

平台封禁行为的消费者权益保护研究

罗思懿

武汉工程大学法商学院(知识产权学院), 湖北 武汉

收稿日期: 2025年6月4日; 录用日期: 2025年6月16日; 发布日期: 2025年7月28日

摘要

互联网平台在大众生活中已经不可或缺, 平台经济也随之蓬勃发展, 与之同时, 封禁行为也日益频发。平台经济作为一种新业态, “封禁行为”的准确定义一直没有在学界形成共识。目前封禁行为在学理上可分为垄断行为 and 不正当竞争行为两种, 而消费者在平台封禁的过程中一直遭受着财产损失、选择受限甚至被剥夺知情权和侵犯隐私权。我国目前对平台封禁行为下的消费者权益保护尚且存在不足, 本文通过与国外法律法规的比较与借鉴, 从四个方面提出建议, 以切实保护消费者权益。

关键词

封禁行为, 消费者权益, 反垄断, 反不正当竞争

Research on Consumer Rights and Interests Protection of Platform Blocking Behavior

Siyi Luo

Law and Business School (School of Intellectual Property), Wuhan Institute of Technology, Wuhan Hubei

Received: Jun. 4th, 2025; accepted: Jun. 16th, 2025; published: Jul. 28th, 2025

Abstract

Internet platforms have become indispensable in the life of the general public, and the platform economy is also booming, and at the same time, blocking behaviors are also becoming more and more frequent. Platform economy as a new industry, the accurate definition of “blocking behavior” has not been in the academic community to form a consensus. Currently, blocking behavior can be divided into monopoly behavior and unfair competition behavior, and consumers have been suffering from property loss, limited choices and even deprivation of the right to information and invasion of privacy in the process of platform blocking. China’s current protection of consumer rights and interests under platform blocking behaviors is still insufficient; this paper puts forward

suggestions from four aspects to effectively protect consumer rights and interests by comparing and learning from foreign laws and regulations.

Keywords

Blocking Behavior, Consumer Rights and Interests, Anti-Monopoly, Anti-Unfair Competition

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 平台封禁行为的理论剖析

1.1. 概念界定

平台封禁行为主要分为平台与平台之间、平台与平台内经营者和平台与平台用户之间，前两者一般通过《反垄断法》《反不正当竞争法》以及《民法典》来进行规制，而平台与平台用户之间，则是通过消费者权益保护法来解决。本文着重讨论的也是平台与平台用户之间的封禁行为。封禁行为在我国并非一个专业的法律术语，而是在实践领域当中催生出的一种专有名词。将封禁行为限定在平台领域和消费者权益保护的视域下，可以更好地剖析平台封禁行为下消费者权益受损，同时更准确地界定平台封禁行为的概念。

从平台与平台用户的关系出发，平台封禁行为是指互联网平台基于自身规则、商业考量和合规需求，限制或终止用户账号特定功能、乃至完全禁止访问的行为。从技术层面看，借由算法检测、IP 限制、账号冻结指令，瞬间切断用户与平台服务连接；像社交平台封停涉暴力言论账号，电商禁售假冒伪劣商家店铺。按封禁发起的主体，有平台主动出击与依监管要求被动执行两类。主动封禁旨在维护平台生态，过滤不良信息、恶意营销；被动封禁则响应法律政策，下架违规金融产品、清理侵权内容。封禁时长分临时限制(时限禁言)、永久封禁，影响不同。

1.2. 产生原因

1.2.1. 平台自身运营管理需求

平台自身有生态维护的需求，构建有序运营环境，净化内容生态是平台采取封禁行为的主要驱动力。互联网平台每日不断涌现浩如烟海般的信息，其中不乏暴力、虚假夸大的内容来博取用户的眼球，这些信息严重影响了用户的使用体验，甚至产生了不良影响。如微博早期大量充斥着三无账号发布的垃圾信息，用以博人眼球，导致大量用户观感极差，平台格调受损，那么这种情况下，平台只有通过加强审核力度，封禁这些违规账号，才能维持社区用户活跃度。

