

电子商务平台算法价格歧视的法律规制

余兰兰

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月9日; 录用日期: 2025年10月21日; 发布日期: 2025年11月17日

摘要

随着数字经济的蓬勃发展, 算法逐渐成为电子商务平台的重要竞争工具, 但与此同时, 基于大数据分析的差别化定价行为频繁出现, 诱发了“同质不同价”的价格歧视现象。这类算法价格歧视不仅破坏了消费者权益, 也对市场公平和竞争秩序构成威胁。我国现行《反垄断法》《消费者权益保护法》《电子商务法》等规范虽已涉及相关问题, 但在违法性认定标准、法律条款规定以及跨部门协调方面仍存在明显不足, 导致司法与行政规制方面均面临困境。为此, 文章提出应在国家立法与执法层面完善统一的算法治理框架, 在行业层面推动合规标准与信息披露制度, 在社会层面强化消费者组织、媒体与学术机构的监督作用。多元主体的互动合作, 将有助于构建更具韧性与透明度的治理体系, 从而实现对消费者权益的切实保护与市场公平的长效维护。

关键词

算法价格歧视, 数字经济, 消费者权益, 违法认定, 平台经营者

Legal Regulation of Algorithmic Price Discrimination on E-Commerce Platforms

Lanlan Yu

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 9, 2025; accepted: October 21, 2025; published: November 17, 2025

Abstract

With the rapid growth of the digital economy, algorithms have gradually become a crucial competitive tool for e-commerce platforms. At the same time, however, differentiated pricing behaviors based on big data analysis frequently emerge, giving rise to “same product, different price” discrimination. Such algorithmic price discrimination not only undermines consumer rights and interests but also threatens market fairness and competitive order. Although China’s current laws, including *The Anti-Monopoly*

Law, The Consumer Rights Protection Law, and The E-Commerce Law, have touched upon related issues, they still suffer from significant deficiencies in terms of criteria for determining illegality, statutory provisions, and interdepartmental coordination. As a result, both judicial and administrative regulation face considerable challenges. In response, this article argues for the establishment of a unified algorithm governance framework at the legislative and enforcement levels, the promotion of compliance standards and information disclosure mechanisms at the industry level, and the strengthening of consumer organizations, media, and academic institutions in their supervisory roles at the societal level. The interactive cooperation of multiple stakeholders will contribute to building a more resilient and transparent governance system, thereby ensuring the effective protection of consumer rights and the long-term maintenance of market fairness.

Keywords

Algorithmic Price Discrimination, Digital Economy, Consumer Rights, Determination of Illegality, Platform Operators

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

随着大数据与互联网技术的迅猛发展，电子商务平台不仅仅是消费者与平台商家交流的信息中介，也逐渐成为依靠算法驱动实现精准匹配与动态定价的市场主体。电子商务平台在给用户带来便利的同时，其对大数据的广泛使用也导致了一些新问题的出现[1]。一方面，平台通过算法对用户的行为数据进行采集、分析和建模，从而实现在极短时间内对交易对象、价格水平和服务内容进行精准匹配。另一方面，电子商务平台基于大数据对用户数据的滥用也带来了新的法律与伦理难题，其中最为突出的就是“算法价格歧视”。

算法价格歧视的另一种表述是大众更熟知的“大数据杀熟”。有学者在黑猫投诉平台检索“大数据杀熟”关键词，相关投诉有 7245 条，北京市消费者协会发布的互联网消费大数据“杀熟”问题调查结果更是显示超过 80% 的受访者曾遭遇过大数据“杀熟”[2]。这种依托数据垄断的新型价格歧视，不仅侵害了消费者权益，更动摇了数字经济的信任根基。由于算法价格歧视往往在“黑箱”状态下进行，消费者既难以知悉定价逻辑，也难以收集证据证明自己遭遇了不平等待遇，并且我国相关法律在系统性、适用性、违法性认定等方面还存在不足。因此，有必要对算法价格歧视的概念界定和规制困境进行研究和梳理，探寻具有针对性的规制路径，从而推动数字经济健康有序发展。

