

市场监管总局等8部门联合查处电商平台要求其经营者“选边站队”等行为——

# 电商平台“二选一”该收手了

邱海峰 王 峰

刚刚过去的“6·18”购物节，各大电商平台都亮出了不俗的成绩单。但在这背后，电商平台之间的“二选一”大战再度引起社会广泛关注，不少商家被卷入这场“非公平竞争游戏”中，被迫“选边站队”。要求商家“二选一”，电商平台都有哪些手段？谁最“受伤”？为何屡禁不止？该怎样根治这一顽疾？

被要求在另一家电商平台上关闭店铺，否则就要受到相应惩罚——

## 开个店被迫“选边站队”

“这两年常听人说起电商平台要求商家‘二选一’的事情，没想到今年让我碰上了。”聊起这个话题，宋明辉显得有些无奈。

宋明辉在某电商平台经营一家店铺，今年5月初，他接到店铺所在电商平台的电话，要求他两天之内关闭在另一家电商平台上的官方旗舰店或是发公告暂停与这家平台的合作关系，否则就关闭其搜索流量。

专家指出，电商平台要求商家“二选一”已不是什么秘密，近年来甚至有愈演愈烈的趋势，部分电商平台越来越沉迷于这样的“竞争游戏”，尤其是在“双11”“6·18”等促销节期间，总有一些大型电商平台被曝出强令商家选择只在一家电商平台做促销活动。

谈起此次被要求“二选一”的经历，宋明辉说：“接到电话时我就懵了！我们在提要求的这家平台上销售额占比高，另一家平台上的占比虽相对低一些，但近两年翻了三四番，而且还有上升的趋势。哪一方渠道我们都不想放弃，所以尝试着通过沟通来解决这个问题，但并没见效，两天后因为没在另一家平台上下架商品，提要求的这家平台直接关掉了我们的搜索流量，到现在还没恢复。”

刘云是在网上销售服装的商家，他表示：“不发邮件、不发微信，‘二选一’不会给你留下证据。但如果拒绝‘二选一’的要求，很多隐性福利将向其他品牌倾斜。”

为了能够实现“精准打击”，据宋明辉介绍，平台还有一个专门的系统，可以在全网精准搜索商家的店铺和商品，只要平台要求商家进行“二选一”，他们就会对其进行精准筛查。

一位业内人士透露，为了平衡两个电商平台的关系，品牌商家使出浑身解数实现“全渠道”销售。被逼“二选一”的品牌商家要么重新注册一家公司，在被逼“二选一”的电商平台开设新店继续销售；要么只下架一个品牌，让子品牌继续销售；或者让经销商继续销售；也有干脆两方都下架以示“公平”，再开拓线下渠道或其它和电商不相关的线上渠道。

“每年各类促销节不仅是商家的角逐，也是各大电商平台对决的主战场，在商家极度依赖第三方电商平台引流营销的模式下，对于这种被迫‘二选一’的做法，多数商家虽心存不满但无可奈何，往往只能被动跟随或被迫‘站队’。”北京科技大学管理学院教授何维达认为。

销售额下降了约70%，另外还有十几万台产品积压在仓库里——

## 商家和消费者都“受伤”

“电商平台之间的‘二选一’大战让我们这些商家很‘受伤’。一个多月以来，我们的销售额直接下降了约70%，另外还有十几万台产品放在仓库里，处于滞销状态，损失很大。”宋明辉说。

在经常网购的林雪聪看来，一旦遇到“二选一”，中小商家很容易“受伤”，特别对于那些销售品牌辨识度不高的商家而言，消费者有很多替代品类去选，商家一旦失去渠道和流量，其有限的客户将因此流失。

“对中小商家来说，平台本身的运营服务成本就高，有些品牌处于快速上升发展阶段，自然是希望能在更多的平台上经营，提升自己的知名度，更全面到达消费者。因为类似‘二选一’的霸王条款，有些商家不得不采用换照片、换关键词、换品牌的做法，但如果连品牌名字都改了，耕耘多年的品牌又要从头开始做，这不仅会带来直接的经济损失，也会让品牌错过进一步发展的机会。”曾经营网店的商家王璐说。

相较中小商家，知名品牌商也面临不小压力。某知名家



▲“6·18”电商大促前夕，江苏南京雨花物流基地内备货超2000万件，既有家电3C等，也有母婴、百货、生鲜等快消商品。图为工人正在分拣商品。  
方东旭摄（人民视觉）

►为处理购物节带来的大量快递订单，安徽省阜阳市颍东开发区的快递产业园中通快递阜阳分拣中心里，“小黄人”上阵分拣快件。  
王 彪摄（人民视觉）



电品牌有关负责人透露，由于产品品牌辨识度较高，无法采取更换品牌等应对措施，一旦被平台要求“二选一”，往往只能关闭销量较少的店铺，等大促后再重新回来。

何维达认为，促使平台要求商家“二选一”的主要原因是利益，是为了维护自身的品牌形象、提高声誉和影响力，但这种不良竞争的方式显然不利于整个行业的健康发展。“从商家和消费者的角度来看，一方面对商家影响很大，只在一家平台上经营可能导致商家的收入利润减少。另一方面同一商品或服务只在一家平台上经营，消费者选择空间、比较范围变小，可能会出现价格偏高的现象，最终埋单的是消费者。”

