

论滥用市场支配地位的认定与制度完善

彭佳玲

四川省社会科学院法学所, 四川 成都

收稿日期: 2024年10月25日; 录用日期: 2024年11月12日; 发布日期: 2024年12月19日

摘要

在当今竞争激烈的市场经济环境中, 受国际、国内双向经济大环境的影响, 在频繁的市场交易活动中, 滥用市场支配地位的行为由于其滥用行为的多样性、广泛性和复杂性等, 使其成为经济法发展的一大毒瘤, 司法实践中难以从根本上遏制, 对市场公平竞争秩序和广大消费者利益造成了严重损害。在我国现代化法治国家、法治经济建设的重要任务阶段, 针对这一局面, 反不正当竞争法、垄断法学界的诸多前辈学者都进行了分析研究, 提出许多解决方法和完善建议。本文则在我国相关理论和实践研究基础之上, 运用分析对比解释的方法深入探讨滥用市场支配地位的概念特征、认定标准、表现形式以及相关法律规制, 提出些许完善我国滥用市场支配地位认定制度的建议, 以维护市场的公平竞争和健康发展。

关键词

市场支配地位, 市场控制能力, 法律规制, 认定标准

On the Identification and Institutional Improvement of Abuse of Market Dominance

Jialing Peng

Institute of Law, Sichuan Academy of Social Sciences, Chengdu Sichuan

Received: Oct. 25th, 2024; accepted: Nov. 12th, 2024; published: Dec. 19th, 2024

Abstract

In today's fiercely competitive market economy environment, affected by the international and domestic two-way economic environment, in frequent market trading activities, the abuse of market dominance has become a major cancer in the development of the economic rule of law due to the diversity, breadth and complexity of its abuse, etc., and it is difficult to fundamentally containment

has caused serious damage to the fair competition order in the market and the interests of the majority of consumers. In the important task stage of China's modern country under the rule of law and the construction of an economy under the rule of law, in response to this situation, many senior scholars in the anti-unfair competition law and monopoly law circles have analyzed and studied, and put forward many solutions and improvement suggestions. On the basis of China's relevant theoretical and practical research, this article uses the method of analysis and comparative interpretation to deeply explore the conceptual characteristics, recognition standards, manifestations and relevant laws and regulations of the abuse of market dominance, and puts forward some suggestions to improve China's abuse of market dominance recognition system to maintain market fairness to maintain fair competition and healthy development of the market.

Keywords

Market Dominance, Market Control Ability, Legal Regulation, Identification Criteria

Copyright © 2024 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

在当今全球化和数字化的经济环境中，市场竞争日益激烈，企业为谋求生存与发展不断调整自身策略。然而，部分企业凭借其在市场中的优势地位，采取不正当手段限制竞争、损害消费者利益，这种滥用市场支配地位的行为严重扰乱了市场秩序，阻碍了经济的健康发展[1]。

对滥用市场支配地位的研究具有重要的理论和实践意义。从理论层面看，它有助于丰富和完善竞争法的理论体系，拓展我们对市场竞争结构和企业行为的认识。在实践中，能够为执法机构提供更有力的工具。本文将深入研究滥用市场支配地位行为的相关问题，通过对相关理论和实践的梳理与分析，探讨现行认定标准的合理性和不足之处，并提出改进和完善的建议，以期为构建更加公平、有效的市场竞争环境提供有益的参考。

2. 滥用市场支配地位的概念和特征

2.1. 滥用市场支配地位的定义

市场支配地位是指经营者在某些特定市场中具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场优势地位[2]。虽然在各国的竞争法中不一定都使用市场支配地位这一概念，而分别有垄断状态、独占、垄断力以及经济优势等不同的名称，但它们所指的经济现象却是大致相同的。以下是一些国家或地域对市场主导权的解读：美国采纳了“垄断力”(Monopoly Power)这一理论，1956年的杜邦公司案件中，美国最高法院把“企业掌控价格的能力或者消除竞争的能力”定义为垄断力。

中国的《反垄断法》借鉴德国的做法，使用了“市场支配地位”这一术语，并在第十七条对其作出定义：“指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位”¹。各国和地区对市场支配地位的定义虽然有所不同，但都强调了企业在市场中具有控制或影响市场的能力[3]。这些定义的目的是为了规范市场竞争，保护消费者利益

