

电子商务平台中的算法歧视及其法律应对

付雨露

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年2月5日; 录用日期: 2025年2月18日; 发布日期: 2025年3月13日

摘要

在大数据时代, 随着电子商务的快速发展, 算法技术在电子商务中的应用也日渐广泛。然而, 一些问题也逐渐浮出水面。其中, 算法歧视现象尤为引人关注。文章首先介绍了电子商务领域中算法歧视的概念与特点, 然后详细阐述了算法歧视在各阶段的具体表现。接着, 文章指出了当前法律规制在应对算法歧视方面的困境, 并提出了相应的法律应对方案。最后, 文章从法律救济层面进一步探讨如何有效解决算法歧视在电商平台中对消费者的危害性。本文旨在保障消费者权益、促进电商平台健康发展, 具有实用性和前瞻性。

关键词

电子商务平台, 算法歧视, 法律方案

Algorithmic Discrimination in E-Commerce Platforms and Its Legal Response

Yulu Fu

Law School, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Feb. 5th, 2025; accepted: Feb. 18th, 2025; published: Mar. 13th, 2025

Abstract

In the era of big data, with the rapid development of e-commerce, the application of algorithm technology in e-commerce is becoming increasingly extensive. However, some problems have also gradually surfaced. Among them, the phenomenon of algorithm discrimination is particularly noteworthy. This paper first introduces the concept and characteristics of algorithm discrimination in the field of electronic commerce, and then expounds the specific performance of algorithm discrimination in each stage. Then, the paper points out the dilemma of the current legal regulation in dealing with algorithmic discrimination, and puts forward the corresponding legal response plan. Finally,

the paper further discusses how to effectively solve the harm of algorithmic discrimination to consumers in the e-commerce platform from the level of legal relief. This paper aims to protect the rights and interests of consumers, promote the healthy development of e-commerce platforms, and is practical and forward-looking.

Keywords

E-Commerce Platform, Algorithmic Discrimination, Legal Plan

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. 引言

1.1. 研究背景

电子商务平台的快速发展与普及,已经深刻改变了现代商业的格局。其中算法在电子商务平台中的应用已经变得日益广泛,成为推动电商行业发展的重要力量。通过运用先进的算法技术,电子商务平台能够更精准地分析用户行为、预测市场需求,从而优化商品推荐、提升用户体验。然而,随着算法技术应用的不深入,一些问题也逐渐浮出水面。其中,算法歧视现象尤为引人关注。由于算法设计或应用中的不当,可能导致对某些用户群体的不公平对待,如性别、年龄、地域等方面的歧视。这种歧视不仅损害了用户的权益,还可能引发广泛的社会问题,如加剧社会不公、破坏市场公平竞争等。在法学语境之下,“歧视”一词往往意味着对特定群体平等权的侵犯[1]。算法歧视的存在侵害平等权、隐私权、人格尊严等权益,严重损害社会秩序。然而,在立法规范层面,我国目前尚无专门针对算法歧视的特别立法,仅在其他有关立法及规范性文件中被附带提及,例如《个人信息保护法》赋予个人免于被自动化决策的权利、《反垄断法》禁止交易价格差别待遇、《电子商务法》禁止网络商家进行区别对待以及《互联网信息服务算法推荐管理规定》对算法问责机制的有关规范等。在司法实践中,我国亦尚无以算法歧视为由胜诉的案例[2]。

1.2. 研究意义

对于消费者而言,算法歧视可能导致他们受到不公平的待遇。例如,在电商平台上,如果算法因为某些原因对某一部分人群进行歧视性推荐,那么这部分人群就可能无法获得最适合他们的商品或服务,从而影响了他们的消费体验和权益。

算法歧视还可能对市场竞争产生负面影响,如果某些企业利用算法进行歧视性定价或推荐,那么就会破坏市场的公平竞争环境,使得其他企业难以在市场中立足,最终可能导致市场垄断和不健康的发展。

