

直播带货中“全网最低价”条款的竞争损害与反垄断应对

何礼燕

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年11月3日; 录用日期: 2025年11月25日; 发布日期: 2025年12月24日

摘要

直播电商的蓬勃发展使“全网最低价”条款从一种营销策略, 演变为头部主播锁定流量、品牌方换取曝光的核心竞争工具。该条款在性质上属于平台最惠国待遇条款, 在直播电商特有的多边市场生态中, 其竞争损害效应被进一步放大。本文深入剖析了主播、MCN机构、平台与品牌方之间的复杂博弈, 揭示了“全网最低价”条款如何通过价格锁定、市场封锁与促成共谋等方式, 扭曲市场竞争机制并最终损害消费者长远福利。结合国内外规制经验, 本文提出应构建一个契合直播业态的反垄断分析框架, 并从事前规制与事后执法两个层面, 提出更具建设性与可操作性的制度完善建议。

关键词

直播带货, 全网最低价条款, 反垄断法, 平台最惠国待遇条款, 轴辐协议

Competition Damage and Anti-Monopoly Countermeasures of the “Lowest Price of the Whole Network” Clause in Live Broadcast Delivery

Liyan He

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 3, 2025; accepted: November 25, 2025; published: December 24, 2025

Abstract

The rapid growth of live-streaming e-commerce has transformed the “lowest price guarantee” clause

from a marketing strategy into a core competitive tool for top streamers to lock in traffic and for brands to secure exposure. This clause essentially functions as a platform's most-favored-nation treatment clause. Within the unique multilateral market ecosystem of live-streaming e-commerce, its detrimental effects on competition are further amplified. This paper delves into the intricate dynamics among hosts, MCN agencies, platforms, and brands, revealing how the "lowest price guarantee" clause distorts market competition through price fixing, market foreclosure, and collusion, ultimately undermining consumers' long-term welfare. Drawing on domestic and international regulatory experiences, this paper proposes establishing an antitrust analysis framework tailored to the livestreaming industry. It offers more constructive and actionable recommendations for institutional improvements at both ex ante regulatory and ex post enforcement levels.

Keywords

Live Streaming Commerce, Most Favored Nation Clauses, Anti-Monopoly Law, Platform Most Favored Nation, Radiation Protocol

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. 问题的提出

网络直播营销的指数级扩张重构了消费市场的价格形成与竞争逻辑。以“价格锚定”效应为核心的话术体系，使“全网最低价”从单纯的促销策略异化为具有市场支配力的竞争工具。2023年双11期间，京东采销人员披露的头部主播底价协议事件，揭示了直播电商领域存在的纵向价格约束链条。在这一生态中，头部主播凭借其巨大的私域流量，要求品牌商保证其提供的价格是所有销售渠道中的最低价，这种限制行为对市场竞争秩序产生了深远影响。超越对平台最惠国待遇理论的简单套用，深入分析该条款在直播电商这一特定产业生态中的作用机制与竞争损害，是反垄断法应对新型限制竞争行为的必然要求，也有助于厘清平台、主播、品牌三方的权责边界，防止价格垄断与虚假宣传的交叉风险。

2. “全网最低价”条款在直播生态中的法律定性及竞争机理

2.1. 全网最低价条款的法律定性及直播生态的特殊性

全网最低价条款要求商家保证某商品在所有销售渠道中的价格为全网最低，这一核心特征符合平台最惠国待遇条款对商家跨渠道定价的限制逻辑。在数字经济学领域，平台最惠国条款是指商家向特定平台保证，不会在其他平台提供更优惠的交易条件，或者在给予其他平台更优惠条件时，也会给予该平台同等待遇。从法律性质看，头部主播与商家签订的全网最低价协议，本质上属于数字平台领域典型的平台最惠国待遇条款[1]。在竞争效应层面，现有研究普遍认为此类条款可能通过两种路径损害市场竞争，一是直接推高终端售价，二是削弱其他渠道的价格竞争压力。平台最惠国条款的特殊性在于其兼具横向价格协调与纵向价格约束的双重属性，这种复杂性导致现有反垄断分析框架面临适用性挑战。

然而，在直播电商场景下，其作用机理更为复杂。该生态涉及品牌商、MCN机构/头部主播、直播/电商平台以及消费者四方主体。头部主播并非传统意义上的销售渠道，而是兼具媒体、渠道与信用背书三重属性的流量聚合中心。他们通过个人信誉与专业选品能力为品牌提供“信任租赁”，而“全网最低价”则是这种租赁关系对价的核心组成部分[2]。

