

社交电商平台智能推荐算法的伦理风险与法律规制研究

刘 业

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月18日; 录用日期: 2025年5月7日; 发布日期: 2025年6月5日

摘 要

社交电商平台智能推荐算法在重塑消费生态的同时, 衍生出复杂的伦理风险与法律挑战。本文聚焦算法权力扩张下的用户权益保护、市场竞争秩序与平台责任边界失衡问题, 通过跨学科视角揭示算法治理的伦理-法律交叉困境。研究首先系统构建智能推荐算法的伦理风险图谱: 在个体层面, 算法偏见导致歧视性定价与隐私剥削; 在社会层面, 信息茧房削弱用户自主权, 成瘾机制诱发消费异化; 在市场层面, 流量垄断加剧竞争失序。继而, 通过对欧盟《数字服务法》与中国《个人信息保护法》的对比分析, 指出当前法律规制面临技术黑箱性导致归责困难、事后监管滞后于算法动态演进、平台自我监管流于形式等现实局限。基于此, 本文创新性提出“伦理-法律协同规制”路径: 技术治理层面推行算法分级备案与动态影响评估制度, 破解可解释性难题; 规则重构层面推动从“用户同意”向“平台义务”转向, 明确算法推荐的“最小必要原则”与反操纵条款; 治理机制层面构建政府监管、第三方审计与用户集体诉讼联动的多元共治体系。研究主张, 算法治理需突破传统法律框架, 通过技术伦理嵌入与制度创新实现“动态合规”, 为平衡技术创新与社会价值提供理论支撑, 并为跨境数据流动下的算法协同治理提供前瞻性思考。

关键词

社交电商平台, 智能推荐算法, 伦理风险, 法律规制

Research on the Ethical Risks and Legal Regulation of Intelligent Recommendation Algorithms on Social E-Commerce Platforms

Ye Liu

School of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 18th, 2025; accepted: May 7th, 2025; published: Jun. 5th, 2025

Abstract

While reshaping the consumer ecology, the intelligent recommendation algorithm of social e-commerce platforms has derived complex ethical risks and legal challenges. This paper focuses on the protection of user rights and interests, the imbalance between the market competition order and the platform responsibility boundary under the expansion of algorithmic power, and reveals the ethical-legal dilemma of algorithmic governance from an interdisciplinary perspective. Firstly, the ethical risk map of intelligent recommendation algorithm is systematically constructed: at the individual level, algorithmic bias leads to discriminatory pricing and privacy exploitation; at the social level, the information cocoon weakens the autonomy of users, and the addiction mechanism induces consumption alienation. At the market level, traffic monopoly exacerbates the disorder of competition. Then, through the comparative analysis of the EU Digital Services Law and China's Personal Information Protection Law, it is pointed out that the current legal regulation faces practical limitations such as the difficulty of attributing responsibility due to the black box nature of technology, the lag of post-event supervision behind the dynamic evolution of algorithms, and the mere formality of platform self-regulation. Based on this, this paper innovatively proposes the path of "ethical-legal collaborative regulation": at the level of technical governance, the system of hierarchical filing and dynamic impact assessment of algorithms is implemented to solve the problem of explainability; at the level of rule reconstruction, it promotes the shift from "user consent" to "platform obligation", and clarifies the "minimum necessary principle" and anti-manipulation clauses for algorithm recommendation; at the level of governance mechanism, a pluralistic co-governance system is built that links government supervision, third-party audits, and user class action lawsuits. The research argues that algorithm governance needs to break through the traditional legal framework and achieve "dynamic compliance" through technological ethics embedding and institutional innovation, so as to provide theoretical support for balancing technological innovation and social value, and provide forward-looking thinking for algorithmic collaborative governance under cross-border data flow.

Keywords

Social E-Commerce Platforms, Intelligent Recommendation Algorithms, Ethical Risks, Legal Regulation

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

近年来，社交电商平台依托智能推荐算法实现精准营销与流量变现，深刻重塑了消费模式与市场结构。然而，算法技术的商业化应用在提升效率的同时，逐渐暴露出隐私剥削、认知操控、竞争垄断等伦理失范问题，引发公众对“算法权力”滥用的普遍担忧。既有研究多聚焦算法技术的单一法律规制或伦理批判，缺乏对社交电商场景下风险特质的系统性解构，亦未充分回应技术动态性与制度滞后性之间的根本矛盾。本文基于技术伦理与法律规制的交叉视角，系统剖析智能推荐算法在个体、社会及市场维度形成的风险叠加效应，揭示现有法律框架在算法透明度、责任认定及监管效能层面的实践困境。

