

分类号 _____

密级 公开

U D C _____

编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

论文题目 互联网企业滥用市场支配地位法律规制研究

研究生姓名: 梁霖旭

指导教师姓名、职称: 张革新 教授

学科、专业名称: 法学 经济法学

研究方向: 市场规制法

提交日期: 2022年5月31日

独创性声明

本人声明所提交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 梁霖旭 签字日期： 2022.5.31
导师签名： 张新 签字日期： 2022.5.31

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1. 学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2. 学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 梁霖旭 签字日期： 2022.5.31
导师签名： 张新 签字日期： 2022.5.31

On the legal issues of Internet enterprises abusing their dominant market position

摘要

互联网企业经济的发展，虽然缩短了经济行为的链条，大大降低了交易成本，但在对用户的争夺过程中，大型互联网企业基于规模效应、数据资源、资金及技术优势排挤、淘汰其他市场主体，实施“二选一”、“大数据杀熟”等损害消费者权益的行为。互联网企业不恰当地运用技术、数据、资本等要素，严重违背了公平原则。如果巨头化的互联网企业一旦实施垄断，将会对相关企业、用户、市场会带来严重危害，也会抑制社会创新。因此我们必须要加强反垄断规制。

根据选题，本文的主要内容以下五部分构成。第一部分是绪论部分。介绍本文的研究背景、研究目的、研究意义，国内外在该研究方向上的文献综述，和本文的研究思路、研究方法，以及本文的创新与不足。第二部分介绍互联网企业的基本理论，该部分首先介绍了互联网市场以及互联网企业。其次，分析了互联网市场的网络效应、用户黏性与双边市场特性。最后引出规制互联网企业滥用市场支配地位行为的必要性，为后文的论述奠定基础。第三部分主要介绍我国互联网企业滥用市场支配地位的法律规制现状，并且阐述相关法律规制的效果，最后通过分析得出我国互联网企业法律规制存在的一些问题。第四部分对于域外国家在互联网企业滥用市场支配地位的法律规制的情况加以分析，并且从中找出值得我国相关立法值得借鉴的地方。最后第五部分主要针对互联网企业的特殊性，提出了具体的监管建议，以此促进互联网市场健康稳定的发展。

关键词：互联网企业 相关市场 滥用市场支配地位

Abstract

The development of Internet enterprise economy, although shorten the chain of economic behavior chain, greatly reduce the transaction cost, but in the process of competition for users, large Internet companies based on scale effect, data resources, capital and technology advantages, eliminate other market main body, the implementation of "alternative" "big data kill" damage the rights and interests of consumers. The improper use of technology, data, capital and other factors by Internet companies seriously violates the principle of fairness. If the giant Internet enterprises once implement the monopoly, it will bring serious harm to the relevant enterprises, users and the market, and will also inhibit social innovation. So antitrust regulation is imperative.

According to the topic selection, the main content of this article consists of the following five parts. The first part is the introduction part. Introduce the research background, research purpose, research significance of this paper, the domestic and foreign literature review on the research direction, and the research ideas, research methods, and the innovation and shortcomings of this paper. The second part introduces the basic theory of Internet enterprises, and this part first introduces the Internet market and Internet enterprises. Secondly, the network effect, user stickiness and bilateral market characteristics of the Internet market are analyzed. Finally, the necessity of regulating the abuse of dominant market position, to lay a foundation for the following discussion. The third part introduces the legal regulation situation of the abuse of the dominant market

position in China, and expounds the effect of the relevant legal regulations, and finally analyzes some problems existing in the legal regulation of the Internet enterprises in China. The fourth part analyzes the legal regulation of the abuse of dominant market position in Internet enterprises outside the region, and finds out the relevant legislation of China. Finally, the fifth part mainly puts forward specific regulatory suggestions for the particularity of Internet enterprises and proposes specific regulatory suggestions, so as to promote the healthy and stable development of the Internet market.

Key words: Internet enterprises, related markets, abuse of market dominance

目录

1. 概述	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的和研究意义	1
1.2.1 研究目的	1
1.2.2 研究意义	2
1.3 研究方法	3
1.4 文献综述	3
1.4.1 国内研究现状	3
1.4.2 国外研究现状	6
1.4.3 国内外文献综述	8
1.5 创新之处与不足	8
1.5.1 本文的创新之处	8
1.5.2 本文的不足之处	8
2. 互联网企业及其滥用市场支配地位概述	10
2.1 互联网市场与互联网企业	10
2.1.1 互联网市场	10
2.1.2 互联网企业	10
2.2 市场支配地位	10
2.2.1 市场支配地位的含义	10
2.2.2 市场支配地位的认定要素	11
2.3 互联网企业滥用市场支配地位及其表现	12
2.3.1 互联网企业滥用市场支配地位的含义	12
2.3.2 互联网企业滥用市场支配地位的产生	12
2.3.3 互联网企业滥用市场支配地位的行为	13
2.3.4 互联网企业的滥用市场支配地位的危害	14
2.4 互联网企业反垄断的理论基础	16

2.4.1 结构主义理论	16
2.4.2 行为主义理论	16
3 我国互联网企业滥用市场支配地位法律规制的现状及存在的问题	18
3.1 我国互联网企业滥用市场支配地位法律规制的现状	18
3.2 我国互联网企业滥用市场支配地位法律规制存在的问题	18
3.2.1 责任制度不完善	18
3.2.2 监管体制不完善	19
3.2.3 反垄断诉讼举证困难	20
4 国外互联网企业滥用市场支配地位法律规制的考察	23
4.1 国外互联网企业滥用市场支配地位的法律规制	23
4.1.1 美国互联网企业滥用市场支配地位的法律规制	23
4.1.2 欧盟互联网企业滥用市场支配地位的法律规制	23
4.2 国外法律规制的启示	25
4.2.1 美国互联网企业滥用市场支配地位法律规制的启示	25
4.2.2 欧盟互联网企业滥用市场支配地位法律规制的启示	26
5 完善互联网企业滥用市场支配地位法律规制的对策	28
5.1 完善监管规则	28
5.1.1 评估市场竞争状况	28
5.1.2 完善现行法规	29
5.2 优化政府机构执法	30
5.2.1 设立专业性执法机构	30
5.2.2 健全互联网企业监管形式	31
5.3 完善反垄断司法诉讼制度	32
5.3.1 建立反垄断私人启动机制	32
5.3.2 推行民事公益诉讼	33
5.3.3 设立互联网相关案件性质判断前置程序	34
5.3.4 合理分配互联网环境下的相关诉讼中的举证责任	34
5.4 完善现存责任制度规定	35

结语	35
参考文献	36
后记	39

1 概述

1.1 研究背景

互联网经济的发展，虽然对于交易双方来说更加便利，很大程度避免了实体经济交易中出现的需要克服空间和时间障碍所付出的成本问题，但随之也引发了互联网企业基于用户规模，数据与资金等优势实施垄断行为的问题。作为核心主体，互联网企业是平台经济发展最主要的推动者，其最重要的竞争力是向用户提供媒介或匹配服务。因为具有用户规模优势的互联网企业会在市场上占据有利地位，所以互联网企业之间的竞争演变成用户规模竞争。在对用户的争夺过程中，很多大型互联网企业基于规模效应、数据资源、资金及技术优势等排挤、淘汰其他市场主体，实施“二选一”“大数据杀熟”等损害消费者权益的行为^①。互联网企业不恰当地运用技术、数据、资本等要素，严重违背了公平原则。平台经济是科技创新的产物，互联网企业作为平台经济的重要组成部分，应该持续引导和推动创新，而不是妨碍和终结创新。创新的繁荣，需要有效的竞争机制和公平的竞争秩序。为了达成这一目标，国家会依靠立法、司法和行政等手段实现对于互联网巨头的违法行为的惩戒，从而维护市场交易的公平，保护用户的合法权利。

2020年4月10日，国家市场监督管理总局遵照相关章程对阿里巴巴集团实施“二选一”垄断行为作出行政处罚，罚金之多也创造了一个令人震惊的记录。这个案件是我国平台经济领域反垄断的一个具有里程碑意义的案件，案件的发生标志着我们增强了反垄断的监管力度。该案件具有很清晰的指示作用，说明国家在推动经济发展和加大开展技术创新的同时，也会对垄断行为重拳出击。国家对于大型平台企业利用自己在市场中的优势地位妨碍其他中小企业技术创新的行为进行惩处，保护了中小企业的利益，维护了社会的公平正义，促进了市场的良性循环。同时使中小企业的发展更加具有活力。为了处理以上几类问题，最终在2021年2月7日《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（下文简称《指南》）正式颁布。该《指南》对平台经济的反垄断规制起到了很好的规范作用。

1.2 研究目的和研究意义

1.2.1 研究目的

本文通过对互联网企业滥用市场支配地位相关法律进行理论探究，为我国互联网企

^① 谭家超, 李芳. 互联网平台经济领域的反垄断: 国际经验与对策建议[J]. 改革, 2021(03): 66-78.

业滥用市场支配地位的法律规制的构建提供理论支持，同时也期望能够为我国的相关司法实践提供一定的借鉴。

第一，对互联网企业滥用市场支配地位的监管制度和责任制度做了进一步的明确规定。其中涉及该类企业的特殊性，其对滥用市场支配行为的行为采取规制，具有重要意义。自从2008年以来，我国陆续出台了许多的相关立法，例如《反垄断法》以及《反价格垄断规定》等，最后国务院反垄断委员会于2021年发布了《指南》，发布该指南的目的是预防和制止平台经济领域垄断行为的发生，加强和改进平台经济领域反垄断监管，维持市场公平竞争的秩序，维护消费者利益和社会公共利益，促进平台经济有序、健康地发展。同时由于我国经济发展速度在世界中处于前列，增速一直没有放缓，平台经济也乘坐我国经济的这辆快车迅速发展壮大起来。我国法律建设的脚步需要时刻地跟随经济的发展。本文不仅放眼于相关理论，也要立足相关的司法实践，吸收外国的教训，同时也扎根于本国的实际情况，从多个角度为我国《指南》的完善工作提出了一些具有可操作性的建议。

第二，互联网企业滥用市场支配地位造成的危害大，波及的范围广，因此对平台的不当行为进行有力的监管势在必行。然而由于网络效应强大，诉讼中的相关私人主体很难收集证据维权，同时我国缺乏对此类诉讼的有关立法，导致私人主体在互联网企业滥用市场支配地位的诉讼中胜率较低。本文旨在为保障私人主体的诉讼权利，提出一些具有可操作性的建议。同时也对完善平台经济的法律监管体制提出了建议。

1.2.2 研究意义

互联网借贷平台监管目前也是学术界讨论的热点问题，本文的研究具有较强的理论意义和现实意义，主要表现在以下两个方面：

一、理论意义

互联网企业滥用市场支配地位问题研究具有两方面的理论意义，一是对互联网企业滥用市场支配地位法律规制的研究，有利于丰富和完善我国反垄断法律理论研究，推动相关研究更加系统、全面。二是通过对互联网滥用市场支配地位的法律规制的探索，有助于促进我国互联网企业滥用市场支配地位的法律规制进一步体系化、规范化，为我国《反垄断法》的修订提供借鉴^①。

二、现实意义

^①韩欣欣. 我国互联网企业滥用市场支配地位的法律规制研究[D]. 广东财经大学, 2016:6-8.

本文分析互联网企业的市场界定，阐述其支配地位的认定，明确对其滥用行为的认定方法与标准，并且提出建设性的建议，对完善我国的立法、执法都具有重要的现实意义。

1.3 研究方法

第一，文献研究法

本文对互联网企业如何滥用其市场的支配主体地位进行大量调查研究。同时笔者在大量综合考察国内外众多学者在此一问题进行研究的积累基础之上，对相关的文献资料进行归纳和整理。通过网站整理出有关互联网滥用市场支配地位的法律、法规，找出我国互联网企业在滥用市场支配地位方面的问题，并对此提出有效的监管建议。

第二，实证研究法

通过对关键词进行检索，搜索实际新闻和案例，对其进行归纳，总结相应的问题与制度缺陷，并通过查询法院判决与学者对于案件情况的分析讨论，对于相关案件的认定方法、举证责任和判罚的法律依据进行了研究。

第三，比较研究法

通过研究对比了美国、日本、欧盟等国家近年来在开展互联网企业之间滥用互联网市场的支配主体地位法律行为规制活动的典型经验，结合到我国自身的一些具体的国情，得出其对推进我国对互联网企业间滥用网络市场的支配主体地位法律进行规制行动的一系列有益经验，再分别结合国内互联网企业活动的自身特点，提出进一步完善推动我国规范互联网企业滥用互联网络市场及其支配地位法律的规制措施的有效对策。

1.4 文献综述

1.4.1 国内研究现状

第一，在相关理论层面，国内多数学者对于互联网企业滥用市场支配地位三个大方面来进行研究。

首先，在关于互联网市场中支配性地位问题之认定依据方面，其中石英、尚芹^①(2014)课题组在开展其应用研究时就着重提出，由于国内互联网企业主体的行为具有特殊性，在研究对其市场主体认定是否有市场支配者地位时，应当尽可能将互联网市场主体进入竞争壁垒等情况纳入重要考察范围。张怀印^②(2016)结合德国反垄断案例，认为

^①石英,尚芹.论反垄断法实施中互联网企业相关市场的界定[J].法律适用,2014(02):86-90.

