

算法价格歧视下电商消费者知情权保护研究

刘 艺

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年8月15日; 录用日期: 2025年8月25日; 发布日期: 2025年9月10日

摘 要

目前, 人们越来越习惯于网上消费, 并且随着算法技术的高速发展, 消费平台会根据消费者习惯给出更为精准的推送。但是与之相伴的是算法价格歧视现象的发生, 不同消费者在对同一产品进行消费时会由于个人消费习惯不同, 平台会收取不同的价格, 并且消费者对此毫不知情。消费者知情权在算法价格歧视下严重被侵害, 所以可以从完善电子商务信息披露的规定、健全消费者个人信息数据使用相关法律法规、加强对消费者知情权遭受侵害后的权利救济等方面来保护消费者权益, 促进数字经济的健康发展。

关键词

算法价格歧视, 电商消费者, 知情权

Research on the Protection of E-Commerce Consumers' Right to Know under Algorithmic Price Discrimination

Yi Liu

Law school, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 15th, 2025; accepted: Aug. 25th, 2025; published: Sep. 10th, 2025

Abstract

At present, people are increasingly accustomed to online consumption, and with the rapid development of algorithm technology, consumer platforms can provide more accurate recommendations based on consumers' habits. However, accompanied by this is the occurrence of algorithmic price discrimination. When different consumers purchase the same product, the platform will charge different prices due to their different personal consumption habits, and consumers are completely unaware of this. Consumers' right to know is seriously infringed under algorithmic price discrimination.

文章引用: 刘艺. 算法价格歧视下电商消费者知情权保护研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 1087-1092.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1493016

Therefore, we can protect consumers' rights and interests and promote the healthy development of the digital economy by improving the regulations on e-commerce information disclosure, perfecting the legal provisions related to the use of consumers' personal information and data, and strengthening the right relief for consumers when their right to know is infringed.

Keywords

Algorithmic Price Discrimination, E-Commerce Consumers, Right to Know

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

算法技术是科技发展的重要组成部分，对于经济发展具有重要作用，但平台经营者们为了获取更多利益，开始利用算法技术，制造信息获取差距，针对不同消费者生成不同的产品定价，对消费者进行算法价格歧视，侵害了消费者知情权，损害了消费者享有的购物权益。一些购物平台为了方便精准定位顾客，给不同消费水平的顾客推荐符合他们消费习惯及感兴趣的商品。平台会利用算法技术，在消费者不知情的情况下为他们进行个性化定价，导致出现商品同款不同价的现象出现。面对算法价格歧视侵犯消费者知情权这一问题，我国不断完善法律体系，陆续出台了相关规定对该问题进行规制，包括对算法价格歧视的规制，加大对消费者知情权的保护力度等，希望在保护消费者知情权的基础上，充分发挥算法技术的效能，促进数字经济的健康发展。

2. 概念界定

2.1. 算法价格歧视

所谓算法价格歧视，是指经营者凭借其数据优势，利用人工智能算法技术，对用户消费者实施差异化定价。学者程雪军认为算法价格歧视是市场经营者利用大数据和人工智能，基于消费者的消费水平、习惯、偏好等因素创建个性化消费肖像，并通过算法实施个性化定价，旨在实现最大化利润，构成一级价格歧视[1]。学者喻玲则认为算法消费者价格歧视以大数据“杀熟”之名为大众所熟知，所谓大数据“杀熟”，是指平台经营者利用大数据和算法对有购买经历的消费者实施不利的个性化价格策略[2]。

在实践中，不少旅游 App 利用大数据与算法技术对消费水平不同、支付意愿不同的消费者采取差别定价便是典型的算法价格歧视行为。在购物 App 中，也存在由于补贴优惠力度不同，购买同一件商品不同的消费者会有不同定价的现象。在打车软件中，由于打车的消费习惯不同、消费水平不同，同一段车程不同的顾客会产生不同的定价，往往越经常打车的人价格会越高。同样地，在出行订酒店的 App 中，对于消费水平更高、支付意愿更强的客户所浏览的酒店价格往往也会比其他的消费者更贵。在大数据时代下，大型的平台经营者往往可以利用复杂的算法技术以及平台掌握的用户信息完成用户画像，成交价往往是基于消费者最大消费意愿确定，这不可避免地会侵犯消费者的知情权。

