

# 数字经济领域反垄断“相关市场”的界定标准

赵艺霖

青岛科技大学法学院, 山东 青岛

收稿日期: 2025年5月16日; 录用日期: 2025年6月9日; 发布日期: 2025年6月18日

## 摘要

本文旨在探讨数字经济领域反垄断中“相关市场”的认定标准, 随着数字经济的迅猛发展, 数字平台及其相关市场的界定成为反垄断执法中的重要问题。文章首先回顾了传统反垄断理论中的“相关市场”概念, 进而分析了数字经济领域“相关市场”界定的特殊性和复杂性, 并探讨了基于这些因素的认定标准。文章还分析了现有反垄断法框架下相关市场界定的方法, 如SSNIP测试法、SSNDQ测试法等, 并结合数字经济的特点, 提出了适用于数字经济领域的改进建议。最后, 进一步说明了数字经济领域相关市场认定的实践应用, 为反垄断执法机构在数字经济领域的执法工作提供参考。

## 关键词

数字经济, 相关市场界定, 反垄断法

# The Definition Criteria for “Relevant Markets” in the Digital Economy Domain regarding Anti-Monopoly Measures

Yilin Zhao

Law School, Qingdao University of Science and Technology, Qingdao Shandong

Received: May 16<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jun. 9<sup>th</sup>, 2025; published: Jun. 18<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

This article aims to explore the criteria for determining “relevant markets” in anti-monopoly cases within the digital economy domain. With the rapid development of the digital economy, the definition of digital platforms and their related markets has become an important issue in anti-monopoly enforcement. The article first reviews the concept of “relevant markets” in traditional anti-monopoly theory, then analyzes the particularity and complexity of the determination of “relevant markets”

in the digital economy domain, and discusses the determination criteria based on these factors. The article also analyzes the methods for determining relevant markets under the current anti-monopoly legal framework, such as the SSNIP test method and the SSNDQ test method, and, in combination with the characteristics of the digital economy, proposes suggestions for improvement applicable to the digital economy domain. Finally, it further explains the practical application of determining relevant markets in the digital economy domain, providing a reference for anti-monopoly enforcement agencies in their enforcement work in the digital economy sector.

## Keywords

Digital Economy, Definition of Relevant Markets, Anti-Monopoly 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

### 1.1. 数字经济领域反垄断的背景

数字经济是继农业经济、工业经济之后的一种新经济社会发展形态，是介于互联网经济以及未来智能经济的一个中间阶段。它是指以数据资源为关键生产要素，以现代信息网络为重要载体，以信息通信技术融合应用、全要素数字化转型为重要推动力，促进公平与效率更加统一的新经济形态。未来，随着机器学习的进一步发展、区块链技术和数据的可用性增强，全球经济将向数字经济方向不断演变。

近年来，中国数字经济迅速发展，其经济规模占 GDP 比重已超过三分之一，成为大众生活中的重要部分。这一领域的快速增长为市场带来了前所未有的机遇，但同时也带来了一系列挑战。平台经济或数字经济平台企业的商业模式基于数据的收集、分析和评估，其规模经济和网络外部性显著。随着平台的发展，越来越多的供货商和消费者聚集其上，形成了高度的市场集中。这种高度集中虽然给消费者带来了便利，但也导致了赢者通吃的问题，许多企业难以进入市场。一些大型平台经营者滥用数据、技术、资本等优势实施垄断行为、进行无序扩张，导致妨碍公平竞争、抑制创业创新、扰乱经济秩序、损害消费者权益等问题日益突出。这些行为不仅损害了市场竞争的公平性，也影响了数字经济的健康发展。

当前，全球掀起针对数字经济企业监管的热潮。中国对数字经济进行了大刀阔斧的反垄断监管，欧美针对网络企业的反垄断执法力度也显著增强。因此，加强数字经济领域的反垄断监管具有重要的现实意义和深远的发展意义。

### 1.2. 传统反垄断理论中的“相关市场”概念

作为一项反垄断理论中的基础性问题，“相关市场”的界定标准研究并不新颖。《国务院反垄断委员会关于相关市场界定的指南》对如何界定《中华人民共和国反垄断法》第 15 条第 2 款规定的“相关市场”作出了细化的规定。即便执法机关可以灵活地运用多种方法分析企业并购的竞争影响，但是相关市场界定是一个基础性且不可取代的重要工具<sup>[1]</sup>。