¹最高人民法院指导案例78号——奇虎诉腾讯公司滥用市场支配地位纠纷案_界定 (<https://www.sohu.com/>)。

和维护市场秩序。

“滥用”即在具有上述所解释的优势地位时，通过不公平、不合理且违反市场竞争原则的手段或方式，以损害竞争对手、消费者或公共利益为代价，谋取超额利润或其他不当利益[4]。这种滥用行为通常表现为对市场资源的不合理配置、对消费者选择权和福利的侵害，以及对市场创新和竞争活力的抑制。其手段可能包括但不限于下文将要提到的垄断高价、掠夺性定价、拒绝交易、限定交易、搭售、附加不合理交易条件等。例如，具有市场支配地位的企业可能通过拒绝向其他企业提供关键原材料或技术，阻碍竞争对手的正常生产经营；或者强制要求消费者购买不必要的附加产品或服务。

2.2. 滥用市场支配地位的特征

2.2.1. 行为主体的特定性

滥用市场支配地位的行为主体通常是在特定市场中占据显著优势的企业或组织。这些主体凭借其在市场份额、技术实力、品牌影响力、资金规模等方面的强大优势，能够对市场交易条件和竞争格局施加显著影响[5]。这些主体之所以具有特定性，主要基于以下几个关键因素。

从市场份额来看，它们在相关市场中拥有较大比例的份额，从而能够对市场价格、产量和其他交易条件产生重大影响。例如，某些大型互联网科技公司在特定的在线服务领域占据了绝大部分的市场份额，使其具有左右市场走向的能力。

从资源掌控的角度，这类主体往往掌握着关键的生产要素、技术专利、销售渠道或品牌影响力等稀缺资源。这使得其他竞争对手难以与之抗衡，如某些制药企业凭借独家的药物专利技术，在特定的药品市场中形成了独一无二的优势[6]。

从进入壁垒的层面分析，这些特定的行为主体可能通过各种手段构建了较高的市场进入壁垒，阻止新的竞争者轻易进入市场。这可能包括大规模的资本投入需求、复杂的技术标准、强大的网络效应等。例如，某些能源企业通过长期的基础设施投资和特许经营许可，形成了其他企业难以突破的市场进入障碍[7]。

从行业集中度的角度看，某些行业本身的特点导致市场集中度较高，少数几家企业占据主导地位。在这种情况下，这几家特定的企业就更容易拥有市场支配地位，并可能出现滥用的行为。比如在一些寡头垄断的行业，少数大型企业的决策和行动对整个市场的影响至关重要。

2.2.2. 行为的反竞争性

其一为排除竞争或限制，即具有市场支配地位的企业通过滥用其优势，采取各种手段如垄断高价、掠夺性定价、拒绝交易等，阻止潜在竞争对手进入市场，或者削弱现有竞争对手的竞争力，从而破坏了市场竞争的结构和机制。其二，扭曲市场资源配置，这类行为使得资源不是依据市场效率和竞争原则进行分配，而是倾向于流向具有市场支配地位的企业。这导致资源配置的低效和不合理，阻碍了经济的整体发展和创新[8]。

2.2.3. 主观意图的故意性

主观意图的故意性是指在滥用市场支配地位的行为中，企业或经营者清晰地知晓其行为的性质和可能产生的后果，却仍然积极主动且有意识地去实施这些行为，以达成其特定的经济或商业目标[9]。这种主观上的故意是企业刻意破坏市场公平竞争环境、谋取不当利益的内在驱动因素。

这种故意性具有显著的特征和表现。其一，企业在做出决策之前，通常会进行全面且深入的分析和评估。他们会仔细研究市场状况、竞争对手的情况以及消费者的反应，充分预见到其行为可能对市场竞争格局产生的重大影响，但依然决定推行这些具有破坏性的策略[10]。其二，企业在实施滥用行为时，往

往表现出坚定的决心和强烈的意愿。例如，在决定采取垄断高价策略时，并非由于对成本或市场变化的误判，而是明知会损害消费者利益和市场公平竞争，却执意以此获取高额利润。其三，这种故意性还体现在企业对可能面临的法律风险和社会舆论压力的权衡与漠视。尽管了解相关法律法规对其行为的限制和可能带来的惩罚，却认为通过巧妙的手段或强大的市场影响力能够规避监管和制裁。此外，企业内部的沟通和决策过程也能反映出主观意图的故意性。高层管理者不仅主导决策，还向各级员工传达明确的指令，要求他们执行这些违背公平竞争原则的策略，整个组织上下形成一种共同的故意意识^[11]。

