

算法价格歧视行为的法律性质探析

武雨彤¹, 胥玲英¹, 郑诗贵²

1. 嘉兴南湖学院, 浙江 嘉兴 314001

2. 浙江开发律师事务所, 浙江 嘉兴 314001

DOI:10.61369/SE.2026020006

摘 要 : 数字经济浪潮下, 电商平台经营者借助算法技术实施“个性化定价”的现象频发, 由此产生了算法价格歧视行为。为正确认识算法价格歧视这一新型不正当市场行为, 精准把握该行为的核心内涵并厘清其法律属性, 本研究以算法价格歧视行为的生成逻辑为切入点, 通过系统梳理其具体表现和特点, 深入剖析学界现存的“价格歧视说”“算法权利滥用说”与“价格欺诈说”三大核心理论观点, 以期对算法价格歧视行为法律性质的深度探析提供一定助力。

关 键 词 : 算法价格歧视行为; 法律性质; 价格欺骗

Exploration of the Legal Nature of Algorithmic Price Discrimination

Wu Yutong¹, Xu Lingying¹, Zheng Shigui²

1. Jiaxing Nanhu University, Jiaxing, Zhejiang 314001

2. Zhejiang Kaifa Law Firm, Jiaxing, Zhejiang 314001

Abstract : In the wave of the digital economy, e-commerce platform operators frequently employ algorithmic techniques to implement "personalized pricing," giving rise to the phenomenon of algorithmic price discrimination. To correctly understand this emerging unfair market behavior of algorithmic price discrimination, accurately grasp its core connotations, and clarify its legal attributes, this study takes the generation logic of algorithmic price discrimination as its starting point. By systematically reviewing its specific manifestations and characteristics, it delves into the three core theoretical perspectives currently prevalent in academia: the "price discrimination theory," the "algorithmic right abuse theory," and the "price fraud theory." This endeavor aims to provide some assistance in the in-depth exploration of the legal nature of algorithmic price discrimination.

Keywords : algorithmic price discrimination; legal nature; price deception

一、算法价格歧视行为的产生

全球化的发展趋势使得世界各国的经济联系日益密切, 与之相伴的是信息技术和互联网行业的高速发展。在全球化、科技创新和数字化技术的蓬勃发展、个性化和定制化服务的顺利落地、新型商业模式的悄然兴起等特点的综合影响下, 数字技术从应运而生、逐渐成熟, 到迅速发展, 数字经济正慢慢成为促进世界经济发展的一大推力。同时, 我国的数字经济创造的财富在 GDP 中所占比例也呈现出逐年增长的趋势, 被认为是我国经济发展的又一大增长点, 国际贸易也日益呈现出“高度数字化”的特点。为了更加便捷迅速地收集消费者的信息, 进一步加速交易的顺利进行, 数字经济的发展也促成了算法价格技术的诞生。伴随着技术创新所带来的机遇, 算法价格技术的演进过程亦同步揭示出新的挑战现象, 随之而来便出现了算法价格歧视行为, “大数据杀熟”便是它在经济领域被人们所熟知的代名词。“大数据杀熟”的实质是通过算法和数据分析技术, 基于不同消费者的个人数据, 精心设计并为其定制个性化的定价方案, 旨在借此优化企业收益结构, 并最大限度地挖掘潜在的商业价值。

在经济学的框架下, 算法价格歧视本质上是构成价格歧视的

一种新形态, 但其与传统意义上的“价格歧视”概念有所区别。

“价格歧视”不一定是违法行为, 而算法价格歧视可以被判定为是一种违法行为。价格歧视是指供应商在提供等质、同级的商品或服务时, 针对不同的消费者群体而设定个性化价格的策略。尽管是“歧视”, 但“价格歧视”不一定是违法行为, 以米龙诉云南世博集团有限公司、昆明世博园股份有限公司的消费索赔纠纷上诉案¹为例, 该案中的争议焦点是被告提供的服务因针对本地游客与外地游客不同定价的行为有没有违反公平交易原则, 解决的关键是要判断对这种“差别待遇”的认同能否被社会普遍的价值追求所接受和容忍。在此案中, 法官的观点是本地游客享受优惠的措施, 能够激发本地居民游玩的积极性、带来合理收益, 同时外地游客支付的价款中没有除官方统一定价外的额外支出。因此, 该“价格歧视行为”可以被看作是利于当地经济发展的合理区别对待, 该“差别待遇”是能够被社会普遍的价值追求所容忍和接受的, 因而判定该“价格歧视行为”是合理的, 并不违法。