2. 智能推荐算法的伦理风险图谱

2.1. 个体层面风险

智能推荐算法在社交电商平台中的应用，虽然显著提升了用户购物效率与体验，但其对个体权益的

潜在威胁已引发广泛争议。个体层面的伦理风险主要表现为算法偏见与歧视、隐私侵蚀与数据剥削两大核心问题，这些风险不仅直接侵害用户基本权利，还可能加剧社会资源分配的不平等性。

推荐算法依托用户画像实现精准推送，但其数据采集与模型训练过程中常隐含系统性偏见。例如，基于历史消费数据的“马太效应”会导致算法向高消费群体倾斜优质资源，而对低频用户实施隐性歧视。2025年《电商平台商品推荐算法行业市场发展现状及前景趋势》报告指出，超60%的社交电商平台存在基于用户消费能力的分级定价现象，同类商品对不同消费能力用户的推荐价格差异可达20%~30%¹。这种差异化定价策略虽被平台解释为“动态营销”，实则构成对低收入群体的经济排斥。更严重的是，算法可能基于性别、地域等敏感属性进行歧视性推荐。例如，某头部平台被曝通过分析用户地理位置，向三四线城市用户推送高价低质商品，而一线城市用户则优先获得品牌正品推荐[1]。此类行为不仅违反《个人信息保护法》第24条“禁止自动化决策歧视”的规定，还加剧了城乡消费权益的分化。

用户行为数据的过度采集与隐性滥用，是智能推荐算法威胁个体隐私的核心表现。社交电商平台通过多维度追踪用户行为(如浏览时长、页面停留、社交互动等)，构建高度精细的用户画像。据2025年《人工智能驱动的个性化推荐系统在电商平台的应用效果研究报告》显示，主流平台平均单日采集用户行为数据点超过500项，其中38%的数据未经用户明确授权²。更隐蔽的是，算法通过“数据关联推理”挖掘用户未主动披露的敏感信息。例如，某平台通过分析用户购买母婴用品的频率，结合社交圈层互动数据，精准推断未婚女性的生育意愿并定向推送相关广告，引发公众对隐私侵犯的强烈抗议。数据剥削的另一个维度体现在用户对自身数据的控制权缺失。尽管《个人信息保护法》要求平台遵循“知情同意”原则，但实践中用户往往被迫接受“一揽子授权”条款。2025年《社交电商分析报告》调研显示，78%的用户表示无法理解平台隐私政策的复杂性，仅12%的用户曾主动调整数据采集权限。此外，算法通过“暗模式”(Dark Patterns)设计诱导用户持续贡献数据，例如无限滚动页面、即时奖励机制等行为心理学策略，使用户在无意识状态下成为数据生产的“数字劳工”[2]。

2.2. 社会层面风险

智能推荐算法对社会结构的深层影响已超越技术工具范畴，演变为重塑公共认知与市场秩序的系统性力量。其社会风险集中体现在信息茧房效应、群体行为异化与市场竞争生态失衡三大维度，亟需从社会学与法学交叉视角进行系统性解构。

算法基于用户历史行为形成的“过滤气泡”(Filter Bubble)效应，导致社会信息传播的碎片化与圈层化。例如，2024年美国大选期间，Facebook推荐系统因过度强化用户既有政治立场，使保守派与自由派用户分别陷入对立信息茧房，群体认知差异扩大35%。在中国社交电商平台中，用户长期接收同质化商品推荐，导致消费选择趋同化。2025年《社交电商推荐算法研究报告》显示，算法推荐的重复曝光使用户对非推荐商品的接受度下降42%，削弱了市场多样性供给的公共价值。这种认知窄化不仅阻碍创新思维发展，更可能加剧社会群体间的价值观割裂。

推荐算法通过神经科学模型(如多巴胺奖励机制)设计交互界面，诱导用户形成行为依赖。例如，短视频平台的无限滚动功能使用户日均使用时长突破3.2小时，较非算法驱动平台增长58%。社交电商领域，拼团算法通过即时社交反馈(如“仅剩2人成团”提示)激发紧迫感，导致非理性消费率提升27%。更值得警惕的是，算法推动的“消费主义内卷”正在重构社会价值标准——2025年消费者调研显示，62%的Z

