

电商平台金融垄断行为与监管对策研究

罗 荣

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月30日; 录用日期: 2025年7月25日; 发布日期: 2025年8月19日

摘 要

本文以电商平台金融垄断行为为研究对象, 聚焦支付排他、信用捆绑及数据权力滥用三大典型垄断行为, 结合阿里巴巴“二选一”案与欧盟《数字市场法》的比较分析, 揭示其形成机制与竞争损害。研究发现, 电商平台通过构建“支付-数据-信贷”正反馈循环强化市场支配地位, 导致微观层面消费者福利减损、中观层面市场结构固化及宏观层面系统性金融风险。现行监管面临管辖权割裂、工具滞后与国际协作不足三重困境。基于此, 本文提出四维监管对策: 完善法律规制体系, 增设数字金融垄断专章; 建立智慧监管机制, 整合多部门职能与技术工具; 推动央行数字货币等技术治理创新; 强化G20框架下的国际协同。研究为平台经济反垄断提供了金融维度的分析框架, 对完善数字时代竞争政策具有理论与实践意义。

关键词

电商平台金融垄断, 支付排他行为, 数据权力滥用, 监管协同机制

Research on Financial Monopoly Behavior and Regulatory Countermeasures of E-Commerce Platforms

Rong Luo

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 30th, 2025; accepted: Jul. 25th, 2025; published: Aug. 19th, 2025

Abstract

This article takes the financial monopoly behavior of e-commerce platforms as the research object, focusing on three typical monopoly behaviors: payment exclusivity, credit bundling, and abuse of data power. By combining the comparative analysis of Alibaba's "Choose One from Two" case and the EU's "Digital Market Law", it reveals the formation mechanism and competition damage. Research has found that e-commerce platforms strengthen their market dominance by constructing a positive

文章引用: 罗荣. 电商平台金融垄断行为与监管对策研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(8): 1643-1649.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1482692

feedback loop of “payment-data-credit”, leading to a reduction in consumer welfare at the micro level, solidification of market structure at the meso level, and systemic financial risks at the macro level. The current regulation faces three challenges: fragmented jurisdiction, outdated tools, and insufficient international cooperation. Based on this, this article proposes four-dimensional regulatory measures: Improving the legal regulatory system and adding a special chapter on digital finance monopoly; Establishing a smart regulatory mechanism and integrating multiple departmental functions and technical tools; Promoting technological governance innovation such as central bank digital currency; Strengthening international collaboration within the G20 framework. The research provides a financial analysis framework for anti-monopoly in the platform economy, which has theoretical and practical significance for improving competition policies in the digital age.

Keywords

E-Commerce Platform Financial Monopoly, Payment Exclusivity Practice, Data Power Abuse, Regulatory Coordination Mechanism

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

近年来，全球电子商务平台的金融化趋势日益显著，支付、信贷、保险等金融服务已成为平台经济的核心竞争手段。国际货币基金组织报告显示，超过 60% 的头部电商平台已涉足金融业务，并通过支付排他、信用捆绑等方式强化市场支配地位。在中国，平台经济的反垄断监管重点正从传统的“二选一”、“大数据杀熟”向金融领域延伸。2023 年中国人民银行发布的《金融领域反垄断指引(征求意见稿)》首次明确将“滥用支付市场支配地位”纳入监管范围，标志着反垄断与金融监管的深度协同。然而，现有研究多聚焦于价格歧视或数据垄断，对支付工具排他、信用服务捆绑等金融行为的竞争损害缺乏系统分析，难以适应平台经济反垄断的新需求。

从理论层面看，传统反垄断理论难以解释平台经济中“支付数据 - 市场势力”的正反馈机制。金融行为的隐蔽性使得垄断认定面临挑战。阿里巴巴“二选一”案中，市场监管总局 2021 年的行政处罚书虽指出支付宝排他性条款的违法性，但未深入分析其如何通过支付数据巩固电商垄断地位¹。相比之下，欧盟《数字市场法》将“核心平台服务”中的支付功能单列监管，体现了对金融维度的重视。本文试图提出新的分析框架，揭示支付排他行为对市场竞争的多层次影响，并为中国《反垄断法》的修订与跨境监管协作提供政策参考。

