

电商算法规制视域下消费者权益保障的法理突围与路径构建

张 采

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月27日; 录用日期: 2025年5月16日; 发布日期: 2025年6月13日

摘 要

在电商行业蓬勃发展的进程中, 算法技术深度融入电商运营的各个环节, 彻底重塑了消费生态。然而, 算法的技术特性给消费者权益保障带来了诸多复杂难题。本文深度剖析电商算法规制与消费者权益保障之间的内在联系, 详细阐述当前消费者权益保护面临的现实困境, 从法理层面探索突破路径, 并提出全面且具针对性的实现路径, 致力于为数字经济时代电商算法的有效治理与消费者权益的切实保护提供理论支撑与实践指引。

关键词

电商算法, 消费者权益保障, 法理突围, 实现路径

Legal Theory Breakthrough and Path Construction for the Protection of Consumers' Rights and Interests from the Perspective of E-Commerce Algorithm Regulation

Cai Zhang

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 27th, 2025; accepted: May 16th, 2025; published: Jun. 13th, 2025

Abstract

In the process of the booming development of the e-commerce industry, algorithm technology has

文章引用: 张采. 电商算法规制视域下消费者权益保障的法理突围与路径构建[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 1310-1317. DOI: 10.12677/ec.2025.1461866

been deeply integrated into all aspects of e-commerce operations, completely reshaping the consumption ecosystem. However, the technical characteristics of algorithms have brought many complex problems to the protection of consumers' rights and interests. This paper deeply analyzes the internal relationship between the regulation of e-commerce algorithms and the protection of consumers' rights and interests, elaborates on the current practical dilemmas faced by the protection of consumers' rights and interests, explores breakthrough paths from the legal theory level, and proposes comprehensive and targeted implementation paths, aiming to provide theoretical support and practical guidance for the effective governance of e-commerce algorithms and the practical protection of consumers' rights and interests in the digital economy era.

Keywords

E-Commerce Algorithms, Protection of Consumers' Rights and Interests, Breakthrough in Legal Theory, Implementation Paths

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

在当今数字经济的蓬勃发展浪潮中,电商行业凭借信息技术服务(Information Technology Services, 简称 ITS)的强大赋能,以惊人的速度崛起,已然成为推动经济增长的重要引擎。算法技术作为电商运营的核心支撑力量,广泛且深入地应用于精准推荐、流量分配等关键商业环节。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至 2024 年 6 月,我国网络购物用户规模已高达 9.05 亿人,占网民总数的 82.3% [1],并且电商平台借助算法实现的商品推荐所促成的交易占比正逐年稳步上升。算法通过对海量消费者数据进行高效分析与处理,能够精准洞察消费者的个性化偏好和潜在需求,为消费者提供高度契合其需求的商品和服务推荐,极大地提升了购物效率,显著优化了用户体验[2]。但与此同时,算法技术的快速发展也给消费者权益保护带来了前所未有的挑战。算法所具有的隐蔽性和数据驱动性等特性,使得消费者在享受电商便捷服务的过程中,面临着知情权、隐私权、公平交易权等多项合法权益遭受侵害的风险。以备受关注的大数据杀熟现象为例,部分电商平台利用算法对老用户进行价格歧视,老用户在购买相同商品或服务时,往往需要支付比新用户更高的价格,这种行为严重违背了公平交易原则,极大地损害了消费者的合法权益。在这样的背景下,深入研究电商算法规制视域下的消费者权益保障问题,具有极其重要的现实意义和理论价值。从现实层面来看,该研究有助于构建和完善电商领域的法律规制体系,切实维护消费者的合法权益,推动电商行业实现健康、可持续发展;从理论层面而言,其能够丰富法学理论在新兴技术领域的研究成果,为数字经济时代的法治建设提供有益的借鉴和参考。基于此,本文围绕算法场景下消费者权益保障问题展开全面而深入的探讨。

