

电子商务平台滥用相对优势地位行为的法律规制路径研究

郭 菲

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年3月9日; 录用日期: 2025年3月24日; 发布日期: 2025年4月17日

摘 要

电子商务平台的快速发展引发了一系列滥用相对优势地位的问题。相对优势地位理论主要关注交易双方的依赖性, 与之相对的市场支配地位则侧重于经营者的市场控制力。电子商务法第35条为规制此类行为提供了依据, 但在实际应用中存在法律适用不明确、执法裁量权过大等问题, 对市场竞争秩序造成了挑战。为应对这些挑战, 建议通过反不正当竞争法对滥用相对优势地位行为进行明确规制, 优化电子商务法中相关条款, 以适应电子商务领域的特点, 维护电子商务领域公平竞争的市场环境。

关键词

电子商务平台, 相对优势地位, 反不正当竞争法, 电子商务法

Research on the Legal Regulation Pathways for the Abuse of Relative Dominant Position by E-Commerce Platforms

Fei Guo

School of Law and Humanities, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Mar. 9th, 2025; accepted: Mar. 24th, 2025; published: Apr. 17th, 2025

Abstract

The rapid development of e-commerce platforms has led to a series of issues concerning the abuse of relative advantage positions. The theory of relative advantage positions primarily focuses on the dependency between transaction parties, while market dominance emphasizes the market control of operators. Article 35 of the E-Commerce Law provides a basis for regulating such behaviors, but

there are issues with unclear legal application and excessive enforcement discretion in practice, which poses challenges to market competition order. To address these challenges, it is suggested that the Anti-Unfair Competition Law should clearly regulate the abuse of relative advantage positions, and optimize the relevant provisions in the E-Commerce Law to adapt to the characteristics of the e-commerce field, thereby maintaining a fair competitive market environment in the e-commerce sector.

Keywords

E-Commerce Platform, Comparative Advantage Position, Anti-Unfair Competition Law, Electronic Commerce Law

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

当今时代平台经济发展迅速，利用电子商务平台进行交易逐渐成为主流趋势。各平台企业为吸引用户、扩大商业规模、巩固自身优势，在不停更新产品、改进商业模式的同时，不断采取各种针锋相对的竞争手段，对规制平台经营者滥用市场力量损害竞争秩序的行为提出了新的挑战。从 2010 年当当网与京东爆发的“二选一”纠纷¹到近期多家经销商集体抵制某冻品商事件，²电商平台滥用其优势地位破坏市场竞争的现象日益频繁，且越来越复杂，对电子商务行业的健康、有序发展造成严重影响。因此，如何准确界定电子商务平台的滥用相对优势地位行为，明晰该行为的法律性质，进而厘清电子商务平台滥用相对优势地位行为竞争法的统一适用规则显得极为迫切。

2. 电子商务平台滥用相对优势地位的相关理论辨析

2.1. 相对优势地位的基本概念

相对优势地位理论，也称纵向非对称性结构状态[1]，自传入我国后便是竞争法学界的热点话题。一般认为，相对优势地位是指在具体的交易过程中，一方虽不具有排除竞争、垄断市场的力量，但相较于依赖其进行交易的另一方当事人在资金、技术、市场准入、销售渠道、原材料采购等方面仍具有一定的市场优势，从而限制、阻碍交易相对人转向其他经营者的比较优势地位[2]。一旦一方利用自己的相对优势迫使另一方不得不从事某种破坏正常竞争秩序的行为或者非基于自愿接受于己不利的交易条件，市场竞争机能就很难再充分发挥作用。基于此，该滥用行为受到很多国家或地区法律不同路径的规制与调整。

2016 年我国《反不正当竞争法(修订草案送审稿)》新设“滥用相对优势地位条款”，引起理论界与实务界的激烈探讨，但由于争议太大最终该条款未被采纳。自 2019 年起开始施行的《电子商务法》第 35 条旨在规范电子商务活动，禁止电子商务平台经营者利用服务协议、交易规则以及技术等手段向平台内经