2.2. 算法价格歧视的特点

不同于传统的交易模式，算法价格歧视具有显著的特点，具体表现为以下几个方面。第一，算法价格歧视具有普遍性。算法价格歧视是数字经济时代的产物，在传统交易模式下极为少见。互联网的普

及将人类社会编织成一个巨大的网络社会，所有人的信息都会被采集形成一个巨大的数据库。各平台经营者为了能够提供更好的服务，会不断提高自己平台的算力，从而推荐更为精准的服务或商品。在这样的情况下，算法歧视成为一种普遍的现象。第二，算法价格歧视具有针对性。这一特性与算法本身自带的特征有关，算法会针对用户的个人信息进行收集，尤其是对用户的地理位置、浏览记录、喜好等信息进行分析，预测消费者的购物意愿，精准地对用户进行定价，实现利益最大化。第三，算法价格歧视行为具有更强的隐蔽性与复杂性。一方面，消费者难以感知到算法价格歧视行为的存在。现在大家基本上都在线上消费，消费场域变得更加私密，消费者几乎没有机会与其他人相互比较价格，这点更是有利于经营者实施价格歧视。另一方面，违法的算法价格歧视问题很难被监管到。算法提高了监管的技术壁垒，“行过无痕”的特性使算法价格歧视难以被监管机关发现，也进一步加大了行政惩戒的难度[3]。

2.3. 消费者知情权

消费者知情权是保障消费者权益的基础，它对消费者其他权利的实现起着至关重要的作用，只有消费者知情权得以保护，消费者的其他权利才能够在此基础上得以实现。我国对消费者知情权保护的规定集中在《消费者权益保护法》中，主要体现在 11 个条款中。此外，我国于 2018 年颁布《电子商务法》，其中有 8 条是针对互联网平台交易中出现的侵害消费者知情权的相关规定。《互联网信息服务算法推荐管理规定》强调平台推荐服务不能够根据消费者的消费习惯和交易特征实施不合理的价格差别待遇，当前法律规范主要采用“无正当理由对交易条件相同的交易相对人实施差别待遇”表述，即不具有正当理由的差别定价才是价格歧视。《消费者权益保护法》新增了个人信息受保护权，消费者信息权首次成为消费者权利的重要构成，通常可以认为消费者信息权是消费者在购买、使用商品或接受服务时，依法享有的对其个人信息控制和保护，以及获取真实、充分、准确的商品或服务相关信息的权利[4]。平台企业利用算法技术实施算法价格歧视，损害了平台市场竞争秩序并带来价格歧视，侵害了消费者信息权，因此我国有必要对平台算法价格企业开展相应的法律规制。

随着线上购物的普及与各网络平台的发展，消费者线上购物的情景发生得更为随意和频繁，此外，随着算法技术的快速发展，消费者知情权遭受算法价格歧视的情况也更为明显。首先，网上商品信息冗杂，消费者难以从产品页面中获取真实有效的商品信息。很多重要的消息淹没在冗长的产品介绍当中，没有对关键信息做到字体加大加粗等提醒措施。其次，产品介绍的用词会较为专业，消费者难以理解其中的意思，产生理解偏差，影响消费决定[5]。此外，线上交易存在技术壁垒从而导致消费者处于弱势地位。平台经营者掌握着海量的数据、卓越的算法技术等资源，而消费者只能根据手机上看到的平台经营者所提供的信息，难以脱离代码的控制。算法技术就像门槛，隔住了消费者和平台经营者，由于消费者不懂算法技术，只能被挡在门外，使得双方处于完全不平等的地位。

3. 电子商务中算法价格歧视相关问题分析

3.1. 电子商务信息披露规定不完善

算法价格歧视的本质在于利用算法“黑箱”，造成交易双方的信息鸿沟，隐瞒消费者相关商品的价格制定标准进行分别定价。虽然平台经营者和消费者之间订立契约，看似是平等的交易关系，但由于一些平台经营者掌握着先进的科学技术和大量数据信息，双方所掌握的信息并不对称，导致交易双方实质上的不平等，因此平台经营者与消费者间的，造成信息不对称的原因之一便是信息披露规定的不完善。

