

数字平台自我优待行为的竞争损害与法律规制路径研究

王珏

湖北品牌发展研究中心, 文华学院法学系 湖北武汉

【摘要】本文系统探讨了数字平台自我优待行为的竞争损害及其法律规制路径。研究首先界定了自我优待行为的构成要件与典型模式, 包括搜索结果操纵型、数据利用型和交易条件强制型, 并结合谷歌、亚马逊及阿里巴巴的案例进行阐释。在影响评价方面, 对比分析了欧盟侧重于市场结构与综合损害评估、美国侧重于效率与消费者福利测试的两种规制逻辑差异。最后, 从明确法律界定、强化平台透明度、构建全链条监管体系及平衡创新与公平竞争等维度, 提出完善我国相关法律规制的具体建议, 以期为数字市场健康有序发展提供理论参考。

【关键词】数字平台; 自我优待; 品牌竞争; 法律规制; 反垄断

【收稿日期】2026年1月6日

【出刊日期】2026年2月8日

【DOI】10.12208/j.ssr.20260059

A study on the competitive harms and legal regulation of Self-Preferencing behaviors on digital platforms

Jue Wang

Hubei Brand Development Research Center, Department of Law, Wenhua College, Wuhan, Hubei

【Abstract】This article systematically explores the competitive harms of self-preferencing behaviors by digital platforms and their legal regulatory pathways. The study first defines the constitutive elements and typical models of self-preferencing behaviors, including search result manipulation, data exploitation, and coercive transaction terms, and illustrates these with case studies involving Google, Amazon, and Alibaba. In terms of impact assessment, the research compares and analyzes the differences between the EU's regulatory logic, which focuses on market structure and comprehensive harm assessment, and the U.S. approach, which emphasizes efficiency and consumer welfare tests. Finally, the article proposes specific recommendations for improving China's relevant legal regulations, including clarifying legal definitions, enhancing platform transparency, constructing a comprehensive regulatory system, and balancing innovation with fair competition. The aim is to provide theoretical reference for the healthy and orderly development of the digital market.

【Keywords】Digital platforms; Self-preferencing; Brand competition; Legal regulation; Antitrust

1 引言

随着数字经济成为全球经济发展的重要引擎, 大型数字平台通过其强大的网络效应、数据积累和算法技术, 逐步在多个相关市场形成了显著的市场影响力。在这一过程中, 部分平台利用其在基础市场的支配地位, 对自营业务给予系统性倾斜, 这种行为被学界和实务界概括为“自我优待”(self-preferencing)^①。自我优待不仅直接挤压了平台内经营者的竞争空间, 也对品牌公平竞争秩序构成了实质性挑战。长期来看, 此类行为可能削弱市场竞争活力, 抑制创新动力, 损害消费

者福利, 甚至导致市场结构固化。

当前, 欧盟与美国在自我优待行为的法律评价与规制路径上呈现出明显差异, 反映出不同法域在数字经济治理理念与工具选择上的分歧^②。我国作为数字经济发展大国, 平台竞争生态复杂, 自我优待现象在电商、搜索、社交等领域均有显现。因此, 构建既符合我国国情又具备国际视野的法律规制体系, 具有重要的理论价值与现实紧迫性。本文旨在梳理自我优待的行为逻辑、竞争效应与国际经验, 在此基础上为我国相关法律完善与执法实践提供系统性建议。

^① 殷继国. 数字平台自我优待行为的反垄断法规制 [J]. 法商研究, 2024, 41 (05): 142-153.

^② 孙晋. 数字平台“二选一”行为的反垄断法规制[D]. 武汉大学, 2024.

