关于新修订的《反不正当竞争法》禁止平台强制

平台内经营者低于成本价销售商品行为条款解读

（供稿单位：杨浦区市场监管局）

如今，互联网飞速发展，有电商平台为吸引用户，疯狂压低商品价格。例如近期频频登上热搜的“外卖大战”，部分外卖平台利用高额补贴争夺市场份额，看似超值的优惠背后，往往是中小微商户被迫承担成本转嫁，长期来看，不仅商户利润走低，可能导致“低价”到“低质”的市场乱象，更隐藏着虚假宣传、价格欺诈等多重风险。

新修订的《反不正当竞争法》明确禁止平台利用规则强制商家低于成本价销售商品，为此类乱象划下了法律红线。

**——何为“平台强制低价销售”？**

即平台经营者通过规则设定、后台操作或流量分配等方式，迫使平台内经营者接受低于成本价的销售价格。

例如：某商家原定于正常价格100元售卖一件产品，但平台为了揽取更多市场份额，要求活动价必须定到60元以内，否则就不给流量，这一价格已低于商品成本价，商家表面上“自愿”，实际上是被迫接受。在日常监管实践中，我局就曾接到消费者投诉，称在某电商平台购买产品后，发现产品在短期内连续降价四次。有平台内经营者也向我局反映，某外卖平台强制要求商家统一售价或设置最低价。诸如此类的恶性降价、内卷式竞争行为，即使在短期内让消费者觉得“便宜了”，从长期来看，中小商家生存空间受到挤压，商家为降低成本牺牲产品质量，严重扰乱正常经营秩序，最终损害到消费者利益。

**——新旧法律相比，变化在哪里？**

在旧《反不正当竞争法》中，对“低价恶性竞争”的法律条款主要针对经营者之间的不正当价格竞争，对平台方凭借制定规则、操控后台数据和流量强制平台内经营者低价销售的行为，缺乏针对性的条款。

此次修订，新增了第十四条，明确规定：“平台经营者不得强制或者变相强制平台内经营者按照其定价规则，以低于成本的价格销售商品，扰乱市场竞争秩序。”这意味着，监管有了明确的法律依据，平台再不能打“平台规则”的擦边球。平台责任得到凸显，监管不仅盯商家，还能直指平台。变相强制也被覆盖，例如通过算法、流量、活动门槛等“变相方式”向平台内经营者施压，均被纳入管辖范围。

这一规定，填补了过去在监管平台方面的制度空白。

**——“平台强制低价”的违法后果有哪些？**

根据新法第三十条规定，平台若实施“强制低价”行为，由监督检查部门责令停止违法行为，并将面临 5万元以上50万元以下罚款；情节严重的，处 50万元以上200万元以下罚款。

**——合规经营提醒**

无论是平台、还是入驻平台的千万商户，合规经营都是行为底线。就平台而言，应依法建立公平竞争规则，做到公开透明；要强化合规审核，对涉及价格的活动进行评估；要履行主体责任；发现不正当竞争行为，应及时采取措施，保留记录，并主动向监管部门报告。就商家而言，应做好成本核算，理性参与促销；要善用维权渠道，若遭遇强制低价，及时向平台投诉或向市场监管部门举报；应诚信守法经营，不虚构“低价噱头”，不搞虚假宣传。

公平竞争是市场长远发展的根基。新《反不正当竞争法》为平台恶性低价竞争划下了“硬杠杠”，既是对市场正常公平竞争秩序的保障，也是对行业从流量争夺转向服务升级的合规引导，守护消费者健康、稳定的消费环境，让竞争更理性，让发展更高质，共同构建可持续发展的数字经济生态。