

代价高昂的“携程之旅”： 中国 52 亿元反垄断罚单带来的启示

2026年7月25日，中国国家市场监督管理总局（**市场监管总局**）认定，携程利用算法、自动调价工具及其他平台规则，对酒店经营者实施独家合作及价格平价要求，构成滥用市场支配地位。这是自2021年阿里巴巴案和美团案以来，市场监管总局首次对科技企业采取重大反垄断执法行动，充分展现出监管机关彻底审查商业安排背后的复杂技术系统。

值得关注的是，市场监管总局于决定中多次将携程的相关行为与“逐底竞争”及“内卷式竞争”联系起来，认为相关行为扰乱市场秩序、抑制创新，并影响行业健康发展。本案也是市场监管总局在平台经济反垄断领域的案件中首宗同时使用责令停止违法行为、没收违法所得和罚款三项措施的案件，罚没总额高达52亿元人民币（约合7.7亿美元），其中罚款金额相当于携程2025年中国境内销售额的7.5%。

1. 背景

在收到有关携程与酒店经营者交易安排的投诉后，市场监管总局于2026年1月对携程涉嫌滥用市场支配地位实施垄断行为立案并正式展开调查。调查期间，市场监管总局对携程开展了现场检查，提取了相关证据材料，并对其他竞争性平台和大量酒店经营者开展广泛调查。同时，市场监管总局深入开展数据分析和算法解释，处理并分析了超过10,000GB的电子数据，并组织专家开展研究论证。2026年7月25日，市场监管总局正式作出**行政处罚决定书**。考虑到本案涉及的数据规模及技术复杂程度，市场监管总局对该案的调查和处理速度相对较快。

经调查，市场监管总局认定携程在中国境内在线酒店预订平台服务市场具有支配地位。按平台交易额（GMV）及营业收入计算，其在2020年至2025年期间的市场份额均超过50%。市场监管总局最终认定，携程实施了以下两类滥用市场支配地位的行为：

- **独家合作要求**（与此前阿里巴巴案和美团案中的“二选一”行为类似）：“特牌”酒店经营者被要求只能与携程进行独家合作，不得在其他竞争性在线平台上架房源。对于违反要求的酒店经营者，携程会采取流量限制、取消权益、“摘牌”等递进式惩罚措施。
- **价格平价要求**（俗称“全网最低价”）：“金牌”酒店经营者被要求相对于竞争性平台向携程给予20元或者销售价格5%以上的价格优势，部分区域甚至要求给予更大幅度的价格优势；“无牌”酒店经营者被要求向携程给予的价格不高于竞争性平台，保持在携程平台上的销售价格为“全网最低价”。为了确保相关要求得到执行，携程通过“调价助手”、“AI生意助手”等工具持续监测跨平台价格差异，并在发现价差后自动触发调价机制，将携程平台上的房价调整至全网最低水平。对于拒绝配合的酒店经营者，携程还会采取降低排序、限制流量、“摘牌”及扣除订单储备金等措施。

市场监管总局作出的处罚措施包括：(1) 责令停止违法行为，包括全额退还从酒店经营者处强制扣除的订单储备金人民币1.2278亿元（约合1800万美元）；(2) 没收违法所得人民币16.58亿元（约合2.45亿美元）；以及 (3) 处以罚款人民币35.22亿元（约合5.22亿美元）。

尽管携程案的罚款绝对金额仍低于阿里巴巴案创下的182亿元人民币（约合27亿美元）纪录，但本案的罚款比例相当于携程2025年中国境内销售额的7.5%，是迄今为止中国平台经济滥用市场支配地位案件的最高罚款比例。与此前阿里巴巴案（4%）及美团案（3%）相比，本案释放出明显的执法趋严信号。此外，市场监管总局的官方报告中还指出，本案是首宗同时采取责令停止违法行为、没收违法所得和罚款三项措施的案件。

2. 企业可从本案获得哪些启示？

携程案的影响远不止于在线旅游行业。对于依赖平台分销、价格控制机制或算法工具开展业务的企业而言，本案具有广泛的启发意义。结合市场监管总局的分析，我们总结出以下几点启示。

