

电商平台经营者“大数据杀熟”的法律规制研究

吕菲男

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月28日; 录用日期: 2025年11月12日; 发布日期: 2025年12月8日

摘要

“大数据杀熟”是平台经济中经营者利用算法技术对消费者实施个性化定价的新型价格歧视行为, 其本质是算法权力滥用, 严重侵害了消费者的知情权、公平交易权等合法权益, 并对现有法律规制体系提出了严峻挑战。本文旨在探讨“大数据杀熟”法律规制的完善路径。首先, 论文对“大数据杀熟”进行了法律定性。其次, 系统梳理并评析了现行法律规制体系, 发现尽管多部法律均可援引, 但均存在明显局限。针对这些困境, 本文提出具体的完善路径包括: 在立法层面应加强专业领域立法, 构建以算法透明度与问责制为核心的事前监管机制; 在司法层面, 需畅通司法救济渠道, 通过优化举证责任、明确侵权构成要件来保障用户权益; 在协同层面, 必须强化不同法律部门之间的衔接与配合, 形成反垄断、消费者保护、价格监管与个人信息保护的规制合力, 从而实现“大数据杀熟”的有效治理, 推动平台经济的健康与公平发展。

关键词

“大数据杀熟”, 算法歧视, 法律规制, 消费者权益, 协同治理

Research on the Legal Regulation of “Big Data-Enabled Price Discrimination” by E-Commerce Platform Operators

Feinan Lyu

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 28, 2025; accepted: November 12, 2025; published: December 8, 2025

Abstract

“Big data-enabled price discrimination” is a new form of price discrimination in the platform econ-

omy, where businesses utilize algorithmic technology to implement personalized pricing for consumers. Its essence lies in the abuse of algorithmic power, which severely infringes upon consumers' legitimate rights and interests, such as the right to know and the right to fair trading, and poses serious challenges to the existing legal regulatory framework. This paper aims to explore the paths for improving the legal regulation of "big data-enabled price discrimination". Firstly, the paper provides a legal characterization of the practice. Secondly, it systematically reviews and analyzes the current legal regulatory system, finding that although multiple laws can be invoked, each has significant limitations. In response to these challenges, this paper proposes specific improvement paths. These include: at the legislative level, strengthening specialized legislation and establishing a preemptive regulatory mechanism centered on algorithmic transparency and accountability; at the judicial level, facilitating judicial relief channels and protecting user rights by optimizing the burden of proof and clarifying the components of infringement; at the collaborative level, enhancing coordination and integration among different legal departments to form a synergistic regulatory force encompassing antitrust, consumer protection, price regulation, and personal information protection. The ultimate goal is to achieve effective governance of "big data-enabled price discrimination" and promote the healthy and equitable development of the platform economy.

Keywords

"Big Data-Enabled Price Discrimination", Algorithmic Discrimination, Legal Regulation, Consumer Rights, Collaborative Governance

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

在大数据时代,电商平台经营者针对不同的客户,可能会在相同商品或者服务上采取不同定价,以赚取更高的消费者剩余,严重侵害了个体消费者权益。这种行为被称为“大数据杀熟”或“个性化定价”,是当今社会所关注的重要市场问题,部分媒体呼吁应当对该行为进行立法禁止[1],以防止电商平台经营者利用“大数据杀熟”行为对消费者的压榨。此外,“大数据杀熟”还存在着可能会侵犯用户数据安全、妨碍知情权实现、侵犯公平交易权等问题,使得滥用“大数据杀熟”的电商平台经营者具备法律上的可责性[2]。然而,立法层面,不论是我国现行的《消费者权益保护法》《电子商务法》,还是《反垄断法》《个人信息保护法》,对“大数据杀熟”行为的规制都尚未取得较为明显的效果,司法实践中消费者维权成功案例甚少。因此,亟需对当前现有立法进行梳理与再解释,以寻求最佳解决方案。

2. “大数据杀熟”的典型案例与法律定性

通过分析“大数据杀熟”的典型案例并对其进行法律定性,有利于厘清“大数据杀熟”行为的本质,从而选择不同路径对其规制。“大数据杀熟消费者维权第一案”——胡某某诉携程公司一案中¹,胡某某作为携程钻石贵宾客户,通过携程 APP 预订酒店并支付价款 2889 元,然而离店时才发现酒店实际挂牌价格仅为 1377.63 元,并未享受到所谓的“贵宾待遇”,胡某某遂以携程非法采集其个人非必要信息进行“大数据杀熟”起诉至法院。绍兴市中级人民法院经审理认为,携程公司构成欺诈。其一,携程公司未依法向消费者披露第三方代理商信息,侵犯其知情权;其二,携程公司采集胡某某个人信息的行为不符

