

电商平台差异化定价的法律规制研究

刘璐

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2026年4月7日; 录用日期: 2026年4月21日; 发布日期: 2026年6月30日

摘要

当下信息技术高速发展, 各类新型数字手段已全面介入大众的日常生活与交易往来。不少网络交易平台凭借独有的技术条件与信息储备, 对不同用户采取不一样的收费标准。面对这样的现实状况, 如何有效维护消费者利益成为亟待解决的重要课题, 我们有必要对国内现有相关法律进行细致审视, 并据此制定出可落地执行的治理办法。具体而言, 需进一步确立并完善与消费者个人信息保护相关的权利体系, 规范并优化消费者的救济渠道, 同时建立针对电商平台差异化定价行为的专门监管机制。此举旨在约束商家借助大数据实施定价的行为边界, 筑牢消费者权益的保护防线, 捍卫市场交易的公平秩序与正义价值。

关键词

差异化定价, 大数据分析, 消费者权益, 电商平台

Research on the Legal Regulation of Differentiated Pricing of E-Commerce Platform

Lu Liu

College of Law and Humanities, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: April 7, 2026; accepted: April 21, 2026; published: June 30, 2026

Abstract

With the rapid development of information technology, all kinds of new digital means have been fully involved in the daily life and transaction of the public. Many online trading platforms rely on unique technical conditions and information reserves to adopt different charging standards for different users. In the face of such reality, how to effectively safeguard the interests of consumers has become an important issue to be solved urgently. It is necessary for us to carefully examine the

existing relevant domestic laws and formulate governance methods that can be implemented. Specifically, it is necessary to further establish and improve the rights system related to the protection of consumers' personal information, standardize and optimize consumers' relief channels, and establish a special supervision mechanism for the differentiated pricing behavior of e-commerce platforms. This move aims to restrain the behavior boundary of merchants' pricing with the help of big data, build a strong defense line for the protection of consumers' rights and interests, and defend the fair order and justice value of market transactions.

Keywords

Differential Pricing, Big Data Analysis, Consumer Rights, E-Commerce Platform

Copyright © 2026 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

差异化定价是指电商平台通过整合所获取的用户个人信息，借助智能运算手段推算出不同消费者对各类产品、服务的最高可接受成本，再据此采取不一样的收费标准。这一运作流程的核心步骤主要分为三步：整合用户信息、勾勒用户精准画像、执行差异化收费。算法技术在线上交易场景中的广泛运用，既为人们的日常消费提供了诸多便利，也带来了不良影响，这些影响与以往出现的消费者权益损害在表现形式上差异明显，给当前的法律规则体系带来了全新的难题。必须对现有的法律体系进行全面反思与调整完善，才能让科技进步始终在保护消费者合法权益的范围内推进。本文以消费者权益保护为核心切入点，深入剖析国内电商平台差异化定价行为的深层成因，在此基础上提出具有实操性的规制路径。

2. 差异化定价与价格歧视的界定

针对电商平台采取的差异化定价模式，是否在法律层面构成价格歧视这一问题，亟需作出清晰界定，以此明确法律监管的具体对象。价格歧视通常指经营者针对同一产品或同类产品，向不同消费者甚至同一消费者收取不同费用，且这类价格差距无法通过经营成本差异予以合理解释[1]。市场化经济环境中，没有任何一类货品或配套服务可以适配全部受众的消费需求，这就使得不同受众对同款货品、服务的接纳程度与付费意愿存在明显分化。

这种消费端的分化特征在经济学范畴被称作需求敏感度，主要体现为受众对价位浮动的反应强弱。部分消费者对价格变动极为敏感，价格小幅上涨就会使其购买量大幅缩减，这类群体的需求敏感度偏高；反之则需求弹性偏低。商家需要精准捕捉这种需求敏感度的差异，借此提升自身市场竞争优势，优化自身营销布局与定价方案。由此可见，在供给同质货品或服务的前提下，经营方结合受众需求敏感度差异制定非统一售价方案，在合理区间内属于合规的市场化经营手段。但站在消费者视角来看，依托大数据分析实施的这类定价模式，极易被认定为价格歧视行为，进而激发消费者的抵触情绪。