2. 算法价格歧视的概念与法律属性

2.1. 算法价格歧视的界定

算法价格歧视的提出，源自传统价格歧视理论在数字经济背景下的延伸。根据经典经济学理论，价格歧视是指经营者对相同商品或服务，根据不同交易对象的支付意愿或需求特征，制定不同价格的行为[3]。其关注的是经营者的产品定价和营销策略，又可称为“差别定价”。算法价格歧视不是传统法学意义上的术语，是一个伴随着数字经济的到来和大数据、算法、人工智能技术的发展而出现的新词。具体来说，算法价格歧视是指平台企业将数据与算法优势运用在产品或服务定价上的产物，是商家借助学习算法与大数据等技术，根据估算出的消费者最高支付意愿与支付能力(如 Uber 推出的“基于路线定价”

系统依据用户在不同时间段愿意为特定路线支付的费用来确定价格),对同一款商品或服务向不同特征的客户收取不同价格的行为[4]。算法定价的精细化程度远远超出传统歧视的范围,表现为对单个消费者实行差别化定价,即“个性化歧视”。

虽说“大数据杀熟”是“算法价格歧视”一种大众熟知的表述,“算法个性化定价”与之定义也甚为相近,但是三者内涵不同,适用场景也有所区别。“大数据杀熟”并非法律概念,而是数字时代出现的特定社会现象,指平台商家利用用户年龄、职业、消费水平等特征,对相同商品实施差异化定价的行为。算法个性化定价则是指经营者利用平台优势收集消费者日常消费数据,按照一定的算法逻辑,自动生成和输出个性化定价服务,使不同消费者对相同的产品支付不同对价的行为[5]。三者的不同点在于,“大数据杀熟”会利用消费者的弱势地位对其进行差别定价,损害消费者利益,在法律上相对贬义。个性化定价则是根据消费者的消费习惯或其他特征自动生成不同的价格,是否违法存在较大争议。“算法价格歧视”实际上是价格歧视这一概念在数字经济领域的沿用,它强调平台的价格行为与应然的道德判断相分离,是一个中性名词[6]。

从学理上看,算法价格歧视的形成包括三大核心要素:其一,以用户数据为基础。算法价格歧视的前提是电子商务平台对消费者的信息进行了充分收集和处理,形成了“数据资本”。其二,以算法模型为工具。为了尽可能获取最大的利润,几乎每一个电子商务平台都会通过机器学习、预测分析等技术手段,将用户数据转化为支付意愿的量化指标。其三,以差别定价为最终结果。电子商务平台会利用收集到的数据构建消费者画像,根据消费者个体特征的不同,使其在相同的交易条件下支付不同的价格。

2.2. 算法价格歧视的法律属性与本质认定

一般认为,算法价格歧视所具有的法律属性,通常决定了其规制路径。从法律层面来看,电子商务平台的算法价格歧视行为既涉及竞争法的问题,也涉及消费者合法权益的保护问题,也与消费者的个人信息保护密切相关,是一种典型的“交叉性不法行为”。

第一,从竞争法的角度来看,电子商务平台的算法价格歧视可能会构成《反垄断法》所禁止的差别待遇。《反垄断法》(2020 实行)第九条规定“经营者不得利用数据和算法、技术、资本优势以及平台规则等从事本法禁止的垄断行为”,第二十二条款六款明确规定“禁止具有市场支配地位的经营者没有正当理由,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”。可见,当电子商务平台在相关市场具有支配地位时,其利用数据与算法优势对不同的交易相对人实施差别定价,就有可能属于滥用市场支配地位的行为。但正是由于《反垄断法》主要关注的是市场结构和竞争秩序,其规制门槛较高,对于不具有市场支配地位的平台,差别定价的行为未必能够被纳入规制范围。