2.2.4. 后果的严重性

损害消费者利益，通过实施垄断高价、降低产品或服务品质、限制消费者的选择等手段，消费者无法获得公平的交易条件和合理的价格，其福利受到直接损害。抑制创新动力，由于市场支配地位企业能够轻松获取高额利润，缺乏竞争压力，从而降低了创新的积极性。同时，对竞争对手的排挤也抑制了整个行业的创新和技术进步^[12]。破坏市场公平，滥用市场支配地位打破了市场主体之间平等竞争的原则，使得市场竞争失去了公平性和公正性，破坏了市场的信任和法治环境。

2.3. 滥用市场支配地位的表现形式

2.3.1. 价格手段形式

包括垄断高价、低价，掠夺性定价，价格歧视等手段。其中垄断高价是指具有市场支配地位的经营者在销售商品或提供服务时，将价格定在远高于正常市场价格和成本的水平，从而获取超额利润。例如，在某些具有自然垄断性质的行业，如电力、供水等，垄断企业可能利用其垄断地位制定过高的价格，使消费者不得不承受不合理的费用负担。垄断低价则是指具有市场支配地位的经营者在购买商品或服务时，将价格压到远低于正常市场价格和成本的水平。比如，一家具有强大市场势力的零售商在采购商品时，凭借其规模和地位，向供应商施加压力，以极低的价格进货，损害供应商的合理利益。掠夺性定价指具有市场支配地位的经营者，为了排挤竞争对手，以低于成本的价格销售商品或提供服务。从短期看，实施掠夺性定价的企业可能会承受亏损，但目的是在竞争对手因无法承受低价竞争而被迫退出市场后，再提高价格，从而获取长期的垄断利润。各国反垄断法通常会对掠夺性定价行为进行规制和处罚，以维护市场的公平竞争和消费者的合法权益。曾经，某网约车平台在进入新市场时，通过大规模补贴，以低于成本的价格提供服务，挤垮了当地的许多小型网约车公司。当竞争对手减少后，便逐步提高价格^[13]。而价格歧视是指企业在销售同种商品或服务时，对不同的消费者制定不同的价格，而这种价格差异并非基于成本等合理因素。

2.3.2. 非价格手段形式

拒绝、限定交易，没有正当理由拒绝或限定与交易相对人进行交易，实质性削减与交易相对人的现有交易数量，或拖延、中断现有交易等。最典型的就是高通公司曾拒绝向一些芯片制造商授权其必要的专利技术，限制了这些企业在相关市场的发展。搭售或者附加不合理交易，在交易时强制搭售商品，或附加如过高的预付款、不合理的售后服务要求等其他不合理条件。如微软公司在销售操作系统时，强制搭售其浏览器，限制了消费者的选择和其他浏览器厂商的竞争。还有某些手机品牌要求其售后服务商必须达到极高的销售指标，否则取消合作资格，给服务商带来巨大压力。还有滥用市场优势信息，通常指的是具有市场支配地位的企业或个人，不合理地利用其掌握的信息，从而妨碍市场公平竞争、损害其他经营者或消费者合法权益的行为^[14]。例如，在知网“低买高卖”的案例中²，专家认为其涉嫌滥用市场支配地位。知网掌握了大量的学术资源信息，在相关市场中具有明显的优势。它以较低价格获取著作权

²<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1730778123616669639&wfr=spider&for=pc>。

人的作品，然后以较高价格向用户提供服务，这种行为可能被认为是不合理地利用其市场优势信息。随着大数据时代的普及发展，这种现象愈演愈烈，为了规制这种行为，我国相关法律也在不断完善中。2021年8月20日通过的《中华人民共和国个人信息保护法》也对个人信息的收集、使用等方面进行了规范，防止企业过度收集个人信息并滥用这些信息优势。而交叉补贴行为，是指具有市场支配地位的企业利用在一个市场上的盈利来补贴其在另一个市场上的低价竞争策略，以达到排挤竞争对手、扩大市场份额或建立垄断地位的目的。

3. 滥用市场支配地位的认定标准

3.1. 市场份额

市场份额是衡量企业在相关市场中地位的重要指标之一。较高的市场份额通常表明企业在市场中具有较强的影响力。其考量因素包括企业产品或服务的销售量、销售额、市场占有率等。但市场份额并非唯一的决定因素，还需结合其他因素综合判断。