具有危害性的差异化定价，也就是大众熟知的“大数据杀熟”行为，其核心本质是经营者在算法模型中植入不合理的运行规则，进而间接影响定价机制的制定与执行。经营者为了实现自身利益最大化，对消费者实施不合理的差别化对待，或是通过算法操控商品、服务、信息的推送排序，借此谋取不正当收益。这类行为属于过度滥用用户个人信息，以牺牲消费者合法权益为代价牟取私利，理应受到合理合规的法律约束与监管。

3. 电商平台差异化定价行为的成因剖析

目前的法律规则在智能运算决策的实际应用以及个人信息的安全防护等方面,存在着明显缺失。法律的调控效能难以充分发挥的情况下,既损害了消费者的信息安全权与公平交易资格,还会对市场公平竞争的正常秩序带来负面影响,故而必须通过立法方式进行严格管控。全面探寻该类行为背后的深层诱因,是切实维护用户合法权益、推动电商行业稳步发展的重要前提条件。

3.1. 个人信息保护的规制困境

3.1.1. 消费者“同意”制度价值被削弱

《服务协议》与《隐私条款》中往往会列明平台需要收集的具体信息,可该类约定要么被置于页面中难以察觉的区域,要么仅被简略带过,未作任何详细阐释。按照设置理念,用户本应在点击“同意”按钮之前,仔细阅读这些条款,但在实践中,多数用户对此类条款视而不见;即便有部分用户注意到此类条款,也常因文本晦涩难懂而中途放弃[2]。《中华人民共和国消费者权益保护法》第十四条¹与《中华人民共和国民法典》第一百一十一条²虽然在法律层面已赋予信息主体对个人信息的自主支配权,但在实际操作中,用户却难以真正行使该权利,“同意”机制反倒沦为运营方规避责任的挡箭牌,其原本的制度价值已被大幅削弱。因而电商平台运营方需简化优化相关约定内容,使消费者掌握个人信息采集运用的具体方向和潜在影响,自主选择是否允许个人信息被采集和使用,确保在保障使用者合法权益的基础上,推动电商行业健康发展。

3.1.2. 电商平台未经同意过度收集及共享

当前法律法规作出明确要求,企业在进行个人信息采集活动时,必须恪守合法、正当、必要这一核心准则。但不少电商平台为争夺信息竞争主动权、搭建独有的信息资源屏障,刻意突破这一要求的限制,过量获取消费者个人信息,那些与服务本身无关的隐私信息,也被纳入获取范围。同时,这些平台还会通过信息共享、交叉核验等手段,将消费者个人信息“分享”给其他经营者或自身的关联单位。消费者对于自身信息的实际应用场景、传递流程以及最终落点,一直处于完全不了解的状态[3]。从长远视角审视,整个社会对网络空间的信任基石,都将因此类行为而遭受持续性地侵蚀。

3.2. 消费者维权的救济途径受阻

3.2.1. 举证难题阻碍维权进程

在“谁主张谁举证”的诉讼原则要求下,消费者需要对其主张的相关侵权事实承担举证义务,若举证不够充分,将会增加败诉的可能性。因消费者与经营方掌握的信息存在差距,前者往往难以获取可证实后者实施差异化定价的直接凭证,进而影响自身正当权益的维护[4]。有些产品及配套服务带有即时使用、即时消耗的属性,消费者着手发起权益维护流程时,通常早已结束相关消费行为,导致维权推进面临诸多不便。

在谭某诉趣拿公司网络服务合同纠纷案中³,查询页面显示该航班票价为640元,但其收到的交易通知却显示扣款940元且机票已成功出票。当天谭某再次查询该航班票价,页面依旧显示为640元。谭某认为趣拿公司存在大数据杀熟、瞬时涨价等侵害消费者权益的行为,随即向法院提起诉讼,要求法院判

