

数字经济背景下平台滥用市场支配地位的规制困境与出路

寿梦婷

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年3月11日; 录用日期: 2025年4月1日; 发布日期: 2025年5月8日

摘要

数字经济背景下, 信息技术的发展推动了互联网平台的繁荣, 也导致了呈现新样态的滥用市场支配地位行为, 当下在对其进行规制时, 面临着相关市场界定存在困难、支配地位判断缺乏标准以及滥用行为认定陷入困境的三重维度障碍。对此, 应当根据互联网平台的特性完善相关市场的界定制度, 运用多因素判断法进行需求替代分析, 并在双边市场的逻辑下优化垄断者测试分析方法; 同时, 细化并明确判断市场支配地位的标准, 结合多重因素进行考量; 最后, 通过明确平台主体责任、综合判断主观目的、建立多元审查机制以及界定平台属性等方式构建完善的规则体系以准确认定滥用市场支配地位的行为, 推动我国互联网平台经济的发展行稳致远。

关键词

数字经济, 互联网平台, 滥用市场支配地位, 反垄断

Regulatory Dilemma and Solution for Platform Abuse of Market Dominance in the Context of Digital Economy

Mengting Shou

School of Law, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Mar. 11th, 2025; accepted: Apr. 1st, 2025; published: May 8th, 2025

Abstract

In the context of the digital economy, the development of information technology has promoted the

prosperity of the Internet platform, and has also led to a new pattern of abuse of market dominance. At present, when regulating it, it is faced with three dimensional obstacles: difficulties in defining the relevant market, lack of standards for judging the dominant position, and difficulties in identifying abuse. In this regard, we should improve the definition system of the relevant market according to the characteristics of the Internet platform, use the multi factor judgment method to conduct demand substitution analysis, and optimize the monopolist test analysis method under the logic of the bilateral market, at the same time, refine and clarify the criteria for determining market dominance, taking into account multiple factors; Finally, by clarifying the responsibility of the platform subject, comprehensively judging the subjective purpose, establishing a diversified review mechanism, and defining the attributes of the platform, we can build a sound rule system to accurately identify the behavior of abusing market dominance, and promote the development of China's Internet platform economy.

Keywords

Digital Economy, Internet Platform, Abuse of Market Ascendancy, Antitrust

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. 数字经济背景下平台滥用市场支配地位的规制必要性

随着信息技术的迅猛发展，数字经济应运而生，互联网平台借助算法技术和海量数据快速繁荣，在社会发展全局中的地位和作用日益显现，逐渐成为经济发展的最强驱动力，平台也由商业现象发展为一种新的经济形态。与平台经济的蓬勃发展相伴而生的是其中复杂多样的垄断问题，对此，我国针对平台经济垄断行为的监管也越来越呈现出严格的趋势——国务院在多个政策性文件中明确提出要破除互联网平台的垄断问题，规范互联网平台发展，并于 2021 年制定出台了我国首部《关于平台经济领域的反垄断政策》；同时，为加强对该经济领域经营活动的规制，维持现有法律法规之间的体系性，我国《反垄断法》也进行了修改，针对互联网平台的特点，在总则部分新增第九条，禁止利用数据和算法、技术、资本优势以及平台规则等从事垄断行为。

就数字经济背景下平台滥用市场支配地位的规制必要性而言，可以从以下三方面进行分析：首先，基于互联网的特性，传统的认定垄断行为的标准失效——平台的市场力量不再单纯地依赖传统的市场份额，而是更多源于网络效应、数据控制或是技术创新，而通过价格变动测试需求弹性的“垄断者测试法”也因为数据服务的“零价格”属性导致失灵；其次，数字经济背景下，平台的滥用行为具有复杂性和隐蔽性，诸如算法歧视、自我优待和数据垄断的新型滥用手段层出不穷，并由此导致小企业在算法歧视下难以获得流量，创新动力下降，消费者也会因平台的自我优待或捆绑销售而失去选择的权利，对创新和消费者福利产生双重损害；最后，数字经济背景下，对平台滥用市场支配地位的行为进行规制具有相当的紧迫性，当下我国的电商领域中，阿里、京东、拼多多等平台已占据了绝大多数市场份额，平台的“二选一”行为会进一步挤压中小商家的生存空间，如果其利用数据优势涉足金融业务，还可能引发系统性风险，并对数据安全产生威胁，隐私泄露的风险也会随之提高。