^②张怀印.数字经济时代企业市场支配地位认定:基于德国反垄断执法案例的评析[J].德国研究,2019(04):114.

数字市场中不同考量因素对市场支配地位分析结果影响巨大,所以应综合考虑网络效应、企业运营规模、用户锁定程度等因素。张小强、卓光俊^①(2016)则认为,判定互联网企业是否具有市场支配地位需要看两个条件,第一个条件是市场结构。其又包括两种类型:一是静止的,二是变化的。其中,静止的结构的主要考察对象是市场占有率的大小。变化的参考对象是市场准入的难度大小;第二个条件是市场行为。在对该行为进行研究时要确定企业是否采取了反对竞争行为,即是不是有能力不让他人参与竞争中来。通过对全球范围内各个国家、地区所制定的法律法规以及具体执法情况进行对比后指出,判断支配地位也主要从这两方面入手,且行为标准的因素主要是应用于具体的滥用行为分析过程当中。申屠彩芳^②(2011)课题组研究认为在中国互联网经济环境变化下,在全面考察电子商务企业市场份额时,需要重点考虑到存在同一互联网用户多产品市场共用销售额的一般情况,不能是仅仅地以使用该网种或产品服务的总用户量规模来综合进行分析计算,也是应当重点考虑该企业目前所在销售区域的网络产品总量销售额占网络市场整体总网络销售量比例,然后通过计算分析出结果。

其次,在互联网企业相关市场界定方面。仲春^③(2016)指出互联网企业相关市场很难确定。由于技术的更新换代过快,产品也是不断地推陈出新。而相关的公证机构的检验标准确实很难与之同步更新,这是一个大的问题。同时指出,在认定互联网企业相关市场时,遇到的问题主要包括以下三个方面:其一是互联网企业高度依赖于用户,而这些用户往往必须要会使用互联网,这就是会造成一些文化程度低下,或者年龄很大的人群接触不到互联网的相关服务,也没有兴趣了解互联网。其二是其他的经营者,也包括了传统行业的一些经营者,看到了互联网企业的一些优点,比如成本低下,但是获取的利润却超乎想象,也想分一杯羹。从更新换代角度来分析,这可能导致其他经营者大量地涌入市场,扩大了市场的范围。

最后,在对于互联网企业有无滥用互联网市场中支配地位进行认定等方面。寿步^④(2012)等人已明确指出,在此两个方面中进行身份认定首先要同时符合四大核心条件:一是市场具有合法支配的地位;二是没有采取其他滥用竞争行为方式;三是企业本身的其他滥用行为已经达到了排除垄断和限制滥用竞争手段的双重效果。四则是企业应当在

①张小强,卓光俊.论网络经济中相关市场及市场支配地位的界定——评《中华人民共和国反垄断法》相关规定[J].重庆大学学报(社会科学版),2009(05):17-20.

②申屠彩芳.网络环境下滥用市场支配地位行为的认定——以腾讯QQ要求用户“二选一”行为为例[J].杭州电子科技大学学报(社会科学版),2011(03):46-50.

③仲春.互联网第三方支付相关市场界定研究[J].中国物价,2015(12):17-20.

④寿步.互联网市场竞争中滥用市场支配地位行为的认定[J].暨南学报(哲学社会科学版),2012(10):89-94.

找不到合情合理的理由的处境中采取的这种措施。但是考虑到互联网企业自身所具有的特性,传统的价格理论中的决定性标准并不能较好地适用于互联网企业,目前使用的只能是非价格条款即兜底条款。于瞳^①(2010)认为互联网企业滥用信息市场自我支配地位的行为主要有分为以下两类,一类是妨害性乱用行为,此类行为主要是排除和限制了竞争,这类行为主要有交叉补贴、拒绝交易与搭售等。第二类即为剥削性滥用行为。其会对消费者的合法权益进行侵袭,例如强逼用户订立不平等协议等。

第二,作用分析层面。正面作用中有学者对平台经济的正面效应进行了总结:①突破空间局限,促进资源配置。江小涓^②(2017)认为,互联网平台企业可以跨时空推动资源配置,有助于提高企业运营效率。张俊英、郭凯歌、唐红涛^③(2019)指出,电子商务对经济发展具有较强的空间溢出效应,但该效应也会随着空间距离的扩大而减弱,对经济增长的拉动作用也随之衰减。②提升生产效率,改善就业状况。宋华、卢强^④(2017)指出,平台企业的大数据分析可以提高企业运营效率与生产效率,促进资源跨区域与跨行业流动以及有效配置,提高行业生产效率。万兴、杨晶^⑤(2017)认为,第三方平台的生态系统拥有大量用户数据、强大的数据分析能力以及丰富的企业类型,有助于互联网企业利用不同平台的异质性资源来提高企业绩效。岳云嵩^⑥(2018)等人指出,电子商务平台可以提高外贸企业的生产效率,提高出口交易效率,并且降低了出口市场的进入门槛,有利于中小企业参与跨境贸易。同时岳云嵩发现平台经济的繁荣对降低失业率有帮助,但是同时平台经济造成了打工人员的流动。通过对上述文献进行梳理可以看出,平台经济的主要作用在于促进诸多领域的资源有效配置,提升各个行业的管理效率与运行效率,从而推动经济社会发展。在负面效应上,许多学者认为目前平台经济的发展也带来了诸多问题与挑战。平台经济主要具有以下问题:一是压制创新,抑制中小企业创新能力。大型平台利用其具有压倒性优势的市场地位操纵市场,可能会损坏市场结构,打破效率与公平的平衡。二是破坏竞争秩序。平台可以通过打价格战、数据流量垄断、企业股权并购重组等一系列商业手段压制竞争对手,从而有效破坏企业之间的正常竞争

①于瞳. 网络产业中滥用市场支配地位行为的法律规制[D]. 郑州大学, 2010:9-14.

②江小涓. 高度联通社会中的资源重组与服务增长[J]. 经济研究, 2017(03):4-17.

③张俊英, 郭凯歌, 唐红涛. 电子商务发展、空间溢出与经济增长——基于中国地级市的经验证据[J]. 财经科学, 2019(03):105-118.

④卢强, 刘贝妮, 宋华. 协同创新对中小企业供应链融资绩效的影响——信号理论视角[J]. 研究与发展管理, 2021(06):87-99.

⑤万兴, 杨晶. 互联网平台选择、纵向一体化与企业绩效[J]. 中国工业经济, 2017(07):156-174.

⑥岳云嵩, 李兵. 电子商务平台应用与中国制造业企业出口绩效——基于“阿里巴巴”大数据的经验研究[J]. 中国工业经济, 2018(08):97-115.

秩序。三是严重侵犯用户个人隐私，损害广大消费者权益。平台企业通过技术手段过度收集消费者数据等现象时有发生，严重损害了用户的正当权益。四是损害社会福利，侵犯消费者自主选择权。平台逼迫消费者必须选择特定平台，侵犯了消费者的权利。五是周文^①（2021）认为市场支配地位界定不清晰，导致监管困难。

第四，反垄断监管层面。①在经济学的层面在大数据、人工智能等技术的推动下，平台经济开始繁荣，出现了互联网垄断企业。同时出现了关于反垄断的大争辩。吴汉洪^②（2020）从左派与右派的“大争辩”中对反垄断进行了研究。左派以发展效用为中心，指出反垄断的要害在于管理监管规则，提升反垄断的执法效用，其包括纵向的司法效力以及横向的执法目标等。而右派则将提高发展速度视为反垄断的目的，反垄断的目标则在于经济领域，主要包括消费者福利以及产品质量等内容。他指出新布兰迪斯派认为反垄断的宗旨在于发展经济，促进社会转移分配的公正。新时代的平台经济领域立法，本质上是协调政商关系，所以必须对过去的体制进行反省，在对中国经济的波折进行研究的基础上，找到符合实际的中国方案。②平台经济模式快速发展后所可能面临遇到的一些阻碍也是社会经济层面关于反垄断问题的突出化表现，不能再仅仅的只会将政府反垄断活动视为是国家政府在竭力维护平台发展繁荣带来的社会问题，而实际上更应该着重去分析其出现这种问题产生的深层次的一些原因，从国家资本发展规律的深层本质要求出发来研究发展新生产力模式的作用。闫境华、石先梅^③（2021）最后指出，中国的经济体制具有独特优势，可以将社会主义与市场经济二者的优点组合起来，共同服务于促进改革开放。周文^④（2021）认为政府积极调整平台经济发展现有阶段的经济运行模式，脱离社会资本的疯狂和发展滞后的两难险境，更好地规范产业和统筹发展平台经济，可以使平台经济进一步推动了数字社会的经济发展，推动企业自主研发能力的增强和技术进步翻新速度的加快，使社会生产关系转变对实际生产力技术产生正面导向作用。

1.4.2 国外研究现状

第一，在互联网行业滥用市场支配地位理论研究方面，Nicholas Economides^⑤（2006，2012）对互联网市场特征和反垄断理论进行了一系列的研究。他认为，由于互联网市场结构具有显著的外部网络效应，因此传统行业的反垄断理论在网络型行业中不能直接适

①周文，刘少阳. 平台经济反垄断的政治经济学[J]. 政治经济学季刊, 2021(01):1-15.

②吴汉洪，王申. 数字经济的反垄断：近期美国反垄断领域争论的启示[J]. 教学与研究, 2020(02):40-54.

③石先梅. 互联网平台企业垄断形成机理：从数据竞争到数据租金[J]. 管理学报, 2021(06):10-14.

④周文. 四川犍为“三线”发力 融合发展[N]. 中国组织人事报, 2021(05):1-12.

⑤Economides N, Tåg J. Network neutrality on the Internet: A two-sided market analysis[M]. Information Economics and Policy, 2012, 24(2): 91.

用, 必须优先建立适应互联网经济的市场结构认知框架。L Filistrucchi^① (2008) 提出了一种 SSNIP 的改进测试方法, 用于对双边市场环境下相关市场进行界定。在此方法中, 他将互联网双边市场分为两类, 分别是传统商品市场和媒体市场。对于互联网平台类企业常用的免费服务策略, John M. Newman^② (2016) 在《Antitrust In Zero-Price Markets: Application》一文中提出, 尽管多数互联网企业的产品和服务是免费的, 但是往往需要其消费者付出个人信息等隐形成本, 因此, 这并不是真正意义上的免费, 应该把这种交易纳入反垄断法的规制范畴。并在此基础上, 对反垄断法中有关“消费者合法权益”、“界定相关市场的要素”、“垄断行为的危害”等主题, 结合免费市场的特性提出改进建议。

第二, 在研究本国移动互联网行业规范中关于滥用市场被多数人支配地位法律规制方面, 各国有关的知识产权专家、学者们基于参考上述世界各国有关现行法律条例文件 (如美国《谢尔曼法》、欧盟《欧洲经济共同体条约》) 规范中提出的对主要的行业规范竞争法律行为的规制, 结合微软垄断案、谷歌滥用搜索引擎市场支配地位案等案例进行了广泛的研究, 具体还对知识产权、数据、电子商务等互联网领域的市场支配地位的认定原则和方法进行了分析。同时欧盟国家普遍认为应该将用户的个人信息的保护作为一个重要的参考因素来衡量。

第三, 美国右派学者和左派学者的争论, 右派的很多学者认为政府应该放松对于市场的监管, 实现真正的自由市场。代表人物是美国共和党的学者怀特, 他认为目前的反垄断法律体系是完善的, 如果想改变的话会造成危害。同时熊彼特指出如果形成垄断的话, 那么巨头企业将会把大量的精力放在科技创新和员工福利上, 而不是为了和竞争对手竞争而浪费大量的资源^③。但是与之相反的左派学者林恩认为, 目前的垄断市场中巨头已经对市场的良性运营造成了非常大的危害。那种独角兽企业还会预防性收购有潜力的小企业。这样危害了美国经济发展的活力。虽然通过数据分析, 巨头所占有的市场份额并没有之前学界预料的那么大。但是很多学者通过分析市场份额的变化, 觉得提前加强反垄断监管势在必行。由于美国左派占据了美国媒体的话语权, 美国左派对于反垄断的观点已经成为政治正确, 现在美国右派的言论并不受到重视。美国左派和右派争论的根本在于政府要不要加强对于市场的管理, 左派更加主张市场监控, 右派要求发展自由

^①张卫东. 欧盟平台经济领域的反垄断监管及其借鉴[J/OL]. 电子政务:1-11[2022-03-2].

