

电商平台“二选一”行为的反垄断规制困境与出路

孟瑶

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年3月11日; 录用日期: 2026年3月26日; 发布日期: 2026年5月29日

摘要

电商平台“二选一”行为是平台经济反垄断规制的焦点问题, 传统反垄断分析框架在应对平台经济新特征时面临系统性困境。本文采用案例分析的方法, 以阿里巴巴案、京东诉天猫案为实证样本, 系统梳理《反垄断法》《电子商务法》《反不正当竞争法》之间的适用关系。研究发现, 规制困境体现为三重结构性难题, 即相关市场界定因双边市场特性而方法失灵, SSNIP测试法在零价市场中近乎失效; 市场支配地位认定中市场份额指示作用弱化, 新型因素考量缺乏统一标准; 多元法律规范之间适用竞合, “正当理由”抗辩标准模糊。同时, 对“二选一”行为的违法性判断还需审慎考量其潜在效率抗辩, 只有在排除其具有促进竞争、提升效率等正当理由后, 才能最终认定其违法性。破解上述困境需要从相关市场界定方法优化、市场支配地位认定标准完善、法律适用协同以及构建精细化的效率抗辩分析框架四个维度进行制度调适, 形成事前合规指引与事后司法救济协同的规制体系。

关键词

“二选一”行为, 电商平台, 限制交易, 平台内经营者

The Dilemma and Solutions for Antitrust Regulation of “Either-Or Choice” on E-Commerce Platforms

Yao Meng

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: March 11, 2026; accepted: March 26, 2026; published: May 29, 2026

Abstract

The “either-or choice” practices of e-commerce platforms are a focal point of antitrust regulation in

the platform economy, and traditional antitrust analytical frameworks face systemic challenges when addressing the new characteristics of the platform economy. This paper employs a case study approach, using the Alibaba case and the JD.com v. Tmall case as empirical samples, to systematically examine the interrelationships among the “Anti-Monopoly Law”, the “E-Commerce Law”, and the “Anti-Unfair Competition Law”. The study finds that regulatory challenges manifest as three structural difficulties: first, the definition of the relevant market fails due to the characteristics of two-sided markets, rendering the SSNIP test nearly ineffective in zero-sum markets; the indicative role of market share in determining market dominance has weakened, and there is a lack of unified standards for considering new factors; there is a conflict of application among diverse legal norms, and the standard for the “justifiable grounds” defense remains ambiguous. At the same time, when assessing the illegality of “either-or choice” practices, one must carefully consider potential efficiency defenses; only after ruling out justifiable grounds such as promoting competition or enhancing efficiency can the illegality be definitively established. To resolve these challenges, institutional adjustments must be made across four dimensions: optimizing methods for defining relevant markets, refining standards for determining market dominance, ensuring the coordinated application of laws, and establishing a refined analytical framework for the efficiency defense. This will create a regulatory system that integrates ex ante compliance guidance with ex post judicial remedies.

Keywords

“Either-Or Choice” Practices, E-Commerce Platforms, Transactional Restrictions, Platform-Based Merchants

Copyright © 2026 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,电商平台“二选一”行为成为平台经济领域反垄断执法的焦点。所谓“二选一”指平台经营者利用优势地位要求平台内商户只能在本平台经营,不得同时入驻其他平台。京东诉阿里巴巴“二选一”案¹与2021年阿里巴巴行政处罚案²是其典型代表,后者以182.28亿元罚款成为我国反垄断执法史上的标志性案件。

这些案例揭示了问题的核心,即形成于工业经济时代的传统反垄断分析框架在面对平台经济的双边市场、网络效应、动态竞争等新特征时遭遇系统性适用障碍。相关市场界定因平台双边特性而趋于模糊,SSNIP测试法在“零价市场”中失灵,市场份额的指示作用弱化,多元法律规范的适用冲突更使规制路径陷入混乱。此外,规制实践往往侧重于行为的反竞争损害,而对平台企业可能提出的效率抗辩关注不足。一个完整的反垄断分析,必须在识别潜在竞争损害的同时,审慎评估行为是否具有促进竞争或提升效率的正当理由。这些结构性困境表明,“二选一”行为是传统制度与新型经济形态碰撞的集中体现。