¹《中华人民共和国消费者权益保护法》第十四条消费者在购买、使用商品和接受服务时,享有人格尊严、民族风俗习惯得到尊重的权利,享有个人信息依法得到保护的权利。

²《中华人民共和国民法典》第一百一十一条 自然人的个人信息受法律保护。任何组织或者个人需要获取他人个人信息的,应当依法取得并确保信息安全,不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息,不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息。

³参见北京市第四中级人民法院(2021)京04民终428号民事判决书。

令趣拿公司支付赔偿金并删除瞬时涨价的后台程序。本案法院判决趣拿公司支付机票价格的三倍赔偿金，对谭某要求“平台删除瞬时涨价后台程序”的诉讼请求以证据不足予以驳回。作为普通消费群体，谭某本身就不具备获取平台后台存在即时调价程序的相关凭证的能力，法院仅以凭证不足驳回诉求的做法，不利于消费群体维护自身合法权益。这一司法层面的短板，更加凸显出大数据背景下，补齐相关制度漏洞、完善法律规制刻不容缓。

3.2.2. 维权路径不畅且花费成本偏高

使用者可选取的权益补救渠道，主要分为行政申诉渠道与司法维权渠道两大类，为自身权益维护提供了不同方向的支撑。多数消费者会优先选择行政申诉渠道，但电商平台差异化定价需受到多部行政法律法规的约束，不同法规对应的执行主体存在区别[5]：价格管控部门负责落实《中华人民共和国价格法》，市场监管部门负责执行《中华人民共和国电子商务法》，而《中华人民共和国消费者权益保护法》一般由工商主管部门负责。这种差异造成不同机关对同类违规现象的处理标准缺乏统一性。跨部门协作效率低下，职责边界模糊，极易引发行政效率内耗，使得执法工作面临重重阻力。尽管司法渠道作为权利保障的终极手段，但是单个消费者的具体损失金额普遍偏低。在此情况下，启动法律程序所要承担的时间、金钱成本，让很多人选择息事宁人。这种普遍的放弃行为，导致本应受到保护的权益处于无人救济的真空状态。

3.3. 对电商平台经营者诚实信用的监管存在困境

3.3.1. 电商平台自身监管缺位

消费者对网络平台经营者的信任，大多来自后者所秉持的宣传理念与开展的各类推广举措，是经营方通过宣传行为逐步建立起来的。实际上不少缺乏信誉的经营者，依托信息不对等的有利条件，对消费者采取差异化收费，该行为彻底偏离了诚实信用原则。该原则虽能在整体层面提供方向指引，却不能直接成为司法裁判者处理案件的依据，更无法直接用于权益受损方的补救过程。这一局限性导致电商平台经营方恪守诚信履约准则的观念逐渐淡化，亟需通过有效手段强化约束[6]。大规模数据的搜集与研判，其核心意义本应是提升使用者的服务体验感、加快交易环节的推进效率，而非部分经营者获取非正当收益、钻规则空子的便捷途径。基于此，需依托严格健全的规范性文件，通过反向推动的方式，促使电商平台经营方坚守诚实信用的核心准则，保障市场流通的公正有序与良性发展。

3.3.2. 电商平台外部监管乏力

电商平台差异化定价行为，究其根本属于价格歧视，这种行为会严重侵犯用户个人信息保密权、平等交易权、信息知晓权等依据法律所拥有的正当权益。但我国现行法律体系对该类行为的规定缺乏统一性，当下的规范体系在遏制该类行为方面力度明显不足，难以有效推动网络交易平台强化自身行业规范，约束自身运营行为[7]。加强对电商平台差异化收费行为的司法监管，对破解当前的司法困境来说至关重要。唯有如此，才能确保消费者的正当权益得到切实守护。政府及相关职能部门需强化对该类定价行为的监管，依托立法完善与执法强化，保障市场秩序平稳运行。

