

全网最低价条款的反垄断法分析

奚 宁

长春理工大学法学院, 吉林 长春

收稿日期: 2025年9月11日; 录用日期: 2025年9月19日; 发布日期: 2025年10月17日

摘 要

网络直播生态中普遍存在的“全网最低价”机制, 本质上是代理销售模式下衍生出的广义平台最惠国待遇条款。从动态竞争视角审视, 该条款通过限制商家跨平台价格调整自主权, 形成事实上的价格锁定效应, 具体表现为: 商家在其他销售渠道实施降价策略的激励显著弱化, 进而导致多平台价格体系趋同化, 最终破坏数字市场的价格发现功能与竞争活力。针对此类条款的反垄断规制路径选择, 需结合市场力量集中程度与行为性质进行差异化分析: 在滥用市场支配地位层面, 应重点考察平台在相关市场中的控制力界定及价格限制行为的排他性效果; 在横向垄断协议认定方面, 需区分传统协同行为与轴辐型价格协调, 尤其关注平台是否通过算法机制实施隐性价格共谋; 在纵向垄断协议属性方面, 虽代理关系存在不改变纵向价格约束的违法性判断, 但需避免将此类条款简单归类为转售价格维持, 而应结合条款对二级市场价格竞争的实际影响进行效果分析。

关键词

网络直播, 全网最低价条款, 平台反垄断, 平台最惠国条款

An Analysis of the Anti-Monopoly Law on the Lowest Price Clause of the Whole Network

Ning Xi

School of Law, Changchun University of Science and Technology, Changchun Jilin

Received: Sep. 11th, 2025; accepted: Sep. 19th, 2025; published: Oct. 17th, 2025

Abstract

The pervasive “lowest price across platforms” mechanism in live-streaming commerce ecosystems essentially constitutes a generalized platform Most-Favored-Nation (MFN) clause derived from agency sales models. From a dynamic competition perspective, this clause creates de facto price-locking effects by restricting merchants’ autonomy in adjusting prices across different

platforms. This manifests in three interconnected stages: merchants demonstrate significantly weakened incentives to implement price reductions through alternative sales channels, which subsequently leads to convergence of pricing structures across multiple platforms, ultimately impairing the price discovery functions and competitive vitality of digital markets. The selection of antitrust regulatory approaches for such clauses requires differentiated analysis that considers both market power concentration levels and behavioral characteristics. When addressing potential abuse of market dominance, regulatory focus should center on defining platform control forces within relevant markets and assessing the exclusionary effects of price restriction behaviors. For horizontal monopoly agreement determinations, it becomes crucial to distinguish between traditional concerted practices and hub-and-spoke price coordination, with particular scrutiny given to whether platforms facilitate implicit price collusion through algorithmic mechanisms. Regarding the classification of vertical monopoly agreements, while the existence of agency relationships does not alter the illegality determination of vertical price restraints, regulators should avoid simplistically categorizing such clauses as resale price maintenance (RPM). Instead, analysis should emphasize the actual impact of these clauses on secondary market price competition through effects-based assessment.

Keywords

Online Live Streaming, The Lowest Price Clause of the Whole Network, Platform Anti-Monopoly, PMFN Clause

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

数字平台经济时代，网络直播营销的指数级扩张重构了消费市场的价格形成机制。以“价格锚定效应”为核心的话术体系，使“全网最低价”从促销策略异化为竞争工具。这种异化现象在2023年“双11”期间集中显现：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——主播机构通过与品牌方签订排他性价格协议，构建起事实上的价格垄断联盟，导致其他销售渠道的同类商品被迫实施价格跟随策略。实证数据显示，该周期内天猫将“全渠道最低价”纳入商家考核体系[1]，京东则对近10亿商品实施全程价保[2]，标志着价格竞争从单一促销维度升级为平台战略层面的系统性博弈。由此，全网最低价协议迅速进入大众视野并成为舆论关注的热点。

头部主播通过构建新型交互场景，突破了传统线上销售的品类限制，在消费者与商家之间形成关键连接节点，其商业形态已具备显著的数字平台特征，可视为直播电商生态中的特殊平台形态。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。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。在分析方法方面，学界尚未形成系统性分析框架，部分学者主张运用滥用市场支配地位理论进行规制，强调需重点考察头部主播在相关市场中的实际控制力及其价格限制行为的排他性效果；也有学者认为应将其纳入垄断协议范畴，主张通过分析价格约束对二级市场竞价机制的实际影响来判定违法性。值得注意的是，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。由此全网最低价条款是否构成垄断行为及其具体类型认定，仍需结合市场结构与竞争效果展开系统性分析。

