain due to monopolistic behavior restricts the development space for small enterprises and new entrants; price manipulation and declining service quality that may result from monopolistic behavior harms consumer rights and interests as well as monopolistic control of data may lead to information asymmetry, making market competition unfair. In response to the above problems, anti-monopoly legal measures are particularly important. The government and regulatory agencies should strengthen the supervision of the e-commerce market and take measures to limit the occurrence of monopolistic behavior. This includes establishing and improving the anti-monopoly legal framework, strengthening the supervision of market players and law enforcement, as well as promoting competition and innovation in the market. This paper aims to provide theoretical basis and practical guidance for the formulation of more effective anti-monopoly policies to promote the healthy development of the market and protect consumer rights.

Keywords

E-Commerce Platform, Market Monopolization, Antitrust Law

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. 引言

在过去的几十年里，随着互联网的兴起和电子商务的迅猛发展，电子商务市场呈现出蓬勃的增长和激烈的竞争。越来越多的企业和消费者倾向于在线购物和电子交易，这导致了电子商务领域的快速发展[1]。在这个竞争激烈的市场环境中，垄断行为成为了一个重要的研究议题。垄断行为是指企业通过控制市场资源、限制竞争或滥用市场优势地位，从而抑制其他竞争者的能力。在电子商务领域，垄断行为可能会对市场竞争、消费者利益和行业创新产生深远的影响。因此，研究电子商务竞争中的垄断行为及反垄断法律措施具有重要的目的和意义。首先，深入了解垄断行为在电子商务领域中的存在和影响，有助于提高认识电子商务市场的特点和机制。其次，研究反垄断法律措施可以为电子商务企业和监管机构提供有关如何应对和防止垄断行为的指导和建议。

本文通过综合分析相关文献，探讨电子商务竞争中的垄断行为以及现行反垄断法律措施的有效性和局限性。希望通过该研究能够为电子商务市场的健康发展和公平竞争提供一定的参考和借鉴。

2. 电子商务垄断行为概述

2.1. 电子商务平台的含义

电子商务平台的兴起为个人、企业和组织提供了在线销售商品和服务的机会。这些平台的出现使商务活动更加顺畅，协调了信息流、货物流和资金流的高效运转。在中国，电子商务平台主要分为第三方平台和自建平台两类。第三方平台涵盖了购物、餐饮等多个领域，自建平台则包括工商银行网上商城等[2]。互联网作为电子商务的重要载体与其发展密不可分。随着人们对网络接受程度的提高，科技水平的不断进步，网络消费模式变得更加便捷且普及。网民数量的增加为电子商务提供了更多潜在消费群体，

也为其未来发展提供了更多可能性。同时，全球经济贸易规模的扩大也需要新型的商业运营模式。电子商务平台的发展打破了空间和时间限制，降低了商品流通和交易成本，实现了产供销一体化。电子商务平台不仅满足了消费者个性化需求，也实现了自身规模的不断扩大。然而，随着电商平台的快速发展，出现了更为复杂的竞争关系，包括大型电商平台的交易限制和网络教育虚假评价等反竞争问题，这对当前对电商平台的法律规制提出了新的挑战[3]。

2.2. 垄断行为在电子商务中的表现形式

2.2.1. 市场控制行为

垄断行为在电子商务领域中有多种表现形式，这些行为可能限制竞争，提高价格，或者在市场中形成控制力，从而损害消费者和其他企业的利益。首先，最直观的垄断行为是市场控制。一些大型电子商务公司通过控制大量的市场份额，能够影响价格、供应链条款以及进入市场的难度，使得新竞争者难以进入市场。例如，某些主导企业可能会通过低于成本的定价策略暂时降低产品价格，以排挤小型竞争对手，一旦竞争对手退出市场，这些公司可能再次提高价格，从而损害消费者利益[4]。

2.2.2. 排他性协议

其次，排他性协议也是电子商务中常见的垄断行为。这些协议可能要求供应商或生产商只在特定平台上销售产品，限制其他电子商务平台的供应，从而增加竞争难度。这种做法限制了市场的自由竞争，减少了消费者的选择，可能导致价格上升和创新能力的降低[5]。