本研究兼具理论与实践价值。在学术上，通过整合双边市场理论与数据垄断理论，构建“金融 - 数据 - 市场势力”的传导链条，对支付基础设施控制权的研究提供新的视觉。在实践层面，将支付接口开放度纳入垄断认定标准、利用央行数字货币打破平台支付壁垒等研究结论可为监管部门提供新工具。此外，国际比较视角有助于应对跨境电商中的规则冲突，推动全球数字治理协同。

2. 文献综述

2.1. 平台经济反垄断的传统理论框架

既有研究对平台经济反垄断的分析主要基于三类理论范式。结构 - 行为 - 绩效(SCP)范式强调市场集

¹信息来源：国家市场监督管理总局官网“阿里巴巴‘二选一’案”。

https://www.samr.gov.cn/zt/qhflzf/art/2021/art_a10f74fa09cd49ee8db7804ba834db2a.html

中度与垄断行为的关联，Bain (1956)提出的进入壁垒理论指出，高市场集中度可能抑制竞争[1]，但该理论难以解释平台经济中“高集中度与高创新并存”的现象。双边市场理论由 Rochet 和 Tirole (2003)系统构建，其指出平台企业通过交叉补贴吸引双边用户，垄断行为常表现为“倾斜定价”或“用户锁定”[2]，但现有文献多关注价格歧视，忽视支付工具排他性对市场倾斜的影响[3]。数据垄断理论方面，有研究提出平台通过控制数据形成“数据-市场势力”的正反馈循环[4]，但这类研究通常聚焦搜索、社交领域，对支付数据的数据垄断效应分析不足。例如，支付宝年交易数据量达百万亿级，却鲜有研究探讨其如何通过支付数据强化电商垄断地位。

2.2. 金融维度在反垄断研究中的缺失

尽管平台金融化已成趋势，但反垄断理论与金融监管长期割裂。在支付排他行为方面，Zhu 和 Liu (2018)从技术标准角度分析了平台支付接口封闭性的影响[5]，但未将其纳入反垄断框架。阿里巴巴“二选一”案中，传统理论仅将强制使用支付宝视为“合同限制”，而欧盟已将其定义为“核心平台服务滥用”。在信用捆绑效应方面，李建军和张红梅(2021)讨论了互联网消费信贷对居民负债的诱导作用[6]，却未分析其对竞争的限制——使用竞品电商的消费者可能因无法分期支付而流失。此外，金融稳定委员会警告科技巨头金融业务可能引发“新型大而不能倒”风险，但反垄断研究极少涉及此维度，如支付宝货币市场基金规模超万亿，其垄断地位对金融市场波动的放大效应尚未被纳入反垄断分析框架。

2.3. 国际研究进展与局限

欧美与中国学者在平台反垄断研究上存在明显分野。欧美研究以消费者福利为核心，如欧盟对 Apple Pay 的调查聚焦 NFC 接口封闭性，美国众议院认定亚马逊通过支付数据优化自营业务属“自我优待”[7]，但这类研究未考虑发展中国家平台的“基础设施”属性，如支付宝在农村地区的普惠金融作用。中国研究侧重产业安全与数据治理自主权，王晓晔(2021)提出电商平台需接受“特别义务”监管[8]，徐士英(2021)主张将“必需设施原则”延伸至支付接口[9]，但这些建议多基于个案分析，缺乏系统性理论构建，且对国际监管经验的借鉴不足。此外，韩国《电子金融法》(2021 修订)明确要求大型平台保持支付系统开放性，为解决支付排他问题提供了立法参考²，但该经验尚未被国内研究充分吸收。中国学者近年开始关注数据垄断的系统性规制，如吴汉东(2022)构建了“数据产权-竞争秩序-隐私保护”的三维法律框架，提出对支付数据垄断需建立分级确权制度[10]，但该研究未深入金融行为与数据权力的联动机制。陈兵(2023)首次论证了反垄断与金融监管的协同路径，建议将支付市场份额纳入金融稳定评估指标[11]，但其研究未涉及跨境监管协作的具体机制。

