

分类号 _____
UDC _____

密级 公开
编号 10741



硕士学位论文

论文题目 大数据价格歧视行为的法律规制研究

研究生姓名: 唐兆妍

指导教师姓名、职称: 唐正彬

学科、专业名称: 法学、经济法学

研究方向: 市场规制法

提交日期: 2022年5月31日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 唐兆妍 签字日期： 2022.5.31

导师签名： 唐兆妍 签字日期： 2022.5.31

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意
(选择“同意”/“不同意”)以下事项：

1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊(光盘版)电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 唐兆妍 签字日期： 2022.5.31

导师签名： 唐兆妍 签字日期： 2022.5.31

Research on the Legal Regulation of Big Date Price Discrimination

Candidate : Tang Zhaoyan

Supervisor:Tang Zhengbin

摘要

在平台经济的背景下,互联网与数据分析、处理技术的普遍应用和深度融合,激发了商业繁荣和竞争潜能的同时,也加深了经营者和消费者之间信息不对称的鸿沟。网络经营者通过大数据技术收集消费者的个人信息数据,利用算法对消费者描绘含有个人特征的“用户画像”,并借此实施大数据价格歧视行为。大数据价格歧视行为的本质问题在于网络经营者过度收集和滥用消费者的个人信息数据,不仅侵犯了消费者的知悉真情权、公平交易权,还扰乱了市场经济秩序。因此,我们需要对此种不良行为进行法律规制,将其纳入法治化轨道。

本文从大数据价格歧视的相关基础理论入手,对我国大数据价格歧视的法律规制现状进行分析,考察、比较域外国家的规制经验,发现我国规制大数据价格歧视行为中存在立法、执法、司法、守法以及技术治理等困境。针对这些规制困境,提出相应的破解路径。具而言之,第一,在立法层面,完善大数据价格歧视的立法,主要在于适当扩宽《反垄断法》中的主体范围、改良“反竞争效果”的衡量方式,将其纳入《反垄断法》适用范围内。第二,在执法层面,明确大数据价格歧视的监管部门,强化行政部门对网络经营者的监管力度,丰富行政执法中监管措施,推动行政部门执法水平的提高。第三,在司法层面,对构建大数据价格歧视行为的双轨问责制以及合理分配举证责任,有助于缩小消费者和经营者的诉讼差距。第四,在守法层面上,建立“大数据价格歧视”的行业自律格局,加强消费者维权意识。第五,在技术治理方面,建立大数据算法技术的法治新模式,规制大数据价格歧视行为得以实现的技术路径,降低法律实施成本。

关键词: 大数据价格歧视 网络经营者 市场支配地位 消费者权益

Abstract

In the era of platform economy, the wide application and deep integration of the Internet and data processing technology have not only stimulated the business prosperity and the potential of competition mechanism, but also deepened the gap of Information asymmetry between operators and consumers. Operators collect the personal information and behavior habits of consumers through big data technology, and use algorithms to depict consumer's User portrait with personal characteristics, and then carry out price discrimination to consumers. The essence of the behavior is the excessive collection and misuse of consumers' personal data by Internet operators, which infringes not only consumers' right to know the truth and fair trade, but also disrupted the order of the market economy. Therefore, it is necessary for us to regulate big data price discrimination, improve the relevant laws, and bring it into the orbit of rule of law.

Starting with the basic theory of big data price discrimination, this paper analyzes the status quo of the legal regulation of big data price discrimination in China, and reviews and compares the regulatory experiences of foreign countries, the difficulties in legislation, law enforcement, judicature, law-abiding and technology governance in regulating the behavior of big data price discrimination in our country are obtained. In the light of these regulatory dilemmas, the corresponding solutions are proposed. In particular, first, on the legislative level, it mainly lies in appropriately widening the scope of subject in the anti-monopoly law and improve the measurement method of "Anti-competitive effect", bring it into the scope of application of the antitrust law. Second, at the level of law enforcement, we should make clear the supervision departments of big data price discrimination, to strengthen the supervision

of network operators by administrative departments and enrich the supervision measures in administrative law enforcement, so as to promote the improvement of law enforcement level of administrative departments. Third, in the judicial level, At the judicial level, constructing the double-track responsibility system of big data price discrimination and reasonable distribution of burden of proof can help narrow the litigation gap between consumers and operators. Fourth, on the law-abiding level, establish “Big data price discrimination” industry co-governance pattern and strengthen the consciousness of protecting consumers’ rights. Fifthly, in the aspect of technology governance, we should establish a new mode of rule of law of big data algorithm technology, regulate the technology path that big data price discrimination can be realized, and reduce the cost of law implementation.

Keywords:Big data price discrimination; Network operator; The dominant position of market; Rules and regulation; Legitimate rights of consumers

目 录

1 引言.....	1
1.1 研究背景及目的.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究目的.....	2
1.2 研究意义.....	2
1.2.1 理论意义.....	2
1.2.2 现实意义.....	3
1.3 国内外研究综述.....	3
1.3.1 国内研究综述.....	3
1.3.2 国外研究综述.....	6
1.4 研究思路及方法.....	8
1.4.1 研究思路.....	8
1.4.2 研究方法.....	8
1.5 论文创新与不足.....	9
1.5.1 论文创新.....	9
1.5.2 论文不足.....	10
2 大数据价格歧视的概述.....	11
2.1 价格歧视的概念.....	11
2.2 大数据价格歧视的界定.....	11
2.2.1 大数据价格歧视的概念.....	11
2.2.2 大数据价格歧视的特征.....	13
2.3 大数据价格歧视中法律规制的必要性.....	14
2.3.1 损害消费者合法权益.....	14
2.3.2 阻碍平台企业健康发展.....	15
2.3.3 破坏市场经济秩序.....	15
2.4 大数据价格歧视的理论基础.....	16

2.4.1 社会利益理论	16
2.4.2 均衡价格理论	16
2.4.3 信息不对称理论	17
3 我国大数据价格歧视的立法现状及存在的困境	18
3.1 大数据价格歧视的相关立法现状	18
3.1.1 保护公平交易角度的相关立法现状	18
3.1.2 保护消费者权益的相关立法现状	19
3.1.3 保护网络个人信息的相关立法现状	20
3.1.4 保护个人数据处理的相关立法现状	21
3.2 大数据价格歧视的规制困境	22
3.2.1 大数据价格歧视的现有相关立法不完善	22
3.2.2 大数据价格歧视的行政监管机制不健全	23
3.2.3 大数据价格歧视的责任追究机制不成熟	24
3.2.4 大数据价格歧视的社会监管的缺失	25
3.2.5 对大数据算法技术治理的不足	26
4 域外大数据价格歧视的规制经验及启示	27
4.1 域外大数据价格歧视行为的法律规制	27
4.1.1 美国	27
4.1.2 欧盟	28
4.2 域外国家大数据价格歧视对我国的经验启示	28
4.2.1 将数据算法透明化处理	28
4.2.2 赋予消费者信息数据保护权利	29
4.2.3 对算法机制的使用进行专业监管	29
5 大数据价格歧视中法律规制困境的破解路径	31
5.1 完善大数据价格歧视的相关立法	31
5.1.1 适当扩宽《反垄断法》的主体范围	31
5.1.2 改良反竞争效果的衡量方式	32

5.2 健全大数据价格歧视行为的政府监管机制.....	33
5.2.1 明确大数据价格歧视行为的主管部门.....	33
5.2.2 强化行政部门对网络经营者的监管力度	33
5.3 完善大数据价格歧视行为的责任追究机制.....	34
5.3.1 构建大数据价格歧视行为的双轨问责制.....	34
5.3.2 合理分配举证责任.....	35
5.4 加强行业自治与公众监督的全方位治理.....	36
5.4.1 加强行业协会自律意识.....	36
5.4.2 提高消费者权益保护意识.....	37
5.5 探索建立大数据算法技术治理的法治新模式.....	37
6 结语.....	39
参考文献.....	40
致谢.....	46

1 引言

1.1 研究背景及目的

1.1.1 研究背景

随着网络数据经济的蓬勃发展,促使大数据技术应运而生,并广泛运用的网络交易当中,给社会公众带来极大便利。然而,网络市场经济繁荣的背后却潜藏着个人信息数据被滥用的问题,最终表现为“大数据杀熟”,也称“价格歧视行为”^①。网络经营者利用大数据技术获取并分析大量消费者的浏览记录、购买偏好等信息,用“数字化的手”制定差异化价格。例如,消费者通过淘宝平台购买产品,用新账号购买商品比旧账号购买同样商品的价格更加便宜。携程购买机票时,不同消费者购买同航班机票的价格存在差异。美团外卖通常会给不常使用该APP的消费者发放优惠券,经常使用的消费者却没有。2020年12月14日,媒体揭露美团实施“大数据杀熟”的行为,引起舆论浪潮;12月18日因深陷网络舆论中,导致美团股市减少约330亿人民币^②。国外也存在对“大数据价格歧视”相关事件。2012年《华尔街日报》报道Orbitz Worldwide旅行社向使用Mac端用户收取同等商品所需要支付金额比向PC端用户价格更高。2019年,facebook从第三方网站中获取用户数据并与facebook用户账号中的个人数据关联融合的行为未取得用户许可,德国联邦卡特尔局(FCO)就作出裁定将过度收集用户个人信息数据行为视作滥用市场支配地位。大数据价格歧视行为损害消费者的合法权益,使得消费者对平台产生负面情绪。从长远眼光来看,该行为会扰乱市场正常的竞争秩序,阻碍平台的稳定发展以及破坏社会诚信体系,应当引起立法部门的重视。

近年,立法部门意识到大数据价格歧视问题亟需治理,已连续出台多部法律法规对该问题加以规制。2020年10月,文化和旅游部颁布《在线旅游经营服务管理暂行条例》规定网络旅游经营者禁止不正当使用大数据技术收集、分析旅游

^① “大数据价格歧视”也被称“差异化定价”“大数据杀熟”等。本文采用大数据价格歧视这一说法。相关论述参见:周业安. 大数据时代的价格歧视[N]. 中国经营报, 2018-05-14(D02).

^② 证券时报网. 被疑大数据杀熟,美团再上热搜,市值蒸发400亿!新华网评:不顾吃相,要改![EB/OL]. (2020-12-18) (2021-02-16) [HTTPS://NEWS.STCN.COM/SD/202012/T20201218.2643854.HTML](https://news.stcn.com/sd/202012/t20201218.2643854.html).

者的个人信息。2021年2月,秉持十四五期间“推进健康的经济平台”的指导思想,《关于平台经济领域的反垄断指南》规定拥有市场支配地位的网络经营者不得运用大数据和算法技术,没有合理、正当理由对同等交易条件的相对人进行差别待遇。2021年8月,全国人大发布《个人信息保护法》指出禁止分析含有个人特征的信息数据,并利用自动化决策手段向特定消费者进行针对性商业营销和信息推送,保障消费者在网络交易中的公平交易权。尽管目前已经出台部分法律规制,但其立法不完善,行政执法机制不健全,司法当中也存在举证责任和追责困难等问题仍需进一步解决。因此,针对网络平台的经营者通过数据及算法表现出的价格歧视行为,探讨其法律规制问题十分必要且恰逢其时。

1.1.2 研究目的

大数据时代,数据技术被广泛使用,平台经营者可利用大数据技术,对用户的行为进行预测,提供定制化的商品和服务,满足了消费者的物质需求。然而,大数据技术不当获取和滥用个人信息数据,带来的弊端也随之增多。如何消除大数据此类新兴技术的弊端,保护消费者权益,维护市场正常经济秩序,都亟需现行法律予以规制。本文从大数据价格歧视行为产生的问题进行分析,综合现有的与“大数据价格歧视”相关的法律规范,从所显露的问题入手,研究分析后提出规制大数据价格歧视行为的合理建议,以达到推动我国互联网平台和市场经济健康发展的目的。

1.2 研究意义

1.2.1 理论意义

(一) 本文在检视大数据背景下,以价格歧视理论为基础,结合法律规制大数据价格歧视时面临的难题,提出于完善大数据价格歧视的相关立法的建议,有利于完善相关立法。(二) 确保正确使用大数据技术和稳定市场秩序的同时,也能健全监管法律体系。网络购物经济的崛起,使得大数据价格歧视现象越来越多。因此,有必要健全大数据价格歧视相关法律体系,对该行为的乱象加以整顿,促

使网络经济健康发展。(三)为执法、司法部门提供理论依据。在大数据技术迅猛发展的过程中,出现了许多破坏公平交易、侵犯消费者权益的问题,立法层面的缺失也导致执法、司法部门无法可依、无章可循。完善相应制度,能够为执法、司法部门提供理论依据。

1.2.2 现实意义

(一)对政府而言,意在解决网络平台中大数据价格歧视行为的规制困难,为规制该问题提出可行性路径,并为相关执法提供参考。(二)对消费者而言,大数据价格歧视行为损害消费者的合法权益,本文旨在规制大数据价格歧视行为时,提倡消费者树立法律维权意识,运用法律武器保护自身权利。(三)对市场而言,有利于保障市场经济竞争秩序。完善大数据价格歧视行为的规制制度,转变规制思路,使政府监管与行业协会监管等方式相结合,共同抵制网络市场交易的不正之风。

1.3 国内外研究综述

1.3.1 国内研究综述

(1) 国内研究中价格歧视的概念

王玉霞(2000)认为只要将相同的商品按照不同的价格进行出售,就是价格歧视。价格歧视行为的认定与商品销售量、购买商品的交易对象无必要联系。叶高芬(2013)提出价格歧视是具有特定市场力量的经营者向不同的交易相对人销售同样商品时,在无合理理由的情况下制定差异化价格^①。程素云、陈凡(2016)认为大数据价格歧视是商品或服务的经营商在消费者购买产品的时,将消费者的购买力进行级别划分,使得部分购买力较高的消费者在支付售价的过程中面临与其他消费者支付价格存在差异的情况。施春风(2018)指出大数据价格歧视是经营者使用定价算法技术在对消费者的地理位置、购买频率等方面多维度分析的基础

^①叶高芬.认定违法价格歧视行为的既定框架及其思考[J].法商研究,2013,30(06):113-121.DOI:10.16390/J.CNKI.ISSN1672-0393.2013.06.016.