电商经营者披露的产品信息数据不足会使得消费者无法全面掌握关于产品的相关信息，电商经营者披露的产品信息数量不足是信息披露不充分的表现，相关产品介绍不到位，从而侵害消费者知情权。

同时, 电商经营者披露的产品信息质量也会影响消费者的消费行为。信息的质量主要表现为产品信息的有效性, 产品信息要么过于专业, 要么过于笼统, 这些无效信息过多也会导致 关键信息淹没在无效的信息之中, 造成消费者获取关键信息的效率低下[6]。

但是针对电子商务信息的披露义务在法律法规上的规定并不完善, 政府部门的监管不足。电商平台种类繁多, 涉及的行业众多, 各监管部门的职能划分较为混乱, 出台的相关规定法律效力较低, 没有统一行之有效的管理方法, 目前尚未形成完整、高效的监管体系。

3.2. 消费者个人信息数据的使用相关规定不健全

个人信息是公民的重要隐私, 但是由于网上购物的特殊性, 消费者的相关信息必然会在网上留痕, 从而可以被算法技术进行消费者画像, 从而更有针对性地对消费者进行广告推荐。大数据的精准推送可以帮助消费者更高效地买到自己需要的商品, 但是也可以让商家结合消费者画像, 更便捷地实施价格歧视。数据和算法技术都是中立客观的, 但是其可以由于平台经营者的不当使用, 数据和算法技术可以成为实施算法价格歧视的工具, 从而侵犯消费者的知情权。因此, 要对其加以规制, 才能使得技术在有利于消费者和市场的方面发挥功效[5]。

消费者往往在消费过程中自觉或不自觉地提供自己的个人信息给平台经营者, 平台对消费者个人信息数据的过度挖掘与加工会产生数据安全隐患, 平台可能存在消费者未授权的情况下对数据进行其他方面的使用。平台掌握的技术会使得其自然而然地占据强势地位, 导致消费者成为大数据时代的受害者。我国出台的《中华人民共和国数据安全法》就是对保障数据安全的回应, 但往往因为平台经营者与消费者之间的信息鸿沟、消费者信息安全意识的不足或算法技术的隐蔽等原因, 导致数据安全法难以发挥效应。

3.3. 消费者的知情权遭受侵害后权利救济不充分

消费者在得知其知情权被侵害后, 有权利获得救济。但是在实践中, 消费者的知情权在受到侵害后, 权利救济并不充分, 难以满足其维护自身权益的需求。根据 2022 年北京市消协发布大数据“杀熟”问题调查报告显示, 七成多受访者认为仍然存在大数据“杀熟”现象, 六成多受访者表示有过被大数据“杀熟”经历。其中六成多受访者认为大数据“杀熟”侵犯了消费者个人信息保护权, 但有近半受访者遭遇大数据“杀熟”后选择自认倒霉。究其原因, 主要包括以下两点。

第一, 传统诉讼方式维权成本高。首先, 消费者举证责任较高, 证据收集较难。当消费者在向法院起诉时, 需要向法院证明自己的权利是如何被侵害的, 但是算法定价是由复杂的数据模型和大数据支撑的, 一般消费者很难得到算法运行逻辑进行提交, 从而难以证明自身诉请。此外, 消费者的消费行为发生在当下即时, 消费者难以取得大量对比样本, 单一样本并不足以证明其是否真正遭受算法价格歧视。而且算法价格歧视极易发生在小金额消费情形中, 对于绝大多数消费者来说, 最终得到的赔偿远低于在诉讼过程中付出的经济成本和时间成本。

第二, 新型救济方式未能充分发挥作用。当消费者线上消费权益受损时, 若采用线上申诉或投诉的方法解决, 第一间接线处理的往往是人工智能客服, 难以对消费者的具体问题提出针对性解决措施。等待人工客服的反馈则等待时间较长效率较低, 往往需要花费大量的时间来解决问题, 且结果不一定能够让消费者满意。