在此背景下,本文研究具有双重意义。制度层面,2022年《反垄断法》修订新增平台经济领域垄断行为的规定,亟需理论阐释与实务指引;实践层面,反垄断已从“要不要管”转向“如何管好”,厘清困境成因与出路对统一执法标准、稳定市场预期具有重要价值。

¹北京市高级人民法院(2017)京民初字第152号。

²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. 电商平台“二选一”行为的反垄断定性

2.1. 行为的概念厘定与表现类型

“电商平台‘二选一’”并非严格的法律术语，而是对平台经济领域中一类特定竞争行为的概括性描述，其核心特征在于排他性，即平台经营者要求平台内商户只能在本平台开展经营活动，不得同时入驻其他竞争性平台。从法律性质上审视，这一行为与反垄断法意义上的“独家交易”或“限定交易”具有本质上的同构性。但并非所有的独家交易行为都具有法律上的可责性，例如经双方平等协商、自愿达成的独家合作协议属于正常的经营策略选择。综上，反垄断法所关注的“二选一”特指，平台利用其优势地位强制实施的、违背商户真实意愿的排他性行为，这种强制性与非自愿性使其从正常的商业安排蜕变为需要法律介入规制的反竞争行为。

根据实施手段的不同，“二选一”行为可以区分为显性与隐性两种基本类型。显性“二选一”是指平台通过书面独家合作协议或口头约定明确要求商户不得在其他平台开展经营活动，其优势在于意图明确、易于识别。隐性“二选一”则更具隐蔽性和技术性，平台通过算法降权、流量限制、搜索屏蔽等手段在表面上未直接禁止商户入驻其他平台，却通过对经营活动的实质性干扰迫使其放弃多平台经营。与显性方式相比，隐性“二选一”识别难度更高、取证更为困难，商家往往只能感知经营异常却难以证明因果关系，这使其成为规制实践中的突出难题^[1]。

2.2. 行为的竞争损害

“二选一”行为对市场竞争秩序的损害首先体现为封锁效应。平台通过锁定优质商户资源，切断竞争对手的交易渠道，提高其获客与运营成本。在网络效应作用下，商户流失将引发消费者流失，导致弱势平台陷入恶性循环甚至被排挤出市场^[2]。更深层的影响在于，封锁效应转化为市场进入壁垒，潜在竞争者难以突破头部平台“圈定”的商户格局，市场竞争由此从以服务质量论高低异化为以排他能力强弱定胜负。

对平台内经营者而言，损害是多层次的。最直接的是销售渠道收窄，多平台经营本是商户扩大销售、分散风险的重要策略，而“二选一”强制其放弃多归属选择，不仅减少客户群体，更使其丧失议价能力。更深层的损害在于商户被锁定后对平台依赖性不断增强，话语权削弱，平台可借此提高费用、附加不合理条件，使合作关系蜕变为依附关系，侵蚀商户经营自主权^[3]。同时，已在多平台投入成本的商户面临沉没成本损失，对中小商户尤为沉重。

对消费者而言，“二选一”表现为选择权限缩和交易成本上升^[4]。当商户被迫只能在一家平台经营时，消费者选择空间被人为收窄。长远看弱势平台难以维继、头部平台竞争压力减轻，其改善服务、降低费用的动机减弱，竞争弱化带来的效率损失最终以更高价格、更低质量的形式转嫁给消费者。

2.3. 反垄断规制的法理基础

规制“二选一”行为的核心规范是《反垄断法》第十七条第四项，该条款禁止具有市场支配地位的经营者“没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易”。适用该条款需满足四个要件：经营者具有市场支配地位、实施了限定交易行为、行为无正当理由、行为具有排除或限制竞争的效果。其适用前提是证明经营者具有市场支配地位，这意味着规制对象限于具备相当市场力量的头部平台，体现了反垄断法的谦抑性。