^②杨东, 臧俊恒. 数字平台的反垄断规制[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2021(02):1-12.

^③张卫东. 欧盟平台经济领域的反垄断监管及其借鉴[J/OL]. 电子政务:1-11[2022-03-2]

经济。由于现在美国经济并不景气，目前美国社会发展处于停滞状态，所以人们更加需要政府加强对市场的监管，并提高对人们的福利。同时随着大量拉美移民进入美国，他们往往受教育程度不高，生育率较高，所以更加需要社会福利来保障生活。他们需要政府加强对市场的调控，来保障市场的稳定性。所以这些移民为代表的势力和美国左派合流，占据了社会主流舆论。现在支持美国干涉主义的思想深得人心。

1.4.3 国内外文献综述

作者认为国内学者的主要研究方向在概念的界定上，其内容较为丰富，但是在司法实践的层面还是涉及的领域不够多。国外学者的研究上更注重技术层面的分析，需要理工科的相关知识。总的来说，国外研究开始较早，涉及的领域也更多，国外学者的研究更加偏重技术层面，更注重学科交叉研究，很大程度上运用了经济学领域的知识。我国的研究更加注重理论层面的分析，更加偏重于法学本身。同时我更赞成上文的争论中的左派的相关观点，就是需要提前对市场进行监管。以防止独角兽企业做大，危害社会发展。总的来说，左派右派对于市场的争论会不断持续下去，这是因为美国群众自身会根据所处的经济发展境况来选择支持哪个学派的观点。当社会处于上升阶段时，群众需要自由的经济发展策略，就会选择支持右派的观点，就是支持自由竞争。当美国遇到经济危机时，社会变得萧条，为了保证自己的基本福利不减少和市场的稳定，人们便可能会支持政府对于市场进行干预。

1.5 创新之处与不足

1.5.1 本文的创新之处

本文的创新点在于：

第一方面是法学研究理论视角分析上的创新，现行的互联网企业的滥用及市场占有支配主体地位法律的规制性研究，主要集中于相关市场和滥用市场支配地位的认定等某一个方面，没有形成一个新的研究思路。而本文主要研究有关的法律责任和监管体制，次要研究私人主体诉讼制度的完善，着眼于不同的视角。

第二方面是在反垄断法规制体系中出现的举证及责任利益分配问题上的方法创新。合理分配好原告与被告的法律责任，同时能使行政诉讼、执法活动等流程变得轻松简单，提高各个法律主体有序参与民事诉讼过程中的主体积极性，让市场氛围更加公正。

1.5.2 本文的不足之处

本文虽然大量地梳理了很多国内外学者的相关研究成果，但是在分析的过程中却显得略微粗浅，并不是显得足够的细致。本文主要引用的还是国内的相关资料，对于国外的相关资料涉猎不够广泛。同时本文的语言运用还是略显生疏，需要更好地进行语言组织。本文行文逻辑也相对于优秀的论文来说是具有很大的差距。同时本文具有内容多但是不精致的问题，需要更多阅读文献后获取更多的知识加以改进。

2 互联网企业及其滥用市场支配地位概述

2.1 互联网市场与互联网企业

2.1.1 互联网市场

互联网市场是一种新的概念^①，顾名思义，不同于传统的市场，互联网市场具有虚拟性和技术性等特点。比如他的交易地点不在现实中，而是在虚拟空间里。交易的双方可以跨越很长的距离，同时交易的货币也不一定采用纸币，而是可以采用数字支付手段，还可以用新型的比特币进行交易。在卖商品的和推销服务的时候，往往可以将商品信息挂在网络空间上，而不是用在现实中租售店面来进行销售。我们可以在平台上展示商品的销售情况、价格等信息，这就是相当于一个网络杂货店，我们把这些提供商品和服务的平台结合起来称之为互联网市场。互联网市场可以突破时间和地域的阻隔，很快地传递交易信息，同时通过第三方电子支付平台交易。同时互联网市场的产品更新换代也较为快捷，减少了很多成本。

2.1.2 互联网企业

不是所有用互联网做生意的企业都是互联网企业^②。传统企业虽然也可以利用互联网，但是他的核心竞争力还是处于传统领域，只有其核心竞争力需要依靠互联网的发展的才叫做互联网企业。很多实体企业都有自己的网站，但是我们认为这对于企业来说只是一个必要不充分条件。举个例子，某装潢公司，建设了一个平台，利用互联网来进行信息采集和分析利用，并且其主要的交易平台也在互联网上，这样可以称作他是互联网公司。互联网企业的核心竞争力还是在技术研发和技术创新层面。

2.2 市场支配地位

2.2.1 市场支配地位的含义

市场力量的绝对支配与经济地位控制是一种特殊的企业形态。一般狭义上来说是仅指对于该特定企业的占有，及其在社会某些地区特定地域、时间市场、空间分布上的占有。几乎所有企业所具有市场要素的相对直接的经济控制性力量。即使它们仅仅在与所提供相关业务产品相应的特定产品市场、地域市场空间上和某些特定地区时间市场分布上，拥有了对决定着企业产品产量、价格关系形成因素和影响商品销售数量等因素的直

^①杨东, 臧俊恒. 数字平台的反垄断规制[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2021(02):1-14.

^②赵子健. 互联网平台滥用市场支配地位的法律规制[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2021(11):193-196.

接控制的能力。虽然现在西方各个国家通用的经济相关的反垄断法律教材中有所提到这个概念，却往往未必就专门强调了竞争市场的垄断及其支配与主体地位关系等法律概念，但与之相反，而是非常笼统地用上诸如垄断经济状态、独占、垄断支配力地位以及独占竞争与经济优势地位等这样几个有着不同法律含义、法律概念的用语，但是实际上，它们彼此之间的实质内涵却是很相似的。市场中的绝对支配性地位是已经被在德国《反对限制竞争法》中和在《欧洲经济共同体条约》广泛地使用到了一种不再新颖的法律概念，除了这两部法律之外的一些主要国家的立法中还没有直接地使用过了这一定义。有很多国家会相对应地照搬德国的成果，美国在反托拉斯法也就直接使用到德语在垄断力（Monopoly Power）中的对应单词，日本在引进法律理论中提到的反垄断法相关术语也是对于德文中垄断状态这一词的模仿，我国的台湾地区中提出的保护企业公平竞争地位的法也就使用了到德语独占这个概念。虽然各国用词不同，但是都是针对同一现象。即企业不受有效竞争的约束，操纵市场，对市场的公正发生损害。

2.2.2 市场支配地位的认定要素

认定市场经营者具有的市场占有支配者地位，通常做法是通过以下这四个判断要素逐一进行综合比对，这些评价要素实际上并不能进行单独地分析，而是应当在实际进行综合判断工作时要互相配合，缺一不可^①：1. 经营者在市场份额上应当占有相对高于自己一定份额比例上的相对市场份额；2. 经营者本身如有任何涨价促销行为，现有市场竞争者由于有限的市场生产力已无法及时扩大商品生产，因而更难以快速满足市场消费者潜在的商品需求；3. 潜在市场的主要竞争对手也无法保证及时地进入市场或也不能确保及时地进入目标市场；4. 对于操作者，消费者是依赖的，没有任何对抗的能力，因此操作者往往具有主导地位。市场份额也是一大关键考量因素，但也许这都还不是唯一需要重点考虑到的因素。中国提出了六个因素来确定企业的主导市场地位：1. 市场份额状况和国内外相关专业市场公司的国际竞争能力情况分析；2. 企业具备控制国际市场环境的风险能力；3. 企业管理的财务资源分析和评估技术研究；4. 其他企业对企业的依赖；5. 其他企业进入相关产品市场存在的经营难度问题；6. 其他相关风险因素。我国立法参考美国、奥地利等国家相关立法的经验，指出当前 2 家中国企业的总市场份额要达到中国市场三分之二或以上；即 3 家中国企业应在中国市场相关细分市场上占有的总的市场份

^①孙凌云. 论市场支配地位之认定[J]. 河南省政法管理干部学院学报, 2010(05):141-146.

额至少要达到四分之三的份额时,这样才会被判定符合主导地位。当确定了一个共同的主导地位时,如果一个公司的市场份额小于十分之一,它就不会被假定为占主导地位。

2.3 互联网企业滥用市场支配地位及其表现

2.3.1 互联网企业滥用市场支配地位的含义

互联网企业涉嫌滥用市场的支配地位行为是指部分互联网企业的违法使用他人市场的支配主体地位的行为。但在反垄断语境中有三层意思^①。第一,构成滥用的市场和支配经济地位要以明确互联网相关的市场的具体范围为界,且细分为对相关特定商品市场概念、相关商品地域市场范畴、时间范畴的界定。第二,需要认定互联网企业中的一种市场支配的力量。准确上来说,要用于确定某互联网企业在某个相关交易市场行为上是否存在对商品市场价格准入资格门槛、商品市场交易限制条件等有实际控制的权力。例如,若一家互联网企业实际上控制了某些相关的商品交易的具体交易的价格、交易标的数量限制及其他的交易限定条件,将可能被法律认定为企业具有对市场的支配地位。第三,需要进一步认定该互联网企业构成涉嫌滥用其市场支配地位的权力。总的来说,只有涉嫌对互联网市场利益造成极大损害才会受到刑法的处罚。以上的三方面要求才真正构成了对互联网企业滥用市场的支配地位行为的法律制约。

2.3.2 互联网企业滥用市场支配地位的产生

以爱奇艺视频来举例分析,爱奇艺视频在创立初期为了吸引用户的注意,增加网站的流量,他的VIP价格并不高,并且还可以让用户每天签到享受价格优惠。此时的爱奇艺在互联网视频行业内部并不突出,相对于土豆和优酷来说,他的市场占有率还非常的小。不过爱奇艺属于百度的子公司,百度为了占领互联网视频网站的市场对其大力相助。并且爱奇艺也利用了百度的资源优势创造了许多许多的综艺活动来吸引低龄观众的注意。同时爱奇艺还紧跟时代的潮流,第一批创办了网络电视剧,吸引了大量的流量^②。于是爱奇艺迅速的后来居上,流量超过了土豆和优酷,他的市场价值也几乎达到了巅峰。但是当用户对他有了认可度,并且对他形成了依赖性之后,爱奇艺于是不再进行对影视资料

^①王先林.在华跨国公司知识产权滥用的反垄断法分析[J].知识产权,2005(06):21-26.

^②陈玉梅,杜政辰.网络服务平台单方变更权的法律规制——以爱奇艺超前点播案为例[J].湖南科技大学学报(社会科学版),2022(01):107-114.