传统反垄断理论中的“相关市场”概念，是指经营者就一定的商品或者服务从事竞争的范围或者区域，在反垄断执法实践中，通常需要界定相关商品市场和地域市场。

相关商品市场，是根据商品的特性、用途及价格等因素，由需求者认为具有较为紧密替代关系的一

组或一类商品所构成的市场。这些商品表现出较强的竞争关系，在反垄断执法中可以作为经营者进行竞争的商品范围[2]。相关地域市场是指需求者获取具有较为紧密替代关系的商品的地理区域。这些地域表现出较强的竞争关系，在反垄断执法中可以作为经营者进行竞争的地域范围[3]。

关于界定相关市场的基本依据，在《国务院反垄断委员会关于相关市场界定的指南》中也作出了明确的规定。在反垄断执法实践中，相关市场范围的大小主要取决于商品(地域)的可替代程度。需求替代分析是基于商品的特征、用途、价格等因素进行，考虑消费者在不同商品之间的选择替代性。供给替代分析是从供给角度考虑，分析在特定地域内，其他经营者进入市场的可能性以及其对市场的影响。

### 1.3. 数字经济领域“相关市场”界定的特殊性与复杂性

之所以将数字经济领域中的“相关市场”作为一个独立的概念进行界定，主要是由于在数字经济发展过程中呈现出一些独有的特点，并且因为这些独有的特征而对传统反垄断理论中“相关市场”的界定提出了新的理论和实践挑战[4]。数字经济领域的商品或服务在组织形态、交易结构、定价模式等方面呈现的特质使此问题表现得更为突出，对此，芝加哥大学斯蒂格勒中心 2019 年发布的一份研究报告曾深深地感慨道：“数字经济领域的复杂性使相关市场界定成为有效反垄断执法的一个重要障碍”[5]。

首先，平台的特殊性质是数字经济中相关市场界定的一个核心挑战。平台经济具有多边性、网络外部效应和规模经济等特点，这些特性使得传统经济中的相关市场界定方法难以直接套用。平台不仅连接着多个用户群体，而且用户之间的交互和交易关系也构成了市场的一部分。因此，在界定相关市场时，需要综合考虑平台的多边性、用户之间的交互以及网络效应等因素。

其次，数字经济中商业模式的多样性也给相关市场界定带来了挑战。数字经济中的企业采用不同的商业模式进行运营，每种商业模式都有其独特的盈利途径和市场竞争策略。这些不同的商业模式使得相关市场的界定变得更加复杂，需要针对不同商业模式的特点进行具体分析。

再次，数据在数字经济中的核心作用也增加了相关市场界定的难度。在数字经济中，数据已经成为企业竞争力的重要来源，然而数据的价值往往难以直接量化。数据的收集、处理、分析和利用能力成为企业竞争优势的关键因素，但在界定相关市场时，如何准确评估数据的价值及其对市场竞争的影响，是一个需要深入探讨的问题。

此外，数字经济中竞争的动态性也是一个不可忽视的因素。由于技术的快速发展和商业模式的不断创新，市场格局和市场份额可能随时发生变化。这种动态性使得相关市场的界定需要更加灵活和动态地考虑，以反映市场竞争的真实状况。

根据不同的商业模式和盈利途径，分别考虑不同的相关市场。针对每种商业模式的特点，分析其市场竞争状况和竞争策略，以确定其所属的相关市场。充分利用大数据等技术手段，对数据的价值进行量化评估。通过数据分析和挖掘，揭示数据在市场竞争中的作用和影响力，以更准确地了解市场情况。采用动态和灵活的方法，以适应数字经济中竞争的动态性。在界定相关市场时，需要关注市场的变化和趋势，及时调整界定的方法和标准。

## 2. 数字经济领域“相关市场”界定的理论探讨

### 2.1. 数字平台的多边性与网络效应

数字平台的多边性与网络效应是数字经济领域的核心特征，它们共同塑造了数字平台的运营模式和市场竞争格局。

#### 2.1.1. 数字平台的多边性

多边平台，作为数字经济时代的核心商业模式，是一种基于互联网技术和数字化经济模式的商业平

台。其显著特点在于，平台上聚集了多个不同的用户群体，这些用户群体之间存在相互需求和依赖关系，并通过平台实现价值的创造和共享。多边平台打破了传统市场中买卖双方直接交易的模式，通过搭建一个连接多方的桥梁，促进用户群体间的互动和交易，形成多方共赢的局面。

