

“大数据杀熟”现象下消费者权益保护规则完善研究

戴心玥

(河北经贸大学, 河北省石家庄市, 050061; 1598481438@qq.com)

摘要: 随着科技的迅猛进步和互联网的广泛普及, 人们的生活与互联网技术日益交织, 这也深刻改变了人们的日常生活与消费模式。然而, 自2018年起, 大数据“个性化定价”现象, 即俗称的“杀熟”行为, 逐渐成为了社会关注的焦点, 揭示出互联网技术发展过程中的一些负面影响。虽然我国《消费者权益保护法》、《电子商务法》及《反垄断法》等法律法规在保护消费者权益与规范经营者行为方面已经做出了明确规定, 但在实际应用中, 这些规定仍面临诸多挑战和难题。因此, 深入研究大数据“个性化定价”对消费者权益的影响, 不仅有助于我们全面了解消费者在这一过程中的具体权益受损情况, 还能揭示当前保护机制中存在的问题。基于这些研究, 针对具体问题提出更具针对性的建议, 以实现消费者权益的及时保护与有效救济。

关键词: “大数据杀熟”; 消费者权益; 法律规制

引言

在当前的互联网市场经济蓬勃发展的背景下, 平台经营者需深刻遵循市场经济的发展规律。通过技术创新和产品优化, 他们在经济市场中寻求独特竞争优势。尽管市场经济中的竞争可能导致商品价格存在差异, 但平台经营者应避免滥用其信息收集的优势, 实施差别化定价策略, 即所谓的大数据“杀熟”现象。这种行为不仅侵犯了消费者的合法权益, 还可能激起消费者对互联网经济市场的不满情绪, 最终阻碍互联网经济市场正常、稳定、公平的发展。在现行法律框架下, 针对大数据“杀熟”中消费者权益保护的问题, 尚存在诸多现实挑战亟待解决。消费者权益保护在消费过程中占据核心地位, 因此, 对大数据“杀熟”中消费者权益保护问题的深入研究和探讨显得尤为迫切和重要。

1. “大数据杀熟”现象法律性质分析

1.1. “大数据杀熟”的概念

在探讨大数据“杀熟”现象时, 首先需要明确“大数据”这一概念在当代语境下的内涵。从技术层面而言, 大数据特指规模庞大到超出常规数据处理工具处理能力的数据集群, 这类数据集合不仅体量惊人, 更呈现出高速增长、形态多元等显著特征。本质上, 大数据是各类信息资料的数字化聚合体, 反映了数据采集与整合的技术成果。至于“杀熟”行为, 其特殊性在于以消费者的历史交易记录作为基础数据。这种基于大数据分析的差异化定价策略, 与传统价格歧视存在本质区别。大数据“杀熟”的独特性主要体现在其依托先进算法技术实现数据采集与处理的自动化过程, [1]这正是其区别于其他商业定价策略的核心特征 [2]。

1.2. “大数据杀熟”违法性分析

当前学界对于大数据“杀熟”现象的定性仍存在显著分歧。部分研究者认为该行为本质上是商家向价格敏感型客户提供折扣优惠, 然而主流学术观点更倾向于将其归类为典型的价格歧视案例。该现象的关键特征表现为: 依托大数据技术手段, 平台运营方通过超范围采集用户信息并加以分析利用, 旨在实现利润最大化目标, 进而在缺乏正当理由的前提下, 对相同商品实施差异化定价策略 [3]。进一步而言, 部分学者提出大数据“杀熟”可能构成价格欺诈。这种“隐蔽”的加价方式导致消费者在不知情的情况下支付了更高的费用, 从而侵害了消费者的合法权益。这种行为不仅违反了公平交易的原则, 还剥夺了消费者对于商品或服务的真实知情权和自主选择权。更为严重的是, 大数据“杀熟”涉及到了消费者个人信息的过度利用问题。平台经营者利用收集到的用户数据, 不仅用于优化服务, 还用于制定差异化的价格策略, 这无疑是对消费者隐私权的侵犯。