运用法律手段解决电子商务平台中的算法歧视问题,能让消费者更深入地了解个人数据的收集与使用方式,并通过法律途径掌握对自己数据的控制权,进而确保个人隐私与安全。此外,还能促使法律要求平台实施数据使用的明确同意机制,增强消费者的主动性和知情权。深入研究算法歧视,还能确保消费者在平台上享有平等的信息获取和交易机会,比如避免算法偏见造成的不同用户面临不同价格的现象。通过立法来规范“动态定价”策略,可以保障价格的透明度和公平性。此研究的意义还体现在推动平台加强消费者教育,让消费者理解算法的运作原理及潜在风险,以便更有效地维护自身权益。同时,建立消费者投诉与维权机制,为消费者在遇到不公待遇时提供申诉与解决的途径。通过深入研究和法律的不

断完善，我们不仅能提升电子商务平台的透明度与公平性，还能更有效地保护消费者与商家的权益，推动市场的健康发展。

2. 电子商务领域中算法歧视的概念与特点

2.1. 算法歧视的定义

算法构成了数据价值的核心驱动力，它促进了从低价值原始数据向高价值衍生数据的转变。数字经济的本质可以理解为“由算法塑造的经济”[3]。互联网经济领域的权威尼格庞洛蒂曾指出，“每项技术或科学成果都伴随着其阴影面”，算法推动互联网经济的迅猛增长是其积极面，而算法歧视则是这一技术发展中不可忽视的负面效应[4]。数据时代下的网络用户由于信息获取渠道的局限性以及对平台检索的高度依赖性，在算法的针对性适用情境下，极易陷入“信息茧房”而无从察觉，此时用户的选择方向已被算法所控制，消费者的选择权受到实质性的侵害[5]。对于算法歧视的本质，有论者认为是违背有关法律法规中的“明码标价”义务而进行的价格欺诈行为[6]，也有认为是平台利用用户与经营者的信息不对称而进行牟利的行为[7]，或者认为算法歧视是通过大数据技术收集、挖掘用户的个人信息，并根据用户的特征和类型对其加以区分，精准掌握其购买力以及支付意愿，从而进行交易价格的差异化定制的行为[8]。算法决策在提升经济效率及加深市场参与者对自动化决策的依赖的同时，也引发了诸多值得关注的歧视问题。

2.2. 算法歧视的特点

2.2.1. 构成要件特定

构成要件特定主要聚焦于电商平台经营者与消费者之间所存在的不平等关系。电商平台经营者通常拥有更为丰富的数据资源和更为专业的分析手段，而消费者则相对处于信息劣势地位。这种信息不对称可能导致消费者难以做出明智的购买决策，甚至受到误导。其次，电商平台经营者往往利用自身规模优势和平台规则制定权，对消费者施加不公平的交易条件。例如，设置过高的退换货门槛、收取不合理的费用等，这些做法严重损害了消费者的合法权益。此外，电商平台经营者与消费者之间往往缺乏有效的沟通机制和公正的裁决渠道。当消费者遇到问题时，往往难以得到及时、有效的解决，导致消费者权益受损。

2.2.2. 表现形式多样

算法歧视表现形式多种多样，其中交易信息不对等、推送信息不对等以及其他不公平待遇尤为突出。在交易过程中，由于信息不对称，某些主体可能利用自己的信息优势，进行不公平的交易行为，从而损害其他主体的利益。推送信息不对等则表现为某些平台或机构在推送信息时，存在选择性推送、隐瞒关键信息或误导性信息的行为，使得用户难以获取全面、准确的信息，进而产生不公平的决策结果。此外，还有其他形式的不公平待遇，如歧视性定价、差别化服务、滥用市场支配地位等。这些不公平待遇不仅破坏了市场竞争秩序，也损害了消费者的合法权益。