在双边平台上，通常存在两个或两个以上的用户群体，这些用户群体可以是消费者、生产者、服务提供商、广告商等。这些用户群体之间具有互补性，即一方提供需求，另一方满足需求，并通过平台实现连接和交易。例如，在电子商务平台上，消费者购买商品，商家提供商品和服务，平台则提供交易撮合、支付、物流等支持服务。

多边平台还具备多种业务模式和服务内容。平台不仅提供基本的交易撮合服务，还通过引入广告、金融服务、数据分析等增值服务，进一步满足用户群体的多样化需求。这些增值服务不仅增加了平台的收入来源，也提升了用户群体的黏性和活跃度。

我们的日常生活中存在许多数字多边平台。比如常见的谷歌、百度等在线搜索引擎，将使用者、网站和广告商汇聚在一起，使用者通过搜索引擎查找信息，网站提供内容，广告商则通过投放广告获取流量和曝光，搜索引擎平台通过提供搜索服务、广告服务等多元化服务，实现了多方共赢的局面。还有类似于亚马逊、阿里巴巴等电子商务平台，聚集了多种的产品技术和服务，拥有多个交易方或者使用方，消费者可以在平台上浏览和购买商品，商家则可以在平台上发布商品信息、进行交易和管理订单，平台通过提供交易撮合、支付、物流等支持服务，促进了消费者和商家之间的交易，实现多方共赢。

### 2.1.2. 数字平台的网络效应

网络效应(也称网络外部性或需求方规模经济)是指每增加一名用户，都会对该产品的其他用户产生新的价值的现象。当网络效应出现时，产品(或服务)的价值会随着使用该产品(或服务)的人数的增加而增加。网络效应不仅适用于正向的网络外部性，如电话的使用案例，也适用于消极的网络外部性，如交通拥堵或网络拥堵。

在数字平台上，由于多边性的存在，网络效应更为显著。例如，一个软件下载平台上的用户越多，则这个平台能为软件开发带来的收益也就越高，高收益也会激励更多软件开发编写与该平台相适应的软件，从而形成一个自我扩大、自我加强的反馈机制。这种多边的交互越是频繁、复杂，平台的自我演化能力就越强，就更容易形成一个复杂的生态。

数字平台的多边性与网络效应是相互交织、相互促进的。多边性为网络效应提供了基础，使得平台能够吸引更多的用户参与；而网络效应则进一步强化了多边性，使得平台上的用户数量不断增加，形成一个正向的循环。这种循环推动了数字平台的快速发展，使其成为数字经济领域的重要力量。

## 2.2. 用户数据在“相关市场”界定中的作用

用户数据分析可以清晰定义相关市场中的用户群体，包括他们的特征、需求、偏好等。这有助于更准确地界定相关市场的目标用户群体。通过分析用户数据，企业可以深入了解市场需求和趋势，为市场界定提供有力依据。用户数据可用于评估相关市场中不同企业之间的竞争状况。例如，通过分析市场份额、用户增长率等数据，可以了解各企业在市场中的地位和竞争力。用户数据还可以揭示市场中潜在的竞争对手，帮助企业提前制定应对策略。

通过用户数据分析，明确产品在相关市场中的定位，包括产品功能、价格、品质等方面的差异化特点。通过对用户数据的深入挖掘，企业可以发现新的产品(服务)机会，从而拓展相关市场的范围。此外，用户数据是量化市场规模和潜力的重要依据。通过分析用户数量、用户活跃度、消费能力等数据，可以估算出相关市场的总规模和潜在增长空间。这些数据有助于企业制定更为精准的市场策略，提高市场竞争力。



同时，用户数据有助于遵循相关市场界定的原则，如有利竞争原则、效率兼顾原则和保护消费者原则。通过了解用户需求和偏好，企业可以制定更符合市场需求的策略，促进市场的有序竞争。同时，用户数据也可以为相关市场的地域范围界定提供参考。通过分析用户的地理位置、消费习惯等数据，可以了解不同地区的市场需求和竞争状况，为地域市场的界定提供依据。

