

分类号 _____
U D C _____

密级 _____
编号 10741



硕士学位论文

论文题目 互联网平台滥用市场支配地位法律规制研究

研究生姓名: 吕圣洁

指导教师姓名、职称: 唐正彬 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: 2023年6月10日

独创性声明

本人声明所呈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：吕各浩 签字日期：2023.6.11

导师签名：唐正华 签字日期：2023.6.11

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：吕各浩 签字日期：2023.6.11

导师签名：唐正华 签字日期：2023.6.11

Investigation into the lawful control of the exploitation of the preeminent market position on the Web Platform

Candidate : Lv Shengjie

Supervisor: Tang Zhengbin

摘 要

中国拥有全球最大的互联网市场，其独特的数据优势为经济发展提供了强大的推动力，使得平台经济成为中国经济发展的新动能。伴随着我国互联网的快速发展，互联网平台间的竞争愈发激烈。阿里巴巴以及美团因为滥用市场支配地位被监管部门处以巨额罚款，引发了理论界和实务界对互联网平台滥用市场支配地位的极大关注。滥用市场支配地位的行为侵犯其他竞争者合法权益，侵害消费者权益，危害竞争，严重扰乱市场竞争秩序。作为时代新产物的互联网平台经济，有其区别于传统经济模式的特点，给反垄断的规制带来了新的挑战。

在当前加强反垄断工作和防范资本无序扩张的重大政策背景下，2019年，国家市场监督管理总局发布《禁止滥用市场支配地位行为暂行规定》，对“预防和制止滥用市场支配地位行为”等具体内容进行了明确界定。2020年，《〈反垄断法〉修订草案（公开征求意见稿）》发布，这是官方第一次公开向公众征求对《反垄断法》的修订建议，以此来加强市场监管，保护互联网市场公平竞争。同年2月，国家市场监督管理总局正式发布并实施了《关于平台经济领域的反垄断指南》，对平台经济领域范围的垄断行为进行规制，以推动平台经济的有序发展。2022年6月24日，全国人大常委会正式通过修撰的《中华人民共和国反垄断法》，进一步明确了互联网平台滥用市场支配地位的反垄断规制框架。

本文从主要对互联网平台滥用市场支配地位的基本理论知识入手；梳理了互联网滥用市场支配地位的概念和特征。对我国规制互联网平台滥用市场支配地位的立法现状进行剖析，认为在相关市场界定、市场支配地位的认定以及滥用市场支配地位行为认定存在不足。结合域外先进国家的立法经验，建议在规制互联网平台滥用市场支配地位方面，坚持包容审慎的预防性规制理念，坚持和完善反垄断法律规制框架。在相关市场的界定标准中，在商品和地域市场的基础上加入时间市场作为界定标准。关于市场支配地位的判定标准方面，在考虑市场份额的同时应该加入综合性认定标准。为互联网平台滥用市场支配地位制度的完善提供思路。为促进中国互联网平台的健康有序发展，为我国互联网平台滥用市场支配地位高效的反垄断规制献计献策。

关键词：互联网平台 相关市场 滥用市场支配地位

Abstract

China currently holds the most expansive Internet market in the world. Internet platforms' exclusive data benefits propel the platform economy to rapidly become a new impetus for China's economic progress. The competition between Internet platforms in China, due to its swift growth, is intensifying. Regulators imposed hefty fines on Alibaba and Meituan for exploiting their preeminent market position, a situation which has drawn much interest from both theoretical and practical circles concerning the exploitation of their preeminent market position by online platforms. The exploitation of the leading market position infringes upon the legitimate rights and interests of other competitors, consumers, and rivals, posing a threat to competition and seriously disrupting the equilibrium of market rivalry. The Times' new product of the Internet platform economy presents a novel challenge to the regulation of anti-monopoly, as its characteristics are distinct from the traditional economic model.

In 2019, the State Administration for Market Regulation issued Interim Provisions on the Prohibition of Abuse of Dominant Market Position in China, which explicitly outlined the contents such as "the prevention and suppression of abuse of dominant market position." This was part of the major policies to bolster anti-monopoly efforts and forestall the disorderly expansion of capital. In 2020, the Anti-monopoly

Law's draft revision, titled 'Draft for Public Comments', was released, marking the first time the government had requested the public to give their views on amendments. To guarantee fair competition in the Internet market and strengthen market supervision, the Anti-monopoly Commission of the State Council issued and put into effect the Anti-monopoly Guidelines on the Field of Platform Economy in February of that year, with the aim of controlling monopolies in the platform economy and encouraging the orderly growth of it. The National People's Congress' Standing Committee, on June 24th, 1922, officially ratified the Anti-monopoly Law of the People's Republic of China. The anti-monopoly regulatory framework for the exploitation of Internet platforms' pre-eminence in the market was further elucidated.

This paper starts with the basic theoretical knowledge of the abuse of market dominance and compares it with the traditional one. An examination of the legislative framework for controlling the exploitation of the preeminent market position of Chinese Internet platforms is conducted in this paper, and it is concluded that there are inadequacies in the definition of the applicable market. The recognition of the preeminent market position and the exploitation of that same market position. Adhering to the concept of inclusive and prudent preventive regulation, it is suggested that, in conjunction with the legislative expertise of countries beyond the region, be done. Adhering to and

enhancing the anti-monopoly legal regulation framework to control the exploitation of Internet platforms' dominant market position is essential. The definition standard of the pertinent market incorporates the time market, based on the commodity and regional market. As for the criteria of dominant market position, comprehensive criteria should be added while considering the market share. Offering concepts for augmenting the system of exploiting the preeminent market standing of the Internet platform. Outlining Internet competition regulations tailored to the socialist market economy, in order to foster the beneficial and orderly growth of China's Internet platform, is essential. Suggestions for the effective anti-monopoly control of China's Internet platform's exploitation of its dominant market standing should be made.

Keywords: Internet platform; Related markets; Abuse of dominant market position

目 录

1 引言	1
1.1 选题背景	1
1.2 研究目的和意义	2
1.2.1 研究目的	2
1.2.2 研究意义	2
1.3 研究现状	3
1.3.1 国内研究现状	3
1.3.2 国外研究现状	6
1.4 研究方法与创新点	7
1.4.1 研究方法	7
1.4.2 创新点	7
2 互联网平台滥用市场支配地位概述	8
2.1 互联网平台的概念及特征	8
2.1.1 互联网平台的概念	8
2.1.2 互联网平台的特征	8
2.2 互联网平台滥用市场支配地位的认定及表现形式	10
2.2.1 界定相关市场的一般方法	10
2.2.2 互联网平台市场支配地位的认定标准	11
2.2.3 互联网平台滥市场支配地位行为的表现形式	12
2.3 互联网平台滥用市场支配地位的反垄断法规制的理论基础	14
2.3.1 适度干预理论	14
2.3.2 公平竞争理论	15
2.3.3 双边市场理论	15
3 规制互联网平台滥用市场支配地位的立法现状及困境	17
3.1 我国规制互联网平台滥用市场支配地位行为的立法现状	17
3.1.1 《反垄断法》的相关规定	17
3.1.2 《反不正当竞争法》的相关规定	17

3.1.3 《电子商务法》的相关规定	18
3.1.4 《禁止滥用市场支配地位行为暂行规定》的相关条款	18
3.1.5 《关于平台经济领域的反垄断指南》的相关条款	19
3.2 互联网平台滥用市场支配地位规制中存在问题	20
3.2.1 互联网平台领域相关市场的边界不清晰	20
3.2.2 互联网平台市场支配地位认定因素不明	21
3.2.3 互联网平台滥用市场支配地位行为认定难	22
4 域外规制互联网平台滥用市场支配地位的经验借鉴和启示	24
4.1 欧盟规制互联网平台滥用市场支配地位的经验	24
4.2 美国规制互联网平台滥用市场支配地位的经验	26
4.3 域外经验对我国法律规制的启示	27
5 互联网平台滥用市场支配地位的规制建议	30
5.1 坚持包容审慎的预防性规制理念	30
5.2 完善互联网平台反垄断法律规制框架	30
5.3 明晰相关市场的界定	32
5.3.1 完善相关市场的界定标准	32
5.3.2 完善相关市场的界定方法	33
5.4 增加经营者市场支配地位认定的考虑因素	35
5.4.1 市场份额标准	36
5.4.2 综合性认定标准	37
6 结语	39
参考文献	41
致谢	47

1 引言

1.1 选题背景

党的二十大以来,随着我国网络强国战略的不断推进,网络普及率也逐年递增,各种新型网络技术的涌现早已使互联网平台成为人们生活中不可或缺的一部分。但也随之带来了各个互联网平台之间恶性竞争、滥用市场支配地位等乱象,这使互联网平台经济的市场平衡、公平竞争遭受到了破坏,甚至也给我国的市场经济和国民生活造成了恶劣影响。所以,如何在这浩如烟海而又杂乱无章的互联网平台经济中保证市场健康发展,成为现阶段亟待解决的难题。2008年8月,我国实施了《中华人民共和国反垄断法》(以下简称《反垄断法》),但由于互联网平台经济属于新兴产业,其具有特殊性,而在我国的《反垄断法》条文中并未明确规定任何有关互联网平台经济反垄断的内容,例如“规制互联网平台企业滥用市场支配地位的行为”,这使得在适用《反垄断法》的过程中存在一定解释的困难。因此,我国2008年颁布的《反垄断法》在规制互联网平台企业垄断行为的过程中面临着许多困难。在宏观层面上,自2019年起,国家开始制定针对数据信息垄断控制的管理政策,提出了重点防控资本无序对外扩张以及不公平竞争。2019年,国家市场监督管理总局发布了《禁止滥用市场支配地位行为暂行规定》,对“预防和制止滥用市场支配地位行为”等具体内容进行了明确界定,2020年,国家市场监督管理总局公布了《〈反垄断法〉修订草案(公开征求意见稿)》(简称《征求意见稿》),这是官方第一次公开向公众征求对《反垄断法》的修订建议,以此来加强市场监管,保护市场公平竞争。2021年2月,国务院反垄断委员会正式发布并实施了《关于平台经济领域的反垄断指南》,这是我国在互联网平台经济领域范围内规范互联网平台市场垄断行为的重要规定指南,其主要目的是推动互联网平台经济的健康有序发展。2022年6月24日,全国人大常委会正式通过了修订的《中华人民共和国反垄断法》并决定自2022年8月1日起正式实施。在《反垄断法》中,尽管新修订的内容已经涉及了平台经

济领域的反垄断，但是，对规制大数据时代背景下的互联网平台滥用市场支配地位的行为依然存在不足，例如现行反垄断法律规则体系仅概括了行为认定的部分考量因素，在行为认定标准和认定方法上还需要继续完善，还需要进一步优化认定程序。由于互联网平台的本质是企业主体且大多数由私人资本所投资和控制，因此，逐利性是其生存和发展的第一属性，再加上互联网平台自身所带的交叉网络效应、锁定效应和双边市场等特性，往往很容易使其在市场竞争中获得市场支配地位，在逐利性的驱使下，很容易造成滥用市场支配地位行为，从而导致破坏市场公平、限制竞争，造成垄断的局面，进而形成恶劣影响，给我国的市场经济和国民生活造成难以估量的损失。

1.2 研究目的和意义

1.2.1 研究目的

本文的研究目的主要是对互联网平台滥用市场支配地位的问题进行讨论和研究，对互联网平台滥用市场支配地位的法律规制提出建议。伴随着互联网平台反垄断案件的不断增加，《反垄断法》对其规制的内容以及理论支撑也在不断地进步和优化。当前，我国对互联网平台滥用市场支配地位的反垄断规制依然存在不足，譬如针对相关市场的划定依然不明确，对互联网市场支配地位的判定标准、对滥用市场支配地位行为的认定还需完善。通过研究学习和借鉴域外互联网平台滥用市场支配地位的实践经验并提出改进我国互联网平台滥用市场支配地位行为的建议，旨在为我国反垄断法律法规框架提供更加完善的理论依据和条件，以此来促进相关部门更好地修订现行的法律规制体系，从而有效预防和遏制互联网平台滥用市场支配地位的行为。

1.2.2 研究意义

理论意义：（一）有效解决互联网平台滥用市场支配地位法律管理规制问题以及保护专业技术创新，将会有利于帮助人们逐渐意识到互联网平台经济领域反

垄断法律规制的重要性；有利于约束平台经营者，有益于保护良性的平台竞争市场大环境。（二）在互联网平台相关市场划分，在传统类型的单边市场结构下，怎样去满足和适应互联网平台双边市场行为主体的交叉网络外部性等问题上，有助于产生更符合互联网平台反垄断规制的理论结构。

现实意义：（一）对政府而言，始终坚持规制互联网平台滥用市场支配地位行为和避免资本的无序对外扩张，建立有序发展、稳定健康、持续创新的网络平台环境，有利于培养中国经济发展的新动能，促进形成“大众创业、万众创新”的新局面，扩大社会福利体系。（二）对市场而言，互联网平台滥用其市场支配地位行为在一定程度上阻碍了社会层面的发展，在创新的边际效应方面产生了消极影响，对良性健康的市场环境的建立形成严重阻碍，因此，从互联网平台滥用市场地位的角度出发，推动反垄断工作在各个角落的深入开展。有利于保护中小企业的市场地位，保障市场有序竞争，推动互联网经济健康快速发展。（三）对消费者来说，规制互联网平台滥用市场支配地位，打造优良的市场竞争环境，有利于保护消费者自身权益，保障消费者合理利益不受侵犯。

1.3 研究现状

1.3.1 国内研究现状

互联网平台的强竞争属性将成为未来互联网的重要组成部分，大多数我国专家学者承认并认同互联网平台的重要作用以及它独有的特征。程贵孙（2009）提出互联网平台具有网络型特点，和传统类型市场不同的是不对称的市场价格结构，如果仅用传统的方式判定会指向错误的结论。^①张小强（2006）深入探讨了网络市场经济的概念，并从反垄断法的角度出发，论述了互联网平台必须单独界定的必要性，以及在界定后如何有效地监管其市场支配地位滥用行为。张江莉（2015）指出应当把双边客户对互联网平台的依赖性纳入市场支配地位考核范围。^②朱战

^① 程贵孙.互联网平台竞争定价与反垄断规制研究——基于双边市场理论的视角[M].上海：上海大学出版社,2016.