尽管我国各部门都在互联网平台日益发展的同时进行了积极响应，但相较于发达国家，我国《反垄断法》的起步时间较晚，研究范围也存在一定的限制，虽然经历了修订，但在规制平台的垄断行为等方面仍有不足，需要结合实践尽快出台相应标准进行应对——正如刘继峰学者认为的那样，数字经济的发展

展颠覆了传统反垄断法的认定框架、规范和原则，生搬硬套反垄断法只会影响其规制效果[1]；杨东、黄尹旭也认为，数字经济领域的平台、数据、算法三维经济结构已经颠覆了传统工业经济的竞争要素结构，因此有必要更新传统反垄断法的理论框架和法律规制体系，建议在《反垄断法》中以专章形式对数字经济领域进行规定，并通过指南和部门规章进一步细化具体实施措施，以适应数字经济时代的发展需求[2]。

综上，本文拟结合现有的法律体系和实践需要，以数字经济背景下的互联网平台为研究对象，分析在对其滥用市场支配地位行为进行规制时的困境，并有针对性地提出相关出路，为我国反垄断法未来的完善做好理论准备，在保障创新环境的同时促进有效竞争，推动互联网平台经济发展行稳致远。

2. 数字经济背景下平台滥用市场支配地位的规制困境

“界定相关市场－分析经营者是否具有市场支配地位－判断涉案行为是否构成滥用市场支配地位行为”是传统经济下认定滥用市场支配地位行为通常遵循的思路[3]，但在数字经济背景下，这三个步骤在适用上均存在困境，分述如下：

2.1. 相关市场的界定存在困难

界定相关市场不仅是反垄断行政执法和司法审判的重要工作步骤，也是反垄断行政执法和司法审判的逻辑起点[4]。传统对市场进行界定的方法主要为替代性分析方法和假定垄断者测试方法，这两种方法在传统工业经济的背景下，能够解决单一产品市场中相关市场界定的问题，但面对以商品功能差异与重叠、双边市场结构为特征的互联网平台经济时都显得有些力不从心。

2.1.1. 替代性分析方法的局限性

一般而言，界定商品市场的第一步在于确定一个基准商品，并在此基础上寻找与之具有替代关系的相同类型商品从而确定相关市场的范围[5]。传统经济中，商品大部分为客观的实体物，功能通常单一且固定，具有强烈的物理可分性；但在数字经济背景下，互联网平台所涉及的商品多数为虚拟物，具有创新性强、更新迭代速度快等特点，商品可以通过更新或升级的方式迅速拥有全新功能，而一旦其功能边界变得模糊，传统的以功能为依托的替代性分析因素就会变得难以界定。用户对产品功能的需求是不同商品间替代程度的重要参考标准，但是互联网平台具有跨界经营性、动态竞争等特点，平台商品功能也具备强延展性和聚合性[6]。以微信平台为例，在该平台产生之初只具备聊天功能，但随着用户数量的激增以及社交内容的需要，以社交平台为依托，其逐步具备了购物、支付等功能，与淘宝、支付宝等平台之间产生了功能的交叉——在这种同类商品差异化、异类商品一体化的竞争策略的影响下，商品之间的相互替代性正在不断下降，通过商品的主要功能对相关市场进行界定的方法难以发挥应有的作用。

2.1.2. 假定垄断者测试方法的局限性

假定垄断者测试方法规定于 2009 年国务院反垄断委员会印发的《关于相关市场界定的指南》中，是一种依托价格因素变化进行分析的市场界定方法，但当下互联网平台在经营活动中主要采取零定价模式，平台之间的竞争主要基于数据的数量和质量进行展开，因此该方法就难以适用于提供“免费”服务的互联网平台——互联网属于双边市场，在通过一边市场的免费吸引用户的同时在另一边市场通过向入驻的商家收取一定费用或者向广告投放者收取一定广告费的形式对流量进行变现，这与单边市场中销售者一方直接对接消费者从而获取收益是极为不同的，假定垄断者测试方法仅对单边市场的划定进行考虑，忽视了双边甚至多边市场间的联动对于相关市场范围的影响及其实际市场力量的评价[7]。

基于数字经济背景下 SSNIP 在界定互联网平台相关市场时存在的证据难以采集、数据测试结果过于主观以及结果精确性较低的困境，理论与实务界也相应地提出了 SSNDQ 方法，即基于质量下降的假定

