

电商平台算法价格歧视的法律规制路径

张天若

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月30日; 录用日期: 2025年11月17日; 发布日期: 2025年12月9日

摘要

随着算法在电商平台的深度应用, 基于算法的价格歧视已演变成为一种主流的市场定价策略。该策略依托大数据与人工智能技术, 通过精准评估消费者的支付意愿, 实现个性化的动态定价。尽管此举有助于提升平台运营效率与市场竞争力, 但其引发的公平性质疑也日益加剧。核心争议在于, 算法价格歧视损害了消费者的知情权、公平交易权与个人信息自决权。本文从法学视角切入, 旨在揭示电商平台算法价格歧视的法律属性, 并探索其规制路径。文章首先厘清了算法价格歧视的概念及其运作模式, 进而指出现行法律框架在应对这一高度技术化、不透明的新型实践时, 面临定性困难与监管滞后等挑战。最终, 本文构建了一个融合算法透明化、事前监管、平台自律与消费者协同参与的多层次治理体系, 以谋求电商平台的可持续发展与保障消费者的合法权益。

关键词

算法价格歧视, 电商平台, 消费者权益保护, 法律规制

Legal Regulation of Price Discrimination in E-Commerce Platform Algorithms

Tianruo Zhang

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 30, 2025; accepted: November 17, 2025; published: December 9, 2025

Abstract

With the deepening application of algorithms on e-commerce platforms, algorithmic price discrimination has evolved into a mainstream market pricing strategy. This approach provides personalised dynamic pricing by leveraging big data and artificial intelligence technologies to precisely assess the willingness of consumers to pay. Although this practice enhances platform operational efficiency and market competitiveness, it has also intensified concerns regarding fairness. The core issue lies in

how algorithmic price discrimination undermines consumers' rights to informed choice, fair transactions, and control over their personal information. This paper adopts a legal perspective to reveal the legal attributes of algorithmic price discrimination on e-commerce platforms and explore regulatory pathways. The article first clarifies the concept of algorithmic price discrimination and its operational mechanisms, subsequently highlighting challenges within the current legal framework. These include difficulties in classification and regulatory lag when addressing this highly technical, opaque new practice. Ultimately, this paper constructs a multi-tiered governance system integrating algorithmic transparency, *ex ante* regulation, platform self-discipline, and consumer collaborative participation. This framework seeks to ensure the sustainable development of e-commerce platforms while safeguarding consumers' legitimate rights and interests.

Keywords

Algorithmic Price Discrimination, E-Commerce Platforms, Consumer Rights Protection, 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

随着数字经济的快速发展，电商平台在消费者行为分析、商品定价、市场营销等方面普遍应用大数据和人工智能技术，算法价格歧视逐渐成为平台定价的核心策略。算法价格歧视，又称算法个性化定价，或者大数据杀熟等，指的是平台经营者通过整理用户的数据集，利用算法评估、预测用户的消费偏好与消费能力，完成对消费主体的数据画像。平台为了追求利益的最大化，针对不同的消费者，制定出不同的价格[1]。典型情形包括“老用户比新用户价格更高”“不同设备访问价格不同”等。平台利用用户的个人数据实现个性化定价，这种基于算法的定价模式在提升平台效率的同时，却也带来了消费者权益保护的问题。尤其是一些电商平台通过“大数据杀熟”现象，对不同消费者实施不同的价格，导致消费者知情权、公平交易权和信息自决权的侵害，引发了广泛的社会关注。

2. 电商平台算法价格歧视的行为定性

2.1. 电商平台算法价格歧视的概念

算法价格歧视通常表现为互联网平台运用算法定价技术向不同的消费者提供不同的价格，其本质是价格歧视。在经济学中，价格歧视是指同一时期同种商品对不同消费者索取不同的价格(张惠彬)价格歧视一般分为三种：一级价格歧视是指对同一产品按照消费者所愿意支付的最高价格出售，二级价格歧视是指根据不同的购买量设定销售价格，三级价格歧视是指根据消费群体分类分别定价[2]。在市场经济体系里，价格歧视本身是一个中性概念，只要其有助于提升整体经济效益，差异化定价便不会因交易双方利益的此消彼长而被认定为不当行为。只要算法价格歧视行为未严重扰乱算法市场的正常竞争秩序，消费者因此遭受的损失原则上应通过市场机制自行调节与平衡[3]。