2. 全网最低价条款的概念界定与类型划分

(一) 概念界定

平台最惠国条款的概念源于传统商业实践中的“最惠国条款”，指商家向特定买方保证，不会给予其他买方更优惠的交易条件，或者在给予其他买方更优惠交易条件时，也会给予当前买方相同的条件^[3]。在数字经济上衍生的平台最惠国条款，呈现出了全新的特点：首先是限制主体的单向性与地位不平等，条款限制主体通常仅为平台，且平台与商家间存在显著地位差异，平台凭借市场力量要求商家接受限制，而商家因依赖平台渠道缺乏议价能力，形成“平台限制商家、而非商家限制平台”的单向约束。其次在限制范围层面，平台最惠国条款直接作用于商家跨平台定价策略。该条款虽由商家与平台共同缔结，但平台未取得商品所有权仍可限制商家在其他渠道的售价决策。鉴于商家通过平台直接面向终端消费者，此类定价限制实质上构成对商品零售价格的管控，形成跨渠道价格约束机制。第三是在受益主体上，短期看条款通过限制价格竞争可能使消费者获得低价福利；但长期而言受益主体主要是平台。最后在影响范围上，既可能直接削弱平台间的价格竞争，导致不同平台价格趋同。也可能间接促成商家间的隐性价格协同。

基于上述分析，全网最低价条款本质上属于平台最惠国条款的具体表现形式。其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”的核心特征完全符合平台最惠国条款对商家跨渠道定价的限制逻辑，因此需纳入平台最惠国条款的分析框架进行法律与竞争层面的评估。

(二) 类型划分：不同区分标准下全网最低价条款的分类

1) 批发模式与代理模式下的平台最惠国条款

以平台与商家的关系为区分标准，平台最惠国条款可分为批发模式与代理模式两类，二者区别如下：第一，商品所有权归属。批发模式中，所有权在平台通过采购获得商品并自主销售中发生转移；代理模式下，商家在交易完成前始终保有商品所有权。第二，定价权归属。所有权归属通常决定定价权——批发模式下平台掌握定价权，代理模式下定价权则归属于商家。第三，风险承担主体。批发模式中平台需承担滞销等经营风险；代理模式下风险由商家自行承担。最后，收益来源方式。批发模式的收益来自批发价与零售价的差额；代理模式则通过向商家收取中介服务费盈利，且费率多由平台单方决定。在分析时，通常会假定平台采用代理模式，因为代理模式下平台无权擅自降价，故需通过条款约束商家定价；而批发模式下平台可直接调价，无需额外关注。因此，仅代理模式下的平台最惠国条款需纳入特别规制范畴。

2) 狭义与广义平台最惠国条款

按照条款限制范围，可分为狭义与广义条款两类。狭义条款指仅限制商家在自有网站提供更优交易条件的条款，不干涉平台间的价格竞争，其消极影响较易被市场竞争的积极效果抵消。广义条款指同时限制商家在自有网站及其他竞争性平台的定价自由，限制强度更高，对商家经营自主权的干预更严重。就全网最低价条款而言，因其要求商家保证价格为全网最低，实质构成对商家在所有销售渠道的定价限制，故属于广义平台最惠国条款，应接受反垄断法的全面审查。

3. 全网最低价条款的竞争损害

(一) 对竞争者的损害

全网最低价条款通过重塑价格竞争机制对市场结构产生系统性影响，不仅会使商家跨平台价格趋同化，还可能会导致商品价格的逐步提高。这种价格动态的扭曲源于条款本身蕴含的双重竞争抑制机制：横向维度上催生市场主体间的隐性价格协同即共谋效应，纵向维度上构建新进入者的结构性进入壁垒即排他效应。

在共谋效应方面，全网最低价条款通过重构市场定价规则，在商家与平台两端形成隐性价格协调效应。在商家端该条款实质上构建了价格信号传递机制：当特定经营者与平台缔结最低价协议后，其定价策略即成为行业价格参照基准，最终导致行业价格体系趋于同质化。平台端的共谋效应更显著，全网最低价条款要求经营者的价格优惠必须全渠道适用，将局部价格竞争转化为全局性约束，使平台间形成策略性价格默契。刚性价格约束降低了经营者降价行为的边际收益预期，导致价格竞争强度减弱，有效阻碍了潜在进入者通过价格竞争突破市场壁垒。

