

餐饮外卖网络服务平台“二选一”行为的 反垄断规制研究

陈春瑶

华东交通大学人文社会科学学院, 江西 南昌

收稿日期: 2025年4月2日; 录用日期: 2025年4月11日; 发布日期: 2025年5月16日

摘要

目前, 诸多外卖服务平台在相关市场肆意滥用自身的支配地位, 运用差异化收费策略、拖延商家入驻流程等手段频繁实施排他性交易行为。研究此问题的焦点在于: 在当前电商环境下, 排他性交易行为如何影响市场竞争与经济效益, 以及现有的反垄断规制体系应如何优化以应对此类行为? 因此应从剖析平台的具体排他性行为入手, 通过收集市场数据、案例分析, 结合相关经济理论, 探究其对市场结构、商家利益、消费者福利以及创新动力的影响。研究结论表明, 随着用户数量持续攀升, 电商平台理应借助技术创新与服务优化来赢取竞争优势, 而非诉诸限制竞争的排他性策略。排他性交易行为不仅阻碍市场的公平竞争, 还损害了商家与消费者的权益。故而, 深入探究排他性交易行为的反垄断规制, 在理论层面有助于丰富反垄断经济学理论, 在实践层面能够为监管部门制定科学有效的政策提供有力支撑, 具有极为重要的理论与实践双重价值。

关键词

网络平台, “二选一”行为, 反垄断规制, 美团垄断案

Study on Antitrust Regulation of “Either-Or” Behavior in Online Food Delivery Service Platforms

Chunyao Chen

School of Humanities and Social Sciences, East China Jiaotong University, Nanchang Jiangxi

Received: Apr. 2nd, 2025; accepted: Apr. 11th, 2025; published: May 16th, 2025

Abstract

Nowadays, numerous food delivery service platforms have been abusing their dominant positions

文章引用: 陈春瑶. 餐饮外卖网络服务平台“二选一”行为的反垄断规制研究[J]. 法学, 2025, 13(5): 906-911.
DOI: 10.12677/ojls.2025.135129

in the relevant market, frequently engaging in exclusive trading practices through differential pricing strategies and delaying the process of merchant onboarding. The focus of this study is on how exclusive trading practices affect market competition and economic efficiency in the current e-commerce environment, and how the existing anti-monopoly regulatory system should be optimized to address such behaviors. Therefore, the approach should begin with an analysis of the specific exclusive behaviors of platforms, through the collection of market data, case studies, and the application of relevant economic theories, to explore their impact on market structure, merchant interests, consumer welfare, and innovation incentives. The research findings indicate that as the number of users continues to rise, e-commerce platforms should rely on technological innovation and service optimization to gain a competitive advantage, rather than resorting to exclusive strategies that restrict competition. Exclusive trading practices not only hinder fair market competition but also harm the rights and interests of merchants and consumers. Thus, an in-depth exploration of the anti-monopoly regulation of exclusive trading practices is theoretically beneficial for enriching anti-monopoly economic theories and, in practical terms, can provide strong support for regulatory authorities to formulate scientific and effective policies, possessing significant theoretical and practical value.

Keywords

Online Platforms, “Choose One” Behavior, Antitrust Regulation, Meituan Monopoly Case

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. 餐饮外卖网络服务平台“二选一”行为的内涵界定

1.1. “二选一”行为的反垄断法定义

《反垄断法》的核心宗旨在于预防和制止垄断行为，促进市场良性竞争，切实维护消费者利益和社会公共利益，加快社会主义市场经济蓬勃发展[1]。而随着社会的发展，“二选一”行为逐渐成为破坏市场竞争秩序的突出问题，《反垄断法》对其认定有着明确且严谨的逻辑。在运用《反垄断法》对该行为进行规制时，最适配的条文是第18条和第22条，即构成纵向非价格垄断协议与滥用市场支配地位。基于这两条调控途径，相同的排他性协议则会产生不同的法律后果[2]。