在电商平台上，算法价格歧视不仅仅是传统经济学中定义的“价格歧视”，而是通过大数据分析和机器学习等技术手段，平台在几乎实时的基础上调整消费者的定价。平台根据消费者的购买历史、浏览数据、支付能力等信息，通过算法模型预测其支付意愿，并据此制定差异化定价策略。与传统的价格歧视模型(如一级、二级、三级价格歧视)相比，算法价格歧视具有动态性、个性化和隐蔽性的特点，这使得

其实施对消费者来说几乎是不可察觉的。

算法价格歧视通常表现为个性化定价与群体定价的结合：个别消费者根据其个人行为数据被定价(如一级价格歧视)，而平台也会根据不同消费者群体的消费习惯或地理位置进行价格差异化(如三级价格歧视)。这种定价方式在提升平台收益的同时，也可能导致消费者权益的侵犯，尤其是在信息不对称的背景下，消费者缺乏足够的知情权与选择权。因此，算法价格歧视已不仅是市场价格策略问题，更反映出平台利用信息优势造成的市场失衡。

2.2. 反垄断法认定算法价格歧视的不足

《反垄断法》第二十二条第一款第六项将“没有正当理由，对条件相同的交易相对人在交易价格等条件上实施差别待遇”作为滥用市场支配地位的情形之一，该条也被称作反垄断法的价格歧视条款。但是反垄断法规定的价格歧视实质上是经营者利用市场支配地位，对与自己有竞争关系和没有竞争关系的企业给出差别价格，排除了同类产品经营者的竞争效果。

实施算法价格歧视的平台经营者并不一定需要具备市场支配地位，即便企业未进行合谋或滥用市场地位，消费者的权益仍可能遭受损害。特别是当电商经营者针对所有非特定消费者实施价格歧视时，并不会产生排除或限制市场竞争的效果。因此，算法价格歧视行为并不完全契合《反垄断法》所规定的调整范畴。

2.3. 消费者权益保护法与个人信息保护法协同作用的优势

随着大数据和人工智能技术的快速发展，算法价格歧视已经成为一个日益严重的问题，尤其是在电商平台和在线服务中。传统的反垄断法未能有效解决这一新兴问题，因此需要结合《消费者权益保护法》和《个人信息保护法》的相关规定，全面保护消费者的合法权益。

算法价格歧视的认定应坚持《消费者权益保护法》的核心价值取向。对于算法歧视的判定，关键不在于算法本身是否包含歧视性技术要素，而应以其是否侵害消费者权益为主要标准和依据。只要算法的运作损害了消费者的合法权益，无论经营者提出何种理由，甚至是为了行业发展，均应视为《消费者权益保护法》所应予以制裁的不法行为[4]。

我国《个人信息保护法》第二十四条第一款明确规定：“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”。规制技术，减少技术对消费者的负面影响也同样重要。通过个人信息保护法对大数据和定价算法这些加剧不平等的手段规制，协同消费者权益保护法对强势定位的经营者的法定义务要求，对于保护处于弱势地位的消费者是极有必要的[5]。

要有效应对电商平台算法价格歧视的挑战，单纯依靠反垄断法或消费者权益保护法的单独作用可能不足。法律应当综合考虑消费者权益、个人信息安全以及技术透明度等多个层面的因素。通过《消费者权益保护法》和《个人信息保护法》的协同作用，既可以规范经营者的行为，又能防止技术手段带来的不平等对待，进一步推动平台经济的健康发展。

3. 电商平台算法价格歧视多重危害

在电商经济日益壮大的背景下，算法价格歧视所带来的危害更加复杂，且影响深远。随着电子商务平台的普及和数据技术的不断升级，价格歧视不仅仅是传统市场中的一个问题，它已经渗透到网络购物、社交电商、跨境电商等多个领域。

3.1. 损害消费者的知情权

在电商经济中，消费者越来越依赖线上平台进行购物，而这些平台通常采用高度个性化的定价机制。

这一过程对消费者的知情权造成了严重损害，首先，消费者普遍缺乏对数据收集与动态定价机制运作的理解。平台通过先进的用户画像技术精准识别消费偏好，进而实施差异化定价。然而，消费者对其个人数据如何被采集和分析并不知情，更无法意识到自己已成为算法驱动的定价对象。实际上，消费者的购买决策在很大程度上受到算法的引导与操控。