2. 电商算法规制与消费者权益保障的内在关联

2.1. 电商算法应用的特性剖析

电商算法具有独特的技术逻辑与鲜明的商业应用特征。从技术逻辑角度来看,算法的运行高度依赖数据,其过程是对海量消费者数据进行收集、分析和处理。这些数据涵盖了消费者浏览记录、购买行为、搜索关键词、停留时间等多维度信息。算法通过运用复杂的数据挖掘和分析技术,构建出精准的消费者

画像,进而实现对消费者行为的精准预测和决策。例如,通过分析消费者在某一时间段内频繁浏览某类电子产品,算法可以预测该消费者可能有购买此类产品的需求,并据此进行相关产品推荐。同时,算法具有自动化决策的特性,一旦设定好规则和模型,它便能在无需人工干预的情况下,自主对数据进行处理并做出决策,如商品推荐、价格调整、库存管理等。在商业应用方面,精准推荐是电商算法的重要功能之一。电商平台借助算法,依据消费者的个性化特征,将符合其需求的商品精准推送给消费者,从而有效提高商品的曝光率和销售转化率。以亚马逊的 A9 算法为例,该算法经过不断升级优化,引入了更先进的机器学习技术和深度学习模型,能够更细致地对用户行为进行建模。通过实时捕捉消费者的兴趣动态变化,A9 算法能够在瞬间调整推荐策略,为消费者提供更加精准的商品推荐。亚马逊官方数据显示,得益于此次推荐系统的优化,平台累计复购率提升了 27% [3],销售额也实现了显著增长。此外,算法在流量分配中也起着关键作用。平台通过算法决定哪些商家和商品能够获得更多的流量支持,这直接影响着商家的经营业绩和市场竞争格局。在竞争激烈的电商市场中,流量意味着潜在的客户和销售机会,因此,算法的流量分配结果对商家的生存和发展至关重要。电商算法的这些特性对消费生态产生了深远影响。一方面,它打破了传统的消费模式,使消费者能够更便捷地获取商品信息,满足个性化需求,提升了购物的便利性和满意度;另一方面,也加剧了市场竞争,促使电商企业不断创新和优化服务,推动了电商行业的快速发展。然而,这些特性也为消费者权益保护带来了潜在风险。由于算法的复杂性和不透明性,消费者难以了解算法的运行机制和数据处理方式,容易在不知不觉中陷入权益被侵害的境地。

2.2. 消费者权益在电商算法场景的新型需求

在电商算法场景下,消费者权益保护呈现出全新的维度与要求。就知情权而言,在传统消费模式中,消费者能够较为直观地了解商品的基本信息和交易规则,例如通过商品标签、说明书以及与销售人员的沟通获取信息。但在算法推荐的环境下,算法黑箱使得消费者难以知晓推荐机制的具体原理和数据使用规则。消费者并不清楚平台依据何种数据、运用何种算法为其推荐商品,也无法确定推荐商品的真实性、可靠性以及是否符合自己的实际需求。这种信息不对称削弱了消费者知情权的行使基础,导致消费者在购物决策过程中存在诸多困惑和不确定性。因此,在算法场景下,消费者对算法原理、数据来源及使用方式等方面的知情权需求更为迫切。他们希望能够清晰地了解算法是如何运作的,平台收集了哪些数据以及如何使用这些数据,以便更好地做出购物决策[4]。隐私权在电商算法场景下同样面临新的挑战。随着算法对消费者数据的深度挖掘和广泛应用,消费者的个人信息被大量收集和存储。这些信息不仅包括姓名、联系方式、家庭住址等基本信息,还涵盖了消费者的消费习惯、兴趣爱好、浏览历史等敏感信息。如果这些数据得不到妥善保护,极易引发隐私泄露问题。例如,2018 年,Facebook 发生大规模数据泄露事件,约 8700 万用户信息被滥用,其中涉及大量电商平台关联数据。这一事件引发全球范围内对数据隐私保护的高度关注[5]。在电商领域,消费者期望其个人数据能够得到严格保护,算法在数据收集、使用和共享过程中应遵循合法、正当、必要的原则。他们担心个人数据被过度收集、非法使用或泄露,导致个人隐私受到侵犯,甚至遭受诈骗、骚扰等风险。公平交易权也受到算法的显著影响。大数据杀熟、价格歧视等算法滥用行为的出现,严重破坏了公平交易的市场环境。消费者在不知情的情况下,可能因算法的差别对待而支付更高的价格。例如,在某款 App 上,用两个账号分别搜索三亚某度假酒店同时间同房型的价格,黄金会员账号显示的价格为 2910 元一晚,普通会员账号显示的价格为 2699 元一晚[6]。这种行为不仅违背了公平交易的原则,也损害了消费者的经济利益。此外,算法还可能通过限制商品选择范围、设置不合理的交易条件等方式,影响消费者的公平交易权。因此,在算法场景下,消费者要求电商平台确保交易的公平性,避免算法歧视,保障其公平交易权的实现。他们希望在购买商品或服务时,能够享受到公平的价格和合理的交易条件,不受算法的不合理影响。