此外，在“二选一”行为的判定中，“具有市场支配地位”是首要考量因素。市场支配地位并非单纯依据企业规模或市场份额来界定，而是综合多方面因素进行评估。以某外卖服务平台垄断案为例，正是因其在食品药品等外卖服务、线下餐饮服务行业中滥用其所享有的市场支配地位，才会频频得以实施“二选一”行为，进而对市场的良性竞争造成恶劣影响[3]。

1.2. “二选一行为”的具体表现形式

“显性二选一”模式主要是指电商平台通过书面协议或者当面通知等方式明确要求店铺经营者签订排他合作协议，同时要求其在一定期限内停止经营在其他平台的店铺，即直接地要求商户在本平台和其他竞争平台之间进行直接的“二选一”。以天猫为例，部分商家反映在电商促销节期间会被明确要求只能在天猫平台进行销售，否则将面临搜索降权、流量限制等惩罚措施。一些中小商家在面对这种情况时往往处于弱势地位，因此不得不服从平台的要求[4]。

“隐性二选一”的模式主要通过不易被察觉的方式来对商家进行限制和惩罚，进而实现平台垄断的

最终目的。一些电商平台虽然在商家入驻平台时未明确要求其只能与该平台合作，但是如果平台发现某一店铺还在其他平台经营的，其会变相采取店铺屏蔽、数据算法等技术手段削弱店铺的浏览量和经营信誉，让消费者找不到该店铺也难以信任该店铺产品[5]。

1.3. “二选一行为”的危害

“二选一”行为严重侵害了商家的自主经营权。商家作为市场主体，有权根据自身的经营状况和发展需求，自主选择在哪些平台开展业务。然而，“二选一”行为使得商家失去了这种自主选择的权利，被迫接受平台的不合理要求。商家为了在某个平台上继续经营，不得不放弃在其他平台的发展机会，这限制了商家的发展空间，增加了商家的经营风险。同时，“二选一”行为还导致了平台对商家的过度控制，商家在与平台的合作中居于弱势地位，无法与平台进行平等的谈判和协商，其合法权益难以得到保障。

“二选一”行为也使得消费者的选择受限，消费体验下降。在正常的市场竞争环境下，消费者可以在多个平台上进行比较和选择，从而获得更优质的商品和服务。然而，“二选一”行为导致了市场竞争的不公平，其他平台的发展受到限制，消费者在这些平台上的选择也相应减少。同时，由于平台缺乏竞争压力，其在服务质量、价格等方面的提升动力也会减弱，消费者的消费体验也会受到影响。例如，在“二选一”行为的影响下，消费者可能无法在某个平台上找到自己喜欢的商品或服务，或者需要支付更高的价格才能获得相同的商品或服务。

2. 我国餐饮外卖网络服务平台“二选一”反垄断法规制现状

我国《反垄断法》的第22条列明了滥用支配地位的七种情况，明确指出主体具备市场支配地位且滥用该地位是构成“二选一”行为的前提要件，同时进一步规定了经营者禁止实施的具体行为。

2.1. 界定相关市场

在反垄断分析中，相关市场界定是基础且关键的环节，通常选取供给替代分析和需求替代分析等方法。需求替代分析聚焦于消费者的需求偏好、价格敏感度以及商品或服务的可替代性。例如，当某类商品或服务价格上升时，消费者是否会转向其他替代品，若大量消费者出现这种转向，那么这些替代品就可能处于同一相关市场。供给替代分析则着重考虑生产者的生产能力和进入市场的难易程度。若生产者能够在短时间内调整生产，提供与目标商品或服务具有竞争关系的产品，且成本不会大幅增加，那么这些生产者也可能被纳入相关市场的考量范围。此外，还需考虑产品的特性、价格、用途等因素，综合判断市场的边界。

