

高额『苹果税』说不 我们可以依法对

□孙晋

长期以来，美国苹果公司以提供苹果应用商店和应用内支付服务向应用开发者收取高额佣金，“苹果税”因此在全球饱受诟病。

公开数据显示，中国市场的“苹果税率”为全球最高，对标准企业和小型企业分别收取 30%和 15%的佣金。此前，包括欧盟、美国、韩国、荷兰在内的多个国家和地区，已通过立法、反垄断调查、诉讼等手段施压，成功争取到苹果税率的降低。典型如欧盟市场，迫于《数字市场法案》与反垄断罚款的双重压力，苹果公司大幅下调“苹果税”标准，标准企业和小型企业的税率分别由 30%和 15%下调至 17%与 10%，并放宽了对第三方支付链接的限制。这些域外经验揭示了依据法律手段应对高额“苹果税”的有效性。

利用反垄断法的“滥用市场支配地位”条款是规制“苹果税”的传统路径。2021 年 1 月，中国一位苹果手机用户金某以“滥用市场支配地位”为由将苹果公司诉至上海知识产权法院，要求其停止对“应用内购买”收取 30%的“苹果税”。今年 5 月，法院作出一审判决，但并未平息围绕“苹果税”问题的广泛争议，反而透露出传统路径的局限性——“滥用市场支配地位”难以认定。该案一审判决将 iOS 系统下的智能终端应用程序交易平台界定为一个独立的相关市场，并认定苹果公司在该市场显然具有市场支配地位，这是司法的一大突破，但在进一步审查苹果公司是否实施了不公平高价、强制搭售、限定交易或拒绝交易等滥用行为时，却陷入了司法认定的困境。

此外，反垄断执法机构对苹果公司启动反垄断调查可能面临一定的现实阻力。2022 年修正的《反垄断法》明确规定要“加强反垄断执法司法，依法公正高效审理垄断案件，健全行政执法和司法衔接机制，维护公平竞争秩序”。虽然，根据 2024 年新出台的《最高人

民法院关于审理垄断民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》（以下简称“《垄断民事纠纷司法解释》”）规定，反垄断执法机构立案调查与苹果公司相关的民事纠纷审理在程序衔接上并无障碍。但是，由于存在同样以滥用市场支配地位进行审理的在先司法判决，在客观上可能会受制于自身执法能力有限、经济下行压力、营商环境担忧等多种综合考量因素，最终对反垄断立案调查产生影响。

针对上述法律困境，应在以下两方面同时发力。

一是优化传统规制路径。金某诉苹果公司垄断案的一审判决尚未生效，今年 8 月 6 日最高人民法院已正式受理了该案上诉，在后续的审理中有望进一步深入厘清“滥用行为”。《垄断民事纠纷司法解释》能够为该案的后续审理或其他类似案件提供法理支持。该案一审判决已将相关市场限于 iOS 系统内部，司法解释第 14 条关于原告足以证明“被诉滥用市场支配地位的经营者具有市场支配地位”时可以不再对相关市场界定承担进一步举证责任的规定，以及第 29 条关于认定经营者具有市场支配地位直接证据的规定，为认定苹果公司的市场支配地位再上一重保险。在滥用行为认定方面，该案一审判决虽然已考虑到经营模式、成本结构等维度，但比对角度仅限于苹果与安卓。而司法解释第 36 条细化了考察“不公平价格”的主要分析方法，尤其明确了可以与经营者自己在其他地域相同条件下的相同/可比商品进行比价，这对于证明在我国“苹果税”远超欧盟等地区是否构成滥用的意义重大。

此外，判决中对于苹果公司不存在强制搭售、限定交易或拒绝交易行为的说理并不充分：保护消费者利益与数据安全的理由无法说明在安卓系统、HarmonyOS 智能终端可以使用第三方支付与第三方应用下载渠道的情况下，苹果公司在中国地区的严格限定行为是必要且无可替代的，甚至该政策在不同地区的差异已证明了该保护并非必要。

二是反垄断执法机构要善用软法治理工具，解决“苹果税”问题完全可以尝试软法途径。根据我国《关于建立反垄断“三书一函”制度的通知》，只要经营者存在滥用市场支配地位行为的风险即可对其发布《提醒敦促函》。同时，还可以依据《反垄断法》第 55 条对苹果公司负责人进行约谈，要求其提出降低“苹果税”等改进措施。如果苹果公司因此主动降低“苹果税”，那么这些软法措施将成为最快捷的问题解决路径，而且可以在免于市场支配地位认定的同时，保护苹果应用系统内开发者的利益，还可以避免司法裁判与执法判断结果相冲突的情况发生。

依据我国法律解决“苹果税”问题，无论是走司法途径，还是启动行政执法，策略与方法都远未穷尽。充分理解法律规定，对问题本身作更为精细的拆解与思考，相关反垄断行政执法与司法形成合力，才是恰当有效的破解之道。

