

摘要

随着互联网平台生态经济的持续纵向发展，超级平台背后的互联网平台企业逐渐成为我国经济增长的重要驱动力。在早期，互联网平台企业通过“流量为王”的模式占据山头，市场竞争毫无秩序。互联网平台企业为了“占山为王”，通过各种手段阻碍竞争对手进入市场，如 2008 年的淘宝网屏蔽百度搜索引擎禁止其抓取经营者信息事件、2010 年奇虎 360 与腾讯 QQ 的大战事件、2015 年微信单方面封禁支付宝的红包链接事件及 2022 年微信封禁飞书端口事件。这些层出不穷的平台封禁事件告诉我们，互联网平台逐渐需要走向公平竞争，为互联网平台企业及其他参与主体参与市场竞争提供不断的竞争势能和创新动力。互联网平台企业现多依托互联网平台实施更宽泛的竞争，不仅在商业竞争领域产生了深厚的影响，更是影响了用户的日常生活和消费生产活动。

平台封禁行为往往产生于有竞争利害关系的互联网平台之间，行为外观上大致表现为拒绝交易或限定交易，这或许同样会妨碍消费者的自主选择权及公平交易权的行使，但绝不可以与平台封禁行为的法律属性具有违法性混为一谈，还需审慎对待。笔者拟按照反垄断法基本分析范式，结合平台经济的特点及近年来的典型案例，探讨平台封禁行为。具体内容如下：

第一部分，导论。首先，通过介绍平台封禁行为的案例及政策重点，指明了平台封禁行为规制问题在反垄断法框架下实施解读的必要性。其次，介绍了平台封禁行为的国内外研究现状，如平台封禁行为的含义、影响、规制现状等内容。最后，点明了本文的研究方法、研究对象及创新点。

第二部分，平台封禁行为的历史发展及危害性。首先，明确了平台封禁行为的产生及发展。其次，指明了平台封禁行为的类型及特点。最后，明确了平台封禁行为的社会危害性，论证了平台封禁行为应受规制的必要性。

第三部分，平台封禁行为规制的法律依据选择。一方面，平台封禁行为

可能落入《民法典》《电子商务法》《反不正当竞争法》的规制范畴，但该等法律依据作为平台封禁行为的可行规制路径存有不足。另一方面，论证可运用《反垄断法》规制平台封禁行为，《反垄断法》规制路径虽亦有不足，但效益更高。通过论述互联网平台企业本身的垄断趋势、实施平台封禁行为的主体多为具有市场支配地位的互联网平台以及目前我国已经初步构建了平台封禁行为的反垄断规制框架的立法现状，得出平台封禁行为可由《反垄断法》规制的结论。

第四部分，平台封禁行为的《反垄断法》规制问题分析。明确了现阶段《反垄断法》规制平台封禁行为仍存在的问题，问题有三，分别是难以认定市场支配地位、正当理由界定模糊及适用必要设施理论存在困局。

第五部分，平台封禁行为的《反垄断法》立法建议。在实践中，运用《反垄断法》规制平台封禁行为依然存在一些问题，笔者建议通过充分利用法条提供的空间，扩宽认定互联网平台企业市场支配地位、审慎考量正当理由抗辩及加强必要设施理论理解和适用的方式，以期有效规制平台封禁行为。

关键词：平台封禁行为；必要设施理论；反垄断规制

Abstract

Along with the in-depth development of the Internet platform ecosystem, the speed, scale and potential of development of Internet platforms are undoubtedly a key driving force for the better development of our country's economy. The act of banning a platform usually occurs between competing and interested operators. It appears to disagree with or restrict transactions, and may impede consumers' exercise of their right to choose and the right to fair trading. Therefore, it absolutely should not be confused with the illegality of banning a platform. Be Cautious. The author intends to discuss the behavior of platform banning according to the basic analysis paradigm of Anti-monopoly Law, the characteristics of platform economy and typical cases. The details are as follows:

Part I, Introduction. By introducing the cases and policy priorities of platform banning, this paper points out the necessity of interpreting platform banning behavior and regulatory issues under the framework of the Anti-Monopoly Law, and discusses the purpose and significance of this study. Then, the current research status of platform blocking behavior at home and abroad was introduced, such as the meaning and impact of platform blocking behavior. Finally, the research methods and innovation points of this paper are clarified.

The second part is an overview of platform bans. It not only clarifies the connotation of platform blocking behavior, but also indicates the types and characteristics of platform blocking behavior. Moreover, on this basis, the social harm of platform blocking behavior is clarified, and the necessity of platform blocking behavior should be regulated is demonstrated.

The third part is that the Civil Code, the Electronic Commerce Law, and the Anti-unfair Competition Law are insufficient as a feasible regulatory path for platform blocking. It is clear that regulation logic of platform blocking under the current anti-monopoly legal framework is "market dominant position - restrictive competition behavior - no justifiable reason - restrictive competition effect", and

the regulation of platform blocking under the Anti-monopoly Law has operability and better efficiency.

The fourth part is that anti-monopoly law regulation dilemma of the regulation of platform closure. It also puts forward the problems existing in the anti-monopoly law to regulate the ban of the platform, that is, the market dominance cannot be identified, the definition of legitimate reasons is vague, and there are difficulties in applying the necessary facilities theory.

The fifth part is countermeasures for the application of anti-monopoly law to the ban of platform. Although it is theoretically applicable to regulate the ban on platforms under the framework of anti-monopoly law, there are still problems in the application process. On this basis, the author proposes to make full use of the space provided by the law, flexibly identify the relevant market and market dominant position, carefully consider the justifiable defense and strengthen the theoretical understanding and application of necessary facilities, with a view to effectively regulate the ban on the platform under the better current legal framework.

Keywords: Platform banning; Theory of necessary facilities; Antitrust regulation

目 录

1 导论	1
1.1 问题的提出	1
1.2 文献综述	4
1.3 研究设计	7
2 平台封禁行为的历史发展及危害性	9
2.1 平台封禁行为的产生及发展	9
2.2 平台封禁行为的特点与类型	10
2.3 平台封禁行为的社会危害性	15
3 平台封禁行为规制的法律依据选择	18
3.1 平台封禁行为的《民法典》规制及弊端	18
3.2 平台封禁行为的《电子商务法》规制及弊端	19
3.3 平台封禁行为的《反不正当竞争法》规制及弊端	20
3.4 平台封禁行为的《反垄断法》规制选择	21
4 平台封禁行为的《反垄断法》规制问题分析	27
4.1 难以认定市场支配地位	27
4.1.1 相关市场界定难	28
4.1.2 市场支配地位认定难	29
4.2 正当理由界定模糊	30
4.2.1 企业自主经营权抗辩	31
4.2.2 正当收益抗辩	32
4.3 适用必要设施理论存在困局	32
4.3.1 认定必要设施的标准过于苛刻	33
4.3.2 开放互联网平台后可能存有弊端	34
5 平台封禁行为的反垄断法立法建议	36

5.1 扩宽认定市场支配地位方式.....	36
5.1.1 灵活认定相关市场.....	36
5.1.2 扩宽认定市场支配地位方式.....	38
5.2 审慎考量正当理由抗辩.....	40
5.2.1 判定平台封禁行为有无必须性.....	40
5.2.2 注重适用比例原则.....	41
5.2.3 优化正当理由抗辩条款.....	42
5.3 加强必要设施理论理解和适用.....	43
5.3.1 认定互联网平台为必要设施的可行性分析.....	43
5.3.2 合理认识开放必要设施的利弊.....	44
5.3.3 妥善修正目前的必要设施制度.....	45
5.3.4 落实必要设施的通知开放行使程序.....	46
结语.....	48
参考文献.....	49
致谢.....	54