综上所述,大数据“杀熟”行为在实质上对消费者的正当权益造成了严重侵害,包括侵犯了消费者的知情权、自主选择权、隐私权等,同时也违背了诚实信用的商业原则。因此,我们有必要从法律、技术和监管等多个层面出发,制定有效的措施来规制和打击这一行为,以保护消费者的合法权益。

1.3. “大数据杀熟”侵犯消费者权益的常见形式

1.3.1. 新老用户差别化定价

在大数据技术的广泛应用下,一种侵害消费者权益的现象愈发凸显,即互联网经济平台对新老用户实施差异化的定价策略,俗称“大数据杀熟”。经过对一系列侵权案例的细致分析,我们可以用以下案例来进一步阐述这一现象。某位消费者在使用某知名咖啡品牌的在线点单应用时,惊讶地发现作为长期用户的他,在支付订单时所需承担的费用竟远高于其新注册该应用的朋友。更值得注意的是,即便这位消费者已注册成为该应用的会员,他仍需支付比新用户更高的价格。这种做法不仅损害了消费者的权益,也在吸引新用户的同时,达到了最大化利润的目的。然而,这种策略不仅违背了市场公平交易的原则,还可能削弱消费者对平台的信任,对平台的长期发展构成负面影响。

1.3.2. 不同设备差别化定价

在大数据驱动的“杀熟”现象中,不同设备间的差异定价策略尤为显著,这主要体现在根据手机操作系统和机型的不同来设定不同价格。平台运营者会依据用户的手机系统和型号进行细致分析,进而实施差异化定价。通过实际案例的调研,我们观察到部分消费者在使用打车应用时反馈,在相同的打车需求和条件下,使用苹果操作系统的用户通常需要支付更高的打车费用,并且他们更可能被分配到更为豪华或舒适的车型,这实质上也是一种价格的提升。背后的原因是,打车平台在用户注册时便收集了用户的手机系统信息,从而能够明确区分使用苹果系统和安卓系统的用户群体。随后,平台运营者运用大数据和算法技术,深入剖析了这两类用户的消费行为和支付习惯。他们发现,相较于安卓用户,苹果用户往往展现出更高的消费水平和更强的价格承受能力。基于这一洞察,打车平台通过大数据算法技术对这两类用户进行了区别定价,导致在相同条件下,苹果用户需要承担更高的费用。

1.3.3. 不同位置差别化定价

在大数据驱动的“个性化定价”实践中,美团外卖平台展现了基于用户下单位置差异的策略。具体来说,平台通过大数据分析技术,对用户下单的地理位置进行细致分析。当分析结果显示用户下单位置位于繁华的商业区或办公区域时,这些区域的用户往往具有稳定的收入和较高的消费能力,因此美团外卖平台会相应调整价格策略,为这些用户提供稍高的定价。然而,当用户的下单位置位于学生聚集的学校区域时,考虑到学生群体普遍的消费水平及价格敏感度,平台会倾向于发放更多优惠券和折扣,以降低这些用户的实际支付价格。

2. 大数据“杀熟”现象下消费者权益保护规则存在的问题

2.1. 法律规制“杀熟”行为不完善

2.1.1. 法律规定存在缺失

由于法律体系天然存在的滞后性,大数据应用的快速普及在提升社会效率的同时,也凸显出监管缺位可能引发的各类隐患。当前社会对完善法律约束的诉求持续升温,针对大数据“价格杀熟”等新型技术问题,现有法律框架在直接管控层面表现出明显的局限性。这种基于用户画像的差异化定价行为已引发社会各界热议,学界普遍认同对其进行规范的必要性。但现阶段可直接适用于此类行为的法律条文较为稀缺,主要依托《在线旅游服务监管暂行办法》与《平台经济反垄断监管指引》两部规范性文件。前者具体明确了旅游平台采集用户数据的规范流程,并对大数据技术的应用划定了边界;后者则将算法分析与消费者画像纳入经营者实施差别化对待的判定标准。虽然这些条款为规制价格歧视现象提供了法律支撑,但在具体实践中仍存在诸多执行障碍。

