



第三单元

滥用市场支配地位



第三单元 滥用市场支配地位

【解释】反垄断法对经营者合法取得的市场支配地位（包括垄断地位）并不视为非法，而对于具有“市场支配地位”的经营者“滥用”其市场支配地位的行为则严加规制。



第三单元 滥用市场支配地位

一、市场支配地位的认定

1、基本概念

市场支配地位：指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。

【解释】“其他交易条件”是指除商品价格、数量之外能够对市场交易产生实质影响的其他因素，包括商品品种、商品品质、付款条件、交付方式、售后服务、交易选择、技术约束等。



第三单元 滥用市场支配地位

【例-多选题】根据反垄断法律制度的规定，市场支配地位是指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。下列各项中，属于“其他交易条件”的有（ ）。

- A. 付款条件
- B. 交付方式
- C. 商品品质
- D. 售后服务



第三单元 滥用市场支配地位

答案：ABCD

解析：“其他交易条件”是指除商品价格、数量之外能够对市场交易产生实质影响的其他因素，包括商品品种、商品品质、付款条件、交付方式、售后服务、交易选择、技术约束等。



第三单元 滥用市场支配地位

2、推定标准

市场支配地位的具体认定标准；有下列情形之一的，可以推定经营者具有市场支配地位：

- (1) 一个经营者在相关市场的市场份额达到二分之一的；
- (2) 两个经营者在相关市场的市场份额合计达到三分之二的；
- (3) 三个经营者在相关市场的市场份额合计达到四分之三的。

【记法】存在几个经营者，市场份额的分子就是几，分母再加1即可。



第三单元 滥用市场支配地位

【注意】

(1) 有前款第二项、第三项规定的情形，其中有的经营者市场份额不足十分之一的，不应当推定该经营者具有市场支配地位；

(2) 被推定具有市场支配地位的经营者，有证据证明不具有市场支配地位的，不应当认定其具有市场支配地位。

【举例】A、B、C三家公司占市场份额80%，其中A公司占60%，B公司占16%，C公司占4%。则C公司不应被推定为具有市场支配地位。



第三单元 滥用市场支配地位

二、反垄断法禁止的滥用市场支配地位行为

滥用市场支配地位的行为分为两大类：**剥削性滥用**（不公平定价行为）和**排他性滥用**（掠夺定价、搭售、价格歧视和拒绝交易等）。

1、不公平价格交易

以不公平的**高价销售**商品或者以不公平的**低价购买**商品；

【注意】认定“不公平的高价”和“不公平的低价”，应当主要考虑下列因素：

（1）销售价格或者购买价格是否**明显高于或者低于**“**其他经营者**”销售或者购买同种商品的价格；



第三单元 滥用市场支配地位

(2) 销售价格或者购买价格是否明显高于或者明显低于同一经营者在区域销售或者购买商品的价格；（见人下菜碟）

(3) 在成本基本稳定的情况下，是否超过正常幅度提高销售价格或者降低购买价格；

(4) 销售商品的提价幅度是否明显高于成本增长幅度，或者购买商品的降价幅度是否明显高于交易相对人成本降低幅度；

(5) 需要考虑的其他相关因素。



第三单元 滥用市场支配地位

【例-多选题】根据反垄断法律制度的规定，认定具有市场支配地位的经营者以不公平的高价销售商品，应当主要考虑的因素有（ ）。

- A. 商品的销售价格是否明显高于其他经营者销售同种商品的价格
- B. 在成本基本稳定的情况下，是否超过正常幅度提高商品的销售价格
- C. 商品销售价格的提价幅度是否明显高于成本增长幅度
- D. 商品的销售价格是否明显高于成本