^② 张江莉.互联网平台竞争与反垄断规制:以 3Q 反垄断诉讼为视角[J]中外法学,2015,27(01):264.

威(2016)提出,平台竞争的根本是对用户信息资源的竞争,平台的运营依赖“不收费方式”开启市场的通路。^①王胜伟(2019)指出互联网平台在网络效应下会造成产生“赢家通吃”的局面。^②白让让(2021)提出互联网平台根据产业规模经济和网络外部性,其天然具备垄断控制特征属性,体现在经营者主导或者独家垄断控制的方式。^③

对于相关市场,专家学者们还没有产生一致的观点。一些专家学者提出应该跳出传统类型的研究分析结构,选择重新界定相关市场的模式。王贺(2020)指出传统的SSNIP测试受到互联网平台市场的双边市场复杂性约束,难以获取有效的数据信息。^④吕明瑜(2018)提出,传统类型的划定相关市场的SSNIP测试法不适合应用在互联网平台相关市场的划定,需要从盈利模式、商品功能等多个层面进一步划定。^⑤另一些专家学者提出互联网平台划定相关市场没有必要颠覆传统类型的相关市场理论。蒋岩波(2012)提出,虽然说互联网平台所具有的双边市场性是对《反垄断法》发送的时代挑战,但是传统的相关市场理论其实依然适用,我们仅需要转变研究分析的思维方式即可。^⑥胡丽(2014)提出,平台相关市场的划定,依旧需要根据传统类型的需求替代理论进行分析,假设将供给替代归纳入研究分析,相关市场的界定就会过于宽泛。^⑦宁立志(2016)提出,划定平台经济领域的相关市场应该在思考双边市场的基础应用之上,发现竞争的实质约束方式,改进替代分析方法。^⑧除此之外,也有一些专家学者提出应当淡化相关市场的界定,如蒋潇君(2014)提出,满足一定基本条件的时候,应该淡化相关市场界定的重要程度,互联网平台滥用市场支配地位的有关实践应用案例研

^① 朱战威.互联网平台的动态竞争及其规制新思路[J].安徽大学学报(哲学社会科学版),2016,(04):126.

^② 王胜伟,蒋岩波.互联网市场创新发展及其规制问题研究[J].山东社会科学,2019(06):76-81.

^③ 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.

^④ 王贺.互联网平台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(06).

^⑤ 吕明瑜.数字音乐版权独家授权的垄断规制问题[J].法治研究,2018(05):51-53.

^⑥ 蒋岩波.互联网产业中相关市场界定的司法困境与出路——基于双边市场条件[J].法学家,2012(6).

^⑦ 胡丽.反垄断法视域下网络空间“相关地域市场”的界定——兼评“奇虎诉腾讯垄断案”中全球市场的认定[J].河北法学,2014(6).

^⑧ 宁立志、王少南.双边市场条件下相关市场界定的困境和出路[J].政法论丛,2016(6).

究分析能够跳过相关市场的划定。^①此外,张素伦(2012)提出传统类型的市场支配地位认证的评测参考标准难以作用于互联网平台企业,这是由于互联网的属性决定的,虽然网络平台企业自带免费属性,但由于互联网平台用户高转换成本自然而然形成的市场壁垒,不能单一地仅参考传统的市场组成份额参考标准,判断它们在市场经济中的支配地位。^②对此目前的相关市场划分研究结论众说纷纭,首先,单边市场的研究分析思维是不是还可以应用在研究分析多边市场;其次,怎样改正或者转变传统类型的划定模式以适用分析多边平台市场。

对于市场支配地位,吕明瑜(2018)从市场组成份额、壁垒、结构等角度研究分析了互联网平台认证市场支配地位的影响因素。张素伦(2012)提出认证互联网平台市场支配地位要求结合双边市场的特殊性,将不收费综合性服务排除免责范围外。许光耀(2018)指出,鉴于转移成本的增加可能会影响消费者选择相似的平台,因此,确定市场支配地位的关键在于准确把握互联网平台的客户群体,以及它们所拥有的数据信息。王贺(2020)建议,互联网平台应当与传统行业有所不同,重点关注用户数量,并且要充分考虑其在整个市场中的占有率。^③袁波(2020)提出,认证经营者的市场支配地位的重点是准确研究分析经营者所面对的真实竞争状况。在其所在的相关市场的竞争是公平的时候,经营者则不会具有使其他经营者无法进入市场的能力。在这原理之上,还应当应用竞争损害对前述最终结论展开论证。苏华(2013)提出多边网络平台具备庞杂的实时动态性,传统类型产业的反垄断研究分析模式结构无法应用在当前的多边互联网平台,在规制互联网平台的市场垄断行为的时候,反垄断执法机关将依据实践应用案例具体情况,调整分析模式结构,对实际问题具体研究分析。^④可知,专家学者们针对市场支配地位的认证影响因素多重点关注网络效应、锁定效应、转移成本费用和市场壁垒的研究分析,思考互联网平台公司的实时动态竞争,前瞻发展性地明确市场组成份额。

^① 蒋潇君.论互联网企业拒绝交易行为的规制路径[J].商业时代,2014(35):126-127.

^② 张素伦.互联网产业反垄断中的相关市场界定[J].知识经济,2012(23):45-46.

^③ 王贺.互联网平台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(06).

^④ 苏华.多边平台的相关市场界定与反垄断执法发展[J].价格理论与实践,2013(08):29-31.

1.3.2 国外研究现状

欧盟对在识别滥用市场支配地位的行为并采取了有效的监管措施等方面已有一套较为成熟的经验。通过案例调查总结其实践经验。在对 Microsoft 收购 Yahoo 案的审理中,欧委会主要从两点入手,第一,不局限于仅仅通过用户数据信息的搜集渠道分析互联网相关市场,为了更好地满足消费者需要,同时将在线目录、离线搜索也纳入考察范围。第二,在研究分析互联网平台的地域市场时,产品的独特性、企业的覆盖范围、商品的储存和物流运输的安排等都是至关重要的考量因素。欧委会强调,在 Facebook 和 WhatsApp 的收购过程中,应当将非搜索性广告视为一个单独的市场,并充分考量各种可能的影响。由此可见欧盟更倾向于对于相关市场进行详尽划分并界定。考虑到互联网平台间盈利模式可能存在不同,欧洲委员会根据服务类型的不同初步划分为付费服务市场、广告服务市场和互联网服务市场后根据盈利模式的不同做进一步细致划分。

关于相关市场,以 Rochet and Tirole (2003) 为代表的专家学者对平台经济学理论内容做了大量研究,其主要关注于平台商业模式的双边市场特征。^①Rochet and Tirole (2006) 提出,网络外部性的内部化可以作为双边市场理论的基础,他们进一步指出,几乎所有具有网络外部性的市场都可以被视为双边的。Armstrong (2006) 将双边市场定义为两个或更多经营者通过平台进行互动的场所,这种相互作用容易导致积极或消极外部性。^②

在分析平台市场支配地位判定时,有学者认为欧盟的判定依据可归纳为以下两点:第一点主要考察互联网平台的市场份额,但在市场份额的衡量上区别于传统市场的利润收益和销售金额,重点考察效率和用户数据信息量。第二点重点检测新型企业市场进入难度以及弱势企业生存压力,由于互联网企业具有“强者更强、弱者更弱”典型特征。因此,在确定市场支配地位时,必须考虑到经营者可能会对市场进入产生的阻碍作用。有学者引用“市场力”的理论认为,如果一个商家的定价没有影响他们在市场中的地位,他们就拥有掌握市场的权利,并可以

^① Jean-Charles Rochet&Jean Trole.Platform competition in two-sided markets.Journal of the European Economic Association, Vol.1, No.4(2003).

^② Armstrong M.Competition in two-sided markets [J]. The RAND Journal of Economics, 2006(3): 668~691.

对市场进行控制。^①关于是否需要重新界定相关市场以及市场份额标准值得我们深入思考。

1.4 研究方法及创新点

1.4.1 研究方法

文献分析法是一种重要的社会科学研究手段,它可以从多个来源收集和分析与主题相关的信息,如学术著作、期刊、法律法规等。这种方法可以为我们提供更多的信息,从而对我们的论文撰写提供指导。

通过案例分析法,我们可以深入研究已有的典型案件,从中汲取有价值的经验教训,并将其应用到实践中。通过对国外互联网平台滥用市场支配地位的行为进行深入研究,结合实际案例,详细阐述相对应的监管措施。

本文通过比较分析法,结合多个法系和国家的成功实践经验,深入探讨了互联网平台滥用市场支配地位的理论和制度设计,并从中发现了一些普遍性和规律性的特征,从而使法律经验得到了本土化的应用,为遏制互联网平台滥用行为提供了有效的指导。

1.4.2 创新点

本文在大量专家学者研究的基础上,厘清互联网平台的概念及其存在滥用市场支配地位行为的方式,进而得出界定互联网平台的相关市场应加入时间市场概念,在判定支配地位时加入综合性认定标准结论。此外通过整理已公布的相关法律案件,梳理归纳了我国互联网平台滥用市场支配地位法律规制现状,并立足于此,将互联网平台滥用市场支配地位规制困境及解决路径作为文章研究重点并提出自己的观点和建议。

^① 寇韵棣,任超.数字经济时代互联网企业滥用市场支配地位的反垄断法规制——以欧盟谷歌案为例[J].海南金融,2020,000(005):42-50.