垄断者测试方法，通过考察互联网平台在提供免费服务的情况下是否会降低服务质量从而规避了其零定价的问题，但是该方法同样存在缺陷——互联网平台的活动主要围绕数据展开，而数据的收集和使用具有很强的技术性，在交易环节较为隐蔽，无法对质量进行准确评估，但如果其在基准质量的选取上没有一个统一的明确标准，也同样会导致评估结果偏离实际从而难以界定相关市场。

2.2. 支配地位的判断缺乏标准

在传统经济下，认定经营者具备市场支配地位主要以其销售额的多少为标准；但在数字经济背景下，由于互联网平台通常采取免费的商业模式，优势企业的市场份额或支配力并不以销售额为表现形式，因此传统的销售额标准并不能适用。

互联网平台之间的竞争在实质上为注意力竞争——数据是互联网平台立足和扩张的基石，而有效的数据来源于消费者有限的注意力，即对于进入意识范围的各种信息，消费者只关注其中特定的某一条，并据此决定是否采取特定行为。在互联网平台市场，注意力实为最具价值的资源，因为通过争夺注意力，平台可以获取实时的数据信息，并通过算法深入分析解读用户的兴趣爱好、消费习惯和行为模式，从而摸清其需求，有针对性地进行推送进而将流量变现，产生巨大的经济效益。对于注意力而言，创新是对其进行吸引和维持的有效举措，即使是在我国互联网平台市场已经初步形成寡头垄断的格局之下，充分的创新和足够的吸引力仍可以令一些初创的平台在短期内迅速获取大量用户的注意，获得大量市场份额，但这种依靠短期热度带来的高市场份额并不是可持续的，因为消费者的注意力随时会向新的创新转移，因此不能高估市场份额在互联网平台市场支配地位认定中的指示作用。

与高市场份额不等于强市场力量相对应，低市场份额也不等于市场力量弱——在增强与扩展现有市场影响力的过程中，互联网平台常采用跨界经营策略以吸引更多广泛的注意力资源。对于已占据市场优势地位的互联网平台而言，其可以凭借强大的技术实力在既有市场中稳固地聚集注意力资源，并且形成“平台、数据、算法”三位一体的核心架构，通过正反馈机制不断壮大其市场力量。即使其在关联市场中的实际份额并不显著，也依然可以巧妙利用在原有市场中积累的数据洞察与算法优势实现资源的跨市场整合与流量高效引导。因此，单纯以市场份额的高低作为判断市场支配地位的标准，可能会忽视平台在跨界经营中展现出的综合竞争实力与对市场的实际影响力，从而导致对市场竞争格局的误判。

2.3. 滥用行为的认定陷入困境

2.3.1. 主体责任难以明确

互联网平台的主体责任是指其为规范运营、促进健康竞争环境而需承担的积极行动与避免不当行为的综合义务的总称。强化互联网平台的自我合规意识、明确其主体责任是“构建高效、规范、公平、开放的全国统一大市场”、“遏制资本无序扩张”的关键一环[8]。但基于法律固有的滞后性，当前关于互联网平台主体责任的法律体系较为散乱，且条文内容偏向原则性，缺乏具体明确的指引，未能充分覆盖互联网平台多样性和规模差异带来的责任差异，导致实际操作中互联网平台在履行主体责任时缺乏清晰的法律边界。因此，互联网平台在市场逐利本性的驱动下，在面对自主合规可能削弱竞争优势而通过不正当竞争则可以快速获取商业利益的抉择时，往往倾向于选择后者。

2.3.2. 主观意图难以判断

滥用行为是经营者内心意图的外在体现，判断某一经营行为是否构成滥用，核心在于评估其主观上是否存在恶意破坏市场竞争秩序的动机，若经营者实施滥用行为并非出于排除或限制竞争的故意，而是基于自身处于不利境地的无奈之举，则不应对其过多苛责。互联网平台的滥用行为相较于传统企业而言有其独特的特征，使得区分行为的合法与否变得更为复杂，也因此增加了判断经营者主观意图的难度——

平台经济的快速发展伴随着诸多不确定性，在传统行业中被视为违法的垄断行为置于数字经济背景下就有合法的可能，如果仅凭主观猜测或者传统经验就进行评判极易导致错误结论，进而给平台企业带来严重的后果。