出于平台运营安全的考量，也促使平台使用封禁手段。越发频繁的网络恶意攻击、数据抓取事件，让网络平台的技术安全受到极大挑战。一旦检测到流量异常，疑似被恶意攻击的操作，便使用紧急封禁及时止损。例如“双十一”电商大战时，为了防止恶意刷单炒信冲击系统、影响交易数据，会封禁刷单账号，以此保障交易平稳和数据真实。

1.2.2. 市场竞争策略

商业竞争中，封杀等封禁行为是打击对手的有效手段。平台之间特有的特征更让封禁行为更加普遍常见。互联网平台巨头为了垄断流量、扩大市场份额，相互屏蔽链接、禁止旗下产品展示竞品内容、跳

转外部链接等手段更是屡见不鲜。短视频平台限制用户分享竞争对手平台的作品,来打造封闭的流量池,降低对手曝光机会,把平台用户圈在自己平台,通过这些手段细分市场,把控广告、电商等盈利渠道。一部分平台还利用封禁手段控制创作者,独家发布创作者创作内容。直播行业兴起时,大平台签约独家长播,封禁其他平台的权限,禁止主播跨平台发布,稳定自身内容优势,以头部主播吸引粉丝驻留,增强平台资本吸引力。

1.2.3. 法律规制滞后性

互联网发展速度日新月异,法律总是存在其固有的滞后性,平台便会利用法律的嗣后漏洞实施封禁行为。用户数字资产权属不明,游戏账号封禁后装备、虚拟货币处置无法可依;因为当前尚未细化账号封禁合理情形、操作流程,平台以“用户协议”规避本应承担的责任,借口“违规使用”随意封禁账号,消费者维权艰难。

跨境电商、数字金融领域的监管规则不明确,平台甚至可以肆意下架境外产品,随意冻结金融理财账号。新兴业务游走在法律边缘,相关法律法规尚未完善,平台按内部规则自我监管、迫使消费者接受其内部规则,因此消费者的合法权益常被忽视。

1.2.4. 网络舆论环境

网络舆论发酵情绪化、传播快,负面新闻很容易发酵成公关危机。平台为了及时处理,常常会过激反应,封禁涉事账号。明星绯闻、企业丑闻曝光后,社交平台大批关联账号被封禁,以求切断舆论源头;虽意在控制舆论,却可能封禁无辜,未充分考虑到消费者言论自由、知情权、信息获取权,只因忌惮舆论风暴冲击平台形象,所以急于从源头管控发声渠道。

在网络舆论的监督下,平台会迫于公众压力,匆忙封禁问题商家、劣质内容创作者,却不经严谨调查程序,后续解封申诉困难,封禁行为损害相关消费者权益,同时暴露了平台决策受舆论裹挟、忽视正当程序的缺陷。

2. 消费者权益受平台封禁行为影响的案例分析

2.1. 消费者权益受损类型梳理

平台的违法封禁行为通常会侵害消费者的知情权、自主选择权和公平交易权等权利。以“二选一”行为为例,2010年腾讯与奇虎360的“3Q”大战中,消费者电脑安装360软件后会自动停止QQ运行的情况。这种行为剥夺了消费者的自主选择权和公平交易权^[1]。面对占据优势的主流平台,消费者个体对平台有很大的依赖性,受到“锁定效应”的限制。此类平台的“二选一”封禁行为,会迫使消费者放弃另一个选择。平台利用自身优势地位进行的封禁行为,破坏消费者自主选择权,使得平台经济中的消费者的自主权逐步丧失。相比于“二选一”的强硬逼迫,封禁链接更为常见,如微信封禁抖音链接、封禁飞书相关域名,给消费者行使选择权设置不必要的障碍。