## 2.3. 数字经济领域“相关市场”的认定标准

在数字经济领域，“相关市场”的认定标准相较于传统市场更具复杂性，其关键在于理解和评估数字经济独特的商业模式、市场结构以及竞争特性。

### 2.3.1. 认定标准的核心要素

首先，我们需要关注商品或服务的特性。这包括评估商品或服务的数字化程度，即它们是否完全基于数字技术提供，以及这种数字化如何影响市场的边界和竞争模式。同时，我们还要考虑商品或服务的可替代性，即市场上是否存在其他相似或具有替代性的产品，以及这种替代性的程度和范围[6]。此外，创新性也是一个重要的考虑因素，它反映了商品或服务的独特性和对市场的影响力。最后，我们要特别注意用户对商品或服务的依赖程度，这包括数据可携带权、数据被遗忘权等数字经济中的特殊属性，这些属性可能对市场竞争和用户权益产生深远影响。

其次，消费者需求与偏好是我们不能忽视的关键因素。我们要深入分析消费者对商品或服务的需求多样性，以及这些需求如何影响市场的细分和定位。同时，我们还要关注消费者需求的变化性，即消费者需求随时间推移而发生的改变，并思考这些变化如何影响市场的竞争结构和市场参与者的行为。此外，消费者对特定商品或服务的偏好和忠诚度也是我们评估市场竞争的重要参考。

再次，我们需要对市场上的竞争关系与竞争者进行深入分析。这包括识别市场上的主要竞争者，并分析他们的市场份额、技术实力、品牌影响力等关键指标。通过了解主要竞争者之间的直接竞争关系，我们可以更好地理解市场竞争的激烈程度和竞争格局。同时，我们还要评估潜在竞争者进入市场的可能性以及他们可能带来的竞争威胁和市场变化。

最后，市场进入与退出壁垒也是我们考虑的重要方面。这包括评估进入市场所需的技术门槛和资本要求，以及这些门槛如何影响新进入者的市场参与能力。此外，我们还要考虑政府对市场的监管政策和法规要求，这些限制可能对市场的竞争结构和市场参与者的行为产生重要影响。

### 2.3.2. 具体的认定方法

其一，销售方式测试法。该方法关注产品的销售方式是否能够满足消费者的特定需求或偏好。如果一种销售方式明显优于其他方式，并因此获得了较大的竞争优势，那么采用这种销售方式的产品可以构成一个独立的相关市场。

其二，性价比一体化测试法。该方法将产品质量量化为多个衡量指标[7]，并与产品竞争价格结合，构造一个以性价比一体化为核心的综合评价体系。通过分析目标产品性价比指标下降后，假定垄断者的销售量和利润变化，来判断目标产品是否构成相关产品市场。

其三，静态联动分析法。该方法适用于多边平台市场，不追求连续的价格或质量变化带来的市场大小变化。它首先通过定性的方法界定各边市场的范围，然后对各边市场的范围赋予一定的权重，综合权衡得出多边平台的相关市场范围。

除了以上方法，还包括基于用户注意力、数据转移成本等因素的考量，以及结合数字经济特性对传统市场界定方法的创新应用等[8]。需要注意的是，以上方法并非孤立存在，而是可以根据具体案件的特点和需求进行选择 and 组合使用。同时，由于数字经济领域的复杂性和多变性，相关市场界定的方法也需

要不断适应和更新。

### 3. 数字经济领域“相关市场”界定的方法分析

#### 3.1. SSNIP 测试法在数字经济领域的应用

SSNIP 测试法(Small but Significant and Non-transitory in Price, 即“假定的垄断者测试”)是一种用于确定企业并购反垄断规制的相关市场范围的方法。该方法通过模拟一个假定的垄断者,在非临时性的小幅但有意义的价格上涨(通常假定为5%)后,观察消费者是否仍会购买该产品,从而判断相关市场的范围。

##### 3.1.1. 数字经济对 SSNIP 测试法的挑战

随着数字经济的蓬勃发展,市场结构和竞争模式发生了深刻变化,这给 SSNIP 测试法带来了前所未有的挑战。

双边市场和网络效应给 SSNIP 测试法带来了极大的困扰。在数字经济中,许多平台采用的是双边市场模式,其中一边的用户往往是免费享受服务的,如社交媒体平台上的用户或在线市场中的买家。这种双边市场的特性使得传统基于价格变化的 SSNIP 测试法难以适用。因为在双边市场中,价格变化不仅影响直接付费方,还可能通过平台机制间接影响免费一方的行为和市场结构[9]。