根据双边用户之间是否存在可直接观测的交易这一标准，双边市场可区分为交易型双边市场和非交易型双边市场[6]。在交易型的双边市场环境中，两个用户之间往往存在直接的交易互动。例如，电商平台一方面与商家建立联系，另一方面则与消费者建立联系。商家在该平台上出售自己的商品，消费者在浏览后按需进行购买。平台仅在交易过程中提供媒介，收取商家的交易佣金和广告位费用等。这种类型的市场在进行反垄断分析时，不仅需要关注平台对双方用户分别采取何种策略，还需着重研究双方用户在进行交易行为时对彼此产生的影响。当一方的用户数量或其行为发生变化时，这通常会对另一方用户的参与意向和交易的活跃度带来明显的变化，从而使得平台的市场地位产生波动。

在非交易型的双边市场环境中，双方用户之间并没有直接的交易活动，而是更多地依赖平台所提供的各种服务或产品来进行互动。以搜索引擎为例，一侧是搜索信息的用户，而另一侧是投放广告的公司。用户可以通过搜索引擎免费获得所需信息，而企业则可以利用这些搜索引擎向用户展示其广告。在对这种市场进行反垄断分析的过程中，主要关注的是评估该平台如何为双边用户创造价值，以及在平衡双方

用户需求的过程中,该平台所实施的策略是否有可能限制竞争。在反垄断的实际操作中,对于交易型和非交易型的双边市场,我们需要根据它们的独特性质,灵活地采用供给替代分析和需求替代分析等策略,以准确地定义相关市场,并据此合理评估平台企业的市场行为是否达到垄断的标准。

2.2. 相关企业是否占据市场支配地位

市场支配地位的认定通常要考虑市场份额、市场控制能力等因素。其中,市场份额是一个重要的量化指标,较高的市场份额往往意味着企业在市场中具有更强的影响力和商业价值。市场控制能力包括对价格、产量、销售渠道等方面的掌控能力。例如,企业是否能够自主决定产品价格,且其价格变动会对市场价格产生显著影响;或者其是否能够控制产品的产量,进而影响市场供需关系,这些因素都能够表明其是否有较强的市场控制能力。财力和技术条件是企业在市场竞争中的重要支撑,雄厚的财力可以支持企业进行大规模的市场拓展、研发投入等;高新技术条件则有助于企业提高生产效率、创新产品或服务,增强市场竞争力。

2.3. 认定竞争损害

竞争损害通常涵盖限制竞争、损害消费者利益、阻碍创新等多个方面。在认定此类损害时,监管部门往往需要收集多维度的证据。这些证据包括当事人提交的书面材料及相关人员询问笔录,用于了解相关方的行为动机与决策过程;其他竞争性平台提交的材料及相关人员询问笔录,能从竞争对立面的视角揭示潜在的竞争阻碍因素;平台内经营者相关人员询问笔录,有助于明晰平台运营规则对实际经营活动的影响;此外,还包含有关行业研究报告,其能提供宏观行业背景下的市场动态与竞争态势信息。

通过对收集到的证据进行深入剖析,可明确竞争损害的具体表现。例如,对平台与经营者签订的合作协议内容、公司绩效考核方案、竞争策略文件等进行研究,能够判断平台行为是否削弱了其他竞争性平台的竞争能力,进而对平台内经营者的利益造成损害。在证据分析过程中,常运用经济分析方法,借助市场份额变化、价格波动、用户数量增减等数据,量化分析相关行为对市场竞争的影响程度,以此精准认定竞争损害的范围和程度,为维护公平有序的市场竞争环境提供坚实依据。

3. “二选一”行为反垄断规制的困境

3.1. 相关市场和支配地位界定存在困难

如前所述,市场监管总局认定电商平台“二选一”行为构成滥用市场支配地位型垄断行为,在执法调查中认定其构成是否滥用市场支配地位,首先应当界定相关市场。相关市场可以理解为,在一定时期内就特定商品或服务展开竞争的具体地域范围和商品范围^[7]。在界定相关市场时主要考虑消费者对产品的需求度、满意度以及购入难度等。而供给认定替代法则从经营者的角度出发,假如某一产品能够被其他经营者在较短时间内制造出固有替代功能的不同产品,那么它们就属于同一相关市场。市场监管总局对美团、阿里巴巴案界定相关市场时兼采两种方法,但随着电商平台经营的多样化,传统相关市场界定方式在界定电商平台相关市场时显然不够全面^[8]。