2.2.3. 危害严重

危害的严重性不容忽视，它不仅侵害了消费者的权益，还破坏了交易秩序和市场竞争秩序。在消费过程中，一些不法商家可能会采取欺诈、虚假宣传等手段，损害消费者的合法权益。这种行为不仅让消费者蒙受经济损失，更让消费者对市场失去信任，导致市场信任危机。同时，这些不法商家的行为也破坏了公平、公正的交易秩序，使得市场无法正常运行。这不仅破坏了市场经济的健康发展，更损害了社会的公平与正义。

3. 电子商务领域中算法歧视的具体表现

3.1. 信息采集阶段的算法歧视

电商平台通过先进的信息采集算法，全面而精准地收集每一位消费者的信息。这些信息涵盖了消费者的购物历史、搜索记录、浏览行为等多个方面，形成了详尽的个人画像。互联网企业利用算法技术收集消费者信息是其进行各类算法歧视活动的基石，然而，数据与算法难以完全摆脱人的主观影响而保持客观，存在“片面化理解”的潜在风险。因此，算法采集标准模型的不足以及数据样本的偏差，都可能导致或加剧在消费者信息收集阶段出现的算法歧视现象[9]。

数据和信息采集算法的非中立性，是当前数字时代中一个备受关注的问题。由于算法设计者的主观偏见、数据偏差以及算法本身的局限性，导致算法在采集和处理数据时往往带有一定的倾向性，进而产生算法歧视现象。这种算法歧视不仅可能出现在社交媒体推荐、搜索引擎排名等日常应用中，更可能涉及到金融、医疗、教育等关键领域，对人们的决策和权益产生深远影响。

3.2. 特定推送阶段的算法歧视

在特定推送阶段，算法在信息采集过程中形成的“特征偏好”基础上，进一步加深了经营者对消费者的歧视程度。借助强大的数据清洗与处理能力，特定推送算法在洞悉消费者的支付意愿后，会精准地将商品信息传递给具有特定标签的群体或消费者，旨在降低用户获取有效信息的成本，同时最大化互联网企业的利润[10]。然而，这种特定推送机制也可能存在潜在风险，即可能产生歧视性推送。例如，某些电商平台可能会根据用户的性别、年龄、地域等敏感信息，推送不同的产品或服务，从而无形中加深了社会偏见和歧视。

美国学者尼沃·埃尔金科伦等人提出了广受关注的算法黑箱理论：算法在很大程度上相当于一个不透明的黑箱系统，其输入与输出过程对普通人而言并不清晰，人们无法了解输入与输出之间是如何通过某种结构相互作用的，同时也不清楚算法决策所依据的具体数据指标和所遵循的决策原则[11]。推送算法的不透明性在当今的数字化时代愈发显著，这一特性不仅增加了用户的困惑，还加剧了歧视现象的隐蔽性。这种不透明性为歧视行为的滋生提供了土壤。一些不良的平台运营者可能会利用算法的不透明性，对用户进行不公平的待遇，如基于性别、年龄、地域等因素的歧视性推送。而这些歧视行为往往难以被察觉和证明，因为它们隐藏在算法的“黑箱”之中，难以被外界所了解和监督。

3.3. 个性定价阶段的算法歧视

定价算法以前面两步骤为基础，制定一个价格歧视机制，确保不同消费者享受不同的产品价格[12]。电商平台利用先进的算法技术，对消费者进行价格歧视的现象日益显著，这不仅体现在地域歧视上，还涉及消费能力歧视等多个层面。

具体来说，地域歧视表现为同样的商品在不同地区售价不同，某些地区可能因为经济发展水平较高或消费者购买力较强，而被收取更高的价格。消费能力歧视则更加隐蔽，平台依据消费者的历史购买记录、搜索轨迹、浏览偏好等大数据，分析消费者的购买力及消费倾向，从而向不同消费层次的用户提供差异化价格与服务。个性化定价算法的不公平性已成为当前电商市场的一个显著问题，严重侵害了消费者的利益。