¹浙江省绍兴市中级人民法院(2021)浙 06 民终 3129 号民事判决。

合对个人信息收集的最小范围原则，严重侵害了胡某某个人信息权益。最终，法院终审认定携程公司构成欺诈，判令其退还胡某订房差价并按差额房费的三倍支付赔偿金。“大数据杀熟消费者维权第一案”明确了司法实践对杀熟行为的规制态度，为后续消费者维权提供了经验。然而，针对“大数据杀熟”，消费者维权在今天仍然较为困难，这与平台“算法黑箱”、取证困难等因素息息相关。要提高消费者维权成功率，必须要厘清“大数据杀熟”的法律性质。

（一）“大数据杀熟”的基本形式及演变

作为一种依托于数据获取等技术手段而形成的个性化定价行为，“大数据杀熟”或者“个性化定价”并非传统意义上的法律概念，而是一种独属于数字化时代的类型化行为，是对价格歧视概念的延伸[3]。电商平台经营者往往利用消费者在平台留下的各类数据，包括消费者支付意愿、批量折扣以及设备类型等，利用算法模型进行分析，从而针对不同的消费者制定不同的定价方案，以求得最大利润。在现实中，“大数据杀熟”主要分为“横向大数据杀熟”与“纵向大数据杀熟”两类，前者是指在同一时间内针对不同消费者采取不同定价策略，后者则是指针对同一消费者在不同时间段设置不同价格。

电商平台经营者利用算法进行用户画像刻画经历了较长时间的发展，大数据时代以来，随着技术的升级与用户数量的爆炸式增长，电商平台算法开始呈现复杂化、综合化与动态化等特征，对用户的筛选及刻画也越来越精细。在当今，数据已成为生产要素，而算法的更新迭代带来的不仅是消费者购物的便捷，还有电商平台经营者对消费者信息掌握程度越来越深，利用“大数据杀熟”的行为也更加难以辨别和应对。

（二）“大数据杀熟”的法律性质

从本质上看，“大数据杀熟”是电商平台经营者滥用算法技术，以牟取不正当利益的行为，这种行为属于电商平台经营者私权的扩张[4]，它往往会涉及多重违法，导致法律责任的交叉与竞合。首先，当电商平台经营者利用算法进行个性化定价时，可能同时会滥用其市场支配地位，构成《中华人民共和国反垄断法》(以下简称《反垄断法》)第九条所指的“利用数据和算法、技术、资本优势以及平台规则等进行垄断”的行为；其次，从《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消费者权益保护法》)的立法宗旨出发，其作为我国《民法典》合同编的补充，承担着平衡经营者与消费者双方之间利益的功能，当电商平台利用算法等技术性行为进行杀熟时，则是对《消费者权益保护法》的违背；再次，《中华人民共和国电子商务法》(以下简称《电子商务法》)第十八条、第二十三条规定，电子商务平台的经营者在收集消费者个人信息时，应当保护消费者合法权益，并向其提供不针对个人特征的选项，而杀熟行为显然是对该条款的违反；最后，对于个性化定价行为的表征，最为直观的体现是《中华人民共和国价格法》(以下简称《价格法》)的有关规定，尤其是关于“价格欺诈”与“价格歧视”的规定，对界定“大数据杀熟”行为亦有法可依。

（三）“杀熟”行为与合法的“个性化定价”的区分

在电商经济蓬勃发展的今天，不仅要规制不法的“杀熟”行为，还要保护合法的“个性化定价”，而区分“杀熟”行为与合法的“个性化定价”是平衡电商平台技术创新与公平交易的关键。

首先，从定价逻辑与意图出发，“杀熟”行为的本质是根据用户的画像进行消费者剩余的榨取，意图在于剥削，具有不法性。而合法的“个性化定价”是出于成本变化、普惠性促销等合法原因，往往是意在提高效率与普惠消费者，具有一定的公益属性。其次，对于个人信息的获取与使用，“杀熟”行为往往滥用敏感的个人数据，包括支付能力与消费习惯等，并以此作为“算法黑箱”的底层逻辑对消费者进行画像，但合法的“个性化定价”是使用非个人敏感信息或群体性的统计数据，来源与使用方式均符合法律与公理要求。同时，对于个人信息的获取与使用，二者的透明度与是否告知均不相同，前者出于欺诈或者隐瞒，往往不对消费者进行披露，致使消费者信赖利益受损。最后，从经济效益视角出发，“杀熟”