3. 电商算法场景下消费者权益保障的现实困境

3.1. 算法隐蔽性引发的权益认知偏差

算法黑箱是算法隐蔽性的典型体现。电商平台的算法通常是由复杂的代码和模型组合而成，其内部运行机制高度专业化且不对外公开。消费者在使用电商平台时，只能看到算法推荐的结果，却无法了解推荐背后的逻辑和数据处理过程。这种信息不对称导致消费者对推荐机制和数据使用规则的认知缺失。以商品推荐为例，消费者可能会收到一些看似莫名其妙的商品推荐。这些推荐可能与消费者的近期浏览行为、搜索记录并无明显关联，消费者难以判断推荐商品的真实性、可靠性，也无法评估推荐是否符合自己的实际需求。例如，消费者只是偶尔浏览了一次运动装备，但随后却频繁收到宠物用品的推荐，这让消费者感到困惑和不解[7]。这种情况不仅影响了消费者的购物决策，还削弱了消费者知情权的行使效果。长期处于这种信息不对称的状态下，消费者可能会对电商平台产生不信任感，进而影响电商行业的健康发展。消费者可能会减少在该平台的购物次数，甚至转向其他更值得信赖的平台，这对电商平台的声誉和市场份额都将造成负面影响。

3.2. 数据驱动算法导致的权益侵害多元性

数据驱动的算法在电商领域引发了诸多权益侵害问题。大数据杀熟是其中最为突出的表现之一。电商平台通过算法分析消费者的消费能力、购买频率、消费偏好等数据，对不同消费者实行差异化定价。例如，两人在同一手机软件上看到的酒店价格完全不一样[7]。这一行为严重侵害了消费者的公平交易权，违背了市场公平竞争的原则。此外，大数据杀熟还可能表现为对不同地区、不同消费时段的消费者进行价格歧视，使得消费者在购买相同商品或服务时支付不同的价格。隐私泄露也是数据驱动算法带来的严重问题。算法在运行过程中需要收集大量的消费者个人数据，包括姓名、联系方式、家庭住址、身份证号码等敏感信息。如果这些数据的存储和管理存在漏洞，或者被不法商家非法获取和使用，就会导致消费者隐私泄露。据行业监测显示，2023年数据泄露事件超万起，电商领域占比显著[8]。隐私泄露不仅给消费者带来骚扰，如频繁收到垃圾短信、推销电话等，还可能导致消费者遭受诈骗、财产损失等风险。例如，消费者的个人信息被泄露后，诈骗分子可能会利用这些信息进行精准诈骗，给消费者造成经济损失。此外，信息茧房也是算法带来的不良后果。算法基于消费者的偏好进行推荐，使得消费者长期接触到的信息局限在自己感兴趣的领域，形成信息壁垒。这会限制消费者的信息获取范围，使其难以接触到多元化的观点和商品，影响消费者的自主选择权，阻碍市场的充分竞争。例如，一位消费者平时喜欢阅读历史类书籍，算法就会持续为其推荐历史类书籍，而很少推荐其他类型的书籍，导致消费者错过其他优秀的作品[7]。同时，信息茧房还可能加剧社会的信息分化，形成不同的信息圈层，不利于社会的和谐发展。