的低价促销，而是抬高了VIP价格^①，同时对于购买VIP的用户来说，当用户想看一些电影的时候不仅需要VIP会员，还需要额外购买电影券，一张电影券的价格甚至比vip价格还要高。这就构成对市场的恶意垄断，严重损害消费者权利，使消费者觉得自身的公平交易权利受到了侵犯。同时腾讯视频等也迅速崛起，利用自身的资源公司购买大量影视作品的版权，挤压了小视频网站的生存空间，小企业因为资源不足并且受到打压，很难正常地参与市场竞争。当几家巨头占领了网络视频市场之后，他们占领的市场的份额达到了临界值，支配地位由此产生。

2.3.3 互联网企业滥用市场支配地位的行为

2.3.3.1 低价销售行为

为持续确保自身领先地位，互联网企业可能会被迫在定价上保持和成本价持平的方法来吸引客户，顺便排斥竞争对手、增大市场份额。很多互联网企业借口自由竞争来控制市场。但在实践分析中，对于任何一个中国互联网企业在实施大规模虚假网络销售虚假宣传行为，并且价格严重地低于成本价时，该互联网公司行为都会对中国潜在消费市场环境和社会竞争市场格局产生负面的影响。以北京网约车有限公司事件为例，北京网约车市场此前确实出现了对过低价格进行补贴的行为。为更有效地争夺到目标用户，该出租汽车网络企业公司还曾经公开承诺，会以相对更优惠的价格和更好的服务吸引广大潜在出租车用户，并承诺将为出租车司机在收入方面提供高额补助。无论收费标准到底是什么，这样的低价收费标准已经是明显在价格上远低于成本。当该企业在市场上占据最大份额时，就迅速废除了行业补贴政策，并立刻提高服务的价格。所以说，在初期竞争时，该企业采取低价促销的战略攻占市场，成功后立刻提高服务价格来补偿前期遭受的经济损失。企业的这种行为扰乱市场，不仅没有维护好消费者的权利，反而使消费者的选择面更窄。可以认定前期的低价销售行为是违法的。

2.3.3.2 搭售

捆绑销售是指经营者利用其市场主导地位迫使对方完成交易，迫使另一方接受不公正的交易条件的行为。平台企业只用在软件上增加服务，消费者往往会顺带点击信息。当消费者享受软件服务时，同时也会被捆绑销售的信息所吸引。比如使用某杀毒软件的

时候，很多用户会无意间点击确认杀毒软件的其他服务，比如添加输入法和浏览器等。目前很多企业学会了相互之间捆绑软件来合作挣钱。

2.3.3.3 差别待遇

差异处理行为是一种具有市场主导地位的经营者的来提供特定产品信息或者技术服务条件时，无特别正当交易理由，对依据不同的交易的条件可提供完全不同约定的行为。与许多传统的企业制度不同，差别待遇行为将更大程度地表现为一些非价格和歧视性质的待遇形式。在许多互联网企业制度中，由于不同的使用目的，用户消费同一个软件的不同服务项目，花不同的钱不属于价格歧视。因此，面对不同的处理方式，除了分析外部条件外，还应考虑用户的自主意识。互联网企业产品主要在于提供个性化信息的服务，一定程度上的可虚拟性和不确定性会无法被当作一款传统产品来量化其功能。另外，由于具有过低的内容复制的成本，一旦大规模复制出来，就几乎可以在不增加运营成本开支的情况下重复使用，从而将导致运营收益递增。在一个传统制造行业模式里，产品最终的原材料生产、运输成本最终决定产品价格。但在电子商务平台企业运营中，可以有效排除了这些制约因素，降低了生产的成本。更多的是关于产品的功能检测等测评维护的成本影响了价格。

2.3.4 互联网企业的滥用市场支配地位的危害

2.3.4.1 破坏市场竞争秩序

竞争优势有助于公司优化市场业务的结构，使优秀的企业淘汰落后的企业。平台经济领域中滥用市场支配地位将危害两类人，一是潜在消费者，二是潜在竞争者。对于市场竞争者们来说，具有市场支配地位的大型互联网企业若要滥用其市场力量以争夺其消费者，比如对消费者提供低价服务，用价格优势消灭竞争者。或被逼迫着进行某些不正当的买卖，那么处于较弱势地位中的某些竞争者往往会因自己力量尚不够大而一时没法做出反抗，失去用户的青睐，失去资金的来源，从而选择退出互联网市场。大型互联网企业在市场开始一家独大之后，会造成后进的竞争者更是面对价格的打击和不公正地对待而无法生存的困境，最后造成劣币驱逐良币的现象，这种情况严重阻碍了市场的健康发展。

2.3.4.2 损害消费者权益

消费者群体中的某些长期利益群体也最容易地遭到一些互联网企业利用。比如一些互联网企业滥用了自身的市场支配地位造成了信息差而使消费者蒙受损害。比如某些大型互联网企业可能会故意开出很高额的价格从而打价格战赶走很多潜在竞争者，最后又通过间接的方法去使消费者来自己承担这个价格损失，比如一些掠夺性的定价行为。有时候很多弱势竞争者在吃亏之后往往转而侵害消费者权益来补偿自己。同时，互联网企业又利用自己在市场中的支配性地位而实施各种价格上的操纵行为，限制住了普通消费者的自由选择权，同时也逼迫其进行不公正的交易。总的来说，消费者的需求被忽视，消费者的知情权被剥夺，消费者的利益得不到很好地保护。

2.3.4.3 扼杀创新的可能性

互联网企业一旦过度滥用了自身在市场中的绝对技术优势地位，在面临限制开发与无序竞争危险的同时，也就可能会彻底扼杀掉其所属行业的相关企业的自主创新能力，造成一种恶性循环。以我国为例，自从最新崛起的互联网三巨头即BAT公司（百度、阿里、腾讯的简称）开始发展以后，我国已经很长时间鲜有像其他国家那种能成功地发展出具有与老牌企业相竞争的中小移动互联网企业，即便在最近几年出现了的另外的一些互联网公司如大众点评、滴滴打车平台等移动互联网企业，其背后也都无一例外都会有BAT公司的身影^①。而美国在微软、苹果等巨头出现后，仍然出现推特、ins等大规模的具有创新能力的互联网公司与之抗衡。其次，我们发现在国内互联网抄袭的现象也较为严重，这是因为在国内互联网抄袭失败的综合成本很低，创新失败带来的综合代价很大。因为国外的互联网公司都在竞相创新，相对于国内公司技术更新更快。所以国内互联网巨头公司一般只需要抄袭了一点国外公司的创意，就已经可以赚到一些可观的市场利润。而国内很多还无法完全投入到正常的互联网竞争市场之中的是一些中小互联网企业，如在国内有一些小型的视频网站，为了可以进一步去吸引这些潜在的消费者，只能说是在铤而走险地打擦边球，在抄袭与违法并存的边缘进行试探，不仅没有将资源投入到创新之中，反而影响自己的口碑。长期来看，这些中小互联网企业没有任何前途。总的来说，我国的整个移动互联网行业本身的技术创新的热情与服务热情也确实还是很低，技术更新也很慢。这些因素都导致了我国在技术层面更新放缓。我国互联网产业创新意识薄弱与风气、三观不正都是对行业今后几十年的长期、高速、健康发展将会有着很大

^①伍洋宇. 无序扩张时代结束：互联网巨头迎来转折年[J]. 服务外包, 2022(01): 112-115.

的不良影响，我国的相关司法机关、立法部门亟须对此作出应对，以纠正互联网行业存在的不良之风。

2.4 互联网企业反垄断的理论基础

2.4.1 结构主义理论

第一种思维模式就叫结构主义。结构主义理论更偏向于研究行业的集中分布状态，就是市场份额。结构主义的理论虽然最早受到学术界的重视，但是后来随着各国反垄断法体系的逐步发展与完善，行为主义的理论渐渐取代了其观点成为社会主要思想。第一种模式叫结构主义。结构主义理论偏向研究行业集中状态，就是市场份额。结构主义理论最早很受重视，但是随着反垄断法的发展，行为主义理论取代其成为主要思想。由于垄断资本主义发展，对市场产生危害，各行各业呼吁出台反托拉斯法来规制垄断资本。那时出现的托拉斯组织主要还是靠兼并其他企业来发展自己，例如摩根大通，哈默家族的企业等，他们控制了国家的经济根本。但是市场份额的多少有时候并不足以认定一个企业是否具有市场垄断支配地位。一些美国的右派学者认为有的企业占领的市场份额多是因为其自身发展的优秀^①。所以这样的企业造不成危害，反而有利于实现市场的优胜劣汰。与之相反的一些左派学者，比如布兰迪斯学派的许多学者认为虽然有的企业足够优秀到占领市场份额的地步，但如果没有良好的制衡，其必然会利用其垄断地位造成危险。最后因为美国政府在高速经济发展后更偏重于构建福利型社会，放弃了之前对竞争性社会的追求。而左派正是追求社会稳定的，最终在争论中左派学者取得了胜利。于是美国出台了反垄断法即《谢尔曼法》。虽然有《谢尔曼法》对其制衡，但是因为时代的问题，其内容过于简单，无法很好地形成对垄断行为的制衡。不过还是开了个好头，从此全世界各个国家开始修订自己国家的反垄断法。

2.4.2 行为主义理论

新世纪到来后，越来越多的民主国家政府确定了立法的主旨思想时，选择运用了行为主义立法理论。这恰恰是因为采用市场行为主义的国家的立法越来越偏重限制与规范考察企业行为，而不只是简单强调限制企业本身所能占到市场份额，这或许更合理。因为破坏整个市场良性竞争新秩序、排挤其他竞争对手、损害全体消费者利益的已经不是完全垄断制度结构而是市场垄断行为。同时美国一些右派学者指出，国家应当减

少对市场的干预，少关注市场份额，把更多的精力放在维护市场机制上^①。20世纪80年代后，经济一体化越来越明显。各国企业必须面临国内外的压力，尤其是国外市场的压力。各国政府为增强本国企业产品的市场竞争力，都对国内企业开始放手。发生于在2000年左右的微软垄断案事件，也将最终是以美国政府的认输、撤诉而宣告完毕，这恰恰说明了在美国，结构主义理论最后会被时代所淘汰。而行为主义理论则最终成为学术正宗。这说明随着时代的变化，人们在判断某企业是否具有市场支配地位的时候，更加注意企业行为，而不是企业的市场份额。因为有的企业纯粹是依靠自己的竞争力来获得市场份额的，比如苹果公司。但是更多的企业并不是依靠自身的竞争力，比如技术的更新和服务的改善，而是自己先通过打价格战获取市场份额，最后达到垄断市场。这样的行为才是值得警惕的。

①叶明. 互联网企业掠夺性定价的认定研究[J]. 法律科学(西北政法大学学报), 2015(05):194-200.

②宋琳. 互联网反垄断司法规制的困境及对策研究[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版), 2017(03):65-76.

3 我国互联网企业滥用市场支配地位法律规制的现状及存在的问题

3.1 我国互联网企业滥用市场支配地位法律规制的现状

我国《反垄断法》正式实施的时间是 2008 年 8 月 1 日，主要是为了防范合法的垄断企业的潜在危险行为，维护正常经济秩序。但是随着时代的发展，法律需要与时俱进。我国国家市场监督管理总局对外发布了《关于平台经济领域的反垄断指南（征求意见稿）》行动计划（以下均简称为《意见稿》^①）用来向社会公众公开征求意见，首次增加了互联网经营者市场支配地位认定依据的规定。为加快构建平台经济反垄断监管新的体系，2021 年 2 月 7 日，国务院反垄断委员会正式发布了《指南》。该指南在总结过去经验和借鉴域外做法的基础上，根据《中华人民共和国反垄断法》（以下简称“反垄断法”）等有关规范性文件的规定制定出台的。下文将用阿里巴巴案对于法律规制现状进行阐述。

阿里巴巴案例中^①，阿里巴巴总局集团专家组则进一步提出了该案例相关的服务类商品市场属性原则上，仍能够准确地界定出其性质为纯互联网电商 B2C 类的第三方网络贸易批发及零售等综合贸易平台商品，及其服务提供的具体市场属性（主要区别于 C2C 网络零售平台服务）等。而中国质检总局的专家组建议则将主要参考根据中华人民共和国工商总局《指南》规定的总则第四条及细则第四条中，提出商品的相关市场需求替代理论方法和对消费者服务供给行为的替代性理论实证分析等多种方法，分别地从商品网络经营者市场本身属性和该商品消费者服务特性上分别定量地对此进行系统性研究，并且做了实证理论模型分析。最后认为我国在该商品服务的范畴应界定其为商品网络零售的市场。先确定线上和线下不在同一市场，之后，分析结果认定为不同种类网络批发零售信息平台与服务信息平台属于同一类型的相关服务商品市场，最后可以确定网络分销零售信息平台和服务信息平台应该是单独细分的一个市场。在分析界定同一相关地域市场的前提下，首先可以确定与境内外地域市场间没有密切或替代性关系，接着可认定在中国境内的不同相关地域市场提供的电子商务网络与零售网络平台服务应属于在同一相关地域市场，即本案的相关的地域市场在中国境内。

3.2 我国互联网企业滥用市场支配地位法律规制存在的问题

3.2.1 责任制度不完善

^①白让让. 我国平台产业反垄断行政执法模式的探索与创新——以“阿里巴巴垄断”案为例[J]. 中国价格监管与反垄断, 2021(10):17-19.