在排他效应方面，全网最低价条款通过重构价格承诺体系，在市场结构层面形成结构性进入壁垒。具体而言，该条款显著削弱了新兴平台与中小规模平台实施差异化竞争战略的能力，其作用路径体现为双重约束机制：在供给端，条款要求商家对在位平台做出不同的最低价承诺直接剥夺了商家在新进入平台提供阶梯定价的空间；在需求端，消费者对最低价的心理预期被强化，导致新兴平台即使提供增值服务组合也难以突破价格敏感型用户的决策阈值。从竞争动态视角观察，在网络效应的影响下，在位平台往往更容易吸引商家和消费者，新进入平台或小规模平台通常只能通过降低商品价格来吸引消费者^[4]，该条款导致新兴平台既无法在价格层面形成比较优势，又因规模劣势难以在服务维度构建差异化壁垒，最终导致市场呈现“在位平台垄断定价权、新兴平台边缘化”的结构性失衡。

（二）对消费者的损害

在消费者福利维度上，全网最低价条款可能引发不同消费层级间的交叉补贴现象，进而削弱整体福利水平。当平台强制推行全网最低价时，商家为覆盖成本可能提高商品售价，同时平台中介服务费用亦可能随之上涨。这种成本转嫁机制导致使用低成本平台的消费者间接补贴高成本平台用户，形成消费群体间的非自愿利益再分配，最终损害消费者福利。

在消费选择自由层面，该条款可能通过市场准入限制与商业模式扭曲双重路径压缩选择空间。数字经济时代虽赋予消费者前所未有的选择多样性，且平台切换成本趋近于零，但全网最低价条款的约束使商家无法在低成本平台实施差异化定价策略。这既可能通过利润挤压效应阻碍新平台进入市场，形成准入壁垒；也可能迫使已进入的低成本平台调整商业模式，放弃低价竞争策略而转向与头部平台同质化运营，最终导致市场供给结构单一化。两种路径均会削弱消费者的自主选择权，与数字经济促进竞争的初衷相悖。

4. 全网最低价条款的属性分析

从竞争损害角度看，全网最低价条款既可能构成滥用市场支配地位行为，也可能构成垄断协议行为。

（一）全网最低价条款的滥用市场支配地位属性分析

认定全网最低价条款构成市场支配地位滥用行为，其分析框架与传统滥用行为具有方法论一致性，需遵循传统三步走的递进式分析逻辑。

1) 相关市场的界定

相关商品市场在平台实施全网最低价条款时可被界定为网络零售平台服务市场。作为典型双边市场，同时服务于商家端与消费者端，促成了双边用户需求的紧密耦合。传统零售模式下，平台为商家提供固定商品展示空间，消费者通过明确购物意向查找商品信息；网络直播零售模式则通过限时秒杀等动态形式，实时向消费者推送商品并引导购买行为。尽管两种模式在商品呈现方式上存在差异，但均具备在线交易场所提供、信息传递、交易促成等核心功能，且均能实现消费者线上购买的基本需求，故可归入同一相关商品市场范畴。需特别注意的是，头部主播直播间与网络直播平台虽同具平台属性，却分属不同相关市场。头部主播直播间为商家提供的服务本质是依托网络平台的直播零售服务，其核心功能仍聚焦于商品销售。但该服务与网络直播平台为商家提供的综合服务存在显著差异——前者侧重直播场景下的

即时互动与流量转化,后者则包含更广泛的流量分配、营销工具提供等复合功能。因此,在头部主播直播间实施全网最低价条款时,需单独界定相关市场。

2) 市场支配地位的认定

市场支配地位的认定应根据现行法的规定综合考虑。第一,平台市场份额。在界定平台的市场支配地位时,平台的动态性和创新性在某种程度上削弱了市场份额在认定平台是否具有市场支配地位时的作用[5],因此传统的市场份额和定义标准不能完全适用。从平台商品交易额和平台服务收入情况等方面看,如果该平台具有较稳定的市场份额,能够保持长期显著的竞争优势,且竞争性平台难以对其造成有效竞争约束,即有可能被认定为具有市场支配地位。第二,平台控制能力。即平台能否自主制定服务价格策略并形成有效约束。第三,平台技术条件。从平台对商家流量获取机制的实际控制程度进行考察。其三,市场进入难度。在获客成本攀升背景下,潜在竞争者需投入巨额成本构建品牌信誉、积累初始流量、实施营销推广并获取足够用户基数,方可进入相关市场。上述要素需结合市场动态与行为证据进行系统性校验,避免形式化判断。