3.3. 现有法律规制的适配性不足

尽管我国已出台《电子商务法》《个人信息保护法》等相关法律法规，在一定程度上对电商领域的行为和个人信息保护进行了规范，但在算法场景下，仍存在规则空白和不足之处。在算法透明度标准方面，现有法律对算法应披露的内容、方式和程度缺乏明确规定。电商平台在算法披露时往往模糊不清，导致消费者难以从中获取有效信息。例如，一些电商平台虽声称采用了个性化推荐算法，但对于算法的具体原理、数据使用情况等关键信息却未作详细说明[7]。平台可能只是简单地告知消费者“根据您的浏览历史和偏好进行推荐”，但并没有解释具体的推荐算法和数据来源，消费者无法了解推荐的准确性和公正性。在侵权责任界定方面，当消费者权益受到算法侵害时，难以确定侵权主体和责任承担方式。由于算法涉及电商平台、数据收集者、算法开发者等多方主体，在出现侵权问题时，各方可能相互推诿责

任。以大数据杀熟案件为例，消费者很难确定是平台利用算法实施了价格歧视，还是数据收集者提供了不准确的数据导致算法出现偏差。此外，算法的复杂性和技术专业性的增加也增加了侵权责任认定的难度，消费者往往难以提供足够的证据证明侵权行为的存在和侵权主体的责任。

4. 电商算法规制中消费者权益保障的法理突围

4.1. 从技术逻辑到法律价值的理念转轨

在电商算法规制过程中，应当实现从“技术优先”到“权益本位”的理念转变。传统上，电商行业在发展过程中更侧重于技术创新和商业利益，对消费者权益保护的重视程度相对不足。然而，随着算法技术带来的问题日益凸显，必须将法律价值融入算法规制之中，以保障消费者权益作为核心目标。公平是法律的基本价值之一，在电商算法场景中，公平意味着算法不应基于消费者的身份、消费习惯、消费能力等因素进行差别对待，要确保所有消费者在交易过程中享有平等的机会和待遇。例如，在价格制定和商品推荐方面，算法应遵循公平原则，避免出现大数据杀熟等不公平行为。平台不能因为消费者是老用户、消费频率高或者消费能力强就提高价格，也不能在商品推荐时对某些消费者进行歧视性对待，而应根据商品的实际价值和消费者的真实需求进行推荐。透明是保障消费者知情权的关键。算法应具备一定的透明度，电商平台有责任向消费者公开算法的基本原理、数据使用规则等信息，使消费者能够了解推荐和决策的依据。这样做有助于增强消费者对电商平台的信任，促进市场的健康发展。平台可以通过专门的页面或说明文档，向消费者详细解释算法的运行机制、数据来源以及如何使用这些数据进行推荐和决策。同时，平台还可以定期发布算法报告，向消费者公开算法的更新情况和优化措施，提高算法的透明度和可监督性。人格尊严同样是重要的法律价值。算法在处理消费者数据时，应充分尊重消费者的人格尊严，不得将消费者仅仅视为数据对象进行商业利用。保护消费者的隐私和个人信息，实际上就是对人格尊严的尊重和维护。平台在收集、使用和存储消费者数据时，应遵循合法、正当、必要的原则，不得过度收集和滥用消费者数据。同时，平台应采取严格的数据安全保护措施，防止消费者数据泄露，保障消费者的个人信息安全。