2.1.2. 大数据“杀熟”定性存在争议

当前学术界对大数据“杀熟”现象的本质尚未达成共识,主要存在三种不同见解:价格差别对待论、商业欺骗论以及智能算法偏见论。从第一种视角来看,许多研究者认为这种现象本质上属于差别定价策略,符合微观经济学中完全个性化定价的理论特征。在数字经济环境下,这种定价方式被视为传统价格歧视理论的现代延伸。持第二种观点的专家则强调其欺骗属性,指出平台运营商通过信息不对称手段,刻意向长期用户隐

瞒更优惠的交易条件，从而构成典型的商业欺诈行为。这部分学者特别关注经营者“虚构信息、掩盖实情”这一关键特征。第三种观点则聚焦技术层面，认为这种现象反映了智能决策系统存在的固有偏差。研究者们注意到，作为大数据应用的核心组件，算法在实施差别定价过程中扮演着决定性角色。这些智能系统不仅能够执行差异化定价策略，还能通过定向内容分发进一步扩大消费者之间的信息鸿沟，充分暴露出算法决策机制的内在缺陷。

2.2. 对平台监管不充分

针对我国大数据“杀熟”问题的研究显示，消费者权益保障体系正遭遇严峻考验，平台治理缺位成为亟待解决的关键难题。作为防范违规操作的重要屏障，监管体系对维护消费者利益发挥着不可替代的功能。但现有监管框架在处置大数据“杀熟”行为时，其有效性仍存在显著缺陷。

当前我国平台监管机制存在明显不足。通过剖析大数据“杀熟”相关司法案例可以发现，由于算法技术具有高度隐蔽特征，监管机构在执法过程中面临诸多实际困难。虽然现行监管框架引入了算法分级分类管理模式，但相关实施细则过于宽泛，缺乏可操作性强的具体指引。特别是在监管主体分工、执法程序规范等关键环节，现有规定存在大量模糊地带[4]。这种制度漏洞导致部分平台运营者得以钻空子，持续实施价格歧视等违规操作，最终损害消费者合法权益。

与此同时，针对大数据价格歧视现象的监管工作正遭遇技术性障碍。算法系统的复杂性对监管机构提出了极高的专业要求，需要配备具备相应技术背景的监管人员。但现实情况是，多数监管单位在算法解析方面的专业储备明显不足，这直接影响了监管工作的实际成效。值得注意的是，现行监管体系主要聚焦于企业外部行为，缺乏对企业内部运营机制的深度介入。企业自律机制的缺位与自我声明的可靠性问题，无形中放大了大数据差异化定价对消费者权益造成的侵害风险。

2.3. 消费者事后维权困难

2.3.1. 消费者维权难度大

随着数字经济的深度发展，电商平台运用大数据技术开展经营活动已成为常态。当消费者遭遇权益侵害时，取证环节往往成为维权过程中的首要障碍。依据现行《民事诉讼法》确立的举证责任分配规则，主张权利的一方必须自行收集并提供相关证据。这意味着消费者不仅需要证明损害事实的存在，还必须证实该损害与平台经营行为存在明确因果关系。

然而现实情况是，交易数据、用户画像等关键信息均由平台方掌控，实施差异化定价的算法系统也完全处于其控制之下。普通消费者能够获取的证据通常仅限于零散的消费凭证和支付记录。在这种信息严重不对称的情况下，消费者想要收集足够证据来支持诉讼主张，进而获得应有赔偿，其难度可想而知。

对缺乏专业法律知识的普通用户而言，如何界定权益受损范围、如何固定电子证据、如何组织举证材料，每个环节都充满挑战。更值得注意的是，电商平台往往配备专业法务团队，在应对消费者维权时具有明显优势。这种结构性失衡导致消费者维权积极性持续走低，进一步加剧了交易双方在权益保护方面的不平等状态。

2.3.2. 消费者维权成本高

在过往案例中，我们发现，尽管消费者在大数据“杀熟”现象中支付了高于正常水平的价格，但差额往往并不大。面对这种情况，许多消费者考虑到时间成本和经济效益的权衡，更倾向于选择息事宁人，而非积极寻求赔偿。

对于消费者而言，若意图从平台经营者处获得赔偿，司法诉讼无疑是一个直接途径。然而，诉讼过程中的种种挑战不容忽视。消费者首先需要自行收集并提供充分的证据，以证明自身权益受到侵害，并应对可能的质证环节。此外，诉讼过程本身既耗时又费力，消费者需要投入大量的时间和精力，这些投入的成本往往远超过他们实际的损失。更值得注意的是，即使消费者付出了巨大的努力，他们的诉讼请求也可能因证据不足或其他因素而被法院驳回。