第三单元 滥用市场支配地位

答案：ABC

解析：根据《反价格垄断规定》，认定“不公平的高价”和“不公平的低价”，应当主要考虑下列因素：

（1）销售价格或者购买价格是否明显高于或者低于其他经营者销售或者购买同种商品的价格；

（2）在成本基本稳定的情况下，是否超过正常幅度提高销售价格或者降低购买价格；

（3）销售商品的提价幅度是否明显高于成本增长幅度，或者购买商品的降价幅度是否明显高于交易相对人成本降低幅度。



第三单元 滥用市场支配地位

2、无正当理由，以低于成本的价格销售商品（掠夺性定价）

可以低于成本价格销售是：（存在正当理由）

（1）降价处理鲜活商品、季节性商品、有效期限即将到期的商品和积压商品的；（生猛海鲜）

（2）因清偿债务、转产、歇业降价销售商品的；（关业大甩卖）

（3）为推广新产品进行促销的；（宣传新产品）



第三单元 滥用市场支配地位

3、无正当理由拒绝交易

(1) 拒绝交易的“正当理由”包括：

①因不可抗力等客观原因无法进行交易；

②交易相对人有不良信用记录或者出现经营状况恶化等情况，影响交易安全（行使不安抗辩权）；

③与交易相对人进行交易将使经营者利益发生不当减损；

④交易相对人明确表示或者实际不遵守公平、合理、无歧视的平台规则。



第三单元 滥用市场支配地位

(2) 变相拒绝交易情形

- ①实质性削减与交易相对人的现有交易数量；（卖家卖葡萄，每次限量一颗）
- ②拖延、中断与交易相对人的现有交易；
- ③拒绝与交易相对人进行新的交易；
- ④设置**限制性条件**，使交易相对人难以与其进行交易；
（如：卖方要求货物交付的地点必须是珠穆朗玛峰峰顶）
- ⑤拒绝交易相对人在生产经营活动中以合理条件使用其必需设施。



第三单元 滥用市场支配地位

4、无正当理由的强制交易（必须与我交易）

【案例】阿里巴巴集团在我国电商平台具有市场支配地位，自2015年以来，阿里巴巴集团滥用市场支配地位，对平台内商家提出“二选一要求”，即“如果想在天猫入驻，那你便不可在京东或其他平台上同时存在”获取不正当竞争优势。



第三单元 滥用市场支配地位

【注意】强制交易的“正当理由”包括：

- (1) 为满足产品安全要求所必须；
- (2) 为保护知识产权所必须；（秘方）
- (3) 为保护针对交易进行的特定投资所必须；
- (4) 能够证明行为具有正当性的其他理由。



第三单元 滥用市场支配地位

5、无正当理由搭售商品

“附加其他不合理的交易条件”主要包括：

(1) 违背交易惯例、消费习惯或者无视商品的功能，将不同商品捆绑销售或者组合销售。（购买1块劳力士手表必须搭售3块帝舵手表）

(2) 对合同期限、支付方式、商品的运输及交付方式或者服务的提供方式等附加不合理的限制；

(3) 对商品的销售地域、销售对象、售后服务等附加不合理的限制；（地域歧视）



第三单元 滥用市场支配地位

- (4) 在价格之外附加不合理的费用；（另外收取费用）
- (5) 附加与交易标的无关的交易条件。



第三单元 滥用市场支配地位

6、无正当理由差别对待

没有正当理由，对条件相同的交易相对人在交易价格等交易条件上实行差别待遇。

差别对待的“正当理由”包括：

（1）根据交易相对人实际需求且符合正当的交易习惯和行业惯例，实行不同交易条件；

（2）针对新用户的首次交易在合理期限内开展的优惠活动；

（3）基于公平、合理、无歧视的平台规则实施的随机性交易。



第三单元 滥用市场支配地位

7、具有市场支配地位的经营者不得利用数据和算法、技术以及平台规则等从事滥用市场支配地位的行为。



第三单元 滥用市场支配地位

【例-单选题】根据反垄断法律制度的规定，滥用市场支配地位的行为可以分为排他性滥用和剥削性滥用两个基本类型。下列各项中，属于剥削性滥用行为的是（ ）。

- A. 不公平定价
- B. 价格歧视
- C. 掠夺性定价
- D. 拒绝交易



第三单元 滥用市场支配地位

答案：A

解析：滥用市场支配地位的行为分为两大类：剥削性滥用（不公平定价行为）和排他性滥用（掠夺定价、搭售、价格歧视和拒绝交易等）。



第三单元 滥用市场支配地位

【例-多选题】根据反垄断法律制度的规定，具有正当理由的低于成本的销售行为不违法。下列各项中，构成此种正当理由的有（ ）。

- A. 降价处理积压商品
- B. 因歇业降价销售商品
- C. 互联网等新经济业态中的免费模式
- D. 在合理期限内为推广新产品进行促销



第三单元 滥用市场支配地位

答案：ABD

解析：免费运营模式是指在互联网产品中，提供基础服务免费，提供高级服务收费的模式。故并非真正的免费，所以不属于具有正当理由的低于成本的销售行为。



第三单元 滥用市场支配地位

三、法律责任

1、民事责任

经营者因实施滥用市场支配地位行为给他人造成损失的，依法承担**民事责任**。

2、行政责任

滥用市场支配地位的，由反垄断执法机构责令**停止违法行为**，**没收违法所得**，并处上一年销售额1%以上10%以下的罚款。



第三单元 滥用市场支配地位

【案例】阿里巴巴集团在我国电商平台具有市场支配地位，自2015年以来，阿里巴巴集团滥用市场支配地位，对平台内商家提出“二选一”要求，获取不正当竞争优势。根据《反垄断法》的规定于2021年4月10日，市场监管总局依法作出行政处罚决定，责令阿里巴巴集团停止违法行为，并处以其2019年中国境内销售额4557.12亿元4%的罚款，共计182.28亿元。