第二,从消费者保护法的角度来看,算法价格歧视直接侵犯了消费者的知情权和公平交易权。《消费者权益保护法》第八条明确规定消费者享有“知悉其购买、使用商品或者接受服务的真实情况的权利”,消费者有权让经营者提供价格情况,当然包括差异化定价的情况[7]。然而,在算法价格歧视的场景中,消费者往往无法获知平台定价的真实逻辑。算法属于典型的“黑箱”,其数据来源、建模方式和计算过程均不对用户公开。即使消费者怀疑存在价格差别,也缺乏有效途径进行核实和证明。学术界普遍认为,知情权是消费者行使其自身权利的前提[8]。在对商品基本情况不知情的情况下,消费者无法理性判断商品价格是否合理,亦无法基于合理判断行使自主选择商品的权利[9]。长此以往,当消费者的知情权长期被剥夺,那么消费者与平台之间的信任基础将被侵蚀,平台的定价机制也逐渐丧失社会合法性。

公平交易权作为消费者权益保护的核心,要求交易双发在平等条件下进行商品交易。关于公平交易,《消费者权益保护法》第十条就规定,“消费者享有公平交易的权利。消费者在购买商品或者接受服务时,有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件,有权拒绝经营者的强制交易行为”。然

而，电子商务平台采取的算法价格歧视却以技术手段对消费者进行差异化对待，甚至将“忠诚用户”识别为高支付群体并设定了更高的价格，这背离了平等交易原则的初衷。不仅如此，算法价格歧视还具有隐蔽性，使得消费者在交易过程中无法察觉自己是否被区别对待。这种“隐形不公平”比显性的价格差异更具有危害性，因为它剥夺了消费者基于公平认知的交易期待，破坏了市场的信赖机制。

第三，从个人信息保护法的角度来看，算法价格歧视往往建立在对消费者个人数据的广泛收集和深度利用之上。对于个人信息的处理，《个人信息保护法》第五条规定“处理个人信息应当遵循合法、正当、必要和诚信原则，不得通过误导、欺诈、胁迫等方式处理个人信息”，第六条规定“处理个人信息应当具有明确、合理的目的，并应当与处理目的直接相关，采取对个人权益影响最小的方式”，这两个法条明确了处理个人信息必须基于“知情同意”和“最小必要”的原则。然而，电子商务平台通过追踪消费者的浏览记录、购买习惯、位置数据等，形成完整的用户画像，却在未充分告知与同意的情况下，将个人信息用于差别化定价，这违反了《个人信息保护法》规定的合法、正当和必要的原则。在这一过程中，平台和消费者获取的信息往往差距很大，平台可以轻易掌握消费者的个人信息、消费数据，而消费者可以了解的只有平台愿意公开的有限信息，这种不平衡的信息差导致平台和消费者实际地位的不平等[10]。

3. 电子商务平台算法价格歧视的规制困境

当前，为有效解决电子商务平台算法价格歧视带来的不利影响，虽然我国已经出台了《反垄断法》《消费者权益保护法》《电子商务法》《个人信息保护法》等多部法律，但是真正受到司法规制的案件并不多。这不仅是因为算法价格歧视违法性的认定困难，也是由于现行法律对算法价格歧视的规制不足，同时电子商务平台所具有的超平台权力也使得国家对其监管困难。

3.1. 算法价格歧视违法性的认定困难

对电子商务平台的算法价格歧视进行规制，首要障碍就是算法价格歧视的违法性认定困难。传统法律规制多依赖于明确的行为模式与证据链条，但算法价格歧视的隐匿性与动态性让电子商务平台的违法性边界模糊不清。

首先，算法价格歧视违法性的认定主体存在技术障碍。算法价格歧视是根据算法技术实施定价行为，一般是利用电脑输入具体的指令，然后用试错法排除数据，从而找出适合消费者的目标商品或服务，制定专门的定价方案并不断调整优化定价。算法定价基于复杂的数据建模与机器学习过程，因此司法机关与行政机关在技术能力上往往无法完全厘清其运作逻辑[11]。“大数据杀熟”是我国法律明令禁止的行为，但平台可能主张差别定价只是基于大数据的个性化推荐，而非恶意歧视。由于算法个性化定价的法律性质存在争议，导致司法实践中对此类案件的裁判思路也不相同。同时，由于相关法律法规并未明确规定“价格合理”的具体认定标准，在价格波动的幅度、价格产生的时间等方面缺乏细化的认定标准[6]，因此如何在法律层面证明电子商务平台的“差别”具有排他性或不合理性，也成为了司法审查的难点。