然而, “算法价格歧视行为”却不同, 算法价格歧视行为指

¹ (2007) 昆民五终字第 363 号

的是在数字化交易的环境中，算法技术使用者利用算法技术对算法相对人的消费习惯、行为数据等隐私信息进行深度挖掘与智能分析，最终做到能够精准揣摩消费者的需求、偏好，以及在保障能够正常交易的情况下，精准计算出消费者对该商品或服务的支付承受边界，借助个性化定价策略，完成使消费者的合法权益受到不符合社会普遍价值认同的不法侵害的价格歧视行为。算法价格歧视的经典案例，如胡女士诉携程公司消费索赔案²，该案的争议焦点是被告提供的服务因是否被代理而导致相同服务不同价格但消费者并不知情的行为有没有违反诚实信用原则，解决的关键是要判断平台仅仅在软件房源页面摆放的“代理”两个小字能否被消费者直接、准确、清晰地区分该服务属于“第三方代理”、“他营”还是“非自营”因而使其产生“相同服务不同价格”的认知。在本案中，法院的生效判决认为：携程公司未依法以显著标识将“自营业务”与“他营业务”予以区分，未依法向消费者披露其所称的平台内经营者信息，对第三方代理商渠道房源存在的风险未予告知和监管，最终导致胡某因算法价格技术的估算结果而陷入了对交易对象的认知错误，继而又基于对携程公司的充分信赖而陷入了对交易价格优惠的认知错误，最终做出了不真实的意思表示，实际支付的更高价款侵害了胡女士的财产权，携程公司应承担欺诈的惩罚性赔偿责任。由此可以看出，算法价格歧视行为实际上可以看作是剥削消费者的新型手段，其机制在于借助算法手段将更多的成本费用转嫁给消费者，而在这一过程中，经营者的“利益最大化”策略往往建立在对消费者利益潜在或实际的削减的基础上。这种牺牲消费者利益的行为显然与社会成员所共同秉持的价值观念相悖。所以我们可以认定算法价格歧视行为是一种违法行为。

算法价格歧视行为在法律上并没有被明确定义，有关对该行为如何进行规制的法律内容也有所欠缺，多方因素共同造成了在实际生活中消费者遭受价格歧视行为却无法合理维权的困境。基于此，我们有必要对算法价格歧视行为的法律性质是怎样的、需要什么法律对算法价格歧视行为进行规制以及如何进行有效规制等问题进行探究。

二、算法价格歧视行为的表现

“一人一价”“一次一价”和“个性化精准推送”是算法价格歧视行为最普遍的表现形式。

“一人一价”是指在相同的时刻，不同的消费者在被推送到平台提供的相同销售页面时，可能会基于各自的用户画像，如浏览频率、历史支付记录及购买情况等综合数据，看到页面显示的针对各自定制的不同价格。甚至某些情况下的“VIP 客户”，在此时看到的商品价格相较普通客户会更高，如“苹果端用户相较安卓端用户商品定价更高”。“一人一价”最终造成消费者所能浏览到的商品信息都是被算法价格技术计算后，平台恶意实施算法价格歧视行为而提供的有限选择，最终结果是造成消费者应当享有的与生俱来的知情权因平台“定制价格”形成的信息闭塞问题

而导致其合法权益被不法侵害。

“一次一价”是指相同消费者对于同一个平台推送的同一个商品，算法价格技术通过总结分析收集的信息，如浏览该页面的总时长、打开页面的频次以及对该平台的总共用次数，从而导致消费者在不同的时间打开同一商品的购买页面，显示的定价不是统一不变的，相反价格之间的差距明显，多数情况下是下一次打开该页面看到的价格高于上一次的定价。这种策略最终导致了用户在同一商品消费上付出的成本因消费频率、使用习惯而异，因此，该行为是对消费者本应当享有的公平交易权的漠视与践踏。