4. 电商平台差异化定价行为的规制路径

江苏省镇江市消费者协会发布《网络消费差异化定价调查报告》⁴，本次调研覆盖购物、外卖、旅游服务等共计 13 个电商平台，累计回收有效问卷 7936 份。问卷调研数据显示，82.93%的受访对象对差异化定价这一现象有所了解，受访者的认知渠道以社交媒体为主，占比达 55.65%；其次为亲友告知，占比 45.58%；

⁴《网络消费差异化定价调查报告》，来源中国消费网：<https://www.ccn.com.cn/Content/2025/06-04/1542250924.html>，最后访问日期：2026 年 3 月 20 日。

亲身遭遇该情况的受访者占比 39.77%。仅有 20.89% 的受访对象表示从未碰到过差异化定价，其余受访者均有过相关经历，其中“经常遇到”的占比 6.93%，“总是遇到”的占比 1.23%。由此可见，差异化定价已经对消费者合法权益造成了无法忽略的负面影响，针对该现象开展法律规制已是刻不容缓。

4.1. 确立消费者个人信息保护权

4.1.1. 完善个人信息拒绝权的适用规则

个人信息保护的全过程可拆解为事前许可、事中运用与事后救济三个关键环节。这种阶段性的划分，能清晰呈现信息在各环节遭遇的隐患与保障需求，为出台既贴合实际又便于执行的守护举措，提供了重要的参考支撑。事前同意阶段存在的核心问题，在于经营者设置的默认勾选模式，这使得同意机制在电商平台差异化定价的场景下，失去了实际的约束效力。当用户面对个人信息被采集时，往往只能在安装应用、同意条款、放弃使用这三个选项中做出选择，拒绝信息采集的权利从未真正赋予给用户。2021 年出台的《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》⁵第四条明确要求：“App 不得因为用户不同意提供非必要个人信息，而拒绝用户使用其基本功能服务。”该条款虽精准直指应用程序运营主体的主要违规之处，但其属性只是多部门协同发布的行政监管类文件，无法成为消费者维护自身权益的合法支撑。《中华人民共和国个人信息保护法》第四十四条：“个人对其个人信息的处理享有知情权、决定权，有权限制或者拒绝他人对其个人信息进行处理；法律、行政法规另有规定的除外。”然而该权利的行使仅表现为禁止信息收集，但经营方却以中断服务供给为筹码，应对消费者行使拒绝权限的行为，进而形成了反向逼迫消费者认可的态势，完全忽视了其自主选择权利。结合当下的实际情形，需将前述四部门协同出台的规范所传递的核心理念，上升至立法层面，借此健全个人信息拒绝权限的应用准则，为该权限的落地执行提供明确指引[8]。

4.1.2. 增设消费者数据可携权

事中使用环节，个人信息归属者已然丧失了对自身信息的实际支配权。技术层面的优势差距造成信息不对等，让归属者既无法掌握自身信息的运用深度，也难以知晓其被处置的具体方向。综合个体信息的特殊存在状态，就算经营者利用该类信息向使用者提供相关服务，也需为信息归属者预留最低限度的自主支配范围，确保其对自身信息拥有基本的自主处置权。欧盟《一般数据保护条例》中设立的数据可携权，可为我国制度完善提供参考[9]。消费者可凭借这项权限，自主获取信息管控方处理完毕的个体信息片段，并可自行留存该片段供个人使用。大数据的处置过程本身带有可追溯的特性，消费者通过该信息片段，能够追踪自身信息的传递路径与最终落点，从而增强对信息自主支配能力。可在实际落地运行中，经营方收集消费者相关信息的范畴，大多超出了其提供服务所需要的最低合理边界，不符合信息收集的适度要求。而消费者因不了解服务相关的技术细节，无法对这类行为提出合理质疑。对此，相关监管部门应拆解各类服务的核心需求，界定不同服务所需的基础信息合理范围。若经营者有正当依据需采集额外的个体信息，必须履行更严格的告知责任以获得使用者的认可，达成行政监管、企业运营与个体自愿的深度契合。