全网最低价条款虽然表面上表现为头部主播与商家之间的纵向协议，但其效果可能扩展到不同商家

之间或不同平台之间的横向价格关系，形成所谓的轴辐合谋[3]。在此类合谋中，头部主播作为轴心，通过与多个商家(辐条)签订相似的价格协议，间接实现商家之间的价格协调。因此，该条款不仅是纵向价格限制，更可能构成连接多个品牌商的“轴辐协议”。头部主播作为“轴心”，通过与多个竞争性品牌(“辐条”)签订相同的价格条款，间接地在不同品牌商之间建立起价格协同，消除了它们在不同渠道进行差异化定价的竞争空间。

2.2. 案例分析：现象透视与规制探索

1) 行业事件透视：京东采销与头部主播底价协议事件

2023年“双十一”期间，关于头部主播与品牌方签订“底价协议”的争议引发广泛关注。据《中国市场监管报》等权威媒体报道，相关争议暴露出部分协议要求品牌方在其他渠道不得提供更低价格，否则将承担违约责任。譬如京东采销人员曝光头部主播的底价协议，揭露了直播电商领域存在的纵向价格约束链条[4]。根据曝光内容，头部主播机构要求品牌方签订包含严格价格限制的协议，保证其提供的价格是全平台最低的，且不允许其他渠道的价格低于直播间价格。这一事件导致品牌方被迫下架在其他平台的优惠活动，引发监管部门关注。该案例典型地反映了全网最低价条款可能产生的反竞争效应，直观地反映了该条款对品牌方多渠道定价自由的限制，已引起监管部门的关注。

2) 司法实践基础：主播合作合同纠纷司法案例

在合同纠纷领域，人民法院已审理多起涉及直播合作的案件。北京市海淀区人民法院在2024年审理的一起主播合作合同纠纷中，认定主播违反排他性合作条款构成违约，判决主播按实际履约期间收益的5倍支付违约金。尽管该案不直接涉及全网最低价条款，但法院对直播行业特点的考量——如平台前期投入、平台流量、主播个体商业价值等因素——为后续处理类似案件提供了参考。以上海熊猫互娱文化有限公司诉李岑、昆山播爱游信息技术有限公司合同纠纷案((2020)沪02民终562号)为例[5]，最高人民法院进一步明确，网络主播违反排他性合作条款应承担违约责任，违约金可根据网络直播行业特点，以主播实际收益为参考基础，结合平台前期投入、平台流量、主播个体商业价值等因素合理酌定。这为处理涉及价格条款的复杂纠纷提供了法理基础。

3) 比较法视角

平台最惠国待遇条款的反垄断规制在国际上已有丰富实践。欧盟与美国在规制亚马逊、苹果等平台的PMFN条款时，均采取了效果导向的分析方法。以苹果电子书案为例，美国司法部和30多个州政府认定苹果在推出iPad以及电子书服务时，联合出版商推高电子书价格，违反了反垄断法。这些国际经验对我国规制全网最低价条款具有借鉴意义，首先，欧盟和美国反垄断机构均强调，对最惠国待遇条款的评估应基于其实际市场效果而非单纯形式，需结合市场结构、市场主体的地位、条款覆盖率等因素综合判断。其次，合理原则应得到充分应用。即除非条款明显限制竞争且无任何效率收益，否则应通过全面市场分析评估其竞争效果。在国际案例中，竞争机构通常优先要求修改或取消相关条款，而非直接处以罚款，这对我国监管机构处理全网最低价条款具有参考价值，同时也表现出对“全网最低价”的规制应超越形式，深入分析其在具体市场结构下的实际效果。

3. 直播生态下“全网最低价”条款的深度竞争损害分析

3.1. 价格锁定与创新抑制的双重效应

在直播生态中，品牌方为获取头部主播的流量入口，往往被迫接受“全网最低价”的价格锁定条款，这不仅削弱了其在官方旗舰店、线下专柜及其他中小主播等渠道灵活开展价格促销的能力，也导致市场价格机制趋于僵化。一旦承诺在头部主播直播间提供最低价，品牌方在其他销售渠道便丧失了自主降价

的动力——任何降价行为都可能触发对主播的违约，致使价格调整功能受阻，形成明显的价格刚性现象。例如，2023年双11期间，巴黎欧莱雅因在李佳琦直播间宣称“全网最低价”却在官方旗舰店出现更低价格而引发争议，正反映出此类条款不仅推高商家经营成本，也限制了消费者的选择空间。