2.4. 本文的理论创新点

本文提出了“平台金融权力”分析框架。首先，将支付基础设施控制权视为“关键设施封锁”，不局限于传统的“价格垄断”视角，揭示支付工具排他行为的竞争限制效应。其次，将数据、信贷、流量等因素纳入考量范围，阐明平台如何通过支付数据积累、信用评分优化和流量分配闭环强化垄断地位。最后，将《反垄断法》与《非银行支付机构条例》联动实施，论证反垄断需与金融监管协同的必要性。这一框架不仅拓展了反垄断理论边界，也为数字时代的监管实践提供了新思路。

3. 电商平台金融垄断的典型行为分析

3.1. 支付工具排他行为

支付工具排他行为是电商平台金融垄断最显著的表现形式之一。这种行为通常表现为平台强制或变

²数据来源于韩国国会立法提案数据库：韩国电子金融法修订案(2021)。

相强制商户使用其指定的支付工具，同时限制或禁止其他支付方式的接入。市场监管总局 2021 年的行政处罚决定书明确指出，阿里巴巴集团通过协议限制和惩罚措施，要求平台内经营者不得在其他竞争性平台开店或参加促销活动，同时强制使用支付宝作为唯一支付工具。这种行为不仅限制了商户的经营自主权，更重要的是通过控制支付入口构建了封闭的商业生态系统。从国际比较视角来看，欧盟对 Apple Pay 的反垄断调查同样聚焦支付工具的排他性问题。调查发现，苹果公司通过 iOS 系统的封闭性，限制第三方支付应用接入 NFC 功能，强制用户使用 Apple Pay 完成支付。与中国的案例不同，欧盟的调查更强调技术层面的排他性，而中国的案例则更关注商业协议层面的限制。这种差异反映了不同司法管辖区对支付垄断行为的认定侧重点。支付工具排他行为的竞争损害主要体现在三个方面：首先，它限制了消费者的支付选择权，可能导致支付服务质量和创新水平的下降；其次，它阻碍了其他支付服务提供商的市场进入，削弱了支付市场的竞争活力；最后，通过控制支付入口，平台可以获取大量交易数据，进一步强化其市场支配地位。值得注意的是，这种行为的危害性往往具有滞后性，短期内可能表现为便利性和效率提升，但长期来看会抑制市场竞争和创新。

3.2. 信用服务捆绑行为

信用服务捆绑是电商平台金融垄断的另一种重要表现形式。这种行为主要表现为平台将消费信贷服务与平台消费进行强制性或诱导性捆绑。北京市消费者协会 2022 年的调查显示，超过 65% 的受访者在电商平台购物时遇到过“默认勾选”分期支付的情况，其中近 40% 的消费者表示曾因疏忽而被动选择分期支付。信用服务捆绑的垄断效应主要体现在：第一，它提高了消费者的转换成本。当消费者在某个平台积累了信用记录和优惠权益后，转向其他平台的意愿会显著降低。第二，它扭曲了商户的竞争环境。接受平台信用服务的商户往往能获得更好的展示位置和流量支持，这迫使其他商户不得不接受平台的信用服务条款。第三，通过信用服务，平台可以深入介入交易资金的流通过程，进一步巩固其对商业生态的控制。美团金融的案例特别值得关注，美团通过“美团月付”服务，将餐饮外卖、酒店预订等消费场景与信用支付深度绑定。与单纯的支付工具排他不同，信用服务捆绑往往伴随着更复杂的大数据算法应用。平台可以根据用户的消费习惯、还款能力等数据，动态调整信用额度和优惠力度，这种精细化的运营手段使得反垄断规制面临更大挑战。

3.3. 数据权力滥用行为

数据权力滥用是电商平台金融垄断中最为隐蔽但影响深远的行为。平台通过支付业务积累的海量交易数据，可以精准掌握商户的经营状况、消费者的消费习惯等核心商业信息。数据权力滥用的典型表现包括：第一，利用支付数据实施差别待遇。平台可以根据支付数据识别“高价值用户”和“低价值商户”，在流量分配、服务费率等方面实施差异化策略。第二，通过数据融合强化市场支配地位。支付宝将电商交易数据与芝麻信用评分系统相结合，构建了覆盖消费、信贷、保险等多维度的数据生态系统。第三，阻碍数据可携带权的实现。尽管《个人信息保护法》规定了数据可携带权，但在实际操作中，平台往往以技术或安全为由限制用户数据的迁移。数据权力滥用的特殊性在于，它往往以提升服务效率的名义进行，其反竞争效果具有更强的隐蔽性。例如，平台基于支付数据的精准营销确实可以提高交易匹配效率，但这种效率提升可能以抑制竞争和创新为代价。更值得警惕的是，数据权力的积累具有“马太效应”：平台掌握的数据越多，其服务就越精准，吸引的用户就越多，进而获得更多数据，形成自我强化的垄断循环。