2 互联网平台滥用市场支配地位概述

2.1 互联网平台的概念及特征

2.1.1 互联网平台的概念

从互联网平台的一般涵义来讲，可以认定为：通过利用先进的网络技术，我们可以建立起一个专门的平台来帮助消费者和商家进行交易。这个平台不仅可以提供商品信息，还可以提供多种综合性的服务。随着互联网的飞速发展，特别是在数据和算法的支持下，平台的概念已经远远超出了最初的涵义，根据 2021 年 7 月国务院发布的《关于平台经济领域的反垄断指南》（以下简称为《指南》）的概念规范：“互联网平台是指借助互联网信息技术，依据特定载体及相应规则的大于或等于两个的多主体共同盈利的商业组织形态”。平台大致可分为三个维度。首先，其所具有的多端分布维度意味着可以通过建立一个多元化的交易环境，平台可以实现双方客户的有效连接，从而形成一个完整的市场体系；此外，商品分布维度表明互联网平台涵盖了各类商品、服务以及专业技术，以支持不同的 AP 的开发与实施；再次，从专业技术分布维度出发，互联网平台可以视为一类技术控制应用端口，作为一种商品来连接各端客户，随着大数据云计算以及人工智能大数据等数据专业技术以及互联网技术的持续发展升级，以典型互联网平台淘宝为例，其商业存在形态品类多、方式灵活多样，可以高效服务好客户的差异化、多元化要求，顺承了目前以市场调节经济的发展潮流。利用互联网技术，平台可以通过降低交易成本和费用等方式吸引更多商家加入，提高平台对消费者的吸引力，促进更多交易在平台上完成。

2.1.2 互联网平台的特征

互联网平台主要包括网络外部性、双边或多边市场价格结构非对称性、锁定效应性和动态竞争性。网络外部性表示某一类商品或者综合服务的真实价值伴随着运用该商品或者综合服务的客户增长而增长的真实情况。通俗来讲，一种商品

或服务的真正价值与其服务的客户数量呈正相关趋势，即接受商品或服务的用户数量越多，该产品或服务的价值就越大。以提供外卖配送服务的互联网平台为例，配送员、商家和消费者之间存在着正相关的关系：随着平台配送员数量的增加，入驻的商家也会增多，从而使得消费者更容易在这些平台上选择点餐，表现出较为紧密的依存关系。交叉网络效应使互联网平台的经济效益和客户数目表现正向反馈的相互影响关系，在互联网平台具有复杂客户应用人群数目的时候，其实际应用价值才有可能完成最优化。

双边或多边市场价格结构非对称性，传统的单边市场中，仅有买家和卖家两方主体，二者达到交易基本条件就可以实现经济市场行为。“双边市场”是一种特殊的商业模式，它允许两组不同的参与者在同一个平台上进行交易，而其中一组参与者的收益将由加入该平台另一组参与者的数量来决定。平台公司常常采用对某一边或者某多边客户，采用低价更有甚者零定价的战略以获取市场重视度，吸引用户的注意力，以便在初期获取大量用户，平台再通过广告或其他方式对另一边或某多边用户收费获取利润，以实现流量与数据的变现。双边市场是否能够顺利达成交易和双方的供给需求关系以及平台定价都有非常大的关系，平台经营者如果希望在平台交易中实现自身的商业价值，就需要思考交易双方在平台中究竟想获取的是什么，在了解和掌握双方真正的价值需求后，通过科学的市场价值标准，以期满足符合多边经济行为主体的意愿想法。如此一来，才能使平台社会经济得以提升进步，同时又可以更好的满足客户要求。

锁定效应，是指网络客户对平台公司形成依靠，有益于促使平台获取市场份额提升市场占有率。观察互联网经济整体发展的历程可以得知，关于互联网平台消费者依赖程度方面中消费娱乐板块的具有突出优势。随着专业技术的不断完善，例如商品质量或服务水平的整体提升，有助于提高消费者对平台的黏性。虽然新开发的平台综合服务可能更加便利，但是消费者在全方位思考每一项影响因素之后，也不一定愿意改变长期使用的平台。

随着互联网平台的不断发展，平台经营者们正在积极创新商业模式、业务架构、规模和技术，以应对动态竞争的挑战。这些变化不仅影响着平台的总体规模，也使其作用范围不断扩大，并且也受到了专业技术的推动。随着 IT 行业的飞速

发展和竞争日益激烈，市场结构也在时刻发生变化，这种变化不仅激发了创新和改革，也带来了激烈的市场竞争。

2.2 互联网平台滥用市场支配地位的认定及表现形式

2.2.1 界定相关市场的一般方法

市场是在一定时间和空间范围内的一系列商品或服务贸易所构成的交易场所。《反垄断法》第15条提出：相关市场是指在一定时间内，经营者对自身提供的商品或服务进行竞争的范围，范围包括商品范围和地域范围。界定市场范围是认证市场支配地位的首要步骤，相关市场的划分是明确交易范围和明确竞争市场份额的认定的重要前提。《关于相关市场界定的指南》第7条对界定相关市场的内涵、界定方式和依据作出了解读和补充。相关市场的界定方式，不单单局限于某一种划定模式，应该根据法律案件的实际状况展开讨论，总结来说通常包括如下三种模式：

需求替代分析法，是以消费者的视角来进行评估，更精准地识别出各种产品的可替代性，该方法综合考虑多种因素，包括价格、功能、质量等，以此来识别出哪些产品具有更强的竞争力，并将其纳入相应的市场范围。在我国反垄断实践中，需求替代分析法已被广泛应用。随着价格的不断上涨或质量的不断下降，消费者可能会考虑放弃某项产品或服务，寻找更适合自己的替代产品。《关于相关市场界定的指南》在第7条第3款强调相关市场的界定难点在于既要对产品属性精准把握，还要尽力去满足消费者的需求，并以此标准去判定界定相关市场是否存在偏差。因此，同时能满足上述两点要求的需求替代性分析已经成为一种重要的分析手段，它可以替代定性分析，以更加精确地反映客户的需求。然而，需求替代法作为一种定性分析，所具备的主观性容易导致结果出现偏差，因此在以往案件中多采用定量分析方法。但是，随着价格因素的弱化，传统的定性分析方法也面临着巨大的挑战，因此，我们必须从需求替代分析的本质出发，对现有的方法进行改进。

供给替代分析法，作为一种常规的相关市场界定分析方法，旨在通过评估供应方的交易成本、费用和商业风险，来分析商品或综合系统服务的可替代性。《关于相关市场界定的指南》第6条第2款指出，以供给替代分析法界定相关市场，从经营者角度出发，一方面充分考虑产品价格、质量变化对经营者带来的影响。另一方面考虑经营者转产时生产流程、技术水平转变难易程度以及转产所带来的成本因素和风险因素。作为需求替代分析法的补充，在互联网平台上的应用却存在一定的局限性，因为平台会为用户提供多种产品或服务以供选择，这就使得它在实际应用中存在一定的挑战。

假定垄断者测试法（SSNIP），是美国1982年发布的《横向合并指南》的一种有效的方法，并被世界各国广泛采用。该测试法的具体操作是将被测试企业的产品价格在一定范围内进行小幅度（一般为5%-10%）临时性上涨（一般为1年以上的上涨），并对消费者消费变化进行观察，如果消费者在这段时间内放弃假定垄断者转向其他服务或产品，则说明二者之间存在竞争关系。经过该测试方法，我们可以通过经济学的量化分析，来衡量消费者对垄断者价格的承受能力，从而确定相关市场。这种方法不仅可以帮助我们更好地观察市场，还可以帮助我们更准确地预测消费者的需求变化。

2.2.2 互联网平台市场支配地位的认定标准

《反垄断法》是我国目前对企业拥有市场支配地位的主要规范依据，其判定是否占据市场支配地位的衡量标准是市场份额。然而，随着互联网行业技术的发展，商业运营方式日益丰富，立法也存在滞后性，因此，目前尚无统一的标准来确定新兴互联网平台企业的市场支配地位。但是，互联网企业只是在传统企业的基础上加入了技术特性，在其他方面有着许多共同之处。因此，我们可以借鉴传统企业的市场行为、市场绩效和市场结构三个认定标准进行认定。

根据市场行为标准，通过分析经营者制定竞争策略行为方式可以判定其是否具有市场支配地位，如果在制定策略时无需考虑其他经营者，不受同类经营者影响，那么可以判定其具备市场支配地位。反之，我们就可以推定其不具备市场支

配地位。随着企业获得市场支配地位，它们就有能力采取一系列如拒绝交易、差别对待等的垄断措施。^①但是在认定实践过程中，企业决策属于内部信息，受公司严格保密，以至于很难被外界知晓，也很难进行调查和取证，所以，这些措施在司法实践中的可操作性有待商榷。

市场绩效标准，从平台企业的收益角度进行评价。尤其是经营者即使在生产成本与销售价格之间出现巨大的波动时，若企业能够保持良好的收益，则以此作为依据判定其具有市场支配地位。尽管传统企业可能会采用市场绩效衡量方法来评估成本，但是在互联网行业，这种方法的实施却面临着困难，因为它们无法准确地反映出创新成本和运营成本的边际变化。^②

市场结构标准，研究的重点在于探究市场中各要素之间的内在联系和特征，不仅要考察供给者、需求者之间的关系，还要考察正在参与市场交易的供给者和需求者，以便更好地了解市场的运行情况。市场结构标准通常会把市场份额作为衡量标准的核心，并依据销售额和营收额作为基础。由于其计算和推定的科学性、合理性以及结果直观性，这种说法最具有说服力，我国现行的《反垄断法》的修订就借鉴了该种认定标准，充分体现了其在认定市场支配地位中的重要性。但对互联网平台企业来说，互联网领域的零定价策略通常无法合理计算销售额或营业额，所以该方法对于互联网平台企业有一定局限性。

2.2.3 互联网平台滥市场支配地位行为的表现形式

根据《反垄断法》第22条和《指南》第12—17条规定的滥用行为，主要有以下几大类：一般来说通常体现在如下几点：

(1) 拒绝交易

在互联网平台中，拒绝交易是一种常见的行为，它旨在排除或限制竞争，以维护自身市场支配地位。与传统行业不同，拒绝交易在互联网平台的表现形式更加多样化，包括设定不兼容的标准以提高进入壁垒；独占版权并拒绝出售以此维

^① 张玉洁.互联网行业相关市场界定的司法困境与对策——以双边市场为视角[J].价格理论与实践,2018(01):45-48.

^② 胡丽.互联网企业市场支配地位认定的理论反思与制度重构[J].现代法学,2013,35(02):93.

护平台独有性等等，最终达到限制竞争从而排除竞争对手的目的。以淘宝为例，淘宝就曾以安全考虑为借口，使用户无法通过微信打开跳转链接进入淘宝商品页面，从而达到限制竞争对手微信支付，确保支付宝平台对淘宝的支付垄断的目的。

（2）差别待遇

差别待遇是指具有市场支配地位的互联网平台经营者在无正当理由的前提下差别对待消费者。互联网平台的差别待遇比传统行业更加难以察觉，因为大数据技术可以收集大量的用户信息，经营者可以根据商业利益深入分析用户的心理特征，综合考虑用户的个性化特征，绘制出精准的“画像”，从而更好地满足消费者的需求，提高消费者的满意度。^①以美团这一外卖平台为例，有消费者发现开通会员后虽然在商品单价上得到了优惠，但需要支付高于普通用户三倍的配送费。由于这种不公正的待遇，互联网平台试图从消费者身上榨取更多的利润，而这并不符合公平交易的市场基本原则。

（3）限定交易

限定交易，是指互联网平台没有正当理由限定交易相对人限制经营者与他人交易的行为。传统行业的限定交易表现为：上游生产者必须遵守补偿协议，而下游分销商则不得参与任何形式的竞争。通过实施限定交易，有效地利用互联网平台，拓展用户群体，并将用户锁定，从而获得更多的市场份额，赢得竞争优势。不同互联网平台间的相互排斥就是限定交易的最典型行为。以京东诉天猫“二选一”案为例，天猫与各商家达成了一项特殊的协议，规定所有签署协议的商家能且只能在天猫商城开展独家大型促销活动，禁止该商家在其他类似平台开展类似活动。限定交易行为可能会破坏市场的公平性和消费者的合法权益。

（4）捆绑搭售行为

捆绑销售是一种营销策略，旨在通过提供特定产品或服务来吸引或迫使消费者接受另一款产品或服务。通过采用网络技术，如弹窗、限流、降权等，在互联网平台上搭售的行为变得更加隐蔽，使得消费者无法轻易地选择交易结果。随着互联网技术的飞速发展，搭售行为在一定程度上有助于减少营销费用、提升企业

^① Alexandra Samuel.Psychographics Are Just as Important for Marketers as Demographics[EB/OL].[2021-12-17].

形象、加快产品的原始数据积累。但如果这种行为违背了市场规则，妨碍竞争，将会受到相关的反垄断法律的严厉惩罚。以美国微软捆绑销售案为例，美国法院裁定微软公司将 IE 浏览器与其芯片产品捆绑销售的行为构成了强迫消费者消费行为，被认定为滥用市场支配地位。^①实际上，搭售行为背后潜藏着垄断程度与日俱增的互联网平台乱象，平台通过捆绑搭售行为进一步加强自身垄断地位，逐步蚕食其市场份额，迫使其他市场竞争者放弃竞争甚至退出竞争。

（5）低于成本销售

低于成本销售行为指的是平台经济领域中具有支配地位的经营者远低于市场预期甚至导致大量亏损的价格销售产品或服务，从而达到快速抢占市场份额的目的。核心在于以负利润提供产品和服务从而以最快速度达到垄断地位，后又通过提高产品价格收回先前的亏损后还有能力获取大量利润额度。以网约车为例，滴滴打车通过提供高额补贴同时吸引消费者和司机，在这个过程中，大批量竞争对手被挤出市场或被收购。在占据市场绝大部分市场份额后，一边提高消费者打车价格，一边逐步取消加盟司机补贴，得以从平台双方获得巨额利润。低价成本销售的背后是资本的竞争，依靠资本实现垄断地位后又进一步造成资本的扩张，这一行为为该平台行业设置了难以打破的市场壁垒，导致了该市场竞争活力长期被严重抑制。

2.3 互联网平台滥用市场支配地位的反垄断法规制的理论基础

2.3.1 适度干预理论

适度干预理论是在我国经济体制转变过程中的基本经济原则之一。1978 年之前根据我国国情，我国实行政府全面干预市场的计划经济体制，市场在该体制下出现全面失灵，市场彻底丧失自我调节能力，到后来严重制约了社会生产力的发展。要想排除计划经济带来的负面影响，必须推动社会主义市场经济的制度变革，重新激发市场在分配资源和经济运行的活力，适当干预理论应运而生。经济

^① Bernheim B D, Whinston M D. Exclusive dealing[J]. Journal of political Economy, 1998, 106(1): 64-103.