4. 算法歧视的法律规制困境

4.1. 用户法律救济困难

目前我国关于“算法价格歧视”问题的条款散见于各种法律文本中，因为系统性不足以及缺乏针对

性,造成法律适用性差。同时这些文件往往包含大量的法律术语和技术细节,使得普通用户难以完全理解其含义。除此之外,算法透明与平台方商业秘密、知识产权保护之间的矛盾,以及算法透明化可能带来平台面临新风险等系列隐患,均提示我们“黑箱困局”的复杂性,并非揭开即可予以解决。其中平台隐私条款和免责声明的复杂性一直以来都是广大用户关注的焦点。平台隐私条款的复杂性主要体现在对个人信息的收集、使用、存储和共享等方面的详细规定。用户在注册或使用平台服务时,通常需要同意这些条款,但其中的内容往往过于冗长和晦涩难懂,使得用户难以全面把握自己的隐私权益。而免责声明则通常涉及平台在特定情况下的责任豁免。这些声明往往使用模糊或宽泛的措辞,使得用户在遇到问题时难以确定平台是否应承担法律责任。此外,免责声明的频繁更新和修改也使得用户难以跟踪其变化,增加了理解的难度。目前我国规制算法价格歧视的现状表现为采取分散式立法,规制算法价格歧视缺少直接法律依据,在监管手段方面没有直接明确的法律依据。《价格法》《消费者权益保护法》《反垄断法》《电子商务法》《个人信息保护法》并不能对算法价格歧视行为作出有效规制,现有立法对用户运用法律保护自己权益并不友好。

《电子商务法》第18条规定了尊重和同等保护义务。如果电子商务经营者违反了尊重和同等保护义务,则需要用户来承担举证责任,这对于处于专业知识以及信息劣势、陷于“信息茧房”的用户来说,是极为困难的事情。用户在寻求法律救济的过程中,往往面临举证责任的重任。然而,由于种种原因,如证据保存不当、证据被篡改或销毁、缺乏专业知识等,用户往往难以提供充分的证据来支持自己的主张。这种情况下,即使用户的权益受到了侵害,也难以通过法律途径获得有效的救济。此外,现有的法律救济措施也存在一定的局限性。一方面,法律程序繁琐、耗时较长,对于急需解决问题的用户来说,这无疑是一种沉重的负担。另一方面,一些法律救济措施在实际操作中难以得到有效的执行,使得用户的权益无法得到切实的保障。

4.2. 算法责任难以界定

电商平台责任承担主体不明问题存在于电子商务领域中算法歧视发生的全部阶段,但是对于破坏市场竞争秩序的算法歧视的事后追责过程中表现得尤为突出。随着算法深度学习的不断进步与改进,其在各个领域的广泛应用已经引发了责任边界的模糊现象。就目前法律规制现状来看,在法律规制过程中存在一些困境。主要问题之一是对于电子商务领域中算法歧视发生以后的责任承担主体目前法律还没有明确规定。电子商务领域中交易主要涉及多方主体,不仅包括电商平台和消费者,还包括电商平台背后的经营者。经营者和电商平台之间的责任是如何划分的、消费者在受到价格歧视以后其自身是否需要承担责任以及算法设计者处于平台幕后的位置对算法歧视的发生是否承担责任,这些都需要具体问题具体分析。在实践中平台经营者和平台通常会互相推卸责任,使得市场竞争秩序被破坏以后责任主体难以确定。随着算法决策的广泛应用,如何界定算法行为的法律责任也成为了一个亟待解决的问题。

其中因果关系论证的复杂性常常使得我们在探讨问题时陷入困境。在逻辑推理的过程中,我们需要明确事件之间的因果链条,但由于诸多因素的干扰,这一步骤往往变得异常困难。与此同时,责任划界的问题更是让诸多争议难以平息。在涉及多方责任的情况下,如何合理、公正地划分责任界限,往往成为争议的焦点。由于各方立场不同,利益冲突,导致责任划界陷入困境,难以达成一致的结论。