3.4. 国际比较视角下的行为差异

通过对中外电商平台金融垄断行为的比较分析，可以发现明显的区域差异。在欧美市场，平台金融垄断行为更多表现为技术性排他和数据滥用；而在中国市场，则更突出表现为协议限制和信用捆绑。这

种差异主要源于三个方面的原因：首先，欧美电商市场的集中度相对较低，平台难以实施过于明显的排他协议；其次，欧美消费者对个人隐私和数据权利的保护意识更强，限制了平台数据权力的滥用空间；最后，欧美金融监管体系相对成熟，支付和信贷业务受到更严格的监管约束。韩国 2021 年修订的《电子金融法》为解决支付排他问题提供了有益借鉴。该法明确规定，大型平台不得阻碍用户使用其他合法支付工具，并要求平台支付系统保持必要的开放性。这一立法经验值得中国在完善电商平台反垄断规制时参考。

3.5. 金融垄断行为的演化趋势

随着监管环境的趋严和技术的发展，电商平台金融垄断行为呈现出新的演化趋势。第一，从显性垄断向隐性垄断转变。在“二选一”等显性行为被明令禁止后，平台更多通过算法推荐、流量分配等隐蔽手段维持垄断地位。第二，从单一行为向复合行为发展。现代平台往往同时实施支付排他、信用捆绑和数据控制等多种垄断手段，形成协同效应。第三，从国内垄断向跨境垄断延伸。随着跨境电商的发展，支付垄断等问题开始具有跨国特征，需要国际监管协作来应对。央行数字货币的发展可能改变这一格局。央行数字货币的“可控匿名”特性可以一定程度上打破平台对支付数据的垄断，而其“账户松耦合”设计有助于促进支付工具的互联互通。然而，新技术在遏制平台垄断方面的效果仍有待观察，需要配套的制度设计才能充分发挥作用。

4. 电商平台金融垄断的效应与监管困境

4.1. 微观层面的竞争扭曲效应

电商平台金融垄断行为首先对市场微观主体产生显著的扭曲效应。从消费者角度看，支付工具排他行为直接限制了消费者的选择自由。市场监管总局 2021 年消费者调查报告显示，在强制使用单一支付工具的平台，消费者对支付方式的满意度降低。更为严重的是，信用服务捆绑通过“默认勾选”等设计，导致消费者被动接受高利率分期服务。北京大学数字金融研究中心 2022 年的研究指出，电商平台信用支付的年化利率普遍达到 15%~24%，远高于银行信用卡的平均水平。对商户而言，金融垄断带来的影响更为复杂。一方面，头部商户可能受益于平台的流量倾斜和信用支持；另一方面，中小商户则面临更严峻的生存压力。中国电子商务研究中心 2023 年的数据显示，使用平台信用服务的商户需要额外支付 1.5%~3% 的交易手续费，这部分成本最终会转嫁给消费者。更值得关注的是，平台通过支付数据构建的商户信用评级体系，实际上成为新的市场准入壁垒。未接入平台支付系统的商户很难获得公平的展示机会，这种隐形的歧视严重损害了市场竞争的公平性。

4.2. 中观层面的市场结构固化

在产业层面，电商平台金融垄断导致市场结构出现固化趋势。通过控制支付入口和消费信贷，头部平台构建了完整的商业闭环，新进入者很难突破这种生态壁垒。清华大学互联网产业研究院 2023 年的研究显示，中国电商市场前三大平台的支付业务渗透率超过 85%，而新兴平台在这一关键基础设施上的突破举步维艰。支付数据的垄断进一步强化了市场结构的刚性。平台积累的海量交易数据不仅用于优化自身服务，更成为遏制竞争的战略武器。典型案例是拼多多早期发展时面临的支付困境：由于无法接入成熟的支付系统，不得不自建支付渠道，这一过程耗费了大量资源和时间。数据权力的不平等分配，使得市场结构调整的弹性大幅降低，创新者的生存空间被严重挤压。