3.2. 市场控制力

市场控制能力是指企业或组织在特定市场中对价格、产量、供应、需求等关键市场因素施加影响和支配的能力。具有较强市场控制能力的企业能够在一定程度上独立决定产品或服务的价格，不受市场竞争的显著约束。它们可以通过控制产量来调节市场供需平衡，从而影响市场价格和自身利润。此外，这类企业还可能对市场的进入和退出设置障碍，阻止潜在竞争对手进入市场，或者迫使竞争对手退出。

3.3. 市场进入壁垒

市场进入壁垒是指新企业进入特定市场时所面临的障碍和困难，这些障碍使得新企业难以进入或在市场中生存和发展。市场进入壁垒主要包括以下几种类型。

3.3.1. 经济规模壁垒

某些行业需要大规模的生产和运营才能实现成本效益，新进入者如果无法达到这样的规模，将面临成本劣势。

3.3.2. 资本需求壁垒

进入某些市场需要大量的资金投入，用于购置生产设备、研发、营销等，新企业可能难以筹集到如此巨额的资金。

3.3.3. 技术壁垒

行业内现有企业掌握着关键的技术和专利，新进入者需要花费大量时间和资源来突破这些技术障碍。

3.3.4. 渠道壁垒

现有企业已经建立了完善的销售和分销渠道，新进入者难以在短时间内建立起有效的渠道网络。

3.3.5. 政策法规壁垒

政府的政策、法规和许可证制度可能限制新企业的进入，例如某些行业需要特定的许可证或资质。

3.3.6. 绝对成本优势壁垒

现有企业通过经验积累、规模经济等方式，在成本方面具有新进入者无法达到的优势。市场进入壁垒的存在可能会影响市场的竞争程度和结构。过高的进入壁垒可能导致市场集中度增加，减少竞争，从而不利于市场效率和消费者福利。

3.4. 消费者依赖程度

消费者依赖程度是指消费者对特定产品、服务或企业的依赖程度和依赖状况。消费者依赖程度对于企业和市场竞争具有重要影响。对于具有较高消费者依赖程度的企业来说，它们在市场中具有更强的话语权和定价能力。在评估市场竞争状况和企业的市场地位时，消费者依赖程度是一个重要的考量因素。监管部门在反垄断和维护市场公平竞争时，也会关注消费者依赖程度，以防止企业利用消费者的依赖实施不利于市场竞争和消费者利益的行为。

3.5. 竞争对手的状况

3.5.1. 竞争对手的数量

如果竞争对手数量稀少，且规模和实力相对较弱，这可能暗示着该市场的竞争程度较低，从而增加了企业拥有市场支配地位的可能性。例如，在一个特定的行业中，只有少数几家企业能够提供关键产品或服务，且它们之间的规模差距显著，那么规模较大的企业就更有可能被认定为具有市场支配地位。

3.5.2. 竞争对手的竞争力和发展态势

若竞争对手在技术创新、成本控制、市场营销等方面表现不佳，无法与被调查企业有效竞争，或者其市场份额持续萎缩，发展受到明显抑制，这可能表明被调查企业具有较强的市场控制能力，并可能存在滥用行为。

3.5.3. 竞争对手进入市场的难易程度

如果新的竞争对手难以进入市场，例如存在极高的资金、技术、品牌等壁垒，使得潜在的竞争者望而却步，这也能从侧面反映出被调查企业在市场中的强势地位以及可能存在的限制竞争行为。

3.5.4. 竞争对手之间的合作与协同情况

如果竞争对手之间存在明显的协同行为，例如联合定价、划分市场等，这可能意味着市场竞争机制受到扭曲，而具有市场支配地位的企业可能在其中起到了主导或推动作用。

4. 我国滥用市场支配地位认定制度的现状

4.1. 法律规定

我国《反垄断法》等对滥用市场支配地位的行为进行了原则性规定，明确了禁止的滥用行为类型，并对市场支配地位的认定因素进行了列举。但现实中还存在着许多不足。

4.1.1. 相关市场界定的复杂性

相关市场的界定标准可能不够明确和细化，在实践中操作难度较大。界定相关市场需要综合考虑多种因素，如商品范围、地域范围、时间因素等，但具体的界定方法和标准可能不够清晰，导致不同执法者或司法者对同一案件的相关市场界定存在差异。