发展尽量依靠市场的自我调节,政府部门应当在市场无法实现自我调节并出现失灵的时候进行主动干预,呈现非必要不干预的态势。由于我国的互联网经济拥有相对较大的市场份额,因此对于这些领域的垄断行为,必须予以重视和规范。同时,在进行监管时,也需要注意控制尺度,既要防止政府的失灵,又要防止政府的过度干涉。

2.3.2 公平竞争理论

构建一个公正、充满活力的竞争环境对于现代市场经济的可持续发展至关重要。^①它不仅有利于保护公共利益,而且还能为市场提供公平的竞争机会,从而促进经济的可持续发展。^②根据公平竞争原则,所有市场参与者均应受到同样的待遇,无论是哪一方,即便拥有市场优势,也没有资格剥夺另一方参与市场竞争的权力。只有在公开、公正的市场环境下,才能够使社会资源得到充分的发挥,从而保障和提升全民的福祉。近年来,随着我国互联网平台的快速发展,一些不合理的资本无序扩张、垄断和不正当竞争等行为越来越突出,一些大型互联网平台利用其在数据、技术方面的优势,对市场进行排挤、限制,从而导致“赢者通吃”效应的出现,严重破坏了市场的公平性。^③如果不公开或者不充分公开互联网平台企业所拥有的海量实时数据资源,可能会导致潜在的竞争对手无法充分有效地获取竞争的基本要素,损害公平的市场竞争。为此,在新《反垄断法》第22条扩展延伸了“由数据算法技术以及平台规则等规定的市场支配地位滥用行为。”维护互联网平台公平市场竞争秩序。

2.3.3 双边市场理论

所谓双边市场是指所有的交易活动都是在相应的平台上完成的一种市场类

^① 李静.论经济法的适度干预原则[J].探索,2002(01):137-139.第 137 页-138 页.

^② 刘颖.保护竞争秩序是反垄断法的根本目的——以美国 VERIZON 电讯公司涉嫌垄断案为例[J].宁夏大学学报(人文社会科学版),2009,31(03):126-129.

^③ 方兴东,严峰.浅析超级网络平台的演进及其治理困境与相关政策建议——如何破解网络时代第一治理难题[J].汕头大学学报(人文社会科学版),2017,33(07):41-51.

型。保持双边用户总体价格水平保持不变的前提下，改变价格结构会影响双方需求和参与度，进而影响到交易总量。以一定形式的平台媒介为前提，商品和服务通过多边参与主体进行交易，其中一组平台参与主体的收益取决于另一组平台参与主体的数量。关于双边市场的性质可以分为交叉网络外部性和定价结构非中性两种。由于交叉网络外部性，消费者和供应商都会选择效用性更大即规模更大平台，消费者和供应商对平台的依赖黏性同步增加，从而导致销售份额的增加，进而促使更多的供应商选择这一交易平台进行交易。这种在互联网平台上由互补性和依赖性导致的经营者和消费者之间的需求特征，就是“锁定效应”。利用互联网技术，平台经营者和消费者可以建立起一种有效的互动关系，不受地理位置、时间上的限制，让双方都有机会交易最优质的产品或服务，这样企业就可以迅速拓展市场，降低运营成本，并且有助于提高双方的交易效率。在这种相互作用的条件下，很容易造成互联网平台为保障平台消费者和经营者的使用量，而采取窃取、监听、泄露消费者个人信息等不合法行为。不同于单边市场的交易量只受总价格的影响，由于双边市场的价格结构的不对称性，导致一方的价格损失必须由另一方承担，而互联网平台的作用只能减少交易成本，而无法产生任何外部正面影响。因此产生了平台“看碟下菜”的行为，即根据交易方势利的不同制定不同的价格。促使具有依赖性的一方形成客户黏性。对此，在互联网产业中存在的垄断行为更要引起重视并加以规范。

3 规制互联网平台滥用市场支配地位的立法现状及困境

3.1 我国规制互联网平台滥用市场支配地位行为的立法现状

3.1.1 《反垄断法》的相关规定

《反垄断法》第1章中新增的第9条明确了对于互联网平台的监管范围，重点强调了企业不能利用数据、算法、技术、平台规则等优势来阻碍或限制竞争，表现出对互联网企业和平台经济领域反垄断行为予以特别关注。根据第3章第22条的规定，任何试图通过这些不合法的手段来获得市场份额的涉嫌具有市场支配地位的企业，都将面临着严厉的反垄断监管。第24条对市场支配地位认定条件补充了具有可操作性的界定标准，即以单一经营者市场份额超过 $\frac{1}{2}$ ，两个经营者超过 $\frac{2}{3}$ 可推定为具有市场支配地位，同时为避免武断判定列举特殊情况。第7章强调了法律的严肃性，规定了严厉的惩戒措施和罚款数额，为了保护公平竞争，我们必须加强执法权力，建立完善的审查机制，并严厉惩罚违反反垄断法的行为。

3.1.2 《反不正当竞争法》的相关规定

《反不正当竞争法》中对滥用市场支配地位行为的认定存在明显的交叉，第12条和24条分别列出了具体的行为细节，除此之外还明确规定了相应的法律责任。根据第12条第1款的规定，任何经营者都不能滥用技术手段来干预用户的决策，也不能损害其他网络产品和服务的正当运营。第2款强调，经营者不得在服务中采取类似于强制跳转、不合理卸载或关闭其他合法网络产品等任何形式的欺诈行为，这与《反垄断法》中限制、拒绝交易、搭售或附加不合理条件有着极大的相似性。根据《反垄断法》的规定，第24条的处罚标准不再基于销售额的百分比，而是根据违反者的行为严重程度来确定最高的处罚金额。

3.1.3 《电子商务法》的相关规定

2019年1月,《电子商务法》第2条明确规定,电子商务是一种以互联网为基础的商业活动,它与互联网平台的经营活动密切相关,其中的一些规定可以为限制互联网平台滥用支配地位提供有效的参考。第22条强调了技术、用户数量、用户忠诚度以及行业管理能力等重要因素,以确保互联网平台不会滥用其在市场中的支配地位。第35条对经营者技术垄断行为、限制交易行为以及不合理搭售行为作出了规范。尽管“不合理”的规定具有一定的立法价值,但由于缺乏明确的界定导致它的实践性较弱,无法有效地解决实际问题,适用性较差。

3.1.4 《禁止滥用市场支配地位行为暂行规定》的相关条款

2019年9月,《禁止滥用市场支配地位行为暂行规定》正式生效,它以《反垄断法》为基础,明确了滥用市场支配地位的行为主体及其处理程序,本文重点参考前21条。1~5条的基本准则清晰地表达出《反垄断法》的核心理念。从6条到13条详细分析了影响认定的各种因素,重点强调了创新技术的表现,同时还单独列出了互联网的界定规则,以及网络效应和锁定效应等。其中第11条在我国互联网产业市场支配地位认定方面,提出了一系列因素,包括行业竞争特点、掌握和处理数据的能力以及经营者在相关市场中的影响力,都将对认定市场支配地位产生重要影响。随着时代的发展,反垄断执法机构越来越关注互联网和数字经济的竞争,并出台了一系列全面的政策措施,以确保市场公平、公正。这些规定旨在更好地评估滥用市场支配地位的行为,并防止垄断协议和经营者集中行为的发生。第15条规定了低价营销所应当考量的情况对平台经济反垄断行为认定也具有一定参考价值,由于网络行业的特殊性,以及大多数平台企业采取的零定价策略,因此,在审查零定价商品以及后续可能产生的收费项目时,必须特别注意是否存在垄断行为。

3.1.5 《关于平台经济领域的反垄断指南》的相关条款

2021年2月,以《反垄断法》的框架和原则为指导,国务院发布《关于平台经济的反垄断指南》,《指南》由相关市场的界定、市场支配地位的认定及其行为构成等主要内容包括。为平台经济领域反垄断监管提供了详尽地指导,使得反垄断监管体系的建设能够跟上数字经济的发展步伐,从而实现反垄断的有效性和可持续性。《指南》旨在推动平台经济的规范、有序、健康、可持续发展,总则包含三个主要要素:首先,明确《指南》的目标与依据;其次,阐述《指南》中涉及的基本概念;最后,重申反垄断执法机构应当坚持以保障市场公正、合理有序、促进创新、确保各方利益为宗旨,努力落实有效的反垄断监管措施。

《指南》为平台经济领域相关市场界定提供了明确的分析思路。可以从具体一方出发,界定相关市场。可以从整体出发,对平台所涉及的多边商品市场分别进行界定并对其相互之间的关系和影响进行分析。随着跨平台网络的发展,它为商家提供了更多的竞争机会,从而使得我们可以更准确地识别出相关商品的市场状况。同时提出坚持要从实际情况出发,进行全面的分析。在对某一电商平台相关商品市场进行界定时,结合实际案例情况,不仅要考虑直营、加盟等多元化的经营模式,对于移动支付的手段、广告营销策略等相关平台领域也需纳入考核范围,有必要时要将整个互联网平台作为界定的对象。

《指南》更加清晰地阐述了反垄断的具体实施方式,其中包含利用数据、算法、平台规则等技术手段来实现协调和统一行为。但也意味着经营者不得仅凭借独立的意愿进行价格跟随,而必须遵守数据、算法和平台规则,才能实现协调一致的市场行为。因此,仅凭表面上的协调一致的行为很难被认定为垄断行为。在平台经济领域的市场支配地位认定因素上开始不断地细化与完善。《指南》的出台,旨在加强法律制度的建设,使之更加符合当前的市场环境,从而推动平台经济的健康发展。它不仅提升了法律的可操作性,也增强了它的可预期性,使得各类市场主体能够更好地遵守相关的法律法规,从而达到合规经营的目的。使得反垄断执法机构能够更好地实施统一的执法标准,更加透明地进行执法,从而帮助平台经营者、平台内经营者以及消费者更好地理解《反垄断法》,从而有效地规

避和防范法律风险，最终建立起一个公正、公开的市场环境。通过对平台经济领域反垄断的研究，加强对其反垄断的监督，完善相关的监管制度，实施保护市场公平竞争，确保公正、文明的执法，保障消费者的合法权利，推动我国平台经济的可持续发展。

3.2 互联网平台滥用市场支配地位规制中存在问题

3.2.1 互联网平台领域相关市场的边界不清晰

根据《反垄断法》和国务院反垄断委员会《关于相关市场界定的指南》的规定，为了确保市场的公平性和公正性，应当明确界定各个市场的范围，以便经营者能够有效地参与竞争。传统的“相关市场”明确规定，在某一特定时间段内，商家可以在多种商品和服务之间展开激烈的竞争，而这种竞争活动将会在特定的市场范围中进行。通过对这些市场的界定，可以判断出商家是否拥有市场支配权。传统的市场定义基于两个核心因素：价格和需求。随着“零定价”形式的普及，平台经济的发展受到了网络外部性、双边或多边市场价格结构的不对称性以及动态竞争的影响，模糊的经营者竞争边界给界定相关市场带来了不小的难度。^①互联网平台中随着市场份额的认定作用日益减弱，用户数量和用户黏性的重要性逐渐凸显，因此，在确定市场占有率的认定过程中，必须考虑到这类新的认定因素。因此，平台市场的认定无法完全依照传统理论。具体表现为核心功能商品的边界模糊、商品功能识别及替代性分析方法面临困境。在双边甚至多边市场结构中，较难准确定位其所处的相关市场和对其他市场的影响，从而使得该领域的变得模糊，而且零定价模式下，假定垄断者测试法技术的适用性也会减弱，从而使得该领域的研究变得更加复杂。^②

在商品功能界定方面，我们面临着一个挑战：首先需要确定一个标准产品，然后寻找与它相似的同类产品，以便更好地划分出相关的市场。通过对相关商品

^① 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(06):98-107.