¹2010 年当当网正计划开启全品类扩张之路。而京东在 3C 品类取得暂时的领先之后，于 11 月 1 日上线京东图书，高调宣布进入图书品类，引发了双方在图书市场的激烈竞争。随着价格战愈演愈烈，京东祭出“二选一”的策略，要求出版社在当当与京东之间做出选择。且多数数码家电类供应商向当当网反映，京东要求同时向当当网供货的供应商在当当网的售价不能低于京东，否则将停止供应商的所有结款。

²近期川为冻品平台被指恶意扰乱市场价格，采取低价倾销策略，导致传统经销商的销售额出现下滑。而无锡安井食品销售有限公司和海霸王食品等企业发布通知，禁止经销商向川为冻品平台供货。同时受影响的多家冻品经销商自发组织微信群，集体抵制川为冻品。

营者强加不合理条件或限制，普遍被认为确立了相对优势地位制度。而 2024 年公布的《反不正当竞争法(修订草案征求意见稿)》(以下简称《修订意见稿》)中再次增加相对优势地位滥用的规制条款³，表明对滥用相对优势地位行为的规制已经成为我国竞争法修订过程中急需回应的重点问题。

2.2. 相对优势地位行为的理论来源——依赖性理论

德国较早对相对优势地位制度进行研究，其在判断交易一方是否具有相对优势地位时，一直强调“依赖性”理论。例如德国《反限制竞争法》第 20 条第 1 款规定提到的“企业依赖的企业或企业联合组织”指的就是在交易活动中具有相对优势地位的经营者[3]。交易双方之间的依赖关系是认定相对优势地位行为的核心要素之一，故在认定某一平台企业是否具有相对优势地位时，应当以“依赖性”理论为指引，同时注重考量交易相对方是否具有足够的、可预期的转向其他经营者进行交易的可能性。

原则上形成依赖关系需要两个基本条件：一是在交易的过程中一方对于另一方具有更强的依赖性，也即双方之间的关系是非对称的、不平等的[4]。且这种依赖随着使用时间的增加而越来越高，导致平台在与其他主体进行经济活动时更容易形成相对优势地位。

二是交易相对方缺乏转向其他经营者进行交易的足够的、可预期的可能性(也被称为“偏向可能性”)。“足够性”属于客观方面的基本要求，需要对相关市场中其他能够提供相似商品或服务的平台经营者数量进行判断[5]。另一方面，“可预期性”更偏向于主观上的判断要求，也即相对人转向市场中其他相似经营者进行交易预期可获得的经济利益或可能遭受的损失、风险[6]。当然，转向可能性的判定需要综合考察市场特点、消费者偏好、商品种类、商业信誉等各方面因素。

3. 滥用相对优势地位的行为类型

3.1. 以行为对象为标准

相对优势地位制度保护范围并不局限于中小企业，大企业或消费者在市场竞争中同样可能对相对人产生依赖，例如德国《反限制竞争法》第十次修订就将其中的“中小型企业”删除，旨在扩大保护范围，将大型企业或企业联合纳入到竞争法的规制中[7]。实践中，根据被侵害对象不同，可以将电子商务平台滥用相对优势地位的行为分为：

一是对平台内经营者实施的滥用行为，例如阿里巴巴、京东、美团、拼多多等强制要求平台内经营者在自家平台和其他竞争平台之间进行“二选一”，限制平台内经营者的经营自由。

二是对平台内消费者实施的滥用行为。“互联网竞争是用户竞争、注意力竞争”[8]，互联网时代用户的注意力是一种重要资源，一方面平台为用户提供服务的同时，用户在使用过程中产生的数据、信息等也能够为平台提供一定的经济价值，两者之间是一种对价关系；另一方面，平台利用消费者的依赖性实施大数据“杀熟”、不正当诱导消费等行为、侵犯隐私等行为也备受批评。