“个性精准推送”是指算法价格技术分析、整理搜集到的所有消费者数据信息，为平台提供可以给不同消费者针对同一商品的不同定价区间范围，为消费者制造出“信息茧房”，迫使消费者只能在平台根据算法价格技术提供的其所能接受的高价范围内做出选择。“个性精准推送”增加了消费者与平台的互动关联度，从而深化了二者之间的关系纽带。这一机制导致消费者在很大程度上局限于对高价商品的选择范围，实际上是平台通过此种“个性精准推送”的方式对消费者自主选择权的剥夺。

三、算法价格歧视行为的特点

算法价格歧视本质上属于经营者依托算法定价技术，在对不同消费者的个体信息进行精准研究判断后，蓄意实施的、侵害消费者合法权益的差别化定价行为。在数字经济深度发展的背景下，算法定价技术的应用已呈现普遍化态势，与之相伴的是算法价格歧视行为的滋生，其对消费者合法权益的不法侵害亦愈发频繁。从行为表征来看，算法价格歧视核心具备两大显著特征，即隐蔽性强与精确度高。

（一）算法价格歧视行为隐蔽性强

这意味着在该行为的恶意实施过程中，无论是普通消费者在日常的消费中，还是相关执法机关在执行反垄断法规规定的职责时，要想觉察与揭露这种行为都是十分困难的。首先，算法价格歧视的行为表现更具隐蔽性。平台经营者在积累大量用户数据的基础上，运用算法价格技术对消费者进行“个性化画像”，最终为平台提供“千人千面”的定价策略。平台借此以消费者的购买意图和购买能力为划分标准，精准定位不同的消费者市场。平台对于不同消费者有不同的策略：对于预算充足、不愿投入精力对比价格的用户通常会偷偷抬高价格、降低优惠力度；反之，对于消费能力不高、价格敏感度却很高的用户则通常会降价销售、提升折扣率，以此方式来吸引购买。这一系列差异化定价措施最终促成了一个闭合的价格歧视循环。整理有关信息可以发现，2012年1月1日至2023年1月12日，涉及消费者权益保护的案件数量达到了591710宗，约占同期民事案件总量的0.76%。然而，案件内容为算法价格歧视的案件数量总和仅有1462件³，这一数据明

² 余建华，浙江一女子以携程采集非必要信息“杀熟”诉请退一赔三获支持[N]. 人民法院报，2021-7-13（03）

³ 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

显低于前者。由此可合理推测，在实际司法过程中算法价格歧视诉讼案件寥寥无几，或许其中的主要原因就是因为算法价格歧视行为的隐蔽性与复杂性导致的消费者难以觉察自己是否受到价格歧视。

（二）算法价格歧视行为精确度高

数字经济背景下迅猛发展的算法价格技术使得平台借助该技术实施“千人千面”的差异化定价，为最大限度地榨取消费者剩余价值提供了极大便利，但这种行为是对交易公平原则的严重践踏。“大数据杀熟行为”之所以盛行，往往是因为平台在消费者决定购买之前，已经通过算法价格技术完整分析了其借助多元途径充分掌握的消费者的各种信息，借此分析得出消费者的实际购买能力、购买频率、以及购买喜好等核心数据，进而利用算法结果将消费者感兴趣的商品进行精准推送，诱导消费者，增加交易达成的可能性。

四、关于算法价格歧视行为法律性质的主流学说

“算法价格歧视行为”的法律性质一直缺乏统一的观点，学界争议不断。目前学界对其的定性，有以下三种主流观点：一部分学者秉持“价格歧视说”，另一部分学者坚持“滥用算法权利说”，还有一部分学者则是支持“价格欺骗说”。

（一）价格歧视说

数字经济背景下，算法价格技术的出现与发展为价格歧视发生的场景创造了新途径。消费者群体的利益是平台恶意实施算法价格歧视行为的主要对象。从法律角度来看，有一部分学者认为其符合《反垄断法》第十七条与《价格法》第十四条规定的情形，即同一平台向不同消费者提供完全相同条件的商品或者服务时，不得向消费者提供不同的收费价格和收费标准，否则会被认定为价格歧视行为。同时，《反垄断法》第二十二条第六款规定了禁止在市场中占据支配地位的经营者在价格等方面对不同消费者实施差别化定价。