上,对同样商品或者服务向不同的消费者提供不一样的价格^①。赵海乐(2021)认为价格歧视指电商经营者运用算法定价程序,使其销售的同一商品的售价能够在一天内上下波动,而且在同一时刻内,不同消费主体的支付售价也可能具有差异^②。焦海淘(2021)认为大数据价格歧视基于经营者具有海量消费者数据,精准辨别消费者喜好,就同种商品对不同消费者收取不同价格的行为。

(2) 从大数据价格歧视的消费者权益保护方面

邹开亮、刘佳明(2018)认为大数据价格歧视是由于交易双方的信息不对称而产生不同交易价格的行为,信息不对称会导致消费者所享有的知情权受到侵害。孙善微(2019)认为大数据造成的价格差异主要是网络经营者获取了“回头客”的信任以及收集了他们的消费偏好,并隐瞒了不同客户间的价格差异的事实,消费者的知情权遭到侵犯^③。高富平、李俊慧(2018)认为,网络经营者故意对以前的顾客不告知提供商品或服务真实价格的行为,掠夺消费者剩余价值,侵害了消费者的知情权。叶明(2020)认为算法价格歧视损害了消费者的知情权和公平交易权,打破了消费者一直以来认为经营者在售卖同种产品时,对不同购买主体制定同样价格的共识^④。

(3) 大数据价格歧视的数据垄断及保护方面

殷继国(2019)则从数据的绝对性、价值和品质的差别性作为研究的切入点,探究《反垄断法》规制大数据算法技术的适用性,并建议使用“以《反垄断法》为主、其他法律为辅”的规制途径^⑤。在大数据价格歧视的数据保护方面,范为(2016)在研究美国、欧盟针对个人数据保护的方法后,提出基于场景的风险管控理念构建个人信息安全的新思路,包括个人信息界定、限定目的范围与信息最小化理论、用户控制与信息透明度、第三方机构责任、个人数据跨境传送五个方面^⑥。曾彩霞、尤建新(2017)认为,数据垄断的现象,会产生类似于价格歧视这种

^① 施春风.定价算法在网络交易中的反垄断法律规制[J].河北法学,2018,36(11):111-119.

^② 赵海乐.当权利面对市场:算法价格歧视的法律规制研究[J].华中科技大学学报(社会科学版),2021,35(03):99-106.DOI:10.19648/j.cnki.jhustss1980.2021.03.11.

^③ 孙善微.大数据背景下价格欺诈行为的法律规制——以大数据“杀熟”为例[J].北方经贸,2018(07):51-52.

^④ 叶明,郭江兰.数字经济时代算法价格歧视行为的法律规制[J].价格月刊,2020(03):33-40.DOI:10.14076/j.issn.1006-2025.2020.03.06.

^⑤ 殷继国.大数据市场反垄断规制的理论逻辑与基本路径[J].政治与法律,2019(10):134-148.DOI:10.15984/j.cnki.1005-9512.2019.10.012.

^⑥ 范为.大数据时代个人信息保护的路径重构[J].环球法律评论,2016,38(05):92-115.

网络经营者滥用市场支配地位的行为,排除、限制了市场竞争。因此,需要《反垄断法》对此种不良行为予以规制^①。

(4) 关于大数据价格歧视的规制手段方面

邹开亮,刘佳(2018)认为可采用倾斜保护的原则,一旦经营者实施价格歧视行为,经营者必须承担更多的损害赔偿与举证责任,简化消费者证明权益遭到损害的责任,将更多主体为纳入可以为被“价格歧视”的消费者提供维权服务^②。

卢文,陈沛(2019)对《价格法》、《反垄断法》进行分析,认为《反垄断法》以及《价格法》当中有关价格歧视的构成要件需要进行适度调整,市场支配地位已不再是该行为主体的必要条件,并提出将终端消费者纳入保护范畴^③。

廖建凯(2020)提出“大数据杀熟”与算法权力的治理相关,认为先处理好算法权力的治理问题,消费者合法权益才能够被有效维护^④。冯熙明(2021)指出可从四方面着手:第一,完善相关立法,在法律层面明确禁止网络经营者滥用个人数据。第二,在政府层面设立专门的监管机构“数字经济发展与监督管理委员会”。第三,在司法层面,树立多个大数据价格歧视行为的典型案例,予以警戒。第四,加强行业自律,督促行业协会制定相关的行为规范。赵海乐(2021)认为,算法歧视行为在实践中能够屡屡“得手”,一方面是因为消费者维权举证困难,另一方面是源于法律未能为行为人设定请求权。因此,我国可以借鉴欧美规制经验,加大对消费者“赋权”力度,建立完整的个人信息保护权体系和算法责任归属机制^⑤。

综上所述,目前法学界对大数据价格歧视行为的讨论研究仍不成熟。针对价格歧视的概念,也尚未有明确的界定,但对价格歧视的本质认识都达成了“将同样商品或服务以不同的价格售卖给不同的消费主体”的共识,有利于为进一步的界定大数据价格歧视行为的相关概念做好基础。同时,多数学者都认为经营者实施价格歧视的行为最大化的掠夺了消费者剩余,侵犯了消费者的知悉真情权、公

^① 曾彩霞,尤建新.警惕算法应用垄断效应 维护数字经济健康生态——德国与法国《算法与竞争》报告解读[J].中国价格监管与反垄断,2020(09):49-50.

^② 邹开亮,刘佳明.大数据背景下价格歧视行为的法律规制[J].安阳工学院学报,2018,17(01):16-19.DOI:10.19329/J.CNKI.1673-2928.2018.01.006.

^③ 卢文,陈沛.大数据时代价格歧视行为的法律规制路径[J].网络信息法学研究,2019(01):286-308+340-341.

^④ 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.

^⑤ 赵海乐.当权利面对市场:算法价格歧视的法律规制研究[J].华中科技大学学报(社科版),2021(3):99-106.

平交易权以及隐私权,鼓励加大对消费者权益和个人数据的保护力度。本文主要从这些问题展开,从大数据价格歧视的基本理论入手,找出大数据价格歧视行为现有规制的困境并提出完善建议,为构建大数据时代网络平台的健康交易秩序提供参考。

1.3.2 国外研究综述

(1) 关于价格歧视的概念研究

斯托(2007)认为在向不同消费者售卖同样产品价格时,价格的差别已经不能用产品的边际成本不同来解释时,就认为该行为实施了价格歧视。Alessandro Acquisti, Hal R. Varian(2005)是最初关注大数据技术引发的价格歧视情况,价格歧视指经营者通过“网络追踪器”获取信息、研究消费者的消费偏好,针对消费者制定不同价格,随后利用邮件或者其他形式为消费者推销特定产品或服务。Ariel Ezrachi, Maurice E. Stucke(2016)指出价格歧视是由市场经营者在收集的消费者常驻地址、购买偏好和其余特征信息的基础上,使用定价算法向多个消费主体制定不同的价格。综上,有学者提出“大数据价格歧视是市场经营者收集消费者信息,利用算法技术,为不同的人制定不同价格”的观点,为后期我国学者对大数据价格歧视行为的概念界定提供借鉴。

(2) 关于大数据垄断方面的研究

维克托·迈尔·舍恩伯格(2013)研究有关数据垄断的问题,他认为企业具有的数据优势能够促成企业在相关市场中处于市场优势支配地位,并呼吁公众要重视大数据垄断行为的发生所带来的影响^①。Nathan Newman(2014)认为数据垄断会破坏互联网当中广告市场的竞争秩序,各个经营者都想要利用线上的影响扩大广告的营销力度,则线上广告市场就会对想要投放广告的经营商收取较高的营销费用,最终营销费用则会转移到消费者身上,需消费者承担该部分费用,损害消费者权益^②。斯图克(2019)解释了大数据的竞争含义,专业化分析了数据垄断。

^① [英]维克托·迈尔·舍恩伯格, [英]肯尼斯·库克耶:《大数据时代:生活、工作与思维的大变革》,周涛译,浙江人民出版社2013年版。

^② NATHAN NEWMAN, SEARCH, ANTITRUST, AND THE ECONOMICS OF THE CONTROL OF USER DATE, YALE JOURNAL ON REGULATION SUMMER 2014.

他认为大数据扮演“即时预报雷达”的功能，能实时向具有市场支配地位的企业传送消费者信息，这以往的垄断行为存在更高的风险性^①。Andres V. Lerner (2020)收取数据不能防止其他经营者收取同样的数据，所以在大数据市场当中，经营者能够对数据信息充分利用，则应当是合法且有效的^②。

(3) 关于大数据价格歧视的影响研究

Ariel Ezra chi, Maurice E. Stucke (2016)认为，应辩证看待大数据价格歧视行为。正面影响在于改善消费以及个人和社会的福利；负面影响在于可能刺激消费者购买不必要的商品。Ramsi A. Woodcock (2017)认为大数据价格歧视减少了规制大数据价格垄断的不必要损失，提升了社会总福利^③。Christopher Townley (2017)对于该现象的影响认为，在垄断市场中，经营者可能对他们提供更低质量的服务、更高的价格，对消费者遭受不公待遇，致使其福利减少，合法权益受到损害。Oren Bar Gill (2019)认为大数据算法价格歧视会使得消费者对价格的认知产生偏差，随后改变消费者的需求程度，一方面对消费者带来更大损害，另一方面可能减缓市场效率。

(4) 关于大数据价格歧视的规制手段的研究

Ramsi A (2017)提出：大数据能够精准预测消费者购买行为，表明现行法律已经不能全面规制运用新型技术借以实施的价格歧视行为。从消费者福利角度制定考量标准，则需法律对该价格歧视行为予以规制。文章提出三个规制手段：力量分散、价格规制和禁止区别定价可作为救济方法，主要的解决思路更倡导扩大国家行政权力的干预范围，加强对市场的控制，保障市场交易秩序。Gerhard Wagner&Horst Eidenmuller, (2019)认为在人类历史上，一级价格歧视已成为首次可行。但个性化的算法利弊平衡是相混合的，个性化算法的利弊平衡是混合的，所以以隐私为由禁止或严格限制用户数据的使用可能是一个糟糕的建议。在这种背景下，作者提出实行轻触式监管，在消费者感受到被价格歧视的情况下，将赋予消费者“退出权利—匿名权”。同时规定企业必须披露消费者关于个性化算法

^① [美]莫里斯 E.斯图克, [美]艾伦 P 格鲁内斯:《大数据与竞争政策》, 兰磊译, 法律出版社 2019 年版。

^② ANDRES V. LERNER, THE ROLE OF“BIG DATA” IN ONLINE PLATFORM COMPETITION, AUGUST 26, 2014. ELECTRONIC COPY AVAILABLE AT: [HTTP://SSRN.COM/ABSTRACT=2482780](http://ssrn.com/abstract=2482780),2020-2-16.

^③ WOODCOCK, RAMSI A, BIG DATA, PRICE DISCRIMINATION, AND ANTITRUST, HASTINGS LAW JOURNAL 68, NO.6: 1371-420. (2017).