平台封禁行为不仅会侵害消费者自主选择权,也会在一定程度上让消费者在平台封禁过程中遭受的财产损失。以电商平台为例,不少消费者因被误判违规刷单,平台直接封禁账户,冻结账户内未提现资金,导致消费者个人财产陷入困局,核心财产权遭到侵犯,资金流动性受阻,经济损失随着时间扩大。不少游戏平台常出现虚拟财产使用权被剥夺,充值了资金的账号被封禁导致无法使用,消费者基于对平台的信任,封禁却让这份信任反噬自身财产利益。

除以上所说的消费者权益受损,平台封禁也可能会侵害消费者的隐私权,主要是在封禁过程中的不当处理导致数据泄露。例如某招聘软件在接收到员工投诉之后,未经调查直接将该公司账号封禁,导致招聘工作瘫痪,而该账号绑定的企业法人或相关责任人等个人信息也被一并限制使用,侵犯了用户权

益，也对个人隐私权益信息有所影响。

综上所述，平台封禁行为会导致各种形式的消费者财产权受损，主要原因是平台规则不透明、执行手段不规范。所以亟须完善相关法律法规，制衡平台权力，给平台消费者撑起法律保护伞。找到各类型受损深层原因，发现针对性维权路径，才能切实保障消费者的合法权益。

2.2. 影响因素分析

2.2.1. 平台规模与市场地位

互联网巨头平台凭借庞大的用户基础、市场支配者地位，封禁行为的影响非常大。例如电商巨头，大量的商家、消费者依赖其平台进行交易，一旦封禁商家或是消费者账号，消费者瞬间失去便捷的购物渠道，退款、售后受到阻碍。因其规模大，替代品难寻，消费者被迫接受封禁带来的不便，权益受损严重；小平台资源、影响力有限，封禁影响范围小，用户可以转投他家，消费者权益受到冲击成更小。且头部平台具有话语权，规则自然会偏向己方，规则偏向自身，封禁时消费者难抗衡，议价、申诉空间小，权益难保障。

2.2.2. 平台规则的完善程度和执行力度

平台为主体制定的规则模糊不清是消费者权益受损的“帮凶”，像部分社交平台封禁规则并没有明确界定敏感信息、违规行为标准，运营方可以随意封禁，消费者也一头雾水，不知为何受限，申诉找不到依据；规则朝令夕改，用户难适应，账号莫名封禁，投入心血积累的人脉、内容无法获取、流量无法变现等。执行层面，若缺乏监督、惩处不严，内部人员违规操作频发，恶意封禁牟利；执行过严、缺乏弹性，误封正常账号却不及时解封，消费者正常使用受扰，名誉、社交及财产权益受损。

2.2.3. 消费者个体特征

资金投入多的消费者，如平台充值高昂金额的会员、长期储值的理财用户，平台封禁行为可能导致其资金冻结、服务中断，带来惨重损失；依赖平台社交、工作的消费者用户，像远程工作者被办公协作平台封禁，工作停滞，影响收入；数字素养低的老年消费者、偏远地区消费者，遭遇平台封禁不清楚申诉流程、证据收集，维权艰难，只能默默承受权益损失；消费维权意识强的消费者，懂得借助媒体、法律武器来争取权益，降低受损程度，而维权意识不强的消费者则往往自认倒霉，从而导致权益持续受损。

2.2.4. 外部监管环境

法律法规落实到位的地区，消费者面对平台封禁行为，往往有法可依。《消费者权益保护法》《网络交易管理办法》明确权益范围、平台责任，利于维权；网络监管方面，职能部门定期审查平台，督促合规运营，违规封禁行为一经查实，将会严惩平台，震慑力强；但若是监管力度不足、人力物力不足，新兴平台难以管理，侵权封禁频发，消费者投诉无门，等待处理结果遥遥无期，消费者权益将难以及时恢复与保障，其权益受损程度只能不断加深[2]。