行为属于剥削性行为，亦是垄断或者不正当竞争行为的一种，对于电商平台经济的健康发展有所阻碍，应当对其予以规制。

3. 现行法律规制体系梳理与评析

当前，我国对“大数据杀熟”的法律规制还处于被动性防御的初级阶段，尚且缺乏成文的专门性规定，更没有形成统一、协调的处理机制与归责体系。对于杀熟行为的规制，散见于诸多法律规范之中，但都不够完善。对于电商平台经营者滥用“大数据杀熟”，目前主要有以下几种法律规制的途径。

（一）《反垄断法》的调整方法

我国《反垄断法》第二十二条规定：“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。”这是《反垄断法》针对“大数据杀熟”行为的核心依据，在认定电商平台经营者的杀熟行为是否构成垄断发挥着重要作用。当然，要认定其构成垄断，首先就要明确该电商平台的经营者是否具有“市场支配地位”。

市场支配地位通常是指能够有利可图地提高价格的地位，这表明电商平台的经营者在销售其产品时能够较为自由地提高商品价格，以谋求更高的利润。然而，基于数据的特殊性，传统的垄断法对市场支配地位的认定方法难以适用于“大数据杀熟”行为的界定，因此需要考虑其他方面，包括双方信息的不对等、不透明以及不同的电商平台经营者收集与处理数据能力参差等[5]，都影响着电商平台经营者市场支配地位的认定。

在认定电商平台经营者具有市场支配地位后，针对其价格歧视的行为是否成立过高定价，还须另行认定，因为并非所有调整价格的行为都构成垄断，只有那些过分高于市场定价的行为才可能构成垄断。例如，针对同一件商品，不同的消费者愿意支付的价款可能不同，那么该商品的市场平均定价则可能出现一个浮动区间，要认定经营者构成垄断，只能根据其定价是否过分高于市场定价才能作出正确判断。最后，“大数据杀熟”没有抗辩理由，因为它是经营者进行限制竞争的一种行为，与《反垄断法》以及其他法律规范背道而驰。

（二）《消费者权益保护法》对“大数据杀熟”行为的规制

目前《消费者权益保护法》尚未设立独立条款对电商平台经营者利用算法杀熟进行直接规制，但是规定了消费者享有知情权、公平交易权，以及禁止不合理的差别待遇、保障消费者知情权与公平交易权等原则，对消费者权益进行被动性保护，并与《民法典》《反垄断法》等法律相互配合，形成了一套保护体系。但是，尽管有上述法律保障，消费者在实际维权过程中依然面临着不少困难[6]。例如，维权中的消费者举证难度过大、法律适用复杂、专业性较强以及维权成本高等，对于普通消费者而言维权难度过大。

（三）《电子商务法》与《个人信息保护法》对消费者个人信息的保护

我国《电子商务法》第十八条与第二十三条规定了经营者在收集与使用消费者个人信息时的注意义务，设立了禁止其利用个人信息提供特定选项的制度。然而该条款未区分个性化服务与个性化定价的界限，使得实践中的部分电商平台经营者利用该漏洞进行个性化定价，违背了《电子商务法》的立法初衷。我国《个人信息保护法》第十四条规定了消费者个人信息的处理者应当尽到告知义务，即处理个人信息的行为应当在消费者充分知情的情况下作出。前文提到了“大数据杀熟”行为本质上是电商平台的经营

者利用消费者个人信息进行算法分析，从而针对不同的消费者采取不同定价。

从上述法律规定来看，不论是《电子商务法》还是《个人信息保护法》，都对电商平台的经营者、使用消费者个人信息作出了较为严格的规定。但是，对于个人信息的保护仍处于一种保护信息安全的局面，法律未对个人信息的“权利”属性作出明确规定[7]，对个人信息处理行为的规制还停留在公法保护之中，

缺乏对消费者私权的保护。在数据已经成为生产要素的今天, 个人信息的私权保护应当提上日程, 形成一种类似于数据保护的“保护模式”, 对经营者滥用个人信息进行公法规制与私权保护相结合, 以保护广大消费者合法权益。

(四) 新的《价格法》对“大数据杀熟”行为的明令禁止

我国《价格法》自1998年5月1日实施至今还未曾修改过, 针对当前市场中出现的乱象, 现行价格法显然已经无法适应现实的需要[8]。2025年7月24日, 国家发展和改革委员会与市场监督管理总局发布公告, 就《中华人民共和国价格法修正草案(征求意见稿)》(以下简称“修正草案”)公开向全社会征求意见。正确处理好法律与经济发展的关系是促进市场经济发展的关键举措, 因此, 适时修订《价格法》是应对当前数字经济重大变革的重要一步。