的使用方法，消费者可以退出个性化定价并坚持支付市场价格，并可以在出现漏洞时撤回受定价算法影响的交易行为^①。

综上所述，国外对价格歧视的研究相对较早，理论也比较成熟，有利于我国在规制大数据价格歧视行为时进行借鉴。各国对于价格歧视行为的研究存在部分重叠之处，但也有差异之处。在大数据价格歧视的影响方面，各国学者一致认为大数据价格歧视行为的发生损害了消费者权益，同时部分学者也提出该行为有利于社会总福利的提高。在规制手段方面，有学者提出以国家强制力的干预规制大数据价格歧视行为，也有学者建议仿照欧盟模式提出赋予消费者退出权，使消费者感受被价格歧视的情况下，消费者有权选择退出该过程，有利于提高消费者自我保护意识。本文将联系我国大数据价格歧视的现状，结合国外有益经验，提出符合我国大数据价格歧视的合理规制路径。

1.4 研究思路及方法

1.4.1 研究思路

本文所指的大数据价格歧视行为是平台经营者通过大数据算法技术对含有消费者个人特征的信息数据进行分析，描绘“用户画像”，预测未来消费者的行为倾向，实施差别定价的所有行为。本文先从大数据价格歧视的基础理论出发，随后列举与大数据价格歧视的相关“保护公平交易、消费者权益保护、个人信息保护以及数据处理”等角度的相关立法，再结合美国、欧盟的相关经验，找出我国在大数据价格歧视规制中存在的不足，并提出相应的完善建议，为我国市场经济秩序的稳定提供保障。

1.4.2 研究方法

本文通过文献研究法、比较分析法、学科交叉研究法等方法收集有关大数据

^①BLUEBOOK 20TH ED. GERHARD WAGNER & HORST EI DENMULLER,DOWN BY ALGORITHMS: SIPHONING RENTS, EXPLOITING BIASES, AND SHAPING PREFERENCES: REGULATING THE DARK SIDE OF PERSONALIZED TRANSACTIONS, 86 U. CHI.L. REV.581 (2019).

价格歧视行为的资料,在对其进行梳理和归纳的基础上,结合相关资料开展研究。

(1) 文献研究法

通过查阅文献获得有关大数据价格歧视的相关资料,了解当前大数据时代下价格歧视法律规制的理论研究现状,包括价格歧视以及大数据价格歧视的概念、立法现状、解决该问题存在的困境及解决路径等。主要在于收集、研究各个学者对大数据价格歧视的概念界定,随后总结出自己的相关结论。

(2) 比较分析法

通过借鉴美国、欧盟等的规制大数据价格歧视行为的相关法律法规和路径,厘清域外国家在规制该问题中所采取的手段,学习、借鉴其先进经验,并结合时代发展,提出适用于我国国情的大数据价格歧视法律规制的具体建议。

(3) 学科交叉研究法

由于大数据价格歧视是平台经营者利用算法技术整合用户的数据信息对其进行价格歧视的行为,涉及到计算机科学、经济学、法学等多学科方面知识。因此,本文通过运用多种研究方法的交叉,以法律发展为主线,将多学科理论知识按照一定的逻辑顺序进行梳理归纳,为当代中国“大数据价格歧视”行为的找到适当的规制路径。

1.5 论文创新与不足

1.5.1 论文创新

本文的创新之处主要在于:一、通过经济学、法学双维度思考大数据价格歧视行为的理论依据,扩宽对大数据价格歧视行为的分析角度,同时为大数据价格歧视的规制提供多种思考路径。二、我国尚未形成完整的大数据价格歧视规制模式,本文从立法、执法、司法、守法以及对技术治理等五个角度提出建议,探索出适合我国大数据价格歧视的规制体系。三、提出建立完善的大数据价格歧视的责任制度,对大数据价格歧视行为发生风险的主体形成责任追究机制。

1.5.2 论文不足

本篇文章的不足之处：第一、文章针对外文文献的收集、研究不透彻，导致不够深入了解和熟悉外文文献，有待进一步分析完善。第二，受笔者理论研究基础的限制，文章的理论深度层面存在不足之处。第三，笔者论文中文字表达水平不足，导致在语言运用方面不够准确，部分法学术语的使用不够精准。

2 大数据价格歧视的概述

2.1 价格歧视的概念

概念是人类在认识事物的过程中,探究所感知事物的普遍性特征,并对此加以总结概述,也意味着对事物从感性认识上升到理性认识。法律概念是我们客观认识法律问题时需掌握的最基本的知识点,因此,本文开展对大数据价格歧视行为的法律规制研究前,亦要理清价格歧视的概念。

目前,国内外学者都给予了价格歧视的相关定义。国外学者具有代表性观点包括:价格歧视是将相同商品售卖给同一或不同的消费者时,所制定的销售价格存在不同^①,该观点指出价格歧视的对象包括同一或不同的消费主体。价格歧视是指一个厂家针对多个消费主体或不同市场上制定差异化价格的行为^②,该观点指出价格歧视是对多个的消费主体或不同市场实施差异化定价。国内学者的观点包括:价格歧视是指具备特殊市场力量的经营者售卖同一产品时,没有正当理由对不同的交易相对方制定不同价格的行为,这可能成为具备特殊市场支配力量的经营者排除、限制市场竞争的违法手段^③。根据我国《反垄断法》第十七条规定禁止具有市场支配地位的经营者没有正当理由,对交易条件相同的相对人在交易价格上等方面实行差别待遇,此行为属于经营者滥用市场支配地位。综上,价格歧视的本质意义就是当不同消费者购买同一种商品或服务时,经营者根据其掌握的个人信息数据,为不同的消费者制定具有差异化的销售价格,该行为属于垄断行为。

2.2 大数据价格歧视的界定

2.2.1 大数据价格歧视的概念

大数据是基于信息技术与互联网发展产生的数字技术,目前还属于新兴领域,

^① [美]哈尔瓦里安:《微观经济学》(高级教程),经济科学出版社,1997年第三版,第256页。

^② 斯旁格里次:《经济学》(下),中国人民大学出版社1997年版,第123页。

^③ 叶高芬. 认定违法价格歧视行为的既定框架及其思考[J]. 法商研究, 2013, 30(06):113-121. DOI:10.16390/j.cnki.issn1672-0393.2013.06.016.

直到近几年大数据价格歧视才受到学界讨论。我国相关的法律法规并未对大数据价格歧视的概念进行明确界定,经过分析现有文献的学者观点,总结如下。有学者指出,大数据价格歧视行为是指通过大数据技术获取并分析网络用户的消费信息,精准描绘出“用户画像”,获得不同消费者最高支付意愿的价格(Will To Pay,以下简称“WTP”),该行为有损害消费者合法权益和破坏市场竞争秩序的危险,亟需法律对此规制^①。有学者认为,基于消费者个人信息情况的综合判断后,可能就同样的产品或服务,向不同的消费者显示出不一样的价格,形成价格歧视^②。还有部分学者认为,大数据价格歧视是指网络经营者为具有相同交易条件的消费者提供同一产品或服务时,基于消费者个人信息数据对不同消费者制定不同价格,因此,大数据价格歧视也称为“个性化定价”或“大数据杀熟”行为^③。2021年2月出台的《关于平台经济领域的反垄断指南》中规定具有市场支配地位的平台经营者不得利用大数据和算法,分析交易相对人的支付能力、消费偏好等数据,制定差异性交易价格。深圳市人大常委会2021年7月在其官网公布《深圳经济特区数据条例》中指出处理个人数据应当去标识化,禁止利用数据分析同等交易条件的相对人信息,无合理理由实施差别待遇行为。

对上述学者观点分析可知,网络平台经营者对消费者实施价格歧视需以大数据技术为依托,以收集和分析消费者的个人数据为前提条件。基于此,本文对于大数据价格歧视的概念界定如下:大数据价格歧视指网络平台经营者运用大数据技术,对带有个人特征的相关信息数据抓取、分析后,对消费者采取差别化定价的行为。该行为造成平台企业法、义、利的失衡^④,使得消费者个人信息数据能够被众多的平台体系“共享使用”。网络经营者为获取更多利润,不正当的收集、分析消费者个人信息进行差别定价,将消费者剩余^⑤价值最小化,违反了商业诚信道德,侵犯了消费者的知悉真情权和公平交易权,扰乱市场竞争秩序,同时与

^①叶明,郭江兰.数字经济时代算法价格歧视行为的法律规制[J].价格月刊,2020(03):33-40. DOI:10.14076/j.issn.1006-2025.2020.03.06.

^②杨茗伊.大数据时代非法价格歧视行为分析—以天猫“双十一”为例[J].中国商论,2021(15):32-34. DOI:10.19699/j.cnki.issn2096-0298.2021.15.032.

^③付丽霞.大数据价格歧视行为之非法性认定研究:问题、争议与应对[J].华中科技大学学报(社会科学版),2020,34(02):95-104. DOI:10.19648/j.cnki.jhustss1980.2020.02.13.

^④朱长根,陈焯琪.大数据背景下电商平台差异化定价行为规制研究[J].价格月刊,2021(12):89-94. DOI:10.14076/j.issn.1006-2025.2021.12.14.

^⑤消费者剩余指消费者购买商品时内心可接受和实际情况中支付的价格差。

经济法倡导的价值理念相违背。

2.2.2 大数据价格歧视的特征

从大数据价格歧视的概念可知,大数据价格歧视的行为主体多为网络经营者,歧视对象主要是多次在同一网络平台产生交易行为的消费者,实现手段是利用大数据对消费购买偏好、浏览记录等行为相关数据信息加以分析,导致老消费者比新消费者就同一商品或服务所支付的价格更高。通过分析得出,大数据价格歧视行为较传统的价格歧视行为主要有以下特点:

(1) 行为主体的网络性。《反垄断法》规定拥有市场支配地位是行为主体实施差别定价的前提之一,而大数据价格歧视的行为主体不以具备市场支配地位为条件,而是只要网络经营者拥有大数据技术,都可分析掌握的消费者信息数据,借助大数据技术对消费者实施价格歧视。经营者以逐利为根本目标,随着时代的发展与进步,大数据价格歧视显然已成为网络经营者获取利润的日常操作。由此可见,实施大数据价格歧视的主体多为网络平台经济领域的经营者,因为只有网络平台当中的经营者,才能够利用所具备的大数据技术实施差别定价行为,而传统价格歧视的经营者仅仅可能依靠对消费者的面孔的熟悉程度或者问卷调查等方式,实施价格歧视行为。

(2) 侵犯网络消费者的合法权益。在大数据经济迅猛发展环境下,网络交易量愈来愈多。消费者在网络购买商品或服务时,通常会透露出个人信息数据,例如地理位置、浏览记录、消费偏好等,这就给予网络经营者描绘精准“用户画像”,实施价格歧视行为的互惠。网络平台经营者在实施价格歧视行为前会通过大数据分析拥有的网络消费者的各类信息数据,以此分辨出对价格变化不敏感或者对平台忠诚度较高的消费者,并依据个人信息精准制定商品或服务的售价。然而,实施传统价格歧视行为的歧视渠道并不需要通过网络,它侵犯的是实体消费者的合法权益。而大数据价格歧视行为利用新型数字化技术实施的目标明确,精准度高,主要损害了网络消费者的合法权益。

(3) 实施价格歧视行为的技术性。差异化定价以运用大数据技术为依据,依靠大数据技术获取个人数据,再加上算法协助更有助于大数据技术计算出消费者

内心最大支付意愿,数据与算法的结合将大数据价格歧视推进了网络交易市场的领域中。对比传统的价格歧视依托市场调研等方式的实现,大数据价格歧视对定价的影响主要基于算法实现的,具有较强的技术含量,消费者难以察觉。

(4) 价格歧视行为的违法性。第一、经营者不当获取消费者剩余,扰乱市场经济秩序。网络经营者获取经济利益最大化的方式是以差别化定价为表现形式的大数据价格歧视行为,此行为有助于提升经营者本身的竞争力,但也筑高了其他经营者进入相关市场的壁垒^①。第二、破坏竞争秩序。大数据价格歧视的运行与实现是以对大量消费者信息的获取与分析为基础,在实际情况中,经营者往往过度收集含有消费者个人特征的信息数据,占据竞争高地,扰乱公平、合理的竞争秩序。第三、扰乱社会秩序。大数据价格歧视行为隐藏着含有个人特征的信息数据可能会泄漏的重大风险。倘若经营者在留存消费者的信息数据或者在交易消费者信息数据的过程当中,致使消费者信息数据遭受偷窃、泄漏,那么大量消费者的隐私将被曝光于公众面前,引发社会大众恐慌,产生严重的社会安全问题,扰乱社会秩序。

2.3 大数据价格歧视中法律规制的必要性

2.3.1 损害消费者合法权益

“大数据价格歧视”产生最直观的法律风险是损害消费者的合法权益。《民法典》和《消费者权益保护法》都要求交易双方在商品或服务交易过程中应遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。但在大数据价格歧视中,基于经营者的技术实力,经营者能够整合大量消费主体的相关信息,并能够利用大数据技术精准分析出消费者的 WWP,对商品进行差别定价,而消费者在购买商品和服务过程中以不知情的状态支付经营者的单方定价^②,在这一过程中消费者的知悉真情权和公平交易权受到侵犯;另一方面,在消费者使用网络平台时,该网络经营者可通

^① Andrew McAfee, Erik Brynjolfsson. Big Data: The Management Revolution[J]. Harvard Business Review, 2012(10): 60-68.

^② 定国. 价格歧视就是不公平对待消费者[N]. 深圳特区报, 2019-6-18(B07).