“平时网购，我都是先输入商品的种类进行检索，按照显示结果来挑选，一般翻两三页就差不多了。即使想买某个品牌的产品，如果搜不到，除非是具有排他性的优势，一般同品类的其他品牌商品也能接受。平台这种‘二选一’方式对消费者来说很隐蔽，一般的消费者可能根本就不会知道某些品牌或者店铺被限流了。”林雪聪说。

北京的消费者安然认为，从消费者角度来说，平台自动过滤掉一部分商品，消费者就不能接触到这部分商品的信息，在挑选商品的时候无形中受制于平台的算法，很可能因此错过一些优质商品，这对消费者来说是不公平的。

“在电商平台‘二选一’模式下，我们消费者为了选择心仪的产品很可能需要下载更多电商App，然后在不同的电商平台进行筛选比较，很麻烦。此外不同电商平台的促销活动力度和时间不一定相同，如果商家只在某一个电商平台上，消费者买到物美价廉商品的机会就会变少，因此可能要花不少‘冤枉钱’。”南京的消费者李力说。

强迫商家进行“二选一”，此类行为有违公平竞争的市场经济理念——

## 违背公平，不治不行！

“如果电商平台‘二选一’现象一直持续下去，受影响的将不止是商家、消费者，我们所销售商品背后的工厂、相关工作人员的就业都会受到负面影响。希望这一问题能

尽快得到解决，让市场充分、公平地竞争，不要让我们这些做生意的被迫去‘站队’。”宋明辉说。

事实上，针对电商平台要求商家“二选一”等互联网不正当竞争行为，相关部门已经采取了行动。去年5-11月，市场监管总局等8部门联合开展2018网络市场监管专项行动（网剑行动），从严惩罚限制、排斥平台内的网络集中促销经营者参与其他第三方交易平台组织的促销活动等行为。

今年1月1日起施行的《电子商务法》第二十二条规定：电子商务经营者因其技术优势、用户数量、对相关行业的控制能力以及其他经营者对该电子商务经营者在交易上的依赖程度等因素而具有市场支配地位的，不得滥用市场支配地位，排除、限制竞争。第三十五条规定：电子商务平台经营者不得利用服务协议、交易规则以及技术等手段，对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件，或者向平台内经营者收取不合理费用。

然而，相关法律及部门的行动依然未能阻止一些电商平台继续要求商家“二选一”。据宋明辉介绍，今年“6·18”前夕，不止他一个人面临“二选一”的问题，身边不少开店的人都遇到了这种情况。而且电商平台更注重用软性手段继续推行“二选一”，如从以往的明文传达达到如今的口头传达，从明令禁止到暗示执行，从提前通知警告到事后直接处罚等。

电商平台“二选一”的顽疾该怎么治？最高人民法院法官胡云腾近日指出，某些电商主体利用自身优势地位，滥用市场优势力量，强迫商家进行“二选一”，此类行为有违公平竞争的市场经济理念，需要通过裁判予以规范，维护公平竞争的基本原则。

日前，市场监管总局等8部门再次发布通知，明确于6-11月联合开展2019网络市场监管专项行动（网剑行动），严格贯彻落实《电子商务法》有关规定，严厉打击不正当竞争行为，依法查处电子商务平台经营者限制平台内经营者参与其他第三方电子商务平台经营活动等行为。

“针对电商平台‘二选一’的现象，相关职能部门可以展开调研，举行听证会，倾听各方的观点，也可以进行国内外比较研究，参照其他国家的做法，最终形成切实可行的规范。”何维达说。

国家发展改革委等七部委近日联合印发的《绿色高效制冷行动方案》（以下简称《方案》）提出，在2017年基础上，到2022年，中国家用空调、多联机、变频压缩机等制冷产品的市场能效水平提升30%以上，绿色高效制冷产品市场占有率提高20%，实现年节约1000亿千瓦时。到2030年，大型公共建筑制冷能效提升30%，制冷总体能效水平提升25%以上，绿色高效制冷产品市场占有率提高40%以上，实现年节电4000亿千瓦时左右。

中国是全球最大的制冷产品生产、消费和出口国，制冷产业年产值达8000亿元，吸纳就业超过300万人，家用空调产量在全球占比超过80%，电冰箱占比超过60%。中国制冷用电量占全社会用电量15%以上，年均增速近20%，大中城市空调用电负荷约占夏季高峰负荷的60%，主要制冷产品节能空间达30%—50%。

“实施绿色高效制冷行动，既是节能提高能效、推进生态文明建设必然要求，也是扩大绿色消费、推动制冷产业转型升级高质量发展的有效举措，还是积极应对气候变化、深度参与全球环境治理的重要措施。”国家发改委新闻发言人孟玮说。