2.1 同类投诉反复出现时，应及时纳入法务审查

在本案反垄断调查开始前，酒店经营者、行业协会及竞争对手已对携程的案涉商业安排进行了长期、持续的举报，地方监管部门也通过监管约谈和责令整改等方式表达对相关问题的关注。对于有关交易价格受到操纵、分销渠道受到限制或商业惩罚措施适用不公的投诉，企业不应仅交由销售团队或客户管理团队处理。长期反复出现、内容相似的投诉，往往反映出某项商业安排在实际运行中可能存在系统性问题，并可能在日后成为反垄断调查的重要线索。

因此，企业应建立适当机制，确保法务团队能够及时识别并汇总来自客户、供应商、商家及竞争对手的重复性投诉。尽早将此类投诉纳入内部审查，有助于企业在监管机关采取行动前主动评估相关业务安排，留存能够证明其商业合理性的材料，并在必要时及时作出调整。

2.2 审查对合作方销售价格施加的限制

携程案是市场监管总局首次针对“全网最低价”要求作出的滥用市场支配地位处罚决定。此类要求通常被称为“价格平价要求”（parity requirements），长期以来一直是全球在线旅游行业反垄断调查的关注重点。《欧盟数字市场法案》第5条第(3)款禁止Booking.com等“守门人平台”（gatekeeper platform）施加价格平价要求，也禁止其通过提高佣金或下架等方式达到相同效果。2024年9月，欧洲法院驳回了有关平价条款系在线预订平台运营所必需的“附属限制”、因而应自动豁免反垄断审查的主张。然而，此类条款对竞争的具体影响仍须结合个案情况进行具体分析。

在本案中，携程主张“价格平价要求”能够使消费者获益，并防止酒店经营者在本平台宣传推广而在其他竞争性平台低价销售的“搭便车”行为。市场监管总局未采纳上述观点，其认为对消费者利益的评估不能仅关注短期价格影响，并认定“价格平价要求”的安排扭曲了价格机制，不当干预了酒店经营者的自主定价权，导致逐底竞争、低价低质，最终损害了消费者的利益。

2.3 合规审查不应止于合同文本，还应关注业务系统的实际运作

“二选一”安排长期以来一直是市场监管总局反垄断执法的重点领域。2021年4月，市场监管总局认定阿里巴巴要求平台内商家与其独家合作，对其处以创纪录的182亿元人民币（约27亿美元）罚款。2021年10月，市场监管总局因美团在线餐饮外卖领域实施的类似行为，对其处以34.4亿元人民币（约5.09亿美元）罚款。更多上述案件的详情，请参阅我所于2021年4月及10月刊发的往期通讯。

与阿里巴巴案和美团案中的涉案安排不同，携程的独家合作要求并不总是以明确合同条款的形式出现。然而，市场监管总局认定在实际运作中确实存在相关限制——携程通过流量分配、酒店标签以及奖惩机制促使“特牌”酒店与其维持独家合作。市场监管总局还认定，携程利用自动化工具来监测竞争性平台的酒店价格信息，并在未经酒店经营者同意的情况下直接在后台系统下调酒店房价。上述安排虽然未必以显性的合同义务呈现，却在实际效果上限制了“特牌”酒店跨平台经营自由，缩窄了其接触消费者的分销渠道，并使其失去原本可能通过其他竞争性平台获得的交易机会。

市场监管总局的审查并未停留在携程对相关自动化调价工具的单方面描述，而是深入考察了平台系统的设计及其如何阻碍酒店开展跨平台经营。为此，市场监管总局调阅了技术文档和算法代码，开展独立分析并咨询了外部专家意见。这意味着，未来的反垄断调查亦可能类似地穿透审查系统的设计、配置、审计日志及实际商业影响，而非仅仅依赖企业自身的单方面说明。技术复杂性或所谓“算法黑箱”，已越来越难成为相关商业安排规避监管审查的理由。

携程案所体现的“实质重于形式”的监管思路在其他司法辖区亦有体现。例如，欧盟委员会《横向指南》指出，如果算法协助实施违法协同行为，相关企业可能因此承担责任。在美国司法部对RealPage公司提起的诉讼中，矛头直指通过房东端软件实施的租赁房产算法定价合谋的机制。尽管上述案例涉及协同行为，而非单方滥用市场支配地位，但其中传递的合规警示是一致的：法律风险取决于技术在实践中产生的实际影响，而非企业如何在书面文件中描述相关技术。