4.3. 对电商平台算法的监管不足

对于电子商务领域中算法歧视的监管问题,最主要的是在算法应用过程中加强市场监管并且有必要引入第三方监管机构。我国目前对电商平台中算法歧视的监管也作出了一系列的规定,但是还存在一些监管缺陷。主要表现在三个方面,分别是监管主体不明、监管技术落后和监管力度不够。首先表现在监

管主体方面：对于算法歧视的危害，我国现有法律并没有明确平台的监管责任以及平台商家的监管责任，也没有明确二者应当共同监管算法对消费者的歧视行为。现行的法律法规当中还没有对电子商务领域中算法歧视的监管主体进行明确的规定，只是规定了平台以及其它责任主体的相关义务。目前的法律只是笼统规定了行业、平台、市场多部门都有监管职责，而不能确定以某一确定主体为主的监管体系。其次表现在监管技术方面：监管技术落后主要体现在两个方面：一方面是监管技术理念落后，电子商务领域是随着互联网发展起来的新兴领域，需要发展新的理念与之相适应，才能实现有效监管。另一方面监管手段落后，监管人员一般都缺乏相关知识的学习，没有进行系统专业的培训，监管人员很少有既懂得算法专业技术又经过专业监管职责培训的人员。最后是监管力度方面：电商平台作为电商市场的关键角色，平台应积极承担预防并消除平台内违法行为的“看门人”责任，应当承担起电商平台算法歧视的监管职责。然而当前阶段对于电子商务领域中算法歧视的监管力度还不够。

5. 电子商务平台中算法歧视的法律应对

5.1. 完善用户救济法律法规

我国当前基于民事权利对价格歧视的规制仍然缺乏请求权基础。市场经济、商业营运具有很强的利己趋向，因而为了营造良好的市场竞争秩序与维护电子商务的健康发展，需要有切合实际且贴合要点的法律法规来保护每一个电商参与者的合法权益，避免算法歧视等一系列问题，这也是《电子商务法》颁布的意义。所以，在《电子商务法》中，应明确禁止算法歧视行为，并详细规定算法价格歧视的构成要件，以提高该法在规制算法价格歧视方面的可操作性。并且对《电子商务法》的相关条款进行法律解释，可以为规制算法价格歧视行为提供较为具体的标准，在较大程度上规避算法价格歧视行为发生时产生的难以预料的危险。

我国现行的《反垄断法》对于价格歧视的规定相对简略。对于被歧视者的认定，《反垄断法》中没有明确地做出明确规定，这就使得经营者与消费者的权利义务关系无法确定。《反垄断法》作为一部保护市场经济的法律，其宗旨在于保障市场主体的自由和平等，并通过各种手段使之得以实现，从而为市场经济健康有序发展提供一个良好的环境。因此，《反垄断法》应该把消费者列入歧视的客体。以此可以在经营者与消费者之间达成良好的平衡，避免商家利益受损的同时也要规避算法歧视的问题，在对消费者层面上达成公平的市场环境。

《价格法》在算法歧视方面的规定同样较为简略，因此可以从多个维度对其进行完善。首要的是应更多地关注消费者利益的维护，不能将消费者当作价格歧视对象；其次，《价格法》应规定经营者要阐明正当理由及同等条件，针对正当理由进行解释和证明，由经营者负责。最后经营者如果实施了差别定价或其他类似措施，应根据不同情况分别给予消费者适当补偿。