其次，算法价格歧视违法性的认定标准存在模糊地带。算法价格歧视与个性化定价在运作机制上十分相似，这就导致人们对电子商务平台个人数据的收集、分析、建模和利用不能清晰地界定其合法与违法的边界，也对算法价格歧视是否属于不正当竞争、是否构成对消费者权益的侵害并无统一的结论。一方面，有观点认为算法价格歧视是企业定价自由的延伸，算法个性化定价技术不必然引起不平等的结果[5]，只要不违反强制性规定即可存在；另一方面，也有学者强调算法价格歧视突破了消费者自愿与平等的边界，应当认定为违法行为。这种学理分歧在司法实践中表现为裁判尺度不一，缺乏统一的适用标准。

再次，算法价格歧视违法性的证据收集困难。在电子商务平台利用平台算法实施价格歧视的情境下，消费者不仅难以意识到自己遭遇了价格歧视，而且即使意识到自己的权利受到损害，也因其弱势地位、

证明能力不对等、适用原则有争议等难以维护自身的利益。依据《中华人民共和国民事诉讼法》“谁主张，谁举证”的原则，在“大数据杀熟”维权过程中，消费者普遍面临诉讼成本高、取证难度大、法律定义模糊、相关数据被平台控制等问题[12]。从财力、物力、人力等多方面看，消费者属于天然的弱势群体，进入算法时代，平台凭借自身掌握的海量数据和算法技术更是强势挤压消费者的维权空间。在缺乏技术审计与数据取证机制的情况下，消费者的维权成本极高，这使得违法性认定难以落地。

3.2. 现行法律对算法价格歧视的规制不足

目前，我国没有一部针对算法定价的专门立法。尽管我国已有若干法律条文可以间接触及算法价格歧视问题，但这些规范往往缺乏针对性，难以形成完整有效的规制体系。

3.2.1. 《反垄断法》框架下的规制困境

2022 年修订的《反垄断法》，被视为最接近对算法价格歧视有明确规制的法律。《反垄断法》第二十二条规定经营者不得滥用市场支配地位，从事差别待遇或排除限制竞争的行为。从理论上讲，算法价格歧视若由具有市场支配地位的平台实施，可能会落入“差别待遇”的规制范围。

然而，《反垄断法》针对算法价格歧视的实际案件中仍然存在两方面的困境。一是电子商务平台的市场支配地位认定困难。在《反垄断法》的具体规定中，它指出受到价格区别待遇的对象是消费者，实施价格区别对待的手段也确实包括算法，但是实施违法行为的主体却限定为具有市场支配地位的经营者[13]。由此可见，要想认定该电子商务平台是否实施了算法价格歧视的行为，其必须具备市场支配地位的前提才能对其适用《反垄断法》。事实上，现如今各数字平台的市场边界模糊，传统上依赖于相关市场定义与市场份额的判断方法难以适用。例如，电商平台不仅提供商品交易，还兼具支付、物流等多重功能，学界对相关市场的界定仍然存在争议。没有明确的市场边界，也就难以认定其是否具有支配地位。

二是差别待遇的合理性难以判断。现有法律并未明确“价格合理”的具体标准，在价格波动的幅度、价格产生的时间等方面也缺乏细化的认定标准，因此“差别待遇的合理性”的判断具有很大的不确定性。由于“个性化定价”概念的并存，电子商务平台可能会辩称其差别定价是基于成本差异或促销策略，属于正当的商业行为。这就导致电子商务平台在缺乏算法透明的前提下，如何证明其构成“滥用”而非合理差别，具有很大的操作空间。因此，虽然《反垄断法》提供了理论上的可能路径，但在算法价格歧视的场景中难以直接适用。

