

电商平台“二选一”垄断现象的反垄断分析与对策

徐天石

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12日; 录用日期: 2025年3月27日; 发布日期: 2025年4月24日

摘要

电商平台“二选一”现象近年来引发广泛关注, 本文旨在剖析电商平台“二选一”垄断行为的成因、影响, 并提出反垄断对策。首先, 本文分析电商平台“二选一”垄断行为的成因, 包括市场结构、平台利益驱动、商家困境等。然后, 从经济、法律、社会等多维度深入探讨“二选一”垄断行为对市场公平竞争、消费者权益、商家发展的影响。接着, 本文研究提出完善法律法规与政策体系、加强监管力度与创新监管方式、促进市场竞争与平台开放、强化平台企业自律与社会责任、推动社会监督与行业自律等反垄断对策。最终, 经由理论剖析与实际案例研究证实, 这些对策能够有力阻止电商平台实施“二选一”的垄断行为, 维护良好的市场秩序, 保障消费者与商家的合法权益, 推动平台经济稳健前行。

关键词

平台经济, “二选一”, 反垄断法, 双边市场

Antitrust Analysis and Countermeasures for the Monopoly Phenomenon of “Choosing One or the Other” on E-Commerce Platforms

Tianshi Xu

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

Received: Mar. 12th, 2025; accepted: Mar. 27th, 2025; published: Apr. 24th, 2025

Abstract

The phenomenon of “either-or” choices imposed by e-commerce platforms has attracted wide-

spread attention in recent years. This article aims to analyze the causes and impacts of the monopolistic behavior of “either-or” choices by e-commerce platforms and propose anti-monopoly countermeasures. Firstly, this article examines the causes of the monopolistic behavior of “either-or” choices by e-commerce platforms, including market structure, platform profit motives, and merchant dilemmas. Then, it delves into the impacts of this monopolistic behavior on market fair competition, consumer rights, and merchant development from multiple dimensions such as economy, law, and society. Next, this article proposes anti-monopoly countermeasures such as improving laws, regulations, and policy systems, strengthening regulatory efforts and innovating regulatory approaches, promoting market competition and platform openness, enhancing platform enterprises’ self-discipline and social responsibility, and fostering social and industry self-regulation. Ultimately, through theoretical analysis and practical case studies, it is confirmed that these countermeasures can effectively prevent e-commerce platforms from engaging in the monopolistic behavior of “either-or” choices, maintain a good market order, safeguard the legitimate rights and interests of consumers and merchants, and promote the steady development of the platform economy.

Keywords

Platform Economy, “Either-Or” Choice, Anti-Monopoly Law, Two-Sided Market

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

随着互联网技术的飞速发展,电商平台已成为现代商业贸易的重要组成部分,极大地改变了人们的消费模式和企业的运营方式。然而,在激烈的市场竞争中,部分电商平台出现了“二选一”现象,即要求平台内商家在自家平台与其他竞争对手平台之间做出唯一选择,这一行为引发了社会各界对其是否构成垄断的高度关注。腾讯与 360 之间爆发了冲突,腾讯迫使用户在 QQ 和 360 软件之间做出“二选一”的选择,这一争端引起了社会的广泛关注并引发了法律诉讼。另外,阿里巴巴集团因在网络零售平台服务市场中实施“二选一”的行为,被国家市场监督管理总局处以高达 182.28 亿元的罚款[1]。深入研究电商平台“二选一”垄断现象有助于丰富和发展反垄断经济学理论,拓展对新型市场垄断行为的认知边界,同时也能引导电商平台企业自觉规范经营行为,营造开放、公平、透明的市场竞争环境,保护消费者权益,推动平台经济持续繁荣。

2. “二选一”垄断概述

2.1. “二选一”行为及影响概述

“二选一”是指电商平台要求入驻商家在多个平台中仅选择其中一家进行商品销售,限制商家在其他竞争对手平台上的经营活动。其表现形式包括直接强制下架商品、限制商品上架、搜索降权、流量屏蔽、提高交易手续费等手段,迫使商家做出唯一选择[2]。