3. 平台封禁行为的法律规制体系及实施困境分析

3.1. 平台封禁行为的多元法律规制体系

3.1.1. 反垄断法规制路径

《反垄断法》作为规制市场垄断行为的基础性法律，对平台封禁行为形成三重约束机制。该法第 17 条明令禁止具有市场支配地位的经营者实施限定交易等滥用行为，若平台企业通过技术手段或协议安排限制用户访问第三方链接且达到市场支配地位标准，可构成滥用市场支配地位。《反垄断法》赋予了与

垄断行为有直接利害关系的消费者以诉权,但缺乏举证责任等具体规定,本质上给予消费者的是附带的、间接的保护。这种间接保护并不适用于当前的现实状况。

3.1.2. 反不正当竞争法适用逻辑

《反不正当竞争法》同《反垄断法》一样对消费者权益保护采取间接保护方式。《反不正当竞争法》对消费者权益保护的间接程度高于《反垄断法》。当封禁行为符合“恶意不兼容”等法定情形时可直接适用具体条款;对于新型技术性封禁,可依据诚信原则和商业道德进行扩展解释。但《反不正当竞争法》中未赋予消费者诉权,目的价值条款所强调的消费者利益,仅作为判断违法性的依据,依附于行为性质分析[3]。只有通过经营者才能行使诉权,将封禁行为认定为违法行为,进而阻止行为进行和损害的进一步发生,才能保护消费者的合法权益。对消费者的合法权益并不是直接的规定。

3.1.3. 电子商务特别法规制

《电子商务法》第 35 条创设平台“优势地位滥用禁止规则”,突破传统反垄断法市场支配地位认定标准,只要平台实施不合理限制、附加交易条件即可构成违法。第 32 条要求的规则透明性原则,对平台单方修改服务协议实施封禁形成程序性约束。2023 年《互联网平台分类分级指南》细化了超大型平台的特殊义务。

3.1.4. 消费者权益保护维度

《消费者权益保护法》第 9 条确立的自主选择权与第 10 条公平交易权构成核心保障机制。平台封禁行为若实质剥夺消费者跨平台比价、交易的权利,即构成对上述权利的侵害[4]。2024 年实施的《条例》第 19 条新增“不得通过技术手段不当限制用户选择”的禁止性规定,为消费者维权提供直接依据。

3.2. 法律实施中的现实困境

3.2.1. 规范建构层面

概念界定模糊。平台封禁行为在现行法律体系中缺乏统一定义,API 接口屏蔽、流量降级、SDK 限制等技术手段的合法性边界不清,最终导致同案不同判现象,损害了法律适用的统一性与可预期性。

责任配置失衡。民事赔偿以补偿性为主,难以形成有效威慑;行政罚款上限(上年度销售额 1%~10%)与平台经济规模不匹配,违法成本显著偏低,难以形成有效的合规激励,甚至可能被视为可接受的“经营成本”。

3.2.2. 制度运行层面

救济渠道阻塞。用户需举证封禁行为与损害结果的因果关系,但平台算法黑箱导致举证困难。不仅造成平台合规的困扰,更严重削弱了法律规制的权威性和有效性,暴露了现有监管协同机制的深层缺陷。

监管协调碎片化。网信办、市监总局、工信部等多头监管导致执法标准不一,这种多头监管、权责交叉的模式极易导致针对同一平台封禁行为的监管结论冲突与执法标准不一。平台封禁纠纷出现三家监管部门结论冲突的典型案例。

3.2.3. 技术规制层面

行为识别具有滞后性。现行监管技术主要依赖举报投诉等被动机制,对 API 调用频次异常、隐性流量限制等新型封禁手段缺乏主动监测能力。

如今互联网的平台经济以锁定效应、网络效应等为其特征,注意力经济中,消费者注意力成为争夺的目标,消费者本身构成了平台的关键价值要素。在新经济模式中,消费者重要性凸显。消费者是平台经济的主导者,这种间接保护方式未能显示出消费者的重要性,与其在平台经济中的定位不适配。