3.2.2. 《消费者权益保护法》与《电子商务法》的不足

《消费者权益保护法》虽强调消费者的知情权、公平交易权，且在第二十九条还从规范经营者收集、使用消费者个人信息的角度施加经营者对消费者个人信息权益保护的义务，但并未针对算法定价做出明确规范。在实践中，即便消费者怀疑存在差别定价，平台只需以“个性化推荐”“差异化服务”为由，即可模糊责任边界。由此可见，该法缺乏对平台算法透明度和解释义务的具体要求，使得消费者的权利保护停留在形式层面。

《电子商务法》虽对平台经营者的责任作出规定，如第十八条要求平台经营者不得利用服务条款损害消费者权益，但对于基于大数据的差别定价并未提出针对性条款。这意味着即使消费者遭遇算法歧视，也很难在《电子商务法》的框架下获得有效救济。

3.2.3. 《个人信息保护法》与数据治理规则的局限

2021 年生效的《个人信息保护法》有着与算法价格歧视较为紧密的条文，它确立了数据收集与使用的知情同意原则，并强调数据的限制最小化原则。该法第二十四条规定，“个人信息处理者利用个人信息进行自动化决策，应当保证决策的透明度和结果公平、公正，不得对个人在交易价格等交易条件上实

行不合理的差别待遇”。被以上诸多立法所忽略的算法价格歧视，在《个人信息保护法》中以信息处理违规的禁止性条款形式被关注。算法价格歧视依赖于对消费者个人信息的过度收集与利用，显然触及该法的规范范围。

但该法在具体的司法实践中仍有局限，未明确区分差别待遇的合理与不合理。其一，消费者的“同意”过于形式化。电子商务平台的某些弹窗，看似提示消费者对协议信息的了解与掌握，实则是掩盖了背后的真实规则。在实际操作中，平台用户往往通过“一键同意”的方式授权电子商务平台使用其数据，但这种同意并非真正基于“知情”，反而导致平台能够合法化地收集并利用大量的个人数据。其二，电子商务平台对算法的用途难以监管。《个人信息保护法》虽然强调了数据处理的合法性要求，但是对于数据处理后的具体用途并无细致规定。即使电子商务平台通过合法途径获取了用户的数据，其在算法定价中如何使用这些数据仍处于监管盲区。其三，国家对电子商务平台跨境数据流动的监管不足。随着互联网在全球的普及，越来越多的国家通过电子商务平台也建立起了广泛的联系，部分大型电子商务平台涉及跨境业务，其数据处理链条更为复杂，已超出国内法律的直接规制范围。

总的来说，尽管有关“算法价格歧视”等平台算法滥用行为的规制法条散见于多部法律法规中，现有研究重点围绕如何对平台算法滥用行为进行技术规制，但是新形式、新样态的算法价格歧视、算法自我优待与算法共谋行为依旧层出不穷，法律层面还无法为反垄断提供有效支持。

3.3. 电子商务平台具有超平台的权力

现阶段，以算法、数据与平台技术为基础的“新型权力”正迅速成为数字社会的支配力量，具有自我扩张、自治治理的能力。一方面，随着数字化和智能化程度的不断加深，缺乏相应监管、规制措施的互联网平台造成了网络秩序的杂乱无章、个人信息的鱼龙混杂。随着大量资本不断涌入互联网平台，平台在追求经济效益的过程中，不鲜有牺牲用户权益为代价的现象。另一方面，在国家法律规制尚未覆盖的空白地带，平台企业凭借技术优势与用户黏性，逐步建构起事实上的“私法秩序”，并以用户协议、算法决策和数据规则等形式确立治理权力。例如，平台在牟利动机的驱使下，利用自身具备的算法技术和规模优势，通过数据调用量差、数字技术代差谋求竞争优势，这在一定程度上造成了平台数据的垄断[14]。更甚者，一些超级平台还利用数据优势实施了排他性、剥削性滥用市场支配地位的行为，在市场上形成支配地位，提高了市场进入壁垒，从而破坏了市场竞争秩序[15]。不容忽视的是，淘宝、拼多多和抖音等多个购物平台还通过收集用户行为数据和行为偏好，精准推送个性化广告或进行信息操控，不仅侵犯了用户的隐私权，还使用户的自由选择受到了干扰。