产品边界的模糊性也是数字经济对 SSNIP 测试法提出的挑战之一。在传统经济中,产品和服务之间的界限相对清晰,但在数字经济中,这种界限变得模糊。数字产品往往通过多重相连的价值链构成复杂的生态系统,这些产品可能包括软件、硬件、服务等多个方面。在这种情况下,确定一个独立的产品群变得困难,因为不同产品之间可能存在着紧密的互补关系或替代关系。这使得基于产品群进行 SSNIP 测试法的分析变得复杂且不准确。

数字经济中的动态竞争环境也对 SSNIP 测试法提出了挑战,与传统经济相比,数字经济中的市场竞争更加激烈和动态。产品差异化和技术创新能够迅速改变市场竞争格局,动摇既有企业的市场份额优势。这种快速变化的竞争环境使得基于市场份额推测企业市场力量的方法变得不再可靠。因为市场份额可能随着新产品或新技术的出现而迅速变化,而 SSNIP 测试法通常需要基于较长时间的市场数据进行分析。因此,在数字经济中,SSNIP 测试法可能无法准确反映市场竞争的实际情况。

##### 3.1.2. SSNIP 测试法在数字经济领域的革新

随着数字经济的蓬勃发展,传统的市场界定方法面临着前所未有的挑战。传统的 SSNIP (Small but Significant and Non-transitory Increase in Price, 小幅但显著且非临时性涨价)测试法,虽然在过去的市场界定中发挥了重要作用,但在数字经济领域,其适用性需要进行相应的革新。

首先,为了适应数字经济的特点,SSNIP 测试法需要从基于价格的分析转向基于转移成本的分析。在数字经济中,商品和服务的数字化程度极高,消费者往往可以通过网络平台轻松获取所需信息和服务,这使得传统价格因素在市场竞争中的作用相对减弱。因此,我们需要更加关注消费者在转移使用不同商品或服务时所需付出的成本,如时间成本、学习成本、数据迁移成本等。这种基于转移成本的分析方法,可以更加准确地反映数字经济中市场的竞争状况,从而更准确地界定相关市场。

其次,在数字经济中,网络效应和双边市场的特性对市场竞争格局产生了深远影响。网络效应指的是随着用户数量的增加,商品或服务的价值也随之增加的现象。在数字平台中,这种网络效应尤为明显,因为平台的价值往往取决于其上用户的数量和活跃度。同时,双边市场特性也使得数字平台在连接买方和卖方时具有独特的优势[10]。因此,在运用 SSNIP 测试法界定数字平台相关市场时,我们需要充分考虑网络效应和双边市场的特性。

最后,为了实现精细化执法和数字化监管,监管机构需要配备足够的专业执法力量,并尝试采用数

字化手段提高智慧监管水平。数字经济的高度复杂性和专业性要求监管机构具备相应的技术能力和专业知识,以便更好地理解和应对市场中的新变化和新问题。通过运用这些数字化手段,监管机构可以更加及时地发现和处置市场中的违法违规行为,维护市场的公平竞争和消费者的合法权益。

### 3.2. SSNDQ 测试法在数字经济领域的应用

SSNDQ 测试法(Small but Significant Non-transitory Decrease in Quality, 数量不大但有意义且并非短暂的质量下降)在数字经济领域的适用性主要体现在处理免费商品或服务以及那些难以直接通过价格变动来评估市场力量的场景中。

SSNDQ 测试法是在 SSNIP 测试法的基础上发展而来的一种新方法,主要用于在数字经济中处理免费商品或服务以及难以直接通过价格变动来评估市场力量的场景。它通过模拟一个假定的垄断者小幅但有意义地降低其商品或服务的非价格因素(如质量、数量、广告时长等),来观察消费者是否仍会购买该产品,从而判断相关市场的范围。

#### 3.2.1. SSNDQ 测试法在数字经济领域的适用性

在数字经济中,许多平台提供免费商品或服务,如社交媒体、搜索引擎等。这些平台通常通过广告或其他非价格手段获取收入,因此传统的基于价格变动的 SSNIP 测试法无法直接应用。而 SSNDQ 测试法通过模拟降低非价格因素(如广告时长、用户体验等)来观察消费者反应,从而适用于这种场景。

非价格竞争在数字经济中成为越来越重要的竞争手段。例如,平台可能通过提供个性化推荐、增强用户体验等方式来吸引用户。这些非价格因素的变化对消费者选择具有重要影响,但难以通过价格变动来直接衡量。SSNDQ 测试法通过模拟这些非价格因素的变化,可以更有效地评估这种非价格竞争的影响。