4. 平台封禁行为下消费者权益保护的建议

4.1. 明确权利义务关系与救济路径

4.1.1. 界定平台封禁行为法律定义与认定标准

从平台与平台用户的关系出发,平台封禁行为是指互联网平台基于自身规则、商业考量和合规需求,限制或终止用户账号特定功能、乃至完全禁止访问的行为。定义同时需区分永久性、临时性封禁,以及基于违反平台规则、平台战略调整等不同类型封禁行为。建立客观的认定标准,对违反法律法规行为如售卖假货、网络诈骗等,需相关法律规定为依据;违反平台规则行为,平台规则需明确、具体且合理,例如设定商家好评率低于一定比例将被关闭店铺,该比例设定需经市场调研并考量公平性;基于用户不当言论封禁,平台应核实言论具体内容、发布时间及传播范围等证据,证明其确实违反平台规则或法律法规[5]。

4.1.2. 细化平台封禁过程权利义务关系

平台有权对违反法律法规或合理平台规则的用户实施封禁,如用户侵犯他人知识产权时,平台可封禁相关账号保护权利人权益。平台有权制定符合法律法规框架、经公示等合法程序的合理规则。平台需在封禁前通知用户,通知内容包含封禁原因、依据及预计封禁时长(临时封禁)等信息,并为用户提供畅通有效的申诉通道,且在合理时间(如一周或十天)内处理申诉并答复。

4.1.3. 明确平台滥用封禁权力责任追究

平台滥用封禁权限导致用户经济损失。如商家因平台封禁失去订单收入,平台应承担包括直接和间接损失的赔偿责任;消费者因平台滥用权限无法正常使用服务,平台需退还未使用部分费用并给予补偿。监管部门可对滥用封禁权力平台进行行政处罚,包括罚款(按平台规模和滥用严重程度处10万~100万元)、责令限期整改,还可要求平台公开道歉。

4.1.4. 完善消费者权益救济法律途径

建立由行业专家、法律专业人士、消费者代表组成的专门平台纠纷仲裁机构,仲裁程序简便高效且结果具法律效力;设立专门网络平台纠纷诉讼通道,法院对涉及平台封禁行为的消费者权益纠纷采用简易程序审理,简化证据交换和庭审环节。

4.2. 加强平台自我监管

4.2.1. 推动平台完善内部治理机制

平台若要强化自身内部治理机制,可以从组织架构入手。明确各部门在封禁行为管理中的职责,保障分工合理、协同高效。平台还可以组织设立专业审核团队对可能触发封禁的行为进行研判,防止封禁时误判而随意封禁,确保实施封禁行为时的决策公正准确。要构建完善的内部治理机制,平台就要通过广泛征求社会尤其是消费者和商家意见,制定公平透明、合理规范的平台封禁规则与程序,平衡各方利益。同时,平台还要清晰界定商家售假、欺诈、严重违约等封禁情形的认定标准,制定详细封禁程序,封禁前充分通知相关方、解释违规条款并告知申诉途径,全程记录封禁过程以便后续监督。

4.2.2. 强化人员专业培训

平台可以开展针对审核、客服、运营等关键岗位的系统培训,确保员工依法依规履职。向员工深入讲解平台封禁规则与程序,保证员工准确理解并严格执行;开展沟通技巧和服务意识培训,提升员工处理消费者与商家问题的能力,避免因沟通不当引发纠纷或矛盾激化。

4.2.3. 构建投诉申诉响应体系

平台需设置在线客服、电子邮箱、电话热线等多渠道投诉入口并保障畅通。对消费者的投诉申诉须在 24 小时内确认接收并反馈处理进度，建立快速处理机制。做到简单投诉即时解决，复杂申诉组建专项团队深入调查，在合理期限内作出裁决，并向申诉方详细说明裁决依据。