其次，消费者在交易过程中难以识别自身可能处于的价格劣势。平台会对忠实用户实施“大数据杀熟”行为，当系统监测到某个用户频繁浏览某一商品时，反而可能提高该商品的展示价格。与此同时，VIP 会员在享受“专属特权”服务的同时，往往承担着比普通用户更高的消费成本。这种价格倒挂现象使消费者在完全不知情的情况下，为同样的商品支付了更高的对价。

此外，平台通过规避算法信息披露义务，进一步加剧了信息不对称问题。尽管法律规定平台应当向消费者说明定价机制的相关信息，但由于数据隐私保护及商业秘密的考量，实际的披露内容往往流于形式，无法满足消费者知情权的要求。消费者既无法了解算法背后的具体参数，也难以判断价格差异的合理性，从而无法有效维护自身的知情权。

3.2. 损害消费者的公平交易权

电商经济中的价格歧视不仅限于传统市场，它已经成为电商平台竞争和盈利模式的一部分。算法价格歧视通过对消费者的差异化定价，严重损害了消费者的公平交易权。《消费者权益保护法》第十条明确规定，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，平台通过算法实施价格歧视，根据消费者的消费数据对不同个体实施差异化定价。这种差别定价行为不仅导致消费者在购买相同商品或服务时面临不同的支付价格，还可能使消费者在交易过程中无法享有应有的价格优惠，进一步破坏了市场交易的公平性。

3.3. 损害消费者的信息自决权

电商经济的快速发展，使得消费者的个人数据成为平台进行定价和个性化服务的核心资源。这一过程中，算法价格歧视不仅侵犯了消费者的知情权和公平交易权，还进一步损害了其信息自决权。首先，消费者普遍担忧其个人信息被平台不当利用，从而被操纵支付更高价格。这种基于大数据和用户画像的个性化定价方式，不仅侵犯了消费者的隐私，还可能引发不公平和歧视性定价问题。平台往往通过要求消费者同意《用户协议》，迫使其在不平等的条件下接受服务。若消费者不同意协议内容，便无法使用平台的服务，而平台通过这一手段为算法定价机制寻求合法性依据，并试图规避责任。在协议中，消费者提供大量个人信息，但要退出协议或删除信息则面临诸多困难，因为数据一旦被平台掌握，所有操作均受到平台的控制。此外，许多消费者对算法机制缺乏了解，往往难以察觉自身权益受到侵害，且在事后寻求救济时，面临举证困难，关键证据往往掌握在平台手中[6]。

从另一个角度来看，平台经营者通过单方面制定隐私政策，全面收集消费者的个人数据，损害了消费者对信息公开的自我决定权。算法个性化定价通过深度加工消费者信息，旨在最大化企业利润，剥夺了消费者本应享有的“消费者剩余”，这一行为明显违背了消费者的意愿，并侵犯了他们对已公开个人信息的自主决定权[7]。

进一步来说，算法差别化定价的实施依赖于对消费者个人数据的广泛收集和深度分析。《个人信息保护法》将敏感信息定义为“一旦泄露或非法使用，可能对自然人的尊严、人身或财产安全造成危害的个人信息”。因此，消费者的浏览记录、消费习惯、个人身份信息及支付能力等都属于敏感个人信息，平台在未获得消费者特别授权的情况下，收集这些数据显然违反了法律规定[2]。

4. 电商平台算法价格歧视治理的困境

电商平台通过使用大数据和人工智能算法实施价格歧视，虽然为平台带来了一定的市场优势，但也为治理带来了深刻的法律与技术挑战。以下是电商平台算法价格歧视治理过程中面临的三大困境。

4.1. 监管机制相对落后

当前，针对算法价格歧视的事前政府监管机制存在缺失。算法价格歧视所造成的损害，主要发生在经营者与终端消费者之间。要维护消费者获取福利的合理秩序，不能仅依赖平台间的自然竞争，还需政府部门运用“看得见的手”，对算法定价进行引导和合理规制[1]。

目前，大多数监管措施仅在消费者权益受到侵害后才开始介入。然而，算法价格歧视的隐蔽性和技术性使得事后监管难以在第一时间发现问题。平台通过算法实时调整价格，使消费者不能及时意识到被不公平定价。即使监管部门介入调查，往往也因算法的复杂性和不透明性，导致执法难度加大。传统监管机构通常缺乏对先进技术和大数据的理解与把控能力。即便有法律规定限制算法价格歧视行为，监管部门往往也因为缺乏相应的技术支持，难以有效辨识和判定这些技术是否涉及不正当竞争或侵犯消费者权益。这使得现有的监管模式无法有效适应电商经济中的新兴问题。