4.2. 权益保障的法理原则重塑

为构建坚实的法理支撑体系，需确立算法场景下消费者权益保护的原则。算法透明原则要求电商平台对算法的运行机制、数据处理过程等关键信息进行适度公开，确保消费者能够理解算法如何影响其购物体验 and 权益。比如，平台可以通过专门的页面或说明文档，向消费者解释推荐算法的基本逻辑和数据来源。在解释推荐算法的基本逻辑时，平台可以用通俗易懂的语言介绍算法是如何分析消费者的浏览历史、购买行为等数据，从而得出推荐结果的；在说明数据来源时，平台应明确告知消费者数据是来自消费者自身的行为记录，还是从其他渠道获取的，以及数据的使用范围和期限。数据最小化原则强调电商平台在收集和使用消费者数据时，应遵循最小必要原则，仅收集与业务功能直接相关的数据，并且在数据使用完毕后及时进行删除或匿名化处理，以此减少数据泄露风险，保护消费者隐私。例如，电商平台在收集消费者数据时，应明确告知消费者收集数据的目的和用途，并且只收集与实现该目的直接相关的数据。如果平台收集消费者的地理位置信息只是为了提供本地商品推荐服务，那么在服务结束后，应及时删除或匿名化处理这些数据，避免数据被滥用。禁止算法歧视原则禁止电商平台利用算法对消费者进行不合理的差别对待，以此保障消费者的公平交易权和自主选择权。无论是在价格设定、商品推荐还是服务提供方面，算法都不应基于消费者的个人特征进行歧视性操作。例如，在价格设定方面，算法不能因为消费者的性别、年龄、地域等因素而设置不同的价格；在商品推荐方面，算法应根据消费者的真实需求和偏好进行推荐，而不是基于消费者的个人身份进行歧视性推荐。

5. 电商算法规制下消费者权益保障的实现路径

5.1. 立法层面：构建精准化规则体系

为填补立法空白，构建精准化的规则体系势在必行。法律应明确规定电商平台必须向消费者披露算法的详细信息，包括算法的基本原理、数据来源、数据处理方式以及可能对消费者权益产生的影响等内容。同时，要对披露的方式和时间作出规定，确保消费者能够及时、便捷地获取这些信息。例如，可要求电商平台在用户注册页面、隐私政策中明确告知算法相关信息，并定期更新。在用户注册页面，平台可以以弹窗或链接的形式，引导消费者了解算法的基本原理和数据使用规则；在隐私政策中，平台应详细说明数据的收集范围、使用方式以及共享情况等。此外，平台还可以通过推送通知、站内信等方式，及时向消费者告知算法的更新情况和可能对消费者权益产生的影响。在数据使用方面，要对电商平台的数据收集、存储、使用和共享行为进行严格规范。明确规定哪些数据可以收集、在何种情况下可以使用以及如何共享数据，禁止平台过度收集消费者数据，并要求平台在数据使用过程中遵循合法、正当、必要的原则。例如，法律可以规定电商平台只能收集与提供商品或服务直接相关的数据，如消费者购买商品时的订单信息、支付信息等；在收集数据前，平台必须以清晰易懂的语言向消费者明确告知收集目的、使用方式以及数据保存期限，让消费者在充分知情的情况下自主选择是否授权。同时，对于数据的共享，应限制共享对象仅为与实现业务功能确有必要的第三方，且要求平台确保第三方对数据的使用符合同样严格的规范，防止数据在共享过程中被滥用。此外，制定专门性电商算法规范已成为当务之急。针对电商算法的特点和存在的问题，制定一部全面、系统的电商算法法规，对算法的设计、开发、应用等各个环节进行规范，明确各方主体的权利和义务，为消费者权益保护提供更具针对性的法律依据。该法规应涵盖算法开发阶段的伦理审查机制，要求开发者确保算法不存在歧视性设计；在算法应用阶段，规定平台需定期对算法进行审计，监测算法是否存在侵害消费者权益的行为，并及时调整优化；对于违反法规的行为，制定严厉的处罚措施，包括高额罚款、限制业务范围等，以增强法律的威慑力。