4.3. 构建多元化纠纷解决机制

在平台封禁引发的消费者权益纠纷日趋复杂背景下，监管部门同平台构建多元化纠纷解决机制，才是维护消费者权益、稳定市场秩序的核心路径，合理构建机制主要通过整合多渠道解决方式，为消费者提供高效公正的权益救济途径。

4.3.1. 搭建综合性纠纷解决平台

整合行政调解、行业仲裁、司法诉讼等资源。行政调解方面，监管部门设立专门投诉窗口，经调查核实后依据法规要求平台重新评估封禁决定或协助消费者减少损失。

4.3.2. 组建专业纠纷解决机构

由行业专家、法律人士和消费者代表构成调解团队处理一般性平台纠纷；建立在线仲裁平台，配备专业仲裁员队伍并制定适配平台纠纷特性的仲裁规则。这两种方式凭借灵活、保密、专业优势，避开冗长诉讼程序，快速高效解决消费者纠纷。

4.3.3. 优化司法诉讼体系

督促法院强化审判能力，帮助法院设立电子商务审判庭或专业法官团队，深入研究平台封禁法律问题以提升审判专业性。简化诉讼流程推行立案登记制、电子送达、在线庭审等便民举措；明确平台举证责任，要求其提供封禁依据及数据记录防止隐匿证据；同时加强法院与行政部门、仲裁机构信息互通与协作，形成纠纷化解合力[6]。

4.4. 加强消费者教育与权益意识培养

消费者权益意识培养是构建权益保护体系的重要基础，监管部门可以通过线上线下结合的网络消费教育与培训计划，提升消费者对平台封禁行为的认知、风险防范及自我保护能力。

4.4.1. 构建专业网络消费教育平台

整合资源开设针对性课程，系统剖析平台封禁常见类型与成因。结合商家售假、虚假宣传、侵犯知识产权等典型案例，解读平台规则边界，帮助消费者明晰行为规范。

4.4.2. 多渠道定期发布网络消费警示与操作指南

利用社交媒体、电商平台官方账号等，聚焦平台封禁热点问题与消费陷阱发布警示，提醒消费者警惕超低价商品风险；同时提供实用指南，指导消费者在商家被封禁后完成退款申请、交易记录留存等具体操作[7]。

4.4.3. 在社区活动中心、高校、商业广场等场所举办线下主题讲座

邀请行业专家、法律学者和平台运营人员，结合实际案例深入探讨平台封禁对消费者权益的影响及应对策略，强化消费者风险认知。

4.4.4. 联合消费者权益保护组织、社区居委会开展线下互动培训

通过模拟交易场景、角色扮演等形式，让消费者在实践中掌握平台交易中的权益保护方法，提升实际应对能力。

通过上述线上线下活动,增强消费者对平台封禁行为的认知与防范能力,强化自我保护意识,推动形成全社会共同参与的消费者权益保护氛围。

参考文献

- [1] 朱开颜. 平台封禁下的消费者权益保护[J]. 中国价格监管与反垄断, 2024(5): 64-67.
- [2] 张佳红. 平台封禁行为下消费者利益的保护[J]. 中国流通经济, 2023, 37(1): 117-126.
- [3] 刘虹显. 互联网平台的封禁行为及其法律规制[J]. 天中学刊, 2022, 37(2): 21-27.
- [4] 陈兵, 赵青. 《反不正当竞争法》下互联网平台“封禁”行为考辨——以消费者(用户)合法权益保护为中心[J]. 中国应用法学, 2020(4): 19-34.
- [5] 张江莉, 张镭. 平台经济领域的消费者保护——基于反垄断法理论和实践的分析[J]. 电子政务, 2021(5): 29.
- [6] 宁立志, 喻张鹏. 平台“封禁”行为合法性探析——兼论必需设施原则的适用[J]. 哈尔滨工业大学学报(社会科学版), 2021(23): 44.
- [7] 叶明, 冉隆宇. 从间接保护到直接保护: 平台经济下消费者在反垄断法中的定位[J]. 竞争政策研究, 2021(5): 10-11.