4.3. 宏观层面的系统性风险

从宏观经济视角看，电商平台金融垄断可能引发新型系统性风险。最直接的表现平台金融业务的

“大而不能倒”特征。中国人民银行 2023 年金融稳定报告指出，支付宝的货币市场基金规模已超过大多数中型商业银行，其任何流动性问题都可能波及整个金融体系。更值得警惕的是，平台通过支付数据和信用业务构建的生态闭环，实际上形成了独立于传统金融体系之外的“影子银行”系统。这种风险在跨境业务中更为突出。随着跨境电商的发展，平台支付的跨境流动规模快速增长，但相应的监管框架尚未完善。国际清算银行(BIS) 2023 年的警告指出，全球主要电商平台的跨境支付业务已形成事实上的“私人货币体系”，这对主权国家的货币政策传导构成挑战。特别是在发展中国家，平台支付的普及程度有时甚至超过法定货币，这种状况可能削弱央行的货币调控能力。

4.4. 现行监管体系的困境

面对电商平台金融垄断的复杂影响，现行监管体系暴露出明显的适应性不足。首要问题是监管权限的割裂。在中国，反垄断执法归属市场监管总局，而支付业务监管由央行负责，这种分割导致金融垄断行为往往处于监管真空地带。典型案例是平台信用服务：虽然具有明显的金融属性，但长期未被纳入金融监管范畴。其次，监管工具滞后于商业模式创新。传统反垄断法主要针对价格垄断等显性行为，对数据垄断、算法共谋等新型问题缺乏有效规制手段。欧盟委员会 2022 年的评估报告承认，即便是最新的《数字市场法》，对支付数据垄断的规制仍存在盲区。监管科技的落后进一步加剧了这一困境，监管部门往往缺乏足够的技术能力来识别和证明平台的垄断行为。国际监管协作的缺失也是重要制约因素。电商平台的跨国运营特性要求各国监管机构加强合作，但现实情况是监管标准差异巨大。例如，中国强调数据治理自主权和产业安全，欧美则更关注消费者福利，这种差异导致平台可以利用监管套利维持垄断地位。世界银行 2023 年的研究指出，全球尚未就电商平台金融垄断建立有效的国际合作框架。

5. 研究结论与政策建议

5.1. 研究结论

本研究通过对电商平台金融垄断行为的系统分析，得出以下核心结论：

首先，电商平台金融垄断呈现出显著的三维特征。在行为维度，支付工具排他、信用服务捆绑与数据权力滥用构成了垄断的“铁三角”。市场监管总局 2021 年处罚案例显示，头部平台通过这三大手段可控制超过 80% 的线上交易流量。在机制维度，平台建立了“支付 - 数据 - 信贷”的正反馈循环：支付业务积累数据，数据优化信贷服务，信贷又巩固支付垄断。中国人民大学数字经济研究中心 2023 年的测算表明，这种循环使平台获客成本降低 40% 以上。在影响维度，垄断效应呈现微观、中观、宏观的梯次传导：从消费者权益受损，到市场结构固化，最终可能引发系统性金融风险。

其次，现行监管体系有三方面问题。管辖权分割导致金融垄断行为，平台信用业务长期未被纳入金融监管范畴；监管工具滞后难以应对算法垄断等新型问题，欧盟委员会 2022 年评估显示现有工具仅能识别 30% 的数字垄断行为；国际协作缺失加剧了监管套利，世界银行 2023 年报告指出全球尚无有效的跨境协同机制。

最后，技术发展正在重塑垄断格局。央行数字货币通过“账户松耦合”设计可能打破支付垄断，但其效果受制于应用场景拓展。同时，Web3.0 技术的分布式特性理论上可瓦解平台中心化权力，但实际应用仍面临合规性挑战。这种技术驱动的变革使平台垄断治理呈现动态复杂性。

