

电子商务平台PFMN条款反垄断法规制的困境与出路

宋志扬

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年2月21日; 录用日期: 2025年3月5日; 发布日期: 2025年4月2日

摘要

随着电子商务的蓬勃发展, PMFN条款(平台最惠国待遇条款)在电商平台中广泛应用。该条款虽在一定程度上有促进交易的积极作用, 但也引发诸多反垄断问题, 对市场竞争秩序和消费者权益产生消极影响。本文从反垄断法视角深入剖析电商平台PFMN条款, 发现在反垄断法规制方面正面临着相关市场界定困难、适用原则不明确以及执法与司法实践挑战等诸多困境。通过明确相关市场界定标准、确立反垄断法适用规则以及加强执法与司法能力建设等措施, 可以逐步完善对电商平台PFMN条款的反垄断法规制体系。

关键词

电子商务平台, 平台最惠国待遇条款, 反垄断法

The Dilemma and Solution of Anti-Monopoly Regulation of PMFN Terms on E-Commerce Platforms

Zhiyang Song

Law School of Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Feb. 21st, 2025; accepted: Mar. 5th, 2025; published: Apr. 2nd, 2025

Abstract

With the booming development of e-commerce, PMFN clauses (platform most favored nation treatment clauses) are widely used in e-commerce platforms. Although this clause has a positive effect on promoting transactions to a certain extent, it also raises many anti-monopoly issues and has a

negative impact on market competition order and consumer rights. This article deeply analyzes the PPFMN terms of e-commerce platforms from the perspective of anti-monopoly law, and finds that they are facing many difficulties in defining relevant markets, unclear application principles, and challenges in law enforcement and judicial practice in anti-monopoly regulation. By clarifying relevant market definition standards, establishing anti-monopoly law application rules, and strengthening law enforcement and judicial capacity building, the anti-monopoly law regulatory system for PFMN clauses on e-commerce platforms can be gradually improved.

Keywords

E-Commerce Platform, The Platform's Most Favored Nation Treatment Clause, Antitrust 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

在数字经济时代，电子商务平台已成为经济活动的重要载体。为追求竞争优势和商业利益，电商平台常采用各类商业策略与交易安排，其中最惠国待遇条款(Platform Most-Favored-Nation Clause，简称PFMN)备受关注[1]。在当今电商市场，PFMN条款被广泛应用于各类电商平台。无论是综合型电商平台，如淘宝、拼多多、京东，还是垂直型电商平台，如专注于美妆的丝芙兰官网、母婴类的蜜芽等，都频繁使用该条款。据市场调研数据显示，超过70%的头部电商平台在与商家的合作协议中包含不同形式的PFMN条款[2]。其中，在价格竞争激烈的快消品、电子产品等领域，PFMN条款的应用更为普遍。随着电商行业竞争的加剧，预计未来PFMN条款的应用范围还将进一步扩大。从表面看，PFMN条款旨在确保平台内商家给予平台用户不低于其他平台的优惠条件，促进平台间竞争。然而，在实际应用中，该条款可能被滥用，限制市场竞争，阻碍行业创新，损害消费者权益。反垄断法作为维护市场竞争秩序的重要法律工具，如何对电商平台PFMN条款进行有效规制，成为亟待解决的问题。

2. 电子商务平台PFMN条款概述

2.1. PMFN 条款的内涵

PFMN条款起源于国际贸易领域，后被引入到电子商务平台交易中[3]。在电商语境下，它是指电商平台与平台内商家签订的协议条款，要求商家在平台上提供的商品或服务价格、交易条件等不得高于在其他任何销售渠道所提供的最优价格和条件。其核心目的是保证平台在价格和交易条件上的竞争力，吸引消费者选择该平台进行交易。

2.2. PMFN 条款的类型

2.2.1. 狭义 PMFN 条款

狭义的PFMN条款仅关注价格因素，即平台要求商家在本平台销售商品的价格不得高于在其他平台的最低售价。例如，某知名电商平台A与某服装品牌签订协议，规定该品牌在平台A上销售的所有服装款式价格，必须低于或等于其在平台B、平台C等其他任何电商平台的售价。这种条款旨在确保平台A在价格上对消费者具有吸引力，促使消费者在平台A完成购买行为。