在执法实践中，认定滥用市场支配地位已形成“相关市场界定 - 市场支配地位认定 - 滥用行为识别 - 竞争效果分析”的四步框架。相关市场界定划定竞争范围；市场支配地位认定综合考量市场份额、

市场控制能力、经营者依赖程度等因素；滥用行为识别考察行为的强制性与排他性及正当理由；竞争效果分析评估行为对市场竞争的实质性影响[5]。该框架形成于传统经济领域，在平台经济下面临调适需求，但其作为基本范式的方法论价值并未过时。如何在坚持此框架的基础上进行适应性调整，正是“二选一”反垄断规制研究的核心议题。

3. 反垄断规制的核心困境

对电商平台“二选一”行为适用反垄断法规制，在理论上遵循前述“相关市场界定-市场支配地位认定-滥用行为识别-竞争效果分析”的四步框架。然而，这一形成于工业经济时代的分析范式，在面对平台经济的双边市场、网络效应、动态竞争等新特征时呈现出系统性的适用障碍。相关市场界定的前提性困境、市场支配地位认定的关键性困境以及多元法律规范之间的适用冲突，共同构成了反垄断规制的三重结构性难题[6]。

3.1. 前提性困境：相关市场界定难题

相关市场界定是反垄断分析的逻辑起点，但在平台经济语境下正遭遇方法论危机。首先是双边市场特性的冲击。传统界定建立在单边市场假设之上，而电商平台普遍具有双边市场特征，两边用户相互依赖，交叉网络外部性使其成为相互关联的整体。若将两边市场割裂界定，无法反映竞争实况；若作为整体界定，又面临如何确定市场边界、处理跨边网络效应等技术难题[7]。加之头部平台跨界经营使业务范围延伸，相关市场边界更加模糊，传统的替代性分析框架难以适用。其次是价格分析工具的失灵。SSNIP测试法作为核心定量工具，通过考察价格小幅上涨后消费者是否转向替代品来确定市场范围。但电商平台普遍采取“免费+收费”模式，消费者端价格为零使上涨假设无从谈起，商家端收费结构复杂难以确定统一基准，导致SSNIP测试法近乎失灵。

面对价格机制失灵，学界探索以质量下降为核心的SSNDQ测试法。该方法通过考察服务质量下降后用户是否转向来界定市场，理论上回应了“零价市场”现实。但其适用同样面临难题：质量缺乏统一量化标准，涉及多维因素难以简化为单一指标；质量下降幅度缺乏成熟基准；质量下降与用户转移的因果关系不易证明[8]。这种不确定性进一步加剧了相关市场界定的困境。

3.2. 关键性困境：市场支配地位认定难题

在完成相关市场界定后，反垄断分析的第二步是判定经营者是否具有市场支配地位。传统框架以市场份额为核心，但在平台经济下面临多重挑战。

第一，市场份额指示作用的弱化。在传统市场中，市场份额与市场支配力存在强正相关，《反垄断法》第十九条据此设置了市场份额推定规则。但在平台经济中，市场份额的指示作用显著弱化：一方面，动态竞争特性使市场份额高度不稳定；另一方面，高份额本身不必然意味着高控制力，在网络效应和锁定效应下，用户可能因转移成本过高而滞留，但这不等于平台具有单方提价能力[9]。此外，市场份额的计算方式应以交易额、活跃用户数还是用户使用时长作为基准，尚无统一标准。

第二，新型因素的引入与认定标准的复杂化。市场份额指示作用的弱化，要求将更多新型因素纳入考量。用户规模是平台市场力量的重要来源，但更关键的是用户黏性。数据控制能力正在成为核心要素，平台通过积累海量数据形成正向循环，构成潜在竞争者难以逾越的壁垒[10]。技术壁垒同样不容忽视，头部平台持续投入算法与算力，通过创新巩固市场地位。然而，各因素权重的分配是采用要素累积模式还是需要同时具备尚无定论，增加了法律适用的不确定性。