2.4 即使不具有市场支配地位，互联网平台的价格控制措施也受到其他规制

在中国经营的企业不应将携程案理解为，只有由具有市场支配地位的企业施加的价格平价条款才可能会引发监管关注。自2026年4月起正式施行的《互联网平台价格行为规则》明确禁止平台通过限制流量、提高收费标准、搜索降序、下架商品或服务等方式，实施“全网最低价”要求或采用自动比价调价机制（有关进一步详情，请参阅我所于2026年4月刊发的往期通讯）。

与《反垄断法》下规制滥用市场支配地位行为的思路不同，适用《互联网平台价格行为规则》无需认定平台具有市场支配地位，也无需证明相关行为产生排除、限制竞争效果，因而大幅降低了监管介入的门槛。根据《电子商务法》，平台对平台内经营者实施限制行为，情节严重的，可处以最高人民币200万元（约合29.6万美元）的罚款。因此，无论是否

具有市场支配地位，在中国经营的平台企业均应审查其价格控制措施是否符合相关监管要求。

市场监管总局选择依据《反垄断法》处理本案并不令人意外。一方面，携程在相关市场具有市场支配地位的认定争议相对较小；另一方面，大部分涉案行为可追溯至2020年，即《互联网平台价格行为规则》出台之前。此外，《反垄断法》赋予执法机关更为有力的处罚手段，包括没收违法所得，以及处以上一年度销售额1%以上、10%以下的罚款。

2.5 企业生态系统中的关联业务可能强化市场支配地位认定

市场监管总局并未单独地评估携程酒店预订业务的市场力量，而是将其交通票务、旅游度假等关联业务纳入整体考量。市场监管总局认为，这些业务能够为携程带来稳定的客源和营业收入，增强用户黏性及其对携程生态系统的依赖，从而使其在关联市场的优势传导至酒店预订平台服务市场，进一步巩固携程在该市场的地位。

这一分析思路与欧盟委员会于2023年禁止 Booking Holdings 拟收购 eTraveli 案时提出的担忧相呼应。欧盟委员会认定，将机票预订业务纳入 Booking Holdings 的生态系统后，可通过交叉销售和流量效应进一步巩固 Booking Holdings 在酒店预订市场的支配地位。不过，Booking Holdings 已就该决定向欧盟普通法院提起上诉，因此“生态系统理论”在欧洲尚未形成定论（有关进一步详情，请参阅我所于2024年2月刊发的往期通讯）。

相比之下，市场监管总局在本案中的结论建立在更为传统、稳固的分析上。携程在酒店预订平台服务市场的份额已经超过50%，其生态系统内的其他业务仅为市场支配地位的认定提供补充支持，而非认定市场支配地位的唯一依据。尽管如此，经营多元化业务的企业集团仍应评估其关联服务、共享数据、客户流量及交叉销售安排，是否会使交易相对方对整个企业集团的依赖程度高于单一业务线市场份额所反映的水平。若仅考察单一业务线，某企业集团的市场份额可能明显低于认定市场支配地位的门槛；但如果从“生态系统”的角度将更广泛的集团业务纳入考量，分析结果可能有所不同。

2.6 酒店及竞争性平台可能对携程提起民事诉讼索赔

本案随之引出的一个问题是，因携程相关行为遭受损失的企业能否寻求赔偿。一方面，酒店经营者可能就分销渠道受限、价格被下调、订单储备金被扣除或佣金被抬高所造成的损失提出索赔。另一方面，竞争性平台若因携程的相关行为而无法获得酒店房源或获得具有竞争力的房价，或因此失去原本可能争取到的交易机会，也可能提出索赔。

早在市场监管总局作出此次处罚决定之前，云南省旅游民宿行业协会已公开表示有意向携程提起民事索赔。中国已有类似的后续诉讼案例。例如，市场监管总局于2021年对阿里巴巴作出滥用市场支配地位行政处罚决定后，京东于2023年12月成功向阿里巴巴索赔人民币10亿元（约合1.48亿美元）。在其他司法辖区，自欧洲法院认定Booking.com的平价条款不符合欧盟竞争法后，欧洲多地的酒店行业协会自2025年以来陆续组织酒店经营者向该平台提起集体索赔。不过，Booking.com目前对相关索赔提出了异议。