从长期来看，价格锁定效应进一步抑制了产业创新与升级的动力。在利润空间被头部主播的“最低价”要求和高额佣金持续挤压的情况下，品牌方的资源分配会从产品研发、品质提升和长期品牌建设，被动转向短期营销投入与价格战。这种导向削弱了企业在技术创新与产品质量上的投入意愿，使市场竞争重心由“价值创造”滑向“资源寻租”。当价格信号因锁定条款而无法真实反映成本变化、供需状况和竞争格局时，市场调节机制随之失灵，不仅削弱了竞争活力，更在中长期阻碍了整个产业的健康发展与持续创新。

3.2. 生态固化与市场封锁

在直播电商这一新兴业态中，“全网最低价”条款已超越其简单的价格承诺属性，演变为一种具有显著市场封锁效应的排他性策略。该条款通过构建双重壁垒——针对上游供应商的“资源壁垒”与针对横向竞争者的“流量壁垒”——深刻重塑了市场结构，导致了生态的固化与竞争活力的衰竭。

从市场进入与资源获取维度看，“全网最低价”条款构成了强大的结构性壁垒。对于试图进入市场的新兴品牌而言，头部主播凭借其巨大的流量优势，强制要求的“最低价”并辅以高额坑位费，形成了一套封闭的“价格俱乐部”准入机制。无法进入此圈层的品牌，意味着被剥夺了在关键启动期获取爆发性流量与品牌曝光的机会，其市场上升通道被实质性阻塞。与此同时，对于产业链中的中小主播及新兴直播平台，头部主体对“最低价”货源的垄断，使其无法建立起具有竞争力的供应链体系。在消费者价格敏感性极高的直播市场，缺乏价格优势的商品直接导致其在与头部主体的流量争夺中处于绝对劣势，难以完成用户与资本的初始积累。

该条款的排他效应强化了对现有及潜在竞争者的封锁，导致了市场力量的自我强化与生态固化。这种行为在产业组织理论中可被视为一种排他性交易，它能够“圈占”稀缺的优质供应链资源。头部主播通过锁定品牌的“最低价”承诺，不仅巩固了自身“最具价格竞争力”的平台形象，更使得新兴直播平台与中小主播难以获得足以吸引用户的关键商品。这种供给侧的封锁，极大地削弱了市场竞争的“可争夺性”，使得现有高度集中的市场结构趋于稳定甚至进一步固化。其结果是，流量、数据、资本与优质供应链资源无可避免地向头部极速集中，形成“赢家通吃”甚至“赢家愈赢”的马太效应。

这种由“全网最低价”条款所驱动的生态，严重损害了市场的动态竞争效率。一个健康的市场生态应保证新进入者与中小参与者拥有公平的竞争机会与上升通道。然而，当前直播电商的实践表明，“最低价”条款正在系统性地排除这种可能性。它不仅压制了品牌方在多渠道布局与长期定价策略上的自主性，也扼杀了中小主播与平台通过服务、内容或模式创新进行差异化竞争的空间。长此以往，市场的创新动力与竞争活力将被抑制，最终可能损害消费者福利与行业的可持续发展。这种排他性实践增加了市场进入壁垒，可能导致头部主播的市场力量不断自我强化，形成赢家通吃的市场格局。

3.3. 共谋效应与监督协调风险

当多数头部主播普遍采用“全网最低价”条款时，市场会形成一个隐性的价格协调网络。品牌方为同时满足多个主播的要求，只能将价格维持在一个狭窄且相对固定的区间，实质上导致不同主播直播间之间的价格趋同，间接促进了显性或隐性的价格共谋。此外，该条款本身构成一种便利的监督机制。任何渠道的价格下调都会触发对头部主播的违约，从而被迅速察觉和惩罚，这使得明示或默示的共谋更易于维持。平台或主播可通过监测竞争对手的价格是否变动，推断其是否遵守共谋默契。若价格保持稳定，

可能意味着各方仍在履行“全网最低价”承诺，从而进一步增强合谋的稳定性。浙江市场监管部门在 2023 年处理的一起直播电商价格纠纷中发现，多家头部主播机构的价格政策呈现高度相似性[6]。尽管无直接证据证明存在明示合谋，但这种由“全网最低价”条款导致的结构性平行行为，确实造成了相关产品价格的异常稳定，进一步印证了此类条款对共谋效应与监督协调风险的实际影响。