第三，“相对优势地位”与“市场支配地位”的混同。相对优势地位理论主张，即便经营者不具有市

场支配地位，但只要其对交易相对人具有依赖性，其实施的限制交易行为即应受规制。然而二者时常被混淆，市场支配地位指向整体性市场力量，以市场份额为基础；相对优势地位则指向特定交易关系中的依赖性[11]。二者的混同可能架空反垄断法的严格认定要求，导致泛化适用，同时忽视依赖性这一核心要素的独立判断意义。

3.3. 结构性困境：法律适用冲突

电商平台“二选一”行为并非反垄断法的专属领地，《电子商务法》《反不正当竞争法》亦设有可资适用的规范条款。多元法律规范的同时存在，因各规范的立法目的、适用条件与法律责任存在差异，反而形成了法律适用的结构性困境[12]。

从适用竞合层面看，三部法律均可规制“二选一”行为。《反垄断法》第十七条禁止具有市场支配地位的经营者无正当理由限定交易；《电子商务法》第三十五条禁止平台利用服务协议、技术等手段对平台内经营者进行不合理限制；《反不正当竞争法》第十二条禁止经营者利用技术手段妨碍其他经营者合法服务正常运行。同一行为可能同时满足三部法律的适用条件，此时如何选择适用规范成为难题。有观点主张依特别法优于一般法原则，将《电子商务法》视为《反垄断法》的特别规定。但该主张面临质疑，即《电子商务法》第三十五条的核心逻辑是禁止滥用相对优势地位，与《反垄断法》滥用市场支配地位的逻辑存在本质差异；且《电子商务法》最高罚款二百万元，远低于《反垄断法》上一年度销售额1%至10%的罚款幅度，优先适用可能导致惩戒不足[13]。另有观点主张按想象竞合处理，由司法机关择一重处，但实践中“重”的认定标准仍存争议。

从构成要件层面看，“正当理由”抗辩的认定标准模糊。《反垄断法》将“没有正当理由”作为滥用市场支配地位的构成要件，《电子商务法》则禁止“不合理限制”。然而，“正当理由”的内涵与外延在立法层面未予明确。执法实践中，可能构成正当理由的情形包括：为保护交易相对人或消费者利益所必须、为保护知识产权或数据安全所必须、为保护特定投资所必须、为维护合理经营模式所必须等。但上述情形的具体判断标准仍相当模糊。“正当理由”认定标准的模糊，不仅增加了执法不确定性，也可能成为平台规避法律规制的借口，进一步加剧了规制困境。

综上所述，相关市场界定的前提性困境、市场支配地位认定的关键性困境与法律适用冲突的结构性困境相互交织、彼此强化，共同构成了电商平台“二选一”行为反垄断规制的复杂难题。

4. 规制困境的出路

破解电商平台“二选一”行为的反垄断规制困境，需要在坚持反垄断法基本范式的前提下，针对平台经济的特点进行方法论革新与制度调适。具体而言，应当沿着“相关市场界定方法优化 - 市场支配地位认定标准完善 - 法律适用协同机制构建 - 效率抗辩分析框架确立”的逻辑进路，形成系统性的规制完善方案。

4.1. 相关市场界定方法的优化

针对双边市场带来的界定难题，需引入精细化分析工具。根据平台双边用户是否存在直接交易关系，可将平台区分为交易型与非交易型两类，并采取不同界定策略。对于淘宝、京东等交易型双边市场，商户与消费者之间存在直接交易关系，两边需求相互依赖，应将平台服务视为整体市场界定。对于搜索引擎、社交媒体等非交易型双边市场，普通用户与广告商之间无直接交易，两边市场相对独立，应分别界定为面向用户的免费服务市场和面向广告商的在线广告市场[14]。这种分类界定方法有助于更准确地反映平台竞争实际，避免判断偏差。