4.1.2. 市场支配地位认定因素的不确定性

虽然法律规定了一些认定市场支配地位的因素，但部分因素的适用存在不确定性，缺乏具体的量化标准。例如，如何准确衡量经营者控制销售市场或原材料采购市场的能力、财力和技术条件等，可能需要进一步明确和细化。

4.2. 执法实践

反垄断执法机构在查处滥用市场支配地位案件方面积累了一定的经验，但执法力度和效果以及监督

审判程序、法律责任等方面仍有待加强。

4.2.1. 滥用行为认定的主观性

对滥用行为的认定缺乏明确的指南和细则，使得执法和司法判断存在一定的主观性和不一致性。不同案例中对于类似行为的认定和处理可能有所不同，影响了法律的确定性和可预测性。

4.2.2. 监督和执法机制的不足

反垄断执法机构的资源和能力可能有限，难以全面、及时地发现和處理滥用市场支配地位的行为。此外，多部门之间的协调合作机制可能还需要进一步加强，以提高执法效率和效果。

4.2.3. 法律责任制度有待完善

处罚力度相对较弱，可能难以有效威慑违法行为。对于滥用市场支配地位的企业，现有的法律责任可能不足以对其形成强有力的约束，导致一些企业可能愿意冒险从事滥用行为。

4.3. 市场环境因素

4.3.1. 数字经济领域的挑战

在数字经济环境下，市场支配地位的形成和表现形式可能更为复杂。现有的认定制度在应对互联网平台等数字经济企业的特殊情况时，可能存在不适应或不够完善的地方，例如如何考量平台的网络效应、数据优势、多边市场等因素对市场支配地位的影响。

4.3.2. 动态竞争和创新因素的考量

在快速发展的市场环境中，动态竞争和创新不断改变着企业的市场地位和竞争格局。如何在认定制度中合理考量这些动态因素，避免对企业的正常竞争和创新活动造成不必要的限制，是一个需要解决的问题。

4.3.3. 国际经验的结合与本土化

在借鉴国际经验时，如何更好地将其与我国的国情和市场特点相结合，制定出符合我国实际情况的认定制度，也是需要不断探索和完善的方面。

5. 完善我国滥用市场支配地位认定制度的建议

5.1. 完善相关法律和指南

进一步细化和明确相关市场界定的标准和方法，结合数字经济等新经济形态的特点，制定更具针对性和可操作性的指南[15]。例如，在界定相关市场时，除了考虑商品和地域因素外，还应充分考虑时间、网络效应、数据等因素。明确市场支配地位认定因素的具体量化标准，减少不确定性。例如，针对经营者的财力、技术能力等因素，制定具体的评估指标和方法。制定更详细的滥用行为认定指南和细则，降低执法和司法判断的主观性和不一致性。明确各种滥用行为的具体表现形式和构成要件，为实践提供明确的指导。

5.2. 提升执法实践效果

5.2.1. 改进法律责任制度

适当加大对滥用市场支配地位行为的处罚力度，提高违法成本，以有效威慑违法行为。考虑引入惩罚性赔偿制度，激励受损害的经营者或消费者积极维权，同时对违法企业形成更大的约束。

5.2.2. 增强监督和执法能力

加强反垄断执法机构的建设，增加资源投入，提高执法人员的专业素质和技术能力。建立健全多部

门联合执法机制，加强反垄断执法机构与行业主管部门、司法机关等的协作与信息共享，提高执法效率和效果。充分发挥社会监督的作用，鼓励社会公众和行业组织对滥用市场支配地位行为进行举报和监督，建立有效的举报奖励制度。

5.3. 优化市场经济平台

5.3.1. 加强数字经济领域的监管

深入研究数字经济环境下市场支配地位的形成机制和表现形式，将网络效应、数据优势、多边市场等因素纳入认定制度。关注大型数字平台企业的市场行为，加强对其数据收集、使用和竞争策略的监管，防止其利用市场支配地位损害竞争和消费者利益。

5.3.2. 加强经济分析和动态监测

在认定过程中加强经济分析的运用，综合考虑市场结构、竞争状况、消费者福利等因素，使认定结果更加科学合理。建立对市场竞争状况的动态监测机制，及时掌握市场支配地位的变化情况，以便适时调整监管策略。