4.1.3. 落实消费者删除权和撤回权

事后救济环节，使用者往往会面临私人维权路径缺失的困境，使得法律赋予的相关权限，无法转化为实际的维权成效。《中华人民共和国民法典》与《中华人民共和国个人信息保护法》虽明确赋予个人信息删除权与撤回权，但实现该类权限基本不具备落地可能；若选用法律诉讼的方式维权，势必会加重当事人的维权成本，最终让多数消费者主动放弃维权行动。结合上述情形，可在各类应用程序内添加简

⁵https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-03/23/content_5595088.htm

易的信息撤销入口，该操作既能减少司法资源的无谓浪费，也能为使用者提供便捷高效的个人信息权益补救路径，保障相关法律赋予的权益真正落地生根、发挥实效^[10]。

4.2. 改进消费者救济途径

4.2.1. 加重经营者的举证责任和义务

举证的核心意义在于查清案件真实情况，进而实现对合法权利的有效保障。各类交易场景里，消费者往往处于相对不利的地位，而电商平台的经营方则拥有信息与技术的双重主动权。消费者难以从经营方手中获取涉案相关凭证，进一步增加了使用者维护自身权益的难度。为了更有效地保障消费者的合法权益，破解其维权过程中的举证难题，应当采用举证责任倒置的方式，合理分配举证责任，降低消费者的维权成本。例如在个人信息采集是否必要、价格欺诈行为中运营者是否存在主观过错等相关问题上，明确要求由运营者承担举证义务。

4.2.2. 统一行政途径的救济方式

若权益维权仅依靠行政途径，其天生存在的主动发力不足、实际效果有限的局限，常会让监管执行效能难以充分发挥。据此，建议将监管执行权限整合至一个核心主导机构，其余相关机构则依托自身领域的专业能力，给予必要的配合与支撑。这种核心主导、多方协同的运转模式，既能加强各机构间的联动配合，又能确保监管执行过程的规范度与高效性，最终构建更为规范、公平的电商交易环境。

4.2.3. 扩大公益诉讼的适格范围

《中华人民共和国民事诉讼法》第五十八条⁶明确，环境污染与消费者侵权领域可适用公益诉讼制度。数字技术普及的当下，电商平台针对老用户抬价的做法，早已逾越了消费者权益保护相关法律的红线，必须纳入公益维权诉讼的管控体系。但现有法律条款中，有权依法启动公益维权诉讼的主体仅限定为消费者相关团体，和环境治理等其他领域相比，该主体覆盖范围过窄，大幅制约了公益维权诉讼价值的发挥，故而应当扩大公益维权诉讼启动主体的适格范围。除消费者协会外，人民检察院、相关行政部门及各类社会组织，均应纳入公益诉讼适格主体之列^[11]，助力社会公正公平理念真正落地生根、惠及各方。

4.3. 引入多层次、多维度监管体系

4.3.1. 健全政府、协会、经营者多层次监管体系

当下国内对数据算法的管控，主要依赖经营主体的自律，可这类主体往往会因贪图高额回报而突破行为红线，因此需凝聚多层次治理主体的力量，协同应对算法相关隐患。行政监管部门需主动承担监管责任，发挥主导引领效能。首先，可借鉴专利管理、商标管理等专门机构的运作思路，不断完善相关管控规则；其次，算法涉及经营者商业秘密，需由与经营者无利益关联的主体实施监管^[12]，建议组建专属的智能运算审核机构，配备专业审核人员，对各类智能运算程序开展全面深度的核查工作；最后，需强化对智能运算滥用行为的惩处力度，结合智能运算技术的自身特点，明确滥用的行为界定与责任归属，对违规主体从严惩处，切实保障消费者的正当利益。

行业协会应充分发挥引导与监管效能。作为领域内的标杆性组织，其具备高度的统筹能力，是指引产业未来走向的核心力量，亦是维系产业生态平衡的关键支柱。行业协会必须率先落实算法道德规范建设，确立并推行一套全行业认可的伦理准则；此外，应着手制定统一的算法效能评判标准，为行业内参