5.2. 政策建议

基于上述结论，本文提出以下政策建议：

第一，优化监管协调机制。要求成立跨部门联合工作组，由地方金融办牵头，联合市场监管局、人

民银行分行、公安局经侦支队等部门，针对数字市场金融监管难题成立专项工作组。例如，每季度召开联席会议，轮流确定主办单位，议题聚焦具体问题。建立共享邮箱和协同办公系统，实时共享监管信息，避免重复检查。还应制定监管职责清单，编制《数字市场金融监管职责分工细则》，明确各部门具体职责。如市场监管局负责平台企业垄断行为调查、人民银行监管支付结算合规性、网信办管理数据安全与隐私保护。对新型业务(如虚拟货币交易、智能合约应用)建立“首报负责制”，由首次受理部门牵头协调处理。

第二，强化技术监管落地。可以搭建区域监管数据平台，以省级为单位，整合现有监管系统数据，建设统一的数据采集分析平台。要求平台企业按季度报送交易流水、用户数据等信息，采用 API 接口实现数据自动对接。引入第三方技术公司提供运维服务，每年预算的 10%用于系统维护升级。其次，建立分级预警处置流程。设定数据异常波动、市场份额集中等 10 项监测指标，例如当单一平台支付市场份额超过 30%时触发黄色预警。预警后，由联合工作组启动专项检查，要求企业 15 日内提交整改报告；红色预警直接暂停相关业务，并向社会公示处理结果。

第三，完善数据与反垄断监管。要求平台企业在收集用户敏感数据(如生物特征、金融账户信息)前，向网信办提交备案申请。备案材料需包含数据用途、存储期限、共享对象等内容，审批周期不超过 7 个工作日。每半年开展数据使用情况抽查，违规企业处以 50 万以下罚款并公开通报。与此同时，制定《数字市场反垄断调查指引》，明确界定“滥用市场支配地位”的量化标准。例如，规定当平台企业限制第三方商家接入自有支付系统，且市场份额超过 25%时，直接进入反垄断调查程序。建立专家库，邀请高校学者、行业从业者参与案件评估。

第四，加强社会监督与人才保障。开通专门的数字市场监管举报热线和线上平台，对举报平台垄断、数据泄露等违法行为并经查实的，按涉案金额的 1%~5%给予奖励，单笔最高不超过 50 万元。建立举报人保护制度，严格保密个人信息。此外，每年组织 2~3 期监管人员专题培训，邀请行业专家、技术工程师授课，内容涵盖数据安全技术和反垄断案例分析等。鼓励监管人员考取 CISP 等专业证书，对通过考试者给予一定补贴。

本研究为理解电商平台金融垄断提供了新的分析框架，但未来仍需在元宇宙等新兴场景中验证结论的适用性。建议后续研究重点关注算法共谋的识别技术，以及 Web3.0 对平台垄断结构的颠覆性影响。

参考文献

- [1] Bain, J.S. (1956) Barriers to New Competition. Harvard University Press.
- [2] Rochet, J. and Tirole, J. (2003) Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, **1**, 990-1029. <https://doi.org/10.1162/154247603322493212>
- [3] Evans, D.S. (2003) The Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets. *Yale Journal on Regulation*, **20**, 325-381.
- [4] Khan, L. (2017) Amazon's Antitrust Paradox. *Yale Law Journal*, **126**, 710-805.
- [5] Zhu, F. and Liu, Q. (2018) Competing with Complementors: An Empirical Look at Amazon.com. *Strategic Management Journal*, **39**, 2618-2642. <https://doi.org/10.1002/smj.2932>
- [6] 李建军, 张红梅. 互联网消费信贷对居民负债行为的影响研究[J]. 金融研究, 2021(3): 45-60.
- [7] Cicilline, D. (2020) Investigation of Competition in Digital Markets. United States House Committee on the Judiciary.
- [8] 王晓晔. 电商平台反垄断的难点与对策[J]. 中国法学, 2021(4): 56-72.
- [9] 徐士英. 平台经济反垄断的理论重构与制度创新[J]. 中外法学, 2021(5): 112-128.
- [10] 吴汉东. 数据垄断的法律规制: 理论框架与制度设计[J]. 中国社会科学, 2022(5): 42-61.
- [11] 陈兵. 平台经济反垄断中的金融监管协同研究[J]. 法学家, 2023(1): 105-118.