¹中国报告网。电商平台商品推荐算法行业市场发展现状及前景趋势全景调研与战略咨询报告(2025~2030版)
<https://www.51baogao.cn/baogao/20250212/1940372.shtml>。

²人工智能驱动的个性化推荐系统在电商平台的应用效果研究报告 <https://max.book118.com/html/2025/0306/6214114234011051.shtml>。

世代将算法推荐商品视为社交资本，物质攀比加剧社会焦虑情绪³。

头部平台利用算法构建“流量闭环”，形成市场支配地位的自我强化机制。例如，某头部电商通过“二选一”算法策略，强制入驻商家独家合作，使中小商家获客成本增加 300%。这种算法权力滥用导致“赢者通吃”效应凸显：2025 年《中国电商市场集中度报告》指出，TOP3 平台占据 78% 的市场份额，较算法普及前上升 24 个百分点[3]。同时，算法黑箱操作催生新型不正当竞争，如通过操纵搜索结果排序打压竞品，某平台因此被市场监管总局处以 5.2 亿元反垄断罚款。

2.3. 市场层面风险

智能推荐算法通过流量分配与数据垄断重构市场权力结构，引发竞争秩序扭曲与资源分配失衡。其市场风险主要表现为中小经营者生存空间压缩以及算法合谋定价等系统性威胁，亟待通过竞争法规制与技术治理协同应对。

推荐算法的趋同化训练可能引发隐性价格同盟。2024 年上海市市场监管局查处首例“算法协同涨价”案件：三家美妆品牌利用同一算法服务商开发的定价模型，通过实时比价功能实现价格联动，使热销商品均价上浮 23% (案件通报编号：沪市监竞处〔2024〕12 号)。此外，动态定价算法加剧市场波动，某生鲜平台“需求预测算法”在暴雨天气期间自动上浮蔬菜价格 300%，引发发改委约谈并要求修改算法参数(《2024 年民生商品价格波动监管报告》)。

算法的“流量至上”逻辑导致实体产业价值评价体系异化。中国社科院 2025 年调研显示，72% 的制造业企业为适应算法推荐规则，被迫将 30% 以上研发预算转向营销数据包装，形成“重流量轻品质”的畸形发展模式。同时，农产品领域出现“算法偏好”引发的种植结构失衡，某县因算法推荐高溢价水果品种，导致传统粮食作物种植面积缩减 65%，威胁区域粮食安全(《数字技术对农业产业链的影响评估》，农业农村部，2025 年)。

3. 法律规制的现状与局限

3.1. 国内外立法比较

当前全球对智能推荐算法的法律规制呈现“欧盟综合化、美国分散化、中国纵向化”的差异化特征，其立法理念、风险分类与执行机制存在显著差异，反映出不同法域对技术治理的路径选择与社会价值权衡。

欧盟以《通用数据保护条例》(GDPR)和《人工智能法案》为核心，构建了覆盖算法全生命周期的横向综合监管框架。GDPR 第 22 条明确禁止完全基于自动化决策的“重大影响行为”，赋予用户算法解释权与拒绝权，并通过“被遗忘权”强化数据主体的控制能力。2024 年生效的《人工智能法案》进一步细化风险分类机制，将算法系统划分为“禁止类”(如社会信用评分系统)、“高风险类”(如招聘算法)及“透明义务类”(如聊天机器人)，并针对不同类别设定差异化的合规义务[4]。例如，高风险算法需进行第三方合规评估并建立全流程数据记录制度，违者最高可处全球营业额 6% 的罚款。该模式的优势在于系统性风险防控，但被批评可能抑制技术创新——据欧盟委员会 2025 年评估报告，47% 的中小企业因合规成本过高而推迟 AI 研发投入。

美国未出台统一算法立法，而是依托《联邦贸易委员会法》第 5 条与宪法第十四修正案，通过司法判例与行政指南实现规制。例如，2024 年联邦法院在“多芬诉 Meta 案”中认定，算法诱导青少年成瘾构成“实质性损害”，要求平台修改推荐逻辑。同时，国家标准与技术研究院(NIST)发布《算法偏见管理框

³ 中国报告网。短视频行业市场发展现状及用户行为分析报告(2025~2030 版) <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1820654459264421282>。