2.2.3. 数据垄断

数据垄断也是电子商务领域中日益突出的问题。一些公司通过收集和分析大量消费者数据来优化其业务策略，而这些数据对于竞争对手是不可获取的。这种信息不对称不仅增强了大公司的市场地位，还可能导致市场决策的扭曲，阻碍其他小型或新进入者的竞争[6]。

2.2.4. 技术限制或软件封锁

此外，通过技术限制或软件封锁来限制消费者选择也是一种常见的垄断行为。例如，某些平台可能会限制消费者只能通过它们的软件或设备访问服务和产品，或者限制第三方应用和服务的兼容性，从而锁定消费者并限制其他竞争者的市场接入[7]。

3. 反垄断法律在规制电子商务平台反竞争行为的重要性

反垄断法律的实施对于维护市场竞争的公平性至关重要。随着电子商务平台的垄断地位增强，存在一种潜在风险，即其可能利用垄断地位妨碍其他竞争对手的进入市场。反垄断法律的实施可以有效限制大平台的滥用行为，促进市场公平竞争，防止垄断企业通过垄断定价等手段对消费者进行价格歧视。这有助于保护市场的竞争环境，鼓励创新，并为消费者提供更多优质、多样化的选择。

在 2020 年 11 月，国家市场监管总局发布了《关于平台经济领域的反垄断指南(征求意见稿)》，旨在提供指导和标准，对互联网平台经营者滥用市场支配地位实施垄断行为给予界定。紧接着，在 12 月 24 日，市场监管总局对阿里巴巴集团被指控滥用市场支配地位实施“二选一”行为展开了调查，这一事件再次将电商平台反垄断问题推上了社会舆论的热点[8]。

我国电子商务法的制定目的在于促进产业发展、规范市场秩序、保障各方权益[9]。电子商务法对平台经济的发展和规范作用至关重要，可谓相辅相成、互为依存。推动平台经济发展不仅能够带动整体经济增长，实现资源的优化配置，还有助于增强我国互联网产业的国际竞争力。而规范市场秩序则是确保平台经济健康可持续发展的基础，推动数字经济创新和发展，提升国际竞争实力。只有打造新的治理机

制，而非仅依赖于单一平台、技术和监管逻辑，才能真正维护秩序、推动创新。

反垄断在平台经济中的重要性体现在规范市场秩序、保障平台经济健康发展方面。反垄断是实现经济高质量发展的内在需求，只有创造健康的市场环境，才能确保资源合理配置，形成良性竞争。近年来，我国互联网经济蓬勃发展，线上经济呈现出多种新业态、新模式。在促进发展的同时，披露和举报的垄断问题不断上升，这表明平台扩张中存在风险和隐患。对于市场垄断行为的放任和野蛮生长将使整个行业无法持续健康发展。因此，遏制互联网平台滥用市场支配地位的行为对于维护公平竞争市场秩序至关重要。此外，反垄断还有助于抑制赢者通吃现象，平衡各方利益，推动社会整体福祉。近年来，互联网平台凭借数据、技术和资本上的优势，市场集中度不断加剧，资源逐渐向头部平台集中。若互联网巨头企业滥用市场支配地位，将阻碍其他企业平等竞争，导致资源错配、损害中小企业和消费者权益，抑制技术创新，减弱市场活力。因此，互联网平台反垄断有助于遏制赢者通吃现象，维护产业生态多样性，促进长期经济发展和消费者综合福利的提升[10]。

总之，反垄断法律在规制电子商务平台反竞争行为方面发挥着重要作用。其对维护市场公平竞争、促进经济发展和创新、保护消费者权益以及促进全球经济合作和竞争具有积极意义。为了建立一个健康、公平的市场环境，政府和监管机构应该加强对电子商务平台的监管，确保反垄断法律的有效实施，创造更多的公平竞争机会，为消费者创造更好的消费体验和选择。