价格歧视说认为，“大数据杀熟行为”是平台基于算法技术对消费者个人信息进行整合并精确地计算和分析的基础上，借助该技术突破实际场景限制，将计算结果应用于对消费者的精准“画像”，并据此估算出平台所能剥削的消费者的“最大价值剩余”，进而对消费者个人进行准确的判断，最终实现“一人一价”⁴。

该学说还认为应当将“大数据杀熟行为”归类为经济学范畴的“一级价格歧视行为”⁵。“一级价格歧视”是指不同企业根据自身的生产情况、市场需求以及消费者对价格敏感度的差异性，针对不同类型的单位产品制定出不同的单价。当平台通过精准计算得出价格区间，并据此为每一件产品设定最接近其承受范围的高价时，便能在成功交易的过程中榨取消费者最大程度的经济利

润。在算法价格歧视行为中，平台利用自身的技术优势首先收集汇总了消费者的大量有效数据，以此为基础借助算法价格技术计算总结出不同消费者的个人特征，根据计算结果对消费者的需求做出精准价格区间预测以及能达成交易顺利进行的最大收益决策；同时，平台利用算法技术得出的结果会被循环反馈至数据库中，并对技术进行持续的更新和完善，从而帮助平台即使在不同时期也能制定出针对不同消费者或者同一消费者更为精准的个性化定价方案。

（二）滥用算法权利说

《中华人民共和国个人信息保护法》第24条阐述了对利用个人信息进行自动化决策的过程中的公平性要求，强调不得在价格设定上对消费者实施歧视性的差别待遇。这一规定被社会舆论解读为是专门针对算法价格歧视而制定的，它的实施似乎预示着算法价格歧视会就此销声匿迹。但现实并非如此，算法价格歧视的现象非但未能得到有效遏制，反而呈现出更加隐蔽、频繁及伤人之于无形的趋势。

《个人信息保护法》第45条规定了消费者的数据可携权，即消费者个人请求将个人信息转移至指定的个人信息处理者，个人信息处理者应当提供转移的途径。具体到实际操作层面，就是当某款软件与另一款软件相关联时，消费者有权自主地决定是否将自己的个人信息从一个平台转移到另一个平台，以实现平台之间的信息同步。然而，在这种背景下，算法价格歧视行为实际上构成了对法律确立的消费者数据可携权的潜在侵犯，它削弱了消费者对其个人信息主体权益的认知，同时也模糊了消费者对于自身信息控制权及使用权的边界理解。

算法价格歧视为消费者带来的各种困扰不容忽视。借助算法价格技术对收集整合的消费者的隐私数据进行运算，帮助平台实现了一对一精准推送，在此过程中往往需要横跨多个市场进行收集，平台则借助“软件的正常运行需要信息授权”的借口，变相强制地促使消费者同意授权从而达到海量数据收集的目标。由此可以得出结论，消费者的隐私保护并不能通过平台所谓的提供协议告知并征得消费者“同意”后进行数据收集汇总的方式，或者是消费者表面上自主拥有选择是否给予平台收集信息的权利实则在解决平台要求后无法再享受消费者应当享有的利益而被迫同意的方式得到保障。

据《四川日报》所载⁶，四川省保护消费者权益委员会的一项调查显示，当消费者拒绝App或小程序的非必要授权后，超过九成的应用程序无法进行全面的功能使用或仅能访问部分功能。这一实际情况表明，尽管消费者在形式上拥有自主决定是否授权平台收集个人信息权利，但事实上授权信息采集成为了消费者能够顺利使用该软件服务的必备要件。如果消费者拒绝授权，往往会遭遇无法正常使用该服务或者部分功能受限的问题，因此我们可以把授权协议看作是“霸王条约”。