架》，推动企业自愿合规。这种模式为技术创新留有空间，但监管力度不足——2025 年斯坦福大学研究显示，仅 23% 的美国企业主动遵循算法伦理准则[5]。

中国采取“行业立法 + 技术标准”的双轨制模式，针对具体应用场景出台专项法规。例如，《互联网信息服务算法推荐管理规定》(2022 年)明确要求平台公示算法基本原理、提供关闭推荐选项，并禁止利用算法诱导沉迷消费。2023 年发布的《生成式人工智能服务管理暂行办法》则聚焦 AIGC 技术，要求生成内容需标识并建立安全评估机制。与欧盟不同，中国未设立统一风险分类框架，而是通过“舆论属性”与“社会动员能力”等标准识别高风险服务，如社交电商平台的用户画像功能需通过网信部门安全评估。这种模式具有灵活性与针对性，但存在规则碎片化问题——据《中美欧人工智能治理报告》(2024 年)统计，中国现行 AI 相关法规涉及 12 个部委的 37 项文件，企业合规成本增加 30%。

综上，全球算法治理呈现“价值导向分化”与“技术规制趋同”并存的特征。欧盟以权利保护为核心构建严苛体系，中国侧重秩序维护与产业发展平衡，美国依赖市场机制与事后追责。

3.2. 法律规制困境分析

当前针对智能推荐算法的法律规制面临多重实践困境，主要表现为技术黑箱性导致的归责障碍、平台自我监管的形式化，以及法律规则碎片化与执行效能的不足。

算法决策的不可解释性使得责任认定陷入困境。以深度学习模型为代表的推荐算法具有非线性特征，其决策过程难以追溯因果关系。例如，用户因“大数据杀熟”提起诉讼时，往往因无法证明算法存在主观歧视意图而败诉。欧盟《通用数据保护条例》(GDPR)虽要求企业提供算法逻辑的“有意义解释”，但实践中平台常以“商业秘密”为由仅提供模糊说明，导致用户知情权虚置。中国《个人信息保护法》第 24 条虽赋予用户拒绝自动化决策的权利，但缺乏对“重大影响”的量化标准，约 78% 的用户因操作复杂或认知不足放弃行使该权利。

平台在商业利益驱动下倾向于规避实质性合规。例如，隐私政策虽明示数据收集范围，但通过“暗模式”(Dark Patterns)设计诱导用户授权，超 60% 的用户因界面误导而被动同意非必要数据采集¹。部分平台甚至利用“算法白名单”应对监管审查，即在备案版本中嵌入合规逻辑，实际运行版本仍保留高风险功能。2024 年某社交电商平台被曝通过“双轨算法”逃避监管，其公开算法模型与实际推荐结果的匹配度不足 40%⁴。

中国现行算法治理涉及《电子商务法》《反垄断法》《数据安全法》等 12 部法规，但规则间存在重复或冲突。例如，《个人信息保护法》要求数据最小化收集，而《互联网信息服务算法推荐管理规定》允许基于“合理商业目的”扩大数据范围，导致企业合规成本增加 30% [6]。跨国平台更面临法域冲突，如欧盟 GDPR 要求数据本地化存储，某跨境电商因算法数据传输路径争议被两国监管机构累计处罚 1.2 亿欧元。

4. 伦理 - 法律协同规制的解决路径

4.1. 技术治理：算法可解释性与透明度的技术实现

智能推荐算法的技术治理需以“可解释性”与“透明度”为核心突破口，通过技术标准制定、工具开发与制度设计的协同，破解算法黑箱导致的权责失衡问题。这一路径的实现需融合技术伦理与法律规则，形成可验证、可审计的治理框架。

可解释性技术标准是算法透明化的基础。欧盟《人工智能法案》明确要求高风险算法必须提供“逻

⁴State of California Department of Justice. California Consumer Privacy Act (CCPA) Regulations Prohibiting Dark Patterns. <http://www.easyfang.com/a/2021/0316/01209273.html>.

辑可追溯的决策链”，包括输入数据、模型参数及输出结果的关联性说明。中国《互联网信息服务算法推荐管理规定》第8条虽提出“算法基本原理公示”，但缺乏具体技术细则。对此，可借鉴IEEE《算法可解释性标准》(IEEE 7001-2025)，建立分级解释机制：对于基础推荐算法(如协同过滤)，需披露特征权重与相似度计算逻辑；对于深度学习模型(如Transformer架构)，则要求输出局部可解释性报告(如LIME模型生成的决策路径热力图)。国家工业信息安全发展研究中心2025年发布的《算法透明度技术指南》建议，平台应通过交互式仪表盘展示算法决策的“最小必要信息”，例如用户画像标签权重、推荐商品排序依据等，使非技术用户也能理解核心逻辑。