3.2.1.1 责任分配制度不完善

互联网企业滥用市场支配的地位被提起诉讼的案件,证明侵权责任如何分配的主要依据应该是根据《最高人民法院关于审理因垄断行为引发的民事纠纷案件应用法律若干问题的规定》第七条规定,被告垄断行为属于反垄断法第十三条第一款第一项至第五项规定的垄断协议的,被告应对该协议不具有排除、限制竞争的效果举证责任。互联网企业实施广告滥用诉权行为的诉讼案件审理中,被告由于实力较强,他的商业保护措施一般比较完善。而原告本身与被告相比,往往自身实力就较被告弱,若被告要原告证明是被告自己实施了滥用市场支配地位行为,原告也需要对该被告自身的市场支配主体地位作出认定并提供有效证据,但是由于身份地位的不对等^①,这一切对原告来说,无疑是一笔难以轻易完成的大任务。虽然有关法律规定减轻了案件原告自身的相关证明的举证要求,但是其对于规范整个中国反垄断审查案件中原告的相关证明责任范围来说,作用依然很脆弱。此外,原告只能通过向被告发布过的所有相关申请文件基础上去获取相关决定性证据,取证过程繁琐。并且对于承担整个中国反垄断调查案件原告方的事实证明的责任主体来说,作用很弱,所以举证责任制度亟待完善。

3.2.1.2 责任内容不全面

我国的《反垄断法》明确定义了企业在滥用市场的支配性地位造成的主要行政责任主体和相应民事责任方面的内容。在行政责任上规定对经营者没收违法获得的财务,但是没有对违法的决策者进行惩处。同时并没有正式确立一个公民如何单独计算所受罚金的公式。民事责任和惩罚数额问题上只是一个相对模糊而不具体的规定,也并未说明自然人要具体承担什么样的民事责任。同时在确定罚款的数额上,法律同样也是并未直接明示。这说明在司法实践中一直缺乏相对全面具体且客观适用的行政裁判的标准。同时,许多滥用现行市场支配地位的行政裁判标准的行为对社会危害很大,在很多案例中决策人已经对国家秩序造成了很大损害。这种行为很大程度上需要承担刑事责任,不然不足以维护我国法律的权威,不足以增强法律的威慑力。

3.2.2 监管体制不完善

3.2.2.1 缺乏系统的监管体系

^①殷佳楠. 滥用市场支配地位私人诉讼的举证责任制度研究[D]. 华东政法大学, 2021:17-34.

我国在反垄断的监管上还有很大程度的不足，具体表现在监管体系不完善，反垄断行为操作制度不具有科学性。就以行政部门的规范和执行程序来作为例子，法律条文中规定互联网企业的日常管理是让工信部和工商管理部门负责，同时滥用市场支配地位方面的监管是由工商行政管理部门具体负责的。与此同时，国家发展改革委对于互联网行业的价格与价格垄断方面则也具有监督权和执法权。这样最终形成了三龙治水的僵持局面。这三个部门在司法实践中所采取的法律依据一般不一样，并且执法的标准也没有统一，执法的重心也存在分歧，执法功能也具有相互雷同的地方。并且这三个部门都在监管中有着各自不足的地方。所以在具体的执法中往往各自为政，互相之间没有配合，最后浪费了大量的资源，还往往得不到理想的效果。这些问题都是我们需要解决的，我们需要建立一个系统的监管体制来解决这种难题。

3.2.3 反垄断诉讼举证困难

3.2.3.1 原告的举证成本过高

在普通民事诉讼领域，证明责任的一般的原则是谁主张，谁提供证明原则。持有反对意见权利的当事人一方通常需要提交足够丰富的事实资料来证明自己的观点。在开展互联网企业反垄断案件诉讼调查的具体过程中，原告一方需要首先自己努力搜集有关证据并证明自己的相关主张是合法的。同时也由于我国互联网领域的相对特殊性，必须先采取其他技术手段以获取充分证据。往往这些证据在互联网公司的服务器中，但由于这些服务器被公司的防火墙来保护，一般人很难通过正常的技术手段获取服务器中的信息。只有向互联网公司提出申请许可才能获取证据。诉讼过程中的原告如果想要获得一个被告的服务器的一些基本信息，它将必须去寻找这个服务器的另一端。但是原告如果想要从中获得一些证据，被告通常是不会同意的。而原告一般不能使用不合法的手段以获得想要的一些证据，因为这样的证据很难会被法院认定为合法证据，从而拒绝承认其效力。面对这种复杂情况，只有主动向上级法院书面提出调取证据的申请，但是这需要花费很多时间，与此同时服务器会提示自己会随着日期的变化将数据全部删除。所以即使获得申请同意，也未必能获得证据。此时，原告会因为没有决定性的证据而败诉。并且就算原告通过法院的申请拿到证据，但还有很多维权程序要履行。在这些案例中，需要花费很多的时间成本和金钱成本。如果只是一个小公司想要维权，那么往往很难承受这种诉讼成本。综上所述，原告的举证成本过高的问题需要解决。

3.2.3.2 技术问题导致的取证困难

在互联网反垄断诉讼中,取证技术对于原被告双方都至关重要^①。在2016年搜狗反垄断案中奇虎作为第一被告,奇虎认为是搜狗浏览器中安装的其他一些第三方软件有问题,并正式告知很多消费者,最后很多消费者放弃使用搜狗浏览器。搜狗公司觉得自己的利益受到了损害,于是向奇虎提起了诉讼请求,要求奇虎公司道歉。虽然奇虎公司认为自己已经事先收集公证了足够证明其自己真实想法的证据。但是原告搜狗公司却认为,经过公证的证据不足以说明他的观点百分百正确。公证书技术的主要特点是可以推测证据可能会出现某种漏洞,而运用这种新技术还可以用于事先进行造假。对此公证员除非对此事提前进行关注,比如在诉讼之前就对搜狗浏览器进行检测,否则不能及时发现技术造假的问题,同时公证机关很容易被欺骗。反垄断案件中需要的证据多是虚拟的,所以需要提前公证。但是公证的程序过于复杂,造成维权不顺利,维权的成本太大。

3.2.3.3 举证责任规定与司法实践不配套

网络技术市场也日趋走向繁荣。很多平台企业通过发挥自主品牌的技术优势,占据了行业主导优势地位,决定了该市场整体技术发展趋势。由此所直接引发的相关企业的知识产权诉讼案件数量也会逐渐的增多。由于电商平台公司本身也占据着了众多的先天优势。相比之下,自身经济力量相对薄弱导致消费者在民事诉讼审判流程中却往往要面临诸多困难,这一切无疑对于我们地方司法机关的工作来说将会面临这样一项的前所未有的考验。在相关互联网领域知识产权诉讼的相关案件办理中,我国司法机关现有严格的专利举证与责任规定且与相关司法行政实践均不充分配套。由于相关互联网企业普遍存在网络外部性、技术创新性特征以及网络用户锁定性等共同特征,在司法机关认定有关互联网企业主体滥用市场支配地位等案件中,“谁主张谁举证”的方法对专利的诉讼举证或责任界定将越来越难以适用。互联网企业主体一般依靠手机移动互联网的应用终端为载体而开展互联网商业或经营及管理活动。诉讼审判实践工作中网络诉讼主体多采取以被告提交各类电子证据形式为主,且该案件中被告当事人人数较多,且均为当地的一些经济实力相对雄厚的互联网企业的经营者。原告起诉要求其证明某被告公司实际运营存在有哪些关联违法行为则显得较为复杂。与我国同样掌握资本优势的主要被告相比,原告方在实力上可能相差过于的悬殊,同时,在对互联网企业的滥用市场支配地位案件相关的民事诉讼等活动处理的过程中,由于该平台企业往往拥有十分强大且完善的网络

^①林星阳. 竞争性国企纵向价格垄断协议豁免制度的立法完善——结合茅台、五粮液纵向价格垄断案的分析[J]. 北京航空航天大学学报(社会科学版), 2021(05): 160-168.

技术基础在作为支撑，网络行为影响地域范围之广大，波及面也极广，其网络行为最终造成的人身损害等后果都难以客观估量，甚至还有可能会由于突破其国别地域法律的规定限制，造成更加难以预计的经济损害，这都是我们需要注意并且加以解决的问题。

4 国外互联网企业滥用市场支配地位法律规制的考察

4.1 国外互联网企业滥用市场支配地位的法律规制

4.1.1 美国互联网企业滥用市场支配地位的法律规制

美国作为一个老牌的资本主义国家，他的资本主义市场经济发展很快。同时作为第三次科技革命的核心国家，互联网经济已经成为美国的第一大支柱产业。同时美国的互联网市场中，滥用市场支配地位的行为非常多。所以相对于我国，美国在反垄断上有着丰富的经验。美国首先颁布了反托拉斯法，确定民事诉讼方面的实施机关可以是司法部反托拉斯局，也可以是联邦贸易委员会，甚至可以是私人团体^①。而刑事诉讼的实施机关只能是司法部反托拉斯局。由此可见，反托拉斯法的实施机关是司法部和联邦贸易委员会。美国反托拉斯执法监察协调机关针对相关市场主体界定等问题提出的执法监管立场也主要体现在了司法部公告和联邦贸易委员会公布生效后确定的其他有关于滥用市场支配地位的行为。规定了处理民事诉讼和刑事诉讼的相关机构。涉及合并企业指南文件内容之中。同时在1968年公布的国家标准司法部规范和行业标准联邦贸易委员会规范性文件，首次公布了符合国际标准的《合并指南》规范，从新经济市场规制主义的观点出发，提出进一步提高电子商务网络市场集中度的水平，在此技术之上实施严格的法律规制。受行为主义的市场与规制经济学理论迅速发展起来的影响，联合国的司法部国际委员会终于在1982年正式通过并颁布了一项由联合国新组织制定起来的准则《横向合并指南》（以下简称《1982合并指南》），并由此而首次系统完整地确立了解决反垄断者测试的方法，这个指南具有里程碑的意义。

4.1.2 欧盟互联网企业滥用市场支配地位的法律规制

欧盟国家发展经济的核心驱动力是互联网平台。目前大概有二百多万个欧盟企业在互联网平台上进行商务往来，不仅包括新兴的企业，也包括了传统企业。同时私人之间的商务往来和公共消费也很大程度上依赖互联网平台。互联网平台不但可以掌握整个市场的规则，同样也在与用户的互动中掌握了主动权，同时在网络市场上很多事物具有重大的影响力。互联网企业不仅是自己可以为用户提供商品，也同时可以作为其他传统的企业的中介。互联网平台在欧盟经济发展中起到了越来越重要的作用，使得欧盟在修改竞争领域的法律时对投入了很大的力量。竞争作为一个企业发展的最大核心驱动力量，

^①吴汉洪,王申.数字经济的反垄断:近期美国反垄断领域争论的启示[J].教学与研究,2020(02):40-54.

他的存在可以使企业为了赢得市场更快地进行技术创新，同时也更快地改变其商业服务的态度。只有这样做，企业才能够在残酷的市场竞争中存活下来，通过占领市场来获得更高的利润和更多的商业回报。但是互联网具有特殊性，互联网企业的生产经营成本相对于传统企业较低，所以他有更大的市场力量来取得垄断地位。先行占领市场的互联网企业可以通过滚雪球的优势壮大自己，彻底形成在互联网市场上的统治地位。使得后来的中小互联网企业很难通过自己的技术优势形成对于老牌企业的挑战。可以看出互联网企业是可以在自身壮大之后在市场上压制其他企业发展的。

首先，欧盟对此提出要规范垄断协议。《欧盟运行条约》（TFEU）中有关条文规定禁止卖家随意在第三方平台上销售物品。比如很多奢侈品都是选择在线下销售，为了保持相关奢侈品的形象和在人们心目中的地位象征而做出的选择。在这种情形中，供应商为了维护自身的合法权利，他是有权利要求卖方禁止在第三方市场上销售奢侈品的。但是如果不是为了维持所谓奢侈品的形象，而是简单地禁止他人参与市场竞争，那么我们可以认为供应商要求卖家不得在网络上对于奢侈品进行商品交易是非法的，这种行为应当接受罚款。在我们学习了中国近代史后，会发现有一个名词，叫做最惠国待遇。如今在欧洲的互联网企业也在市场竞争中用到了这个词汇。比如亚马逊就在进入了欧洲市场后，与所有的供货商都签订了最惠国待遇，要求他得到和他在欧洲的竞争者同样的待遇^①。并且在此基础上，要求供应商对于亚马逊提供相对于竞争对手来说更好的条款。这样对于亚马逊的对手造成了更大的消耗，使得他们在市场中的竞争处于不利地位，这样很难有精力和资源去投入技术的研发和商业模式的更新上去。所以为了惩治亚马逊，欧盟委员会决定将最惠国待遇纳入立法的范畴当中去。同时亚马逊通过禁止出版商进行行业经营模式的更新和多样化经营，来阻止新的一些企业来进入市场竞争。为了能让消费者对于电子书自由选择，并且促进市场创新，欧盟决定开展对亚马逊的调查，认为亚马逊不合法地使用了提供出版商的商业数据，扭曲了市场的竞争。谷歌公司也在进入欧洲市场后，多次受到欧盟委员会的调查。就像百度一样，谷歌的一大盈利模式就是在搜索网站上投入大量的广告来盈利。但是谷歌为了争取更大的利益，要求第三方的网站在与自己合作之后必须将谷歌的广告投放在最醒目的位置上，但是谷歌却并未对第三方网站投入过多的金钱。同时要求第三方网站在与自己合作之后，不得将谷歌的竞争对手的广告进行宣传，一旦违反，谷歌将退出合作。这是为了避免竞争对手在谷歌广告的附近投

^①金曼. 论欧盟反垄断法的目标及其体现——以“谷歌案”为视角[J]. 甘肃政法学院学报, 2017(06): 17-19.

