

金台视线

强制补贴、强迫“二选一”、设置不合理规则，一些平台侵害商户权益，影响行业健康发展——

平台竞争，不能“薅商户羊毛”

本报记者 金 歆

平台经济作为数字经济的重要组成部分，已成为连接千万商户与亿万消费者的关键纽带。

然而，有商户反映，一些平台强制商户补贴消费者，或在流量推广、推荐评分等方面存在不合理规则，损害商户利益，影响行业健康发展和消费者利益。

商户反映：“被参加”补贴、无告知降价、“二选一”等情形仍未杜绝

“满10块减10块”、一杯奶茶1毛钱、一份卤肉饭1块钱……不久前，外卖平台的“补贴优惠大战”引人关注，引得不少消费者前来“薅羊毛”。但是，“一些平台强制或变相强制商户共同承担折扣，甚至把价格压到成本以下，造成‘劣币驱逐良币’。”对外经济贸易大学法学院教授黄勇表示，有些商户可能降低商品品质来“弥补补贴损失”。

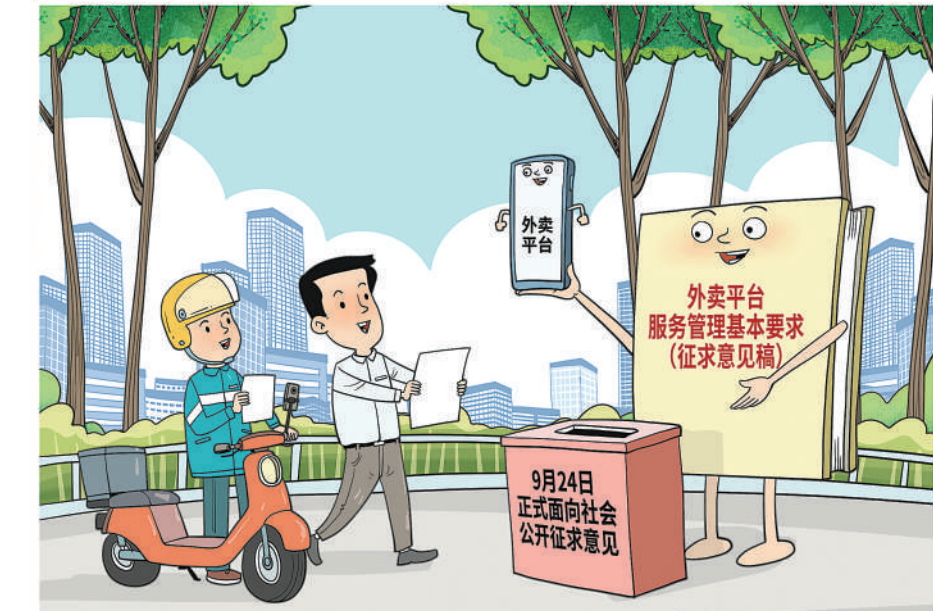
“我明明没有参加平台的补贴活动，为何订单显示我需要给顾客提供补贴？”浙江的李先生经营一家果蔬超市，也在平台接外卖订单。最近，他突然发现，自己在某平台每单外卖收到的钱款远低于商品标价。他赶忙查看，发现自己在不知情的情况下参加了平台“商超果蔬红包”优惠活动。

“你看，这一单总价格是180元，要补贴顾客43元。其中商户承担34.25元、平台补贴8.75元。”李先生向记者展示了“商户商品补贴明细”页面。

李先生随后向平台客服投诉。客服表示，平台层面不存在强制参与补贴的情形，将会就此事介入调查。如果确实存在相关情况，会给予李先生赔偿。

无独有偶，江苏常州市经营猪脚饭餐厅的王先生告诉记者，他在另一家外卖平台“被参加”了“百亿补贴券”活动。

“券前价满10元，商户最多补贴5元；券前价满15元，商户最多补贴7元……”王先生发现后，想修改补贴金额，可点击相关按钮后，屏幕上跳出两行灰字：“该活动自品牌维度下发邀请，请联系品牌负责人/商户运营协助修改补贴金额。”



国家市场监督管理总局组织起草的《外卖平台服务管理基本要求（征求意见稿）》，9月24日面向社会公开征求意见。

新华社发

曝光

安徽怀远县——

“定制公交车”接送小学生引争议

本报记者 赵 兵 徐 靖

近日，有读者来信反映安徽蚌埠市怀远县存在“违规使用公交车充当校车，接送小学生上下学，存在严重安全隐患”的情况。对此，记者来到怀远县进行实地探访。

9月23日16时左右，记者来到怀远县九年一贯制学校榴城实验学校附近。此时，学校门口已停了9辆新能源公交车。这些公交车编号和路线各异，如D18路公交车，行驶路线为“榴城学校—张沟大窑”；D21路公交车，行驶路线为“榴城学校—新化三巷”等。公交车上只有驾驶人员，没有其他工作人员。

放学铃响，很多学生直接上了公交车。记者看到，约20个座位的D21路公交车，大概有30名学生上车，不少是小学生。由于座位全满，有学生选择坐在车内过道中间的红色塑料小椅子上。

随后，记者跟随D21路公交车从榴城实验学校经三巷村开到新化村，全程约15公里，D21路仅在三巷村村民委员会路边、新化村村民委员会旁的丁字路口两处停车，到学生

迫使商户在平台之间“二选一”，也是令商户头疼的问题之一。

今年5月，某外卖平台的工作人员小徐与湖北一家餐饮店铺谈好了入驻合作。但入驻没多久，店铺负责人张先生却联系小徐，表示要关闭账户，放弃该平台的外卖业务。张先生介绍，自己此前与另一平台签订了所谓“独家协议”，协议要求其不能在其他平台开展外卖业务。

西南政法大学副教授杨尚东介绍，如果平台以市场支配地位强迫商户对平台“二选一”，那就涉嫌违反反垄断法相关规定。

据了解，早在2021年，国家市场监督管理总局就曾对某外卖平台的垄断行为作出行政处罚：该平台凭借其在中国境内网络餐饮外卖市场的支配地位，通过实施差别费率、延迟商户上线等手段，迫使平台内商户与其签订独家合作协议。今年6月发布的《中国反垄断执法法年度报告（2024）》仍显示，相关部门深入评估该平台的整改进展，“要求限期整改到独”。

为何外卖平台在监管如此严格的情况下仍会出现侵害商户权益的问题？

某外卖平台相关负责人程先生告诉记者：“平台层面通常不会明目张胆强迫商户‘二选一’、强制补贴。但目前外卖平台在有些区域是由加盟商代理。有些一线工作人员为了完成业绩，可能出现类似问题，甚至采取欺诈、胁迫等手段。”

程先生介绍，比如开通商户端账户的时候，区域经理都要求商户勾选“经理授权”选项，有的甚至是线下工作人员直接帮商户设置账号密码。在商户不知情的情况下，工作人员就可能私自给商户报名补贴活动。

不只是外卖，生活服务、酒店旅游等平台也存在强制商户让利的情况。此前，多家酒店商户反映，在携程平台被强制要求开通一个“调价助手”的功能，平台可以不经商户同意，在后台直接修改商户定价。

浙江嘉兴市某酒店店长李经理表示，“比如我们给房间标价是500元，携程直接在后台调成400元，或是增加红包，或是调整促销，都不需要我们同意，也不需要我们知晓。”

“不只是携程，其他平台也有类似‘调价助手’的功能。”河南郑州市经营酒店的刘先生打开另一酒旅订购平台的“调价助

手”页面向记者介绍，商户可以关闭此功能，也可以修改调价范围，但“页面不好找，操作也较为复杂”。

行业观察：规则设置不合理制造流量焦虑，导致“劣币驱逐良币”

有时候，平台并非直接侵害商户权利，但不合理的流量规则或维护商户权益意识不足，同样导致商户利益乃至行业发展受损。

电商平台关于退货率的评价机制受到不少商户的“吐槽”。“我卖的商品差评很少，可退货率却居高不下。”在某电商平台售卖服装的纪先生，看着自己店铺某商品当天80%的退货率，只能一脸苦笑。

纪先生介绍，近年来，随着“七天无理由退货”等规则通行，一些消费者习惯于“先买后选”，“买3件，选喜欢的1件留下，其余退掉”。去年“双11”促销活动中，某著名品牌服装甚至成了“满减神器”：有的消费者买的服装价格不高，为了凑单享“满1000减400”等优惠，就再下单一件贵的，享受优惠后退掉贵的。

“退货率会影响店铺的声誉、评分和平台推荐优先级。许多顾客一看该店退货率高，就直接离开。”纪先生表示，七天无理由退货是法律赋予消费者的权利，但不能因此给店铺带来不合理损失。平台应该通过优化规则，降低此类退货带给商户的影响。

在不合理的推荐机制下，“流量焦虑”普遍笼罩着平台商户。

“我现在每个月要花数千元在‘××直通车’上，‘流量成本’成了一项重要的支出。”在某电商平台销售户外产品的庄女士介绍，所谓“××直通车”是某电商平台参与竞价排名、进行流量推广的服务工具。“我是小商户，那些大商户花在推广上的钱比我多得多。”

“很多商户把大量资金用于购买流量，难免挤占生产、运营成本，导致品质降低。”庄女士感叹，这一趋向还可能导致“劣币驱逐良币”，最后不是谁的货质量好谁卖得好，而成了谁的流量大谁卖得好。

对此，该电商平台相关工作人员向记者解释，无论是“××直通车”还是其他推广工具，基本运作机制是平台数据大模型依据用户消费习惯和历史投放数据，帮助商户将商品推送给相匹配的潜在消费者，促进成交。“并不是钱出得多就获得更多流量、销量，最终还是要看商品本身。”

中国社会科学院财经战略研究院研究员刘诚则表示，平台制定的促销、排名、曝光机制不够公开透明，商户很难掌握优化流量的真实路径。广告投放虽被包装为“提高曝光率”的正向工具，实则平台通过“竞价排序”诱导商户无限投入，而流量的边际转化却持续递减，形成“流量依赖—流量焦虑—广告竞价—再投入”的恶性循环。

不只电商平台，其他平台中商户为了不在竞争中掉队，同样存在“流量焦虑”。

“营业额7207元，商户对顾客的活动补贴2209元，累计账单金额3587元……”四川成都市的张先生向记者展示其当月的外卖收入。

“参加平台补贴活动，商户投入很大，

甚至出现卖得越多挣得越少的情況。”张先生说，如果不参加，就可能被平台降低推荐优先级，消费者也更青睐有补贴的同类商品。“有些商户因此降低品质节省成本。”

治理建议：完善规则、创新监管，构建和谐健康市场生态

“平台具有经营主体和市场基础设施提供者的双重身份，这使平台与其他经营主体交易时，有许多隐蔽手法形成事实上的不公平交易。”刘诚认为。

“这种特点导致平台与平台上不同类型用户的关系复杂多样，自发秩序难以有效规制其关系。”杨尚东表示，这就需要进一步完善规则，强化监管创新。

监管的创新优化一直在持续。今年上半年，针对平台纵容消费者滥用“仅退款”规则，造成商户货款两空的突出问题，市场监管部门督促平台明确规则的适用范围和具体情形，保障商户正当权益。很快，拼多多、淘宝天猫、京东等均通过优化规则，有效治理以“仅退款不退货”的方式损害商户权益的行为。

今年7月，国家市场监督管理总局约谈了3家外卖平台企业，要求企业遵守电子商务法等法律法规，落实主体责任，规范促销行为。

9月17日，郑州市市场监督管理局依法对携程旅行网运营主体开展了行政约谈。此前，多家入驻携程平台的酒店反映，平台通过“调价助手”强制干预酒店定价、阻碍调价功能取消等问题。

规则完善也正在持续进行中。新修订的反不正当竞争法将于10月15日起施行，其中规定：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。

“不仅‘禁止低价’，而且‘禁止强制他人低价’，重点规制平台用流量杠杆胁迫商户。这抓住了问题的本质。”黄勇表示。

9月24日，《外卖平台服务管理基本要求（征求意见稿）》面向社会公开征求意见。征求意见稿聚焦平台收费、促销行为等重点问题，帮助外卖平台企业规范服务管理、提升服务质量，减轻商户经营负担，引导平台企业公开有序竞争。

“平台经济的本质是多边参与、共创价值。”刘诚表示，因此，未来平台应更加注重商户利益与社会利益的融合。

对此，各家平台也在不断完善规则，减少因规则对商户的“误伤”。

例如，针对不少商户反映的“退货影响评价”问题，今年6月底，淘宝天猫平台提出“真实体验分”。“简单来说，如果该订单不是因商品质量问题引起的退款，诸如凑单引发的未发货退款、消费者无理由退货等，就不会对商户评分产生影响。”淘宝天猫相关负责人表示。

刘诚则建议，外卖平台应通过制度与技术双轮驱动，构建更具包容性与公平性的治理框架。例如，设立商户议事代表机制，建立平台与商户间的信息反馈与议价系统，形成机制性对话通道；建立“诚信商户档案”制度，打破流量分配的“一刀切”算法，给予历史信用良好、服务稳定的商户持续激励。

公交车’接送学生的同时，提供公共交通服务，几乎不付出额外成本。”一般校车企业在竞争中处于劣势。

叶红英曾反映过该问题，当地交通管理部门的答复是：《校车安全管理条例》总则第三条，明确了优先发展公共交通，在公共交通不能满足需求的情况下保障学生获得校车服务。怀远县城乡公交公司开通的D11等线路属于通学定制公交，并非《校车安全管理条例》所规定的专用校车服务，其运营模式符合《关于推进城市公共交通健康可持续发展的若干意见》及《城市公共交通条例》相关规定。

北京浩天（上海）律师事务所高级合伙人李明乐律师表示，“定制公交用于集中接送接受义务教育的学生上下学，实质上已符合上述校车的定义，应适用《校车安全管理条例》的规定，须符合《专用校车安全技术条件》和《专用校车学生座椅及其车辆固定件的强度》两项强制性国家标准。”

李明乐认为，《校车安全管理条例》出台多年，其中的有些规定是否符合变化了的现实情况，则需要有关部门在专业评估的基础上决定是否对法律法规进行修订。

对此，当地教育部门持何态度？陆知伟表示，教育部门只能管理校车，无权管理公交车辆。定制公交车是学生家长与公交公司双方自愿达成的服务。教育部门不能强制干预，针对通学的定制公交车，既不鼓励也不宣传。

反馈

贵州金沙县：

进行实地督查指导
推进地质灾害处置

人民日报社：9月15日，贵报“读者来信”版刊登《贵州毕节市金沙县新化乡五星村，2017年因煤矿开采引发地质灾害，70多户村民因不接受补偿方案未能搬迁 县里一直在协调 问题一直没解决》文章后，省、市、县领导高度重视，相继要求迅速妥善处理相关问题，切实保障人民群众生命财产安全和合法权益。

县政府分管负责人立即对涉事企业实际负责人进行约谈，严正要求企业扛牢地质灾害处置主体责任。县政府主要负责人率相关部门到五星村，对山体威胁情况及群众居住、生产生活情况进行实地查看。市政府相关负责人赶赴现场对处置工作进展进行实地督查指导。

我们将全力推进以下重点工作落地见效。一是全面加强沟通对接。积极主动、实事求是、客观全面地向市中院报告判决执行情况，请求市中院对我县履行组织搬迁避让职责情况及成效予以认定，并对判决执行标准和措施进行细化。二是压紧压实企业主体责任。对剩余D级房屋采取补偿搬迁措施，提供群众进城购房优惠政策，最大程度减轻群众搬迁负担。对B、C级房屋，督促煤矿企业尽快完成加固维修等工作，彻底消除安全隐患。三是科学高效推动工作落实。督促贵州省地矿局第二工程勘察院有限公司加快开展对五星村牛滚坡、马家坡、太阳坡一带的山体地质灾害调查评价工作，科学划定危险区域，科学精准、分类施策推进后续处置工作。

金沙县人民政府

身边事

广西岑溪市筋竹镇——
村民出行路
多处破损无人修

我是广西梧州市岑溪市筋竹镇的村民。连接筋竹镇和双担村、石芹村的道路，是我们附近几个村到镇上的唯一道路。近年来，数公里的道路上有十几处严重破损（见下图），严重影响交通安全，前不久就发生过交通事故。我们多次反映，未能得到有效解决。希望有关部门及时修补道路，保障村民出行安全。

广西梧州市 陶先生



建议

农村卫生厕所建好还要管好

我生活在农村。近年来，农村人居环境得到明显改善，尤其是卫生厕所得大力推广普及。但有的地方厕所建的位置不合理，村民找不到或嫌麻烦不愿意去；有的地方重建不重管，厕所很快变得脏乱差；还有的村子为了减少管理人手，厕所建好了不让使用，卫生厕所成了“形式主义”。

好事要办好。我建议，对于已经建好的农村卫生厕所，重建更要重管。可以通过纳入公益岗、村干部分包等方式解决。对于尚未建的厕所，要科学布局、因地制宜、分类施策。卫生厕所宜水则水、宜旱则旱，选择简单实用、成本适中、技术成熟、群众乐于接受的改厕模式，确保农民愿用、会用、能用、爱用。

河南商丘市 毕东社

征 集

人民日报“读者来信”版与人民网“领导留言板”联合开展群众急难愁盼问题征集，欢迎读者提供线索和建议。

邮 箱：rmrbdzlx@126.com
dzlx@peopledaily.cn

移动端：人民日报客户端“曝光台”
人民网“领导留言板”客户端