过大数据技术获取消费者地理信息、使用产品、消费记录等信息^①，侵犯了消费者的个人隐私权。例如在消费者使用高德、曹操等各类打车软件当中，由于移动端系统不同，导致使用 IOS 系统的终端消费者支付的金额比 Android 系统更贵。此种差别定价主要依据原理在于使用设备的不同，普遍来说具备 IOS 系统的手机售卖价格比 Android 系统手机售卖价格更高，因此在 IOS 手机当中显示同种商品的销售价格随之增高。这种定价模式与守信、公平的交易理念和现代法治精神相违背。因此，在规制大数据价格歧视行为时，应将维护网络消费者的合法权益置于重要地位，切实保护网络消费者的合法权益，促进消费公平。

2.3.2 阻碍平台企业健康发展

平台企业借用大数据算法优势收集、分析消费者的数据信息，实施价格歧视行为，借此达到经济利益最大化，从长远来看不利于平台企业的发展。原因在于，大数据价格歧视行为会降低公众对涉事企业的信任，引发该企业的诚信危机，很有可能造成一次性买卖行为，损失消费者资源。如 2000 年亚马逊公司的动态定价实验^②，其就同一商品进行不同定价的行为被媒体曝光后，引起大众一致的批评、指责，最终亚马逊公司以补退差价、向公众道歉的方式宣告终结。尽管亚马逊公司已经在第一时间对于公众的谴责做出补救措施，但亚马逊公司的经济和信誉依然受到打击。在国内，一旦媒体发布某些网络企业存在大数据价格歧视行为时，网络企业都当即否定实施该行为，原因在于网络平台企业将用户资源作为核心竞争力，信誉危机会使企业丧失海量用户资源，损害企业的经济利益，其发展也必将不会长远。

2.3.3 破坏市场经济秩序

市场经济秩序与价格机制相关，价格随价值上下变动，并体现该商品在市场上的供求关系。市场经营者可按照此规律，实现商品供求平衡，寻找商品理想价

^①[美]特蕾莎·M·佩顿,西奥多·克莱普尔.大数据时代的隐私[M].郑淑红译.上海:上海科学技术出版社,2011.

^②景晓涛.网络营销中慎用差别定价-对亚马逊事件的思考[J].漯河职业技术学院学报(综合版),2005(04):103-104.

格,促进社会实现资源的优化配置。但大数据价格歧视行为打破了这一理想状态,网络交易中经营者可利用大数据分析消费者的WTP,根据WTP的高低对消费者实施差别定价,针对消费者的WTP较低的情况,经营者可采取低价策略吸引该类消费者。经营者的差别定价行为掠夺了其他经营者的利益,致使健康的市场竞争秩序变成随意获取、滥用消费者信息的恶性市场环境,这种不良竞争会诱导企业投机取巧的损害消费者利益^①,同时达不到对社会资源的合理配置,只有通过法律手段加强对价格歧视行为的规制,才能保障健康的市场经济秩序。

2.4 大数据价格歧视的理论基础

2.4.1 社会利益理论

社会利益理论指自由竞争和市场机制无法将资源最优化配置,甚至造成浪费。倘若市场经济存在缺陷,此时就需要代表公众权益的政府有度的介入经济生活当中,运用政府公权力弥补市场机制的不足。社会利益论认为如果出现自然垄断、外部效应和信息不对称的情况,自由竞争机制很有可能引发市场破产^②。该理论认为,竞争是市场经济繁荣的前提,但垄断行为也会随着恶性竞争逐渐显露,损害公共利益。政府有职责遏制垄断行为的产生,确保经营者合理制定价格机制,使价格稳定于社会平均成本的水平。政府监管部门应当及时在法律层面对运用大数据中算法技术对不同消费者差别待遇的行为进行监管,以保证市场顺利运行,实现社会利益。

2.4.2 均衡价格理论

均衡价格理论指同种产品的市场需求曲线与市场供应曲线之间存在的均等之点,也是市场中最理想的价格状态。但在现实生活中,均衡供求数量关系的理想状态很难达到,因此允许价格围绕价值上下波动。价格歧视实质是经营者为获得更多利润,对不同消费者购买同一商品或服务实施差别定价,忽视供求和商品

^①董晶,黄旭.大数据差别定价现象解析及启示[J].金融纵横,2018(08):30-34.

^②江曙霞.银行监督管理与资本充足新管制[M].中国发展出版社,1994年版;第五页.

价值的客观因素，这是不公平、具有歧视性的，扰乱市场依据供求关系制定的理想价格机制，也破坏了经济运行的规律。在价格歧视的过程中，经营者违反了均衡价格理论，掠夺了消费者的剩余价值，破坏了市场经济中本该由供求关系决定商品价格的规律。从该理论出发，探索大数据价格歧视法律规制的理论支撑，为大数据价格行为的规制提供理论基础。（如图 3.1 所示，P=价格，Q=数量，D=需求数量，S=供应数量。）

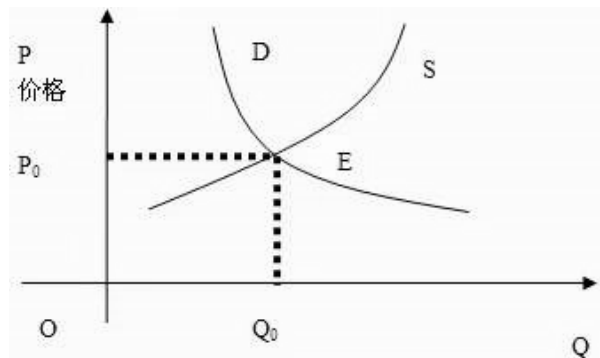


图 3.1 均衡价格模型

2.4.3 信息不对称理论

信息不对称^①理论是由美国经济学家乔治·阿克洛夫对其进行论述，此处所谓的信息不对称是指网络平台经营者与消费者在信息交换中存在障碍，导致经营者和消费者之间存在信息不对称的鸿沟。信息不对称是经营者得以对消费者实施价格歧视行为的重要推动力之一，在实施大数据价格歧视行为前，经营者需以收集海量消费者的个人数据信息为前提，在此过程中可能产生经营者并未获得消费者明示同意，就利用大数据技术过度收集、分析消费者信息，从而差别定价的行为。由于经营者和消费者的信息不对称，消费者只能处于弱势地位，被经营者不断掠夺剩余价值，这违背了《消费者权益保护法》的立法宗旨。因此，网络经营者在收集、使用消费者数据信息之前，具有告知义务，需向消费者告知使用个人信息的原因以及范围，消费者有权拒绝。此过程能够有效缩短经营者和消费者之间由于信息不对称带来的差距。

^①信息不对称，即在交易过程中各方收集的信息量不等同。在市场中，某些成员知晓其余成员无法拥有的信息，从而导致信息不对称。在交易过程中指经营者掌握消费者信息，而消费者对经营者的信息以及经营者所掌握的消费者信息情况一概不知。

3 我国大数据价格歧视的立法现状及存在的困境

3.1 大数据价格歧视的相关立法现状

目前我国尚未颁布关于大数据下价格歧视规制方面的专门性法律文件,但在诸多相关法律法规中已涉及到价格歧视当中的公平交易、消费者权益以及个人信息保护以及个人数据处理的问题,主要立法情况如下:

3.1.1 保护公平交易角度的相关立法现状

表 3.1 保护公平交易的相关立法现状

时间	颁布机构	名称	主要内容
2007 年 8 月 3 日颁布	全国人民代表 大会常务 委员会	《反垄断法》	第十七条规定:禁止具有市场支配地位的经营者从事下列滥用市场支配地位的行为 (六)没有正当理由,对条件相同的交易相对人在交易价格上等交易条件上实行差别待遇。
1997 年 12 月 29 日颁布	全国人民代表 大会常务 委员会	《价格法》	第十四条规定:经营者不得有以下不正当价格行为:(五)提供相同商品或服务,对同等交易条件的其他经营者价格歧视。
2021 年 2 月 7 日颁布	国务院反垄 断委员会	《关于平台经济领域的反垄 断指南》	第十七条规定:具有市场支配地位的平台经济领域经营者可能滥用市场支配地位,无正当理由对交易条件相同的相对人实施差别待遇,排除、限制市场竞争。是否构成差别待遇,可以考虑以下因素:(一)基于大数据和算法,根据交易相对人的支付能力、消费偏好、使用习惯等,实行差异性交易价格或者其他交易条件;

资料来源:北大法宝

如表 3.1 所示,从保护公平交易角度的规制路径来看,《反垄断法》、《价格法》、《关于平台经济领域的反垄断指南》的立法目的都以保护消费者和社会公共权益、稳定交易秩序、保障市场经济为导向。实施大数据价格歧视行为存在损害消费者权益、破坏市场竞争的风险,因此该行为与《反垄断法》立法目的相符。但《反垄断法》将实施主体限定于具有市场支配地位的经营者,这一行为主体明显不适用占据数据优势的网络经营者。《价格法》主要是规制经营者间实施价格歧视行为,不适用于网络经营者对消费者实施的价格歧视行为。可见在大数据价格歧视行为主体的认定中,《反垄断法》、《价格法》的门槛较高。但是在网络交易市场当中,经营者能够利用所拥有的技术预测消费者的消费习惯或喜好,同时精准计算消费者的 WWP,主要原因在于网络经营者所具备的数据优势。因此,大数据价格歧视行为要符合传统竞争法的构成要件比较困难,适用性不足。

3.1.2 保护消费者权益的相关立法现状

表 3.2 保护价格歧视中消费者权益的相关立法现状

时间	颁布机构	名称	主要内容
2013 年 10 月 25 日(第二次修订)	全国人民代表大会常务委员会	《消费者权益保护法》	第八条规定: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力;第九条规定,消费者享有自主选择商品或者服务的权利;
2018 年 8 月 31 日审议通过	全国人民代表大会常务委员会	《电子商务法》	第十八条规定,电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务的搜索结果的,应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项。

资料来源:北大法宝

如表 3.2 所示,从消费者权益保护的规制路径来看,主要保护消费者的知悉真情权、自主选择权和公平交易权。在大数据盛行下,网络经营者根据消费者信息预测消费者的购买意愿和预期价格,对不同消费者差别定价,此行为损害了消费者的多项合法权利。因此,消费者可依照《消费者权益保护法》相关规定寻求

法律保护。同时,《电子商务法》第十八条依据消费者特征提供搜索结果的路径与大数据价格歧视中网络经营者依据精准的用户画像提供差异化价格的路径相似度极高。但从该行为本身出发存在疑问,消费者应如何证明网络经营者以“消费者的兴趣爱好、消费习惯”为基础制定出差异化价格。基于此,《电子商务法》能否规制网络经营者实施价格歧视,仍需在具体适用中加以探讨。

3.1.3 保护网络个人信息的相关立法现状

表 3.3 保护自动化决策过程中网络个人信息的相关立法现状

时间	颁布机构	名称	主要内容
2021年11月1日实施	全国人民代表大会常务委员会	《个人信息保护法》	第二十四条规定:个人信息处理者向其他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。通过自动化决策方式向个人进行信息推送、商业营销,应当同时向个人提供便捷的拒绝方式。
2020年10月1日实施	文化和旅游部	《在线旅游经营服务管理暂行规定》	第十五条规定:在线旅游经营者不得滥用大数据分析等技术手段,基于旅游者消费记录、旅游偏好等设置不公平的交易条件,侵犯旅游者合法权益。
2022年1月1日实施	上海市人民代表大会常务委员会	《上海市数据条例》	第二十四条规定:利用个人信息进行自动化决策,应遵循合法、正当、必要、诚信的原则,保证决策的透明度和结果的公平、公正,不得对个人在交易价格实行不合理的差别待遇。

资料来源:北大法宝

如表 3.3 所示,从个人信息保护的规制路径来看,在实施大数据价格歧视行为的整个过程中都贯穿着对个人信息的收集、使用和分析等行为,《个人信息保护法》

长期以来都树立着以人民为中心的个人信息保护理念，明确禁止不正当获取用户信息的行为，并要求自动化决策时应向用户提供明显的拒绝路径，筑牢个人信息的防火墙，使消费者善于利用法律武器维权，更有利于对个人合法权益的保护。

《个人信息保护法》主要保护数字经济下的个人信息安全，禁止信息处理者未经用户同意，滥用用户的个人信息，旨在加强个人对于信息数据的掌控力。在大数据价格歧视行为方面，无论是《个人信息保护法》还是《在线旅游经营服务管理暂行规定》，都在加强数据信息主体对个人信息的控制，以防经营者滥用大数据技术进行自动化决策的行为，保障信息安全。

3.1.4 保护个人数据处理的相关立法现状

表 3.4 保护个人数据处理的相关立法现状

时间	颁布机构	名称	主要内容
2022年1月 1日实施	深圳市人民代表大会常务委 员会	《深圳经济特区数据条例》	第十六条规定：数据处理者应在处理个人数据前，征得自然人的同意，并在其同意范围内处理个人数据。 第二十六条规定：数据处理者向他人提供其处理的个人数据，应对个人数据进行去标识化处理，使被提供的个人数据在不借助其他数据的情况下无法识别特定自然人。