^② 张江莉.论相关产品市场界定中的“产品界定”——多边平台反垄断案件的新难题[J].法学评论,2019,37(01):184-196.

市场的细分，我们可以发现生产者之间的联系，并识别出目标企业的竞争对手，从而更好地了解它们的实力对比情况。在传统的经济体系中，商家所提供的产品和服务通常相对单一，容易界定。但是，随着互联网的发展，商家们不仅将传统的商品和服务进行数字化整合，以拓展其经营内容，而且还利用最新的技术手段，大幅提升产品的质量，打造出多种功能的复合商品。因此，界定一个明确基准产品是非常困难的。由于用户的需求各有不同，复杂的商品的多样性也将引发多样化的市场需求。在平台双边市场结构中，由于存在多个客户群体，使得将其进行细致的市场划分变得极其困难。通过互联网，平台企业不仅能够实现商业目标，还能够通过平台进行商业活动，这也是平台经济的重要特征。^①

利用平台企业的信息发布功能，不仅能够建立起双向或多方的联系，还能够有效地帮助用户更快捷地获取有价值的资讯。无论是全部竞争关系的企业还是在单边市场具有部分竞争关系的企业，平台企业面临的竞争要远远超过传统的市场竞争。随着多边市场结构的发展，尤其是受到复杂的交叉网络外部因素的影响，当前的市场界定方法面临着巨大挑战。

3.2.2 互联网平台市场支配地位认定因素不明

认定市场支配地位的标准通常包括市场绩效、市场行为和市场结构三个方面。根据市场绩效标准，当一个企业能够在生产成本与销售价格之间保持一定的差距的情况下依然能够获得收益，那么这个企业就拥有了市场的控制权；而根据市场行为标准，当一个企业决定采取竞争策略时，应当考虑到其他企业的参与，若不需要，那么这个企业就拥有了市场的控制权；而根据市场结构标准，这个企业的市场份额是最重要的，它决定了这个企业的市场地位。这种方式非常明显且非常具有说服力。

拥有强大的市场支配能力意味着企业可以通过长期的价格调整来维持竞争优势，从而获得更大的市场影响力。这种影响力的大小可以通过企业在特定市场

^① 许光耀.互联网产业中双边市场情形下支配地位滥用行为的反垄断法调整——兼评奇虎诉腾讯案[J].法学评论,2018,36(01):108-119.

中的份额或者垄断势力指数来衡量。当评估互联网公司的市场影响力时,需要考虑多种因素,包括网络效应、规模经济、锁定效果、数据处理能力等。《反垄断法》第 23 条提出了市场份额的重要标准,第 24 条则更进一步指出,通过观察公司在某个特定市场的份额,就能够判断公司的市场影响力。在双边或多边市场结构下,互联网经营者的市场支配地位认定受到了前所未有的挑战,因为商品定价的复杂性和跨界动态竞争的加剧,使得很难仅凭一个市场份额来衡量其市场力量。研究表明,尽管我们目前相对掌握了互联网市场经济的特点,但在多边市场中,由于各种复杂的因素的共同作用,如何认定仍然是一个不小的难题。因此,为了确保网络平台的支配地位,必须根据其本身特性,制定更加完善的立法规定。

3.2.3 互联网平台滥用市场支配地位行为认定难

根据行为主义的观点,互联网平台的优势地位可以被视为市场的淘汰机制的结果,因此它们不应该被视为滥用市场支配权力。然而,如果平台企业试图通过其独特的市场力量来排挤或限制竞争,那么反垄断法律必须对其进行干预。尽管大数据经营者可能会利用其独特的技术手段来获取利益,但是,由于其主观意图往往是隐藏起来,使得监管部门很难准确判断其对市场秩序的影响,从而使得对其滥用市场支配地位行为的认定变得更加困难。^①随着科技的快速发展,《反垄断法》第 22 条规定的禁止滥用市场支配地位的行为已经变得更加复杂,而由于立法存在滞后性,这种行为的认定也变得更加困难。因此,在当今这个快节奏的时代,如何有效遏制和惩治这种行为,成为一个亟待解决的问题。

对于破坏竞争和鼓励创新的双重影响,在互联网领域的商业活动中是十分普遍的。例如,抖音已经向北京 IP 法院提出诉讼,声称腾讯微信和 QQ 对它的用户发布的信息实施了严厉的限制。微信对抖音的封杀行为,是否构成滥用行为仍有待进一步探讨。腾讯的封禁行为具有三重属性:首先,它是一种合法的商业行为;其次,它既是为了保护用户个人信息数据;最后,它是为了建立一个安全的

^① 于左,高建凯,周红.互联网经济学与反垄断政策研究新进展——“互联网经济学与反垄断政策研讨会”观点综述[J].中国工业经济,2013(12):65-70.

网络生态环境;它也可以被认定为一种反对数据信息滥用和共享的竞争行为。“视频号”功能是腾讯公司在微信平台上新推出的一项重要服务,它不仅可以帮助腾讯公司在市场上获得优势,而且还可以为潜在竞争对手提供有效的支持,从而使腾讯公司在市场上取得更大的成功。如果强行制约大数据经营者的创新发展,将会对其商业模式的创新产生不利影响,从而阻碍其发展。

4 域外规制互联网平台滥用市场支配地位的经验借鉴和启示

4.1 欧盟规制互联网平台滥用市场支配地位的经验

欧盟国家对互联网平台进行注重公平竞争理念监管的实践经验值得我们借鉴。欧盟国家进入平台经济时代的时间较早,对于互联网平台发生垄断现象以及反垄断的规制也较早。1997年正式发布的《欧盟委员会关于相关市场界定的通告》提出在认定反垄断行为之前,执法人员须通过SSNIP测试法对市场中经营者的相关市场进行界定。此外反垄断意识在《欧盟运行条约》中也有一定的体现,其中第102条提出,任何具有市场主导地位的企业都不应该滥用自己的权力,以达到自身的利益最大化。虽然上述相关市场理论并没有对欧盟执法机构执法实践中提供很有力的指导,但对于互联网平台反垄断规制提供了指引。

欧委会在2020年12月15日提出了《数字服务法》和《数字市场法》,以此来阻止互联网经济领域中可能存在的不正当竞争行为,为欧盟国家之间的合法竞争提供了有力的保障。《数字市场法》旨在通过“守门人”和“事前义务”的实施,来保护和维护大型互联网平台的合法权益,避免不正当竞争,推动互联网行业的健康发展。^①在执法方式方面,欧盟对于互联网经济反垄断的执法方式多以公共执行为主,2017年欧盟委员会多次提起反垄断司法调查,处罚力度堪称严苛。其中第四次开展的谷歌反垄断认定处以了创纪录的41.25亿欧元的天价罚款。欧盟正在努力推动对互联网反垄断的立法,并且欧委会以及它的成员国都发布了多项针对这一问题的研究报告,涵盖了如何识别、评估以及采取相应的反垄断措施。欧盟采取的严厉措施,不仅为反垄断行动提供了有力的支持,而且还大大推动了欧盟成员国在互联网经济方面的发展。

在相关市场界定方面,依照《欧盟运行条约》第101条,欧委会认为可以在不划定相关市场的情况下直接认定其不正当竞争活动的行为。在立法提案方面,欧盟委员会于2020年12月5日,发布了《数字服务法案(草案)》《数字市场法案(草案)》两项立法提案,针对互联网经济领域中大型平台公司主要规定了

^① 陈兵.互联网平台经济应实现“强监管”与“促发展”并重[J].国家治理,2021,No.323(11):25-29.

需要监管的主要内容，旨在确认互联网平台责任主体，维护消费者权益，保障互联网经济领域的公平竞争。《数字服务法案（草案）》则重点强调了互联网平台的责任和义务，以用户使用安全便捷为前提，创建责任清晰的网络平台，安排算法确保互联网平台的可追溯性、内部数据的透明性、机密数据权限访问机制、系统滥用防护，以此帮助互联网平台公司合规运营。整体来说，《数字服务法案（草案）》有关指标规则包含如下几点：一是逐渐确定线上互联网平台法定责任和平台行为界限，用提升线上互联网平台透明度，加强对线上互联网平台展开监管和追责；二是除了重视消费者合法权益外，还重视推动改革创新，促进互联网经济领域的有效竞争，对新闻媒体为主的外部舆论可能带来的经济风险进行特别监管。其主要的创新点在于事前监督体系化，封控程序全面化、系统滥用防控常态化以及互联网平台经济透明化。《数字市场法案（草案）》首次提出了“守门人”的说法，就是指在互联网平台经济领域范围内，将长时间具备稳定牢固的影响力和地位，能够实行垄断控制行为，实质上具备了确立和制定市场规则能力的主体，称作“守门人”。其实施的目的是为了阻止“守门人”出现监守自盗行为。对于“守门人”的认定标准《数字市场法案（草案）》也在内部市场规模、市场控制程度、现有或预期享有的市场地位三方面作了规定，如果上述认定标准全不符合则由欧盟委员会进行调查认定。但同时对其要遵守的义务和禁止的行为作出了规定，例如：“守门人”要对其用户供应有关数据信息的访问使用权限，也要向第三方企业开放一定使用权限，实现“守门人”与用户的交互操作。严禁“守门人”窃取客户数据信息开展市场竞争。该法案还在互联网平台反垄断规制中守门员的权利与义务作出了一定的展望。《数字市场法案（草案）》和《数字服务法案（草案）》补充了欧盟及其所属国家竞争法的施行，经过制定明确的标准规则，划分和界定了“守门人”的认定标准、义务和禁止事项，有利于规制针对亚马逊、苹果等互联网平台巨头的市场行为。“事前监管”和“逐个案特判”作为欧盟采用的最大创新措施，具有一定借鉴意义。

4.2 美国规制互联网平台滥用市场支配地位的经验

美国的互联网经济模式产生较早,现已逐渐发展成为较成熟的经济产业。然而,在互联网经济产业中平台经营者虽然推动了美国社会经济的发展,实际上也存在一个严重的问题:一些互联网平台经营者为了获取更高的利润,滥用其在市场上的支配地位,采取限制和排挤其他经营者的措施,从而破坏了市场的公平竞争。美国作为互联网经济最为发达的国家之一,根据判例法我们能够从其相关司法判例中,学习美国司法机构规范互联网平台经营者滥用市场支配地位行为的治理经验,结合当地相关法律法规,分析其对互联网平台经营者滥用市场支配地位行为的法律规制措施。

在划分互联网经济相关市场的研究方面,美国通过区分不同行业的特点将互联网经济领域的相关市场划分为三种不同类别,分别是互联网广告市场、互联网零售市场和互联网社交市场。因为一、二类市场的部分产品在某些领域范围能够互相替换,即在实体经济中存在互联网经济里的产品类别,互联网经济中也存在着实体经济市场上的产品种类,两者的部分产品存在交叉,所以美国司法部门又将互联网广告市场和互联网零售市场划为一种类别。由于互联网经济和实体经济的产品类别交叉现象是客观存在的,因此,互联网经济和实体经济的市场也必然会作用于同一个相关市场范畴。而互联网经济领域中又包括互联网社交市场,网络社交完全区别于传统类型的社交模式,所以,互联网社交市场属于独立存在的相关市场。

界定互联网平台是否具备市场支配地位,美国判断的标准也存在差别,主要表现在两个方面。一是对于销售额的判定标准,不再单纯地以销售金额进行评价,而是把互联网平台中用户的活跃度、使用规模等因素也纳入标准。二是重视是否形成市场壁垒的判定,即在认定过程中重点考虑互联网平台的经营者是否能够制造市场壁垒,阻碍其他互联网平台经营者进入市场或弱化其他互联网平台经营者在市场中的比例权重。例如:在微软案中,因其他软件都要依赖微软公司提供的操作系统才能正常运行,而其他操控系统无法进入市场,实际上形成了市场壁垒。因此,美国司法部门判断其具备市场支配地位,违背《谢尔曼法》。

在滥用市场支配地位的法律规制方面,美国颁布了很多法律。《反托拉斯法》主要对控制管理活动的垄断行为进行规制。《谢尔曼法》授权政府部门一定程度上干涉经济。《联邦贸易委员会法》确立了执法主体以及以差别待遇相关行为为监管核心的《美国选择和在线创新法案》。此外,《终止平台垄断法案》的颁布为互联网平台对利益相关者的歧视,以及排除和限制竞争的问题提供了执法依据,以便让所有参与者都能够获得公平的机会。预防具备市场支配地位的互联网平台通过股权方式打入和其有实际利益矛盾冲突的互联网平台企业内部,减少对冲突平台的控制权。但是,上述法律在规制互联网平台企业滥用市场支配地位的过程中赋予了相关执法者较大的自由裁量空间,而且对于涉及反垄断的相关规定也较为空泛。为进一步规范反垄断执法行为,2020年,美国颁布实行了《纵向合并指南》。该指南在对互联网平台公司滥用市场支配地位进行认定方面,将合理原则和自身违法性原则作为是执法部门认定是否滥用市场支配地位的根本准则。在司法诉讼方面,监管的范围进一步扩大,指定的组织机构统一监管相关的所有刑事诉讼和民事诉讼,对处罚的措施和力度也存在不同程度的加强。^①从对近年来案例处罚结果来看,平台公司的具体行为是美国司法部门裁定是否实行了滥用市场支配地位的行为的主要依据,如果该企业利用自身的优势和地位,对正常的市场竞争行为造成了不良影响,那么,就会有相关执法部门对其进行处罚。

美国作为一个判例法国家,在联邦层面对互联网平台滥用市场支配地位的大规模立法并不常见,尤其是发布《数字市场竞争调查报告》之后,美国出台了多部法案规制互联网平台滥用市场支配地位妨碍市场竞争的行为。通过分析美国相关司法判例,研究当地所颁布的法律规章,学习和借鉴美国在规制互联网平台滥用市场支配地位的法律措施,有利于规范我国互联网平台经济的市场行为,完善对互联网平台的法律规制措施。

4.3 域外经验对我国法律规制的启示

虽然我国互联网产业的发展历程较短,但发展速度较快,一些问题在发展过

^① 陈兵.互联网市场支配地位认定方法再探[J].安徽大学学报(哲学社会科学版),2020,44(06):80-88.