3.2. 以交易双方在市场竞争中的地位为标准

最为典型的就德国法根据《反限制竞争法》中滥用市场支配地位的传统划分方法(妨害型的横向滥用与剥削性的纵向滥用)，将滥用相对优势地位也划分为两种——滥用相对交易优势地位(纵向)与滥用相对市场优势地位(横向)。滥用相对交易优势地位主要发生在平台经营者与其上下游经营者之间，例如平台经营者对平台内经营者实施歧视性待遇、强制搭售等等；而滥用相对市场优势地位则指的是平台企业相对于其他竞争者具有优势的市场地位，是一种横向对比关系，不过该规定仅在特定市场、特殊类型的滥

³ 《中华人民共和国反不正当竞争法(修订草案征求意见稿)》第 15 条大型企业等经营者不得滥用自身资金、技术、交易渠道、行业影响力等方面的优势地位，通过为中小企业设置明显不合理的付款条件、付款方式、付款期限、违约责任，强迫签订排他性协议或者其他方式扰乱公平竞争秩序。

用行为进行严厉规制,例如《反限制竞争法》第20条第3款列举的食品行业滥用相对优势低于成本价销售行为[3]。

4. 电子商务平台滥用相对优势地位行为规制适用的法律

我国的竞争法中反不正当竞争法与其他各法虽然存在差异但能相互补充、共同维护市场竞争秩序。其中涉及滥用相对优势地位行为规制制度的法律主要涉及反不正当竞争法以及电子商务法,而理论界与实务界对于将此种滥用行为究竟应划归哪部法律管辖具有不同观点。

4.1. 反不正当竞争法

其一,滥用相对优势地位行为损害经营者或消费者利益,破坏市场公平竞争,符合不正当竞争行为构成要件,而反不正当竞争法鼓励和保护公平竞争、制止不正当竞争行为、保护经营者和消费者的合法权益,两者的价值目标契合,可以适用反不正当竞争法对该滥用行为进行规制。虽然我国现行《反不正当竞争法》中并没有专门规制滥用相对优势地位行为的条款,但第二条规制一般性不正当竞争行为,具有可适用性。一方面,该一般性规定具有开放性,可以结合其他打击破坏市场竞争秩序、具有相同价值目标的法律,将滥用相对优势地位行为纳入规制范围;另一方面通过类推的途径适用一般性规定,有助于解决法律空白。

其二,我国反不正当竞争法曾经两次在修订意见稿中将规制滥用相对优势地位行为的条款纳入,2024年公布的《修订意见稿》第15条对大型企业滥用优势地位进行了定义,并将滥用优势地位严格限定在向中小经营者付款和签订强制性排他协议(如二选一)两点,这样既能回应社会和国家高层关切,又能适度限制法律规制范围,充分体现了立法谨慎性;而第30条规定经营者违法滥用相对优势地位应当承担的法律责任。此次《修订意见稿》再次增加相对优势地位相关条款,回应了互联网时代社会实践的需要,对于未来规制越来越频繁的相对优势地位滥用行为提供明确指引,是一种具有务实性、可取性的选择。

4.2. 电子商务法中的“相对优势条款”

2019年开始实施的《电子商务法》第35条被视为竞争特别法中规制电子商务领域滥用相对优势地位行为的专门条款,用以响应平台经济时代的需求。《电子商务法》起草者主编的《中华人民共和国电子商务法条文研析与适用指引》著作中有关第35条的“核心要义与裁判要点”也提到电商平台有可能滥用相对优势地位对平台内经营者施加不合理限制,进行规制有助于维护电子商务领域正常的竞争秩序。