以廖建凯为代表的学者认为，“大数据杀熟”现象是算法权力

4 赵德勇，张子辉：“大数据杀熟”的法律规制——从个人信息保护到算法规制[J]. 经济论坛，2023，（10）：17-18

5 邹开亮，刘佳明：大数据“杀熟”的法律规制困境与出路——仅从《消费者权益保护法》的角度考量[J]. 2018，（08）：48

6 刘佳，受访者最担心个人社交账号被泄露[N]. 四川日报，2023-05-12（07）

滥用的结果⁷。在互联网交易平台的运作机制中,尽管表面上经营者在收集消费者个人信息及设备权限之前须获得消费者的明示同意,但实际上,在这个环节中,消费者的自主选择权并未得到充分尊重与保障。一旦消费者选择不授权,通常会遭受无法全面体验或有效利用相关软件服务的困境,进而导致交易流程受阻甚至无法顺利完成,这就事实上构成了对消费者的一种隐性强制,迫使他们不得不接受授权要求。除此之外,在消费者寻找自己所需商品或者服务的过程中,往往只能通过平台的搜索功能来实现。但商家所展示给消费者的商品或服务,并非全部基于消费者主动搜索的结果,而更多的是由平台借助算法价格技术对消费者精准画像后,根据计算结果,通过运行后台技术给消费者定向推送精准计算出的消费者所能接受的最大限度的产品价格。也就是说,无论是消费者的需求匹配还是商家的产品推荐,背后都离不开算法技术的有效驱动。

(三) 价格欺骗说

《中华人民共和国消费者权益保护法》第八、九、十条分别规定了消费者享有知情权、自主选择权、公平交易权,其中公平交易权是其中的核心也是最终目的,对知情权和自主选择权的规定是保障公平交易权的体现。

算法价格歧视行为的经营者违反了《消费者权益保护法》第二十条之义务:一是平台未能够向消费者提供商品或服务有关差异化定价的信息,二是没有进行明码标价。主要体现在以下两个方面:

第一,在缺乏正当理由的情况下,平台应当坚守其责任,确保各类商品及服务的价格维持在一个相对恒定且公正的状态,即须避免价格波动和任意调价行为。因此,消费者在面对明示的价格时,通常会形成所有消费者均能以同等的条件享受统一的价格的合理预期,导致当平台实施了算法价格歧视行为后,消费者被迫丧失与经营者公平交易的机会。

第二,经营者应当告知消费者其针对不同用户定价不同的依据与合理原因。根据前文相关法条所述,消费者享有知情权、选择权和公平交易权。但是在现实生活中,尽管用户在实际使用服务前常常需签署包含隐私政策在内的格式合同文本,这一看似赋予了消费者某种形式的选择权,实则可能成为平台利用格式条款繁复性及消费者认知局限性的手段,间接导致消费者在无意识中丧失了其本应享有的选择与退出的机会。除此以外,算法价格歧视行为还剥夺了消费者获得公平交易条件的机会,经营者能够基于了解到的消费者的全部信息,精准预测出保障交易顺利进行时消费者所能接受的最高价格意愿区间,从而制定出更利于自身利润最大化的销售价格。当消费者面对那些接近但尚未超出预算范围的价格时,消费者往往倾向于接受并完成购买行为。同时,在互联网时代下的电子商务环境中,由于信息不对称和技术壁垒的存在,消费者与经营者议价的情况极其罕见,通常消费者都是不得不接受由经营者单方面设定的价格,从而导致消费者的公平交

易权在事实上无法得到保障。

五、算法价格歧视行为的法律性质界定

参考以上三种主流观点的看法后,本研究认为算法价格歧视行为实质上是一种价格欺骗,将算法价格歧视行为界定为是“新型的价格欺骗行为”更具有合理性和正当性。

首先,从法律角度看,审视价格歧视行为时,首要前提是参照《反垄断法》对于市场主体地位的规定,即从事价格歧视的经营实体必须符合法律认定的市场支配地位标准。此外,《反垄断法》规定,实施价格歧视行为的主体原则上应当是具有市场支配地位的经营者,然而在现实中,除了那些占据较大市场份额并运用算法实行价格歧视的企业之外,还存在不少在互联网平台上并不具备市场支配地位的经营者,他们也同样常常实施算法价格歧视的行为,这在一定程度上与大数据杀熟的实际情况不相符合。若法律规定仅当平台企业在达到一定的市场份额后其针对不同客户实施的个性化定价才被视为违法行为,这样的要求或将加大界定技术层面的难度,并可能导致大量虽未满足市场份额条件但仍从事类似“大数据杀熟”行为的经营者得以逃脱法律的约束。这种局面不仅可能削弱法律的执行力与威严,不利于维护良好的市场竞争秩序,还可能间接纵容某些平台企业在缺乏足够法律约束的情况下加剧此类不公平定价行为,使其更加肆无忌惮。