资料来源：北大法宝

如表 3.4 所示，从保护个人数据处理的规制路径来看，在多地立法制度、立法竞争的背景下，《深圳经济特区条例》的出台给予各个地区规范数据使用以及防止价格歧视做了示范效应，赋予了用户信息数据保护的权利。对比先前的征求意见稿，该条例添加对个人数据处理前，需以“告知—同意”为条件。一是数据处理者进行自动化决策时，需提前向用户说明“数据处理者的主要信息，处理个人数据的范围、可能存在的风险等”，征得用户许可后才有权处理用户数据信息；二是数据处理者在处理个人数据时，不准使用误导、欺瞒等方式获取用户同意；

三是数据处理者应向用户提供撤回“同意”的方式。该条例在促进数据要素市场发展的同时，也保证竞争的公平性。

3.2 大数据价格歧视的规制困境

3.2.1 大数据价格歧视的现有相关立法不完善

（一）相关立法中规定的行为主体限定过窄

价格歧视是经营者滥用市场支配地位行为的表现形式之一，传统反垄断法对该行为秉持严厉打击、杜绝发生的态度^①，在反垄断法律制度中，实施价格歧视行为的主体需以拥有市场支配地位为前提条件，这一规定在欧盟 TFEU 第 102 条有所体现^②。同样，在我国《反垄断法》第十七条和《禁止滥用市场支配地位行为暂行规定》第十九条在此方面也有所体现。实际上，伴随技术的进步、数据的交换，只要将大量的信息数据与高效的算法技术相结合，即使经营者不具备市场支配地位也能够实施该行为。另外，怎样界定“市场支配地位”向来是《反垄断法》适用的重难点，由于网络作为海量、多元的数据汇聚地，想要明确网络平台经营者的相关市场和份额已随着网络经济的迅猛发展变得越发困难^③。因此，若以“具备市场支配地位”作为大数据价格歧视行为主体的要件，一方面行为主体的限定过窄，另一方面提高了《反垄断法》的适用的门槛。

（二）反竞争效果难以判定

《反垄断法》维护市场竞争，只有实施大数据价格歧视行为产生“反竞争效果”时，即存在排除、限制竞争的效果，才可适用于《反垄断法》加以规制。因此，判定大数据价格歧视行为具备违法性时，需先考虑该行为是否存在“反竞争效果”的风险，以及是否受限于《反垄断法》的立法目的。若网络经营者实施价格歧视行为时，存在“反竞争效果”的风险，《反垄断法》就需要对该行为予以

^①许光耀. 价格歧视行为的反垄断法分析[J]. 法学杂志, 2011, 32(11):21-24+144.

^②one or more undertakings of a dominant position within the internal market or in a substantial part see article 102 of TFEU.

^③付丽霞. 大数据价格歧视行为之非法性认定研究:问题、争议与应对[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2020(2):98.

规制。此项规定在我国《反垄断法》和《欧洲联盟运作条约》(TFEU)^①均有体现,都以“排除、限制竞争”作为价格歧视的结果要件。“反竞争效果”分为第一线与第二线竞争损害。第二线的竞争损害存在于买方之间,即消费者之间,但由于买方(消费者)在购买商品或服务时,相互之间并没有产生竞争关系,因此第二线的竞争损害,即“反竞争效果”便无从谈起。第一线竞争损害存在于卖方之间,在大数据价格歧视中卖方多指网络经营者。实施大数据价格歧视的过程当中,存在具有竞争关系的多方网络经营者,其中某一方网络经营者将商品采用折扣的方式低价售卖给潜在消费者,该经营者能够借此优惠占取潜在消费者的资源,一定程度上排除、限制了同级市场的合理竞争。因此,要将大数据价格歧视行为纳入《反垄断法》的适用范围内进行规制,则在认定“反竞争效果”的结果要件方面存在难点。

3.2.2 大数据价格歧视的行政监管机制不健全

(一) 职能冲突导致主体职责混乱

法条竞合给行政部门规制大数据价格歧视行为加大难度,导致难以明晰主管部门。大数据价格歧视涉及到价格的制定、消费者权益的保护等多个方面,依据我国相关法律的规定,商品价格主要由各级价格管理部门进行监管,保护消费者权益的主要行政机关是各级工商管理部门。其次,大数据价格歧视还可能涉及到国家发改委、物价局、工信部等政府部门。这种分散监管的局面,不利于相关执法部门第一时间保护和救济消费者合法权益,且可能出现多部门共同执法的混乱或互相规避问题的情况。同时由于各部门执法依据有别,可能导致对同一大数据价格歧视事件的事后处罚方式和力度相差极大。因此,有必要明确监管大数据价格歧视的主管部门,制定统一化的监管模式与监管程序,遏制利用大数据技术进行价格歧视的不良行为。

(二) 监管方式和监管力度存在缺陷

政府是宏观调控的主体,市场调节的必要补充。大数据价格歧视行为不断发

^①See Consolidated Version of the Treaty on the Functioning of the European Union art. 102 ,June 7,2016,2016 OJ.(C202) 47[herein-after [TFEU].

生的主要原因之一，在于政府在该问题方面存在的监管不利。首先，由于大数据价格歧视行为主要借助新兴技术得以实现，而政府部门对该行为的监管方式略显过时。目前，我国在监管实体市场时主要采用线下检查、事后处置等措施，但这些措施已不足以有效监管利用网络新型技术产生的交易行为。虽然大数据技术的繁荣推动政府数字化监管的进程，但政府在运用新型监管方式的方面目前处在初期阶段，不足以充分发挥新型监管技术的监管作用。其次，对大数据价格歧视行为的监管力度薄弱。目前，监管部门对商品价格进行监督的主要方式之一是要求经营者明码标价，但对于以定价算法为基础的大数据价格歧视行为当前尚无明确监管手段。此外，对经营者的监管仅限于对其违法违规行为进行事后处罚，应当加强商家自觉意识，被动转主动、事后转事前。

3.2.3 大数据价格歧视的责任追究机制不成熟

（一）消费者维权举证困难

在大数据价格歧视的反垄断诉讼中，消费者举证难度大是消费者运用法律维护合法权益过程中最明显的问题，也是大数据价格歧视行为诉讼率较低的原因之一。交易相对人的举证困难在于：首先，垄断侵权的举证过程复杂，需要的证据种类繁多，举证时间长，消费者收集证据费时费力。有的消费者被价格歧视的金额远低于举证过程当中所要支付的成本费用，因此消费者缺乏诉讼的积极性。其次，经营者所运用的大数据拥有先进的技术型和难以被察觉的“暗箱”性，以及交易双方信息存在不对称，都极大增加了消费者的举证难度。最后，实施价格歧视的经营者在经济实力方面远高于普通的消费者，虽在民事诉讼中双方在法律上处于平等地位，但在实际情况中存在较大差距。大数据价格歧视的行为主体主要为企业，被歧视的对象普遍是个体的消费者，当力量单薄的消费者遇上实力强大的企业派出的专业法务组织，消费者的弱势地位显而易见。因此，消费者难以对经营者实施大数据价格歧视的行为进行举证。

（二）大数据价格歧视的责任规范不健全

在大数据背景下，算法已发展为能够运用数据进行自我处理的“决策者”。这就产生在网络经营者对消费者进行差别定价时，到底是以经营者还是以算法技术

责任为责任追究主体的争论之处。当前尚无一部法律可以明确告知规制大数据价格歧视行为时应如何分配和承担责任,实际上表明,对大数据价格歧视行为的责任规范问题考虑不够全面。如《电子商务法》第十八条虽明确了算法程序运行相关的要求,并将算法纳入责任规范当中,其局限性在于仅涉及到平台算法责任。但基于“暗箱操作”使得算法技术具有不可解释性,由此为借口经营者可摆脱法律责任,同时也可以以消费者知情同意、商业秘密保护为理由,促使经营者逃避法律责任的追究。在《价格法》、《反垄断法》、《消费者权益保护法》等法律中对大数据价格歧视行为的主体责任已有相关规定,在一定程度有效的规制了经营者违法行为,但在规制技术化、数字化的大数据价格歧视行为时,仅从经营者的角度作为追责主体稍显薄弱。

3.2.4 大数据价格歧视的社会监管的缺失

(一) 行业协会对算法的治理意识不足

在网络经济迅速崛起的当下,入驻各大平台的网络经营者数量猛增,与定价相关的问题若仅靠行政部门进行监管,可能产生监管盲区。因此,需在主管部门监管不到的地方,依靠行业自主监管。行业协会被认为是整个行业的内部管理组织,更加熟悉行业内的基本情况。网络经营者在利用大数据收集消费者信息后,利用算法技术估测消费者的最大支付意愿,随后对不同消费者实施差异化定价。在治理大数据价格歧视行为以及算法机制时,行业协会能够将该行业的未来发展趋势考虑在内,治理方法更有远见和针对性。但目前,行业协会并没有发挥到其对算法定价机制的治理作用,仅凭执法机构对价格歧视行为进行规制力量单薄。倘若行业协会提高对经营者实施算法技术治理意识,加强行业自律意识,对经营者的算法定价机制进行规范和引导,有利于维护正常的网络交易秩序,也促进了网络交易市场的健康发展。

(二) 消费者维权意识薄弱

经营者通过网络渠道实施大数据价格歧视行为时,由于大数据技术的隐蔽性,消费者往往是不知情的,就算某些消费者知道自己已然成为大数据价格歧视的对象,但因为歧视金额较小或者维权时间成本过高,便选择了隐忍。消费者是大数

据价格歧视行为的直接受害者，一味的退步，只会让网络经营者变本加厉、肆无忌惮的利用大数据技术收集消费者个人隐私信息数据，进一步精准的描绘“用户特征画像”，实施大数据歧视行为，该行为侵犯了消费者的隐私权、知情权等合法权益，破坏了市场公平竞争秩序，应当提高消费者维权意识，维护市场竞争的公平、合理。

3.2.5 对大数据算法技术治理的不足

算法的自动化定价过程是不透明且不公开的，公众无从知晓其工作原理。由于大数据算法技术自带隐蔽性，平台经营者将算法技术引入到歧视性定价的过程中，则会增加治理大数据价格歧视的难度。在算法定价过程中，消费者的信息数据被看作分析的客体，使网络经营者能够利用自己的数据优势，在不同消费者购买同样东西的情况下实施差别定价^①。目前针对实体市场设立的监管措施已无法保障网络市场的交易秩序。特别是在利用算法技术价格歧视的监管措施方面，我国尚未涉及。虽然算法与机器学习技术处于初始阶段，但随着技术的进步与发展，算法会在不断尝试的过程中完善自主学习能力，这种改变主要影响两个方面：一方面平台经营者对消费者的个人数据获取与分析消费者 WTP 能力越来越强，促进平台的经济利润最大化；另一方面人们难以察觉算法的自我意识正在慢慢加强。如果我们此时不采取措施对算法技术进行监管，只会在以后更难解决。因此，应完善算法技术的监管措施，创新监管方式，将被动调查转变为主动防御。

^①刘友华. 算法偏见及其规制路径研究[J]. 法学杂志 2019, 40(06)-55-66.

4 域外大数据价格歧视的规制经验及启示

4.1 域外大数据价格歧视的法律规制

4.1.1 美国

美国是第一个对价格歧视实施法律制裁的国家,使其成为各国规制价格歧视行为时重要的借鉴对象。2014年5月,白宫发布了一份名为《大数据:抓住机遇,坚守价值》的报告,报告当中明确大数据技术对人类有益,但会对某些群体也可能造成伤害,例如对特定人群的歧视,尽管该歧视并不是有意产生的;该报告也提出政府公民和消费者权益机构有义务提升对大数据价格歧视行为的技术规制,制定相应的解决措施,避免对特定人群产生具有歧视的意识或行为。2016年1月,美国联邦贸易委员会发布《大数据:包容工具抑或排斥工具》,该报告认为大数据技术所带来的影响具有双面性,并明确可运用《公平信用报告法案》对消费者权益受到大数据技术的侵犯的情况施以保护。2019年4月,美国议会根据《算法责任法案》指定联邦贸易委员会(FTC)为算法技术的监管主体,并要求使用算法的经营者应当披露所运用的算法数据信息。FTC表明网络经营者可在合理范畴内,向消费者解释自己所运用的算法技术的核心机制,并接受FTC的监管审查,减低发生算法歧视的机率^①。可见,美国主要从数据保护和算法治理方面予以规制算法技术。

在个人信息保护方面,美国采取行业自律+分散立法原则,主张行业协会与企业制定个人信息保护的规范,并反对以保护个人信息为借口,阻碍信息跨境传输。在立法上,美国颁布《消费者隐私权利法案》明确规定经营者处理消费者信息数据前,需向消费者说明处理原由以及风险,在消费者不同意的情况下,消费者有权要求企业删除相关数据,同时企业也有义务保障安全储存和使用消费者个人数据信息。对于商业数据方面,则通过对《克莱顿法》《信息自由法》《反托拉斯法》《隐私权法》等法律保障在商品交易过程中数据共享和市场交易、收集信

^①Using Artificial Intelligence and Algorithms, <https://www.ftc.gov/news-events/blogs/business-blog/2020/04/using-artificial-intelligence-algorithms>.