2 自我优待行为的构成要件与典型模式

(1) 构成要件分析

自我优待行为的认定通常涵盖以下三个核心要件：

首先，行为主体必须在某一相关市场具有市场支配地位。这是自我优待得以实施的前提，也是其反竞争效应的力量来源。在数字环境中，市场支配地位的认定需充分考虑网络效应、数据控制能力、用户转换成本及生态系统锁定等特征^①。

其次，平台需在两个或多个相关市场中同时开展业务。一般而言，包括一个具有支配地位的“基础市场”（如通用搜索引擎、操作系统）和一个或多个“相邻市场”（如比价服务、应用商店、零售电商）。平台利用在前者的优势，为后者中的自营业务输送利益。

最后，平台实施了系统性倾斜行为，即在其控制的场景（如搜索结果、推荐页面、交易规则）中，不合理地优待自营产品或服务，从而在相邻市场中获得非基于品质的竞争优势。这种行为实质上是将其在基础市场的市场力量“杠杆传导”至相邻市场^②。

(2) 典型行为模式与案例

基于国内外执法与司法实践，自我优待主要表现为以下三种模式：

一是搜索结果操纵型

平台利用其控制信息入口与排序算法的能力，在搜索结果、应用推荐或内容流中，优先展示、置顶或赋予自营服务更优的视觉呈现，同时降低或后置竞争对手的链接。谷歌购物案是此类型的典范。谷歌在其通用搜索引擎中，将自家的比价服务“Google Shopping”置于结果页面的显著位置，并采用专属的图文展示框，而将其他比价网站的普通链接排在后面。^③数据显示，该行为导致许多第三方比价网站流量急剧下降，而谷歌自营服务的访问量显著提升。这种行为扭曲了搜索的中立性，使竞争从服务品质的比拼异化为流量入口的争夺。

二是数据利用型

平台凭借其生态系统的封闭性，收集并独占平台内经营者（如第三方卖家、开发者）产生的海量非公开数据（包括交易数据、用户行为数据、评价数据等）。平台利用这些数据洞察市场趋势、识别畅销产品、优化

自营业务决策，甚至直接复制第三方成功产品。亚马逊利用第三方卖家数据开发自营商品的争议即属此类。亚马逊被指控通过分析平台上第三方卖家的销售表现，筛选出具有潜力的商品类别，然后快速推出类似的自有品牌产品，并利用平台的推荐算法、流量支持和物流优势进行推广，从而对原创新者形成“搭便车”式竞争。这种不对称的数据优势，严重侵蚀了第三方经营者基于创新和运营投入获得的竞争优势^④。

三是交易条件强制型

平台利用其作为交易必需设施或关键渠道的地位，通过制定平台规则、签订协议或采取技术措施，强制或变相强制平台内经营者在其自营业务与其他竞争对手之间做出排他性选择。阿里巴巴“二选一”案是这一模式的典型案例。阿里巴巴要求在其平台开设店铺的品牌商家不得在同期于其他竞争性平台（如京东、拼多多）进行经营或参与促销活动。这种行为直接限制了品牌商多渠道发展的自由，抬高了其经营成本与风险，同时也削弱了其他竞争性平台获取优质供给的能力，从而巩固了阿里巴巴自身的市场地位。

3 自我优待行为对品牌公平竞争的影响：欧盟与美国的评价路径比较

对自我优待行为的竞争效果评估，是决定其法律性质的关键。欧盟和美国在此问题上形成了具有代表性的两种分析范式。

(1) 欧盟：以市场结构保护为核心的综合损害分析

欧盟委员会在“谷歌购物案”等一系列执法实践中，发展出一套以维护市场结构健康和竞争过程为导向的综合损害分析框架。其关注点不仅在于即时、可见的损害，更在于行为对市场竞争动态和长期创新的潜在影响。具体分析维度包括：

首先，对竞争对手的排除性效应：欧盟重点考察行为是否实质性削弱了相邻市场中现有竞争者的竞争能力，或抬高了新进入者的市场壁垒。在谷歌案中，欧盟通过证据证明了流量下降与谷歌自我优待行为之间的因果关系，并指出谷歌搜索引擎是竞争对手获取流量的“不可复制的输入要素”。

其次，对创新激励的抑制：欧盟认为，当竞争对手

^① 兰江华.平台自我优待：行为机制、经济效果和规制路径[J].载《南方金融》2023年第7期。

^② 同上。

^③ DEUTSCHER E. Google shopping and the quest for a legal test for self-preferencing under article 102 TFEU[J]. European Papers, 2021, 6(3): 1345-1361.