4. 反垄断法律对于电子商务平台竞争的适用性及其行为规制

4.1. 反垄断法律对于电子商务平台竞争的适用性

在网络经济时代，反垄断法律的适用性和有效性面临新的挑战 and 机遇。网络经济的特点，如平台效应、网络效应和数据驱动的商业模式，使得需要对传统反垄断法进行适时调整。市场定义在网络经济中变得更加复杂，因为很多服务是以数据作为交换的，这要求重新考虑市场和市场力量的定义。大型互联网平台可能通过优先推荐自家产品或调整算法来压制竞争对手，需要明确规制这些行为。数据的控制权可能成为新形式的垄断工具，处理数据集中和数据滥用是新的法律挑战。此外，网络经济中的竞争是动态的，需要反垄断法在评估潜在反竞争行为时考虑创新和竞争的长远动态。由于网络经济的全球性，还需要国际间的协调和合作，共同制定和执行反垄断规则[11]。

因此，为了保持反垄断法律在网络经济时代的适用性和有效性，需要对现有法律框架进行细致的审视和必要的调整，确保它们能够应对新兴市场的挑战，促进健康和公平的市场竞争。

4.2. 我国电子商务平台经济反垄断的困境

在过去几年里，我国政府一直在努力解决互联网平台经济中的垄断问题。虽然《关于平台经济领域的反垄断指南》对此进行了一定程度的规范，但实际操作中仍然存在着一些挑战[12]。

首先，认定互联网平台经济中的垄断行为是一项艰巨任务。这些平台涵盖了多个领域，用户规模庞大且极具黏性，使得确定是否存在市场支配地位滥用或价格不公行为等垄断行为变得非常困难。此外，传统的市场份额判定方法在这种情况下可能不够准确，因为消费者往往会同时使用多个平台[13]。

其次，监管部门的技术水平也面临挑战。互联网企业拥有丰富的技术人才，可以利用各种算法来实施新型的垄断行为，这使得监管变得更加困难。与传统行业监管不同，互联网行业的监管需要更多的实时性和技术性，但监管部门目前的技术能力有限，无法有效监测和收集相关证据[14]。

最后，现行的法律和制度也面临挑战。尽管有《反垄断指南》的发布，但随着互联网经济的快速发展和业务模式的不断创新，现有的法规可能已经不适用于某些新情况。此外，对于垄断行为的处罚标准也缺乏明确规定，这为一些企业可能采取不当行为提供了空间[15]。

综上所述，解决互联网平台经济中的垄断问题仍然具有挑战性。监管部门需要加强技术能力，法律和制度也需要不断完善，以适应互联网经济快速发展的需求。

4.3. 反垄断法律对于电子商务平台竞争行为的规制

电商平台“二选一”问题一直存在。从理论角度来看，处理此类案件的执法机构可以选择适用《电子商务法》、《反不正当竞争法》和《反垄断法》，但目前这些法律的应用都存在一些问题。

首先来看《电子商务法》。根据该法第22条规定，电商平台经营者不得滥用市场支配地位，但这需要界定市场、证明滥用行为，且法律没有明确的法律责任规定。另一方面，《电子商务法》第35条规定了电商平台不得对平台商户实施不公平限制或收取不合理费用，但其中的术语“不合理限制”等缺乏明确说明，操作性较弱[15]。

其次，《反不正当竞争法》适用于一些案件，但由于其法律责任较轻，对于巨头企业来说并没有实质性的威慑力[16]。此外，执法机关需要认定违法行为并对其调查取证，存在一定难度。

最后，考虑适用《反垄断法》。虽然该法仍适用于数字经济领域，但由于界定市场等方面存在困难，以及对市场占有率等问题的争议，使得执法困难。在面对新问题时，可以学习其他国家的反垄断执法案例，以提高处理复杂案件的能力。

4.4. 电子商务平台经济反垄断的完善对策

对于电子商务竞争中的垄断行为，需要反垄断机构与政策制定者不断更新和调整反垄断法律，以适应数字经济的新特征和挑战，确保市场的健康发展和公平竞争。

在电子商务领域，针对垄断行为与反垄断法律措施的未来发展趋势和建议主要涉及以下几点：

首先，需要制定更为灵活的适应性法律框架，以应对技术的快速发展和市场环境的变化。法律制度应能够适应新兴商业模式和技术创新，从而更有效地解决垄断问题。

其次，强化跨国合作至关重要，因为电子商务的全球性特征使得单一国家的监管措施可能效果有限。国际合作在数据共享、法律执行和政策制定方面显得尤为重要，通过协调合作，能够更有效地监管跨国电子商务行为[17]。