3) 具体滥用行为的认定

实践中,全网最低价条款可能涉及以下滥用行为:其一,交易时附加不合理条件。多数此类条款系平台凭借市场优势地位,违背商家真实意愿强制推行,构成滥用市场支配地位的常见情形。此类行为通过单方面设定价格约束,实质上限制了商家自主定价权,形成不公平交易条件。其二,以不公平高价销售。由于条款要求商家在当前平台维持最低价,客观上削弱了商家跨平台降价竞争的动机,可能间接导致商品价格高于竞争水平,形成变相的不公平高价。第三,差别待遇。平台在条件相同的情况下对同意和拒绝签订条款的商家实行不同待遇可能构成差别待遇,这里有两个重要的认定标准,即条件相同和交易价格等交易条件存在差异[6]。第四,限定交易。全网最低价条款在某种情况下可能导致交易相对人与其他竞争对手的交易成本上升,限定交易相对人只能与其进行交易,影响市场竞争。例如,A和B在商品销售协议中约定,A向其他商品销售渠道销售商品的价格必须高出向B销售价格的20%,那么其他商品销售渠道将很难再与A进行合作,从而产生与限定交易类似的效果,当然,若想成功签订此类协议,B必须具有足够的市场支配力[7]。

(二) 全网最低价条款的横向垄断协议属性分析

1) 全网最低价条款构成传统意义上的横向垄断协议

在判断全网最低价条款是否构成传统意义上的横向垄断协议时,应重点关注平台是否经营竞争性自营业务以及是否通过条款与商家进行价格协调。如果平台进行竞争性自营业务,通过故意向商家透露自营商品的涨价幅度,商家随即跟随平台涨价等方式,很容易实现与商家的价格协调,这将对平台商品和商家销售商品的价格竞争产生严重限制。在具体进行判断时,可以从几个方面来进行综合考察:平台与商家在签订最低价条款后是否对同一产品做出价格调整,该调整是否具有 consistency,对于双方分别的价格调整能否做出合理的解释等。

2) 全网最低价条款构成轴辐协议

轴辐协议不是一种独立的垄断协议类型,而是一种垄断协议的特殊达成方式[8]。在实践中,轴辐协议主要依靠“轴心”与“辐条”进行意思联络的间接证据来证明[9]。当全网最低价条款呈现横向垄断协议特征并形成轴辐结构时,需着重审查经营者间协同行为及意思联络。具体可从两方面切入:一是判断商家是否知悉或应知竞争方亦与平台缔结同类条款;二是分析条款执行后是否存在跨商家价格趋同现象。在代理关系框架下,平台常作为商家共同代理人参与市场竞争,作为交易中介,平台天然具备信息整合优势,可通过标准化条款设计向各商家传递统一价格约束信号。商家虽形式独立,但依托平台形成的价格协调机制实已替代直接价格协商,既规避商家间直接沟通的证据风险,又通过平台实现价格默契,构

成事实协同行为。平台在条款协商中的主导地位构成轴辐协议核心特征。作为交易规则制定者，平台通过条款设计输出统一价格标准，该标准化条款本身即构成价格信号传导机制。当不同商家接受相同条款时，其价格决策实为对平台规则的被动响应，纵向关系异化为横向价格协同传导工具，形成“平台主导-商家执行”的轴辐式垄断结构。意思联络认定需突破形式主义局限，传统垄断协议分析重直接沟通证据，但轴辐协议场景下，平台中介作用使意思联络呈现间接化特征。此时应采用“客观协同行为”标准：若商家接受条款后实施相同或相似价格行为且无法独立解释，则可推定存在意思联络；反之，若价格行为差异显著或未受条款实质影响，则应排除轴辐协议成立。