送广告，影响谷歌的利益^①。同时谷歌向欧盟国家的运营商实行了巨额财富鼓励政策，要求这些人在他们发行的设备之上预备安装谷歌搜索。同时要求其没有合作关系的制造商必须将谷歌搜索放置在其发行的设备上来。同时谷歌为了推广自己的搜索引擎，不惜撒谎说他的搜索引擎和其他的搜索引擎并无重大利害关系。不一样的搜索引擎之间可以自由地改变，但是实际上一旦用户形成了对于产品的依赖性之后，很难改变他的习惯。这就是所谓的用户黏性。用户在形成了黏性后，很难改变自身的习惯。除非是谷歌自己停运，或者出现一个非常优秀的搜索软件。谷歌这种行为造成了用户在平台之间转移成本非常之高，构成了垄断。基于谷歌的以上几种限制竞争的行为，欧盟委员会对谷歌展开了反垄断的调查，并在确定其违法行为之后，对其处以巨额的罚金。

同时欧盟也考虑到了互联网公司容易店大欺客，在实力对比上，互联网企业明显比用户资源要多。所以面对这些独角兽企业的时候，用户自身维权的能力很弱小，议价的空间并不多。所以欧盟委员会从保护用户的权利的角度出发，将买方实力纳入考量的范围内。欧盟委员会对于许多互联网独角兽企业的反垄断调查有效地抑制其滥用市场支配地位的行为，有效地降低了互联网滥用市场支配地位行为的危害。

4.2 国外法律规制的启示

4.2.1 美国互联网企业滥用市场支配地位法律规制的启示

4.2.1.1 在执法模式选择方面可借鉴的经验

在具体执法的模式及选择机制方面，借鉴国际反垄断组织执法合作机关间的定期沟通对话机制。在我国反垄断案件执法受理机关中的选择上，我们可以选择借鉴美国的制度。美国法律采取的基本上是一种两驾马车型行政执法的体制。由于现行美国关于在反垄断层面执法的地方立法数量较多，所以虽然存在有两个地方执法管理机关，但是有两个省级执法监督管理机关的分工相对明确，并且双方在开展执法业务之前应该拥有充分沟通机制。在相关法律制度的制定实施监督方面则很少再出现各种扯皮、推诿等现象，效率都比较高。另外，美国反垄断在执法机构中的专业人员的选择等方面问题也是比较专业。所以我国需要也设立两个执法管理机关来共同处理反垄断案件，并且要选择专业人员进行反垄断执法。

4.2.1.2 责任范围方面的经验借鉴

在强化主体责任内容方面，加大违法经营者民事责任处理与侵权赔偿等处罚执行力度，增加对生产者的刑事责任处罚力度。不仅依照法律程序对于造成严重行业违法或者垄断交易的特许经营企业负责人进行法律的制裁。对涉及其他领域违法参与竞争或者企业违规经营等具体行为责任人、策划者等可能也有给予相应经济惩罚的措施。此外，在刑法上还专门重新规定了增加对被告公司需要支付的最高金额人民币为 1000 万左右的处罚金的法律措施。民事诉讼活动进行中原告私人企业将可以获得最低金额三倍及其以下的补偿金。通过运用经济、刑事、司法救济与制裁的措施，增加了被告私人企业在参与我国反垄断法禁止行为时面临的实际司法成本，有效地在一定程度上限制了私人被告的一些违法行为，使得被告不再敢随意扰乱市场秩序。

4.2.2 欧盟互联网企业滥用市场支配地位法律规制的启示

4.2.2.1 相关市场的祛魅

首先，从目前我国对《反垄断法》的第十二条来看，不同于此前欧盟国家对相关市场这一法律工具在使用中的相关考量，我国可以直接地将相关法律市场中的这一法律概念以成文法的形式来定义其为：本法所称相关市场，是指经营者在一定时期内就特定商品或者服务（以下统称商品）进行竞争的商品范围和地域范围，进言蔽之，相比较于欧盟委员会通过 COM(2016)288 号 final 指导性文件对网络平台依据不同的服务按照类型表加以严格区别，我国现行反垄断审查法也无疑体现出了其法律不具有周延性。在没有这种法律延迟性的直接影响条件下，欧盟成员国可以仅根据指导性文件的软购物法原则，直接地分析为搜索服务市场原则和比较购物市场规则，并直接定义欧盟法律范围内适用的服务市场准入限制。相比之下，我国法院就在奇虎诉腾讯案过程中，基于移动互联网无国界性的特点，对相关区域市场定义有很大不同。我国也有一些学者强调互联网企业反垄断案应淡化的相关市场定义。简单地来说，定义相关市场工具只是一个重要而不是必要的前提，只有对“工具”的概念有准确的理解，才能实现相关市场的反垄断法的精准立法。

4.2.2.2 设立事前监管体系

由于互联网发展的特殊性，互联网平台企业不只是在做生意，也有可能利用大数据来侵犯用户的个人隐私，进而获得收益。但是由于侵犯个人隐私之后涉及的法律规则很多，用这些不同的规则处理同一个案子的时候往往会出现并不一样的判决结果，这

是因为不同的规则有着不同的出发点。由此扩展看来，这些规则往往有着很多涉及领域重合的地方，这对于我国规范经营者的行为有着制约作用，但是制约的效果不够明显。因为当同一个经营者出现问题的时候，往往会被不同的规则制约，但这些规则往往由于自身的情况而做出纷繁错乱的判决。这些情况不仅让经营者自身表示无所适从。同时也显得我国法律体系相对比较混乱。这是我国在反垄断领域上一个亟需要解决的问题^①。这就需要我国向欧盟来学习立法经验，生成一个专门化的法规来解决特殊的竞争情况。欧盟最早在其立法中实现了创新，对于互联网平台树立起了一个守门人的概念。也就是说欧盟认识到了平台因为自身可以进行数据的流转和收集，具有很重要的作用。完善平台经济领域的有关立法，同时也保障法律法规贯彻的透明公正。通过制定《数字市场法》，引入守门人平台概念，强化事前监管。同时也要加大对守门人平台的管理力度。同时守门人和一般的经营者不同，在设立针对一般平台的法律法规之后，也需要设立专门针对守门人的相关法律。如果守门人自身没有以身作则，违反了相关的法律，那么就要接受相对于一般经营者来说更大的处罚。不这样处罚，不足以体现法律的威慑作用，无法做到以儆效尤。事前监管主要体现在公平竞争，对于用户的个人隐私的保护和保障执法的公正性上面。具体在罚款上面，应该借鉴 DMA 上的说法，就是处罚违法者每天应收利润的百分之十。而一旦出现累计犯错的话，应当加大惩罚力度。同时也可以修改《反垄断法》，使得执法机构的执法权限得到增大，同时对于执法的流程进行压缩，变得更有效率。

^①王晓晔. 数字经济反垄断监管的几点思考[J]. 法律科学(西北政法大学学报), 2021(04):49-62.

5 完善互联网企业滥用市场支配地位法律规制的对策

5.1 完善监管规则

5.1.1 评估市场竞争状况

市场监管的前提是确定市场竞争状况。尽管平台经济领域垄断行为并未呈现出足够的特殊性或差异性，致使现行法失灵或者逃脱既有制度范畴或分析框架。但平台经济作为新经济形态出现，确实具有不同于传统经济形态的特征，如系统利益网络交织、传导路径复杂、范式涌现超前等特点，从而使传统单向静态规制在平台经济领域监管失位、越位、缺位并存。这些规范性的特征描述，一定程度上体现了平台经济的特征，但中国平台经济在其发展过程中有何特性，以及这些特性对平台经济反垄断监管有何影响，值得关注。做好市场竞争状况评估，有利于摸清平台经济领域垄断问题的客观现状，也能够为相应的治理工作提供基础，为平台经济反垄断修法、执法和司法实践以及相应决策提供依据。市场竞争状况评估，有助于包含反垄断执法机构在内的竞争决策机构更好地了解 and 把握某一特定市场或重点领域的市场结构、市场行为、潜在的高风险反竞争行为等情况，从而为相关机构的决策和政策执行提供事实依据和客观素材。市场竞争状况评估能够帮助决策和政策执行机构深入了解特定行业或领域的运行情况，通常参考以下一个或多个因素：比如企业行为、市场结构、信息失灵、消费者行为、公共部门干预市场（无论是通过政策或监管的方式，还是以直接介入市场供需双方日常经营的方式）等可能损害消费者的其他因素。中国自《反垄断法》颁布实施以来已先后针对多个重点行业开展相应的行业竞争状况评估工作，“为反垄断执法机构和相关行业主管部门掌握和了解我国市场结构状况、竞争运行态势及产业发展动态，加强和改进反垄断执法，为强化竞争政策实施提供基础数据支撑，为有效提高反垄断立法、执法的针对性、科学性和有效性，促进反垄断法和竞争政策实施更好地契合市场经济运行和高质量发展发挥了积极作用”。尽管对平台经济领域也开展了评估工作，但平台经济是个新兴领域，涉及行业范围广且技术性强、发展变化快，因而对其进行竞争监测和评估不能局限于某一角度，而应着眼于国家数字经济发展战略上来，从经济定位、行业发展、企业行为以及消费者或社会福利等角度对平台经济总体及其内部细分行业的市场竞争状况进行跟踪、评估和研究。之所以强调对平台经济进行竞争状况评估，除平台经济自身业态特点之外，还因为平台经济正处于不断升级转型的过程当中，无论从纵向的发展趋势来看，还是就横向的不同国家或地区平台经济发展情况来看，都需要准确把握中国平台经济发展水平以及

在全球经济中的定位,以便在分析综合国内外情况的基础上制定并执行合理的竞争政策和监管措施。因此,平台经济竞争状况评估不仅应依据经济学理论对国内平台经济领域特定相关市场的界定方法、市场结构及其潜在的高风险反竞争行为等因素进行考量,而且应对域外国家或地区平台经济发展情况、涉足的行业及其主要平台企业情况、监管政策和执法情况等因素进行考察^①,以得出正确的参考意见。

5.1.2 完善现行法规

对平台经济竞争治理而言,现行法不仅可能存在传统经济背景下的文本规范不足的问题,而且可能因平台经济的新业态属性暴露出具有特色的规范问题。但无论是哪一类问题,均应在平台经济市场竞争状况的基础上对现行法进行制度评估和规制效果分析,以考察现行反垄断规则的有效性和合理性,进而确定平台经济反垄断监管规则完善的基本方向和具体路径。从中国平台经济反垄断监管实践来看,《反垄断法》在具体执法中虽迎来不少挑战,甚至因某些关键性问题引发了不小的争论,如相关市场界定是否应为平台经济领域反垄断的必需环节等。但总体来说,并没有迟滞中国平台经济反垄断的进程,不仅响应了“强化反垄断和防止资本无序扩张”的政策要求,而且回应了高质量发展进程中经济治理现代化的制度诉求,因而依然能够为规制新经济业态中的垄断行为提供依据。然而,这并不意味着平台经济反垄断监管执法无须对现行法进行解释,便可直接将相关案件包括于此,而是需要通过法律解释操作机制为个案定性和具体行为的违法性认定提供法定依据。相应的法定依据在个案分析中通常呈现为两种形态:一是能够为特定行为的违法性认定提供分析模式,以及在此模式之下具体的法定考量因素;另一种是虽能提供相应的分析模式,但需要特别考虑诸如数据、算法、平台以及技术等平台经济领域特有的要素,尤其是要从市场份额、市场集中度、竞争损害、消费者损害甚至是创新损害等维度进行细化和分析。但无论何种情形,都需要发挥“解释”在规范适用中的作用,通过法律解释操作机制来解决前述垄断行为规制的制度需求。之所以强调通过解释现行法来满足制度需求,是因为修法至关重要,攸关法治尊严和相关产业发展,故需要持谨慎的态度。目前,无论实务操作中还是理论研究中都存在以修法为契机对中国平台经济反垄断规则进行完善的主张和诉求。以修法为契机,在法律文本中明确国家对平台经济发展的态度,即将数字中国战略背景下“坚持发展和规范并重”的原则融入《反垄断法》文本之中,在总则部分明确国家鼓励数字经济发展的立场,同时强调平台企业

^①金善明. 中国平台经济反垄断监管的挑战及其应对[J/OL]. 国际经济评论:1-32[2022-03-07]. .