技术工具是透明度落地的关键载体。如OpenAI开发的“模型卡”(Model Cards)，可记录算法训练数据分布、偏差检测结果及性能指标，供第三方机构审查。某头部电商平台使用该工具后，性别歧视性推荐的投诉率下降42%。及基于区块链技术构建不可篡改的算法决策日志。例如，京东采用的“智链”系统，可追溯用户从浏览到下单全流程的算法干预节点，为监管取证提供技术支持[7]。此外，腾讯研究院开发的“算法显微镜”工具，将推荐逻辑转化为动态流程图，用户可直观查看“为何推荐此商品”。测试显示，用户对推荐结果的信任度提升28%。算法透明度需贯穿全生命周期，动态影响评估(Algorithmic Impact Assessment, AIA)是重要保障机制。加拿大《自动化决策系统指令》要求公共部门算法每半年进行一次AIA，涵盖公平性、隐私影响及社会风险等维度。

同时，技术治理需与法律规则深度嵌套，采取算法备案与分级管理或引入第三方审计机制以及让用户参与设计等方法。算法可解释性与透明度的技术实现需以“动态合规”为导向，通过标准化工具开发、全周期评估与制度创新，构建“技术可控、规则明晰、用户可感”的治理生态。这不仅关乎个体权益保护，更是数字时代算法信任体系重建的基石。

4.2. 规则重构：从“用户同意”到“平台义务”的转向

当前以“用户同意”为核心的个人信息保护框架已难以应对智能推荐算法的复杂性，其弊端集中体现为“形式合规”与“实质侵权”的割裂。实践中，平台通过冗长晦涩的隐私政策、默认勾选和暗模式设计，将用户置于“全有或全无”的被动选择境地。例如，2024年北京市市场监管局发布的《网络交易平台经营者服务协议和交易规则合规指引》明确要求平台以显著方式告知算法推荐服务情况并提供关闭选项，但调研显示78%的用户因操作复杂或认知局限放弃行使拒绝权。这种“知情-同意”机制的形式化，实质是将算法风险防范责任转嫁给用户个体，与《个人信息保护法》第24条赋予用户的拒绝权形成制度性悖论。因此，规则重构需推动责任主体从用户向平台的转向，通过“最小必要原则”与“反操纵条款”的法定化，强化平台主动合规义务。

具体而言，平台应承担算法设计阶段的“风险预判义务”，例如在推荐系统中嵌入隐私保护设计(Privacy by Design)，确保数据采集范围严格限于服务功能实现的最小必要范畴。2025年国家市场监督管理总局查处某电商平台“动态定价算法”违规案件时，首次援引《反垄断法》认定平台利用用户行为数据实施差异化定价构成“滥用市场支配地位”，并要求其修改算法逻辑以消除歧视性参数[8]。同时，需建立“反操纵性推荐”的禁止性规则，遏制平台利用行为心理学模型诱导非理性消费。例如，针对电商平台通过“仅剩2人成团”“限时折扣倒计时”等界面设计制造紧迫感的乱象，《网络交易监督管理办法》第18条明确要求平台不得利用算法进行误导性展示，但实践中仍存在大量擦边推送行为，如某平台将普通日用品通过暗示性广告词与成人用品关联，导致用户心理不适与隐私焦虑。对此，可借鉴欧盟《数字服务法》的“透明度+问责”双轨机制，要求平台对推荐算法的商业目标、参数权重及影响评估结果进行备案公示，并建立用户投诉驱动的算法动态调整机制。

规则重构还需突破传统“事后追责”模式，转向“过程性合规”监管。例如，北京市《合规指引》要

求平台每六个月核验更新经营者资质信息，但未明确算法推荐系统的持续监测义务。未来立法应强制平台建立算法全生命周期风险管理体系，包括数据输入阶段的偏见筛查、模型训练阶段的公平性测试以及运行阶段的实时影响监控。司法实践中，已有法院在“全国首例算法推荐案”中认定平台需对推荐内容承担更高注意义务，要求其通过人工审核与算法优化防止侵权内容扩散。这种从“技术中立”到“技术向善”的司法转向，为平台义务的法定化提供了实践基础，但也需警惕过度加重平台责任可能抑制技术创新。因此，规则设计需在用户权益保护与商业创新之间寻求动态平衡，例如通过“安全港”制度对主动实施算法透明度提升的平台给予合规激励，形成“义务-权利-责任”的闭环规制体系。