4.2. 电商平台算法的强技术性与不透明性

电商平台采用的价格歧视算法不仅高度依赖复杂的技术和数据分析，还融合了数学计算、经济模型、人工智能等多个领域的知识。这些技术能够高效精准地进行定价，它们的运作通常缺乏透明性，从而导致“算法黑箱”效应。由于算法的这种“黑箱”特性，算法歧视的产生源头可能并不局限于互联网平台的直接操作，还可能源自人工智能系统的自主决策。即便是专业的算法专家，面对自己设计但经过自主学习演变的算法，也可能难以准确阐释其运行逻辑。消费者更是无法洞悉相关算法的运行机制，自然也无法对算法的合理性提出疑问。鉴于算法普遍存在的不透明性特征，以及差异化定价算法的独特性，如何有效介入算法监管、在介入过程中如何界定公共利益与商业秘密的边界，成为了一个亟待解决的难题。

4.3. 电商平台企业创新保护与消费者权益保护的权衡

在电商平台运用算法进行价格歧视时，监管部门面临着如何平衡技术创新与消费者权益保护之间的挑战。对于新技术的法律监管而言，如何平衡科技创新与公共利益之间的张力一直是一个颇为棘手的问题。但是即使监管者的监管理念存在特定的偏好，不扼杀甚至不抑制企业的创新、尊重企业的商业秘密与知识产权都是法律监管的一道红线[8]。对企业来说，算法价格歧视在短期内或许能实现可观的利润提升。企业借助收集、分析消费者数据，能够更为精准地把握消费者需求，进而制定出贴合个体的营销方案，提升营销的成效。但需要明确的是，这种利润增长是建立在损害消费者权益基础之上的。企业过度收集与运用用户数据，极有可能侵犯用户的隐私权益，使用户对自身的数据安全产生担忧。从长远视角看，算法价格歧视会破坏企业的声誉与形象，最终造成客户流失，市场份额也会随之降低。然而，考虑到算法价格歧视所带来的整体经济效应，如果全面禁止这一行为，看似保护了消费者利益，但实际上可能会降低市场运行效率，并意外损害部分消费者(即支付意愿较低的消费者)的利益[9]。

5. 电商平台算法价格歧视法律规制的完善路径

5.1. 引入事前监管制度

事前监管通过将公权力的介入时机前置，着重在商业活动的正常开展过程中实施审查与规范。这种监管方式能够提前预防潜在的恶性竞争风险，有效抑制市场中的违法违规行。具体而言，一方面，应

构建预警性调查机制。市场监督管理部门在通过预警性调查获取初步违法证据后，可向平台发出警告或提示，要求平台进行自我纠偏与调整^[10]。另一方面，可借鉴美国经验，通过鼓励企业制定自身的人工智能伦理准则，充分发挥行业在治理人工智能算法歧视中的积极作用，并依托内部审核与自我监督机制来管控算法歧视风险。美国利用行业的自我监管保障其人工智能行业的创新动力与发展效能^[11]。通过强化平台自身的审查机制，市场监督管理部门能够更有针对性地开展监督工作，降低市场监管部门的监管成本，进而有效遏制价格歧视事件的发生。

5.2. 细化电商平台算法义务

我国《个人信息保护法》，将强制披露作为法定义务，要求信息处理者“公开个人信息处理规则，明示处理的目的、方式和范围。”《互联网信息服务算法推荐管理规定》第十七条规定：“算法推荐服务提供者应用算法对用户权益造成重大影响，应依法予以说明并承担相应责任。”

平台企业对于算法价格歧视现象，必须承担起相应的安全保障义务。由于平台企业掌握着大量用户信息，相较于用户自身，它们对信息可能被滥用的风险有着更为深刻的认识，并且具备更强的风险预判与防控能力，所以理应肩负起防范此类风险的重任。在开展个性化定价工作时，平台企业要确保信息收集流程的透明公开，充分保障用户的知情权。平台需优化信息收集与处理体系，清晰地向用户说明所收集信息的具体类别，同时确保个性化推荐的精准无误，避免因不恰当的个性化定价机制给用户带来不必要的困扰或损失^[12]。