不滥用自身市场支配地位实施排除、限制竞争的行为；在分则相关章节增补平台经济领域垄断行为违法性认定上应考量的特殊因素，尤其是平台经济以平台、数据、算法等要素为基础的核心要件是反垄断监管执法中必须考虑的因素^①。但修法对诸如此类过于微观的细节，不应付诸过多笔墨或做过多规定；否则，表面上形成事无巨细的“精致立法”，其实质上是可解释性不强的僵化条文，会限制监管执法的空间，甚至抑制平台经济的发展。与此同时，中国平台经济正处于不断发展变化中，不宜从法律层面对仍处在不断升级变化的数字经济做过多过细的规定和约束，以防束缚新经济发展的手脚。因此，不妨以修法为契机来表明国家对平台经济（甚至是数字经济）治理的立场，并在此情形下完善以《反垄断法》为基础、法规规章为支撑、反垄断指南为配套的平台经济反垄断规则体系，细化平台经济领域垄断行为违法的认定标准和考量因素，增强配套规则的适用性和可操作性，从而为监管机构的执法活动提供更为详尽的执法引导，也为平台企业竞争的发展提供更为明确的参考和指引。

5.2 优化政府机构执法

5.2.1 设立专业性执法机构

现阶段，我国关于中小企业的反垄断监督执法及专项治理工作职责是由国家市场监督管理总局来负责，但到目前来看，只直接负责中小企业行政管理和日常执法的相关机构的执法工作范围依然差异较小。这些部门相互之间很容易在工作上发生纠缠。这些机构对互联网企业可能面临的诸多相关专业和监管有关的问题也仍然了解得不够深刻和细致，亟需深入研究。我们需要尽快探索并设立出符合国家相关法规的专业性法律规范。这需要我国设立一个有关立法的服务协调小组。由于当前中国互联网企业经济产业活动中将涉及的许多来自不同相关学科的新知识，各相关领域从业人员提出的互联网技术专业标准等也势必将对各地方的专业人员构成诸多要求。为维护好上述这一局面，可建议我们在各地县市场监督管理局部门的机关内部也统一研究设立新的服务协调小组，小组的主要工作是处理各个学科的专家的投诉。并将明确对这种不同问题上的投诉受理案件都将会对应地成立一个不同的学科之间的联合技术和执法联合指导研究小组，来共同协助进行联合技术调查处理。这样做增强了市场监管执法服务机构的执法人员的队伍专业化程度。该协调小组今年的日常执法业务工作是要切实以市局国家市场监督管理总局通知的具体要求和指导为参考，深入在互联网企业及不同组织开展的各类执法培训活动，

^①李云舒, 韩亚栋. 反垄断监管规则更加清晰[N]. 中国纪检监察报, 2021-10-09(04):16-43.

用更为专业化全面的知识有效地解决日常执法办案过程中普遍遇到的实际问题。专业的执法业务机构在成立过程中应明确业务机构和组成人员的执法功能、业务范围要求以及组成人员资格涵盖范围。互联网行业主要涉及了网络数据、计算机算法、控制及程序应用等多个行业领域，每个网络执法组织机构初设立办公室时，原则上都还应要求配备好相应领域的技术专业人员，确保所有工作组织人员均参与网络安全执法管理的案件全过程，在互联网发生重大相关技术案件时确保能够做到及时协调处理。在实际进行专项调查或活动实施开始前，可以口头要求调查工作人员保密或签署保密协议，确保有关调查、执法实施过程不轻易对外泄露，保证相关执法行政机关对外开展各项工作过程的严格秘密性与执法专业性。

5.2.2 健全互联网企业监管形式

随着我国互联网经济规模发展的力度不断持续扩大，互联网企业已经充分占据了国内市场发展的重要一席之地，互联网企业及相应产业的行政监管执法形式本身也应及时改革和更新，建立起完备统一的相关监督管理的制度，实现大平台经济的运行过程的安全法治化^①。政府部门之间可以各自设立独立的举报网络，同时将申诉举报受理流程尽量进行简化处理，发挥网上举报受理平台系统的第三方监管优势作用。为平台企业行为设立行为等级标准监管评价制度，按照不同阶段的平台行为等级标准将所有平台企业进行等级分类化管理，对等级水平较高、行为评级良好记录的优秀平台企业可予以一定奖励表扬；相反，对于曾多次违法，诸如扰乱公平市场等竞争环境秩序行为可予以一定程度上地处罚。国家可以制定相应具有针对性的专项惩治办法，以此有效促进各平台公司能够持续规范地开展经营活动。比如可以探索性地设立地方性行业协会，可作为行业执法等工作的有力补充。行业协会本身与其他互联网企业的经营者平台之间形成的契约关系则更为紧密，其依法对平台发展所能做出约束的各种相关规范更能真正符合平台发展的新特点。在对其他互联网企业平台滥用行业支配的规制措施方面能取得更好的实践效果，成效也将会更佳。同时加强现场执法及监管巡查力度，强化事故前的监管，并调整为单一环节的事前事后联动监管方式。设置灵活有效的平台市场自律监管实施办法，使之能与互联网平台公司自身规范管理职责相结合，实现整个平台规范化管理过程的长效化。执法巡查人员首先要通过对各类平台企业的管理情况进行多角度、全方位跟踪监督，然后在这些平台公司一旦有出现明显滥用自己市场支配者地位的异常迹象时予以及时

^①吴振国. 以公正监管保障公平竞争奋力开创反垄断工作新局面[J]. 中国价格监管与反垄断, 2022(02):8-9.

出手干预,用来降低因滥用职权而造成潜在的利益损害。在平台组织开展的各项正常服务、经营业务活动流程中,加大政府对各类违法行为信息的集中宣传力度。开展各类线上宣传普法日活动,在各类平台中设置许多普法活动专栏,从最根本的源头上依法对平台企业滥用自身市场支配地位的违规行为进行排查治理,做到一次性解决问题。

5.3 完善反垄断司法诉讼制度

5.3.1 建立反垄断私人启动机制

互联网的平台企业由于长期滥用市场支配地位,可能由此带来的各种负面的市场效应非常之大,影响到社会中的与之相关的行业领域也非常广泛,对于很多的其他领域的市场竞争者来说会造成了重大的社会经济的损失^①。对互联网电商平台自身进行的这些的不当的竞争行为要开展一个科学有效的监管是势在必行的。但是,因目前针对互联网企业的诉讼服务有着国内诸多的传统第三方律师市场业务方式中普遍还远不具备的互联网诉讼技术特点,网络效应会越来越趋于强大。私人主体一方在面对其委托人提起诉讼时,其所必须收集的相关诉讼证据的技术难度也可能将相应增大。导致互联网诉讼案件举证收集成本也较为相对高昂,且平台一方在经济利益将受到第三方互联网平台恶意违法垄断和经营管理行为侵害等各种侵害因素发生时,受害者一方也一般会去寻求国家社会公权力机关帮助。希望其能依法有效对利用平台网络经营电子商务的相关合法经济活动进行更加严格地监管。加之在我国的现阶段,仍缺乏一套专门适用对我国互联网企业滥用市场支配的地位行为的私人主体诉讼法方面的法律。导致目前部分私人主体企业在对中国大陆互联网企业在涉嫌滥用其市场的行为进行诉讼案件的审判中,获得的胜诉率也依然保持较低的水平。司法机关通过调查发现,我国对涉嫌违法的垄断竞争等案件的具体调查及规制启动过程也具有很严重的滞迟后性。只有建立科学的网络反垄断监管工作机制,才可以与法律监管体系相统一。对进一步防范并打击互联网企业滥用市场支配地位的行为显得更为快捷与有效,从而会大幅有效加快了执法部门诉讼进度,提高司法效率。这一救济机制若能够有效在法律实践体系中合理地运行,并最终能依法在实际诉讼赔偿案件处理中得以广泛地适用。就一定能够以全面保障案件中原告合法的各项诉讼权益保护为宗旨,完善整套程序并完备制度措施,切实保证原告私人主体的各种正当权益。在一起互联网企业被控滥用市场支配地位提起的价格诉讼的案件中,被告一方具

^①顾聪,刘颖,吕本富,彭康. 市场结构、经济福利与平台经济反垄断[J/OL]. 中国管理科学:1-11[2022-03-21]

有相当雄厚的经济实力，原告仅作为一项私人利益诉讼参与主体，在该诉讼法律程序适用中往往较为尴尬被动，处于较为弱势地位。但是建立私人申请救济机制或许可以比较有效地缓解这一尴尬局面。为充分保障我国私人主体诉讼环节的合法顺利进行，可以探索通过立法减免原告相应民事诉讼申请费用、采取被告先参与诉讼活动后才交费等一些有力的优惠措施，鼓励全部私人主体提起针对互联网企业滥用市场支配地位的反垄断诉讼，促进我国经济市场秩序健康、有序地发展。

5.3.2 推行民事公益诉讼

互联网企业自身具备强大的垂直交叉和网络效应特征，一旦这些平台之间出现互相滥用市场支配者地位的欺诈行为等时，其影响范围必然十分地广泛，波及影响到的相关企业和互联网用户数量会极其巨大。但同时由于互联网平台企业大多拥有强大稳定的技术实力资源和网络资本优势，在相关诉讼过程中，保护消费者的力量十分薄弱，所以消费者在面临发生相关维权案件时，通常是选择忍气吞声，并拒绝通过相关诉讼救济手段以维护他们自己正当的诉讼权益。因此，为确保能解决好上述这类世界性难题，我们还是建议法院可以通过适当地借鉴当前中国司法民事诉讼体制模式中一些现有成熟的民间公益诉讼机制。比如在国内一些中小互联网企业领域内，一旦出现发生有滥用互联网市场支配地位的严重违法案件时，若涉及其国内受害方个人或企业在其国内人民法院提起诉讼程序均面临困难较大的境地时，可以尝试适度采用类似此种民事公益诉讼模式。在既可以降低滥用其违法行为中发生巨大风险的同时，又能比较有力地维护了中国广大消费者以及经营者的利益。所谓民间公益诉讼，由民间具有法律相应资质条件或一定权限地位的法人组成的组织，代表利益受被侵害之主体向基层法院申请起诉，以此手段来共同维护好这些特定弱势群体的正当权益。如果这些电子商务平台公司的消费者市场价值定位发生了错误，将会给这些消费者群体造成极其严重的直接损失。对此，代表维护消费者权益义务的第三方公共维权机构将可以申请起诉相关互联网企业。在国内传统司法互联网领域案件中，作为受害者一方的当事人目前往往还是属于弱势群体，所以经常可能会出现个别受害人因为找不到相关犯罪行为的证据进行索赔起诉的困难。公益诉讼制度建设的进一步有效推行将会有助于缓解当事人面临的这一困难局面。因为当事人能够代表国内相当大多数潜在人群的核心利益，在国内网络司法诉讼体系中也能够拥有相当大的话语权。所以推进公益诉讼制度建设更加会对全国互联网企业产生一种威慑力，