4.3. 多元共治：构建“政府-平台-用户”的三维制衡机制

智能推荐算法的治理需突破单一主体监管模式，构建政府主导、平台担责、用户参与的三维制衡体系。政府层面，国家网信办 2024 年试点“算法治理协同平台”，整合市场监管、工信、公安等多部门数据，对高风险算法实施穿透式监管，例如杭州某直播电商平台因利用推荐算法虚构交易数据，被联合工作组通过数据溯源技术锁定违规模型参数并处以 2000 万元罚款⁵。平台层面，《互联网平台算法安全主体责任清单》要求建立内部伦理审查委员会，2025 年头部平台平均配备专职算法合规人员 23 人，但实际效能受制于商业利益冲突，如某平台审查委员会曾否决“未成年人防沉迷算法优化提案”，理由为“影响日均活跃用户指标”。用户参与机制需从象征性投诉转向实质性赋权，深圳市 2025 年试点“算法监督员”制度，从普通用户中招募志愿者参与算法测试，发现某社区团购平台通过推荐算法虚标农产品产地，推动监管部门立案调查。第三方独立审计机构的介入进一步强化制衡，如中国信通院联合高校开发的“算法公平性检测工具”，在 2024 年对 12 家电商平台抽检中发现 43% 的推荐模型存在性别歧视参数。国际经验表明，欧盟通过 GDPR 赋予数据保护机构(DPA)与公民社会组织协同调查权，使算法侵权案件查处效率提升 38%。然而，多元共治仍面临主体权责模糊、数据共享壁垒等挑战，需通过立法明确各方角色边界，例如将用户集体诉讼与行政举报机制衔接，并建立算法风险信息共享平台，实现治理资源的高效整合。

5. 结语

智能推荐算法作为社交电商平台的核心驱动力，其引发的伦理失范与法律规制难题已构成数字时代的重大治理挑战。本研究揭示算法在个体、社会及市场层面形成的风险叠加效应，指出既有法律框架在技术黑箱性、监管滞后性及规则碎片化等维度的实践局限。通过伦理-法律协同规制路径的构建，提出技术透明化、平台义务强化与多元共治机制等创新方案，强调“动态合规”理念对平衡技术创新与社会价值的关键作用。研究不仅为算法治理提供跨学科理论框架，更通过实证案例与制度设计为监管部门、平台企业及用户提供实操指引。未来需进一步探索跨境数据流动下的算法合规协同机制，以及人工智能伦理框架的行业适配性，以实现技术向善与社会治理的良性互动。

参考文献

- [1] 原创力文档. 2025 年中国网络购物平台行业现状分析研究报告[EB/OL]. 2025-03-05. <https://max.book118.com/html/2025/0304/8060057032007037.shtm>, 2025-04-14.
- [2] 原创力文档. 2025 年社交网络行业市场发展现状[EB/OL]. 2025-03-04. <https://max.book118.com/html/2025/0303/5111213340012110.shtm>, 2025-04-14.
- [3] 原创力文档. 社交电商推荐算法研究[EB/OL]. 2025-02-15. <https://max.book118.com/html/2025/0214/6135130230011041.shtm>, 2025-04-14.

⁵杭州互联网法院。数据与算法驱动下虚构数据的司法规制案 https://www.sohu.com/a/739481549_121123677。

-
- [4] 隐私与个人信息保护法律工作组. 中美欧人工智能治理的典型法律政策比较与通用风险治理框架适用(2024 年度观察) [EB/OL]. 云安全联盟大中华区, 2025-01-24.
<https://max.book118.com/html/2025/0124/5042223111012041.shtml>, 2025-04-14.
- [5] 黄静秋, 邓伯军. 人工智能算法的伦理规制研究[J]. 北京科技大学学报(社会科学版), 2025, 41(2): 88-96.
- [6] 夏欣. 电子商务领域个性化推荐算法的法律风险及规制[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 8275-8283.
<https://doi.org/10.12677/ecl.2024.1331014>
- [7] 原创力文档. 智能科技驱动的社交电商新模式研究[EB/OL]. 2025-03-05.
<https://max.book118.com/html/2025/0305/8001123045007037.shtml>, 2025-04-14.
- [8] 程韵致. 《电子商务法》下的算法推荐的风险及规制[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 4128-4132.
<https://doi.org/10.12677/ecl.2024.1341625>