4. 电子商务中算法价格歧视解决路径研究

4.1. 完善电子商务信息披露的规定

当消费者在线上购物消费时, 消费者的知情权需要依靠信息披露来实现, 但是目前我国的相关法律

法规并不完善,难以有效规避算法价格歧视现象。针对这个问题,可以通过以下方法来进行完善。首先,应该有针对性地扩大信息披露的范围。立法者需要结合实际情况进行立法考量,需要通过相关法律法规规定,要求将影响消费者选择判断的信息予以披露,并且不是随意扩大,而是有针对性地要求披露,增加平台的信息披露义务,将影响消费者消费的关键信息披露,从而增强消费者信任度[6]。其次,电商平台应该完备信息披露监督机制。电商平台应该对在平台上进行运营的商户进行管理,制定平台规则,实施平台监督,抽查监督商户的披露情况。同时,可在网页页面上推行“个性化定价”的标准化标识,平台以简明、分层的方式告知定价所依据的主要变量,将可能引起消费者同货不同价的因素以明显地标记在结账页面体现。

4.2. 健全消费者个人信息数据使用相关法律规定

为避免消费者个人信息被滥用的情况,应该健全消费者个人信息数据的使用规定。在大数据发展趋势下,为保护消费者个人信息,应当加大对信息数据的管控力度。首先,法律应当扩张消费者个人信息的知情权范围,对产生的问题做出相关规定。应该结合时代发展趋势,与时俱进地完善个人信息的相关范围,并出台相关规定对此信息做出保护,避免平台随意使用。此外,应当在立法层面赋予消费者拒绝非必要信息被使用的权利。平台经营者应当将其掌握的数据内容及要使用的内容告知消费者,对于与交易无关、不影响交易内容的数据信息,消费者有权拒绝使用,且不能影响消费者在该平台的其他活动,当平台擅自利用消费者拒绝被使用的非必要信息或是未告知消费者数据使用范围而侵害消费者数据或其他权益时,消费者有权要求相关部门做出保护措施,有关部门也应及时反应。

4.3. 加强对消费者知情权遭受侵害后的权利救济

当电商消费者遭受算法价格歧视,其知情权遭受损害之后,应当加强对其的权利救济。首先应当完善举证责任,提高经营者违法成本。应该简化诉讼程序,完善消费者举证责任,从立法上完善司法者的法律依据,为消费者维护自身权益提供更为便捷的诉讼渠道,避免因法律规定不明而举证不能[7]。对于消费者难以掌握的信息数据,应采用举证责任倒置的原则,让掌握数据和技术的经营平台进行举证,并且可以引入专家,对双方责任义务进行客观评判。

此外,健全多元化救济机制,灵活高效保障消费者权益。由于线上消费的特殊性,可以借助更为灵活的线上纠纷解决机制,在虚拟环境中利用自动化程序、大数据分析解决纠纷。通过增加经营者违法成本来降低消费者的维权成本,保障消费者知情权的实现。

5. 结论

算法技术的实现为消费者线上消费提供了更加精准高效的服务体验,但若是不对此加以规制,消费者会由于劣势地位在不知情的情况下被平台经营者利用其数据,造成算法价格歧视,从而侵害消费者的知情权,同时也会对市场竞争造成不利影响,扭曲市场的公平公正。诚然,由于算法技术的专业性与隐蔽性,针对规范算法价格歧视及保护消费者知情权仍需要立法者进一步细化和完善相关法律法规。相信通过对算法价格歧视的规制,能够最大程度保障消费者的权益,促进市场的良性发展。

参考文献

- [1] 程雪军. 超级平台算法价格歧视的反垄断规制[J]. 法治研究, 2023(1): 99-111.
- [2] 喻玲. 算法消费者价格歧视反垄断法属性的误读及辨明[J]. 法学, 2020(9): 83-99.
- [3] 许身健, 郜庆. 反垄断视阈下的算法价格歧视问题[J]. 中国法律评论, 2022(3): 105-116.
- [4] 王鹤. 算法价格歧视下消费者知情权保护研究[D]: [硕士学位论文]. 呼和浩特: 内蒙古财经大学, 2024.

- [5] 徐骏. 智能时代消费者知情权的困境与变革[J]. 中南大学学报(社会科学版), 2021, 27(3): 15-25.
- [6] 刘俊. 电子商务中关于信息披露与信息安全的分析[J]. 市场周刊, 2021, 34(5): 107-108, 152.
- [7] 孟勤国. 治理算法歧视侵害消费者权益的关键问题——以大数据杀熟为视角[J]. 法律适用, 2023(3): 37-47.