(三) 全网最低价条款的纵向垄断协议属性分析

1) 代理关系不影响纵向垄断协议的认定

在商业实践中，平台与商家间的代理关系虽属常态，但在反垄断法框架下，此类协议通常不直接构成纵向垄断协议。这一制度安排源于纵向垄断协议要求参与主体具备独立的市场决策能力，而代理关系中受控方的行为实质上体现了控制方的意志，二者市场行为具有同一性，故不满足纵向垄断协议的主体要件。然而，当涉及“代理例外”规则的适用时，需对代理关系的法律形式与经济实质进行审查，避免以代理外观掩盖垄断实质。根据反垄断法理论，纵向垄断协议作为经营者间的联合行为，其成立需以两个以上独立市场主体为前提。但在代理关系中，代理人虽在法律上具有独立地位，但其市场行为完全受制于被代理人意志，二者构成单一经济实体。这种法律形式与经济实质的分离，使得传统纵向垄断协议的分析框架面临适用障碍。“代理例外”规则的排除适用情形为突破这一困境提供了路径。首先，当代理协议成为横向垄断协议的实施工具时，其代理外观不得成为垄断行为的免责事由。其次，代理协议的限制范围需严格限定于代理业务本身。若平台对商家的限制超出代理关系必要范畴，可能被认定为纵向垄断协议。最后，代理关系中的控制权流向是判断限制合法性的核心标准。在典型代理关系中，被代理人对代理人实施单向控制；若出现代理人反向限制被代理人市场行为的情况，则表明代理关系已发生实质异化，此类限制应纳入纵向垄断协议规制范围。全网最低价条款符合上述排除规则的第三种情形，可以认定为纵向垄断协议。在在线酒店预订案中，欧洲各国反垄断执法机构也都普遍将 Booking.com 等平台与酒店签署的平台最惠国条款认定为纵向垄断协议^[10]。

2) 不宜被认定为转售价格维持

学界有观点认为，将直播平台“全网最低价”机制归为转售价格维持行为，这一观点可能违反《中华人民共和国反垄断法》第十八条第一款的转售价格维持的适用风险。但转售价格维持本质是生产商对经销商销售价格的单向管控，而全网最低价条款中平台与商家间虽属于纵向关系，但该条款规定的是在该平台进行销售的商家商品在其他平台的售价不得低于该平台，转售价格维持与全网最低价条款的限制方向正好相反，二者在价格控制方向上存在根本差异。因此，将二者简单等同既忽视交易结构差异，亦易导致反垄断法适用混淆。

5. 结论

网络直播业态的蓬勃发展，使得具有平台最惠国性质的“全网最低价”机制引发了更广泛的竞争法关注。从法律属性看，该条款本质属于代理模式下的广义平台最惠国条款，其竞争影响呈现多维复合性。在竞争损害评估层面，需构建动态分析模型。共谋效应的审查应聚焦价格信号传递机制对市场透明度的影响，排他效应的分析则需考量资源锁定程度对新进入者成本结构的影响。对直播平台定价条款的反垄断审查，需建立类型化分析框架。在垄断协议规制维度，滥用市场支配地位的认定仍应遵循传统三步分析法。针对横向垄断协议的认定，需区分传统协同行为与轴辐型协议两种形态：前者重点考察商家间是否存在显性或隐性的价格协调合意，后者则需证明平台在价格信号传递中发挥了枢纽作用。对于纵向垄

断协议的判定，应明确代理销售关系不构成纵向价格约束的豁免理由，同时需严格区分最惠国条款与转售价格维持的本质差异——前者属于平台与商家的双向价格承诺，后者则是生产商对经销商的单向价格管控。

参考文献

- [1] 吴雨欣. 今年天猫双 11 把“全网最低价”定为核心 KPI [EB/OL]. 2023-10-14.
https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_24932032, 2023-11-07.
- [2] 程子姣, 京东 11-11 时间点曝光! 8 亿商品全程价保、低价现货开卖[EB/OL]. 2023-10-16.
<https://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2023-10-16/doc-imzrinqh4299146.shtml>, 2023-11-07.
- [3] Funta, R. (2016) Admissibility of the Most Favoured Clauses (MFNs) on Booking Platforms in Competition Law. *Krytyka prawa. niezależne studia and prawem*, **8**, 40-47.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 焦海涛. 滥用市场支配地位的性质定位与规范修正[J]. 中国政法大学学报, 2022(1): 186-200
- [7] 赫伯特·霍温坎普. 美国反垄断法: 原理与案例[M]. 第 2 版. 北京: 中国人民大学出版社, 2023: 405.
- [8] 雷浩然. 经营者组织或帮助达成垄断协议的行为认定与责任承担[J]. 中国市场监管研究, 2023(5): 53-57.
- [9] 江山. 论轴辐协议的反垄断规制[J]. 社会科学研究, 2021(4): 43-54.
- [10] 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——从直播间运营者与欧莱雅的“差价争议”切入[J]. 甘肃政法大学学报, 2022(5): 111-123.