根据《方案》，中国将大幅度提高制冷产品能效标准水平，强制淘汰低效制冷产品，主要制冷产品能效限值达到或超过发达国家能效准入要求，一级能效指标达到国际领先。到2022年，家用空调能效准入水平提升30%、多联式空调提升40%、冷藏陈列柜提升20%、热泵热水器提升20%。到2030年，主要制冷产品能效准入水平再提高15%以上。加快新制定数据中心、汽车用空调、冷库、冷藏车、制冰机、除湿机等制冷产品能效标准，淘汰20%—30%低效制冷产品。鼓励龙头企业制定严于国家标准的企业标准，争当企业标准“领跑者”。

在政府采购环节，完善节能环保产品政府采购制度，扩大政府绿色采购范围，加大绿色高效制冷创新产品政府采购支持力度。在工程项目招投标中，鼓励招标人把绿色、能效指标作为重要的条件纳入产品综合评标标准，提升绿色、能效等指标权重。

在居民消费环节，鼓励有条件的地方，通过实施“节能补贴”“以旧换新”等措施，采用补贴、奖励等方式，支持居民购买绿色高效制冷产品、更新更替老旧低效制冷产品。

为保障行动顺利实施，《方案》明确，企业购置并实际使用的绿色高效制冷产品和设备、清洁能源空调等，符合《节能节水专用设备企业所得税优惠目录》规定的，依法享受企业所得税抵免政策。引导银行业金融机构支持绿色高效制冷生产企业和改造项目融资，落实《绿色信贷指引》，通过绿色贷款、绿色债券等促进绿色高效制冷产业发展。利用国际金融机构的技术援助、低息贷款以及赠款资金，实施制冷能效提升和环保制冷剂替代。

# 这个「高冷」可以有

本报记者 陆娅楠

《绿色高效制冷行动方案》印发，空调能效准入水平将提升三成以上——

## 甘肃兰州驶入“地铁时代”—— 地铁首次下穿黄河

银 燕 王文嘉

次，1个小时就可以从家里到单位。”她说，“为了节省时间我会早起并且打车上班，从家里到单位打车要花将近40元，而坐地铁只需要5元，而且再也不用担心因为堵车而迟到了！”陈女士高兴地说。据了解，兰州轨道交通1号线采用“里程分段计价”，起步价2元，全线最高票价7元。

除了经济成本的节省之外，地铁的开通也将时间成本大大降低。从1号线陈官营站到东岗站全长近30公里，一般情况下驾车

穿过兰州市需要至少1个半小时，坐公交车至少需要2小时，而随着兰州市轨道交通1号线一期工程全线开通运营，单程运行时间只需要约45分钟。

地铁开通首日，车站内前来体验的市民很多，每台自助售票机前都有志愿者帮助市民买票。乘客进站后可以通过自助售票机、交通一卡通、手机APP、信用卡闪付、手机闪付等多种方式进行购票。地铁刚驶入马滩站，车厢里就有人兴奋地说：“地铁马上就要

穿黄河了！从马滩站到下一站兰州海关站地铁将从黄河底下穿过，这可是国内首例！”短短2分钟，地铁从马滩站顺利到达兰州海关站。

据了解，在1号线一期工程的建设过程中，兰州轨道交通建设者们先后攻克了盾构下穿黄河、红砂岩地质条件下车站与隧道施工等世界级技术难题，同时还在盾构下穿西固立交、侧穿解放门立交、下穿张掖路地下步行街等城市轨道交通隧道建设中创新了多种工艺工法，取得多项发明专利。其中，科研项目“兰州地铁隧道下穿黄河强透水卵石地层关键技术研究”荣获中国城市轨道交通协会城市轨道交通科技进步二等奖。

兰州市轨道交通1号线一期工程顺利开通运营，标志着该市轨道交通骨干线路已经形成，这是兰州城建史上的重要篇章，也是地处西部的甘肃省首条地铁线路。

## 夏日荷塘美



北京龙潭公园荷花初绽，荷红映日，柳绿花红，碧叶满池，成为夏日市民赏荷的一道亮丽风景线。  
邹维麟摄（人民视觉）

“盼了这么多年，地铁终于来了！今天早上9点，我们一家人准时来到地铁站乘坐第一班地铁，地铁速度很快，很舒服。”兰州市民兰先生开心地说。6月23日，国内首条下穿黄河的轨道交通线路兰州市轨道交通1号线一期工程全线开通运营，兰州正式驶入了“地铁时代”。

兰州市轨道交通1号线一期工程东起城关区东岗，西至西固区陈官营，是兰州市轨道交通线网的骨干线路，也是兰州市东西向的主干交通线路，串联了城关区、七里河区、安宁区、西固区，全线正线长约25.9公里，全部为地下线，共设20座车站。

家住西固区的陈女士在城关区西关十字上班，她每天都要横跨西固区、七里河区、安宁区三区通勤。“我坐公交车从家里到单位至少需要1个半小时，如果堵车需要花费2个小时，现在地铁通了，我刚试乘体验了一