在零价市场普遍存在的背景下，SSNDQ 测试法作为 SSNIP 测试法的替代工具具有重要价值。其规范化适用需解决两个核心问题：一是质量下降幅度的确定，可借鉴 SSNIP 测试法 5%至 10%的经验标准；二是质量指标的量化，需综合运用用户行为数据等借助大数据技术提升精准度。SSNDQ 测试法并非取代 SSNIP 测试法，而是根据案件情况选择适用——有明确价格信息时优先适用 SSNIP，价格机制失灵时适用 SSNDQ。这种双轨并行体系既尊重传统方法，又回应了平台经济现实需求。

4.2. 市场支配地位认定标准的完善

完善市场支配地位认定标准，需要构建涵盖多元指标的综合评估体系。第一，优化市场份额的测算方法。应根据平台盈利模式选择适当基准：交易型平台可采用商品交易总额(GMV)作为主要指标，非交易型平台则应以活跃用户数、使用时长等作为补充指标。同时，应当引入时间维度考察市场份额的稳定性，动态竞争特征明显的市场不宜仅凭短期份额认定支配地位。第二，构建多元化的辅助认定指标。用户黏性比单纯用户规模更能反映平台的市场力量，可通过用户活跃度、使用频率、迁移成本等维度进行量化评估。数据控制能力则应考察平台数据采集广度、数据分析深度以及数据应用效果。技术壁垒的评估需关注平台的研发投入、专利数量、算法先进性等因素。各因素应当综合考量而非简单累加，形成多维度、立体化的认定标准。第三，明确“依赖性”在支配地位认定中的定位。依赖性不应作为市场支配地位的替代概念，而应作为辅助判断因素，特别是在市场份额接近但尚未达到法定推定标准时，商户对平台的依赖程度可作为认定支配地位的重要参考。依赖性的判断可从商户销售额中该平台所占比重、商户转换平台的成本、是否存在可替代的销售渠道等方面展开。

4.3. 法律适用协同的路径选择

面对多元法律规范并存的格局，需要明确各规范的适用边界，构建层次清晰、衔接顺畅的法律适用体系。在规制电商平台“二选一”行为的法律体系中，《反垄断法》应当居于主导地位。这是因为“二选一”行为的核心危害在于排除、限制竞争、损害市场竞争秩序，正是反垄断法的核心关切；同时，《反垄断法》规定的法律责任最为严厉，其高达上一年度销售额 1%至 10%的罚款幅度能够与平台的经济实力相匹配，避免出现“违法成本远低于违法收益”的窘境。因此，对于具有市场支配地位的平台实施的“二选一”行为，应当优先适用《反垄断法》进行规制。

《电子商务法》第三十五条作为规制平台与平台内经营者关系的重要规范，应当与《反垄断法》形成衔接互补的关系。该条款的核心规制逻辑是禁止平台滥用相对优势地位，其适用不以平台具有市场支配地位为前提，能够有效填补《反垄断法》的规制空白。在具体适用中，应当明确第三十五条主要针对平台与商户之间的内部关系，保护商户免受平台的不合理限制。当平台的行为同时违反第三十五条和《反垄断法》时，应当遵循想象竞合的处理原则，由执法机关择一重处，一般适用法律责任较重的《反垄断法》^[15]。此外，第三十五条中“不合理限制”等不确定法律概念需要在执法实践中逐步明确其内涵，可以借鉴滥用相对优势地位理论的判断标准，以商户对平台的“依赖性”为核心，结合行为是否具有商业合理性、是否损害竞争秩序等因素进行综合判断。

5. 效率抗辩的考量与成立条件

前述规制困境的破解，不仅需要方法论上的革新，更需在实体法层面构建一个精细化的违法性判断框架。一个完整的反垄断分析，并非单向地证明竞争损害，而应是一个平衡行为负面效应与潜在效率增益的过程。《反垄断法》第十七条将“没有正当理由”作为滥用市场支配地位行为的构成要件，这本身就为效率抗辩的引入提供了法教义学基础。因此，在认定“二选一”行为的违法性时，必须系统考量并审慎评估平台可能提出的效率抗辩。

