



警惕平台“强制低价”陷阱 用法律守护消费权益

当前，整治“内卷式”竞争成效不断显现，重点行业竞争生态持续改善。但在数字经济和平台经济快速发展的背景下，网络交易特有的跨地域、虚拟性、隐蔽性等特征，使得“内卷式”竞争在线上领域依然暗流涌动。尤其值得警惕的是，有的平台以“流量”“排名”为筹码，强行要求商家“亏本卖”“贴着地板价卖”。这种“强制低价”一旦失控，受伤的不仅是商家，更直接波及千千万万的消费者，乃至整个行业的健康发展。

一、平台“强制低价”及表现形式

在平台经济领域，部分平台凭借流量分配、搜索降权、算法降权、下架商品等手段，强迫或变相强迫商家把价格压到极低，甚至低于成本。商家陷入“不降价就没流量，降价就亏本”的两难困境。订单涨了，收入却降了，这是当下平台价格“内卷”中不少商家的真实写照。

目前平台“强制低价”主要表现为三种形式：第一，强制参与补贴活动，平台发起大促补贴，但补贴成本实际转嫁给商家，商家被迫让利；第二，强制“全网最低价”，要求商家在所有渠道的售价不能低于本平台，违者面临惩罚；第三，变相“二选一”与价格约束，通过限流、扣除订单储备金甚至“摘牌”等惩罚性措施，迫使商家在本平台低价销售，同时剥夺了消费者跨平台比较和自主选择的权利。

二、平台“强制低价”可能违法从法律视角审视，平台“强制低价”绝非单纯的“商业让利”，而是越过了多条法律红线。

（一）违反《中华人民共和国消费者权益保护法》

恶意低价伴随虚假价格信息、不透明定价机制，侵害消费者知情权；低价背后的劣质产品和缩水服务，侵



· 资料图片

害消费者的人身财产安全权；价格与价值背离，加之限制选择权，更是侵害了消费者的公平交易权。

（二）可能构成不正当竞争

恶意低价行为可能构成低价倾销，即以低于成本的价格销售商品，目的在于排除竞争对手。这种行为会破坏市场价格形成机制，引发“劣币驱逐良币”效应——劣质商品因价格极低占据主导，优质商品反而被边缘化，最终导致行业创新乏力、服务降级，严重扰乱市场竞争秩序，最终买单的还是广大消费者。

三、平台“强制低价”可能侵害消费者合法权益

平台强制下的恶意低价行为，远不止是“价格便宜了”这么简单。许多消费者以为“便宜就是好”，但“强制低价”带来的便宜，往往暗中附带了诸多看不到的代价。

（一）知情权被“打折”

《中华人民共和国消费者权益保护法》明确规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。然而，在平台“强制低价”的情形下，这一权利频频受损。一是虚假价格信息误导。所谓“惊爆价”，可能是先提价再降价，或是

隐瞒质量缺陷的噱头。商家往往通过虚假的低价信息吸引消费者关注，诱导其购买。这种低价通常与实际商品或服务的价值严重不符，甚至隐瞒了质量缺陷等关键信息。部分平台还利用算法对消费者进行差异化定价，即所谓的“大数据杀熟”。二是定价机制不透明。平台算法还可能“看人下菜碟”，对不同用户显示不同价格（即“大数据杀熟”），消费者无从知晓商品的真实成本与合理价位，无法判断低价是否真实、是否存在隐藏风险。部分商家通过补贴、优惠券等表面让利，也不明示优惠来源及可持续性，消费者稀里糊涂下单，却难以评估是否真正划算。

（二）安全权被“缩水”

《中华人民共和国消费者权益保护法》规定，消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。但恶意低价对此构成直接威胁。一是劣质产品带来安全隐患。为了维持低价，商家往往采取降低生产成本的方式，采用劣质原料、简化工艺、省去质检，产品安全性大打折扣。二是售后服务大幅缩水。商家为压缩成本，取消售后服务、缩短保修期限、降低客服响应速度，一旦出现使用问题，消费者可能投诉无门，

甚至酿成安全事故。

（三）公平交易权被“架空”

《中华人民共和国消费者权益保护法》规定，消费者享有公平交易的权利，有权获得质量保障、价格合理、计量正确的公平交易条件。但在恶意低价中，交易天平明显倾斜。一是价格与价值严重背离。表面上低价，买到的却是质量严重缩水的产品，最终算下来并不值；部分商家还通过捆绑销售、隐性收费等方式“回血”，让消费者不知不觉中多花钱。二则选择权被变相限制。在“二选一”的阴影下，消费者无法在不同平台间自由比较和择优购买，平台甚至通过技术手段限制消费者查看或购买非合作商家的商品，进一步削弱了选择空间。

四、有关提醒：拒绝“强制低价”，依法维护权益

我们呼吁广大经营者，价格战没有赢家，摒弃恶性竞争，坚守品质底线。以牺牲质量和信誉换来的短期流量，终将反噬品牌。真正可持续的竞争力，来自工艺改进、品质管控和真诚服务，而非无底线的价格厮杀。与其在“内卷”中耗尽利润，不如在“价值”上深耕口碑。

我们提醒广大消费者，低价不等于高性价比。请多一分理性，少一分冲动，不为低价所惑。购物前记住“三看”：一看商品详情页的关键信息是否完整清晰；二看用户评价，尤其关注质量和服务方面的真实反馈；三看店铺资质和经营年限，优先选择信誉良好的商家。同时，要依法维权，保存证据。遇到虚假宣传、货不对板等问题时，及时保存订单截图、支付记录、聊天记录、商品实物照片等电子证据，这些是投诉举报、诉讼维权的重要武器。面对权益受损，请果断通过12345热线、消费者协会等渠道依法维权，每一次主动发声都是在推动消费环境的改善。

（据山东省消费者协会）

保健食品销售合规提示

经营资质要合法

从事保健食品经营，必须依法取得营业执照、食品经营许可证，或依法办理仅销售预包装食品备案。相关证照或备案凭证应在经营场所显著位置悬挂或摆放。

专区专柜要设置

保健食品必须与普通食品、药品分开存放，不得混放进行销售，同时要设立独立的专区或专柜；并设置提示牌，醒目注明“保健食品销售专区（专柜）”；提示牌须为绿底白字，

字体为黑体。

警示用语要标注

在保健食品销售专区/专柜的显著位置，必须标注：保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病。字体醒目，便于消费者辨认。

进货查验要索证索票

保健食品经营企业进货要查验并保存以下材料：供货者的许可资质；产品注册证书或备案凭证；出厂检验合格证或产品检验报告、进口产品检验检疫证明或入境货物检验检疫

证明等材料。

标签说明书要核实

应当核实在售保健食品标签、说明书与注册或备案的标签、说明书内容是否一致，不一致的不得销售。

（据内蒙古市场监管）