随着人工智能时代的到来，各类算法技术迅猛发展并深度应用于平台经济[16]。如果平台算法系统高度依赖于具有人类偏见的数据与程序，那么机器学习将进一步强化人类偏见[17]，引发更为剧烈的算法价格歧视问题。同理，电子商务平台的超级智能化将会作为平台经济的高阶形态，基于数据与算法的优势，将向其他经营者与消费者等实施算法歧视，对社会中的个体或群体造成妨害，带来巨大的外部成本，从而严重妨害正常的市场经济秩序与活动。

4. 针对电子商务平台算法价格歧视的治理措施

电子商务平台已经嵌入人们生活的方方面面，为使其更好地服务于人们的便利生活，亟需建立一套系统的治理机制。既要从立法和司法的层面完善算法价格歧视的违法认定标准，又要在技术和法律层面提供辅助支撑，从而推动电子商务平台营造良好的运营环境。

4.1. 明确算法价格歧视的法律认定标准

当前的司法实践中，算法价格歧视与个性化定价、差别定价之间界限模糊，使得电子商务平台的算

法价格歧视违法性认定陷入了困境。算法价格歧视尽管是一个中性词，但很大程度上算法价格歧视还是侵害了消费者的权益、市场运营的秩序。为避免执法机关和司法机关在判断过程中尺度不一，有必要推动违法性认定标准的明确化。

首先，算法价格歧视只要满足违法认定的“四要件”就判定其违法。一是违法主体主要是平台的经营者，只要平台经营者使用了算法技术、采取了个性化定价策略都应包括在内；二是侵犯了消费者的合法权益；三是违反了注意义务，电子商务平台的经营者故意或者放任不合理的算法个性化定价行为^[13]；四是在同等交易条件下，电子商务平台针对不同的消费者，在同一种商品上采取不同的定价幅度^[6]。

其次，应当通过司法解释或者指导判例界定“大数据杀熟”等典型情形的违法性质。国家司法机关所作的解释，以及发布的最高指导判例，都可以作为算法价格歧视认定的法律渊源。当电子商务平台基于消费者的交易历史、购买力、忠诚度等信息而对老用户设置高价，而非基于真实成本差异或正当市场因素时，就可以明确规定此乃构成违法的差别定价行为。这种明确化标准不仅能够为司法裁判提供参照，也能对平台形成前置性的合规约束。

最后，平台应该担负起差别定价的解释义务。电子商务平台在利用算法技术定价的过程中，往往以“黑箱化”技术拒绝披露内部逻辑，导致消费者与监管机关难以判断其行为性质。若能要求平台在价格差异上达到一定幅度时提供必要的解释说明，或者消费者提出异议时给予合理的回应，这将有助于提高算法定价的透明度和可查性。通过“举证责任适度转移”，让平台承担起合理的解释义务，将在一定程度上化解消费者取证的困境。

4.2. 加强现行法律制度的完善与衔接

对算法价格歧视的违法性认定最终落脚于法律依据，现有法律规定虽涉及算法定价问题，但有关“大数据杀熟”等平台算法滥用行为的规制条文多散见于多部法律法规中，对新形式、新样态的算法价格歧视、算法自我优待与算法共谋行为还无法提供有效支持。因此，为有效回应算法价格歧视，必须在现有法律框架内实现有机整合与针对性完善。

在《反垄断法》层面，市场支配地位的认定是规制算法价格歧视的重要前提。然而，传统的市场份额与相关市场界定的方法难以适用于多功能、跨平台的数字平台经济。未来需要引入数据控制、用户黏性、网络效应等指标作为补充，突破传统的市场份额评估方式，以更好地反映平台在数字市场中的实际支配地位。同时，国家还应强化算法共谋与数据垄断的规制，避免平台利用信息优势形成事实上的排他性壁垒。