息等的安全，以及处理个人数据的规范化。

4.1.2 欧盟

1953年9月颁布的《欧洲人权公约》第8条明确“任何人都具备使自己个人和家庭生活、家庭和通讯受到他人尊重的权利”，此规定被公认适用保护个人数据的隐私权。2016年4月17日，欧洲议会和欧盟理事会颁布《通用数据保护条例》(GDPR)，该条例赋予消费者包括数据的携带权、删除权等各项权利，帮助消费者提高维权意识，使消费者能够运用相关法律法规与算法自动化决策的不良行为斗争。由此可见，欧盟主要依据赋权手段规制算法决策的歧视行为，赋予消费者权利使他们能够参与到数据的自动化处理过程中，该条例被称为第一部明文规制算法歧视的法律法规。在大数据价格歧视中，经营者使用的算法技术较为隐蔽，使得用户的信息数据极易在未察觉的情况下被不正当的收集、滥用，获得消费者的最高支付商品或服务的意愿价格，实施“差别定价”，侵犯消费者权益。《通用数据保护条例》赋予了消费者删除权、被遗忘权等，增强了数据主体对个人信息数据的掌控力度，将“系统默认同意”认定为无效，必须“明示同意”才获取消费者个人数据信息，同时严格要求控制者和数据处理者数据安全保障义务，可在一定程度上避免经营者描绘“用户画像”，降低“价格歧视”行为发生的概率，也保障了消费者对个人信息数据的控制权。

4.2 域外国家规制大数据价格歧视对我国的经验启示

4.2.1 将数据算法透明化处理

美国前联邦最高法院大法官路易斯·布兰代斯曾说，“阳光是最好的杀毒剂，也是最好的警察”。对大数据技术的规制也应如此，将数据透明化处理意味着将数据放置于“阳光”之下并接受公众的监督，是规制大数据价格歧视行为有效途径之一。欧盟与美国均涉及了大数据算法透明度问题，算法的透明度可有效解决定价算法的“暗箱操作”。欧盟明确规定了数据控制者的算法透明义务，且设定了算法解释权。算法定价机制发生歧视可能是因为输入数据中存在的偏见，要求

算法使用者必须公开数据来源并将处理数据的过程公开透明化,能够避免算法带有歧视意识进行自主定价。我国可将数据算法透明化运用于规制大数据价格歧视行为中,通过算法定价技术的开发者及使用者公开价格歧视所使用的大数据算法技术的程序设计、数据来源,执法机关可审查消费者的个人信息数据是否来源于正当渠道以及是否被滥用,从外部监督方面有效的保障了消费者个人信息数据的安全性。

4.2.2 赋予消费者信息数据保护权利

欧盟在《通用数据保护条例》(GDPR)中贯彻数据保护至上理念,将数据处理者是否适用个人数据实施差异化决策、使用途径以及行为结果都纳入数据主体需知晓的范畴内,并要求数据处理者适用信息数据的目的一旦与收集时的目的有所改变时,必须将实情告知数据主体,未经允许不得进行下一步操作,保障了数据主体的知情权。美国《消费者隐私权利法案》也规定,在互联网企业使用算法实施个性化决策前,需对消费者提供明确且有效的提示,与此同时,消费者有权询问企业收集本人信息数据的类型、原因(知情权),并有权要求企业删除于本人相关的数据(删除权)。我国可借鉴上述规定,从保护消费者权益的角度出发,规制价格歧视行为,明确规定经营者在提供个性化服务时须获得消费者同意使用其个人信息数据的权利,若消费者有自己被价格歧视的感觉,可随时退出个性化算法决策的过程,防止经营者滥用消费者数据信息实施差别化定价行为。如此以来,互联网企业在制定价格过程中会更公平、合法,主动避免了算法价格歧视的情况,也提高了消费者对自身信息权利的保护意识^①。

4.2.3 对算法机制的使用进行专业监管

在大数据背景下,经营者利用网络进行交易时,需要获取消费者个人信息,有一些信息的收集是在法律许可的范畴内合理延伸;与此相对也存在为获得更多经济利益对用户个人信息实施不正当的收集行为,例如大数据价格歧视行为。网

^①高学强. 人工智能时代的算法裁判及其规制[J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2019, 48(03): 161-168. DOI: 10. 15983/j. cnki. sxss. 2019. 0553.

络经营者可以自主设置定价程序向消费者推送差异化价格,消费者难以知晓这一过程;而工商管理部门或价格监管部门的事务繁忙,对该行为不能充分、高效的进行监管,且当前监管设备和技术不一定能满足于通过大数据这种新型技术实行的歧视行为。因此,网络经营者是否滥用数据及算法技术,需经过专业的监管部门认定。关于算法监管问题,美国采取了行业自律与政府监督模式,鉴于算法的专业性,而政府多为事后监督,政府的监管能力可能会受到限制。因此,可调整为行业自律加专门机构监管模式。行业自律加专门机构的监管模式有助于各个行业的整体运行与提高且有利于企业的自我纠错,具有较强的实践性与可借鉴性。2002 年为避免全国网络信息收到不法利用,我国设立“全国信息安全标准化技术委员会”,随后联合高等学校、科研机构等制定了保护信息安全的多部标准,但我国仍未明确专门的监管部门。针对大数据价格歧视行为的监管问题也可借鉴上述经验,明确专门的监管机构,防止消费者受到差异化定价的不公平对待。

5 大数据价格歧视中法律规制困境的破解路径

2021年3月15日习近平总书记主持召开中央财经委会议指出：中国平台经济发展正处在关键时期，要着眼长远，兼顾当前，补齐短板、强化弱项，营造创新环境，解决突出矛盾和问题，推动平台经济规范健康持续发展。学习习近平总书记讲话精神，科学规制网络经营者不合理定价行为，保障网络平台的稳定发展。

5.1 完善大数据价格歧视的相关立法

5.1.1 适当扩宽《反垄断法》的主体范围

在网络经济快速发展下，“具有市场支配地位的经营者”这一主体要件已不适用于认定大数据价格歧视行为主体，而是具备数据优势的经营者都可以实施歧视行为。对此，应适当突破其行为主体的限制，扩宽《反垄断法》中适用大数据技术实行价格歧视行为主体的范畴，将同样具备数据优势地位，但无市场支配地位的网络经营者纳入大数据价格歧视行为主体的范畴之中。由于网络经营者实行价格歧视的行为对象是终端消费者，因此可将《电子商务法》中第三十五条对滥用相对优势地位内容的规定引入《反垄断法》中，加强对大数据价格歧视的规制，维护消费者个人信息数据的安全。2019年12月7日，日本颁布《数据平台企业与提供个人信息的消费者之间在相关交易中滥用相对优势地位的有关禁止垄断法指南》，提到关于规制平台经营者不当滥用相对优势地位的措施，并将数据算法价格歧视纳入了《禁止垄断法》可规制的范畴中^①。基于上述，我国在《反垄断法》规制大数据价格歧视行为的过程中，也可引入相对优势理论，但在引入前需厘清网络经营者相对优势地位的涵义。在大数据价格歧视行为当中，网络经营者的相对优势地位可以从数据优势地位考虑，从收集、分析数据的技术能力、所拥有的消费者信息量以及市场进入壁垒等方面考量，并适当扩宽《反垄断法》的主体范围。

^①高重迎, 李晔. 数据平台价格歧视行为的反垄断规制问题分析[J]. 中国价格监管与反垄断, 2020(7):23.

5.1.2 改良反竞争效果的衡量方式

就价格歧视行为而言,我们仅能得出在经营者实施大数据价格歧视行为的过程中,为不同消费主体制定了差别化的支付价格,并不能直接断定该行为是否违法。经营者实施价格歧视行为,有利于提升社会总福利,但与此同时,消费者利益也被掠夺。因此,在评估大数据价格歧视行为的反竞争效果前,就需要思索以什么作为考量的评价准则^①。欧美竞争法认为大数据价格歧视行为存在第一线竞争损害的风险,同时认为只有消费者利益先遭到侵害,才会引发第一线竞争损害,意味着第一线竞争损害是消费者利益损害的联动后果。应以消费者的利益是否受到损害作为判定标准,因为经营者的市场竞争优势提高不一定是实施“大数据价格歧视”行为产生的结果,也可能是因为工作人员增多、设备更换等因素提升了经营者的市场竞争力,不能直接判定大数据价格歧视行为具有排除、限制竞争的效果。若要证明价格歧视行为违法,那指控者应追加证明网络经营者实施价格歧视行为存在“反竞争效果”,即“竞争损害”,并认定该行为存在损害消费者利益、竞争效果的风险。因此,消费者利益受损应作为规制大数据价格歧视行为在反垄断执法中思考的重要因素,这是考量第一线竞争损害和消费者损害后的合理选择。

除此之外,我国反垄断执法部门也可以借用“反事实状态”判断方法辅助认定大数据价格歧视行为可能存在排除、限制竞争的风险。具体指以经营者实施大数据价格歧视行为前后的市场竞争力作为考虑因素,倘若实施该行为后经营者的市场竞争水平得到明显提高,则可推断经营者实施大数据价格歧视行为带来了损害消费者权益的结果,并出现排除、限制竞争的负面影响。将“消费者利益损害”与“反事实状态”相结合,有利于更好地应对大数据价格歧视在竞争损害上的复杂性^②。

^①反垄断执法机构需在社会总福利标准和消费者利益损害标准之间进行选择-倘若选择消费者利益损害为标准,可认定该行为违法,选择社会总福利标准,该行为则不违法。

^②山茂峰,郑翔.算法价格歧视反垄断规制的逻辑与进路[J].价格理论与实践,2020(5):30.

5.2 健全大数据价格歧视行为的政府监管机制

5.2.1 明确大数据价格歧视行为的主管部门

在“万物皆数据”的背景下，针对大数据的使用情况，应改变多部门共同监管的情况，明确一个专门的部门监管该技术的使用，以技术探索与商业伦理共同发展为路径，对大数据价格歧视行为加以规制。随着网络经济迅猛发展，经营者使用大数据技术对消费者实施价格歧视行为的发生越显频繁，明确专门监管机构来负责监督网络经营者对消费者信心数据的收集和使用情况，有助于清楚多部门共同监管的紊乱，更有效的规制大数据价格歧视行为。若消费者在网上交易的过程中发掘自己的信息数据被经营者不正当的滥用或是自己与其他消费者的支付价格有差别，则可向大数据的主管部门举报该经营者，主管部门有义务查明真相，并对经营者实施大数据价格歧视的行为进行惩罚。由于大数据算法技术隶属于人工智能领域，在明确大数据价格歧视主要的监管部门方面，依照 2017 年 7 月颁布的《新一代人工智能发展规划》规定，政府应加大对人工智能、算法的监督力度，并主动承担起维护市场秩序的责任。2021 年 7 月 2 日国家市场监督管理总局公开《价格违法行为行政处罚规定（修订征求意见稿）》，意在哄抬价格、扰乱市场价格秩序等行为予以惩罚。由于大数据价格歧视中经营者存在滥用大数据技术预估不同消费者 WWP，使同种商品或服务对部分消费者的售卖价格得以提高，扰乱正常的市场价格秩序，因此市场监督管理局应承担监管职责，严惩大数据价格歧视行为。

5.2.2 强化行政部门对网络经营者的监管力度

随着新兴技术的产生，要求行政监管部门及时创新监管方式，加强监管力度。大数据价格歧视行为屡屡发生，可见行政监管部门在数据技术方面存在监管不到位的问题。首先，实施大数据价格歧视行为的条件是互联网与数据处理技术的高度结合，大数据技术促使经营者及时、海量的收取网络消费者个人信息。对此，大数据主管部门需创新监管方式，提高监管方式的技术性支撑，采取“以技术规制

技术”的方式规制大数据价格歧视行为,借用互联网和大数据等新兴技术,创建高效的监管部门,二十四小时在线对网络平台进行监管,运用大数据分析功能判定经营者是否存在实施价格歧视行为的可能。若存在,由监管部门严格审查该经营者的交易数据,给公众有所交代。此外,由于大数据价格歧视行为的隐蔽性,可采用大数据算法技术的运行程序和运算规则仅向监管部门公开的方式,借以消除监管信息的不对称性。

其次,监管部门需加大对大数据价格歧视中的保护个人信息和定价算法技术的监管力度,避免经营者者不正当收集个人信息并滥用大数据算法技术针对消费者不同采取差别定价的行为。此外,将企业诚信等级进行划分,在网络中消费者可通过输入企业的名称查询交易企业的信用等级,并在与企业发生交易行为后对企业进行信用评分。监管部门需在各类信用监管平台中标明企业信用等级,并对外公开报道企业滥用大数据技术进行差异化定价的恶性行为。因此,企业会为了维持自身的信用等级以及公众心中的良好形象,主动避免滥用大数据技术的行为,由外部监督转变为主动规避。通过国家大数据监管部门与媒体联网,一旦发现企业利用大数据技术收集、分析消费者信息,实施差异化定价的行为,不但要对加大该企业的惩罚力度,而且要向社会公众公开此种恶性竞争行为,一方面促使其他经营者正当使用大数据算法技术;另一方面有助于保障消费者的知情权,维护消费者合法权益。

5.3 健全大数据价格歧视行为的责任追究机制

5.3.1 构建大数据价格歧视行为的双轨问责制

大数据对定价的影响主要依靠算法实现,但算法技术的设计、使用过程不对外公开,导致大数据价格歧视行为难以被察觉和规制^①,因此以经营者为主体的传统单轨责任追究模式转变为构建“经营者责任+算法技术责任”的双轨责任规范,有助于更好地规制此类不法行为。算法技术责任主要将算法同等的视为能够实施大数据价格歧视的行为主体,视算法为该行为的“主导者”,能够有效解决在算

^①陶盈. 机器学习的法律审视[J]. 法学杂志, 2018(9):55-63.