2.3.3. 滥用行为难以发现

交易过程中，充足的信息是保障消费者做出明智选择的基石，但在数字经济背景下，互联网平台领域的信息不对称现象却日益显著。例如，互联网平台通常要求消费者同意其复杂的用户协议作为使用基础服务及增值服务的前提条件，此举间接赋予了平台广泛收集用户行为数据的权力——这种看似双方协商一致的安排，实则隐藏了深刻的不对等性，因为消费者往往对数据的收集范围、处理深度及其潜在影响一无所知；同时，面对已然享有市场支配地位的平台，其拒绝能力实质上被削弱，与其说是协商后达成的一致，不如说是迫于无奈的选择。

此外，互联网平台可以依托其强大的数据处理能力对消费者进行精细画像，并以此为基础实施精准营销，这一算法机制虽提升了搜索效率与匹配精准度，但也伴生了如“大数据杀熟”等问题，即通过深度分析消费者个人特征，实施差异化定价，根据消费者的支付潜力和购买意愿制定不同的价格，侵害了消费者的自主选择权等合法权益。即使消费者对此有所警觉，但由于互联网平台定价策略的动态性、优惠券策略的差异性以及实时价格比较的困难性，消费者也难以直接证明自己遭遇了不公平定价。

2.3.4. 平台属性难以厘定

互联网平台通常兼具企业和市场的双重特性，不仅为各类资源提供了交流的平台，还直接以经营者的身份参与其中。平台化作为互联网平台最基本的属性，能够通过整合数据资源、利用网络效应将多样化的需求汇聚于同一空间，促进各方通过互动实现共赢。然而在数字经济背景下，互联网的平台化正在悄然转变，逐渐融入了公共空间属性，即通过其创造的价值将众多相关主体紧密相连，形成了一个超越单一私利、更趋公共性的空间[9]。

随着平台用户规模的不断扩大和市场影响力的增强，关于平台属性的讨论也日益激烈——与传统基础设施或公用事业相比，互联网平台依托其强大的数据处理能力，面向广泛的用户群体，展现出前所未有的创新活力和迭代速度。因此，不能简单地将互联网平台视为必需设施进行分析，因为该理论在面对互联网市场快速变化的竞争态势时显得不够灵活[10]。

3. 数字经济背景下平台滥用市场支配地位的规制出路

3.1. 根据互联网平台特性完善相关市场的界定制度

传统的市场界定方法之所以难以发挥应有的作用，原因在于其未能及时应对平台经济背景下新的竞争模式与竞争要素的冲击，但从本质上看，传统的界定基本思路并未发生改变，需求替代分析依然是相关市场界定的主要方法[11]。因此，为了更好地适应平台经济领域的新特点，相关市场界定方法可以从以下两方面进行调整：

3.1.1. 运用多因素判断法进行需求替代分析

在传统经济时代，需求替代性分析主要围绕商品的价格、品质及功能进行展开；数字经济下，互联网平台的竞争核心逐渐从传统的价格较量转向对用户注意力的争夺与数据资源的竞争。这一转变意味着在考量需求替代性时，消费者的关注点不再局限于价格单一维度，而是愈发重视对用户注意力的吸引和数据价值的挖掘，对此，应增加对功能要素的分析以完善复合性功能需求替代分析——其一，细化互联网平台的功能并充分考虑其与商品功能之间的依存关系以及消费者实际需求的联系，准确界定市场范

围；其二，关注消费者对于存在功能交叉的互联网平台的个性化、差异化需求，在同类化的平台中寻求侧重点的差异。

此外，尽管市场竞争格局的变迁导致价格因素在市场竞争及市场界定中的主导地位有所减弱，但其基础性作用依然显著，因此，数字经济背景下对市场进行界定时，需要采取一种更为全面和综合的视角，尽可能地将相关因素全部考虑到位。

3.1.2. 在双边市场的逻辑下优化垄断者测试分析方法

在互联网平台的双边市场基础上，平台通常采用零定价的方式，受到价格波动的影响较小，传统的垄断者测试分析方法难以适用，因此需要对其在双边市场的逻辑下进行优化，引入多边市场评价体系：

一方面，在评估商品或服务的市场属性时，首要任务是明确其是否具备互联网平台专属性，即该商品或服务是否仅限于互联网平台提供还是可以从传统市场或其他渠道获取，若为前者，那么在划定相关市场边界时就必须充分考量市场内部的竞争态势及创新活力；另一方面，针对相关市场数量的界定，必须深刻认识到锁定效应对市场结构产生的深远影响，因为互联网平台的竞争往往跨越多个细分市场，因此，为了准确反映市场竞争状况，界定多个相关市场显得尤为重要，特别是在分析具有市场支配地位的企业是否存在拒绝交易、价格歧视等不正当竞争行为时，明确两个或更多相关市场的存在，是进行有效分析和评判的前提[12]。