⁶ 《民事诉讼法》第五十五条对污染环境、侵害众多消费者合法权益等损害社会公共利益的行为，法律规定的机关和有关组织可以向人民法院提起诉讼。

与者提供一套权威的技术核验路径，从而推动整个行业形成自上而下的统一认知。

经营者需强化自身算法监管。现行商业环境里，经营者对算法运作的合法边界认知尚且薄弱。建议管理层在企业内部组建一支专业的算法合规团队，此团队需承担双重使命：一是对算法模型进行合规筛查，确保所有运算逻辑严守法律红线；二是构建常态化的算法追踪与迭代机制，通过动态适配不断更新的法律条文，实现闭环管理。

4.3.2. 完善事前、事中、事后多维度管理体系

以美国为代表的多数国家，算法监管模式以事后“算法问责”制度为主^[13]。但现阶段，数据运算技术的迅猛迭代与全面应用，已给相关责任追溯工作造成了不少难题，让责任落实的过程变得困难重重。个人信息保护相关法律确立了自动化决策的事前核查与事中监督机制，虽然该法律作出了基础性的原则界定，却没有出台具体执行规范，使得相关机制难以有效落实。比如承担电商平台审核工作的具体机构，当下依旧存在职能划分模糊、责任归属不明的关键问题。对大数据技术进行规范管控，既是破解各类智能运算相关难题的终极路径，也是遏制此类问题出现的基础性举措，亟待立法者重点关注。建议健全并细化管控各环节的相关规则，实现事前防范、事中管控、事后追责的闭环管理。

5. 结语

电商平台差异化定价，是大数据、智能运算等新型技术适用于商业领域产生的现象之一。从新兴技术的发展走向来看，其广泛应用势必催生更多亟待应对的社会矛盾与难题，妥善处置电商平台差异化收费的相关问题，对解决此类由新技术催生的种种矛盾具有重要的借鉴价值。在破解这类难题时，需坚守以保障消费者权益为核心的导向，强化各类权益的均衡统筹，探寻适配的最优约束路径，达成技术稳步发展、保护消费者权益与市场有序流通的良性循环。

参考文献

- [1] OECD (2020) The Regulation of Personalised Pricing in the Digital Era. <http://www.oecd.org/daf/competition/personalised-pricing-in-the-digital-era.htm>
- [2] 郑佳宁. 知情同意原则在信息采集中的适用与规则构建[J]. 东方法学, 2020(2): 198-208.
- [3] 罗昆. 个人信息权的私权属性与民法保护模式[J]. 广西大学学报(哲学社会科学版), 2015, 37(3): 86-90.
- [4] 王恒睿. 大数据杀熟背景下的消费者公平交易权保护[J]. 大数据时代, 2018(11): 20-24.
- [5] 刘佳明. 大数据“杀熟”的定性及其法律规制[J]. 湖南农业大学学报(社会科学版), 2020, 21(1): 56-61, 68.
- [6] 梅夏英. 数据的法律属性及其民法定位[J]. 中国社会科学, 2016(9): 164-183+209.
- [7] 黄晓伟. 互联网平台垄断问题的算法共谋根源及协同治理思路[J]. 中国科技论坛, 2019(9): 9-12.
- [8] 萧鑫. 个人信息拒绝权的界定与适用[J]. 社会科学研究, 2023(2): 74-85.
- [9] 付新华. 数据可携权的欧美法律实践及本土化制度设计[J]. 河北法学, 2019, 37(8): 157-168.
- [10] 王利明. 论个人信息删除权[J]. 东方法学, 2022(1): 38-52.
- [11] 李挚萍. 中国环境公益诉讼原告主体的优劣分析和顺序选择[J]. 河北法学, 2010, 28(1): 21-25.
- [12] 廖建凯. “大数据杀熟”法律规制的困境与出路——从消费者的权利保护到经营者算法权力治理[J]. 西南政法大学学报, 2020, 22(1): 70-82.
- [13] 张凌寒. 算法权力的兴起、异化及法律规制[J]. 法商研究, 2019, 36(4): 63-75.