2.2.2. 广义 PFMN 条款

广义的 PFMN 条款不仅涵盖价格,还包括其他交易条件,如促销活动、售后服务、物流配送等方面。以某电子产品电商平台为例,其与供应商签订的 PFMN 条款规定,供应商在该平台提供的产品,不仅价格要具有竞争力,还需保证在平台上的促销力度不低于其他平台,如赠品数量、折扣组合等;同时,售后服务标准不得低于其他平台,包括退换货政策、维修响应时间等;物流配送方面,要确保在平台上的配送速度和服务质量至少与其他平台相当。

2.3. PFMN 条款对市场竞争的影响

2.3.1. 积极影响

从宏观层面看,PFMN 条款促使电商平台通过提升服务质量、优化用户体验等方式来吸引商家入驻[4]。因为平台只有提供更优质的服务、更广阔的市场流量,才能说服商家遵守 PFMN 条款,给予平台与其他平台相当甚至更优惠的交易条件。例如,电商平台为吸引商家,不断优化平台界面设计,提高搜索功能的精准度,完善物流配送体系等,从而在平台竞争中脱颖而出。这种竞争有助于推动整个电商行业的发展,为消费者提供更好的购物环境。

PFMN 条款在一定程度上保障了消费者能够以相对较低的价格购买到商品或享受更优惠的交易条件[5]。由于平台要求商家提供不高于其他平台的价格,消费者在该平台购物时,无需在多个平台间进行繁琐的价格比较,就能获得较为优惠的价格。同时,广义 PFMN 条款对交易条件的约束,也使得消费者能享受到更优质的服务,如快速的物流配送、良好的售后服务等,从而提升了消费者的购物体验。

2.3.2. 消极影响

PFMN 条款限制了同一品牌在不同电商平台上的价格竞争[6]。在该条款约束下,商家无法根据不同平台的特点和用户需求,灵活制定差异化的价格策略。例如,某品牌手机在多个电商平台销售,由于 PFMN 条款的存在,各平台售价相同。这使得各平台无法通过价格优势吸引消费者购买该品牌手机,抑制了平台间的品牌内竞争,减少了消费者因价格竞争而可能获得的优惠。

当多个品牌都受到 PFMN 条款约束时,不同品牌在电商平台上的价格差距被缩小。这使得消费者在选择商品时,价格因素的影响减弱,品牌难以通过价格差异化来吸引消费者。例如,在某一品类的化妆品市场中,多个品牌与电商平台签订 PFMN 条款后,各品牌在平台上的价格相近。这阻碍了品牌间通过价格竞争来提升产品质量和服务水平,抑制了市场的创新活力。

对于新进入市场的电商平台或小型电商平台而言,PFMN 条款构成了较高的市场进入壁垒。由于大型电商平台凭借其规模优势和用户基础,更容易与商家达成 PFMN 条款协议,确保平台上的商品价格和交易条件具有竞争力。新平台或小平台则很难在短时间内吸引商家提供同样优惠的条件,从而在市场竞争中处于劣势,难以打破现有市场格局,阻碍了市场的多元化发展[7]。

3. 电子商务平台 PFMN 条款反垄断法规制的困境

3.1. 相关市场界定困难

3.1.1. 产品市场界定模糊

在电商环境下,产品的边界变得模糊[8]。一方面,电商平台销售的商品种类繁多,不同品类商品之间的替代性难以准确判断。例如,电商平台既销售电子产品,又销售服装、食品等各类商品,很难确定这些不同品类商品是否属于同一相关产品市场。另一方面,数字产品和服务的出现,如在线教育课程、软件下载等,其与传统商品的关系复杂,进一步增加了产品市场界定的难度。对于 PFMN 条款的反垄断

分析,准确界定产品市场是判断其对市场竞争影响的基础,产品市场界定模糊使得难以准确评估 PFMN 条款的竞争效果。

3.1.2. 地域市场界定复杂

电子商务平台的跨地域特性使得地域市场界定面临挑战。传统的地域市场界定方法主要基于地理区域和消费者分布,但在电商平台中,消费者可以不受地域限制,在全球范围内选择商品和服务。例如,国内消费者可以通过跨境电商平台购买国外商品,这使得传统的以国界或地区划分的地域市场界定方法难以适用。同时,不同地区消费者的消费习惯和需求存在差异,如何在考虑这些因素的基础上准确界定地域市场,是对电商平台 PFMN 条款进行反垄断法规制的一大难题。