程中也逐步显现出来,互联网平台滥用市场支配地位的行为不断发生。面对飞速发展的互联网经济我国目前的法律法规以及司法经验,在规范互联网平台的行为和处理相关法律问题时逐渐乏力。因此,通过学习和借鉴域外经验并结合我国特定国情,有利于我国不断完善对互联网平台的法律规制措施。

首先,美国和欧盟都不同程度地关注互联网平台的相关市场认定,这是规制滥用市场支配地位行为的起点。因为多数互联网平台公司具备多边性或双边性,所以界定相关市场应深入认识互联网平台的商业方式,认真判断互联网平台经营者主要的利润和收益来源,尤其是数字信息等资源背后的经济价值。由于多数互联网平台提供的商品和相关服务都是不收费的,SSNIP测试法无法适用,所以提出了将产品性能测试纳入SSNIP测试,考虑技术创新的观点。它将商品功能测试、产品的技术改革创新等基本组成要素都考虑在内,以此对互联网平台的相关市场进行认定。对于很多互联网平台公司对外宣称由于自身提供的商品和相关服务不收费,因此不构成相关市场的问题,在欧盟的主流观点认为即使互联网平台公司提供的商品和相关服务不收费,但其会获取客户的大量数据信息,实际上会为互联网平台公司带来较大实质收益。所以,不收费的商品和相关服务不能成为互联网平台公司否定相关市场的理由。

其次,在地域市场的界定方面,一些跨国互联网平台公司的地域市场很明显具有国际性,但不可以因此就简单地将其地域市场认定为全球市场。对于跨国的互联网平台公司地域市场的界定问题,应综合考虑全球范围内的语言、网络使用习惯、其他国家地区是不是有同种类型的商品和相关服务,是否存在市场进入壁垒等多种要素,特殊情况特殊分析,界定跨国的互联网平台公司的地域市场。

最后,在认定互联网平台公司是否具有市场支配地位方面,通过借鉴欧盟和美国的主要做法和经验,笔者认为应主要考虑以下两方面因素:一是用户转移平台的成本,由于用户转移平台的成本太高,通常情况下,假设平台提供的商品或综合服务,其功能没有显著的降低,那么用户就不会花费时间成本和人力成本转移到其他互联网平台。所以,鉴于此应将用户转移平台的成本作为认定互联网平台公司是否具有市场支配地位的重要考量因素。二是鉴于消费者与互联网平台公司相比较处于弱势地位,还应从消费者角度出发,从买方角度分析市场支配地位

是否构成。总体而言，认定支配地位并且是否存在滥用行为不能拘泥于法律条文规定，应当结合实际，通过分析其具体行为进行认定。

5 互联网平台滥用市场支配地位的规制建议

5.1 坚持包容审慎的预防性规制理念

凭借其数据信息优势,互联网平台经营者迅速崛起如今已发展成为市场的巨头。因此,建议反垄断执法机构应当在事前采取审慎包容的预防性监管措施,以确保市场秩序的稳定和公平。包容审慎监管与预防性监管之间并不存在矛盾冲突,实际上二者相辅相成的特性可以促成包容和监管同时进行。在互联网平台初期发展阶段,为了保证其高效快速发展以实现经济发展,我国对互联网平台的发展以包容监管的态度为主。当前,平台经济的发展已呈相对稳定态势,所以现阶段的监管理念也应保持与时俱进。为了发展经济并保证其高效快速发展,我国采取包容监管的态度,但并不意味着应该“持续包容”。尽管包容审慎可以帮助避免政府的过度干预,但为了促进互联网平台的健康发展,有关监管部门仍应加强对平台的实际威胁和潜在经济安全风险的监督,以便及时、准确地识别和惩戒那些可能对市场竞争秩序和消费者合法权益造成威胁的反垄断行为,提高监管效率,弥补“包容”带来的监管漏洞。在这个过程中,监管部门不仅需要积极参与互联网市场的竞争行为的监督,从理论上不断探索新的监管理念、方法和模式。还必须积极开展市场调研,主动了解平台企业新的行为、应用和模式对相关市场竞争的实际影响。而不是被动地等待,只有当它们造成损害时,我们才会采取后续的措施来加强监管。

5.2 完善互联网平台反垄断法律规制框架

近年来,国家持续释放出要强化反垄断监管的信号,强化互联网经济领域反垄断和防止资本无序扩张,促进平台经济健康发展。2021年习近平主席在中央全面深化改革第二十一次会议上指出,加强反垄断和促进公平竞争,是构建社会主义市场经济体制的必由之路。《禁止滥用市场支配地位行为暂行规定》和《指南》等条例的颁布以及《反垄断法》的修订,意味着国家对互联网平台反垄断政策以及实施针对互联网垄断控制行为的监管措施手段不断加强,彰显了国家增强

对互联网平台反垄断进行科学合理监管的决心,促进互联网平台经济健康安全发展。

目前,我国规制互联网平台滥用市场支配地位行为的法律法规并不完善,加之与传统工业经济相比互联网平台经济具备自身的行业新特征,导致在实际执法和司法过程中法律适用变得捉襟见肘,具有滞后性。互联网平台经济并不是法外之地,必须由《反垄断法》及配套法律法规进行规制。虽然在我国民法典中《专利法》《著作权法》和《商标法》等相关法律中的条文内容可以用以规制互联网平台滥用市场支配地位的行为,但是,由于这些法律规定的内容过于零散,并且几乎没有涉及如何认定互联网平台滥用市场支配地位行为的法律条文。再加上上述法律规定中的民事责任缺乏明确性,民事处罚的手段比较单一,处罚力度也过于轻微。相较于滥用市场支配地位的互联网平台所获得的高额利润,不能对互联网平台起到震慑和惩戒作用。因此,完善互联网平台反垄断法律制定框架,通过《反垄断法》及配套法律法规对互联网平台滥用市场支配地位的行为进行规制显得尤为重要。

现阶段《指南》和《反垄断法》是我国规制互联网平台滥用支配地位法律制度的主要体现,新修订的《反垄断法》作为基本法和上位法,对其进行相关条例的修改的可能性不大,所以完善互联网平台反垄断法律制定框架要侧重相关配套规章及规范性文件的“立改废释”工作,细化目前法律法规针对互联网平台滥用市场支配地位的相关规定,增强其可操作性。一是完善和细化反垄断法律法规,为执法和司法提供充分的法律依据,例如对规制互联网平台滥用市场支配地位的行为进一步优化认定程序,完善滥用市场支配地位行为的认定标准、增加相关市场的界定方法等。对于互联网平台是否构成滥用市场支配地位的认定也不能“一刀切”,而是要综合运用法律、经济、行业分析等专业知识和技术手段,同时充分赋予、保障其陈述、申辩的权利。二是强化保护竞争的基本落脚点,完善互联网平台反垄断法律制定框架的目的在于保护市场竞争,维护公平竞争的市场环境,而不是保护某个竞争者和消费者。要高度关注行政机关可能实施的排除以及限制竞争行为,增强互联网平台发展的新动力和创新积极性。完善互联网平台反垄断法律制定框架要坚持“包容审慎”的制定态度,正确处理政府和互联网平台之间

的关系,避免因政府过度干预和监管破坏互联网平台的市场竞争机制和创新激励机制。三是完善互联网平台反垄断法律制定框架要保持国际视野,未雨绸缪,重视国际的合作和协调。随着信息技术的迅速发展和互联网技术的深度应用,互联网平台经济领域的反垄断日益成为各国关注的重点,我国完善互联网平台反垄断法律制定框架也要广泛借鉴和吸收国际反垄断制度的共性,面向市场发展、国际竞争和未来创新,增强我国互联网平台“走出去”的竞争意识和竞争合规能力。

5.3 明晰相关市场的界定

尽管现行的市场界定方法在平台经济领域的应用过程中存在一定的困难,但这并不意味着它们完全无法适用。相反,我们应当在遵循基本思路和分析逻辑推导的基础上,以需求替代分析为主要方式,深度结合商品、地域和时间市场,更好地满足互联网平台经济领域的市场界定需求。

5.3.1 完善相关市场的界定标准

根据《指南》的规定,在平台经济中,市场被划分为两类:商品和地域市场。这些市场提供了一个供消费者选择的空间,并促进了商业交易。随着时代的发展,对于这两种市场的界定标准已被普遍接受,并且正在不断地进行改进和完善。

相关商品市场由各种类型的商品和服务组成,它们彼此之间存在着替代关系,当某种产品或服务退出市场时,消费者可以根据自身需求选择购买其他类型的商品和服务。界定商品市场不仅是界定相关市场的重要环节,还是明确商品市场的主要功能,以此在多种种类功能的商品市场里找到主要可替代选择商品。通过明确商品的主要功能,可以更好地理解竞争约束的核心来源,从而使其具有可替代性。一旦确定了商品的核心功能,我们应当进行比较,如果它满足了消费者的基本需求,而不需要依赖于商品的其他特性,而且这些特性本身又具有替代性,那么它就可以成为一种独特的商品。相反,如若需要借助商品内部其他功能才能满足消费者的基础需求,则不宜对此进行拆分。

相关地域市场是指需求者获取较为紧密替代关系的商品的地理区域。随着某

一地区的商品和服务价格的不断攀升,消费者们不得不转而在其他地方以更低的价格购买,从而形成两个相对独立的市场,即两个不同的地域之间的竞争。通过互联网运营平台,提供商品或服务的地域范围得到了极大的扩展。用户选择不同种类商品的地域分布是存在差异,由于界定相关市场的核心因素源于市场本身,因此部分商品由于自身独特属性或功能能够将自身地域市场范围扩大至国外区域。因此,默认相关地域市场为国内的行为过于草率。相对应的,对于全球市场的认定也应当谨慎处理。

“相关时间市场”区别于《指南》中提出的两种市场类别,作为一种重要概念它还在学术界和实践界中被广泛应用。“时间市场”可以被视为一种有效的竞争策略,它旨在帮助企业在有限的时间内提供最优质的产品和服务。对于传统企业来说,其存续期间和生产要素不一定会随着时间的改变而产生巨大变化。随着大数据技术的发展,用户的替代需求性可以在短时间内得到满足,这是由于商品的发展周期、创新性、流行性以及交叉网络性等因素的影响。通过对用户下载保存数量、用户黏性、活跃量值等指标的实时监测,可以准确地反映出用户的需求水平。通过对用户需求替代性分析,我们可以更好地确定当前的市场状况,并能够更加精确地评估平台企业在这种高度动态的跨界竞争环境中的形式,从而判断是否构成市场支配地位。

相关市场的界定是相对的。当市场规模较小时,几乎所有的公司都有可能获得垄断地位;然而,如果被限制的市场规模太大,任何一家公司都很难占据主导地位,在这种情形下对于判定滥用市场支配权的行为就毫无意义。因此,在进行滥用行为定性分析时,必须先确定相关市场的前提条件。通过引入时间市场的概念,可以更加准确地界定特定互联网平台企业所处的市场,从而有效地保护企业的数据 IP,促进产业发展和创新。