1 导论

1.1 问题的提出

近年来，因为平台经济的爆炸式的发展，平台经济模式愈发发展成各领域的主流商业模式。在全球范围内，互联网平台企业通过旗下互联网平台实施封禁的事件层出不穷。例如国外 FTC 诉 Meta 对竞争对手平台的 API 接口实施限制、屏蔽行为，谷歌限制非谷歌系公司旗下的产品使用其 API 接口、利用搜索引擎屏蔽竞争对手投放的广告等事件，到国内微信平台单方关闭飞书平台的 API 接口，单方封禁支付宝红包链接，字节跳动旗下抖音平台与腾讯旗下微信平台之间的“头腾大战”等平台封禁案例或事件。这些事件凸显出互联网平台企业使用一些技术手段或利用平台管理规则，对与其有竞争关系的互联网平台或其他主体实施封禁行为已变得十分常见，这导致部分互联网平台企业旗下的互联网平台滥用其优势地位，扰乱了自由公平的竞争环境，不当减损了用户的合法权益。

深圳微源码公司诉腾讯公司滥用市场支配地位案是凸显平台封禁行为无法被法律规制的典型案例。2017 年，深圳微源码公司以腾讯公司旗下微信平台封禁其公众号的行为涉嫌滥用市场支配地位为由起诉腾讯公司。在本案中，原告微源码公司认为被告腾讯公司旗下的微信平台在中国境内的即时通讯软件及服务市场中具有市场支配地位。在此前提下，被告腾讯公司旗下微信平台的拒绝与交易相对人实施交易的行为滥用了市场支配地位，妨碍了原告在市场上的正当竞争，侵犯了原告深圳微源码公司的合法权益。法院经审理后认为：1. 在市场支配地位认定上，即使微信平台的用户总量基数大，但并不能完全将此与被告腾讯公司具有市场支配地位划等号，且被告腾讯公司未能按照法律要求证明被告腾讯公司旗下的微信平台具有市场支配地位，应当承担举证不利之后果。2. 在被告腾讯公司实施的平台封禁行为是否构成滥用市场

支配地位的认定方面，法院则认为被告腾讯公司在本案中对原告深圳微源码公司注册的公众号实施封禁的行为不构成拒绝交易行为¹。该案以法院驳回原告全部诉讼请求后，深圳微源码公司未在上诉期内上诉而一审判决生效告终，不难从本案中发现因腾讯公司旗下的平台封禁其公众号所产生的问题。即未能按照法律要求举证证明被告腾讯公司具有市场支配地位。并且其要求腾讯公司实施信息公开，明确告知公众号被封的原因、封号时应告知使用者封号时间等合理诉讼请求均未获支持。在微信平台规则不够平等公开的前提下，是否意味着腾讯公司始可以随便找一个“合理”的理由任意封禁用户的公众号或微信号呢？

互联网平台企业使用一些技术手段或利用平台管理规则，对与其有竞争关系的互联网平台或其他主体实施封禁行为已变得十分常见，然而却几乎没有平台因其封禁行为而遭受不利后果，这凸显了国内现行法律规制平台封禁行为存有难以界定相关市场、认定市场支配地位难、无法认定拒绝交易行为的限制竞争效果以及因拒绝交易行为产生于上游市场而妨碍结果产生于下游市场导致无法认定封禁方滥用市场支配地位等问题。

国家释放出严厉打击平台垄断行为的信号，因此对平台封禁行为及其规制实施法学解读同样是推动国家经济发展与改革的题中应有之义。在2021年8月召开的中央会议中，习近平总书记指出要“要深化平台经济领域的执法和司法，完善现行反垄断的规制体系和规制机制……”²2021年9月9日，工信部主持召开了行政专题指导会，专门针对平台封禁问题提出意见，召集了包括美团、百度、淘宝、微信等众多互联网平台背后的互联网企业。在此次行政专题指导会上，工信部相关执法人员要求各个超级平台必须在规定期限内按要求解除不当与不合理的封禁与屏蔽行为。³同年10月，时任国家市场监督管理总局局长的张工在接受采访时严厉表明“要加大反垄断的执法力度，严防资本无序发展扩张……严格依法依规查处垄断行为，以公正的监管措施来促

¹ 参见深圳微源码软件开发有限公司诉腾讯科技（深圳）有限公司、深圳市腾讯计算机系统有限公司垄断纠纷案，广东省深圳市中级人民法院（2017）粤03民初250号民事判决书。

² 参见时建中：《提高监管效能 促进平台经济高质量发展》，载《光明日报》2021年9月28日10版。

³ 参见俞舒珺：《平台相互屏蔽网址链接将被重点整治》，载《中国网》，<http://zjnews.china.com.cn/yuanchuan/2021-09-13/300477.html>，最后访问日期：2023年3月10日。

进正当公平的竞争环境。”⁴2021 年下旬，市场监管总局针对美团“二选一”的违法行为下达了 34 亿元的天价罚单⁵。2022 年 12 月 26 日，市场监管总局对知网限定交易行为罚款 8760 万元⁶。这些都预示着国内将严厉打击互联网平台经济领域的垄断行为。在此背景下，有必要对平台封禁行为实施反垄断法框架下的解读。

结合其他案例或新闻，可见微知著地总结出当前平台封禁行为法律规制中存有一些问题，亦为本文所提出的问题，即平台封禁行为的违法性认定问题及如何规制问题。笔者拟在《反垄断法》的框架下剖析平台封禁行为的规制路径，尝试在事前避免、事后惩戒的角度为治理平台封禁行为提供可行之法，促进互联网生态积极、健康的发展。

本文的选题以实务和理论界均存有争议的平台封禁行为作为研究对象。在理论层面，有利于丰富对现行《反垄断法》的理解与适用。“平台封禁”并不是一个法律术语，现理论界仍未对平台封禁行为作出定义，甚至对于“封禁”一词本身是否准确尚存有争议，现有“限制”与“屏蔽”之说。而在众多平台封禁行为中，如何区分其行为是基于企业自主经营权的商业行为，还是滥用市场支配地位，是亟需厘清的问题。还需以《反垄断法》为框架，解决界定平台封禁行为的相关市场及认定互联网平台的支配地位等诸多难题，对丰富垄断理论，深化现行反垄断法的理解与适用具有理论意义。在实践层面，可以对认定与规制平台封禁行为做出指导。互联网平台的封禁行为是近年来才产生并愈演愈烈的行为，囿于法律规范的滞后性，现尚无专门的法律法规来对该行为进行约束或定义。因此，还需我们以法律为基础，以《反垄断法》为框架，结合经济学来分析平台封禁行为，厘清违法的、不利于竞争的平台封禁行为之特征与含义。依托国内外现有案例展开分析论证与实证研究，探索平台封禁行为的规制路径，为行政机关对平台封禁行为施以处罚、司法机关对平台封禁行为正确认定判罚提供理论支撑。

⁴ 参见初梓瑞、章斐然：《张工：坚持“三个并重” 切实履行好反垄断和反不正当竞争职责》，载《人民网》，<http://industry.people.com.cn/n1/2021/0110/c413883-31994958.html>，最后访问日期：2023 年 3 月 10 日。

⁵ 参见国家市场监督管理总局国市监处罚〔2021〕74 号行政处罚决定书。

⁶ 参见国家市场监督管理总局国市监处罚〔2022〕87 号行政处罚决定书。

1.2 文献综述

关于平台封禁行为的法律规制研究，至今理论界仍存有多种观点和看法，现仍未有哪一种看法成为主流。笔者拟从平台封禁行为的含义和定义、平台封禁行为的影响、平台封禁行为的规制路径以及目前平台封禁行为的法律规制问题等角度对现有相关理论成果进行研究和剖析。