3.2. 细化并明确判断市场支配地位的标准

在认定互联网平台是否具有市场支配地位时，市场份额仍是关键要素：在传统经济时代，市场份额越大，经营者的市场支配地位越稳固；数字经济下，仅凭高市场份额已难以全面反映企业的真实市场力量，因此，在评估互联网平台的市场力量时，需要更多考虑用户行为数据，如用户有效使用时间、活跃用户数、使用频率、网站访问量及浏览量等，这些因素更能真实反映企业市场中的影响力和控制力；此外，市场份额在认定市场地位时的作用虽然减弱，但仍是直观反映市场控制力的指标，不应被完全忽视，而是应作为初步判断的基准之一，并结合互联网平台的新特性，丰富和完善市场份额的计算标准，以更准确地评估市场状况[13]——互联网平台企业通常具有双边市场的特点，即同时存在收费端市场和免费端市场，因此，在收费端市场，市场支配地位的认定仍可沿用传统方法，基于销售额和销售数量来计算市场份额；而对于免费端市场，消费者更倾向于以用户数量作为选择商品的参考，因为用户数量能够直接反映产品的受欢迎程度和平台的运营状况，因此，在评估免费端市场份额时，应依据用户数量来制定计算标准，以更准确地衡量互联网平台企业的发展水平。

3.3. 构建规则体系准确认定滥用行为

3.3.1. 通过自律和他律明确平台主体责任

明确互联网平台的主体责任在实质上是利用其在数据、算法、技术等方面的资源优势实施自我监管的一种有效策略，不仅能有效应对政府监管资源有限、效能提升的挑战，还可以赋予平台一定的自主管理权限，激发其主动合规的积极性。对此，欧盟与美国的做法是通过量化数据分析，识别并界定掌握关键流量资源的互联网平台为“守门人”，并据此设定相应义务；我国则采取了更为全面的分类分级管理策略，发布了《互联网平台分类分级指南(征求意见稿)》及配套的《互联网平台落实主体责任指南(征求意见稿)》，将国内所有互联网平台细分为三级，针对不同级别设定了差异化的主体责任要求，特别是在反垄断领域，强调了公平竞争引领、禁止自我优待、促进服务互操作、提升合规意识、规范数据获取与算法应用等关键方面。

此外，互联网平台自身还应积极履行信息披露义务，定期编制并公开合规报告与垄断风险评估报告，

接受反垄断执法机构的审查与公众监督。对此,可以通过设立奖惩机制为平台履行该项义务进行激励,如为合规经营的平台提供税收优惠,对存在垄断风险的平台进行警示与公开曝光,利用社会舆论力量推动平台增强合规动力,共同构建一个竞争有序、充满活力的互联网平台市场环境。

3.3.2. 结合多项因素综合判断主观目的

在评估主观目的正当与否时,关键在于审视行为者是否怀有破坏市场竞争的故意心态以及其行为是否实际削弱了竞争、侵害了公平交易原则或用户的知情与同意权益。据此,需综合考虑经营者的主观动机、行为模式及其交易后果的广泛影响——若经营者被证实怀有恶意,故意实施导致市场受损的行为并因此侵犯了消费者及平台商家的合法权益,且其提出的辩解理由无法构成免责依据,则在主观意图符合条件下,可判定该经营者行为构成滥用市场支配地位。

而在查明经营者真实目的时,可以要求其以书面形式阐述其行为动机,并提供充分的事实材料作为佐证;同时,可辅助采用因果关系理论,通过综合评估行为动机、实际效果等多维度信息,间接推断经营者的真实意图。

3.3.3. 内外联动构建多元监督审查机制

构建健全的监督审查体系是有效应对互联网平台因滥用行为隐蔽性而滋生侥幸心理的关键策略。当前,算法黑箱的存在和数据的高度保密性极大削弱了司法机关与反垄断执法机构的监管效率,导致消费者难以察觉并确认自身权益是否已遭侵害。因此,亟需构建一套内外联动、相辅相成的监督审查机制,以此作为强有力的外部驱动力,促使互联网平台主动规范其经营行为,确保市场环境的公平与透明。

