

天猫双11强制促销升级“二选一”？ 专家：电商排他性竞争涉嫌垄断

□本报记者 叶菁

双11前夕，强制促销的消息让不少品牌商猝不及防。事件梗概如下：近日，有《科技晚报》等多家媒体报道，来自国内两大顶级家电企业内部人士分别提供了两份投诉证据，同时将矛头指向天猫双11促销政策。内容显示，包括老板、方太、华帝、美的等在内的许多品牌商因不同意参与天猫的强制促销方式，被天猫锁定后强制参与，多款产品最终不得不单方面撤下产品、不再在天猫销售，随后部分产品又恢复。对于这种异常现象，天猫和上述家电企业还未对此做出明确回应，但消费者真的是受伤，好端端的消费一来二去的被折腾，利益谁来保障？

那么，低于企业生产成本的促销到底应不应该推崇？电商的恶性竞争对实体经济有何伤害？怎么规范？对市场相关监督管理部门有何启示？带着一系列问题，本报记者采访了香港大学法学博士 & 北京德恒(珠海)律师事务所律师陈志杰、福建康立律师事务所主任陈才添、电商战略分析师李成东、艾媒咨询分析师刘杰豪等知名人士。

曝家电企业库存被锁

据《21世纪经济报道》报道，双11大促第一天，美的、格力、方太、老板、华帝等家电企业的天猫官方旗舰店因不同意参与其以牺牲厂商利益、毁灭行业前景为代价的促销方式，被该电商以锁定库存让厂商无

法更改的方式强制参与促销，企业无奈之下暂停了在天猫的双11预售。

记者就此事件采访了电商战略分析师李成东，李成东称：“天猫之所以如此‘霸权’，缘于其激烈的KPI考核。今年天猫全网的销售目标是突破2000亿元，而去年天猫的销售业绩是1200亿，由此可见，天猫业绩压力十分大，以其只有将压力转嫁给品牌商。此外，京东双11提前销售，一定会对阿里的销售业绩产生巨大影响，实为保证自己的利益不受损。”

而据家电企业2017年三季度财报显示，国内三大家电巨头格力、美的、海尔的净利率分别为13%、8%和4.7%。即天猫这一举动是逼着家电品牌企业在“赔本赚吆喝”，强制上线的促销很可能已击穿国内家电企业的成本底线。

据报道，天猫为了强制厂商参与促销，甚至将厂商库存直接锁定，使其无法更改，这才导致了上述的波折。

品牌商盈利空间遭挤压

“如今整个互联网，线上渠道压力比线下更严重，电商领域主要就是京东、天猫两家竞争，逼迫厂商降价促销无论对大品牌商还是小品牌商都会受到很大影响，品牌商肯定都是想多渠道做销售。如果有电商逼迫厂商站队，对行业的发展不利。”李成东说，这一举动将给品牌商带来巨大压力。

日前，香港大学法学博士

& 北京德恒(珠海)律师事务所律师陈志杰在接受记者采访时表示，如果上述家电企业内部人士反映的情况属实，以天猫作为国内超级网络平台的地位来说，必然会影响正常的市场竞争秩序，这对行业创新发展以及实体经济的发展甚至中国品牌的国际声誉都十分不利。如果它真的强制要求卖家“超低价促销”的话，那么对于其他电商平台来说可能是不公平的。

电商超低价竞争免不了引起是否对消费者有利的讨论。福建康立律师事务所主任陈才添告诉记者，如果品牌商为了迎合天猫去做促销，其提供的商品在质量和性能上可能会存在大幅度缩水，最终受害的还是消费者。作为经济法方面的专业律师，陈才添还提醒消费者节前消费须理性，超低价背后或隐藏质量隐患。

监管应介入电商之间的竞争

电商企业之间的竞争已经越来越激烈，艾媒咨询分析师刘杰豪在采访中表示，电商平台之间的竞争如果还是局限在价格战上，由此将导致整个行业品质无法提升，电商背后的实体经济也无法快速得到转型升级。

不合理的低价将会给一个行业带来劣币驱逐良币的恶性循环，此类恶果在旅游、中介等行业中，已经给消费者带来了巨大伤害。例如低于成本的旅游产品，通常都会伴随着强制

>>图说新闻



台湾平潭两岸海外公共仓储有限公司近日在台北举行揭幕仪式。这是大陆在台湾设立的第一个海外仓，主要将服务两岸货物中转，尤其是福建、广东及香港地区货物来台，可以提供信息对接，追踪往来货物，节省物流成本，提高跨境电商客户体验。图为揭幕仪式现场。

新华社 赵颖全/摄

购物、威胁消费，消费者还会在旅程中遭遇谩骂甚至殴打。一旦低于成本的促销成为常态，必将影响到产品质量与研发能力的提升，最终导致国产品牌在国际舞台上失去竞争力，受损的将是一国人的利益。