第一，关于平台封禁行为的含义，平台封禁行为不属于法律层面的概念，在学术界已是统一认识，却就平台封禁行为的定义却各持己见。张江莉、张镭（2020）认为，平台封禁行为一般可外化为因争夺互联网平台的活跃用户而实施的封闭其他互联网平台或者其他主体的行为，是平台自我优化、平台二选一、拒绝接入其他链接、封闭 API 行为的总称⁷。殷继国（2021）认为，平台封禁行为系互联网平台使用技术手段禁止或限制其他平台在本平台直接分享链接的行为，包括拒绝接入其他链接和封闭 API。二选一和平台降维与自我优化因更符合限定交易和差别待遇行为不属于平台封禁行为的范畴⁸。陈兵、赵青（2021）认为，平台封禁行为在外观上主要体现为拒绝交易行为，在行为效果上通常伴着侵害普通用户的合法权利⁹。总而言之，固然关于平台封禁行为的定义没有形成统一认识，却已将注意力定位到互联网平台采取的限定平台间跳转或阻碍特定信息流通的行为。

第二，关于平台封禁行为的影响，平台封禁行为对市场经营者、市场竞争及消费者福利的影响好坏与否没有达成统一认识。薛军（2021）认为，平台生态实质上系平台企业的资产，行使财产权势必将伴着某种程度的排他性，其可以按照自己的经营策略，自主选择开放与否与具体的开放范围，系自主支配财产权利的体现¹⁰。却有学者认为，平台封禁行为妨碍市场公平、自由的竞争秩序。如焦海涛（2020）认为，若封禁行为猖獗，纵使某一平台所占市场份额不高，却整体而言实施封禁行为的平台所占市场份额不低，将导致各平台用户被牢固地锁定，市场进入封闭状态，潜在竞争者无法进入，无疑将

⁷ 参见张江莉、张镭：《互联网“平台封禁”的反垄断法规制》，载《竞争政策研究》2020年第5期。

⁸ 参见殷继国：《互联网平台封禁行为的反垄断法规制》，载《现代法学》2021年第43期。

⁹ 参见陈兵、赵青：《反垄断法下互联网平台封禁行为适法性分析》，载《兰州学刊》2021年第8期。

¹⁰ 参见薛军：《“头腾大战再起”，社交媒体平台有义务向竞争者开放吗？》，载新京报，<https://www.bjnews.com.cn/detail/161235027815631.html>，最后访问日期：2022年12月31日。

对市场竞争秩序造成严重破坏¹¹。陈兵（2020）认为，从平台用户合法权益保护的视角出发，平台封禁行为直接限制了用户权利，对消费者福利的增加无益¹²。同样有学者将平台封禁行为看成是一种竞争手段，需辩证地对待。孙晋（2021）认为，应多选择将平台封禁行为看成是一种中性的竞争手段，绝不可以简单粗暴地评价、规制该行为。因该行为的实质是市场自由竞争行为，所以只要其未违反法律法规，就因避免急于干预该行为¹³。郭传凯（2021）认为平台封禁行为是互联网领域屡见不鲜的竞争手段之一，只要其没有妨碍市场自由、公平竞争，就满足契约自由精神与自由竞争价值¹⁴。吴太轩、赵致远（2021）认为，理应增强对不合理的封禁行为的规制力度，肯定部分合理适度的平台封禁行为在竞争中的积极、正面影响¹⁵。

第三，关于平台封禁行为的规制路径，理论界主要关注点为平台封禁行为所损害的法益，进一步归纳除了规制该行为的法律规定，而这大多认为在《反垄断法》的规制框架下进行探讨是相对高效的。叶明、贾海玲（2021）认为，互联网平台企业的双重身份导致了其实施平台封禁行为的负面效果，互联网平台作为规则的制定与管理者，需要实施自我监督，但自我监督的边界同样需要法律规制，探究政府之手和平台自我监督之间的平衡点至关重要。虽然该观点并不是主流的观点，却同样阐述了平台封禁行为在特定情形下具有合法性¹⁶。陈兵、赵青（2020）认为，平台封禁行为规制角度很多，包括《反垄断法》与《反不正当竞争法》，也可以尝试从用户权益保护的思路出发¹⁷。段宏磊（2021）认为，从《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》《电子商务法》及《反垄断法》视角均可以对平台封禁行为进行规制，缺点在于该体

¹¹ 参见焦海涛：《电商平台“二选一”的法律适用与分析方法》，载《中国应用法学》2020年第1期。

¹² 参见陈兵、赵青：《互联网平台封禁行为的反垄断法解读》，载《法治现代化研究》2020年第4期。

¹³ 参见孙晋：《平台“封禁”行为的类型化意义》，在“网络平台‘封禁’行为的竞争法规制”高端专题论坛的学术演讲。https://mp.weixin.qq.com/s/_FtWhf9XK3civE8YBu8WdQ，最后访问日期：2022年12月31日。

¹⁴ 参见郭传凯：《互联网平台企业封禁行为的反垄断规制路径》，载《法学论坛》2021年第4期。

¹⁵ 参见吴太轩、赵致远：《〈电子商务法〉规制电商平台“二选一”行为的不足与解决》，载《竞争政策研究》2021年第1期。

¹⁶ 参见叶明、贾海玲：《双重身份下互联网平台自我监管的困境及对策——从互联网平台封禁事件切入》，载《电子政务》2021年第5期。

¹⁷ 参见陈兵、赵青：《反垄断法下互联网平台“封禁”行为适法性分析》，载《兰州学刊》2021年第8期；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》，载《中国应用法学》2020年第4期。

系稍显分散¹⁸。

第四，关于平台封禁行为法律规制存在的问题，主要表现为平台封禁行为的特殊性、法律规制工具的不适性。就前者而言，主要表现为隐蔽性及强制性。刘晓春（2022）认为，因为平台内部各市场纷繁复杂，运行过程无法为外界了解，平台通过基于平台规则与数据算法实施的封禁行为存在某种程度的隐蔽性，对该行为的认定难度被大幅提升¹⁹。王健、季豪崢（2020）认为，在执法部门对平台封禁行为实施调查时，平台内各用户也许会碍于平台的市场力量，不常会出现用户能主动配合调查的情况。就后者而言，其涵盖两个递进的层次。第一个层次是法律规范间的竞合与冲突，现国内有关规制体系并不健全，散见于《反不正当竞争法》《电子商务法》与《反垄断法》等法律法规，适用成为难题。第二个层次是反垄断法体系中传统方法的失灵²⁰。袁波（2020）认为，在反垄断法规制框架下，固有的“界定相关市场——认定市场支配地位——竞争效果分析——无正当理由”的判断逻辑同样适用于规制平台封禁行为，但囿于互联网经济的交叉网络效应、多归属等特性，相关市场与市场支配地位则成为判定的困点²¹。曾晶（2021）认为，受限于传统相关市场界定方式的不足，即难以适用于业务类型多元与动态竞争的互联网平台经济，将相应影响认定平台市场力量²²。

为满足互联网平台经济需求，国外许多国家和地区均在推动对于互联网平台履行开放、兼容义务的立法及司法解释，目前已初见成效。总体而言，欧盟与美国倾向基于平台统一立法，把平台封禁行为视为平台间竞争的一种具体行为，然后再考虑如何规制的问题。同时，深化了规制有关平台经济的不正当竞争行为及垄断行为的力度，尤其是重罚互联网平台的垄断行为。由于英美法系国家系判例法，所以能够从相关案例中探讨关于平台封禁行为的规制逻辑。“美国运通卡案”是认定相关市场突出的案例，由此双边市场理论被确认。德国与美国的“脸书案”是认定市场支配地位的经典案例，均重视