法不透明不公开的状况下,大数据价格歧视行为问责不够全面的难题,从经营者以及算法开发者、使用者等多角度规制滥用大数据算法技术实施价格歧视行为。

在构建双轨问责制,还需考虑如何规定责任内容和责任追究。在责任内容规范方面,将算法的“可解释性”与经营者的“信息披露义务”相结合,能够适当减少交易双方因信息不对称所带来的弊端,确保经营者为消费者制定合理、正当的价格。一方面,消费者在了解经营者的有关定价信息的机制后,与经营者产生交易行为,确保了消费者的支付行为是基于内心意识的真实表达;另一方面,可以防止经营者在使用算法定价技术时不小心踏入歧视的轨道。当实行双轨问责制时,一定程度上已要求网络经营者、算法技术的制定者、使用者承担无过错责任,上述三个主体有义务揭露隐藏在大数据算法技术“暗箱”中的部分事实,保障消费者合理的知情权。

5.3.2 合理分配举证责任

从目前“大数据价格歧视”的司法实践来看,单独的消费者遇到价格歧视时的财力损失,相对于消费者去提起民事诉讼的成本低很多。同时,消费者作为弱势主体,想要收集实力强大的经营者实施价格歧视行为的证据显得十分困难,大大降低了消费者维权积极性,在遇到此类问题时更容易秉持一种“得过且过”的态度。以定价算法为例,首先,处于信息相对单一化环境的用户很难察觉价格的动态变化;其次,经营者常以系统故障、优惠券发放、早晚时峰等理由进行抗辩,为消费者收集被价格歧视的证据加大困难程度;最后,由于网络经营者使用的分析技术存在“暗箱性”,加大了消费者的信息弱势地位,消费者很难获取存储在网络平台内的数据与算法,并不能清楚的认识到的经营者实施差异化定价行为所依据的原理。同时,经营者能够及时恢复商品价格,消费者很难获取有利的证据材料,致使消费者处于弱势地位。我国对于民事侵权行为一般采用的过错责任原则,但鉴于算法的特殊性及网络经营者的信息优势地位,我国可借鉴日本和欧盟的“举证责任倒置”原则^①,减轻消费者的证明负担,提高消费者运用法律武器维权的积极性。主要是将定价算法纳入举证责任倒置的范围,意味着消费者一旦提出对经营者实施大数据价格歧视行为的类似投诉或者疑问,发生该价格歧视行为的

^①刘桂清. 反垄断法中产业政策与竞争政策[M]. 北京:北京大学出版社, 2010: 41.

网络平台经营者或算法的开发者、使用者就应当对消费者所指控的大数据价格歧视行为的合法性进行举证，由监管部门审查证据，并依据裁决需要，有权要求平台补充相关证据。由于监管部门具有执法强制力，采用“举证责任倒置”的原则能够有效制约行为主体忽视举证义务的行为，避免在平台方实施大数据价格歧视行为后，可以自我解释逃避法律责任的现象不断发生，并有效提升消费者的维权积极性，降低网络经营者想要利用大数据技术实施价格歧视行为的意愿。

5.4 加强行业自律与公众监督的全方位治理

5.4.1 加强行业协会自律意识

“利润至上”的理念使部分平台经营者利用定价算法技术谋取不正当的利润，该行为打破了市场秩序，违背了诚实信用原则。加强行业自律是规制经营者滥用大数据算法技术实施价格歧视的重要途径。但基于经营者追逐经济利益的本质，在大数据价格歧视能使经营者赚取消费者剩余价值，为经营者带来高额利润的情况下，一部分企业则会尽可能地利用大数据、算法技术收集或分析的个人数据，最大化掠夺消费者剩余。因此，应加强行业自律，对经营者实施大数据价格歧视行为进行监督。首先应当让经营者明晰其不当处理数据会产生的负面影响以及应当承担的法律责任。当一些旅游、购物等平台实施大数据价格歧视行为被曝光后，各大平台都以“算法中立”、“技术中立”寻找可逃避法律责任的避风港，实际忘记了算法也是人类智慧的成果，它体现了算法技术开发者的价值取向。随着网络经济市场快速发展，网络经营者已逐渐认识到，自身的核心竞争力在于用户流量以及数据资源，企业利用大数据收集用户信息资源的目的在于提高自身的经营效率，更好的掌握消费者需求动态，为消费者提供所需商品或服务，而不是精准画出“用户画像”，利用算法预测消费者最大支付意愿，提高企业经济收益以及实施排挤、限制竞争的手段。行业应当鼓励经营者提升诚信及社会责任意识，加强行业自律和管理，引导行业建立诚信公正的商业伦理。

5.4.2 提高消费者权益保护意识

无论是法律保障、主管部门的监管还是行业自律,对于消费者来说,都是以外力对大数据价格歧视行为进行规制。消费者要积极维护自身的合法权益,就要从自身出发,提高维权意识。网络经营者利用大数据技术获得消费者的信息,对消费者描绘精准特征画像,使消费者在未察觉的状况下被掠夺剩余价值。对待此种不公正的交易行为,消费者在感受到被价格歧视时,应勇于使用法律赋予给消费者的各项权利,提升消费者维权意识,保护自身的合法权益。首先,消费者要提升自我保护意识,当经营者询问是否可以收集自己的个人信息数据时,应更加谨慎考虑后再选择是否提供个人信息情况,减少隐私信息被收集或分析的可能,其次,再有权利意识,在个人信息遭到不正当收集或滥用后,有权立刻制止数据处理者进一步处理个人信息,并立即主动的寻找救济途径弥补损失。

消费者既是网络交易的一方,同时也是市场交易环境治理的主体。消费者应当认识网络平台和大数据都具有双重性,一方面为公众的生活带来便利,一方面掠夺、分析公众自身的隐私数据,极大降低了个人信息的安全性。绝大多数线上平台或软件,在使用之前会被迫用户开放信息隐私权限,倘若用户拒绝此要求,则无法使用该平台或软件。难以保证用户在开放隐私权限后,经营者不会利用所拥有的隐私数据,对用户差别定价。规制大数据价格歧视行为切实关系到每位消费者的自身利益,因此,在网络经济迅猛发展的背景下,不但要加强主管部门对网络经营者实施差异化定价定价行为的监管,更需要加强消费者的维权意识,积极宣传《消费者权益保护法》,帮助树立消费者维权意识。通过消费者提供大数据价格歧视违法案件的线索,不仅能够降低监管成本,还能提高治理的效率。

5.5 探索建立大数据算法技术治理的法治新模式

第一,建立算法安全评估制度。在使用算法前,网络经营者需提升安全测试和评估水平,预先准备好技术防范以及风险评估,提升维护信息数据、商业秩序、市场交易稳定的能力。算法安全评估制度能够有效遏制经营者滥用个人信息数据,确保大数据技术的正常使用,为消费者制定合理价格,遵循公平交易理念。第二,

设立算法登记备案制度。要求使用算法的经营者向主管部门公开算法定价技术，并阐释相关程序的运行逻辑。由于算法可能涉及商业秘密，基于保护经营者合法权益，规定经营者只需向主管部门公开算法定价的核心逻辑，以免该技术遭到经营对手的滥用。同时，监管部门需定期对经营者的定价算法技术进行审查，查看该技术是否正当、合理的收集、使用消费者数据信息，并出具审查报告将结果进行公示，有助于提高公众对审查结果的认可度，并提升了监管部门的权威性^①。第三，建立算法安全审查制度。根据算法登记备案的内容，算法监管部门定时对经营者的定价算法技术进行安全测试，做好后期的评估研究，防止系统性风险的发生。若消费者因网络经营者不当使用算法技术导致其权益受损，监管机构应依法要求该平台整改并对消费者进行赔偿。第四，设立算法网络监控平台。改进技术，使用新型技术加强监管部门对经营者滥用消费者个人数据实施定价歧视的规制，防止过度收集个人信息。同时全天动态监测算法定价程序，防止出现同一商品不同价格的现象。加强监管部门对算法技术歧视性定价的监督，以外在形式保障了经营者能够公平、合理的制定商品价格^②。第五，要求经营者对算法定价技术定期复核。学界目前对算法技术是否有能力自我学习并升级，随之发生违背开发者初衷的改变争论不一，为防止算法的学习能力提高，实施自主定价行为，应要求算法使用者定期内部检查其使用的算法定价技术，并将检查报告对外公布。相关监管部门或行业协会可以将该检查报告作为评估网络经营者信用等级的考核标准之一。

^①张玉宏、秦志光、肖乐：《大数据算法的歧视本质》，《自然辩证法研究》2017年第5期。

^②章小杉：《人工智能算法歧视的法律规制：欧美经验与中国路径》，《华东理工大学学报》（社会科学版）2019年第6期。

6 结语

在平台经济领域中,大数据技术快速推动了数字经济市场的繁荣,能够为消费者推送物美价廉的商品或服务。但在网络平台进行交易的过程当中,经营者也会在消费者不知情的状况下收集消费者的个人信息,运用大数据算法技术分析消费者的 WWP,实现经济效益的最大化。大数据价格歧视行为是伴随网络经济迅猛发展而产生的新问题,虽未上升到需制定专项法律予以规制的层面,但存在损害消费者合法权益、破坏市场竞争秩序的风险,法律理应对此行为予以规制。

本文通过对大数据价格歧视概念进行界定,整理出我国现有关于价格歧视相关的法律法规,分析出我国大数据价格歧视存在的规制困境,结合国外在大数据价格歧视规制当中的有益经验,得出以下结论:第一,《反垄断法》作为市场规制法,应当扩宽其主体资格为“具有相对优势”市场力量的经营者。同时改良发竞争效果的衡量方式。第二,明确主管部门,要求执法机构利用“数据管数据”的方式完善算法规制体系。第三,构建大数据价格歧视行为的“经营者责任+算法技术责任”双轨责任规范,并完善责任内容规范和责任追究规范。借鉴国外规制大数据价格歧视行为的经验,采取举证责任倒置的方式合理分配举证责任。第四,加强行业协会自律意识和消费者权益保护意识,对大数据价格歧视行为进行全方位治理。当前,科技的进步势不可挡,对于新时代下“大数据价格歧视”的问题,我们不能置之不理、任其发展,规制大数据价格歧视行为离不开完善的法律体系,离不开监管部门的依法监管和对算法技术的规制,更离不开行业协会的自律和社会大众的共同监督,这是一项长期而且庞大的工作。然而,由于大数据价格歧视的规制制度尚未建立以及笔者自身研究能力浅薄,故而希望有更多学者能对我国大数据价格歧视的法律规制问题深入研究,努力回应大数据时代下对价格歧视行为的规制需求,为规范市场经济秩序保驾护航。

参考文献

著作类:

- [1]汪洋. 价格理论与价格管理[M]. 北京:中国物价出版社, 2000.
- [2]孔祥俊. 中国反垄断法理解与适用[M]. 北京:人民法院出版社, 2001.
- [3]尚明主. 主要国家(地区)反垄断法律汇编[M]. 北京:法律出版社, 2004.
- [4]吴伟达. 反垄断法视野中的价格竞争[M]. 浙江大学出版社, 2005.
- [5]张小强. 网络经济的反垄断法规制[M]. 北京:法律出版社, 2007.
- [6]金福海. 反垄断法疑难问题研究[M]. 北京:知识产权出版社, 2010.
- [7]唐要家. 价格合谋的反垄断法规制[M]. 北京:中国社会科学出版社.
- [8]肖伟志. 价格歧视的反垄断规制[M]. 北京:中国政法大学出版社, 2012.
- [9]戴龙. 滥用市场支配地位的规制研究[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2012.
- [10]邹积亮. 市场经济条件下的价格管制研究[M]. 北京:经济科学出版社, 2012.
- [11]杨圣明. 中国价格改革研究[M]. 北京:中国社会科学出版社, 2013.
- [12]周苏, 王文. 大数据导论[M]. 北京:清华大学出版社, 2016.