^④ 孙晋,唐要家.数字平台反垄断的基本导向与体系创新[J].经济学家,2021,(05): 12-17.

因自我优待行为而难以获得足够的用户反馈和市场回报时,其进行创新投入的动机会减弱。同时,支配平台自身也可能因缺乏有效竞争压力而减缓创新步伐。

再次,对消费者最终利益的损害:欧盟的消费者福利观更为广义,不仅关注短期价格与服务质量,更重视长期选择多样性、创新产品可获得性以及免受剥削性高价的可能性。欧盟指出,谷歌的行为可能减少消费者接触更多元、更优质比价服务的机会。

最后,对市场竞争结构的破坏:这是欧盟分析的核心。欧盟强调,自我优待使得竞争优势的来源从“卓越表现”异化为“支配地位杠杆”,这扭曲了竞争的本质,可能导致相邻市场从竞争性市场向垄断或寡头市场演变,损害市场的开放性。

欧盟还通过判例法确立了“特殊责任”原则^①,即具有市场支配地位的企业负有不得因其行为削弱市场竞争的特殊责任,这为规制自我优待行为提供了有力的法理基础。

(2) 美国:以消费者福利为导向的效率中心主义测试

相比之下,美国反垄断执法机构,如联邦贸易委员会(FTC),在历史上更倾向于采用一种以效率为中心、注重实际效果的分析方法,即“消费者福利标准”。在这一框架下,评估的重点在于行为是否最终导致了产出减少、价格上升或质量下降,从而损害了消费者利益。

其一,效率抗辩的优先性:如果平台能够证明其自我优待行为带来了显著的效率提升(例如,通过整合服务提升了用户体验、加快了响应速度、降低了系统复杂性),并且这种效率提升能够传递给消费者,那么该行为就可能被视为具有正当性。

其二,对竞争对手影响的相对弱化:美国传统观点认为,在激烈的市场竞争中,个别竞争对手受到损害是正常现象,关键在于这种损害是来源于反竞争行为,还是来源于更有效率的竞争。FTC在早期对谷歌的调查中,曾倾向于认为其行为是产品改进的一部分,所带来的竞争对手流量下降是效率竞争的副产品。

其三,聚焦于直接消费者体验:分析更侧重于行为对消费者当前使用体验的直接影响,例如搜索结果是否更相关、界面是否更便捷,而对市场结构变化、长期创新生态等间接、动态影响的关注相对不足。

两种路径的差异本质上是规制哲学的不同:欧盟

更强调“保护竞争过程”,以维持一个开放、有活力的市场结构为优先目标;而美国(传统上)更强调“保护消费者福利”,以行为的经济效率结果作为主要判准。近年来,美国学界和实务界也出现了加强对数字平台反竞争行为规制的呼声,显示出两种路径在一定程度上的反思与趋同^②。

4 完善我国自我优待行为法律规制的建议

结合我国平台经济的发展阶段、竞争现状以及《反垄断法》《反不正当竞争法》等法律框架,并参考国际经验与教训,本文提出以下系统性规制建议:

(1) 立法层面:明晰规则,提供稳定预期

一方面,在《反垄断法》配套规则中细化规定:建议在国务院反垄断委员会发布的《关于平台经济领域的反垄断指南》基础上,进一步出台更具操作性的解释或部门规章,将“自我优待”明确列为滥用市场支配地位的可能表现形式之一。应对其定义、构成要件、常见类型作出描述性规定,为执法和司法提供明确指引。