¹⁸ 参见段宏磊：《数字经济反垄断背景下链接封禁行为的规制路径》，载《财会月刊》2021年第12期。

¹⁹ 参见刘晓春：《数字平台生态系统的反垄断法定位与规制》，载《思想战线》2022年第48期。

²⁰ 参见王健、季豪崢：《电子商务平台限定交易行为的竞争法分析》，载《中国应用法学》2020年第1期。

²¹ 参见袁波：《电子商务领域“二选一”行为竞争法规制的困境及出路》，载《法学》2020年第8期。

²² 参见曾晶：《论互联网平台“二选一”行为法律规制的完善——以我国现行法律规范为视角》，载《政治与法律》2021年第11期。

平台用户规模和用户日活跃度。美国“微软诉讼案”是判断封闭 API 典型案例，虽然该案并未提出 Open API 或“平台封禁”的概念，但解决了许多与 API 有关的技术问题。数据经济发展初期，美国主张较为宽松的态度，行业自律成为规制的主要手段，审慎监管却随着互联网经济的发展而逐渐成为主流。欧盟则远超美国，采取相对严格的态度应对平台封禁行为。欧盟更新了规制平台封禁行为的理念原则，为互联网平台赋予了及时放开数据与端口的义务，以期提升国家与地区国应对平台经济领域的反垄断挑战。

1.3 研究设计

本文的研究方法为规范分析法。对平台封禁行为进行研究所涉及的法律规范诸多，其中包括但不限于《反垄断法》《禁止滥用市场支配地位行为暂行规定》（以下简称“滥用市场支配地位规定”）《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（以下简称“反垄断指南”）及《国务院反垄断委员会关于相关市场界定的指南》（以下简称“市场界定指南”）。通过对以上法律法规的解释研究，探究其立法目的与真意，从而更好地规制平台封禁行为。

本文的研究对象是平台封禁行为，拟在反垄断的框架下剖析平台封禁行为的规制路径，尝试在事前避免、事后惩戒的角度为治理平台封禁行为提供可行之法，促进互联网生态积极、健康的发展。本文的研究思路有五步，首先，通过分析案例及现行规范措施，指出当前平台封禁行为的法律规制存在的问题。其次，探讨了平台封禁行为历史发展及危害性。再次，通过分析平台封禁行为《民法典》《电子商务法》《反不正当竞争法》规制存有弊端及平台封禁行为的《反垄断法》规制存有可操作性且效益更优。紧接着，解读了《反垄断法》规制平台封禁行为存在的问题。最后，提出了平台封禁行为的治理路径建议，充分通过法条提供的空间灵活拓宽认定互联网平台企业在相关市场是否具有支配性地位、审慎考量实施平台封禁行为企业的正当理由抗辩及优化必要设施理论理解和适用。以期平台封禁行为可以被行之有效的措施予以规制。

本文的创新点：第一，在国内现行法律框架下对封禁行为的适法性实施逐一分析，总结得出在《反垄断法》框架下对平台封禁行为进行规制的独有

优势。第二，通过分析国内外各种平台封禁行为的热点案例，在现行法律框架下对其违法性展开案例分析与实证研究，从而为如何对平台封禁行为进行规制提供理论与实践基础。第三，结合百度与 360 案中北京一中院“协商-通知”流程²³的观点，并参照现有程序法规定，创造性的提出将超级平台认定为必要设施规制后的通知开放程序，试图解决必要设施理论应用于平台领域的不足。第四，与传统竞争法重视市场行为的事后监管不同，针对互联网平台领域传播广、影响力大的特点，重视对平台封禁行为实施事前规制，尝试做到防患于未然，以便更好的维护互联网平台企业间正常的竞争秩序。

²³ 参见北京百度网讯科技有限公司、百度在线网络技术（北京）有限公司诉北京奇虎科技有限公司、奇智软件（北京）有限公司侵犯商标权及不正当竞争纠纷案北京市第一中级人民法院（2012）一中民初字第 5718 号民事判决书，在该案判决中法院为了防止企业对 robots 协议的滥用，提出了关于 robots 协议纠纷的“协商-通知”解决程序。

2 平台封禁行为的历史发展及危害性

2.1 平台封禁行为的产生及发展

平台封禁行为在我国互联网发展初期便产生，近年随着平台经济的发展愈演愈烈。最早被公众熟知的平台封禁行为是“3Q大战”中涉及的“二选一”行为²⁴，奇虎公司要求用户对其旗下安全软件与腾讯公司旗下的QQ平台“二选一”，即若用户的电脑上已装载了奇虎公司旗下的安全软件，那么该用户则无法在其电脑上正常使用腾讯公司旗下的QQ平台。平台封禁行为不单是扰乱了正常的市场竞争秩序，同时也使得消费者不堪其扰。同时，“3Q大战”爆发前后，人人公司就百度公司涉嫌垄断诉诸人民法院²⁵。在这一案件中，人人公司主张百度公司不当利用其市场支配地位，对人人公司不当采取消减其自然排名部分收录数量，百度公司的行为最终被法院认定为其滥用市场支配地位，系最初的“自我优待”行为。伴着互联网平台经济的蓬勃发展，国内互联网用户早就逼近饱和。部分大型互联网平台为牟取不正当的利益，通过相当多的限制市场竞争的方式，以达到实现限制直接竞争者及潜在竞争者发展的目的。借此，平台封禁行为的类型愈发多元与更为高频，换言之，其形式早已从单一的“二选一”及“自我优待”演化为每一种更为隐蔽的方式。同时，关于平台封禁行为的案件数量日益增长。但是，在理论界与实践中，平台封禁行为系一个非专业意义上的法律概念，甚至对于“封禁”一词的使用是否妥当理论界均存有争议。在实践中，平台封禁行为中的“封禁”一词，可以从多角度出发探讨，如技术层面、商业维度以及公共利益等。以公共利

²⁴ 参见北京奇虎科技有限公司、奇智软件（北京）有限公司与腾讯科技（深圳）有限公司、深圳市腾讯计算机系统有限公司不正当竞争纠纷案，最高人民法院（2013）民三终字第5号民事判决书。

²⁵ 参见唐山市人人信息服务有限公司诉北京百度网讯科技有限公司垄断案，北京市高级人民法院（2010）高民终字第489号民事判决书。

益这一角度出发，需要个案分析，即对平台封禁行为属性的判定还需将其放置于具体发生的场景。只有在综合审查的基础上，始可明确平台封禁行为系“损害竞争行为”又或者是“一般商业行为”²⁶。笔者认同部分学者将该行为命名为平台封禁行为的观点，至于该行为的实质、类型与特征，后文有表。

针对某些不合理的平台接入行为，互联网平台企业是有其自主经营权的，只有大型互联网平台企业拒绝他人通过正当途径接入平台时才涉及垄断行为。基于企业的自主经营权，互联网平台企业有权选择是否交易、与谁交易，这是规制平台封禁行为的逻辑起点。在这个层面上讲，某些平台封禁行为属于企业自主经营权范畴内的正常商业行为，并无竞争法意义上的违法性。然而，当某些互联网平台企业扩张到足够体量且在相关市场占据一定的支配地位时，其采用拒绝接入其他链接、“二选一”、屏蔽 API 接口等封禁手段拒绝其他互联网平台企业，阻碍平台间数据的互联互通与信息共享的行为，便可能涉嫌违反《反垄断法》。据此，笔者根据实施主体、封禁对象及外在表现，对平台封禁行为进行定义，即平台封禁行为是指大型互联网平台企业拒绝他人通过正当途径使用或获取其网络、数据、端口等平台资源的行为。

2.2 平台封禁行为的特点与类型

平台封禁行为发展到现在已有十余年，其实施模式也在不断变化，笔者通过对现行平台封禁行为的分析，总结出平台封禁行为具有实施主体多为超级平台、模糊性以及隐蔽性的特点，具体分析如下。