一方面,相对优势地位与市场支配地位之间具有明显差别,不论是电商平台的影响力尚未达到能够垄断市场的地步,却利用相对优势地位损害其他市场主体的利益,还是电商平台具有市场支配地位但只针对特定相对人实施滥用相对优势地位行为,实践中权益受损主体都无法依据现行反不正当竞争法进行救济。在反不正当竞争法修改之前,电商平台滥用相对优势地位损害竞争的行为自然应由《电子商务法》进行规制。

另一方面,《电子商务法》中规定相对优势地位制度,可以弥补立法技术上的缺陷,回避是否能将其纳入反不正当竞争法进行规制的冲突。从实用主义的角度来看,将相对优势地位制度限缩在电子商务领域,有助于预防陷入竞争法应用范围过于宽泛的不利局面[9]。

5. 电子商务平台滥用相对优势地位的法律适用困境

滥用相对优势地位行为很难说是一种单纯的限制竞争行为或者不正当竞争行为。基于立法的滞后性以及现实的复杂性等原因,当前无论是反不正当竞争法还是电子商务法在规制相对优势地位的滥用问题均存在一定的问题。

5.1. 反不正当竞争法能否规制的争议暂时无法解决

第一，现行《反不正当竞争法》第2条虽被视为规制一般性不正当竞争行为的兜底条款，而滥用相对优势地位行为符合一般性不正当竞争行为的特征，但是该行为并没有对应的行政法律责任，因此执法机关无法直接依据该条款处罚相关违法主体。

第二，《修订意见稿》规定的适用标准不够严密。一方面条款中“优势”、“依赖”等术语过于笼统，并未针对其进行进一步说明，导致相对优势地位的判断依据不够明确；另一方面，不同领域主体滥用相对优势地位造成的危害程度有所不同，故对于依赖性的判断亦存在区别，例如电子商务领域平台可以利用其收集的数据、信息等形成的优势实施差别待遇，与传统领域具有显著差别，而《反不正当竞争法》的原则性、普适性立法致使其很难做到对不同领域不同情形进行精准、科学的适用^[10]。

第三，低违法标准有可能导致滥诉问题。相对优势地位的违法标准低于市场支配地位的标准，可能导致一些无法判定为滥用市场支配地位行为的案件以“滥用相对优势地位为由”起诉，或者一些经营者将自身经营不善造成的失败归因于对方滥用了相对优势地位，导致滥诉或过度举报现象频发^[11]。

5.2. 电子商务法规制困境

《电子商务法》作为规制电子商务领域破坏竞争行为的特别法，第35条针对电子商务平台经营者滥用相对优势地位行为提供更加明确和具体的法律规范，有助于促进该领域的公平竞争。但该条款仍面临一些挑战：

第一，行为对象范围过窄。一方面电子商务平台无论是与消费者直接进行交易还是作为平台内经营者与消费者之间的中介，相较于平台内经营者和消费者都具有天然的优势地位，若其实施滥用行为必定会损害平台内经营者或消费者的利益，但《电子商务法》第35条将损害对象限定为“平台内经营者”，忽略了对于消费者合法权益的保护；另一方面，由于不同国家或地区的法律政策存在差异、大小企业市场力量对比明显等原因，该法对于跨境中小电商企业公平交易保护的空間非常有限。

第二，行为成立标准模糊。第35条采用“列举 + 兜底性条款”的结构对电子商务平台滥用相对优势地位行为进行规制，且滥用行为的成立均需符合“不合理”的前提，但该条款并未对“不合理”的范围、尺度进行进一步解释，给予执法机关极大的自由裁量权^[12]。此外，“不合理”与《反垄断法》中滥用市场支配地位相关规定的“没有正当理由”在表述上并不统一，导致二者的抗辩理由之间界限并不清晰。