另一方面,构建分层次、重效果的分析框架:在认定自我优待违法性时,应建立“支配地位认定—竞争效果分析—正当理由评估”的三步法。

第一步,支配地位认定需与时俱进,充分考虑数据控制力、算法影响力、生态封闭性等数字市场特征。

第二步,竞争效果分析应采纳综合视角,借鉴欧盟经验,全面评估行为对现有竞争者、潜在进入者、创新环境、消费者选择自由以及相关市场结构的现实与潜在损害,避免仅以短期效率或个别消费者体验指标作为唯一标准。

第三步,允许平台提出正当理由抗辩(如提升质量、安全保障、重大创新),但必须由平台承担严格的举证责任,证明其行为是实现该正当目的所必需、且不存在反竞争性更低的替代方案,同时所带来的积极效果显著大于对竞争造成的损害。

(2) 监管层面:强化义务,实施精准治理

一方面,确立平台透明度与公平行事核心义务:

算法透明度义务:要求具有市场支配地位的大型平台,就其核心排序、推荐、流量分配算法的基本原理、主要参数及重大修改,向监管部门进行备案或说明,并接受合规审计。同时,应以清晰、易懂的方式向平台内经营者公开影响其可见度与交易机会的基本规则。

数据公平使用义务:制定专门规则,原则上禁止平

^① 杨东,董凡.从本身违法到合理原则——数字平台自我优待的反垄断分析[J].数字法治,2024.

^② 唐春晖,于左.数字市场的竞争法问题研究[J].法学论坛,2022,(04):55-67.

台未经匿名化聚合处理,将来源于特定平台内经营者的非公开数据,用于与该经营者直接竞争的自营业务决策。探索建立符合国情的数据可携与互操作框架,在保障安全与隐私的前提下,促进数据要素的有序流动,降低“数据围墙花园”效应。

禁止不合理排他行为:持续严厉打击“二选一”等强制性排他交易行为,执法中应重点审查该行为是否实质性地封锁了市场、限制了经营者自由选择、损害了消费者多渠道比价和购买的权利。

另一方面,构建贯穿市场主体生命周期的全链条监管体系:

事前防范:加强针对大型平台“掐尖式并购”(killer acquisitions)的反垄断审查^①,防范其通过收购潜在竞争对手或创新团队来预先消除竞争威胁、巩固支配地位。可研究探索对符合特定标准的“守门人”平台施加事前义务清单。

事中监测:利用大数据、人工智能等技术手段,建立数字市场竞争状况常态化监测系统,对平台自营业务与第三方业务的增长对比、流量分配模式、关键数据接口开放情况等进行动态分析,及早识别和预警系统性自我优待风险。

事后惩戒与救济:加大执法力度,提高违法成本。综合运用行政处罚、责令改正等措施。同时,完善私人执行机制,通过优化举证规则、探索公益诉讼与消费者集体诉讼,为受损害的经营者和消费者提供有效救济渠道。在极端情况下,可考虑将业务剥离等结构性救济作为恢复有效竞争的最终手段^②。

(3) 理念层面:平衡创新激励与竞争保护

第一,坚持“保护竞争,而非保护竞争者”原则:法律规制的根本目标是维护公平、自由、高效的竞争环境,而非保证特定市场参与者的生存。平台基于自身产品与服务真实质量的提升而获得的竞争优势,应当受到鼓励和保护。规制的矛头应对准那些滥用市场力量、扭曲竞争过程的行为。

第二,鼓励开放式创新与生态互操作:政策应积极引导平台从封闭生态走向开放协作。鼓励平台在公平、合理、无歧视(FRAND)原则下,开放必要的应用程序接口(API),允许第三方服务在保障安全与用户体验的前提下实现一定程度的互操作^③。这既能激发整个生态系统的创新活力,也有助于从根源上减少平台实

施封闭性自我优待的动机。

第三,推动平台建立内部竞争合规文化:引导和督促大型平台建立健全内部反垄断合规管理体系,将防范自我优待等滥用行为纳入公司治理核心。通过监管机构的合规指引、培训与交流,提升平台自觉遵守竞争法律规则的意识 and 能力,实现从“被动监管”到“主动合规”的转变。