新的《价格法》剑指包括“大数据杀熟”在内的诸多电商平台经济的前沿性问题, 对当前电子商务平台经营者利用算法进行个性化定价的行为作出明令禁止。在基础规范方面, “修正草案”将第十四条第八项修改为第十项, 并同时规定了“经营者不得利用数据和算法、技术以及规则等从事前款规定的不正当价格行为”, 从根源处对“大数据杀熟”行为作出预防性规定; 在责任落实方面, “修正草案”加大了对价格违法行为的处罚力度, 相较于旧法, 新的规定与其他法律的衔接更加密切, 对于后续实践中出现的个性定价行为将有法可依, 真正做到预防与惩治相结合。

4. “大数据杀熟”法律规制的完善路径

作为当前数字经济发展中出现的较为突出的问题, 完善“大数据杀熟”的法律规制是一项复杂的系统性工程。由于我国《反垄断法》《消费者权益保护法》《价格法》等法律法规均未明确对“大数据杀熟”行为进行明确反制, 立法上还存在不足, 因此要完善立法以堵塞漏洞, 并同时加强监管以提升效能、畅通司法以保障权利、推动共治以形成合力, 才能有效遏制大数据“杀熟”行为, 保护消费者的合法权益, 最终促进平台经济的长期健康与公平发展。

(一) 加强专业领域立法, 构建算法解释与监管机制

从“大数据杀熟”行为的基本逻辑出发, 基于电商平台经营者利用算法刻画平台用户从而实现个性化定价的现实问题, 应当立法对该行为进行规制, 才能从源头上对算法解释与监管进行立法保障。

对于算法的监管, 目前我国还没有专门负责的机构, 因此首先要明确算法解释与监管的机构[9]。该机构将与相关行业协会共同制定一套专门的算法监管方案与标准化体系, 并提前对算法使用进行主动评估, 在事前对歧视性与剥夺性算法使用进行规制, 避免电商平台经营者后续对消费者权益的侵夺。再者, 机构将有权介入电商平台经营者利用算法进行的相关商业活动, 其中包括“大数据杀熟”与个性化定价行为, 在发现电商平台经营者不当使用算法时及时提交有关部门进行处理。最后, 该机构还应当承担着日常宣传与解释功能, 以加强电商平台经营者的法治意识, 促进算法合规, 确保算法的透明度、公平性与安全性。

(二) 畅通司法救济机制, 保障用户合法权益

实践中, 电商平台经营者进行个性化定价的行为本身并不违法, 只有在符合相应的构成要件并最终侵害消费者权益才有可能构成侵权, 并依法承担法律责任[10]。然而, 由于《民法典》尚未规定“算法歧视”的有关内容, 导致实践中消费者难以通过司法手段获取救济。要畅通“大数据杀熟”侵权的司法救济, 首先就要明确电商平台经营者利用算法侵权的构成要件, 即算法歧视侵权行为、消费者权益损害结果与电商平台经营者的主观过错。

“大数据杀熟”侵权的本质属于算法侵权, 而算法侵权表现为电商平台经营者对消费者的算法歧视, 最终导致消费者合法权益受到损害, 产生损害结果。首先, 算法歧视侵权行为是一种非法使用算法的行

为,该行为是经营者在利用算法进行分析时以利润为导向,采取个性化定价的行为。这种隐瞒价值真实性的行为一方面侵害了消费者的知情权,另一方面也在一定程度上侵害了消费者的公平交易权。其次是消费者权益的损害结果,其在实践中往往难以认定,原因在于个性化定价所带来的不同消费者的差别化待遇是否具有损害性。因此,要统一结果损害的认定标准,才能在司法实践中明确消费者诉求的正当性。最后,关于电商平台经营者主观过错的认定,应当从技术试用方法与主观目的出发进行分析,并明确主观过错的举证责任问题。一方面,对于经营者利用算法的目的,应当认定其是否出于牟取更高利润;另一方面,该证据的提供应当考虑消费者弱势地位,适用举证责任倒置制度。

(三) 强化法律衔接,提升用户权益保障水平

上述几部法律虽然都对消费者合法权益保护进行了制度设计,但均未直接涉及对杀熟行为的规制,因此,在新的法律法规出台以前,应当强化各个部门法与专门法规的衔接与协同,共同着力以形成对消费者合法权益的综合保护。通过反垄断、消费者权益保护、电子商务、个人信息保护与价格规制等相衔接,使之相互补充、配合,有利于构建更加公平有序的电子商务营商环境,保护消费者合法权益^[11]。