（作者系武汉大学法学院教授、博导、竞争法与竞争政策研究中心主任，中国法学会商业法研究会副会长，中国法学会经济法学研究会常务理事）

地位的『经营者掠夺』 应立法规制滥用优势

□刘继峰

从当年传统大商超收取“进场费”到互联网时代的“苹果税”，企业间的利益挤压问题始终存在，甚至在数字时代越来越普遍，也越来越隐蔽。因其处于法律的边缘地带，时至今日也一直没有得到有效解决。

在优化营商环境的考核指标中，法律制度的供给和运行效率是核心内容。若干年来，我们致力于简化政府与企业之间的权力介入环节和程序，取得了较为明显的效果，释放了更多的市场活力。然而，随着宏观环境变化，企业经营压力增大，企业间因力量不平衡而以收费方式产生的利益挤压问题愈加明显。为此，国家市场监管总局发布了《市场监管部门优化营商环境重点举措（2024 年版）》，明确提出加快出台《涉企收费违法违规行为处理办法》《网络交易平台收费行为合规指南》，旨在帮助企业减轻负担，规范平台收费行为。其中，交易平台不合理收费属于此类问题。

实践中，企业或平台存在的违规收费包括隐性收费，涉及客户不知情或未明示的收费项目，也包括重复收费，如由于信息记录不完善或系统错误导致客户被重复收费。此外，网络交易平台可能利用市场力量确立收费标准、对部分卖方另行收取过高软件服务费等。

这些违规收费问题对市场竞争产生了诸多不利影响。一方面，增加了企业经营成本，使之在竞争中处于劣势，尤其是对于科技创新和制造业的企业而言，可能影响新发明新工艺的保护成本、新开工项目的进度和设备更新改造等，降低企业的竞争力和创新能力。另一方面，破坏了市场公平竞争环境，影响了消费者权益和市场秩序，不利于市场的健康发展。

利益挤压的前提是企业间的市场势力（力量）不平衡。一方拥有相对优势地位。市场势力可分为卖方势力与买方势力。通常情况下，如果在一个产业中出现产能过程，则会形成买方优势地

位；如果一个产业中出现产能不足，则构成卖方优势地位。具有双边市场特质的互联网平台可能同时具备“两头通吃”的卖方与买方双重势力，但在实际运行中，消费者对平台的可选择性较多，难以形成卖方优势地位。消费者又是平台生存和发展的基础，故平台常利用优势地位进行交叉补贴。在现有经济状况下，平台企业相对于入驻商家/增值服务开发商等处于优势地位，而对终端消费者而言则不具有控制力。平台为了保留住消费者可能对入驻商家/增值服务开发商等进行利益挤压，要求其以低价甚至低于成本的价格供给产品，满足终端消费者的需求。

买方优势地位滥用是一种全新的经济现象，其所产生的经济与社会效果可进一步细分为正效应与负效应。正效应可表现为促进了企业间的合并，或者给消费者带来短期的价格福利。从负效应上看，长此以往，可能会迫使不具有优势地位的卖方退出市场，或提高卖方竞争者的成本，进而滑向同时垄断买方与卖方市场的纵向市场结构，这对该行业的公平竞争秩序无疑是弊大于利的。所以，滥用优势地位的负效应更值得关注。

这种大企业对上游中小企业的“经营者掠夺”和对同一经济环节的竞争主体的排挤，很难通过市场的自由选择或交易对方的抵消性力量得到缓解或消除，需要立法予以特别关注。

立法相对于社会生活而言总是存在一定的滞后性，但若严重滞后，则无法有效解决社会生活中存在的许多现实问题。我国对滥用相对优势地位行为的规制立法就存在明显的滞后，无论在传统领域还是互联网领域，都远远落后于社会现实生活，与我国当前加快推进数字经济产业高质量发展的宏观策略也是极不相称的，难以形成有效的规制力量、无法充分保障相关领域的健康有序发展。

对我国越来越突出的滥用相对优势地位行为的规制，立法首先需要明晰规制的整体思路，究竟是由电子商务法等相关行业监管法独立规制，还是与反垄断法或反不正当竞争法规范协同配合，建议单独就此问题进行立法。一方面提升《零售商供应商公平交易管理条例》的规范层级，另一方面需要进一步明确对滥用相对优势地位行为的认定标准。在标准的细化中，不能固守反垄断法中滥用市场支配地位的规制方法，单纯以定量与定性结合的方式进行认定，需要创造性制定新的认定标准。新的认定思路可以弱化相对优势地位的标准功能，将判断集中于行为本身，此外，给具有优势地位的经营者提出合理抗辩的机会。

总之，具有相对优势地位的经营者滥收费行为会损害相关企业合法权益，破坏市场竞争秩序，阻碍行业创新。以立法方式整治企业滥用优势地位滥收费行为对维护市场公平竞争，促进经济健康发展意义重大。

（作者系中国政法大学民商经济法学院教授、博导，中国商业法研究会副会长，中国法学会经济法研究会副秘书长）