5.3. 电商平台消费者退出机制

《个人信息保护法》第 44 条、第 24 条第二款规定了消费者拒绝自动化决策的权利。消费者因为不想被收集个人信息，而随时撤回收集时信息处理者获取的同意，或当某个经营者与其他经营者形成了开放端口的数据共享协议，而在隐私政策中向信息主体披露其共享计划时，消费者可以基于对其他经营者的不信任而拒绝该数据共享^[5]。

在“大数据杀熟第一案”中，胡女士以消费者身份对携程旅行网提起诉讼，其核心诉求极具典型性：要求平台在 APP 中增设“拒绝同意《隐私政策》及《服务协议》仍可使用服务”的选项。这一诉求直指算法歧视的核心机制——通过非必要信息采集实现差异化定价。尽管法院最终未对该项诉讼请求予以支持，但在判决论述环节明确指出，携程在处理消费者个人信息时，其具体行为已逾越了法律所规定的合理边界，为认定个人信息违法情形提供了具有建设性的探索方向。

在市场交易中，经营者对于非必要敏感信息的收集，应当给消费者提供更为宽松的退出机制。消费者应享有拒绝自动化决策的权利。如果消费者决定结束与经营者的服务关系，经营者应当提供简便的退出途径，不得设置技术障碍，同时应保障彻底删除消费者个人信息。尽管《用户协议》和《隐私协议》在平台与消费者之间具有约束力，但从加强消费者知情同意效力的角度来看，平台应承担更为严格的责任，确保消费者能够更加自由、彻底地退出，避免不公平的限制。

6. 结论

随着算法技术在数字经济中的广泛应用，算法价格歧视已成为一个不容忽视的法律问题。这一现象不仅挑战了传统的市场监管机制，还对消费者的基本权益构成了直接威胁。从消费者的知情权、公平交易权到个人信息的自主决定权，算法价格歧视都在不同层面上造成了严重的侵害。同时，由于算法的不透明性、技术的复杂性以及现行监管制度的滞后，现有法律框架难以有效应对这一新兴问题。

完善对算法价格歧视的法律规制，已成为亟待解决的课题。首先，事前监管机制的建立和电商平台

算法义务的细化,将有助于在源头上抑制不公平定价行为的发生。其次,保障消费者的退出机制,赋予消费者更多的控制权,不仅能提升对消费者的隐私保护水平,也能够促进市场的公平竞争。最后,随着技术的不断进步,监管体系也应随之更新,形成一个更为灵活且富有前瞻性的治理框架,以确保技术创新与消费者权益的平衡。算法价格歧视的治理应在法律规范与市场机制之间建立动态平衡。通过完善监管框架与强化平台责任,不仅能维护市场公平,也能激励技术创新,为电商经济的可持续发展奠定基础。

总之,算法价格歧视作为电商平台定价的一种新型形式,必须在法律与技术的双重视角下进行规制。只有通过完善法律体系、加强平台自律和引导消费者参与,才能有效解决这一问题,为电商行业的健康可持续发展提供法律保障。

参考文献

- [1] 黄毅,宋子寅.大数据背景下“算法杀熟”的法律规制[J].中州学刊,2022(4): 50-54.
- [2] 刘迎霜.算法个性化定价侵权责任的规则构建[J].法学杂志,2025,46(4): 69-84.
- [3] 赵丹阳.论算法价格歧视下消费者权益保护的构建路径[J].价格理论与实践,2024(11): 81-87.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 冯源.数字法治时代的算法歧视及矫正路径[J/OL].大连理工大学学报(社会科学版),2025: 1-9.
<https://link.cnki.net/urlid/21.1383.C.20250826.1400.002>, 2025-09-19.
- [7] 王俐智.论算法个性化定价的私法调整[J].当代法学,2025,39(5): 81-95.
- [8] 孙宇.论算法个性化定价的算法规制[J].大连理工大学学报(社会科学版),2024,45(6): 76-85.
- [9] 焦海涛.算法个性化定价的反垄断法立场与分析路径[J].财经法学,2025(5): 50-65.
- [10] 张惠彬,王思宇.数字经济时代算法价格歧视的监管难题与出路研究[J].价格月刊,2022(8): 9-16.
- [11] 凌秋实,马万利,张海汝.人工智能背景下算法歧视法治化路径研究——典型场景、规制困境及对策[J].财经问题研究,2025(10): 39-52.
- [12] 李芊.论算法个性化定价的法律规制[J].求索,2025(1): 188-197.