2.7 滥用市场支配地位的经济后果不止于按销售额计算的罚款

针对价格平价问题，市场监管总局没收了携程因调低酒店价格且最终成交酒店预订订单所获取的16.58亿元人民币（约合2.45亿美元）佣金收入。这是市场监管总局首次在平台经济领域的滥用市场支配地位案件中没收违法所得。不过，市场监管总局并未没收携程因独家合作安排所获得的违法所得。执法机关难以区分哪些撮合交易是因独家合作安排而额外达成，因而无法准确计算相应的违法所得。市场监管总局在阿里巴巴案和美团案中也遇到过类似的举证及量化难题。因此，本案处罚决定一方面体现了监管部门没收违法所得的执法意愿，另一方面也反映出，在违法所得难以量化的情况下，适用这一处罚措施仍存在现实限制。

以佣金收入计算违法所得的方法本身也可能引发争议。部分涉案订单即使没有相关违法调价行为，也可能照常达成。因此，随之而来的问题是：究竟应将相关订单产生的全部佣金收入认定为违法所得，还是仅应将违法调价所带来的增量收益认定为违法所得？

在区分合法收入与涉嫌违法行为产生的收入时，交易层面的数据将至关重要。因此，企业一旦面临重大竞争法调查，便应尽早评估可能承担的全部经济责任，包括罚款、没收违法所得、退款及民事索赔，而不应仅按照销售额估算所谓的“明面罚款”（headline fine）。

2.8 “内卷式竞争”可能引发更高的监管风险

市场监管总局认定，携程实施的“全网最低价”要求加剧了中国酒店预订市场的逐底竞争。处罚决定中多次提及“内卷式竞争”，与中国近年来整治恶性价格战的整体政策导向高度一致（关于中国打击相关行为的新规，请参阅我所于2025年11月刊发的往期通讯）。市场监管总局正越来越多地综合运用反垄断及行业监管工具，整治平台经济领域的“内卷式竞争”，具体举措包括介入头部科技平台之间的补贴大战，以及限制平台强迫平台内经营者过度降价的行为。

综观上述监管信号，常态化的价格战、常见的自动调价机制或强迫商家降价的行为均可能导致更高的监管风险。因此，在具有上述特征的市场中经营的企业，应主动审查其定价要求、补贴政策、佣金安排、促销手段或其他商业做法，并评估这些安排是否可能引发监管审查。

3. 本案释放了哪些后续信号？

在市场监管总局公布处罚决定当日，携程即公开发表了一份简短声明，表示诚恳接受该决定并承诺落实相关整改措施。携程公布了五个方面、共十九项整改措施，承诺停止独家合作行为和“全网最低价”要求、调整与酒店经营者的相关合作协议，以及取消相关流量分配机制和下线酒店调价工具。同时，整改措施还致力于提升规则透明度、保障酒店经营者在定价和分销方面的自主决策权、强化消费者权益保护以及加强反垄断合规。

携程案处罚决定明确表明，市场监管总局并不只着眼于合同条款本身，而是穿透审查整体商业安排的实际运作情况及其产生的竞争效果。因此，在中国经营的平台企业不仅应审查相关协议，还应全面评估平台规则、激励机制、奖惩措施、算法工具及技术系统对交易相对方商业选择的实际影响，以衡量潜在的竞争法风险。

联系人



杨蔼欣

合伙人

T: + 852 2901 7275

E: Natalie.Yeung@SlaughterandMay.com



李沛聪

顾问律师

T: + 852 2901 7202

E: Alexander-PC.Lee@SlaughterandMay.com

伦敦办事处

电话 +44 (0)20 7600 1200

传真 +44 (0)20 7090 5000

布鲁塞尔办事处

电话 +32 (0)2 737 94 00

传真 +32 (0)2 737 94 01

香港办事处

电话 +852 2521 0551

传真 +852 2845 2125

北京办事处

电话 +86 10 5965 0600

传真 +86 10 5965 0650

本材料仅用于一般参考，并不构成法律意见。© Slaughter and May, 2026.

欲了解更多信息，请联系您在司力达的通常联系人。

www.slaughterandmay.com