该现象在近年来的电商行业中较为普遍,成为各大电商平台争夺市场份额、打压竞争对手的一种手段。该行为不仅存在于国内电商巨头之间,也波及到中小电商平台,对整个电商市场的竞争格局产生了深远影响。“二选一”行为限制了平台内商家的经营选择,削弱了其他电商平台的竞争力,阻碍了市场的公平竞争。它使得一些电商平台能够利用自身的优势地位,限制其他平台的发展,从而破坏了市场的竞争活力和创新动力。同时要求平台内商家只能选择特定平台进行交易,限制了商家的销售渠道和市场

拓展,增加了其对单一平台的依赖,降低了商家的经营灵活性和抗风险能力。对于消费者在“二选一”环境下,可选择的品牌和商品范围受限,无法享受不同平台提供的多样化产品和服务[3]。同时,由于竞争减少,消费者可能面临价格上升、服务质量下降等问题,其选择权和公平交易权受到侵害。

2.2. “二选一”回顾

2021年4月,国家市场监督管理总局裁定阿里巴巴集团在网络零售市场中占据支配地位,并凭借此优势采取了“二选一”策略,构成了对市场支配地位的滥用。为此,阿里巴巴集团被处以2019年中国境内销售额4%的罚款,金额高达182.28亿元人民币,这成为了中国反垄断执法机构开出的最高额罚单¹。美团和饿了么作为外卖市场的两大巨头,曾被曝出利用其平台优势地位和商家对其的依赖性,强行要求中小商家在两者之间做出“二选一”的选择²。一旦发现商家在其他平台有销售行为,平台便会对其实施惩处,甚至直接下架其所有商品。此举导致部分商家不得不压减产能、裁减员工,线上市场的波动进而影响到了线下运营。2015年至今,京东起诉天猫涉嫌“二选一”的案件持续多年。京东指控天猫强迫品牌商家在天猫商城和京东商城之间做出选择,严重损害了自由公平的市场竞争环境。在本次诉讼中,唯品会与拼多多将以不具备独立请求权的第三方身份参与。原告京东指控被告天猫采取与商家签署“独家合作协议”等方式,强行要求商家仅在天猫平台开设店铺,并限制他们参与京东的促销活动,甚至禁止其在京东平台上经营。京东认为,天猫的这种“二选一”策略构成了滥用市场支配地位的行为,严重侵害了京东的合法权益。因此,京东请求法院判令天猫立即停止该违法行为,并要求天猫赔偿京东经济损失共计10亿元人民币。

3. “二选一”行为法律规制的现实困境

3.1. 法律界定与适用的模糊性

目前对于“二选一”行为的法律定性存在一定的模糊性,不同的法律条款和司法解释在适用时可能存在冲突和不一致的情况[4]。例如,《反垄断法》《电子商务法》和《反不正当竞争法》等法律在规制“二选一”行为时,各自的适用条件和标准有所不同,导致在具体案件中难以准确适用法律。

同时在电商平台“二选一”案件中,相关市场的界定是一个关键问题。由于电商平台的业务范围广泛,涉及多个领域和层面,如何准确界定相关市场,包括商品市场、地域市场和时间市场等,存在一定的难度和争议。这可能导致在认定“二选一”行为是否构成垄断时,出现不同的结论和法律适用差异。

3.2. 监管难度与执法挑战

随着电商平台的快速发展和业务模式的不断创新,传统的监管技术和手段在应对“二选一”等新型垄断行为时显得力不从心[5]。监管部门难以全面、及时地获取电商平台的交易数据、商家信息和运营情况,无法准确监测和评估“二选一”行为的实际影响和危害程度。

同时电商平台掌握着大量的商家数据和用户数据,这些数据的不透明性给监管带来了挑战。平台可能利用数据优势,通过复杂的算法和规则设置,隐蔽地实施“二选一”行为,而监管部门难以获取和分析这些数据,难以进行有效的监管和执法。