数字经济市场具有高度动态性,新产品、新服务不断涌现,市场竞争格局不断变化。SSNDQ 测试法可以灵活调整模拟的非价格因素,以适应这种快速变化的市场环境。

#### 3.2.2. SSNDQ 测试法的应用案例

在数字经济的浪潮中,视频平台作为重要的内容分发渠道,其市场力量的评估成为并购审查和反垄断认定的重要议题。传统的 SSNIP 测试法,即“小幅但显著且非临时性涨价”测试法,在视频平台等数字经济领域的应用面临着诸多挑战<sup>[11]</sup>。为了更准确地评估视频平台的市场力量,我们可以借鉴一种改进的测试法——SSNDQ 测试法。

以某知名视频平台为例,该平台为用户提供大量的免费广告支持内容,并通过广告时长、频率和类型来平衡其商业模式。在这种情况下,如果直接增加价格(即收费观看)可能会引发用户流失,因此,我们可以通过模拟非价格因素的下降(即增加广告时长)来评估该平台的市场力量。

这种改进的 SSNDQ 测试法为并购审查和反垄断认定提供了有力的依据和证据。通过模拟非价格因素的下降(如广告时长的增加),我们可以更准确地评估视频平台在数字经济时代的市场力量,从而确保市场竞争的公平性和有效性。同时,这也为其他数字经济领域的市场界定和竞争分析提供了新的思路和方法。

SSNDQ 测试法在数字经济领域具有较高的适用性,特别是在处理免费商品或服务、评估非价格竞争以及适应动态市场变化等方面。通过模拟非价格因素的变化来观察消费者反应,可以更准确地评估企业在相关市场上的市场力量,为反垄断执法提供有力支持。

## 4. 数字经济领域“相关市场”界定的难点与对策

### 4.1. 数字经济领域“相关市场”界定的难点与问题

在数字经济时代,相关市场的界定面临着一系列前所未有的难点与问题。这些挑战不仅源于数字经



济本身的特性，也反映了传统市场界定方法的局限性。

首先，商品与服务的复合性给相关市场界定带来了复杂性。在数字经济中，商品和服务往往不再单一，而是具有复合性功能。例如，智能手机不仅仅用于通讯，还集成了拍照、上网、支付等多种功能。这种复合性使得单一产品可能跨越多个市场，使得传统基于功能或产品类别的市场界定方法变得困难。同时，平台经济中平台提供的服务也往往涉及多个领域，如电商平台同时提供商品交易、支付、物流等服务，这种服务的复合性也增加了相关市场界定的难度。

其次，跨市场竞争与融合使得相关市场的边界变得模糊。数字经济以平台为中心的商业模式扩展了相关市场上以商品基础功能为主的商品功能叠加竞争。双边或多边市场下的跨市场竞争与融合情况越来越复杂，如电商平台与支付平台之间的跨市场竞争与融合，使得原本清晰的市场边界变得模糊。

最后，传统市场界定方法的局限性在数字经济中得到了充分显示。传统的相关市场界定方法主要基于价格、数量等经济指标，但在数字经济中，这些指标可能无法准确反映市场的竞争状况。为了应对这些挑战，需要探索新的相关市场界定方法。然而，目前对于新方法的研究和应用仍处于探索阶段，尚未形成成熟的理论体系和实践经验。

## 4.2. 数字经济领域反垄断的执法对策

在数字经济时代，平台经济反垄断工作显得尤为关键。为了维护公平竞争的市场环境，推动经济的持续健康发展，我们需要采取一系列连贯而具体的措施。

首先，我们要强化合规指导，制定明确的反垄断合规标准，并通过构建评价体系来激励企业遵守法律法规，提高合规自觉性<sup>[12]</sup>。同时，增强技术支撑，通过数字化手段加强反垄断人员的培训，利用大数据、人工智能等技术手段对平台企业的核心技术进行监管，确保市场竞争的公平性。