第一，主体多为超级平台，可从理论、实践层面两个层面出发讨论。根据平台分级的相关规定，被认定为超级平台需满足几个标准，即年平均活跃用户量超过五亿，年经济价值总额超过一万亿，经营范围多于两类市场等等²⁷。

²⁶ 同前注[17]，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》，载《中国应用法学》2020年第4期。

²⁷ 参见《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》第三条规定：“3.3 超级平台指同时具备超大用户规模、超广业务种类、超高经济体量和超强限制能力的平台。其中，超大用户规模，即平台上年度在中国的年活跃用户不低于5亿；超广业务种类，即平台核心业务至少涉及两类平台业务，该业务涉及网络销售、生活服务、社交娱乐、信息资讯、金融服务、计算应用等六大方面；超高经济体量，即平台上年度市值（估值）不低于10000亿人民币；超强限制能力，即平台具有超强的限制商户接触消费者（用户）的能力。”

从理论层面出发，因为超级平台具备巨大规模的用户基础，纵使其向用户提供的服务或产品系不收费的，同样可以让巨大规模的用户数据流量转化，以期实现流量变现。故基于超级平台本身系资源极度集中的聚合体，为保持其竞争优势，超级平台的各种封禁行为屡见不鲜。从实践层面出发，根据笔者梳理目前涉及平台封禁行为的案例情况，采取平台封禁行为以获得不正当的竞争优势的主体多为超级平台，而大多数时候，中小平台并不能通过平台封禁行为获取竞争优势，且中小平台实施封禁行为的危害性也相对较小。而上述超级平台采取的平台封禁其他产品链接的举措将非常明显地阻碍后进入市场的中小型互联网平台的发展。

第二，平台封禁行为具有模糊性，主要表现为无法与正常的商业行为相区分以及无法确认该行为是否限制竞争。从前者而言，事实上，平台封禁行为产生的背后有诸多值得引起注视的商业逻辑。互联网平台企业并非福利机构或事业单位，其作为商事主体具有最基本的逐利性。在某种情况下，一些新兴平台或者竞争对手平台通过接入互联网平台的接口，分享、读取甚至复制互联网平台的数据，这是令人难以接受的。从正当竞争、商业秘密这个角度来说，互联网平台为防止竞争对手引流其用户，提高其生态系统的用户体验，某些平台封禁行为有其实施的合理性与必要性。然而，互联网平台实施的平台封禁行为并非都是基于此目的，大多数是十分不合理的，这就导致与正常的商业行为之间很难区分。从限制竞争的效果来看，以经常实施封禁行为的微信平台为例，用户使用微信平台时，往往并不会在意其商业属性，而是基于最基本的社交需要。因微信推文、朋友圈的存在，一个人的对某个平台的使用会影响其周围的人，所以，微信平台不仅有着非常强的商业特性，同时还兼具比较强的社会公共属性。基于以上情况，分析互联网平台企业实施的平台封禁行为时通常也要考量其对社会文化、大众舆论是否产生积极作用或消极作用。针对某些危害第三人或者社会公共利益的网络行为，具有准公共属性的互联网平台企业基于社会担当，有必要及时的进行处理与封禁，然而许多规则又是平台自己制定的，这些规则是否合理亦有待商榷。一些通过平台封禁行为实施的平台维护工作，势必会影响到用户某些具体使用方面的权益。如何判定互联网平台企业实施的平台封禁行为的性质，互联网平台企业是否真的出于维护运营考虑，其行为是否影响了消费者的福利，是否排

除限制了其他平台企业的竞争，是难以衡量的。

第三，平台封禁行为具有隐蔽性，可以从平台封禁行为的真实目的难以被用户察觉与实施封禁行为的技术专业性出发予以探讨。就前者而言，互联网平台企业实施平台封禁行为时的目的无法被识别。互联网平台企业在实施封禁行为时，通常会找到一些合理的说辞，譬如为了保护平台内部用户的网络环境与信息安全，或者说是为了维护平台内部运行数据不被泄露，维护其正当商业秘密等，给他们无理举动背后披上一层合理的外衣。因此，在具体分析平台封禁行为的含义时，还需透过外表现象看清其封禁行为背后的实质目的。互联网平台企业实施封禁行为的真实目的实际上是为了防止竞争对手平台从其平台内部攫取流量与用户，他们会利用较为隐蔽的技术手段或优势地位默默地攫取更多的用户及流量，从而阻碍与其有竞争关系平台的向上良好发展。正是因为封禁行为与商业行为之间模糊性，外界很难仅通过互联网平台企业的行为来判断他们的真实意图，从而无法判断该行为是否具有正当性。就后者而言，平台封禁行为具有的技术专业性致使其隐蔽性更甚，难以被普通用户觉察。互联网平台企业往往是通过其技术手段实施封禁行为制约竞争对手平台，譬如封闭竞争对手平台的 API 接口抑或利用与用户之前签署的协议。所以通常来说，用户很难意识到是由于平台封禁行为而使得自己的合法权益受损。平台封禁行为涉及互联网技术与计算机知识，技术专业性强，而因此具有极强的隐蔽性，可能只有专业的互联网行业从业者才能了解其中的内在原理，普通用户很难觉察到。当然，平台封禁行为有可能是技术人员根据互联网平台企业的指示而恶意设置的限制，也有可能是基于程序设计瑕疵、部分信息未能及时更新导致。而这直接影响了互联网平台的主观目的与意图，但是到底是技术从业人员有意为之还是无心疏忽，一般的用户恐怕难以辨别，还需要同行业的技术人员进行判断，也导致了平台封禁行为的隐蔽性更甚。

因平台封禁行为隐蔽性、模糊性的特点，导致如今互联网领域的平台封禁行为屡见不鲜，笔者根据其现实表现，将平台封禁行为分为“二选一”、拒绝接入其他链接、自我优待、关闭 API 接口四个行为。

第一，强迫用户自家平台与竞争对手平台间“二选一”行为。互联网平台企业实施“二选一”行为的实质是互联网平台与合作商家签署了独家入驻

合同，通过合同约定限制平台内的商家再入驻与其有竞争关系的平台，目前该行为的违法性比较清晰。最初被认为属于“平台封禁”的行为便是强迫用户对自家平台与竞争对手平台间“二选一”的行为。当互联网平台企业要求其用户“二选一”时，意味着从结果来看，相关市场内的互联网平台之间不太可能有共同的用户群体，这也就导致了用户群体间彼此闭塞。互联网平台企业除了会要求消费者“二选一”之外，他们也可能要求入驻平台的商家对平台“二选一”，如近两年被市场监管总局处罚的阿里巴巴、美团“二选一”的行为。

互联网平台企业实施“二选一”的行为在外观上为最容易被用户察觉，也是最普遍的封禁行为。但“二选一”行为的实质似乎更符合“限定交易”行为。国家市场监督管理总局分别于2020年底与2021年对阿里巴巴公司、美团公司实施“二选一”的行为²⁸实施处罚，理由均是构成《反垄断法》第17条第1款第4项禁止“没有其他的正当理由，限定交易的相对方仅能与其进行交易行为”的滥用市场支配地位行为。因该行为已在中国市场存有多年，现有研究、案例对“二选一”的分析足够透彻，违法性清晰。国家市场监督管理总局在近两年已就许多互联网平台企业实施的“二选一”行为进行处罚，且处罚结果争议较小，故笔者仅将“二选一”作为平台封禁行为的一种类型介绍，不做细致阐述。