5.2. 监管层面：打造协同化治理模式

在监管层面，应推动政府监管、平台自治、行业自律、社会监督的多元协同。政府部门要加强对电商算法的监管力度，建立算法合规审查机制，对电商平台的算法进行定期审查和评估，确保算法符合法律法规和消费者权益保护的要求^[5]。例如，市场监管部门可联合网信部门，对电商平台的算法进行抽检，一旦发现违规算法，责令平台进行整改。具体而言，监管部门可以制定详细的算法合规审查标准，涵盖算法透明度、数据使用合规性、公平性等多个方面。在审查过程中，要求平台提供算法的详细文档、数据处理流程以及算法运行的监测记录等资料。若发现平台存在大数据杀熟、过度收集数据等违规行为，监管部门不仅要责令平台立即停止侵权行为，还要要求平台在规定时间内提交整改方案，并对整改情况进行持续跟踪监督，确保整改措施落实到位。电商平台自身也应加强自治，建立健全内部算法管理制度，对算法的运行进行实时监测和风险预警。同时，平台要加强对商家的管理，防止商家利用算法侵害消费者权益。比如，平台可以对商家的定价行为进行监控，及时发现和处理大数据杀熟等问题。平台可以运用技术手段，对商家的价格调整频率、不同用户群体的价格差异等进行实时监测分析，一旦发现异常价格波动或价格歧视迹象，立即采取措施，如警告商家、限制商家商品展示、暂停商家合作等。此外，平台还应建立内部投诉处理机制，及时受理消费者对算法侵权行为的投诉，并快速进行调查处理，向消费者反馈处理结果。行业协会应充分发挥自律作用，制定行业规范和标准，引导电商企业遵守法律法规，加强行业内部的交流与合作，共同推动电商行业的健康发展。例如，电子商务协会可以组织制定电商算法自律公约，对会员企业进行约束和监督。协会可以邀请行业专家、学者以及企业代表共同参与制定自律

公约，明确行业内通用的算法道德准则、数据保护规范以及公平竞争原则等内容。对于加入协会的会员企业，要求其签署自律公约并严格遵守，协会定期对会员企业进行评估检查，对遵守公约表现优秀的企业进行表彰，对违反公约的企业进行惩戒，如公开批评、取消会员资格等，以此促进整个行业的自律和规范发展。社会监督同样不可或缺。应鼓励消费者、媒体和社会组织对电商算法进行监督，及时曝光算法侵权行为，形成全社会共同参与的监督氛围。消费者可以通过 12315 平台等渠道举报算法侵权行为，媒体可对典型案例进行跟踪报道，引发社会关注。为了更好地发挥社会监督的作用，相关部门可以加强对消费者的教育，提高消费者对算法侵权行为的识别能力和维权意识，同时优化举报渠道，提高举报处理效率，保护举报人权益。媒体在报道算法侵权事件时，应深入调查事件真相，客观公正地进行报道，引导公众关注算法侵权问题，形成强大的舆论压力，促使电商平台和商家规范算法使用，保护消费者权益。