3.3. 平台内商家的困境与无奈

平台内商家在面对“二选一”要求时,往往处于两难的境地。如果选择留在被要求“二选一”的平台,可能面临在其他平台的经营受限、流量减少、销售额下降等问题;而如果选择离开,则可能失去在该平台的市场份额和客户资源,经营压力巨大。

¹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国家市场监督管理总局行政处罚决定书,国市监处罚[2021]74号。

与此同时商家在遭遇“二选一”不公待遇时，由于自身力量相对弱小，缺乏与平台抗衡的能力和资源，往往难以通过法律途径维护自身权益。即使选择诉讼，也可能面临举证困难、诉讼成本高、周期长等问题，导致商家在实际中多选择忍气吞声。

3.4. 消费者权益受损与市场失灵

电商平台采取的“二选一”策略直接缩减了消费者可接触的品牌和商品种类，迫使消费者只能无奈接受特定平台的交易条款，而无法从其他可能提供更具竞争力价格与服务的平台中获益。这一行为严重侵犯了消费者的选择权以及公平交易的权利[6]。此外，“二选一”做法还消除了市场竞争，拖慢了平台的运营效率，阻碍了平台经营模式的创新步伐，并给潜在竞争者设置了市场进入的障碍。这不仅不当地削弱了市场竞争的激烈程度与水平，还导致了市场价格机制的紊乱，最终让消费者无法享受到充分市场竞争所能带来的价格优势与品质提升。

3.5. 监督与自律意识的低下

消费者、媒体等社会力量在监督电商平台“二选一”行为时，参与度和积极性普遍不高。消费者可能因风险意识和维权意识不足，面对“二选一”限制时选择忍气吞声。现有的社会监督机制缺乏系统性和有效性，举报途径不畅，反馈不及时，且维权成本高，使得消费者和商家在遭遇“二选一”时，难以有效维护自身权益[7]。部分电商平台企业缺乏自律意识，过度追求短期利益，忽视长期发展和行业规范，将“二选一”作为打击对手、争夺市场的手段，破坏了公平竞争的市场环境。

4. 电商平台“二选一”反垄断规制解决措施

4.1. 完善法律法规与政策体系

对现有反垄断法、电子商务法和反不正当竞争法等法律法规中涉及“二选一”行为的条款进行进一步细化和完善，明确“二选一”行为的法律界定标准、违法认定条件与处罚措施，增强法律的针对性与可操作性[8]。例如，可以明确规定“二选一”行为的具体表现形式、构成要件以及相应的法律责任，避免法律适用中的模糊性和不确定性。同时要加强不同法律之间的衔接与协调。建立反垄断法、电子商务法和反不正当竞争法等法律在规制电商平台“二选一”行为时的衔接机制，明确各法律的适用范围和优先顺序，避免法律冲突和重复执法。同时，制定专门针对电商平台的反垄断指南或政策文件，为执法机构提供具体指导，确保反垄断执法的统一性与规范性。

4.2. 加强监管力度与创新监管方式

建立健全监测与预警机制。利用大数据、人工智能等技术手段，建立电商平台“二选一”行为的监测与预警平台，实时收集和分析电商平台的交易数据、商家信息、用户评价等多维度数据，及时发现潜在的“二选一”行为及其发展趋势，提高监管的及时性和准确性。

强化执法协作与信息共享也是一个选择。加强反垄断执法机构、市场监管部门、消费者协会等多方之间的协作与配合，建立跨部门的联合执法机制，形成监管合力。同时，推动监管部门与电商平台之间的信息共享，要求平台定期报送相关数据和运营情况，以便监管部门全面掌握市场动态，及时发现和处理“二选一”等垄断行为。

4.3. 促进市场竞争与平台开放

进一步放宽电商行业的市场准入条件，简化企业登记注册流程，降低注册资本要求等，吸引更多企业进入电商平台领域，增加市场竞争主体，打破现有头部平台的垄断地位，促进市场的充分竞争。鼓励