5.1. 效率抗辩的典型成立情形

“二选一”行为作为一种排他性交易，在特定条件下确实可能产生促进竞争的积极效果。首先，效率抗辩可能成立的典型情形之一，是保护平台针对商户的特定投资。平台为帮助商户提升经营能力，可能投入大量资源进行培训、数据支持或流量推广，其目的在于期待通过商户的成功获得长期回报。若无排他性安排的保护，这些投资极易被其他竞争性平台搭便车，从而削弱平台的投入意愿。此种情况下，限定交易可视为保护投资所必需，有助于激励平台为商户提供更优质的服务，最终惠及消费者[5]。其次，防止搭便车行为也是重要的抗辩理由。平台通过提供优质的界面、安全的交易环境、高效的支付与物流体系以及完善的售后保障，构建了自身的品牌信誉。若商户同时在其他平台以更低成本销售相同产品，则可能利用该品牌信誉吸引消费者，却未承担相应的平台建设成本。这不仅损害平台利益，长期看也会削弱平台持续投入、提升服务质量的动力，最终损害消费者福利。因此，为防止这种不劳而获的搭便车行为而采取的独家合作要求，可能具有商业上的正当性。再次，维护统一的经营模式和品牌形象亦可能构成正当理由。对于某些强调特定服务标准、用户体验或品牌调性的平台，要求商户统一经营有助于保证服务质量的一致性，避免因商户在多平台间的差异化管理而损害用户体验。例如，平台可能要求商户遵守统一的退换货政策或服务标准，以确保其商业模式的有效运行。

5.2. 效率抗辩的成立条件

效率抗辩的成立并非仅凭平台单方主张即可，其必须满足一系列严格的条件，以在促进效率与保护竞争之间取得平衡，这些条件构成了效率抗辩成立的门槛。

第一，必要性原则。平台必须证明，所采取的“二选一”措施是实现所声称效率目标的必需手段，且不存在其他对竞争限制更小的替代方案。例如，若通过降低服务费率、提供额外补贴等激励性措施即可吸引商户主动选择独家合作，则强制性的“二选一”便不具备必要性。平台需证明，其声称的效率(如保护特定投资)若不通过排他性安排，就无法实现。

第二，相称性原则。行为所带来的效率增益必须能够实质性地传递给消费者。这是连接效率抗辩与反垄断终极目标(保护消费者福利)的关键。平台不能仅声称自身效率提升，而需证明这种提升最终体现为更低的价格、更优的服务、更多的创新或更丰富的选择。如果效率提升的收益被平台独占，而竞争损害的风险(如商户和消费者选择权受损)却由社会承担，则该抗辩难以成立。

第三，竞争损害的有限性。该行为不得严重损害市场竞争的基本结构。这意味着，即使平台能够证明其行为符合必要性与相称性原则，如果其行为导致市场封锁效应显著，使得其他竞争者无法实现最低规模经济，或者实质上扼杀了创新与潜在竞争，则效率抗辩仍可能被驳回。尤其当平台本身已具有市场支配地位时，其“二选一”行为对市场的封锁效应更强，效率抗辩的成立门槛也相应更高。

综上所述，对“二选一”行为的反垄断规制，绝非简单的“非黑即白”判断。执法与司法机关必须在个案中，对平台提出的效率抗辩进行严谨的三步审查：首先，识别并确认平台所主张的效率目标是否合法、具体；其次，运用必要性与相称性原则，评估该行为与实现效率目标之间的因果关联及合理性；最后，将行为带来的效率增益与其造成的竞争损害进行全面权衡。只有在排除或否定了有效的效率抗辩之后，才能最终认定行为的违法性。这一分析框架的引入，有助于使反垄断规制回归理性，避免过度干预，实现保护竞争与鼓励创新的双重目标。