《消费者权益保护法》的第8条主要阐述了消费者的知情权，即有权了解购买、使用商品或接受服务的真实状况。尽管其第二款列出了一些交易信息，但并未包含经营者差别定价的情况。然而，在经营者对商品价格采用差异化定价时，往往缺乏合理的标准与足够的透明度，导致消费者在不知情的情况下权益受到侵犯。因此，应当对《消费者权益保护法》的条款进行增补，扩大消费者知情权的范围，包括对商家的区分定价与否、区分定价标准知情权范畴，同时也要确保消费者拥有对个人信息加工过程中各环节的知情权。若消费者怀疑货物或劳务的价格，还应提供投诉渠道，消费者提供了线索之后，可以申请有关部门要求经营者应当准确、及时地解释差异化定价，有效地维护消费者的知情权。

5.2. 构建算法歧视责任制度

在信息采集阶段，算法由于模型缺陷或者数据偏差歧视消费者。模型缺陷即算法本身的缺陷，此时

由于该算法是由算法设计者设计而来的，算法设计者对算法的设计有保证算法合法、合规的义务，当算法设计者设计出有缺陷的算法时，根据过错原则算法设计者存在过错，因此算法设计者应当承担责任。在特定推送阶段和个性定价阶段，算法设计者在设计算法时是否将歧视性因子注入算法是算法设计者承担责任的关键[13]。在这两个阶段，算法使用者对于歧视行为在主观上是存在故意的，明知的，是存在过错的，应当承担过错责任。电商平台作为消费者与商家之间的连接纽带，必须负起相应的责任，保障信息的真实性和透明度。为此，电商平台应当构建一个全面的信息披露体系，涵盖商品详情、商家资格、售后服务等方面的清晰阐述。其次，在法律方面，应当完善平台主观过错认定标准，使平台法律责任符合权责一致、罪罚相当。一方面可以建立算法备案制度，起到预防的效果，而不是都在事后处理，使得事情变得复杂。另一方面可以增加算法解释环节。增加经营者解释算法的义务，即由数据顾问向执法部门或者消费者进行算法解释[14]。具体来说，算法解释机制应当能够明确说明算法的决策流程及输出结果，让相关人员深入理解算法的运行逻辑。此外，该机制还需具备可验证的特点，以保证算法的决策流程及输出结果能够得到有效核实与审查，进而防止算法产生偏见与歧视等问题。公开算法逻辑与决策过程，这不仅有助于增强消费者的信任，还能提升平台的透明度和公信力。消费者有权知道他们的购物决策是如何被算法所影响的，而平台也有责任向他们解释这一过程，以此来改善电商平台和用户之间信息极度不对等带来的用户举证困难的困境。如果算法系统存在偏见或歧视，那么公开其逻辑和决策过程将是纠正这一问题的重要途径。同时，这也将促使平台更加审慎地设计和使用算法，以确保其公平性和公正性。

5.3. 加强监管与执法

当前我国针对算法价格歧视问题涉及多个主体和领域共同监管，以至于各职能部门无法有效协调、配合，导致规制效果大打折扣。因此，需明确一个具体的监管部门，在一个法律制度的框架下统一实施监管规制措施。我国《电子商务法》清晰指出，若经营者违法提供算法搜索结果，市场监督管理部门将采取包括没收违法所得和罚款在内的惩罚性措施。当前，我国法律有空间进一步细化执法机关的监管职责、监管方式及监管范围，以健全行政执法监管体系[15]。此外，我们需要从立法上重视对算法的审查与监管，通过相关立法规定，推动算法审查制度的完善。主要可以通过对电子商务平台的算法治理进行单独的立法，我国目前还没有针对算法歧视的单独法律法规，可以围绕算法审查、算法问责来展开对算法歧视进行专门的立法规定，更有效的规制算法歧视问题。执法部门也应加强监管，对涉嫌算法歧视的企业和个人进行严厉打击，确保法律的严肃性和权威性。同时，应当规定经营者承担定期进行自我审查的法定义务，并由专门的数据保护顾问具体执行该审查职责。举例而言，在经营者收集并利用消费者数据信息以进行个性化决策的场景中，数据保护顾问需核查经营者是否已依法向消费者履行了相应的告知义务。