3.4. 消费者福利的长期损害

表面看来，全网最低价条款似乎有利于消费者，能够确保消费者在头部主播直播间获得最低价格。然而，从长远来看，这种条款可能最终损害消费者利益。一方面，当价格竞争被抑制后，消费者将难以通过比较不同平台获得更优价格，实际上减少了消费者的选择权；另一方面，持续的价格压制可能导致商家利润空间过小，降低其产品质量投入或创新动力，最终影响产品和服务的质量。在广东省市场监管局组织的双 11 行政指导会上，监管部门明确指出要着力解决最低价承诺朝令夕改、预售商品价格反而高于现货等突出问题，全面规范直播电商促销行为[7]。这一监管动态表明，过度强调最低价可能扭曲市场信号，阻碍行业从价格竞争向质量竞争的健康转型。

4. 制度完善建议：构建精准且具建设性的规制体系

4.1. 明确法律分析框架：引入分级评估与“安全港”规则

针对全网最低价条款的反垄断规制，首先需要明确法律适用标准。建议反垄断执法机构发布针对平台经济领域最惠国待遇条款的反垄断指南，为直播带货中的全网最低价条款提供清晰的分析框架。首先，明确界定相关市场，考虑到直播电商的多边市场特性，在相关市场界定时，可采用定性替代分析为主、定量检测为辅的方法，并适当考虑供给替代性和潜在竞争约束。其次，设定“安全港”规则，为合理配置执法资源，可引入分级分析框架。设立以市场力量为核心的门槛，例如，对于上一自然年度销售额或直播间市场份额低于特定比例的主播或 MCN 机构，其使用的排他性最低价条款可推定不具有显著反竞争效果。这将使执法聚焦于对市场具有实质影响力的头部主体。再次，综合评估市场力量与竞争影响，对于超出“安全港”范围的主体，执法机构应进行综合评估。除传统市场份额因素外，应充分考虑流量优势、数据控制能力、用户粘性等体现数字市场竞争特质的因素，并重点考察以下方面：第一、条款覆盖率：该条款在相关产品品类中的覆盖广度。第二、市场封锁程度：是否实质性封锁了竞争对手获得关键品牌供应的途径。第三、效率抗辩：评估该条款是否为激励主播进行重大专项投资所必需，且其带来的效率收益足以抵消对竞争造成的损害。

4.2. 强化反垄断执法：聚焦关键证据与行为指标

为强化在直播电商领域的反垄断执法，执法机构应加强主动监管，聚焦典型“全网最低价”行为，并围绕关键证据与市场指标提升执法精准度。在执法过程中，首要的是强化协同监管。反垄断执法机构需与市场监管、网信、商务等部门建立协同机制，形成监管合力[8]。例如，上海市出台的《网络直播营销活动合规指引》便明确禁止平台强制经营者签订“最低价协议”[1]，并设置了相应的行政处罚，为协同监管提供了实践依据。其次，应完善处罚体系，综合运用行政处罚、民事赔偿乃至刑事制裁等多种责任形式，根据行为性质与危害程度梯次设定，以提升法律威慑力。海南省市场监督管理局在一例反垄断案件中，按涉事公司年度销售额 1% 的最低比例罚款，既遵循了过罚相当原则，也实现了必要的震慑效果。为确保执法精准高效，调查中应重点锁定以下几类核心证据与行为指标：第一、内部目的证据：重点审查主播机构与品牌方的谈判文件，确认其是否将“打压竞争对手”作为签订底价协议的直接目的。第二、市场效果数据：监测特定商品在全网各渠道的价格离散度，分析该条款是否导致价格显著降低甚至趋同，

从而判断其排除、限制竞争的效果。第三、行业创新指标：评估相关市场的产品迭代速度与研发投入是否因该行为而受到抑制，洞察其对长期创新动力的负面影响。

4.3. 完善司法救济途径：降低维权门槛与引入专家力量

司法层面应当完善民事诉讼机制，为受全网最低价条款侵害的市场主体提供救济途径。一是在原告已提供初步证据证明被告具有显著市场力量且涉案条款覆盖范围广泛时，可考虑将“该条款不具有反竞争效果”的举证责任转移至被告方。即降低原告举证负担，在适当情况下适用举证责任倒置，解决垄断协议案件证明难的问题。二是要探索引入集体诉讼制度，允许受影响的消费者或中小商家通过集体诉讼寻求救济，提高司法救济效率。最后，完善专家证人制度。以北京锐邦涌和科贸有限公司诉强生(上海)医疗器材有限公司、强生(中国)医疗器材有限公司纵向垄断协议纠纷案为例^[9]，上海市高级人民法院在锐邦诉强生案中邀请经济学者作为专家证人出庭，为处理复杂反垄断案件提供了有益经验。