5.3.2 完善相关市场的界定方法

当前,学术界对于确定某一特定市场的标准,采用了多种不同的方式,包括从供应角度出发的需求、供给替代性研究以及从实践角度的垄断者测试法

(SSNIP)。由于受到条件的限制，当前反垄断执法机构仍然采用需求和供给替代性分析法，以确定互联网平台企业所处的市场状况。

建议在运用需求替代性分析法时，应该充分考虑产业自身的运行规律和特性，以及它们可能带来的影响，以此来评估不同产品之间的可替代性，从而更好地满足市场需求。需求替代分析主要基于商品的价格、质量以及功能等标准，来确定不同商品之间的替代程度。在互联网平台上，随着零定价模式的普及，价格因素的重要性可能会降低。因此，我们应当综合考虑平台的双边和多边市场的定价模式，以便更好地评估价格因素对竞争行为的影响。随着互联网技术的发展，它的兼容性使得商品的功能、用途以及质量等因素不再是衡量替代性的关键标准；除此之外，由于网络效应和锁定效应的独特性，消费者的偏好也会受到影响。因此，在考察替代性时，应当避免仅仅关注商品功能而忽略消费者的基本需求。根据平台消费者的实际需求应当进行更加全面地解释和说明。

在平台经济中，需求替代法被广泛用作市场界定的基础，然而，当供给替代的竞争约束影响力超过了需求替代时，应当酌情考虑使用供给替代法进行分析。该点的重要性已在《指南》第4条第1款第1项中明确指出，这一点必须予以重视。尽管供给替代分析可以揭示出企业之间的竞争关系，但是，在平台经济环境中，这种方法的在互联网平台经济的应用范围有限，必须根据竞争关系的多种因素，进行全面的评估和调整。如果供给方与需求方的竞争限制是共同的，那么就不应该太过依赖供给替代分析的结论，因为这样的分析结果很难准确地反映出市场中的真实情况，而且还会给我们的判断带来误差。在供给替代分析中，需要考虑需求替代的逻辑，以“需求”为基础，对转产的可行性和市场的进入的可能性进行深入的分析。随着互联网平台的发展，软件和硬件设备的共享性和普及性已经成为一种可能，这也意味着它们可以轻松地实现转型。然而，如果我们假定这些数字化平台企业之间存在竞争限制，那么就可能导致相关商品的市场范围变得过于广阔。必须同时满足其具备相应的需求，可以提供有效供给。在市场进入难度的评估上，网络效应可以作为一个参考指标，但是它不能代替需求替代分析中的价格因素，因此，在评估市场进入难度时，应根据实际情况来决定，而不是仅仅依赖于网络效应来判断是否存在壁垒。

通过对比传统的两种分析方法，假定垄断测试法成为一种全新的、能够反映当前市场状况的、极具代表性且深远影响的测试方式。为了更准确地界定相关市场，美国反托拉斯执法机构建立了“假定的垄断测试者”模型（Hypothetical Monopolist Test），以更精确的数学计算来模拟垄断者试图提高价格时可能引发的市场反应，从而更加精确地划定出相关市场。通过采用量化分析的方式能够更好地识别和评估需求，从而更有效地进行定性分析。通过垄断者测试法，可以从关键的单一要素变化中获取有关消费者用户根据自身需求选择替代商品的信息，从而更好地了解消费者的行为，但是它在平台经济环境中的应用仍然具有一定的局限性。因此，为了确保定量分析的准确性，建议对现有的分析模型进行调整和完善，以便更好地反映消费者的需求替代情况，避免出现误判的结果，从而影响实践的正确性。

综上所述，要想成功地解决平台经济领域的市场界定问题，就必须准确把握消费者的需求以及它们的需求替代性。为了解决平台经济领域的市场界限问题，我们必须继续坚持以需求为导向的分析方法，以确保反垄断法的有效规制。鉴于当前的情况，需求替代分析已成为平台经济领域的重要组成部分，其重要性无可替代，因此，应当加强对需求替代分析的研究和评估，重新审视对相关市场融合了事实判断和法律判断的复杂过程。《指南》也指出，在确定平台经济领域的相关市场时，应当采用替代分析法来进行界定。通过需求分析，可以全面考虑平台的功能、用户群体的多样性、运营模式等因素，以期达到最佳的效果。当供给替代导致平台运营商的行为受到相似的影响时，可以酌情考虑开展供给替代分析。

5.4 增加经营者市场支配地位认定的考虑因素

“市场支配地位”，又被称作“市场垄断力”，指的是一种通过控制公司在某一特定领域内生产或销售某种商品或服务，从而操控市场价格并谋取非法收益的能力。在反垄断研究中，学者们普遍认同将市场份额作为判断垄断程度的重要依据，并通过计量经济学的相关方法测算市场份额体现其科学性合理性，以更好地评估垄断行为的影响力。根据我国的反垄断法的相关规定，当一个企业的市场

份额达到 1/2、1/3 和 1/4 时，就可以认为该企业拥有市场控制权。尽管界定相关市场的复杂性使得评估平台企业的市场份额变得极具挑战性，但仍应该从多方面考虑，而非单纯依赖有形资产。随着时间的推移，传统的衡量指标，如市场份额和价格，已经不再适用。随着数据控制能力的提升，以及市场影响力的增强，对于认定平台企业的市场支配能力的影响也在不断提升。

5.4.1 市场份额标准

与其他评估标准相比，市场份额是一种可以量化的指标，它可以反映出经营者在市场中的支配地位，即拥有的市场份额越大，其拥有的支配地位就越强；随着互联网平台领域零价格竞争的出现，市场份额的认定标准受到了一定程度的影响，但是，在大数据反垄断分析中，这种影响仍然是可以被认可的。

当评估一家互联网公司的市场份额时，除了销售额外，还需要考虑其他重要因素。在当今的大数据时代，销售额和市场份额之间有着紧密的联系，这体现出一家公司的市场地位。德国反垄断执法机构在“德国脸书案”一文中强调，用户的浏览时长是衡量社交媒体平台影响力的关键指标，因此，在评估脸书的市场份额时，应当将其日常活跃的用户数量放在首位，而不是仅仅依赖于其注册人数。此外，互联网平台经营者的市场份额数据往往呈动态性，如果经营者在很长一段时间内能够保持较高的市场份额，才能表明其具备市场优势。因此，在确定市场份额的标准时，必须考虑互联网平台经营者能够维持较高的市场份额，并且能够长期维持这一水平；竞争对手的市场份额相对较少。长期保持高市场份额表明该平台经营者在激烈的市场竞争中取得了一定的市场主导力量，拥有掌控市场的能力。通过对互联网平台经营者的市场份额进行了横向比较，结果表明，在一定时期内他们的市场份额会保持稳步上升，从而可以认定他们在市场中占有重要的地位。

如果其主要竞争对手在同一时期内的市场份额明显低于自身，而且增长速度也比自身慢，甚至出现下滑，这就表明了他们的市场竞争力不足。因此，市场份额的评估标准并非不可行，而是由于价格评估模型的局限性，应当加强销售量、

用户数量来综合反映市场份额的地位。

5.4.2 综合性认定标准

《反垄断法》第 23 条明确指出，在认定经营者具备市场支配地位时，应当依据市场份额；竞争状况；控制能力；财力和技术条件；其他经营者对其的依赖度；其他经营者进入相关市场的难易程度等其他因素。尽管这些综合性标准可以对评估互联网平台的真实状况提供参考，但是它们并不能完全反映出市场竞争的复杂性，因此，我们需要根据互联网平台的特点，对其认定标准进行全面的完善和调整。

考虑互联网平台竞争的特性，即数据量的不断增加、竞争力的不断提高以及竞争力的不断提升，平台经营者采用平台经营者采用不正当的竞争方式来保持自身的市场控制权的可能性不断上升。2018 年，谷歌公司以 90 亿美元的代价，将搜索引擎的功能扩展到苹果 Safari 浏览器、Siri 等多款产品，以此来限制其他竞争者的使用，以此加强了数据的独占性。随着技术的发展，越来越多的数据被用来改善信息的准确性，从而使得互联网平台的经营者可以更有效地利用这些优秀的数据来提升自身的市场影响力。随着大数据技术的发展，搜集成本不断攀升，而且技术壁垒也越来越高，这使得新进入者无法轻松获取所需的信息，从而使得先行进入市场的企业更容易占据优势地位。

考量互联网平台经营者对数据的获取能力以及控制力。数据控制力的大小取决于数据的可用性、可靠性和可转移性，这些因素都会影响控制力的强弱。首先，数据转移成本对于新参与者来说至关重要，如果成本较高，则表明主导者拥有更强的数据控制能力。因此在评估转移的过程中，必须充分考量数据格式的一致性、软件的可靠性等其他相关因素。此外，根据收集和传输数据的困难程度，企业不仅需要承担一定的费用，而且还可能会因为签订特定的协议而拥有数据的专属权。当一个企业拥有关键的信息和资源时，它的竞争对手可能会发现这些信息很难被抢夺，甚至可能会因为获取这些信息的成本太高而被迫依靠这个企业。这样一来，这个企业就会更加有效地掌握这些信息，并且更有可能掌握市场的主动权。

考量互联网平台相关市场竞争的特殊性。用户一次性可以选择多家平台获取服务。由于成本效益的考虑，用户最终往往会选择一个平台来提供他们所需的数据服务。为了维持竞争优势，经营者通常会采取一些排他性策略，如会员制和积分制来吸引并留住用户。这种锁定效果可以有效地抑制用户的流动性，从而提升企业的市场支配地位。除了网络效应，它还有助于企业拓展客户群，使其获得更多的市场份额，从而减少被其他竞争对手所取代的风险。因此，在采用综合性认定标准时，必须深入研究锁定效应和网络效应对于企业获得市场主导权的影响。

评估互联网公司的整体影响力，特别是它们与相关市场的关系。算法技术运算能力的提升使互联网平台经营者借用市场传导力量提高关联市场的影响力成为可能。商家可以通过利用互联网平台所收集到的用户信息更好地了解消费者的需求，并通过这些信息来推动关联行业的发展。“欧盟谷歌案”指出，谷歌公司利用其在搜索领域的领先优势，将其用户信息转移到其他消费者所熟悉的商品上，这样就有助于阻止其他消费者参与其中，进而抑制其他消费者的竞争。数据在商业活动中扮演着至关重要的角色，它可以帮助商业活动参与者更好地掌握和控制周边市场的发展趋势。因此，当采取综合性认定标准时，必须评估企业是否具有足够的传播能力和影响力来影响相关市场。

6 结 语

互联网平台经济的迅速发展,已经成为我国经济发展和社会进步的重要推动力,也是参与国际竞争的主要力量。有效规制互联网平台滥用市场支配地位行为,才能使数字经济得以可持续发展。目前我国对其滥用市场支配地位行为的认定和监管存有不完善之处。尽管《反垄断法》已经修订,《指南》也对认定标准作出补充,但在具体实践中仍然存在缺乏具体的可操作指导,这是互联网平台自身的特殊性产生的。所以规制互联网平台滥用市场支配地位行为具有重要意义。

在认定相关市场时,互联网平台企业与传统企业存在一定区别,所以除了区分商品和地域市场的同时,还需要考虑加入时间市场概念;在界定方法上,因其行为存在的不确定特征,坚持以需求为导向的分析方法,不光结合需求、供给替代法进行分析,还可以改进 SSNIP 测试模型来对其进行准确计量。在认定市场支配地位时不光要考虑其市场份额标准,销售量和用户数量等其他综合性认定标准具有重要意义。在规制理念方面,建议反垄断执法机构应当在事前采取审慎包容的预防性监管措施,以确保市场秩序的稳定和公平。在完善法律制定框架部分,建议完善和细化反垄断法律法规,强化保护竞争,完善互联网平台反垄断法律制定框架要保持国际视野。在互联网平台的相关市场界定,支配地位认定因素以及滥用市场支配地位行为规制方面加以完善,规范和促进互联网平台在法治轨道上健康发展。

互联网平台利用其数据的集中优势,试图利用其市场支配地位来压倒其他竞争者,这种情况严重影响了整个行业的发展,必须加以纠正。由于互联网平台的滥用市场支配地位行为,不仅侵犯了消费者的合法权利,更严重的是会导致产业的创新能力受到严重影响,使得中国的互联网平台企业无法实现跨越式的国际化,从而无法在全球范围内取得竞争优势。所以,我们应该加强合规倡导,确保市场竞争的公正、公开,实现整个市场经济的高效运行。