6. 结语

电子商务平台中的算法歧视问题日益凸显，其危害与法律规制困境不容忽视。算法歧视行为的危害是多方面的。它不仅严重侵害了消费者的个人权益及尊严感，使得消费者在网络平台上无法享受到公平、公正的购物体验，而且还可能影响企业的收益及声誉。

在法律规制方面，算法歧视同样面临着诸多困境。一方面，算法本身的复杂性和专业性，使得普通消费者难以了解算法的内部运作机理，更难以在遭受算法歧视时寻求有效的法律救济。另一方面，电商平台在算法设计和应用过程中往往拥有绝对的信息优势和技术优势，这使得消费者在维权过程中处于极为不利的地位。此外，现有的法律法规对于算法歧视的规制也存在一定的滞后性和不完整性，包括算法责任难以界定、监管不到位等问题，使之难以有效应对这一新兴问题。

因此,我们必须正视算法歧视对消费者权益的侵害,通过法律手段合理有效地规制算法对消费者的歧视行为。在明确信息采集、定向推送和个性化定价等算法歧视情境中经营者与消费者之间的利益矛盾后,应完善相关法律法规和政策框架,加大监管和执法力度,并提升消费者的维权认知与能力。与此同时,电商平台也需承担起应有的社会责任,强化算法伦理建设和透明度提升,确保算法决策的公正与公平,将法律的平等与公正原则融入技术发展的脉络中,既维护消费者的基本权益,又促进市场的自由公平竞争,从而实现技术驱动经济发展,技术惠及社会的目标。

参考文献

- [1] 赵海乐. 当权利面对市场:算法价格歧视的法律规制研究[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2021, 35(3): 99-106.
- [2] 袁文全. 算法歧视的侵权责任治理[J]. 兰州大学学报(社会科学版), 2023, 51(2): 89-99.
- [3] 韩旭至. 数据确权的困境及破解之道[J]. 东方法学, 2020(1): 97-107.
- [4] Negro Ponte, N. (1997) Agents: From Direct Manipulation to Delegation. *Software Agents*.
- [5] 王鹏飞. 电商平台算法歧视法律救济的困境与出路[J]. 科学决策, 2023(5): 213-223.
- [6] 刘佳明. 大数据“杀熟”的定性及其法律规制[J]. 湖南农业大学学报(社会科学版), 2020, 21(1): 56-61, 68.
- [7] 尹晓娟. 互联网时代网络交易平台治理研究[J]. 商业经济研究, 2020(23): 88-89.
- [8] 葛江虬. 解释论视角下《电子商务法》定制搜索结果条款的规范目的及限制适用[J]. 法律科学, 2021, 39(3): 96-108.
- [9] 刘友华. 算法偏见及其规制路径研究[J]. 法学杂志, 2019, 40(6): 55-66.
- [10] 李丹. 算法歧视消费者: 行为机制、损益界定与协同规制[J]. 上海财经大学学报, 2021, 23(2): 17-33.
- [11] [美]尼沃·埃尔金科伦, 尼尔·温斯托克·内坦尼尔. 信息的商品化[M]. 北京: 中信出版社, 2003: 231-234.
- [12] Hacker, P. (2018) Teaching Fairness to Artificial Intelligence: Existing and Novel Strategies Against Algorithmic Discrimination under EU Law. *Common Market Law Review*, 55, 1143-1185. <https://doi.org/10.54648/COLA2018095>
- [13] 张莉莉, 朱子升. 算法歧视的法律规制: 动因、路径和制度完善[J]. 科技与法律(中英文), 2021(2): 15-21.
- [14] 徐凤. 人工智能算法黑箱的法律规制——以智能投顾为例展开[J]. 东方法学, 2019(6): 78-86.
- [15] 章淑敏. 算法歧视消费者行为的法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2023.