其次,从欺诈行为的构成要素上看,并结合上述对算法价格歧视行为的定义,其本质与法律对欺诈行为的认定要素及其相互关联条件高度契合。一方面,在主观上,经营者为了获取商品更多的剩余价值,通常表现出蓄意误导和隐瞒消费者关于商品或服务真实价格的主观恶意意图。另一方面,在客观表现及其损害后果层面上,经营者采取了隐蔽和差别化的定价策略,使得消费者在未能充分知情的情况下按照经营者所提供的价位完成交易,进而造成了本不应由消费者承担的经济损失。此外,不容忽视的是,经营者施行的价格欺诈或杀熟行为与其所造成的消费者实际经济损失之间存在着法律上的因果联系。

最后从法的实效角度考虑,若将算法价格歧视行为以价格欺诈进行定性,并将其纳入法规调控的范畴,意味着消费者将可根据《消费者权益保护法》等相关法律规定来寻求救济,以主张自身权益的恢复与补偿。一旦此种行为被视为价格欺诈,消费者即可启动相应的法律救济途径:消费者不仅可以要求经营者承担损害赔偿等民事责任,而且可以申请国家机关对违法的经营者施加严厉的法律惩处。这一做法不仅借助了法律的刚性约束机制,有效遏制并矫正经营者的违法违规操作,而且有力地强化了对网络消费者权益的防护屏障,进一步降低不法侵害对互联网消费者合法权益造成损害的可能。

六、结语

互联网技术与大数据应用的深度融合,既为民众生活提供了极大便利,也为社会经济发展注入了强劲动能,但与此同时,一

7 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

系列新型法律难题也相伴而生。网络空间绝非法外之地，对于此类新兴法律问题，亟需构建适配的法律规制体系予以回应。算法价格歧视作为数字经济时代新型法律问题的典型表征，因我国现行法律尚未对其法律性质作出明确界定，导致理论与司法实

践中均存在诸多争议。有鉴于此，应当以明确算法价格歧视的法律属性为基础，推进针对性法律规制体系的构建与完善，进而为数字经济时代大数据行业的有序运行与蓬勃发展筑牢法治根基。

参考文献

[1] 徐晓露. 论算法价格歧视的反垄断规制 [J]. 佛山科学技术学院学报 (社会科学版), 2023, 41(06).
[2] 孔豪. 大数据时代算法价格歧视行为的法律规制 [J]. 中阿科技论坛 (中英文), 2023, (11).
[3] 赵德勇, 张子辉. “大数据杀熟”的法律规制——从个人信息保护到算法规制 [J]. 经济论坛, 2023, (10).
[4] 李展鹏. 大数据杀熟下公平交易权保护探究——基于算法行为规制视角 [J]. 中国物价, 2023, (09).
[5] 丁国峰, 史韵歆. 算法价格歧视的法律属性与规制路径——基于消费者权益保护视阈 [J]. 中州大学学报, 2023, 40(03).
[6] 陈建达. 算法价格歧视研究 [D]. 兰州大学, 2023.
[7] 战宝茹. 大数据“杀熟”行为的法律规制探析 [D]. 山东: 烟台大学, 2023.
[8] 陈群峰, 周恩惠. 数字经济时代算法价格歧视的反垄断法规制 [J]. 中国政法大学学报, 2023, (03).
[9] 张媛媛. 基于消费者权益保护的大数据“杀熟”行为法律规制研究 [D]. 黑龙江: 东北农业大学, 2023.
[10] 林雨森, 阳相翼. 大数据商业应用算法价格歧视的法律规制困境及其路径 [J]. 中国商论, 2023, (11).
[11] 叶姝洁. 平台经济下算法个性化定价的反垄断规制 [J]. 上海立信会计金融学院学报, 2023, (12).
[12] 杜金玲. 消费者权益保护视角下大数据杀熟行为法律规制研究 [D]. 辽宁: 东北财经大学, 2022.
[13] 方海霞. 数字经济背景下算法价格歧视行为的反垄断法律规制 [D]. 青海: 青海师范大学, 2022.