此前，就曾爆发电商平台“二选一”事件，闹得业内沸沸扬扬。在中国消费者权益保护法学研究会近日举办的电商平台“二选一”竞争模式：多角度下的法律分析研讨会上，有专家表示，强势平台的行为明显是在排除和限制竞争。这不仅严重影响了商家的产品销售，也会影响消费者在多个电商平台选择的权利。有消法专家指出，电商平台如果滥用市场支

配地位，具有了普遍的独占性，就会影响消费者的选择，进而导致消费者难以在更多的销售平台中进行选择。

对此类行为，监管是否需要介入？

采访中，陈才添主任坦言，电商强制促销势必会造成不正当竞争行为，侵犯竞争对手的合法权益，破坏公平公正的竞争秩序。市场监督管理部门应当适时予以介入，以维护市场的合理、健康运行。而陈志杰博士也认为，对超级网络平台的监管必须到位，有必要采取多元治理的模式，协同发挥法律规范、行业监管和企业自律三者的功能和价值，以维护经济秩序和社会秩序的稳定。

电商行业一旦引发恶性竞争后患无穷

□本报记者 杜峰

一年一度的“双11”购物节如约而至，和往年一样，电商巨头之间战火重燃，硝烟弥漫，而天猫胁迫商家“二选一”的戏码再次上演。对此，11月6日上午，京东创始人刘强东在其头条号转发了某服装品牌商吐槽二选一的报道，并发表动态称：“二选一不是一家公司牛逼的表现，其实是一种无能的表现！不过，任何下三滥的竞争手法从来都不会赢到最后！”

实际上，天猫“二选一”的闹剧早有先例。公开报道显示，从2013年开始就爆出阿里胁迫商家作出二选一的选择，凡参加天猫促销的商家，必须退出京东的相关促销活动。此外，天猫还要求商家与平台签署“独家合作”协议，协议签署后，商

品只在天猫平台上售卖，并关闭天猫之外其他电商平台上的店铺。今年天猫这种店大欺客的做法愈演愈烈，“二选一”之争引起的反响也比往年更大，如果任其发展必将贻害无穷。

首先，严重涉嫌垄断，破坏公平竞争。根据中国电子商务研究中心数据显示，天猫在2017年上半年中国B2C网络零售市场中占据50.2%的份额，而在C2C市场，淘宝更是一骑绝尘。在资金和体量占据明显优势的情况下，提出“二选一”的措施无疑将削弱其他电商平台的生意，挤压竞争对手的发展空间。国务院反垄断法委员会咨询专家、中国社科院法学

研究员王晓晔认为，不能把电商的二选一简单视为正常的

商业策略，电商平台要求商家不参与竞争对手平台的促销活动，甚至要求商家关闭在竞争对手平台上的商铺，这种要求商家在电子商务平台做出“二选一”的目的毫无疑问是在限制竞争，排除竞争对手。

其次，扰乱实体经济，破坏电商经济秩序。在传统零售业不景气，很多品牌商线下渠道增速趋缓乃至负增长的背景下，天猫强制上线的促销有可能已击穿了国内家电企业的成本底线，严重扰乱实体经济。不仅如此，天猫利用自己的平台份额优势一味搞恶性竞争，必然引发其他电商不得不跟风，从而破坏电商经济和互联网+的发展。对此，北京大学法学院副院长薛军直言不讳地表示，

淘宝和天猫“二选一”的策略侵害了它的潜在竞争对手京东，也侵害了平台内的中小商家。在北京朝阳律师事务所律师胡钢看来，似于“二选一”的平台竞争，看似为难了商家，最终必将为消费者带来不便，甚至影响到消费者利益。

知名网络空间智库互联网实验室发布的《中国超级电商平台竞争与垄断研究报告》认为，以阿里巴巴为代表的企业已经成为国内超级网络平台，在不断壮大的同时，其不规范行为也愈演愈烈，包括限制商家与第三方交易的“二选一”等行为已涉嫌滥用市场支配地位。报告呼吁政府主管部门加大反垄断法普法宣传力度。鉴于“二选一”政策已经影

响到正常商业行为的开展，遏制电商平台“二选一”势在必行。种种迹象表明，相关完善立法、强化执法的工作正在加紧部署，全国人大常委会副委员长陈昌智在全国人大常委会会议分组审议电子商务法草案时强调，电商不得逼迫商家“二选一”。另据报道，《反垄断法》今年有望启动首次修订，对“滥用市场支配地位”等垄断行为的认定和制裁措施将更加明确。此外，中国互联网协会法制工作委员会副秘书长胡钢表示，行业组织应该发挥督促企业自律的作用，把自律规范标准化。

在市场经济自由竞争的环境里，双11不应该是天猫主导的游戏，谁都没有随意限制市场竞争权。