期刊类:

- [1]成曼丽. 大数据时代算法歧视的协同治理[J/OL]. 中国流通经济:1-13[2022-002]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.3664.F.20211228.1457.002.html>.
- [2]叶高芬. 认定违法价格歧视行为的既定框架及[J]. 法商研究, 2013, 30(6):113-121.
- [3]卢文, 李霞. 大数据时代不正当价格行为的规制及用户个人隐私保护研究[J]. 互联网金融法律评论, 2018 (02).
- [4]朱长根, 陈焯琪. 大数据背景下电商平台差异化定价行为规制研究[J]. 价格月刊, 2021(12):89-94. DOI:10.14076/j.issn.1006-2025.2021.12.14.
- [5]施春风. 定价算法在网络交易中的反垄断法律规制[J]. 河北法学, 2018, 36, 2018, 36(11):111-119.
- [6]刘廷涛. 反垄断法下价格歧视之竞争损害分析[J]. 东方法学, 2016(3):29-37.
- [7]赵海乐. 当权利面对市场:算法价格歧视的法律规制研究[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2021(3):99-106.

- [8]时奇,唐丁祥.大数据营销、价格歧视与技术创新[J].统计与决策,2016(14):55-58
- [9]周可鑫.大数据时代价格歧视对社会福利的影响[J].财富生活,2019(14):64.
- [10]王琪.浅析大数据时代下的价格歧视[J].商场现代化,2019(12):35-37.
- [11]王晓晔.论相关市场界定在滥用行为案件中的地位和作用[J].现代法学,2018,40(03):57-69.
- [12]兰磊.非法价格歧视行为的判断标准研究[J].竞争政策研究,2015(2):58-70.
- [13]丁国峰.大数据时代下算法共谋行为的法律规制[J].社会科学辑刊,2021(3):127-136.
- [14]承上.人工智能时代个性化定价行为的反垄断规制——从大数据杀熟展开[J].中国流通经济,2020,34(05):121-128. DOI:10.14089/j.cnki.cn11-3664/f.2020.05.012.
- [15]杨茗伊.大数据时代非法价格歧视行为分析——以天猫“双十一”为例[J].中国商论,2021(15):32-34. DOI:10.19699/j.cnki.issn2096-0298.2021.15.032.
- [16]喻玲.算法消费者价格歧视反垄断法属性的误读及辨明[J].法学,2020(9):83-99.
- [17]邹开亮,刘佳明.大数据背景下价格歧视行为的法律规制[J].安阳工学院学报,2018,17(01):16-19.
- [18]刘旻斐,白佳丽.价格歧视在电子商务中的应用[J].行政事业资产与财务,2011(04):80.
- [19]刘廷涛.美欧反垄断法中二线竞争损害认定及其对我国的启示[J].价格理论与实践,2017(06):49-51.
- [20]李剑.反垄断法中核心设施的界定标准——相关市场的视角[J].现代法学,2009,31(03):69-81.
- [21]许光耀.价格歧视行为的反垄断法分析[J].法学杂志,2011,32(11):21-24.
- [22]吕魁,王旭辉,柏菊.价格歧视理论研究综述[J].价格月刊,2012(10):26-31.
- [23]张瑞萍.反垄断法视野内的价格问题——兼评我国现有相关立法的缺陷[J].法商研究(中南政法学院学报),2002(3):13-21.

- [24]黄勇,蒋潇君.互联网产业中“相关市场”之界定[J].法学,2014(06).
- [25]叶明.互联网行业市场支配地位的认定困境及其破解路径[J].法商研究,2014,31(01):31-38.
- [26]倪宁.大数据时代下电子商务平台的探索和研究—以淘宝网为例[J].江苏商论,2014(05):13-14+18.
- [27]兰磊.非法价格歧视行为的判断标准研究[J].竞争政策研究,2015(02):58-70.
- [28]刘廷涛.反垄断法下价格歧视之竞争损害分析[J].东方法学,2016(03):29-37.
- [29]叶明,郭江兰.数字经济时代算法价格歧视行为的法律规制[J].价格月刊,2020(03):33-40. DOI:10.14076/j.issn.1006-2025.2020.03.06.
- [30]卢文,李霞.大数据时代不正当价格行为的规制及用户个人隐私保护研究[J].互联网金融法律评论,2018(02):83-96.
- [31]王晓晔.论滥用“相对优势地位”的法律规制[J].现代法学,2016(5):79-92.
- [31]刘廷涛.反垄断法下价格歧视之竞争损害分析[J].东方法学,2016(03).
- [32]林超.美国反垄断法违法确认原则研究[J].商法,2016(04).
- [33]曾雄.人工智能时代下算法共谋的反垄断法规制[J].网络法律评论,2016(02):16-27.
- [34]张莉,万光彩.价格歧视行为的反垄断规制探究[J].价格理论与实践,2017(10):39-44.
- [35]杨旭.论互联网时代“杀熟”现象的法律监管[J].法制与社会,2018(18):142-143.
- [36]胡君倩,段佳慧.杀熟与数据场景下消费者权益保护问题研究[J].法制与社会,2019(17):55-56.
- [37]曾雄.“大数据杀熟”的竞争法规制—以差异化定价的概念展开[J].互联网天地,2019(9):26-32.
- [38]高培培.构筑遏制大数据“杀熟”的法律屏障[J].人民论坛,2019(36):130-131.

- [39] 卢文, 陈沛. 大数据时代价格歧视行为的法律规制路径[J]. 网络信息学研究, 2019(01):286-308+340-341.
- [40] 李美儒, 庞允琛. 大数据杀熟的法律规制与市场监管体制[J]. 北方经贸, 2019(06):65-68.
- [41] 邹辉鸿, 张镜洋, 李爽. “大数据价格歧视”现象的合规性探究[J]. 现代经济信息, 2020(02):147-148.
- [42] 杨祖卿. 数字经济下算法价格歧视反垄断的挑战与对策[J]. 价格月刊, 2021(12):83-88. DOI:10.14076/j.issn.1006-2025.2021.12.13.
- [43] 朱程程. 大数据杀熟的违法性分析与法律规制探究-基于消费者权益保护视角的分析[J]. 南方金融, 2020(04):1-8.
- [44] 高重迎, 李晔. 数据平台价格歧视行为的反垄断规制问题分析[J]. 中国价格监管与反垄断, 2020(07):19-25.
- [45] 乔榛, 刘瑞峰. 大数据算法的价格歧视问题[J]. 社会科学研究, 2020(05):90-96.
- [46] 郝俊淇. 平台经济领域差别待遇行为的反垄断法分析[J]. 法治研究, 2021(04):124-134. DOI:10.16224/j.cnki.cn33-1343/d.20210701.005.
- [47] 吴滢. 算法价格歧视行为的法律规制路径探析[J]. 互联网天地, 2020(12):32-35.
- [48] 尹晓闻, 彭翊航. 电子商务背景下“大数据杀熟”的法律治理[J]. 法制与社会, 2021(12):125-126.
- [49] 周围. 人工智能时代个性化定价算法的反垄断法规制[J]. 社会科学文摘, 2021(02):10-12.
- [50] 李三希, 武琦璠, 鲍仁杰. 大数据、个人信息保护和价格歧视——基于垂直差异化双寡头模型的分析[J]. 经济研究, 2021, 56(01):43-57.

报纸类:

- [1] 周业安. 大数据时代的价格歧视[N]. 中国经营报, 2018-05-14(D02).
- [2] 高富平, 王苑. 大数据何以“杀熟”? [N]. 上海法治报, 2018-05-16(B06).
- [3] 冯奕莹. 当算法开始共谋[N]. 中国证券报, 2018-07-07(A08).

- [4]王延川. 算法价格歧视的市场解决机制[N]. 学习时报, 2019-10-18(003).
- [5]胡立彪. 你被“价格歧视”了吗[N]. 中国质量报, 2020-10-14(002).
- [6]刘波(2021-08-19). 监管介入, 立法重罚 “大数据杀熟”时代或迎终结. 中国产经新闻, 2021-8-19(002).

论文类:

- [1]王珍. 浅析价格歧视行为认定中的“正当理由”因素[D]. 华东政法大学, 2013.
- [2]王佳. 互联网企业价格歧视的反垄断规制[D]. 西南政法大学, 2014.
- [3]承上. 互联网行业经营者集中的反垄断规制研究[D]. 西南政法大学博士学位论文, 2018:93.
- [4]杨梦菲. 大数据价格歧视的法律规制问题研究[D]. 南昌大学, 2020.
- [5]山茂峰. 算法价格歧视的反垄断法规制研究[D]. 北京交通大学, 2020.

外文文献:

- [1]Christopher Townley, Eric Morrison & Karen Y eung, Big Data and Personalized Price Discrimination in EU Competition Law. J]The Dickson Poon School of Law Somerset House East Wing Strand, London, WC2R 2LS, 2017(38).
- [2]Oren Bar-Gill, Algorithmic price discrimination when demand is a function of both preference and (mis)perceptions,86 U.Chi.Rev.217(2019).
- [3]Barbier de La Serre, E. and E. Lagathu , The Law on Fines Imposed in EU Competition, Journal of European Competition Law & Practice,Vol.4/4, p.325-344(2013)
- [4]Personalized pricing in the digital era. Note by the European Union[R/OL]. (2018-11-28).
- [5]Niu Baozhuang,Zeng Fanzhuo,Chen Lei.“Production + procurement” outsourcing with competitive contract manufacturer's partial learning and supplier's price discrimination[J]. International Transactions in Operational Research,2020,28(4).
- [6]Pierre Kobel,Pranvera Këllezi,Bruce Kilpatrick.Competition Law Analysis of Price and Non-price Discrimination & Abusive IP Based Legal Proceedings[M].: 2021-04-27.
- [7]Bar Gill Oren. Price discrimination with consumer misperception[J]. Applied

Economics Letters,2021,28(10).

[8]Araman Victor F.Fayad Bassam.Intertemporal Price Discrimination with Time-Varying Valuations[J]. Operations Research,2020,69(1).

[9]RODRIGUEZ LORENA.“All Data Is Credit Data”: closing the gap between the fair housing act and algorithmic decisionmaking in the lending industry [J].Columbia law review,2020(2):89-103.

[10]Wei Han, Yajie Gao, Ai Deng,Algorithmic price discrimination on online platforms and antitrust enforcement in CHINA’s digital economy,antitrust Source18-AUG Antitrust Source 1(2018).

致 谢

终于到提笔写下致谢的时候了，这是一个具有象征意义的节点，在我心中已经演练过无数遍。二十余年的寒窗苦读，如同大梦初醒，往前看是回忆，往后看是未来。

“桃李不言，下自成蹊”。首先，感谢我的导师唐老师在我研究生期间对我的关心照顾，以及在毕业论文的选题、开题、后续撰写过程中的悉心指导，不仅给予我学术上的指导与建议，更是生活中的引导和照顾。唐老师学识渊博，平易近人和求真务实的学术态度让我受益颇多，对此我表示十分感谢。其次，要感谢各位授课老师在这三年当中的帮助与照顾，提高了我的专业知识水平，带我领略了不同的风景。承蒙教诲，学生心存感激，望所有老师身体健康，平安顺遂。

“家人之爱，永记于心”。感恩父母 26 年来的养育之恩，你们的朴实、真诚、善良一直感染着我，让我努力成为更好的人。求学路上，一次次离家的问候，车站接我的身影都是心底里最温柔的记忆。因为家人这样坚强的后盾，才能让我在慢慢人生路上充满底气，追逐梦想。

“山水一程，同窗之情”。感谢遇见 2019 级经济法学班的 11 位同学。研究生三年，疫情将我们本就相处不多的时间也夺走了一半。我们能从研一的不相熟不相知到研三的嬉笑打闹，在这仅一年多在校时间内，关系发展如此之好，实属不易，时光见证着这份友情的成长。感谢师姐师兄，使我在入学之初就感受到了同门温暖。感谢师妹，看似性格大大咧咧，实际可爱又活泼。愿我们所有人未来平安喜乐，前程似锦。

或许在未来的某一时刻，我会很想回到研究生阶段，没有任何身边人附加你的焦虑，没有未完成的工作压力与领导的指责，只有上课时的认真听讲，520 宿舍的深夜畅谈，对面宿舍的串门，同学之间聊不完的天、自己计划的旅行。但是人生总要步入下一个阶段，学生角色不可能一直伴随着我们，看看外面的世界，不断进行磨炼，然后成为更好的自己，这才是对未来最好的阐释吧。

路虽远，行则将至；事虽难，做则可成。人生走过的每一段路都算数。

感谢所有遇见，感恩所有经历，祝好！