在《消费者权益保护法》与《电子商务法》层面，二者虽然规定了消费者的知情权与公平交易权，但仍缺乏与算法定价直接相关的条款。对此，未来可以考虑在修法或制定实施细则时增加算法透明度义务与差别定价披露机制。例如，当平台基于算法实行差异化定价时，必须在页面上以显著方式提醒消费者，并保障其有权选择“标准价格”模式。这不仅能增强消费者的知情权与选择权，也能迫使平台承担更高的合规责任。

在《个人信息保护法》层面，其对“自动化决策”的规定为规制算法价格歧视提供了重要依据，但仍存在模糊之处。未来需要在“合理差别待遇”的认定上给出更为具体的标准，如明确以消费者忠诚度或消费偏好为依据的价格差异若超出一定幅度，应被 *presumptively* 视为不合理。同时，还应细化平台告知与解释的义务，避免“同意”流于形式，真正落实“知情同意”原则。

4.3. 健全算法审计与数据取证机制

如今的大数据与人工智能发展已经是大势所趋，平台算法价格歧视的法律制度完善亦可借助数字技

术的支持。算法价格歧视之所以长期存在,主要原因就在于消费者举证困难与监管机关的技术能力不足。因此,建立健全的算法审计与数据取证机制,是实现法律有效适用的重要前提。一方面,可以引入第三方独立算法审计制度。第三方监管机构的职能范围包括完善算法设计运行规则、明确监督审核程序、接受消费者诉求、制定约束监管者的具体办法以及宣传相关的法律法规[18]。通过引入专业机构对平台算法进行定期检测,对其在定价环节是否存在不合理差别待遇进行评估,能够实现对算法的前置监管。当然,与财务审计类似,算法的审计结果也可以对外披露,这既能约束平台的合规行为,也能为消费者和监管机关提供有力证据。另一方面,应建立数据取证的司法协作机制。在当前的诉讼框架下,消费者面临取证难度大、维权成本高的现实困境。未来可以考虑建立“数据取证”制度,由法院根据消费者的申请从而责令平台提供必要的交易数据和定价逻辑,以此平衡双方在诉讼中的地位悬殊。同时,还可以通过区块链存证等新兴技术手段,保障消费者在取证过程中的证据效力。此外,行政机关也应加强与技术部门的合作,建立专门的算法监管工具库,提升对复杂算法行为的识别与监管能力。通过技术与法律的结合,能够真正让规制措施落地,而不仅停留在制度设计层面。

4.4. 推动国家监管与多元共治的协同

为应对传统“政府中心规制”模式可能导致的法律规制失灵,对于电子商务平台算法价格歧视行为,我国需秉持“预防式”和“回应式”的治理理念,从单元化的法律规制走向多元化的系统治理,全面推动“公权力规制、私权利自治、社会力量监督”的共治模式[16]。

首先,要加强公权力对平台的算法立法与审计监管。在平台经济中,算法与数据的优势使平台逐渐拥有超越传统企业的治理能力,形成事实上的“私法秩序”。若仅依赖国家单一规制,往往会遭遇监管滞后与执法碎片化的难题。因此,治理算法价格歧视需要从整体上建构多元共治的格局。在国家层面,应加快出台统一的算法治理政策或专门立法,避免现有法律体系各自为政、相互割裂。同时,不同监管部门之间应建立跨部门协作机制,联合应对涉及数据、价格与竞争的复杂案件,以弥补因职权分散可能造成的监管真空。在行业层面,可以推动由行业协会制定并推广统一的算法合规标准,要求平台在差别定价的范围与依据方面进行信息披露,并通过行业内部监督减少企业规避法律责任的空间。

此外,消费者组织与公众监督同样具有不可替代的意义。消费者协会可以通过公益诉讼方式介入典型案件,从而减轻个体消费者维权的负担;学术机构与媒体则能够凭借研究与舆论监督揭示平台算法的不当行为,倒逼企业主动调整策略。通过国家监管、行业自律与社会监督的三重互动,可以有效抑制平台权力的无序扩张,维护公平有序的市场环境。由此可见,治理算法价格歧视必须同时在违法性认定、法律制度完善、技术机制健全以及治理格局重塑等多个层面协同推进,唯有如此,方能在根本上回应现实中的规制困境,真正实现对消费者权益的保障与市场公平的维护。