最后，重视数据保护和隐私权是处理电子商务中垄断行为的重要方面。政策制定者需强化对电子商务平台在数据使用和收集方面的监管，确保消费者的数据安全和隐私权得到保护。这些措施将共同促进电子商务行业的健康发展，维护市场公平竞争环境，保护消费者权益。在电子商务市场的监管策略中，考虑到市场的动态性，监管机构需要采取更为前瞻性的措施，预防潜在的垄断行为。增强市场透明度也至关重要，特别是在平台的定价和算法推荐方面，这可以帮助消费者和监管机构更好地理解市场状况，提高市场效率和公平性。此外，通过设定合理的市场准入和运营规则，减少不必要的市场壁垒，可以鼓励更多竞争者进入市场，不仅促进市场竞争，还能激发创新和改进，从而维护市场健康发展和消费者利益[18]。这些策略共同构成对电子商务动态市场的有效监管框架。

5. 结论

电子商务领域的垄断行为对市场健康和消费者利益构成了严重威胁。因此，实施有效的反垄断法律措施对于维护市场竞争和促进经济公平至关重要。随着电子商务的快速发展和技术的不断进步，传统的反垄断法律框架面临挑战。本文建议，未来的反垄断法律措施应更加灵活、适应性强，并强调跨国合作和数据保护。监管策略需要针对电子商务市场的动态性进行调整，增加市场透明度，并积极促进市场竞争。通过这些措施，可以更有效地遏制垄断行为，保护消费者权益，同时促进创新和市场健康发展。

总之，反垄断法律的未来发展必须与时俱进，不断适应电子商务等新兴市场的特点和需求，确保法律的有效性和适应性，从而为全球电子商务市场创造一个公平竞争的环境。

参考文献

- [1] 孙晋. 数字平台“二选一”行为的反垄断法公共规制[J]. 政法论丛, 2024(2): 51-62.
- [2] 李晓露. 电子商务领域“二选一”行为竞争法规制的困境与出路[J]. 阜阳职业技术学院学报, 2023, 34(4): 100-104.
- [3] 龙俊. 《电子商务法》中竞争条款设置的正当性及其制度优化[J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2022, 43(4): 72-82.
- [4] 肖海, 饶家宁. 平台经济领域“二选一”竞争法规制的法律适用研究[J]. 南京理工大学学报(社会科学版), 2022, 35(2): 65-72.
- [5] 李敏. “二选一”行为的反垄断规制困境研究——以 A 公司“二选一”案为例[J]. 广东经济, 2022(4): 72-75.
- [6] 刘建. 电子商务平台自我优待行为的竞争法规制研究[J]. 中国物价, 2022(4): 65-68, 77.
- [7] 赵雪. 电商平台滥用相对优势地位行为的法律规制[J]. 哈尔滨师范大学社会科学学报, 2021, 12(6): 101-105.
- [8] 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.
- [9] 路通. 最高法: 积极参与反垄断法电子商务法等修订[J]. 计算机与网络, 2021, 47(11): 11.
- [10] 戴龙. 论我国《电子商务法》竞争规制条款的适用[J]. 法治研究, 2021(2): 149-160.
- [11] 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.
- [12] 王先林. 电子商务领域限定交易行为的法律适用[J]. 中国市场监管研究, 2019(11): 9-13.
- [13] 朱理, 曾友林. 电子商务法与竞争法的衔接: 体系逻辑与执法展望[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2019(2): 104-112.
- [14] 杨忆林. 电子商务平台打折促销的反垄断分析——以京东淘宝“双十一”活动为例[J]. 湖北第二师范学院学报, 2015, 32(11): 42-44.
- [15] 龚冬梅. 试论网络反垄断法的构建[J]. 吉林工程技术师范学院学报, 2014, 30(11): 43-46.
- [16] 史一帆. 论电子商务领域相关市场的界定[J]. 法制与社会, 2014(8): 98-99.
- [17] 王安耕. 电子商务时代更需反垄断法[J]. 信息系统工程, 2000(8): 12-14.
- [18] 金善明. 中国平台经济反垄断监管的挑战及其应对[J]. 国际经济评论, 2022(3): 125-155, 7.