5 结论

数字平台的自我优待行为,是数字经济从自由竞争走向寡头竞争阶段所凸显出的典型竞争治理难题。它深刻地影响着品牌公平竞争的环境,不仅直接关系到平台上无数中小经营者的生存与发展,更关乎数字市场长期创新的动力、消费者权益的保障以及健康竞争生态的维系。

欧盟与美国的规制实践表明,对待自我优待不存在放之四海而皆准的单一答案。我国作为拥有庞大且活跃数字市场的国家,应当在吸收国际经验的基础上,走出一条符合自身发展阶段与制度特色的规制道路。这条道路应是以维护动态、开放、可竞争的市场结构为根本目标,以科学的竞争效果综合评估为分析工具,以强化平台透明度与公平义务为核心抓手,以全链条、精细化监管为实施保障,并始终审慎平衡创新激励与竞争保护的多元价值。

最终,一个健全的法律规制体系,其意义不仅在于纠正个别违法行为,更在于为所有数字市场参与者树立清晰、稳定的规则预期,引导平台经济从“野蛮生长”迈向“规范发展”,从“流量争夺”回归“价值创造”,从而真正实现数字经济的高质量、包容性与可持续增长。

参考文献

- [1] 陈兵,傅小鸥.平台自我优待行为规制方法再探——在商业竞争与竞争合规之间[J].《学习与探索》,2024.
- [2] 丁道勤,夏杰.数字经济反垄断监管:挑战与应对[J].价格理论与实践,2023,(07):40-44.
- [3] 殷继国.数字平台自我优待行为的反垄断法规制[J].法商研究,2024,41(05):142-153.
- [4] 王先林.欧盟《数字市场法》对我国数字经济反垄断规制的启示[J].上海对外经贸大学学报,2022,29(06):5-17+110.

^① 王先林.欧盟《数字市场法》对我国数字经济反垄断规制的启示[J].上海对外经贸大学学报,2022,29(06):5-17+110.

^② 丁茂中.自我优待的反垄断规制问题[J].法学论坛,2022(4):87-97.

^③ 郭传凯.平台封禁的反不正当竞争法应对——以《反不正当竞争法》的修订为背景[J].载《当代法学》2024年第2期.

- [5] 周辉.欧盟平台立法:制度创新、实施挑战与中国借鉴 [J]. 电子政务,2023, (09): 2-14.
- [6] 朱霞,胡俊杰.数字税模拟实施对平台企业自我优待行为防范研究——基于演化博弈视角的分析[J]. 价格理论与实践,2024(06): 166-171.
- [7] 郭广珍,陈茜怡,陈尚轩.数字信任的经济学分析[J]. 南方经济,2023(09): 1-24.
- [8] 毕金平,张宇.互联网平台算法型自我优待的垄断分析与规制路径[J]. 宁夏大学学报(人文社会科学版),2023(05): 102-109.
- [9] 周梦懿.数字平台自我优待:行为类型与法律规制[J]. 华侨大学学报(哲学社会科学版), 2024(02): 79-89+119.
- [10] 张莹,张书晴,杨慧珍.平台企业数据垄断的影响及规制研究[J]. 金融教育研究,2024(03): 11-21.
- [11] 万丰阁.基于“数据有丝分裂”的公共数据的确权与授权 [J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2024(04): 70-80.
- [12] 喻玲.平台经济领域自我优待行为的反垄断法分析[J]. 竞争政策研究,2024.
- [13] BOUGETTE P, BUDZINSKI O, MARTY F M. Self-preferencing and competitive damages: a focus on exploitative abuses[J]. The Antitrust Bulletin, 2022, 67(2): 1-24.
- [14] DEUTSCHER E. Google shopping and the quest for a legal test for self-preferencing under article 102 TFEU[J]. European Papers, 2021, 6(3): 1345-1361.

版权声明: ©2026 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS