

2021年1月18日 星期一

本版责编 何玲 本版美编 郭佳卉

## 唯品会涉嫌不正当竞争被立案调查

# 平台经济垄断行为如何根治

中国城市报记者 郑新钰

唯品会摊上事儿了。

1月14日,国家市场监督管理总局网站发布消息:近日,市场监管总局根据举报,依法对唯品会(中国)有限公司、广州唯品会电子商务有限公司涉嫌实施不正当竞争行为立案调查。

针对此事,唯品会回应称:“目前公司所有业务仍正常运行,公司会积极配合监管部门调查。”

被“爱库存”实名举报“二选一”

2008年8月,唯品会出生,全名唯品会信息科技有限公司,主营业务是互联网在线销售折扣商品,名牌折扣、限时抢购是唯品会主要的商业模式。区别于阿里巴巴和京东,唯品会主打“特卖”路线。

2012年3月,成立不到4年的唯品会在美国纽约证券交易所上市,成为华南地区第一家在纽交所上市的电子商务企业。

也就是从那时开始,唯品会开始了大张旗鼓的营销之

路。在去年火热的综艺节目《乘风破浪的姐姐》以及近来热播剧《巡回检察组》中,都能看到唯品会的身影。

来自唯品会财报数据显示,2020年前三个季度唯品会营销费用分别为4亿元、10亿元、11亿元。

2020年9月,全国工商联发布“2020中国民营企业500强”,唯品会位列第75位。

然而,光鲜亮丽的同时,“阴影”也随之而来。当月,新电商基础设施供应商爱库存通过快递的形式向国家市场监督管理总局、广东省市场监督管理局、广州市市场监督管理局、广州市荔湾区市场监督管理局同时提交实名举报。

爱库存举报称,有商家反馈唯品会明令要求商家不得与爱库存继续合作,强令商家下架在爱库存上的所有商品与活动,并对商家商品进行日常巡检,一经发现继续在爱库存上继续有售,唯品会即对商家进行通告惩戒,甚至直接下线商家在唯品会上的所有在售商品,该行为让广

大商家蒙受了严重损失。

当时,唯品会对此的回应是“消息不属实”。

记者注意到,截至今年1月14日美股收盘,唯品会报收于27.90美元/股,跌幅2.41%,总市值为188.97亿美元。

电商平台屡陷垄断风波

互联网领域的垄断行为从来都不是一个新现象。

在餐饮外卖领域,美团与饿了么之间一直是“乱战难休”。去年7月,在浙江省温州市苍南县,由于没有同意签署独家协议而遭遇饿了么强制下线的20户商家,联名向温州市市场监督管理局实名举报。

此次事件距离饿了么起诉美团“二选一”被法院立案不到三个月的时间。当时就有评论称,在这一点上,不论是饿了么还是美团,对商家施压“站队”进行“二选一”行为,双方都是“五十步笑百步”。

2020年11月26日,京东诉天猫及阿里巴巴滥用市场支

配地位案有了新进展——北京市高级人民法院对该案组织不公开质证。

一个月后,另一则消息放出,北京知识产权法院已立案审理美团反垄断诉讼一案。

而纵观在线出行领域,早在2018年,滴滴出行就因“涉嫌排除限制竞争行为”“涉嫌利用市场优势地位获得不正当利益”等市场垄断行为被交通运输部点名。

网经社电子商务研究中心主任曹磊在接受记者采访时称,由于线上电商行业竞争日趋激烈,屡有传闻称电商平台通过或明或暗的方式施加压力,逼迫或暗示商家“站队”、进行“二选一”等这样的明争暗斗行为被曝光,这在零售电商和物流快递行业尤为明显。

曹磊进一步表示,无论是“二选一”,还是“三选一”或者“四选一”,其问题核心是技术暴力手段的威胁,取证相对困难。相对于平台而言,商家在其中处于弱势地位,渠道受限,商业利益受损,又不敢得罪任

何一方强势平台,更不敢起诉平台,而被排斥的其他平台又碍于各种因素不便请求行政或司法机关介入调查。限制自由竞争之后,最终还得靠消费者来为这种平台垄断行为买单。

“强监管时代”将到来

记者注意到,自2008年《反垄断法》生效以来,尚未有大型互联网企业因为垄断问题遭到监管部门的处罚。

这也让外界日益担心,一些扩张步伐迈得太大的互联网平台企业会不会“大而不倒”,以致难以监管。

去年11月6日,国家市场监督管理总局、中央网信办和国家税务总局三部门联合召开规范线上经济秩序行政指导会,包括百度、腾讯、阿里、京东、字节跳动、快手、滴滴、新浪微博、拼多多、美团、饿了么等27家主要互联网平台企业代表出席会议。

2020年11月10日,国家市场监督管理总局发布《关于平台经济领域的反垄断指南(征求意见稿)》,对不公平价格行为、限定交易、大数据杀熟、不合理搭售等情况进行了明确界定。

而近期召开高层会议上均明确要求强化反垄断和防止资本无序扩张。

此外,值得注意的是,《反垄断法》修订草案于2020年初就完成了征求意见。

“互联网平台发展至今,存在很多弊端。但这些弊端已经不仅仅是靠平台自身和行业的自我调节能解决的,只能从监管层面去解决问题。”上海正策律师事务所律师董毅智向记者表示,“平台经济垄断行为能否根治是个动态的过程,没有任何法律规定或者指南能够解决所有问题。但趋势是好的,我国互联网企业反垄断问题确实已经到了关键的时间节点。”

### 上海音像城月底“谢幕” 商户有序搬迁

1月15日,市民在上海音像城内购物。上海音像城坐落于上海市虬江路宝山路路口,曾经是上海第一个由民营资本投资建成的音像批发机构。上世纪50年代,虬江路旧货市场发展鼎盛时期,市场内店摊成市,生活、生产资料齐全,买卖修理兼有。进入上世纪90年代,虬江路逐步形成了以音响、电脑、电子设备为主的批发市场。据了解,上海音像城将在本月底谢幕,部分商家将迁往上海市轻纺市场。目前,虬江路600个左右的商家中,与轻纺市场完成签约的超过200户,上海市轻纺市场已专辟区域,为虬江路市场商家集中落户。

中新社记者 殷立勤摄



中国城市报记者 郑新钰

## 商务部:去年新能源汽车产销创历史新高

1月14日,记者从商务部召开的例行新闻发布会上获悉,2020年全年,汽车产销降幅收窄至2%以内,新能源汽车产销创历史新高,报废机动车回收数量实现正增长。

汽车产销持续回暖。2020年12月,新车产销量分别为284万辆和283.1万辆,同比增长5.7%和6.4%;其中,新能源汽车产销量分别为23.5万辆和24.8万辆,均创月度新高,同比增长55.7%和49.5%。2020

年全年,汽车产销量分别为2522.5万辆和2531.1万辆,同比下降2%和1.9%,降幅均比2020年上半年收窄15个百分点左右;其中,新能源汽车产销量分别为136.6万辆和136.7万辆,均创历史新高,同比分别增长7.5%和10.9%。

与此同时,二手车交易量保持回升态势。2020年12月,全国二手车交易量170.8万辆,同比增长1.3%。2020年全年

二手车交易量1434.1万辆,同比下降3.9%,降幅比2020年上半年收窄15.7个百分点。

从上述各项数据整体来看,去年一季度,中国汽车市场受疫情影响跌至冰点,自二季度开始反弹,三、四季度稳步恢复,全年销量降幅逐步收窄。

“伴随国民经济稳定回升,消费需求还将加快恢复,加之中国汽车市场总体来看潜力依然巨大,因此判断2020年或将

是中国汽车市场的谷底年份,2021年将实现恢复性正增长,汽车销量有望超过2600万辆,同比增长4%。”中国汽车工业协会副秘书长陈士华分析称。

把目光放到新能源汽车市场,2019年,受补贴退坡影响,中国新能源汽车出现了10年来的首次负增长;去年上半年,补贴持续退坡叠加疫情冲击,新能源汽车产销持续下降。不过,自去年7月以来,我国新能

源汽车产销开始回暖,拉动全年产销同比实现正增长,其中,纯电动乘用车的销量去年首次突破100万辆。

来自乘联会数据显示,2020年中国最畅销的新能源车型是特斯拉Model 3,年销量13.75万辆;而去年下半年才上市的宏光MINI EV已连续数月拿下单月冠军,以11.28万辆的成绩位居全年销量第二。

据中国汽车工业协会副总工程师许海东预测,2021年我国新能源汽车销量有望达到180万辆,同比增长40%。