通过对互联网平台经济特征进行深入研究,我们可以更好地完善市场划分方式和市场支配地位判断标准,从而提升其可操作性和可行性。本文对互联网平台滥用市场支配地位的新形式、法律框架完善等问题提出了自己的见解,但由于科

研水平有限，文章仍存在一定的局限性，因此，对有关问题还需进一步深化分析。

参考文献

1、专著类

- [1] 程贵孙.互联网平台竞争定价与反垄断规制研究——基于双边市场理论的视角[M].上海:上海大学出版社,2016.
- [2] 戴龙.滥用市场支配地位的规制研究[M].北京:中国人民大学出版社,2012.
- [3] 赫伯特·霍温坎普著,许光耀、江山、王晨译.联邦反托拉斯政策:竞争法律及其实践[M].北京:法律出版社,2009.
- [4] 黄勇.国际竞争法研究——竞争法实施中的国际冲突与国际合作[M].北京:中国友谊出版公司,2003.
- [5] [美]莫里斯·E·斯图克、艾伦·P·格鲁内斯,兰磊译.大数据与竞争政策[M].北京:法律出版社,2019.
- [6] [美]安娜贝拉·加威尔.迈尔克库苏麦诺:平台领导:英特尔、微软和思科如何推动行业创新[M].广东:袁中国、刘兰凤译,广东经济出版,2007.
- [7] 尚明.对企业滥用市场支配地位的反垄断规制[M].北京:法律出版社,2007.
- [8] 王晓晔著.反垄断法实施中的重大问题[M].北京:法律出版社,2016.
- [9] 王达.美国互联网金融与大数据监管研究[M].北京:中国金融出版社,2016.
- [10] [英]维克托·迈尔-舍恩伯格、肯尼斯·库克耶,盛杨燕、周涛译.大数据时代——生活、工作与思维的大变革[M].杭州:浙江人民出版社,2012.
- [11] 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.
- [12] 仲春.创新与反垄断——互联网企业滥用行为之法律研究[M].北京:法律出版社,2016.

2、期刊类

- [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.
- [2] 程贵孙,李银秀.平台型产业反垄断规制的几个关键问题研究[J].当代财经,2009(07):71-76.
- [3] 陈兵.互联网市场支配地位认定方法再探[J].安徽大学学报(哲学社会科学)

- 版),2020,44(06):80-88.
- [4] 陈兵.平台经济领域相关市场界定方法审视——以《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》第4条为中心的解读[J].法治研究,2021,No.134(02):89-101.
- [5] 陈兵.互联网平台经济应实现“强监管”与“促发展”并重[J].国家治理,2021,No.323(11):25-29.
- [6] 戴龙.滥用相对优势地位的法律规制研究——兼议《反不正当竞争法(修订草案送审稿)》第6条的修改[J].中国政法大学学报,2017(02):146-158.
- [7] 方兴东,严峰.浅析超级网络平台的演进及其治理困境与相关政策建议——如何破解网络时代第一治理难题[J].汕头大学学报(人文社会科学版),2017,33(07):41-51.
- [8] 胡丽.反垄断法视域下网络空间“相关地域市场”的界定——兼评“奇虎诉腾讯垄断案”中全球市场的认定[J].河北法学,2014,32(06):44-50.
- [9] 蒋岩波.互联网产业中相关市场界定的司法困境与出路——基于双边市场条件[J].法学家,2012(06):58-74+175-176.
- [10] 蒋潇君.论互联网企业拒绝交易行为的规制路径[J].商业时代,2014(35):126-127.
- [11] 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(01):186-200.
- [12] 焦海涛.论互联网行业反垄断执法的谦抑性——以市场支配地位滥用行为规制为中心[J].交大法学,2013(02):31-48.
- [13] 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(01):186-200.
- [14] 孔孟佳.互联网行业滥用市场支配地位的法律研究[J].经贸实践,2018(09):291+293.
- [15] 寇韵煤,任超.数字经济时代互联网企业滥用市场支配地位的反垄断法规制——以欧盟谷歌案为例[J].海南金融,2020(05):42-50.
- [16] 吕明瑜.数字音乐版权独家授权的垄断规制问题[J].法治研

- 究,2018(05):51-53+41.
- [17] 李静.论经济法的适度干预原则[J].探索,2002(01):137-139.
- [18] 李奉仪,陈兵.韩国《垄断规制法》对滥用市场支配地位经营者的规制[J].南京大学法律评论,2018(01):281-294.
- [19] 李思羽.互联网平台企业滥用市场力量的杠杆作用认定——以“奇虎诉腾讯滥用市场支配地位案”为例[J].科技与法律,2018(02):21-30.
- [20] 刘颖.保护竞争秩序是反垄断法的根本目的——以美国 VERIZON 电讯公司涉嫌垄断案为例[J].宁夏大学学报(人文社会科学版),2009,31(03):126-129.
- [21] 宁立志,王少南.双边市场条件下相关市场界定的困境和出路[J].政法论丛,2016(06):121-132.
- [22] 潘伟.市场支配地位司法认定问题之探讨[J].法律适用,2011(09):70-73.
- [23] 苏华.多边平台的相关市场界定与反垄断执法发展[J].价格理论与实践,2013(08):29-31.
- [24] 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(06):98-107.。
- [25] 申文君.大数据经营者滥用市场支配地位的认定与规制[J].中国流通经济,2021,35(07):96-105.
- [26] 邵晨.搜索中立与搜索引擎平台的博弈[J].法律适用,2020(04):46-55.
- [27] 谭袁.互联网平台滥用市场支配地位行为规制的困境与出路[J].法治研究,2021(04):110-123.
- [28] 王贺.互联网平台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(06):77-83.
- [29] 王胜伟,蒋岩波.互联网市场创新发展及其规制问题研究[J].山东社会科学,2019(06):76-81.
- [30] 许光耀.互联网产业中双边市场情形下支配地位滥用行为的反垄断法调整——兼评奇虎诉腾讯案[J].法学评论,2018,36(01):108-119.
- [31] 余晖,钱贵明.平台经济垄断:基本表征、理论解释与管制治理[J].江海学刊,2021(02):98-104+254.

- [32] 于左,高建凯,周红.互联网经济学与反垄断政策研究新进展——“互联网经济学与反垄断政策研讨会”观点综述[J].中国工业经济,2013(12):65-70.
- [33] 张素伦.互联网产业反垄断中的相关市场界定[J].知识经济,2012(23):45-46.
- [34] 张江莉.互联网平台竞争与反垄断规制——以3Q反垄断诉讼为视角[J].中外法学,2015,27(01):264-279.
- [35] 张江莉.论相关产品市场界定中的“产品界定”——多边平台反垄断案件的新难题[J].法学评论,2019,37(01):184-196.
- [36] 张玉洁.互联网行业相关市场界定的司法困境与对策——以双边市场为视角[J].价格理论与实践,2018(01):45-48.
- [37] 朱战威.互联网平台的动态竞争及其规制新思路[J].安徽大学学报(哲学社会科学版),2016,40(04):126-135.

3、学位论文类

- [1] 何昕擘.互联网+背景下滥用市场支配地位的反垄断法规制[D].华东政法大学,2015.
- [2] 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.
- [3] 李娟.论反垄断法中相关市场的界定[D].中国政法大学,2010.
- [4] 李哲.互联网产业经营者滥用市场支配地位的法律规制研究[D].中国石油大学(华东),2015.
- [5] 李茗奇.互联网企业市场支配地位的认定研究[D].华东政法大学,2016.
- [6] 李中元.我国互联网经营者滥用市场支配地位法律问题研究[D].山西大学,2018.
- [7] 孙平.互联网领域经营者滥用市场支配地位的法律规制[D].黑龙江大学,2017.
- [8] 王红.电商平台经营者滥用市场支配地位反垄断法规制研究[D].南京财经大学,2021.
- [9] 翁卫国.互联网企业滥用市场支配地位的法经济研究[D].西南政法大学,2016.
- [10] 尚芹.互联网企业滥用市场支配地位的反垄断法规制研究[D].辽宁大学,2014.

- [11] 张皓英.论反垄断法中相关市场界定[D].对外经济贸易大学,2006.
- [12] 张坤.互联网行业反垄断研究[D].湖南大学,2016.
- [13] 张钧.电商平台滥用市场支配地位行为法律规制实证研究[D].郑州大学,2020.

4、报纸类

- [1] 常龙川.警惕数据垄断带来的风险[N].中国证券报,2019-01-12(A08).
- [2] 曲创.数据垄断的伪命题和真问题[N].科技日报,2019-08-21(008).
- [3] 赛迪智库互联网形势分析课题组.治理数据、算法与垄断[N].通信产业报,2019-01-07(017).
- [4] 余维仁.破除数据垄断，数据上链或是关键[N].21世纪经济报道,2020-12-30(004).

5、外文文献类

- [1] Alexandra Samuel. Psychographics Are Just as Important for Marketers as Demographics [EB/OL]. [2021-12-17].
- [2] Armstrong M.Competition in two-sided markets [J] . The RAND Journal of Economics, 2006(3): 668~691.
- [3] Brian W. Arthur,“Competing Technologies, Increasing Returns, and Lock-In by Historical Events” ,The economic journal, Vol.99 (March 1989).
- [4] Baker,J.B. Market Definition: An Analytical Overview, Antitrust Law Journal, vol. 74,November 2006.
- [5] David S. Evans. “The Antitrust Economics of Multi-Sided Platforms” . Yale Journal on Regulation,summer,2003(2).
- [6] Daniel A. Crane, “Rules Versus Standards in Antitrust Adjudication” , George Mason Law Review,Vol.2012.
- [7] Geoffrey A. Manne, Joshua D. Wright. “Google and The Limits of Antitrust: The Case Against the Case Against Google” .Business Law International, Vol. 14, Issue 1 (January 2013).
- [8] Jeon Doh-Shin, Jullien Bruno, Klimenko Mikhail: Language, Internet, and Platform Competition: The case of Search Engine, Centre for Economic Pol

- icy Research, Discussion papers (9144), 2012.
- [9] Jones A, Sufrin B: EU competition law: text, cases, materials, Oxford University Press, 2011, 4th edition.
- [10] Jean-Charles Rochet & Jean Tirole. Platform competition in two-sided markets. Journal of the European Economic Association, Vol.1, No.4(2003).
- [11] Jonathan B. Baker. Market Definition: an Analytical Overview, Antitrust Law Journal Vol.74, Issue 1, (2007).
- [12] Jonathan B. Baker. Contemporary Empirical Merger Analysis, George Mason Law Review, Vol. 5, No.3 (Spring 1997).
- [13] Rochet. J.C., Tirole, J. Platform Competition in Two-Sided Markets. Journal of the European Economic

致 谢

行文至此天已经蒙蒙亮，坐在电脑前的我万千思绪涌入心头，想感谢的人太多太多，难忘的回忆太多，总结于此篇致谢。

还记得三年前刚踏入校园的我，懵懵懂懂却心怀鸿鹄之志，三年间在自习室、操场、食堂等校园各处都留下了我的脚步，目之所及，皆是满满回忆。

一谢恩师，“导吾于狭路，示吾以通途”。我的导师唐正彬教授，您严于律己的生活态度，一丝不苟的教学精神始终激励着我。感谢您在学业上对我的谆谆教诲，在生活上对我的细微关怀。您的笑容总让我觉得如沐春风，您的一言一行都影响着我。感激之情，心中无可磨灭。与此同时，也要感谢杨立华老师、纪盛老师、张革新老师、吕春娟老师、桑保军老师、李长兵老师、史正保老师、李萌老师、包哲钰老师、黎明老师、何立慧老师、张佳老师等这三年来所有教导过我的老师们，在各位老师的精心指导下，我收获了人生中非常难得的宝贵经验，使我终身受益。

二谢好友，感谢唐兆妍师姐、高峰师兄对我的指导，帮我解疑惑。此外，感谢经济法一班的所有同学们，这三年的相处非常愉快。感谢和我相处多年却依然有聊不完的话题的挚友们，感谢大家的陪伴使我每天都过得很快乐充实且有意义。我很开心遇见大家并和你们成为好朋友。

终谢父母，“万爱千恩百苦，疼我熟知父母”。特别感谢支持我的爸爸妈妈，你们从来不对我有过多苛刻的要求，从来不逼我成为“别人家的孩子”，我所有天马行空的想法都能在你们这儿得到回应。谢谢你们一直全心全意，毫无保留地爱我、尊重我、支持我。让我无忧无虑地活在自己的快乐星球里。养育之恩，无以回报。

成长，就是不断地告别，不断地相遇。最后想对自己说，对于未知的世界，也请你一定保持初心，快乐，认真地活着。