第二，平台内部的自我优待行为。平台内部的自我优待行为的逻辑起点是互联网平台企业既是平台的构建者，也是平台内的商家，其与其他平台内的商家是合作与竞争的关系。互联网平台企业可以通过一定的技术手段将其自营或者与其有关联关系的企业排名置于前段，或者将竞争对手的竞争排名置于尾部。互联网平台同样可能将其自营或者与其有关联关系企业的产品进行额外推广或推荐，从另外的角度来看，这将导致其他竞争者的产品落入劣势地位。以社交平台实施自我优待行为为例，其可能根据信息发布主体的不同对消息曝光率进行区别待遇。换言之，对与互联网平台企业自营或有关联关系的消息内容，或者是缴纳了排名费的广告商，社交平台将会对其曝光量予以优先安排，而对一般主体的消息内容则予以屏蔽或封杀，这从某种层面

²⁸ 同前注[5]，参见国家市场监督管理总局国市监处罚（2021）74号行政处罚决定书。同前注[6]，参见国家市场监督管理总局国市监处罚（2022）87号行政处罚决定书。

来讲也是一种类型的封禁行为。该行为的实质涉及违反《反垄断法》第 22 条第 1 款第 6 项²⁹，理论界争议不大，亦仅将自我优待作为平台封禁行为的一种类型介绍，不做深入讨论。

第三，拒绝接入其他链接行为。拒绝接入其他链接行为是互联网平台企业实施的关注最广、争议最大封禁行为。在互联网平台，由其是具有社交功能的平台中，用户出于分享的需要，往往会给其他用户分享其他平台的内容，具体操作为其他平台往往可以“一键分享”将该平台的网址链接复制到用户的剪切栏中，用户再通过平台中粘贴将链接发送给好友，然后好友可以点击链接或者推送框直接跳转到相应平台并精准定位到被分享的内容。然而互联网平台企业可能会出于多种原因通过技术手段使得自家互联网平台拒绝接入其他平台的链接，也就是说用户分享的链接在封禁方平台显示的并非链接，被分享的好友也无法通过点击链接跳转到相应平台并精准定位到被分享的内容，而必须通过将该链接复制至浏览器或被分享平台的方式才能打开浏览相关的内容，但是其自营或关联企业的应用不仅可以直接跳转，甚至还可以在平台内显示重要内容。例如，抖音平台发布的视频，其分享链接无法径行通过微信平台分享给好友，其发出去的分享链接只是“一堆乱码”³⁰。互联网平台企业拒绝接入其他链接的原因非常复杂，拒绝接入其他链接的互联网平台企业对封禁行为的解释包括被封禁内容违规，或者相关经营者未获得相关许可等。但实际上，封禁方往往最终都是为了自家互联网平台生态系统的发展，从而利用其巨大的市场力量与流量优势对竞争对手平台实施打压。笔者认为，拒绝接入其他链接行为作为目前实施最广泛的平台封禁行为，具有一定的研究价值。

第四，封闭其他 API 接口的行为。关于 API 技术的大量讨论最早源于美国的微软案，彼时还没有较为明确的平台封禁的概念，却也同样可以证明封闭其他 API 接口的行为可能会涉嫌反垄断行为。“微信封禁飞书案”³¹就是

²⁹ 《中华人民共和国反垄断法》第二十二条第 1 款第 6 项规定：“禁止具有市场支配地位的经营者从事下列滥用市场支配地位的行为：……（六）没有正当理由，对条件相同的交易相对人在交易价格等交易条件上实行差别待遇；”

³⁰ 参见新浪科技：《字节跳动：遭腾讯封禁逾 3 年 每天 4900 万人次分享抖音受阻》，载新浪科技，<https://finance.sina.com.cn/tech/2021-06-04/doc-ikqciyzi7728915.shtml>，最后访问日期：2023 年 3 月 10 日。

³¹ 参见冯粒、曹昆：《飞书发布公告称：微信将其全面封禁》，载人民网，<http://scitech.people.com.cn/n1/2020/0229/c1007-31610982.html>，最后访问日期：2023 年 3 月 10 日。

一个较为典型的封闭其他 API 接口行为的案例。这个事情最早发生在 2020 年 2 月份，彼时正值新冠肺炎疫情在国内肆虐，致使了全国范围内的线下办公停摆，这反而促进了包括字节跳动公司旗下飞书在内的线上办公软件的推广与发展。然而，在 2020 年 2 月底，飞书团队在其官方网站上发布了一个公告，公告中称腾讯公司旗下的微信平台在没有通知飞书团队的情况下，径行封禁了飞书分享功能的 API 接口，导致飞书用户无法通过微信平台登录飞书使用飞书功能，给飞书平台和相关的飞书用户带来了极大的妨碍，损害了其合法权益。从这个事件也可以反映出，封闭其他平台 API 接口的行为具有一定的危害性，也逐渐引起了公众的关注。笔者认为，封闭其他 API 接口的行为作为一种典型的平台封禁行为，具有一定的研究价值。

2.3 平台封禁行为的社会危害性

囿于平台封禁行为隐蔽性、模糊性的特点，随着平台经济的发展，平台封禁行为屡禁不止。固然平台封禁行为并不等同于违法行为，但有可能存有违反互联网互联互通的基本逻辑、减损用户体验等反竞争效应，具有社会危害性，应当予以规制。

第一，平台封禁行为妨碍了互联网互联互通的基本逻辑。平台封禁行为会影响互联网行业的创新积极性和竞争环境，从长期来看，这是十分不利的。互联网平台企业通过投资、流量控制、并购、流量引导等手段，将旗下互联网平台内的数据与服务器算法相结合，在旗下互联网平台内部独占数据的价值，形成流量闭环，独享数据福利，这也致使这些数据无法流动与共享。在此种前提下，数据仅能被互联网平台利用，利用率很小，产生的价值也很有限，成为了一片孤岛。互联网平台企业旗下的互联网平台作为流量汇集地，通过采取平台封禁行为，不断巩固其力量与地位，渐渐形成垄断。若对封禁行为不加以干预，这些互联网平台将不断通过封禁的方式不断循环巩固垄断地位，从而给互联网经济巨大危害。因互联网平台本身所具有的网络效应，使其在互联网双边市场的模式中占据绝对优势，倘若这些互联网平台利用其对相关市场的支配优势对竞争对手平台实施封禁行为，会形成巨大的市场壁垒与流量壁垒，给竞争对手平台，尤其是新兴平台进入市场施以毁灭性打击。

这就会形成这样一种局面：与实施封禁行为的互联网平台具有竞争关系的新兴平台无法进场与互联网平台生态系统进行公平竞争，这不仅损害了新兴平台企业的公平竞争权，还严重破坏了互联网的竞争秩序。

第二，平台封禁行为减损了用户的合法权益，无益于消费者总福利水平的增进。首先，平台封禁行为限制了用户自主选择平台的权利。互联网平台企业会利用优势平台的封禁行为来加强其锁定效应，从而加强用户粘性。而对于用户本身来说，其受制于转换成本、习惯、学习成本等因素的影响，使得其往往不能在多个平台间随意切换，除非其愿意花费巨大且无必要的时间与精力。从长远来看，这必然会导致用户的平台使用疲劳，而因为潜在的交易机会已经被实施封禁行为的互联网平台破坏，用户也无法转移到新的平台，这无疑是对用户权益的暗损。在实施平台封禁行为的互联网平台掌握了用户数据后，尽管其可能无意，但客观上因为这些数据失去了其多用性，一定会使得用户数据的价值减损，用户为了在封禁方平台内获得更好的用户体验，往往需要充值或者成为VIP，否则其将无法享受到更多的服务，这无疑会使消费者的权益受损。从长期实施封禁行为带来的影响来看，长期的封禁必然导致互联网平台企业的减少，这样用户享受到新兴技术和产品的可能性也就降低了，长此以往必定会导致垄断，大大减损用户福祉。