其次，我们要注重多方协作，加强与消费者、媒体、研究机构以及国际社会的合作，共同发现和应对反垄断问题，通过跨部门联合监管机制，形成合力打击垄断行为的态势，确保市场竞争的透明度和公正性。同时，完善法律法规是反垄断工作的基础。我们要及时修订《反垄断法》等相关法律法规，明确数字经济领域的反垄断执法范围和执法标准，为执法工作提供明确的指导。此外，还要制定专门的反垄断指南或规定，以应对数字经济的特点和挑战。在执法方面，我们要加大力度，对平台企业的不正当竞争行为进行严厉打击，并公开曝光典型案例，形成强大的震慑效应。建立健全反垄断执法信息公示制度，提高执法透明度，让公众了解反垄断工作的进展和成果。此外，我们还要推动司法制度的完善，加强反垄断司法与执法的衔接，发布相关司法文件，明确数字经济领域的反垄断司法标准。减轻原告举证责任，提高司法效率，鼓励和支持私人诉讼，形成多元化的反垄断实施机制。

最后，我们要鼓励公平竞争，建立健全公平竞争审查制度，防止行政性垄断和地方保护主义。加强竞争倡导和竞争文化建设，提高全社会对反垄断工作的认识和支持。鼓励和支持中小企业发展，为它们提供公平的竞争环境，促进市场竞争的多样性和活力。通过采取这些举措，我们将能够有效加强数字经济时代的平台经济反垄断工作，维护公平竞争的市场秩序，为经济的持续健康发展提供有力保障。

## 5. 结语

在数字经济领域，相关市场的认定标准需要紧密结合其特有的经济运作模式和竞争特点。我们需要认识到数字经济中商品和服务的复合性，这意味着我们不能仅从传统的价格、数量等维度来界定市场，而应综合考虑商品或服务的功能、用户群体、数据流动等多个维度。跨市场竞争与融合是数字经济领域的显著特征，平台经济通过双边或多边市场模式，实现了不同市场之间的互联互通和资源共享。因此，在认定相关市场时，我们必须充分考虑平台在不同市场间的相互作用和依赖关系，以及跨市场竞争对整



体市场竞争格局的影响。

在数字经济领域进行反垄断执法时，我们应采取一系列措施来确保执法的有效性和公正性。首先，我们需要完善相关法律法规，明确数字经济领域的反垄断标准和执法程序。这将为反垄断执法提供明确的法律依据和指导。其次，我们需要加强监管能力，提升反垄断执法机构的技术水平和专业能力。利用大数据、人工智能等先进技术进行监管，能够更好地发现和处理数字经济领域的违法行为。同时，加强与国际反垄断机构的合作与交流，共同应对跨国平台的垄断行为，也是提高执法效果的重要途径。

在执法过程中，我们需要严格执法力度，对平台企业的违法行为进行严厉打击。依法查处并公开曝光典型案件，形成震慑效应。同时，加强执法与司法的衔接，提高反垄断执法的效率和效果。

## 参考文献

- [1] 王晓晔. 市场界定在反垄断并购审查中的地位和作用[J]. 中外法学, 2018, 30(5): 1324-1338.
- [2] 兰磊. 反《反垄断法》上的“不相关”市场界定[J]. 中外法学, 2017, 29(6): 1647-1676.
- [3] 江山. 论反垄断法规范中的规则与标准[J]. 环球法律评论, 2021, 43(3): 67-84.
- [4] 戴龙. 论组织帮助型垄断协议的规制——兼议我国《反垄断法》的修订[J]. 法学评论, 2021, 39(1): 105-114.
- [5] Stigler, G.J. (2019) Committee for the Study of Digital Platforms Market Structure and Antitrust Subcommittee. Report, University of Chicago Booth School of Business.
- [6] 孙晋, 钟瑛嫦. 互联网平台型产业相关产品市场界定新解[J]. 现代法学, 2015, 37(6): 98-107.
- [7] 丁晓东. 论数据垄断: 大数据视野下反垄断的法理思考[J]. 东方法学, 2021(3): 108-123.
- [8] 王艺璇, 安真真. 注意力经济: 电商直播中消费者注意力的生产与控制[J]. 中国青年研究, 2021(2): 14-21.
- [9] 唐要家, 唐春晖. 数字平台反垄断相关市场界定[J]. 财经问题研究, 2021(2): 33-41.
- [10] 叶明. 互联网对相关产品市场界定的挑战及解决思路[J]. 社会科学研究, 2014(1): 9-16.
- [11] 李剑. 多产品下的相关市场界定——基于中国经营者集中典型案例的反思[J]. 法学, 2019(10): 49-61.
- [12] 金善明. 中国平台经济反垄断监管的挑战及其应对[J]. 国际经济评论, 2022(3): 125-155+7.