6. 结语

电商平台“二选一”行为的反垄断规制困境，根源于传统分析框架与平台经济特性的结构性冲突。传统反垄断法以单边市场、价格机制和静态竞争为预设前提，通过四步框架实施规制。然而，平台经济

的双边市场特性使相关市场边界趋于模糊，零价市场的普遍存在导致 SSNIP 测试法失灵，网络效应与锁定效应则显著弱化了市场份额的指示作用。这些困境是适用条件深刻变迁后的必然反应。

破解困境需沿着“界定方法革新 - 认定标准优化 - 法律适用协同 - 效率抗辩构建”的进路进行调整，具体来说，在相关市场界定层面，区分交易型与非交易型双边市场并推动 SSNDQ 测试法的规范化适用；在市场支配地位认定层面，构建涵盖用户规模、用户黏性、数据控制能力、技术壁垒的多元指标，并将“依赖程度”纳入规范考量；在法律适用层面，明确《反垄断法》的主导地位，实现与《电子商务法》的衔接互补。尤为重要的是，必须构建一个精细化的效率抗辩分析框架，对平台提出的“正当理由”进行必要性、相称性及竞争损害有限性的严格审查。这不仅是《反垄断法》第十七条“正当理由”条款的内在要求，更是实现保护竞争与激励创新双重目标的关键。“二选一”仅是平台反垄断议题的冰山一角，算法垄断、数据垄断等新型问题对规制理念与分析工具提出了更高要求，有待后续研究持续深入。

参考文献

- [1] 肖薇, 张静可. 电商平台“二选一”行为的反垄断法规制[J]. 运城学院学报, 2024, 42(2): 64-69.
- [2] 孙晋. 数字平台“二选一”行为的反垄断法公共规制[J]. 政法论丛, 2024(2): 51-62.
- [3] 贾玉环, 王千. 电商平台“二选一”行为的相关市场界定问题研究——以“阿里巴巴”案和“食派士”案为视角[J]. 电子知识产权, 2023(5): 99-107.
- [4] 赵程成. 电商平台“二选一”行为的法律规制[J]. 中国价格监管与反垄断, 2025(9): 45-48.
- [5] 陈中山, 伍旖凡. 平台经济领域“二选一”有关问题辨析[J]. 人民司法, 2023(10): 77-83.
- [6] 沈波, 焦倩, 孙祥. 平台“二选一”与反垄断[J]. 系统工程理论与实践, 2024, 44(1): 29-51.
- [7] 秦赞谨. 平台经济反垄断的历史嬗变与应然理路——以平台“二选一”为例[J]. 财经理论与实践, 2024, 45(2): 154-160.
- [8] 吴太轩, 赵致远. 电商平台“二选一”行为的反垄断法规制——兼论滥用相对优势地位理论的适用不足[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2020, 32(6): 59-68.
- [9] 李宁. 电商平台强制“二选一”行为规制研究[J]. 合作经济与科技, 2024(3): 182-184.
- [10] 田金怡, 申艳红. 我国对电商平台“二选一”行为的法律规制困境与完善[J]. 新疆警察学院学报, 2025, 45(4): 74-78.
- [11] 袁嘉, 刘维俊. 互联网行业滥用相对优势地位规制研究——以“二选一”行为为视角[J]. 价格理论与实践, 2016(5): 51-54.
- [12] 丁国峰. 双重身份属性下双边平台“二选一”行为的反垄断规制[J]. 上海财经大学学报, 2024, 26(1): 33-47.
- [13] 沈磊. 电商平台“二选一”行为的经济法规制[J]. 淮南师范学院学报, 2023, 25(4): 16-21.
- [14] 钱晶晶. 电商平台“二选一”行为的竞争法分析[J]. 中国检察官, 2022(24): 37-40.
- [15] 李兆阳, 张卉然. 平台经营者“二选一”行为的竞争法规制[J]. 华南理工大学学报(社会科学版), 2022, 24(6): 89-99.