3.2. 反垄断法适用原则不明确

3.2.1. 合理原则与本身违法原则的选择困境

在反垄断法中,合理原则和本身违法原则是判断行为是否违法的两种主要原则。对于电商平台 PFMN 条款,适用何种原则存在争议。本身违法原则认为某些行为一旦发生,无需考虑其具体情况和后果,即可直接认定为违法。合理原则则要求对行为进行全面分析,综合考虑行为的目的、对市场竞争的影响以及对消费者福利的影响等因素,判断其是否违法。PFMN 条款在不同情况下可能具有不同的竞争效果,一些 PFMN 条款可能促进平台竞争,提高消费者福利;而另一些则可能限制竞争,损害市场效率。因此,在适用反垄断法时,难以确定是直接适用本身违法原则,还是采用更为复杂的合理原则进行分析。

3.2.2. 合理原则下的多因素考量难题

如果采用合理原则对电商平台 PFMN 条款进行分析,需要考虑众多因素,如市场份额、市场集中度、进入壁垒、创新能力等。然而,在实际操作中,如何准确衡量这些因素存在困难。例如,对于电商平台的份额计算,由于平台业务的多元化和数据的不透明性,很难确定一个准确的计算方法。同时,如何评估 PFMN 条款对创新能力的影响,目前也缺乏明确的标准和方法。这些多因素考量难题增加了反垄断法对 PFMN 条款适用的不确定性。

3.3. 执法与司法实践中的挑战

3.3.1. 证据收集与分析难度大

在对电商平台 PFMN 条款进行反垄断执法和司法审查时,证据收集与分析是关键环节。然而,电商平台的交易数据和商业协议往往存储在平台的服务器中,具有较强的保密性和技术性。执法机构和司法机关获取这些证据存在一定困难,且即使获取了相关证据,对这些海量数据的分析也需要专业的技术和方法。例如,要证明 PFMN 条款导致了市场竞争的限制,需要对平台上的价格数据、销售数据等进行深入分析,判断价格是否被不合理固定,以及市场竞争是否受到抑制。这对执法和司法人员的专业能力提出了很高要求。

3.3.2. 执法与司法资源有限

随着电商行业的迅速发展,涉及电商平台的反垄断案件数量不断增加。然而,反垄断执法机构和司法机关的资源相对有限,难以应对如此庞大的案件量。一方面,执法人员和司法人员的数量不足,且缺乏对电商行业的深入了解和专业知识。另一方面,执法和司法过程中的调查、取证、分析等环节需要耗费大量的时间和资金,进一步加剧了资源紧张的局面。这导致一些电商平台 PFMN 条款的反垄断案件无法得到及时、有效的处理,影响了反垄断法规制的效果。

4. 电子商务平台 PFMN 条款反垄断法规制的完善路径

4.1. 明确相关市场界定标准

4.1.1. 构建产品市场界定模型

在电商领域，产品市场的界定面临诸多挑战。电商平台商品种类繁多，功能与用途各异，且消费者需求呈现多样化与个性化趋势[9]。为此，构建科学的产品市场界定模型至关重要。需求替代与供给替代相结合的方法能够全面反映电商产品市场的复杂性。从需求替代角度出发，消费者调查是了解消费者偏好与替代选择倾向的有效途径。通过线上问卷、用户访谈等方式，收集消费者在选购商品时对不同品牌、功能、价格商品的选择偏好数据。例如，在电子产品领域，调查消费者在购买手机时，对不同品牌手机的性能、外观、价格等因素的权衡，以及在价格相近时，是否会因品牌差异而选择其他手机，以此判断不同品牌手机之间的需求替代关系。数据分析则借助大数据技术，挖掘平台内消费者的购买行为数据，如购买频率、关联购买等信息。若消费者在购买某类商品时，经常同时购买另一类商品，说明这两类商品可能存在较强的需求关联，甚至具有一定的替代关系。

同时，供给替代方面，需考虑供应商在不同产品生产和销售之间的转换能力。以服装生产企业为例，若其具备快速调整生产线，从生产休闲服装转向生产运动服装的能力，且在市场需求变化时能够迅速响应，那么休闲服装与运动服装在供给侧可能存在紧密的替代关系。这意味着在界定产品市场时，不能仅依据传统的产品分类，而要综合考虑供应商的生产灵活性与市场响应能力，以此更准确地划定产品市场边界，为后续分析 PFMN 条款对产品市场竞争的影响奠定基础。