5. 结论

无论在传统市场经济还是现代智能电子商务平台,科技的发展应始终以人为本,法律也应对算法在消费关系上的应用及时回应。电子商务平台不是法外之地,不正当的价格歧视、差别定价不能披着算法的外衣而随意侵害消费者的权益。我国现行的法律体系始终以积极应对市场经济中的问题加以完善,虽然《电子商务法》《反垄断法》《个人信息保护法》不能完全规制电子商务平台的价格歧视行为,但是国家依旧要通过完善平台违法认定要件、加强立法建设、监管和限制平台权力等途径共同探讨电子商务平台的规制路径。当然,本文对电子商务平台算法价格歧视的认定没能提出一套系统的认定细则,但是也对当前电子商务平台的一些滥用算法行为找到了源头,也积极提出治理措施。未来,电子商务平台的治理仍需各界人士积极参与,共同探讨市场环境的治理之策。

参考文献

- [1] 陈屿涵. 平台经济中的“大数据杀熟”现象: 算法驱动下消费者的交易公平性问题[J]. 现代营销, 2024(21): 10-12.
- [2] 展锦涛. 电商平台“杀熟”行为与消费者的应对策略探析——基于价格歧视的视角[J]. 中国商论, 2025, 34(2): 160-163.
- [3] 曼昆. 经济法原理: 微观经济学分册[M]. 梁小民, 梁砾, 译. 北京: 北京大学出版社, 2015: 314.
- [4] 陈志斌, 达瓦卓玛. 平台企业算法价格歧视行为及其协同治理[J]. 江海学刊, 2024(5): 111-119.
- [5] 李芊. 论算法个性化定价的法律规制[J]. 求索, 2025(1): 188-197.
- [6] 韩雨柔. 算法个性化定价的法律规制问题及纾解路径[J]. 中共郑州市委党校学报, 2025(4): 73-79.
- [7] 郑翔, 魏书缘. 算法定价模式下的消费者权益保护[J]. 东北师大学报(哲学社会科学版), 2022(4): 83-90.
- [8] 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.
- [9] 苏号朋. 电商平台在价格领域消费者保护义务与责任研究[J]. 中国市场监管研究, 2024(3): 37-42.
- [10] 贾云龙. 算法价格歧视中消费者公平交易权保护研究[J]. 产业创新研究, 2025(4): 52-54.
- [11] 刘仕贤, 李佳薇. 算法价格歧视下消费者权益保护的技术逻辑、规制反思与路径重构[J]. 价格理论与实践, 2025(3): 1-5.
- [12] 王秋梅. “大数据杀熟”的演变轨迹、治理困境与协同共治[J]. 南京邮电大学学报(社会科学版), 2025, 27(3): 72-79+108.
- [13] 曾迪. 算法价格歧视违法性认定的挑战与应对[J]. 中国流通经济, 2025, 39(2): 115-126.
- [14] 孙海涛, 周奇琦. 平台数据垄断的监管困境与共享机制探析[J]. 江苏社会科学, 2023(3): 131-139+243.
- [15] 朱志峰, 夏迪旸. 超级平台利用数据优势滥用市场支配地位行为的监管完善[J]. 商业经济与管理, 2023(10): 90-101.
- [16] 程雪军. 超级人工智能平台算法歧视的系统治理机制[J]. 法治社会, 2025(3): 49-61.
- [17] [荷]马克·舒伦伯格, 里克·彼得斯. 算法社会: 技术、权力和知识[M]. 王延川, 栗鹏飞, 译. 北京: 商务印书馆 2023: 66.
- [18] 付林. 人工智能时代平台算法滥用行为及其反垄断规制[J]. 文献与数据学报, 2025, 7(2): 28-40.