首先,从《反垄断法》规制的角度出发,针对“横向大数据杀熟”行为,要形成专门针对于电子商务平台经营者垄断认定的标准,预防电商平台经营者利用算法进行垄断。其次,从《消费者权益保护法》出发,要将消费者知情权、公平交易权落实到“大数据杀熟”认定当中,并完善和创新监管机制,推进监管部门的信息化建设。此外,应当增强消费者个人维权意识,在发生侵权事件后,积极维护其自身合法权益。再次,针对“纵向大数据杀熟”行为,从《电子商务法》与《个人信息保护法》角度来看,个人信息作为“大数据杀熟”的关键要素,其包含了消费者的大量个人处理,而两部法律均对电子商务平台使用个人信息作了相关规定,因此可以从个人信息保护出发,在经营者利用算法进行杀熟时,限制其对个人信息的使用,禁止与个性化定价有关的信息处理,杜绝平台经营者进行价格歧视。最后,新的《价格法》对电商平台经营者“大数据杀熟”作出的明令禁止,是对杀熟行为的有力回击,在电商经济蓬勃发展的今天,《价格法》始终发挥着处理政府与市场关系的重要作用,要充分利用杀熟行为规制条款,对当前电商平台随意定价的行为作出限制。

不同法律法规的衔接与相互配合应当明确各自的功能与界限,既要防止单个部门法过度扩张,又要杜绝各个法律之间相互推诿,才能形成对电商平台经济的有效规制和引导,在促进电商经济发展的同时有效地保护消费者合法权益。

5. 结论

“大数据杀熟”作为数字时代算法权力与资本逻辑结合的产物,其本质是平台经营者对技术优势的滥用和对消费者权益的系统性侵害。本文的分析表明,尽管我国现行的《反垄断法》《消费者权益保护法》《电子商务法》《个人信息保护法》以及新修订的《价格法》等均可作为规制该行为提供一定的法律依据,但单一的规制路径均存在其内在局限:或是受制于市场支配地位认定的复杂性,或是面临消费者举证难的困境,亦或是陷入原则性规定难以直接适用的尴尬。这种群龙无首现状,导致了当前法律规制整体效能的不足。

因此,对“大数据杀熟”的有效规制,绝不能寄希望于某一部法律的“单兵突进”,而必须转向一种系统性、协同性的治理范式。首先,在立法层面,核心在于构建以算法透明度与问责制为核心的专门监管机制,从源头上遏制歧视性定价算法的产生与使用。其次,在司法层面,必须通过优化举证责任分配、明确侵权构成要件、激活消费公益诉讼等方式,切实畅通消费者的维权渠道,将纸面上的权利转化为现实的救济。最后,在协同治理层面,关键在于强化不同法律部门之间的衔接与配合,推动反垄断、价格监管、消费者保护、个人信息保护等力量形成监管合力,构建一个贯穿事前预防、事中监管与事后救济

的全链条治理体系。唯有通过立法、司法与执法的协同共治，在动态平衡中不断调试规制策略，方能构筑起抵御“数字利维坦”的坚固防线，最终在蓬勃发展的平台经济中，捍卫每一个消费者的公平交易权，营造一个真正诚信、公平的数字营商环境。

参考文献

- [1] 叶真, 杨易臻. 花样反制“大数据杀熟”是否管用? [N]. 新华日报, 2025-01-03(013).
- [2] 陈兵. 规制“大数据杀熟”: 算法向上向善的治理进路[J]. 人民论坛, 2025(17): 56-60.
- [3] 李芊. 论算法个性化定价的法律规制[J]. 求索, 2025(1): 188-197.
- [4] 何昊洋. “大数据杀熟”背后的平台私权力及其法律矫正[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2023, 29(6): 220-232.
- [5] 许光耀. “大数据杀熟”行为的反垄断法调整方法[J]. 政治与法律, 2024(4): 17-29.
- [6] 杨靓, 王浩. 平台差异化定价行为的法律规制[J]. 市场周刊, 2024, 37(19): 166-170.
- [7] 世扬, 朱浩宇. 从消费者权到个人信息保护: “大数据杀熟”的私法规制[J]. 社会治理, 2024(5): 26-37.
- [8] 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.
- [9] 朱坤帝. “算法”变“算计”?——大数据时代算法杀熟的法律规制[J]. 东南大学学报(哲学社会科学版), 2025, 27(S1): 27-30.
- [10] 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.
- [11] 王苑. 智能时代个性化定价算法的法律规制[J]. 国家检察官学院学报, 2025, 33(3): 73-86.