5.3.3. 推动国际交流与合作

积极参与国际反垄断规则的制定和讨论，借鉴国际先进经验，同时分享我国的实践成果，为完善全球反垄断治理贡献中国智慧。国际经验对我国完善滥用市场支配地位认定制度具有一定的参考价值。例如，德国的反垄断制度也较为健全。其强调对市场结构的分析，注重考察市场集中度等指标。在执法方面，德国反垄断机构具有较强的独立性和权威性，能够有效地开展调查和处罚工作。我国可借鉴其执法的科学方法，加强经济分析在认定过程中的运用；综合考虑多方面因素来认定市场支配地位，使认定标准更加客观和全面；针对新兴的数字经济领域，适时调整和完善相关规则；加强反垄断执法机构的建设，确保其独立性和权威性，以有效执行相关制度等。同时，在借鉴国际经验时，需结合我国的国情和市场特点，制定符合我国实际情况的认定制度。加强与其他国家和地区反垄断执法机构的信息交流与执法合作，共同应对跨国滥用市场支配地位行为，维护国际市场的公平竞争环境^[16]。

5.3.4. 加强宣传和教育

提高企业对反垄断法律法规的认识和理解，引导企业自觉遵守法律，避免从事滥用市场支配地位的行为。增强社会公众的反垄断意识，使其了解自身权益，积极参与对市场竞争的监督。

6. 结论

经济飞速发展的同时，消费者、投资者等主体的交易活动、交易行为亦同步复杂化、频繁化。在此种环境下，滥用市场支配地位的行为严重破坏了市场的公平竞争环境，导致市场效率低下，阻碍经济的健康发展。正是由于这样的变化，本文研究也强调对滥用市场支配地位行为的认定应当多角度、多方面进行考量，以涵盖复杂多变的新型相关行为。在未来的发展中，我们应持续关注市场变化和国际竞争形势，在借鉴国际经验的基础上，不断完善相关法律制度，加强执法和司法力度，有效遏制滥用市场支配地位的行为，以适应市场经济发展的需要，推动我国经济向更高质量、更公平、更可持续的方向发展。

参考文献

- [1] 焦海涛. 反垄断法下的平台互联互通: 滥用市场支配地位的分析框架[J]. 安徽师范大学学报(社会科学版), 2024, 52(4): 110-120.
- [2] 朱晖, 车璟姝. 互联网平台企业滥用市场支配地位的认定与规制[J]. 大连民族大学学报, 2024, 2(4): 361-368.
- [3] 余亚如. 加大反垄断司法力度维护市场公平竞争[N]. 人民法院报, 2024-06-25(004).

-
- [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] 韩柏松. 欧盟委员会诉亚马逊滥用市场支配地位案例分析及其启示[D]: [硕士学位论文]. 黄石: 湖北师范大学, 2024.
- [6] 车璟姝. 互联网平台企业滥用市场支配地位的认定与应对研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 大连海洋大学, 2024.
- [7] 陈家佳, 韩聆伊. 滥用市场支配地位的行政处罚难点及规制路径探析[J]. 中国价格监管与反垄断, 2024(4): 34-36.
- [8] 袁嘉. 滥用数据优势行为的竞争法规制[J]. 政法论丛, 2024(2): 75-85.
- [9] 刘奕麟. 论大数据商业模式反垄断规制的困境与出路——以滥用市场支配地位为研究视角[J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2024, 45(3): 80-86.
- [10] 中共国家市场监督管理总局党组. 持续优化公平竞争的市场环境[N]. 中国消费者报, 2024-01-17(001).
- [11] 贾海玲. 滥用市场支配地位认定中“正当理由”的判定困境及对策——基于比例原则的视角[J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2023(4): 51-63.
- [12] 徐瑜璠. “大数据杀熟”行为的滥用市场支配地位认定[D]: [硕士学位论文]. 上海: 华东政法大学, 2023.
- [13] 王磊. 市场支配地位的认定与反垄断法规制[M]. 北京: 中国工商出版社, 2006.
- [14] 许光耀. 支配地位滥用行为的反垄断法调整[M]. 北京: 人民出版社出版, 2018.
- [15] Jianqin, L. (2022) Legal Regulation on Abuse of Dominant Market Position in China's Internet Field. *Studies in Social Science Research*, 3, 152-159. <https://doi.org/10.22158/sssr.v3n4p152>
- [16] Rato, M. and Petit, N. (2013) Abuse of Dominance in Technology-Enabled Markets: Established Standards Reconsidered? *European Competition Journal*, 9, 1-65. <https://doi.org/10.5235/17441056.9.1.1>