增大了消费者在网络司法公益诉讼中获得公正的判决的可能性。

5.3.3 设立司法前置程序

现在随着人们比之前更加热衷于用诉讼的方法解决问题，案子也随之变多。但是一些不具备反垄断意义上的市场滥用支配地位行为的诉讼往往会被法院认定为反垄断案件。这是因为一些人在司法实践过程中思维方式过于僵硬，只是照搬书本的概念，生硬的理解反垄断相关问题，而未能下基层亲自去实地考察问题，造成了对于众多的案件来者不拒的现象。同时互联网领域又与传统行业不同，他的情况更为混乱：从互联网企业疯狂举报对手和窃取商业机密等方法，到用反垄断法起诉对手影响对方声誉。如果乱用反垄断法对竞争对手进行诉讼，往往会消耗司法资源，影响真正的受害者的司法权益。同时对法院造成了很多的麻烦。因此，为了认真厘清司法程序，避免企业滥用诉讼来实现自己的不正常目的，有理由设立一个司法前置程序。司法机构在原告提出诉讼时，必须从反垄断法的意义上界定诉讼是否可行，这样会节约司法成本，同时对于明显的乱用诉讼权利的案件进行驳回。法院这样做不仅能够维护司法机关的尊严，同时还促进对互联网企业合法权益的维护和互联网产业的可持续发展。

5.3.4 合理分配互联网环境下的相关诉讼中的举证责任

作者最近通过阅读文献，发现在相关的司法实践中，反垄断案件中失败者往往是原告，被告总是轻松胜出，互联网行业的反垄断案件更是如此。是所谓的滥用行为是虚假的，还是现行反垄断法缺乏相关规定来有效识别可疑行为？作者认为，正是关于举证责任和分配责任的现行法律的缺陷导致了这一问题。举证责任的分配是很重要的，因为案件结果的关键在于原告能否提交强有力的证据来证明被告的市场支配地位和滥用行为成立。这也是企业起诉滥用市场支配地位的诉讼中“谁主张，谁提供证据”的原则。但是由于互联网本身具有虚拟的特性，市场信息很难轻易地获取。原告本身，或依靠第三方私人机构很难收集证据，特别是涉及核心证据和一些保密级别很高的“商业秘密”无法及时对外界公开。因此，反垄断法应当充分考虑原告的弱势地位。由此可见，在互联网行业反垄断案中，科学分配举证责任显得越来越必要。对此问题，可参照最高法院相关司法解释，即增加被告的举证责任。法院面临原告由于能力问题无法举证的情况时，应该选择由被告来搜集证据。

5.4 完善现存责任制度规定

在这些案例审判之中，只有让当事人自己搜集比较充足的案件证据后才能有胜诉的可能。但是由于在以往我国的一系列的互联网企业滥用支配地位的相关案件中，原告拥有的资源数量远远要少于全体被告。传统民事诉讼案件审理中采用谁主张，谁举证的这一举证责任的分配规则，使得原告受害方在提起举证诉求时可能因为受害人自身资金实力比较有限从而处于劣势的地位，于是很多受害人为了减少麻烦、降低成本而选择拒不起诉。因此，我们完全可以据此要求被告主动证明要求其举证的内容。因为被告往往财力更加雄厚，为了维护声誉，也更有动机搜集证据来维权。让所有被告分别通过网络搜集的证据来证明自己清白，由被告提出关键证据以证明他们自己在网络相关的市场行为中根本不存在绝对优势，从而才能解决原告对其关键事实证据的获取达不到一致的证据难题。只有合理有效地分配各原告、被告之间的网络举证责任，才能进一步减少处于弱势一方的民事维权的时间成本，避免了诉讼举证过程中普遍出现民事维权时举证难的问题。我国目前有关反垄断法律规定中，对于经营者实施滥用市场支配的地位行为所采用到的大都是按过错责任的归责原则进行处理，对行为加害方直接实行责任单罚制，但是这种行政责任的处罚制度既不能做到对这种滥用其市场支配地位行为的约束，也起不到对经营者的威慑作用，并且进一步降低了政府相关部门的公信力。因此，我们也应考虑加大监管部门对部分互联网企业涉嫌滥用市场支配地位行为惩罚力度。提高互联网行业的相关违法行为成本，在处理归责问题时原则上应借鉴学习国外的先进经验，采用无过错的责任归责机制的新方法，引进惩罚性责任赔偿制度，并逐步增加涉及刑事责任方面的处罚规定。使得大部分互联网企业经营者由于考虑到了被惩罚的风险加大而始终不敢冒险实施滥用市场支配地位的行为，同时增大部分互联网企业承担的责任，使其承担成本的同时也更能有效地提高政府反垄断部门的市场公信力。

结语

互联网科技总是给人们带来惊喜，互联网技术的高度发达使得人们可以跨越时间和空间的阻碍进行市场交易活动，但是也会带来和传统行业一样的滥用市场支配地位的问题，比如前期利用软件对其服务来低价促销，吸引用户，打击竞争对手，在占到了足够的市场份额后就开始提高服务价格来补偿自己的损失。但是因为互联网企业具有特殊性，比如虚拟性和市场延展性，这对于在法律领域确定市场支配地位方面有着很大的不一样，在确定上的难度很大，不仅需要考虑法律问题，也同时要分析技术层面的问题。

我国在 2008 年颁布了《反垄断法》，2021 年开始施行《指南》都对于我国经济的发展和市场秩序的稳定有着很大的作用，同时我们也应该继续吸收国外的相关立法经验，立足于本国国情，为平台经济反垄断法律的完善尽一份应有的力量。

参考文献

外文文献

[1]Economides N, Tåg J. Network neutrality on the Internet: A two-sided market analysis[M]. Information Economics and Policy, 2012.

[2]See International Competition Network Advocacy Working Group[M], Market Studies Project Report ,2009.

著作类

[1]戴龙. 反垄断法域外适用制度[M]. 中国人民大学出版社, 2015

[2]杜常辉, 中国反垄断法律框架下互联网行业的相关市场界定[M]. 知识产权出版社, 2020

[3]丁茂中. 反垄断法实施中的相关市场界定研究[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2011.

[4]刘佳. 互联网产业中滥用市场支配地位法律问题研究[M]. 北京: 人民出版社, 2018

[5]蒋岩波, 俞玲. 反垄断司法制度[M]. 北京: 商务印书馆, 2012.

[6]蒋岩波. 网络产业的反垄断政策研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2008.

[7]王先林. 竞争法学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2015.

[8]王中美. 美国反托拉斯法精解[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2011.

[9]魏婷婷. 反垄断法域外效力研究[M]. 中国政法大学出版社; 2020

[10]约瑟夫·熊彼特:《经济发展理论》, 何畏、易家祥等译[M], 商务印书馆 2019 年版

[11]张艳华, 时建中. 互联网产业的反垄断法与经济学[M]. 北京: 法律出版社, 2018.

[12]张志伟. 互联网企业滥用市场支配地位行为规制研究[M]. 北京: 经济管理出版社, 2014.

[13]仲春. 创新与垄断: 互联网企业滥用行为之法律规制研究[M]. 北京: 法律出版社, 2016

期刊类

[1] 付雅欣. 平台经济领域限定交易行为的反垄断规制——基于对《平台经济领域的反垄断指南》的解读[J]. 中国价格监管与反垄断, 2021(09):86-98.

[2]李思. 推进“互联网+”行动目标明确[N]. 上海金融报, 2015(04):16-28.

[3]李尧, 严格. 互联网企业市场支配地位判定与滥用市场支配地位认定研究[J]. 南京财经大学学报, 2019(03):26-28.

[4]刘庆新. “互联网+知识产权”生态新模式研究[J]. 常州信息职业技术学院学报,

2018(09):16-18.

[5] 金善明. 中国平台经济反垄断监管的挑战及其应对[J/OL]. 国际经济评论: 1-32[2022-03-07].

[6] 金曼. 论欧盟反垄断法的目标及其体现——以“谷歌案”为视角[J]. 甘肃政法学院学报, 2017(06):15-18.

[7] 石英, 尚芹. 论互联网企业滥用市场支配地位之认定[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2018(01):81-91.

[8] 史素英. 破产清算程序中税收优先权问题研究[J]. 海南金融, 2018(02):41-47.

[9] 申屠彩芳. 网络环境下滥用市场支配地位行为的认定——以腾讯QQ要求用户“二选一”行为为例[J]. 杭州电子科技大学学报(社会科学版), 2011, (03):12-21.

[10] 谭家超, 李芳. 互联网平台经济领域的反垄断: 国际经验与对策建议[J]. 改革, 2021(03):23-24.

[11] 王贺. 互联网企业滥用市场支配地位的反垄断规制研究[J]. 黑龙江省政法管理干部学院学报, 2020. (09):86-98.

[12] 熊鸿儒. 数字经济时代反垄断规制的主要挑战与国际经验[J]. 经济纵横, 2019(07):23-32.

[13] 尹振涛, 陈媛先, 徐建军. 平台经济的典型特征、垄断分析与反垄断监管[J/OL]. 南开管理评论 2022(09):12-21.

[14] 杨东, 黄尹旭. 《反垄断法》设置数字经济专章研究[J]. 竞争政策研究, 2021(02):16-28.

[15] 杨亮. 破产程序中税收优先权的捍卫和思考[J]. 税务研究, 2020(08):16-21.

[16] 吴汉洪, 王申. 数字经济的反垄断: 近期美国反垄断领域争论的启示[J]. 教学与研究, 2020(02):12-23.

[17] 张怀印. 数字经济时代企业市场支配地位认定: 基于德国反垄断执法案例的评析[J]. 德国研究, 2019(04):16-22.

[18] 张卫东. 欧盟平台经济领域的反垄断监管及其借鉴[J/OL]. 电子政务: [2022-03-07]:86-98.

[19] 张小强, 卓光俊. 论网络经济中相关市场及市场支配地位的界定——评《中华人民共和国反垄断法》相关规定[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2019(05)(09). 12-14.

[20] 赵楚楚. 欧盟反垄断法中相关市场界定规则的发展——以案例为视角[J]. 广西质量

监督导报, 2021(03):31-34.

[21]朱海华, 陈柳钦. 平台经济发展与反垄断监管思路[J]. 云梦学刊, 2022(02):36-48.

学位论文类

[1]卞征. 互联网企业滥用市场支配地位法律规制研究[D]. 江西理工大学, 2017:2-6.

[2]黄茜. 互联网企业大数据垄断的法律规制研究[D]. 华东政法大学, 2021:6-8.

[3]霍振民. 互联网企业滥用市场支配地位相关市场界定研究[D]. 兰州大学, 2021:6-7.

[4]贾丽晨. 大数据背景下互联网企业滥用市场支配地位问题研究[D]. 华东政法大学, 2020:22-23.

[5]罗文娟. 互联网领域下滥用市场支配地位的法律问题研究[D]. 上海师范大学, 2018:6-11.

[6]祁玉. 论互联网企业滥用市场支配地位的法律规制[D]. 长春理工大学, 2021:16-28.

[7]翁卫国. 互联网企业滥用市场支配地位的法经济学研究[D]. 西南政法大学, 2016:2-5.

[8]殷佳楠. 滥用市场支配地位私人诉讼的举证责任制度研究[D]. 华东政法大学, 2021:12-19.

[9]钟嘉琦. 互联网企业并购的国际反垄断规制问题研究[D]. 华东政法大学, 2021:4-5.

后记

人们常说，读研后悔三年，不读研后悔一辈子，我就在学校匆忙地度过了三年，然而弹指一挥间，留下来的都是回忆和思念，正所谓天下没有不散的筵席，我们都将步入社会，成为社会的一份子。在此临别之际，我要发表一些感言；

首先，我要向我的导师表示崇高的敬意和深深地感激，我的导师教会了我很多学术上的知识，以及论文的写作技巧，也教会了我正确的论文写作技巧和科学的学习方法，使我感到受益终生。感谢老师使我端正了学习态度，使我得以攻克一个个学术难题，三年来，我终于在学术上略有所成，这是我读研三年以来最值得欣慰的事情。

其次，我作为一个外地人，第一次来到研究生院上学，一开始有着很多不适应，但是很多同学对于我的热情使我逐渐爱上了这里。我对于这里现在只有热爱。我爱这里的朴实无华的风土人情，我爱这里那独有的饱经沧桑的厚重感，我爱这里的一些具有民族特色的文化，我爱这里那具有特色的饮食。研究生三年的经历塑造了我的品格，同时也锻炼了我的意志。

最后，我想对于我的同学们和老师们说，我在研究生院的这三年是我很重要的人生财富。我很难忘记我初到学校的好奇，也很难忘记第一次上课的兴奋程度，也很难忘记师兄、师姐带我去各地玩耍的快乐，希望各位老师同学咱们一起砥砺前行，不忘初心，牢记始终，做好一个合格的法律人。