4.1.2. 创新地域市场界定方法

电商平台的跨地域特性打破了传统地域市场的界限。创新地域市场界定方法，要紧密围绕消费者的实际购买行为和平台的服务覆盖范围，借助大数据分析技术实现精准界定。通过分析平台的物流配送数据，可以清晰地了解消费者的分布情况。物流信息不仅包含消费者的收货地址，还能反映出不同地区的订单量、配送时效等信息。例如，某电商平台在某一地区的订单量持续增长，且配送时效能够满足当地消费者需求，说明该平台在该地区具有较高的市场渗透程度。结合大数据分析，还可以对不同地区消费者的购买行为进行聚类分析，将购买行为相似、消费需求相近的地区划分为同一市场区域。

此外，不同地区的经济发展水平和消费习惯差异显著影响着电商市场的竞争格局。在经济发达地区，消费者对商品品质、品牌和服务的要求较高，更愿意为优质商品和个性化服务支付较高价格；而在经济欠发达地区，消费者可能更注重价格因素，对商品的性价比更为敏感。因此，在划分地域市场时，要充分考虑这些因素。对于经济发展水平和消费习惯相近的地区，可以合并为一个地域市场；对于差异较大的地区，则应分别划分，以便更准确地评估 PFMN 条款在不同地域市场的竞争影响。

4.2. 确立反垄断法适用规则

4.2.1. 明确适用原则的选择标准

合理原则和本身违法原则是反垄断法判断行为合法性的两大重要原则。在电商平台 PFMN 条款的规制中，明确二者的选择标准是准确适用法律的关键。对于明显具有反竞争效果的 PFMN 条款，如平台利用其市场支配地位强迫商家签订的限制竞争的 PFMN 条款，应直接适用本身违法原则。这类条款往往严重限制了市场竞争，损害了消费者和其他经营者的利益。例如，某大型电商平台凭借其在市场中的主导地位，强制要求商家在平台上的商品价格不得低于其他平台的最高价格，这种做法明显排除了价格竞争，直接损害了消费者获得低价商品的权利，应被认定为违法。

然而，对于其他 PFMN 条款，由于其对市场竞争的影响具有复杂性，需要采用合理原则进行分析。为此，要制定合理原则下的具体分析框架，明确需要考虑的因素及其权重。这些因素包括 PFMN 条款对市场竞争的促进或抑制作用、对消费者福利的影响、对市场创新的激励或阻碍等。例如，在评估 PFMN 条款对市场竞争的影响时，若该条款促进了平台之间的竞争，使消费者能够获得更多的选择和更优质的服务，那么应给予正面评价；若其限制了市场准入，阻碍了新平台或新商家的发展，则应考虑其负面影响。通过明确各因素的权重，综合判断 PFMN 条款的合法性，提高反垄断法适用的确定性。

4.2.2. 制定合理原则下的分析指南

为了确保执法机构和司法机关在合理原则下对 PFMN 条款进行准确分析，制定详细的分析指南是必要的。分析指南应涵盖多个关键因素的评估方法和标准。在市场份额方面，规定科学的计算方法，如采用交易金额、用户数量等多维度指标综合计算市场份额，并明确在不同市场结构下市场份额的重要性。在高度集中的市场结构中，市场份额较高的平台的 PFMN 条款可能对市场竞争产生更大影响，需要重点关注；而在相对分散的市场结构中，市场份额的影响可能相对较小，但仍需结合其他因素进行综合判断。对于进入壁垒，提供具体的评估指标。资金投入是重要指标之一，电商平台的建设、运营和推广需要大量资金，新进入者若面临过高的资金门槛，将难以进入市场。技术门槛也是关键因素，如某些电商平台拥有先进的算法技术、大数据分析能力，新进入者若无法掌握类似技术，将在竞争中处于劣势。在创新能力评估方面，建立指标体系。研发投入是衡量创新能力的重要基础，平台在技术研发、服务创新等方面的投入反映了其对创新的重视程度。新产品推出频率则直观地体现了平台的创新活力，若平台能够持续推出新的产品或服务模式，说明其具有较强的创新能力。通过这些具体的评估方法和标准，为反垄断执法和司法提供清晰、可操作的指引。

4.3. 加强执法与司法能力建设

4.3.1. 提升执法人员专业素质

反垄断执法机构的人员素质直接关系到电商平台 PFMN 条款反垄断执法的效果。电商行业具有高度的专业性和创新性，其商业模式和运营机制不断变化。为了适应这一特点，需要加强执法人员的培训。组织专门的电商反垄断培训课程，邀请电商行业专家深入讲解电商平台的运营模式、盈利方式、竞争策略等内容，使执法人员能够深入了解电商行业的内在逻辑。法律学者则从法律理论和实践角度，解读反垄断法在电商领域的具体应用，分析相关案例，提高执法人员的法律素养。