5.3. 救济层面：完善多元化维权机制

在救济层面，完善多元化维权机制、拓宽消费者维权渠道至关重要。优化诉讼举证规则是其中的关键举措，鉴于消费者在算法侵权案件中面临的举证困难，可实行举证责任倒置，即由电商平台承担证明其算法未侵害消费者权益的举证责任，以此减轻消费者的举证负担。在实际操作中，当消费者提出算法侵权诉求后，电商平台需提供算法设计原理、数据处理过程、推荐决策依据等详细证据，证明其算法不存在侵害消费者知情权、隐私权、公平交易权等行为。如果平台无法提供充分证据，则需承担相应的法律责任。这一规则的实施能够有效解决消费者因技术知识欠缺、信息获取困难而导致的举证难题，使消费者在维权过程中处于更有利的地位。推广在线纠纷解决平台也是重要途径。利用互联网技术，建立便捷高效的在线纠纷解决平台，为消费者提供快速、低成本的维权渠道。一些电商平台已建立自己的在线客服和纠纷调解机制，消费者可通过平台内的渠道解决纠纷。同时，政府和社会组织也可以搭建第三方在线纠纷解决平台，提供专业的调解和仲裁服务。这些平台应具备便捷的操作界面、专业的调解仲裁人员以及高效的处理流程。例如，平台可以利用人工智能技术，对消费者的投诉进行初步分类和智能引导，快速匹配合适的调解或仲裁人员；调解仲裁人员可以通过视频会议、线上沟通等方式与双方当事人进行交流，提高纠纷解决效率。此外，在线纠纷解决平台还应确保处理结果具有权威性和执行力，使消费者的合法权益得到切实保障。此外，应支持公益诉讼。鼓励消费者协会等社会组织对侵害消费者权益的算法行为提起公益诉讼，维护广大消费者的合法权益。公益诉讼能够集中力量打击算法侵权行为，对电商平台形成威慑，促使其规范算法应用，保护消费者权益。消费者协会等社会组织具有专业的法律知识和丰富的维权经验，在提起公益诉讼时，可以整合多方资源，对算法侵权行为进行深入调查和研究，代表广大消费者向侵权方提出合理的赔偿要求和整改建议。通过公益诉讼，不仅能够为受到侵害的消费者争取合法权益，还能对电商行业起到警示作用，推动整个行业加强自律，规范算法使用，营造公平有序的市场环境。

6. 结语

综上所述，电商算法规制与消费者权益保障紧密相连。算法技术的发展为电商行业带来机遇的同时，也给消费者权益保护带来了挑战。当前，消费者权益在电商算法场景下面临认知偏差、多元侵害以及法律规制适配性不足等现实困境。为突破这些困境，需要从法理层面进行突围，实现从技术逻辑到法律价值的理念转轨，重塑权益保障的法理原则。同时，在立法、监管和救济层面构建具体的实现路径，通过构建精准化规则体系、打造协同化治理模式和完善多元化维权机制，切实保障消费者的合法权益。展望未来，随着数字经济的持续发展，算法技术在电商领域将发挥更为重要的作用。在此过程中，持续关注

算法治理与消费者权益保护的协同发展,不断完善相关法律法规和监管机制,加强技术创新与伦理约束,为电商行业的健康发展和消费者权益的有效保障创造良好环境。唯有如此,才能实现数字经济时代电商行业与消费者权益保护的双赢局面,推动社会的和谐进步。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》[R]. 2024.
- [2] 王其和. 大数据背景下企业营销战略再分析与营销策略新内涵[J]. 统计与决策, 2014(24): 198-201.
- [3] Amazon (2023) Amazon Annual Report 2023.
- [4] 国家市场监督管理总局. 《电子商务法》框架下消费者权益保护相关问题探析[Z].
- [5] 2018 年 Facebook 数据泄露事件细节曝光: 剑桥分析非法获取 8700 万用户信息[EB/OL]. 腾讯新闻, 2022-08-29. <https://news.qq.com/rain/a/20220829A09VRX00>, 2025-04-06.
- [6] 记者调查大数据杀熟现象: App 上订酒店, 黄金会员比普通会员贵 211 元[EB/OL]. 央视新闻, 2024-01-25. <https://news.cctv.com/2024/01/25/ARTI6kavuKkfj93u9KvjOuYY240125.shtml>, 2025-04-06.
- [7] 超七成用户表示曾被“算法”推荐服务困扰[EB/OL]. 河北省生态环境监测中心, 2024-02-20. http://www.hbjbzx.gov.cn/2024-02/20/content_9140944.htm, 2025-04-06.
- [8] 80 余万条公民个人信息泄露的背后竟是“它”在作祟[EB/OL]. 高台公安, 2024-07-09. https://www.toutiao.com/article/7389579077553898020/?upstream_biz=doubao&source=m_redirect, 2025-04-06.