第三，互联网平台具有准公共属性，而这种互联网平台的准公共属性致使其实施封禁行为的危害性更甚。随着互联网运营模式与用户数量趋于饱和，互联网平台企业的目的是巩固市场地位，需保持活跃用户的用户黏性，保持现有的用户数量。一些大型互联网平台企业开始依托已经占据优势的互联网平台，横向发展其他业务领域，形成互联网平台生态系统。首先，互联网平台具有准公共属性。互联网平台作为互联网平台企业所研发出的产品，所有权应归属于企业本身。但是多数互联网平台实质上是以提供平台商户入驻与用户交易的一种“线上集市”，这使得互联网平台具有了部分公共产品的特点，理应允许各方平台平等的使用。同时，互联网平台因其规模大，影响广的特点，公共性更强，因此在性质上属于准公共平台，即为具有有限的非竞争性或有限的非排他性的公共产品特征。其次，互联网平台企业多数会选择在其平台开设自营商铺，这就使其具有“参与者”和“管理者”的双重角色。这两种角色，一种是平台“参与者”，即互联网平台企业旗下的自营店铺或者关

联企业入驻平台，其在官方光环的加持下进入平台与用户进行交易，与平台其他商户进行竞争，这种情况通常来说是私法主体的意思自治，在不违规的前提下并无不当。另一种角色是互联网平台企业作为互联网平台的管理者，其他商户都要在其制定的平台规则内实施交易。在这种情况下，互联网平台的身份从“参与者”变为“管理者”，不免其会滥用“管理者”身份的优势，扰乱正常的市场竞争秩序。从具体操作而言，互联网平台企业会利用其管理者的身份，通过给与其旗下的自营店铺或者关联企业各种便利，最终导致不正当竞争的局面出现，其目的有可能是为了维护自身利益，也有可能为了妨碍竞争对手发展。互联网平台作为一种具备准公共性的交易平台，平台管理规范的制定和日常的管理都涉及准公共行为，当这种准公共性的权利被互联网平台企业滥用时，将会对公平的竞争秩序造成损坏，更会危及用户的合法权益。

3 平台封禁行为规制的法律依据选择

平台封禁行为具有违反互联网互联互通的基本逻辑、减损用户体验等社会危害性，但就目前来看，学界未就应当适用何种法律规制平台封禁行为最为妥当形成较为统一的看法。针对平台封禁行为的外观表现，《民法典》《电子商务法》《反不正当竞争法》及《反垄断法》在理论上均有可对应的法律规定和可适用的空间。但是因四部法律的立法目的、调整关系、法律后果各不相同，需结合平台封禁行为的实质进行判断，选择最合适的规制路径。

3.1 平台封禁行为的《民法典》规制及弊端

作为最核心的私法之一，应首先分析《民法典》有无规制平台封禁行为的可适用性。平台封禁行为的《民法典》规制可能适用到涉及侵权责任、合同解除、违约责任的相关条款、第7条“诚实信用原则”³²及第8条“公序良俗原则”³³。从形式上看，用户在使用平台之时需要同意平台内部的使用规则，这可以理解为互联网平台企业与用户之间达成的合同关系。平台根据这些管理规则、使用规则而采取封禁措施，是基于双方之前签订合同达成的合意，通过合同编中的相关约定与诚实信用、公序良俗等原则可予以规制。同时，平台屏蔽外部链接的行为将会导致用户使用该产品的权利产生瑕疵，可能涉及侵害用户的财产权。互联网领域的竞争形式多种多样，本就应当交由市场去调整，当平台封禁行为影响到用户个体的权益时，可适用侵权责任编的相关规定。

然而若深入探讨，从《民法典》的规制法律关系与互联网平台企业实施

³² 《中华人民共和国民法典》第七条规定：“民事主体从事民事活动，应当遵循诚信原则，秉持诚实，恪守承诺。”

³³ 《中华人民共和国民法典》第八条规定：“民事主体从事民事活动，不得违反法律，不得违背公序良俗。”

封禁行为的目的来看,《民法典》存在一定的规制困境,具体如下。

从《民法典》系规制平等主体法律的角度来看,用户作为消费者仅仅有权决定自己是否使用或拒绝使用互联网平台的权利,当互联网平台企业以“合理”理由或根据平台规则封禁时,几乎没有任何救济途径。所谓的平台用户协议、管理协议只是以合同这一法律形式进行的法律伪装,互联网平台与用户之间实质上类似于管理与被管理关系,这是一种不平等的关系,并非民法等私法规制的平等主体。针对这类关系,《民法典》可能并没有适用空间,因为这已经超过了其规制范畴,在责任分配、规制目的、法律以及期待实现的规制效果等各个方面均存在不同程度上的抵触与冲突。

此外,适用《民法典》规制平台封禁行为还将忽视互联网平台企业实施封禁行为的真实目的。互联网平台企业实施封禁行为的目的往往是为了排除、限制对手平台的竞争,防止用户流量从自家平台流入对手平台,从这个角度来说,用户只是各个互联网平台竞争下的一颗棋子,被动的成为了牺牲品。若仅仅将规制平台封禁行为的范围限定在私法领域,忽视互联网平台企业实施平台封禁行为的主要目的,仅从用户的实际损害出发而没有将整个平台经济视作一个整体,这种做法可能有待商榷。

3.2 平台封禁行为的《电子商务法》规制及弊端

平台封禁行为还常见于电子商务领域,针对出现在电子商务领域的平台封禁行为,基于特殊法优于一般法的原则,可以考虑适用《电子商务法》进行规制,主要涉及该条文的第 22 条³⁴及第 35 条³⁵。《电子商务法》第 22 条与第 35 条针对规制平台封禁行为有一定的可适用性。第 22 条主要规定了电子商务领域的互联网平台企业关于电子商务经营者不得使用其技术、行业控制力等优势滥用市场支配地位,从而排除限制竞争。从条文来看,其构成要件有二,一是具有行业控制力的电子商务领域互联网平台企业,第二是不得排

³⁴ 《中华人民共和国电子商务法》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。”

³⁵ 《中华人民共和国电子商务法》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。”

除、限制竞争，可以应用该条文规制电子商务领域的平台封禁行为。《电子商务法》第 35 条主要规定了电子商务领域的互联网平台企业不得利用封禁手段对平台内的经营者进行不合理的限制。对于平台封禁行为的规制来说具有一定的可适用性，从规制对象、内容来看，第 35 条保护了电子商务平台内部的大中小型经营者避免遭受来自平台技术、规则层面上的封禁或不合理对待。

然而，适用《电子商务法》第 22 条与第 35 条规制平台封禁行为有其本身的局限性。第 22 条最主要的问题是其没有直接规定违反该行为的法律后果，致使“违法 0 成本”，不具有可追责性。而针对第 35 条，从规制主体来看，其协调的主要是电子商务领域互联网平台与平台内各个经营者间的关系，并不规范平台与平台之间，规制的范围比较狭窄。从规制内容来看，其实际上主要针对的是涉嫌平台自我优待以及“二选一”的行为，无法规制目前实践中出现最多、影响最大的拒绝接入其他链接以及关闭 API 接口行为。从违法后果来看，违反该条款的顶格后果仅为两百万元，对互联网平台来说处罚实在是不痛不痒。从与《反垄断法》的关系来看，因为该条款中所谓“不合理限制”定义较为宽泛，可能导致被滥用，并且该条款适用主体条件并未要求具有市场支配地位，相比《反垄断法》适用门槛极低，恐怕会造成《反垄断法》第 3 章的有关规定仅为纸上谈兵，无法在实践中被适用³⁶。综上所述，运用《电子商务法》第 22 条及第 35 条规制平台封禁行为具有一定的规制困境。

3.3 平台封禁行为的《反不正当竞争法》规制及弊端

除前述两部法律外，部分学者提出可适用《反不正当竞争法》来规制平台封禁行为，最可能适用到的条文即被称为“互联网专条”的第 12 条。《反不正当竞争法》第 12 条³⁷主要采取列举式的方法，规定了互联网领域的经营者利用技术手段实施的四种禁止性的不正当竞争行为。其中平台封禁行为可