3.2. 无法准确适用合理分析原则规制纵向非价格垄断协议

纵向非价格垄断协议是指交易相对人与经营者之间达成的能够产生排除、限制竞争效果、且不包含价格因素的协议。在网络平台领域,纵向非价格垄断协议具有一定的隐蔽性和复杂性。例如,平台与商家经协商后签订的独家合作协议,表面上可能是基于正常的商业合作考虑,但实际上可能限制了商家在其他平台的经营活动,从而排除或限制了市场竞争。此外,平台还可能通过技术手段、算法规则等方式,

对商家的经营行为进行隐性限制，如通过调整搜索排名、流量分配等方式，迫使商家接受平台的不合理要求。这些行为往往难以被察觉和认定，给反垄断执法带来了很大的困难。

目前，我国反垄断法律体系对于纵向非价格垄断协议的规制相对薄弱。虽然《反垄断法》等相关法律法规对纵向垄断协议作出了规定，但在具体实施过程中，存在一些不足之处。一方面，法律条文相对原则和抽象，缺乏具体的判断标准和操作指南，导致执法人员在认定纵向非价格垄断协议时面临较大的困难。例如，对于如何判断独家合作协议是否构成纵向非价格垄断协议，法律并没有明确的规定，需要执法人员根据具体情况进行综合判断。另一方面，现有法律对于纵向非价格垄断协议的处罚力度相对较轻，难以对违法行为形成有效的威慑。与横向价格垄断协议相比，纵向非价格垄断协议的违法成本较低，这在一定程度上也纵容了诸多企业的违法行为。

3.3. 反垄断执法资源有限且执法队伍建设不完善

《反垄断法》中明确规定反垄断执法工作统一由相关的反垄断执法机构负责。在我国，市场监管总局是主要的反垄断执法机构。经其授权，各省、自治区、直辖市的市场监督管理局负责各自辖区内的反垄断执法案件，自此形成中央和省两级分管的反垄断执法体制。随着网络平台的快速发展，反垄断案件数量呈逐年上升趋势。然而，反垄断执法机构的执法资源却相对有限，难以满足日益增长的执法需求。一方面，执法人员数量不足，面对大量的反垄断案件，执法人员往往分身乏术，无法对每个案件进行深入、细致的调查和处理。例如，一些基层反垄断执法机构，由于人员配备不足，对于一些复杂的网络平台反垄断案件，只能进行简单的调查和处理，难以达到理想的执法效果。另一方面，执法经费和技术设备相对落后，限制了执法机构的调查能力和执法效率。网络平台反垄断案件涉及大量的数据和技术问题，需要执法机构具备先进的技术设备和专业的数据分析能力，但目前一些执法机构在这方面还存在较大的差距。

4. “二选一”行为规制的建议

4.1. 进一步明晰相关市场和支配地位的界定

当前，网络平台经济发展日新月异，而现有的反垄断法律规定在应对网络平台“二选一”问题时，存在一定的模糊性。立法部门应结合网络平台的双边市场特性、网络效应以及跨界竞争等特点，制定更为详细、精准的法律条文。例如，明确网络平台相关市场的界定范围，不仅要考虑传统的产品功能、价格等因素，还要将平台的用户粘性、数据资源等纳入考量。同时，发布专门针对网络平台市场支配地位认定的指南，详细阐述市场份额计算方法、市场控制能力评估指标等，为执法和司法实践提供清晰的法律依据。

4.2. 厘清纵向非价格垄断的判断标准和法律解释

针对纵向非价格垄断协议规制方法匮乏的问题，需要对现有法律条文进行细化。明确纵向非价格垄断协议的具体表现形式，如独家交易协议、限制转售区域协议等，并制定相应的判断标准。例如，规定在何种情况下，独家交易协议可能构成纵向非价格垄断，考量因素包括协议双方的市场地位、协议期限、对市场竞争的影响程度等。同时，明确法律责任和处罚措施，提高法律的威慑力。