同时，鼓励执法人员参与国际交流与合作。国外在电商反垄断执法方面积累了丰富的经验，通过参加国际研讨会、交流项目等方式，执法人员可以学习国外先进的执法理念、方法和技术。例如，了解国外在处理电商平台垄断案件时的调查手段、证据收集方法以及与其他部门的协作机制，将这些经验引入国内，提升我国反垄断执法能力。

4.3.2. 优化司法审判机制

在司法审判方面，建立专门的电商反垄断案件审判团队是提高审判效率和质量的重要举措。电商平台 PFMN 条款案件涉及复杂的法律和经济问题，需要法官具备专业的知识和丰富的经验。加强对法官的专业培训，使其深入掌握反垄断法的理论体系和实践应用，了解电商行业的发展动态和特点。培训内容可以包括反垄断法的最新司法解释、电商行业的商业模式创新以及相关案例分析等。完善司法审判的证据规则和程序对于提高证据的收集和采信效率至关重要。在电商案件中，电子证据占据重要地位。因此，要建立电子证据的采信标准，明确电子证据的真实性、合法性和关联性的判断依据。规范电子证据的收集和保全程序，确保电子证据在收集过程中不被篡改、丢失。例如，采用区块链技术对电子证据进行存

证，保证证据的完整性和可信度，从而确保司法审判的公正性和效率。

5. 结论

在数字经济时代，电商平台的 PFMN 条款是一把双刃剑。其积极影响不可忽视，它激励电商平台提升服务质量，为消费者带来更实惠的价格与更优质的服务体验，有力推动了电商行业的发展^[10]。然而，PFMN 条款的消极影响同样显著，限制平台间价格竞争、阻碍品牌创新、构筑市场进入壁垒，对市场竞秩序造成了冲击。反垄断法规制 PFMN 条款面临诸多困境。相关市场界定存在产品市场边界模糊、地域市场划分复杂的难题；反垄断法适用原则在合理原则与本身违法原则间难以抉择，且合理原则下多因素考量缺乏明确标准和有效衡量方法；执法与司法实践中，证据收集分析难度大、执法司法资源有限，严重影响了规制效果。尽管我们探索出了一系列完善路径，从明确相关市场界定标准、确立反垄断法适用规则到加强执法与司法能力建设，为解决问题提供了方向，但仍存在不足之处。构建的产品市场界定模型和创新的地域市场界定方法虽具有一定科学性，但在实际应用中，面对电商市场的快速变化和海量数据，可能存在适应性不足的问题。确立的反垄断法适用规则，在具体实施过程中，对于各因素权重的确定可能因主观判断存在差异，导致执法和司法的一致性难以完全保证。在执法与司法能力建设方面，虽然采取了提升执法人员专业素质和优化司法审判机制等措施，但面对电商行业不断涌现的新商业模式和技术手段，执法和司法的应对速度和处理能力仍需进一步提升。未来，还需持续深入研究，不断完善相关规制体系，以更好地适应电商市场的发展变化。

参考文献

- [1] 吴太轩, 张梦. 直播带货模式下 PFMN 条款的反垄断法规制困境及对策[J]. 重庆理工大学学报(社会科学), 2023, 37(18): 114-124.
- [2] 党梓濛, 倪楠. 头部主播“全网最低价”行为的反垄断法规制[J]. 海南开放大学学报, 2024, 25(4): 104-111.
- [3] 焦海涛. 互联网平台最惠国条款的反垄断法适用[J]. 商业经济与管理, 2021(5): 72-84.
- [4] 孙晋, 宋迎. 数字经济背景下最惠国待遇条款的反垄断合理分析[J]. 电子知识产权, 2018(12): 12-19.
- [5] 鲍磊, 张进. 平台市场中的最惠国条款及其反垄断规制问题刍议[J]. 宁波开放大学学报, 2021, 19(4): 36-40.
- [6] 陈沈琪. 电商直播平台底价协议的反垄断法规制[J]. 中国价格监管与反垄断, 2024(8): 36-39.
- [7] 王先林. 中国反垄断法实施热点问题研究[M]. 北京: 法律出版社, 2017: 11-20.
- [8] 雷浩然. 网络直播领域全网最低价条款的反垄断法分析[J]. 中国流通经济, 2023, 37(12): 113-123.
- [9] 谭晨. 互联网平台经济下最惠国条款的反垄断法规制[J]. 上海财经大学学报, 2020, 22(2): 138-152.
- [10] 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: 55-80.