³⁶ 参见袁波：《电子商务领域“二选一”行为竞争法规制的困境及出路》，载《法学》2020 年第 8 期。

³⁷ 参见《中华人民共和国反不正当竞争法》第十二条规定：“经营者利用网络从事生产经营活动，应当遵守本法的各项规定。经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施下列妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为：（一）未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或者服务中，插入链接、强制进行目标跳转；（二）误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的网络产品或者服务；（三）恶意对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施不兼容；（四）其他妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。”

能涉及第三项禁止性不正当竞争行为，互联网平台企业可能通过封闭的 API 政策或封闭外部链接的技术手段，恶意使得竞争对手的产品与封禁行为实施平台的产品不兼容，使得用户在某种程度上无法使用或无法完全使用被封禁平台产品的服务。在判断一家互联网平台企业的封禁行为是否构成第 12 条规定的的不正当竞争行为时，需要从是否利用技术手段、主观是否恶意及是否排除了竞争对手平台的正常经营等方面来进行分析。

然而针对规制平台封禁行为，《反不正当竞争法》存在违法处罚责任低、执法层级低等问题，与《反垄断法》相比存在一定的规制困境，具体如下。

首先，《反不正当竞争法》存在违法处罚责任低的问题。从违反该条文所需承担的法律责任来说，最高五百万元的处罚虽然已经比《电子商务法》最高两百万元的处罚有所加重，但相较于《反垄断法》意义上垄断行为的处罚责任还是要轻得多，对于年收入上百亿千亿的互联网大厂来说更显得不痛不痒。

其次，《反不正当竞争法》还存在执法层级低的问题。根据法律规定《反不正当竞争法》的执法机构为县级以上工商管理部门³⁸，而互联网平台企业的经营范围辐射全国，为所在区县纳税大户，区县级工商管理部门可能无法直接地发现问题。

最后，有能力通过技术手段实施封禁行为的互联网平台企业多为互联网平台，其本身可能具有一定的市场支配地位。同时，由于不正当竞争行为与垄断行为都妨害竞争，不正当竞争行为在违法程度与违法性上甚至还要偏轻一些，从这个层面上来讲，若是平台封禁行为涉嫌垄断行为，则无需再认定不正当竞争行为。综上所述，就平台封禁行为而言，《反不正当竞争法》固然有其可适用的空间，但是考虑到执法层级、违法责任等问题，似乎更应当选择《反垄断法》规制的路径。

3.4 平台封禁行为的《反垄断法》规制选择

因《民法》《电子商务法》《反不正当竞争法》存在其规制框架下的适用

³⁸ 《中华人民共和国反不正当竞争法》第四条规定：“县级以上人民政府履行工商行政管理职责的部门对不正当竞争行为进行查处；法律、行政法规规定由其他部门查处的，依照其规定。”

困境，充分考虑平台经济的特点，使得《反垄断法》规制成为可能³⁹。若是互联网中的那些不具规模、正处于发展中的小平台对用户提出某些特殊的要求，或者对某些内容进行限制，亦或者通过某些技术手段选择平台独家合作对象是其自由，应当适用《民法典》进行规制，严重时可能涉嫌违反《反不正当竞争法》或《电子商务法》。而当互联网平台企业的规模足够大，情节足够严重时，互联网平台企业的这种封禁行为便有可能被认定为垄断行为。平台经济中的互联网平台企业参与市场竞争时多采用平台封禁行为获取竞争优势，但有时候，平台封禁行为亦属于公共规制行为或准公共约束行为，所以，理应坚守谨慎的立场，结合实践经验与相关理论，综合分析及深度探究平台封禁行为的法律属性，才是应对之法⁴⁰。

综上所述，针对规模较小，用户损害较小的平台封禁行为，可考虑适用《民法典》进行规制；针对小规模平台出现在电子商务领域的平台封禁行为，可适用《电子商务法》进行规制；针对具备一定规模，却难以达到垄断地位的平台封禁行为，应适用《反不正当竞争法》进行规制；而针对大型互联网平台实施的平台封禁行为，即本文的研究对象，似乎适用《反垄断法》规制更为妥当。

从理论上讲，平台封禁行为《反垄断法》的规制可行性主要体现在平台本身的垄断趋势以及实施平台封禁行为的主体多为具有市场支配地位的互联网平台。

互联网平台企业本身的垄断趋势导致其实施的封禁行为应予《反垄断法》规制。互联网平台企业在向平台生态系统过渡的发展过程中不可避免的会产生垄断趋势，而这显然更契合《反垄断法》规制要求。首先，与那些传统经济模式相比，互联网平台经济与平台生态系统更易形成规模效应。尽管因为网络用户的多栖性，互联网平台的市场份额并不完全确定，但毫无疑问，其庞大的用户体量与流量基础是那些互联网平台企业形成垄断的前提。其次，互联网平台经济与平台生态系统受网络效应的影响巨大，具体体现为当某个平台的用户数量增多时，用户对平台的依赖性会增加，甚至会影响用户使用

³⁹ 参见刘继峰、张佳红：《平台封禁行为的竞争法分析》，载《当代经济科学》2023年45卷第1期。

⁴⁰ 参见陈兵、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》，载《中国应用法学》2020年第4期。

与该平台关联的其他产品，因此该平台对用户的价值将变得尤其重要，而这些用户会潜移默化的使其身边的人加入，逐渐扩散形成规模。最后，基于平台生态系统战略，互联网平台企业会利用优势平台的锁定效应来加强用户粘性。而对于用户本身来说，其受制于转换成本、习惯及学习成本等因素的影响，使得其往往不能在多个平台间随意切换，除非其愿意花费巨大且无必要的时间与精力。而当互联网平台企业形成规模效应后，基于网络效应，用户数量的增长基数反哺增长速度，也会使得互联网平台对用户锁定效应的影响更加牢固。在此过程中，互联网平台企业的边际成本不断下降，用户粘性却直线上升，从而不断的扩张平台的规模。因此，基于互联网平台生态经济各种优势的相互影响与促进，互联网平台企业本身便具有垄断趋向。

实施平台封禁行为的主体多为可能具有市场支配地位的互联网平台，这也意味着平台封禁行为应适用《反垄断法》规制。从实施平台封禁行为的现实主体来看，往往是可能具有支配性优势的大型互联网平台企业。例如腾讯封禁抖音案，微信封禁飞书案等，这些案子都具有波及范围广、涉及用户基数大及影响恶劣的特点。因此，一旦大型互联网平台企业实施平台封禁行为，在实务中一定会先考虑企业本身的垄断因素，即互联网平台企业的市场支配地位以及其所实施封禁行为是否产生排除、限制竞争的效果，自然而然应由《反垄断法》规制。

从立法现状来看，目前我国已经初步构建了平台封禁行为的反垄断规制框架。在现行反垄断法律框架下，与平台封禁行为的规制相关联的法律法规包括 2022 年 06 月 24 日修改的《反垄断法》、2022 年 03 月 24 日修改的《禁止滥用支配地位规定》、2021 年 02 月 07 日发布的《反垄断指南》以及 2009 年 05 月 24 日发布的《相关市场界定指南》等。规定在《反垄断法》第三章的垄断协议在理论上也具有对平台封禁行为进行规制的可能性，却因该制度的适用目前来说仍然面临着许多亟待解决的现实困难，如将平台封禁行为认定为垄断协议的一些基本程序要件存在取证难，垄断协议制度规制主体范围过于狭窄，以及垄断协议制度责任主体认定难等问题，因此目前来说不具备可适用性。同时，根据《禁止滥用支配地位规定》，国家市场监督管理总局还提到

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/605201200230011042>