最高人民法院和反垄断执法机构应加强对纵向非价格垄断相关法律的解释工作，通过发布司法解释、指导性案例等方式，为执法和司法实践提供明确的指导。在解释过程中，充分考虑网络平台经济的特点，结合实际案例，详细阐述法律的适用条件和标准。例如，通过对典型案例的分析，明确网络平台与商家签订的某些合作协议是否构成纵向非价格垄断，以及如何认定其违法性。通过案例指导，使执法人员和

司法人员能够更好地理解和运用法律，提高执法和司法的准确性和一致性。

4.3. 进一步提高“二选一”行为的反垄断执法水平

随着网络平台反垄断案件的不断增加，执法资源相对不足的问题日益突出。政府应加大对反垄断执法机构的资金投入，配备先进的技术设备和专业的执法工具，提高执法效率。增加执法人员数量，尤其是具有经济学、法学、计算机科学等多学科背景的复合型人才，充实执法队伍力量。同时，建立跨地区、跨部门的执法协作机制，加强不同地区反垄断执法机构之间以及反垄断执法机构与其他相关部门之间的沟通与协作，形成执法合力。

网络平台技术复杂，对反垄断执法人员的专业能力提出了更高的要求。加强对执法人员的培训，定期组织业务培训和学术交流活动，邀请专家学者、行业从业者等进行授课和经验分享，提高执法人员对网络平台经济的认识和理解。鼓励执法人员开展自主学习和研究，不断更新知识结构，掌握先进的执法技术和方法。建立执法人员考核评价机制，对执法人员的工作业绩、专业能力等进行定期考核，激励执法人员不断提高自身素质和执法水平。

5. 结论

在目前的市场条件下，餐饮外卖网络服务平台的“二选一”现象已经频频发生。从其含义上分析，该行为不仅破坏了市场的正常竞争，而且侵害了企业的自主权和用户的选择权利，也影响了企业的创新能力。现行的反垄断法律制度虽然已经具备了相应的制度架构和依据，但是在实际操作中仍然存在着许多困难。

若要对“二选一”进行精准有效的监管，就必须采取多种措施。在立法方面，应明确确定有关市场及行业支配地位的标准，并对其进行具体的认定和司法解释；从法律的角度看，应加强对行政机关的支持力度，加强行政机关的业务素质，并构建有效的行政合作机制。唯有这样，才能建立起一个公正、有秩序的市场竞争氛围，保护商家和消费者的合法权利，促进我国的餐饮外卖网络服务平台产业以及整个电商产业的健康可持续发展。这既与当前的市场平稳运转有关，也与将来的经济改革和发展密切相关。

参考文献

- [1] 朱唯畅. 电商平台“二选一”行为反垄断法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 包头: 内蒙古科技大学, 2023.
- [2] 任世刚. 数据平台封禁反垄断规制中的“守门人”规则研究[D]: [硕士学位论文]. 景德镇: 景德镇陶瓷大学, 2024.
- [3] 韩媛媛. 反垄断法视角下数字平台自我优待行为规制研究[D]: [硕士学位论文]. 烟台: 烟台大学, 2024.
- [4] 吴太轩, 赵致远. 电商平台排他性协议的反垄断法规制[J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2021(3): 101-111.
- [5] 张江莉. 反垄断法在互联网领域的实施[M]. 北京: 中国法制出版社, 2020: 108.
- [6] 许丽. 电商平台“二选一”排他性交易的反垄断规制[J]. 中国流通经济, 2022, 36(4): 43-55.
- [7] 孙怡冉. 平台经济领域“二选一”行为的反垄断规制研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东政法学院, 2022.
- [8] 徐访. 电商平台“二选一”行为的反垄断规制研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 西北民族大学, 2023.