6. 电子商务平台滥用相对优势地位行为规制路径的完善

6.1. 在反不正当竞争法进行明确规制

相较于《反垄断法》的宏观偏向，《反不正当竞争法》更倾向于从微观层面制止利用不正当手段侵害公平竞争的违法行为，更加关注市场主体之间的微观交易活动，可以弥补《反垄断法》在微观层面的不足。而电子商务平台滥用其相对优势地位的行为往往导致交易双方权利义务严重不对等，导致交易相对人受到不公平对待，不一定涉及市场垄断，其直接侵害对象往往表现为公平竞争秩序而非自由竞争秩序。因此，由《反不正当竞争法》对相对优势地位的滥用进行规制不失为一种更加合理的选择。

基于现实需要，最新《修订意见稿》中增加的相对优势地位条款应当保留，并在此基础上进行进一步完善。最重要的是，作为规范市场竞争行为的一般性法律，《反不正当竞争法》应当统一相对优势地位的概念，明确相对优势地位与市场支配地位的区分边界，避免两者的混淆。为迎合平台经济的特性与客观需求，以更好应对平台企业的滥用难题。

6.2. 进一步修订电子商务法

作为专门规范电子商务行为的特别法,《电子商务法》的出台填补了我国在电子商务领域的法律空白,尤其是第 35 条结合电子商务领域市场竞争的独特性,对相对优势地位制度进行了适合电子商务市场竞争环境的调整和优化。但该条也存在行为对象有限、成立要件模糊、行政责任过轻的问题,需要根据经济和社会发展的需求进一步调整和完善,防止第 35 条变得不切实际或过于宽泛。

7. 结语

电子商务平台的兴起与发展,为市场注入了新的活力,同时也带来了滥用相对优势地位行为的挑战。随着平台经济的深入,如何规制这些行为,确保市场的公平竞争,已成为法律界和实务界亟需解决的问题。深入分析电子商务平台滥用相对优势地位行为的法律性质、规制必要性以及现行法律的适用困境,并完善法律规制的路径,旨在强化法律的可操作性和威慑力,促进电子商务行业的健康有序发展。展望未来,随着立法与执法、司法的不断完善,我们有理由相信,电子商务领域的竞争秩序将得到更好的维护,为所有市场参与者营造一个更加公平、透明的交易环境。

参考文献

- [1] 杜晓丽. 滥用相对优势地位的反垄断法规制理论证成和制度构建[J]. 价格理论与实践, 2024(1): 48-53.
- [2] 龙俊. 滥用相对优势地位的反不正当竞争法规制原理[J]. 法律科学(西北政法大学学报), 2017, 35(5): 48-59.
- [3] 袁嘉. 德国滥用相对优势地位行为规制研究——相对交易优势地位与相对市场优势地位的区分[J]. 法治研究, 2016(5): 123-131.
- [4] 黄武双, 谭宇航. 电子商务平台“二选一”行为的反不正当竞争法规制[J]. 电子知识产权, 2021(5): 53-64.
- [5] 陈可, 侯利阳. 电子商务平台滥用相对优势地位行为的违法性辨析[J]. 财经问题研究, 2023(9): 70-80.
- [6] 王玉辉. 滥用优势地位行为的违法性判定与规制路径[J]. 当代法学, 2021, 35(1): 106-116.
- [7] 孟大洪. 德国“滥用市场力量”监管的立法实践及启示——以《德国反限制竞争法》数字化改革为视角[J]. 财会月刊, 2022(4): 142-148.
- [8] 谢兰芳. 论互联网不正当竞争中消费者利益的保护[J]. 知识产权, 2015(11): 80-86.
- [9] 郭晓. 电商平台滥用相对优势地位规制的检讨与修正——基于《电子商务法》第 35 条的分析[J]. 黑龙江省政法管理干部学院学报, 2022(6): 73-79.
- [10] 孙晋. 数字经济时代反不正当竞争规则的守正与创新——以《反不正当竞争法》第三次修订为中心[J]. 中国法律评论, 2023(3): 33-45.
- [11] 郭传凯. 平台封禁的反不正当竞争法应对——以《反不正当竞争法》的修订为背景[J]. 当代法学, 2024, 38(2): 65-76.
- [12] 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.