4.4. 推进行业自律与合规建设

督促直播平台落实主体责任，将“禁止签署并执行排他性‘全网最低价’协议”纳入平台规则，并建立事前审核与事后问责机制。同时，行业协会应发布反垄断合规指引，引导市场主体从“价格战”转向以品质、服务与内容为核心的健康竞争。首先，鼓励行业协会制定自律规范。引导直播电商行业组织制定自律公约，明确禁止具有明显反竞争效应的全网最低价条款。其次，推动平台落实主体责任。督促直播平台加强对平台内主播和商家的管理，完善内部合规机制，防范反垄断风险。广东省市场监管局在行政指导会上明确要求平台企业落实主体责任，进一步优化服务协议和交易规则，当好规则守门员。最后，加强企业反垄断合规培训。针对头部主播机构、电商平台和品牌商家开展反垄断合规培训，提高市场主体对全网最低价条款竞争风险的认识，从源头减少违法行为。2025年11月5日，市场监管总局发布《直播带货全网最低价宣传》提示，要求平台对主播的最低价宣传进行事前核验，违规将被处以罚款并责令整改。

5. 总结

直播带货中的“全网最低价”条款，作为平台最惠国待遇条款在新型电商生态中的具体表现，已由一种常见的营销手段逐步演变为具有系统性竞争风险的潜在垄断工具。本文通过对该条款在直播电商多边市场结构下的运行机理与竞争效应展开深入剖析，揭示其不仅可能通过价格锁定、市场封锁、促成共谋等方式抑制有效竞争，更在长期视角下损害消费者福利与行业创新动力。在头部主播、品牌方、平台等多方博弈中，“全网最低价”条款已超越单纯的价格承诺，构成具有纵向与横向复合效应的“轴辐协议”，对市场竞争秩序构成现实挑战。

面对这一新型限制竞争行为，我国现行反垄断规则在适用上面临分析框架不明确、执法资源有限、司法救济不足等问题。对此，本文建议构建一个契合直播电商特点的反垄断规制体系：在法律分析层面，应引入分级评估机制与“安全港”规则，聚焦具有实质性市场力量的主体；在执法层面，需强化协同监管，完善证据锁定与处罚机制，提升执法精准度；在司法层面，应适度降低原告举证负担，探索集体诉讼与专家证人制度，拓宽权利救济渠道；在行业治理层面，则应推动平台落实主体责任，引导行业从“价格战”转向以品质、服务和内容为核心的良性竞争。

因此，随着直播电商持续演进与监管政策逐步完善，有必要在鼓励商业模式创新的同时，警惕“全网最低价”条款对市场竞争生态的潜在侵蚀。通过构建事前的制度预防、事中的精准监管与事后的有效救济相结合的多元规制路径，推动形成更加开放、公平、可持续的直播电商市场环境，使“最低价”承诺真正服务于提升消费者福利、激发市场主体活力与促进行业高质量发展的长远目标。

参考文献

- [1] 吴太轩, 张梦. 直播带货模式下 PMFN 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(9): 114-124.
- [2] 李鑫. 电商直播平台“全网最低价”条款的反垄断法规制路径探究——从头部主播与欧莱雅的“差价争议”切入[J]. 甘肃政法大学学报, 2022(5): 111-123.
- [3] 宁立志, 贺敬林. 纵向限制的反垄断法规制[J]. 法律适用, 2021(1): 53-59.
- [4] 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.
- [5] 何云, 及小同, 李予霞. 《上海熊猫互娱文化有限公司诉李岑、昆山播爱游信息技术有限公司合同纠纷案》的理解与参照——网络主播违约跳槽的违约责任认定[J]. 人民司法, 2023(23): 41-43.
- [6] 刘梓祺. 直播带货中全网最低价条款的反垄断法规制[J]. 知识经济, 2025(28): 42-45.
- [7] 肖江平. 新反不正当竞争法的主要进步[J]. 中国市场监管研究, 2017(12): 23-27.
- [8] 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.
- [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.