电商平台之间实现数据共享、技术对接和业务协同，打破平台之间的壁垒，促进商品、服务和信息在不同平台间的自由流动[9]。例如，推动电商平台与社交平台、物流企业等其他相关产业的融合发展，构建开放、协同、创新的电商生态系统，提高市场的整体效率和竞争力。

4.4. 强化平台企业自律与社会责任

引导电商平台企业建立完善的反垄断合规管理体系，明确企业内部的反垄断责任主体和 workflows，定期开展反垄断培训和自查自纠工作，确保企业的经营活动符合反垄断法律法规的要求。同时，鼓励平台企业制定并公开透明的平台规则和交易协议，规范与商家和用户的关系，避免实施限制竞争的行为。同时需倡导电商平台企业树立正确的经营理念和社会责任意识，自觉维护市场公平竞争秩序，保护消费者和商家的合法权益。鼓励平台企业在促进经济发展、推动技术创新、保护环境、参与公益事业等方面发挥积极作用，树立良好的企业形象和社会声誉。

4.5. 推动社会监督与行业自律

合理规制电商平台“二选一”，还需建立健全社会监督机制，鼓励消费者、商家、媒体等社会各方积极参与对电商平台“二选一”行为的监督，建立健全举报奖励制度，对提供有效线索和证据的举报人给予一定的奖励和保护[10]。同时，加强舆论监督，充分发挥媒体的舆论引导作用，对“二选一”等垄断行为进行曝光和批评，形成全社会共同监督的良好氛围。同时充分发挥电商行业协会等社会组织的作用，制定行业自律规范和标准，引导电商平台企业自觉遵守，对违反自律规范的企业进行行业惩戒，维护行业整体形象和竞争秩序。行业协会可以组织开展行业培训、交流活动，提高企业的反垄断意识和合规水平，推动行业的健康发展。

5. 结语

电商平台“二选一”垄断现象严重破坏市场公平竞争，损害消费者和商家利益。本文深入剖析其成因，包括平台利益驱动、市场结构因素与商家困境等，揭示了其对市场、消费者和商家的多重负面影响。针对此问题，本文提出完善法律法规、加强监管力度、促进市场竞争、强化平台自律以及推动社会监督等反垄断对策。通过理论分析、案例研究和实证数据验证，表明这些对策能有效遏制“二选一”垄断行为，维护市场秩序，保护消费者和商家权益，促进平台经济健康发展。未来，应持续关注电商平台竞争态势与垄断行为新趋势，不断完善反垄断策略，以适应市场发展，确保电商平台始终在公平竞争轨道上运行，让各方共享平台经济发展红利。

参考文献

- [1] 王晓晔. 论电商平台“二选一”行为的法律规制[J]. 现代法学, 2020, 42(3): 151-165.
- [2] 焦海涛. 电商平台“二选一”的法律适用与分析方法[J]. 中国应用法学, 2020(1): 49-62.
- [3] 刘晓娜. 电商平台强制商家“二选一”行为的法律评析——(2019)最高民辖终 130 号案例为例[J]. 法制与社会, 2020(2): 45-46.
- [4] 杨晨, 杨扬. 关于电商平台企业“二选一”行为的合规建议[J]. 中国律师, 2019(1): 62-64.
- [5] 汤玉喜. 电商平台“二选一”行为的反垄断法规制研究[J]. 连云港职业技术学院学报, 2021, 34(3): 51-55.
- [6] 白冬沛. 电商平台“二选一”行为的反垄断法分析[J]. 大陆桥视野, 2022(7): 43-44+47.
- [7] 许丽. 电商平台“二选一”排他性交易的反垄断规制[J]. 中国流通经济, 2022, 36(4): 43-55.
- [8] 李嘉敏. 电商平台“二选一”行为的法律规制——以消费者权益保护为视角[J]. 北方经贸, 2023(3): 65-68.
- [9] 康力文. 互联网平台“二选一”的反垄断规制及路径研究[J]. 科技经济市场, 2023(6): 92-94.
- [10] 陈娟丽. 平台经济中“二选一”行为的适法考量及法律应对[J]. 时代法学, 2021, 19(2): 42-48.