在内部监督角度,可以效仿证券行业的“吹哨人”制度,鼓励互联网平台的内部专业人士对存在的违法行为进行举报,因为其在信息获取上较外部人员而言具有更大的便利性,同时可以配套设置相对高额的举报奖励及完善的举报人信息保护制度,从而提升内部知情人员向反垄断执法机构反映情况的积极性;在外部监督角度,则可以仿照电信行业建立行业协会和消费者监督制度,既让行业协会作为社会中间层衔接反垄断执法机构与互联网平台发挥作用,也增强消费者维护其自身合法权益的意识和动力,畅通消费者对于滥用市场地位的违法行为的投诉渠道,避免其因申诉无门而放弃维权。

3.3.4. 根据功能分类界定平台属性

在规制互联网平台滥用市场支配地位时,不能直接套用传统的反垄断法律框架,而应深入剖析平台的竞争特性,系统性地挖掘和理解其内在属性:首先,在界定平台属性时,应对平台进行分类——互联网平台企业的蓬勃发展主要得益于其多样化的功能,这些功能不仅在主观上反映了平台的定位,也在客观上决定了其特性,因此,可以基于功能这一核心维度将互联网平台划分为交易型、社交型和内容型三大类,分别对应于促进交易、促进交流及满足内容需求的功能^[14];其次,鉴于我国互联网平台普遍存在的跨界经营和动态竞争等特点,必须对义务主体设置前置性规则,并依次明确市场范围的界定、支配地位的判断标准,细化各项指标,以确保分析的准确性和全面性;最后,为了更好地满足用户需求,在界定平台属性时,应以功能为导向进行板块划分,并结合各板块的具体特性和市场竞争环境准确界定平台属性。

4. 结语

在数字经济蓬勃发展的背景下,互联网平台以其独特的算法技术和海量数据优势成为了推动经济社会发展的重要力量,而随着其影响力的日益扩大,滥用市场支配地位的问题也逐渐显现,给市场竞争秩序和消费者权益带来了严峻挑战。数字经济背景下,互联网平台滥用市场支配地位的认定与规制是一个复杂而系统的工程,需要在充分理解和把握平台经济特性的基础上不断创新和完善反垄断法律体系,以

确保市场竞争的公平性和有效性，如此方能促进数字经济的健康发展。

参考文献

- [1] 刘继峰. 我国互联网平台反垄断制度的立法模式选择[J]. 价格理论与实践, 2021(1): 53-59.
- [2] 杨东, 黄尹旭. 《反垄断法》设置数字经济专章研究[J]. 竞争政策研究, 2021(2): 41-47.
- [3] 谭袁. 互联网平台滥用市场支配地位行为规制的困境与出路[J]. 法治研究, 2021, 136(4): 110-123.
- [4] 宋建宝. 数字平台市场领域禁止滥用市场支配地位制度适用问题研究[J]. 法律适用, 2024(6): 152-164.
- [5] 张江莉. 论相关产品市场界定中的“产品界定”——多边平台反垄断案件的新难题[J]. 法学评论, 2019, 37(1): 184-196.
- [6] 邹开亮, 王馨笛. 数字平台自我优待行为反垄断法规制研究[J]. 价格理论与实践, 2023(9): 62-67.
- [7] 陈兵. 数字经济下相关市场界定面临的挑战及方法改进[J]. 中国流通经济, 2021, 35(2): 3-12.
- [8] 张晨颖. 公共性视角下的互联网平台反垄断规制[J]. 法学研究, 2021, 43(4): 149-170.
- [9] 陈耿华. 互联网平台社会责任的法理证成及制度实现——以竞争秩序为背景[J]. 现代法学, 2023, 45(5): 139-152.
- [10] 王帅. 作为必需设施的超级平台及其反垄断准入治理[J]. 北方法学, 2021, 15(5): 148-160.
- [11] 李扬, 袁振宗. 数字经济背景下互联网平台滥用市场支配地位行为的认定[J]. 知识产权, 2023(4): 78-107.
- [12] 许光耀. 互联网产业中双边市场情形下支配地位滥用行为的反垄断法调整——兼评奇虎诉腾讯案[J]. 法学评论, 2018, 36(1): 108-119.
- [13] 孙晋. 谦抑理念下互联网服务行业经营者集中救济调适[J]. 中国法学, 2018(6): 151-171.
- [14] 周楠, 许昕, 蔡梦雨. 互联网平台企业的成长路径: 分类与特点[J]. 中国科技论坛, 2023(12): 84-95.