鉴于上述因素，对于追求效率的现代人而言，面对大数据“杀熟”时选择维权似乎并不具有吸引力。维权所需的时间、精力、金钱等成本，往往会降低消费者通过诉讼手段维护自身权益的积极性。这种现实困境值得我们进一步深入探讨，并寻求更为合理和有效的解决方案，以确保消费者的合法权益得到有效保障。

3. 大数据“杀熟”现象下消费者权益保护规则的完善

3.1. 完善相关法律法规

3.1.1. 法律明确禁止“大数据杀熟”

为有效遏制大数据“杀熟”现象，立法机构应迅速响应，对现有法律体系进行必要的更新与补充。首要任务在于明确界定大数据“杀熟”的法律属性，包括其定义、特点和核心要素，以确保法律适用的准确性和有效性。在此基础上，应针对《消费者权益保护法》、《反不正当竞争法》、《电子商务法》以及《反垄断法》等关键法律进行针对性的修订，明确大数据“杀熟”的违法性质及其法律后果。在修订《消费者权益保护法》时，建议增设专门章节，专门针对线上交易中消费者权益的保护进行规定，以强化消费者权益的法律保障。该章节应明确禁止平台经营者利用大数据技术对消费者进行“杀熟”，并制定相应的法律责任和处罚措施，以起到威慑和惩罚的作用。此外，立法工作还需注重法律条文的具体性和可操作性。习近平总书记在全面依法治国工作会议上强调，立法要贴近实际，能够迅速有效地应对现实问题。因此，在部门法中，应详细规定如何具体规制大数据“杀熟”行为以及与其相关的其他违法行为，明确监管机构的职责和权限，确保法律条文能够在实际中得到有效执行。同时，还需加强不同法律之间的衔接与协调，以确保法律体系的完整性和一致性。在完善法律体系的同时，还需加大执法力度，对违法行为进行严厉打击，以维护市场秩序和消费者权益。

综上所述，为有效遏制大数据“杀熟”现象，立法机构需迅速行动，对现有法律体系进行必要的更新与补充，并注重法律条文的具体性和可操作性，以确保法律能够充分发挥其应有的效用。

3.1.2. 完善个人信息保护立法

在大数据技术蓬勃发展的背景下，经济格局正经历着前所未有的变革，网络消费规模在我国呈现出爆发式增长态势，用户消费行为也随之发生根本性转变。但与此同时，技术革新也带来了严重的隐私泄露与数据安全隐患。特别是在大数据分析中的“差异化定价”行为，即俗称的“价格歧视”现象，商家通过收集用户数据建立精准画像，对相同商品或服务实施区别定价策略。这种行为明显构成了对消费者隐私权益的侵害，必须引起高度重视。法律体系的建设需要紧跟技术发展步伐，确保其适用性和执行力。虽然我国在电商领域的个人数据保护立法尚存缺陷，但近年来相关保护力度明显加大，《民法典》《消费者权益保护法》及《电子商务法》等法律文件都对此作出了明确规定。强化个人信息保护立法工作，既是保障公民隐私权益的必要举措，也是规范大数据时代各类问题的核心环节。这不仅能够有效维护消费者权益，更能推动数字经济实现良性发展。

3.2. 强化监管力量

首先，监管主体界定问题亟待解决。在互联网经营监管实践中，我国面临监管主体权限划分不清的突出问题。现行法律体系中，《反不正当竞争法》《广告法》及《消费者权益保护法》的执法工作主要由工商部门承担，而《电子商务法》则明确市场监管部门为执法主体。当遭遇大数据“杀熟”等跨领域新型问题时，这种多头监管模式极易产生监管真空地带，难以有效维护消费者合法权益。考虑到大数据“杀熟”行为具有技术复合性和隐蔽性特征，其监管工作必须实现多部门联动。但现行体制下，各监管部门存在职能交叉与监管盲区并存的现象，导致实际监管过程中经常出现推诿扯皮或监管缺位，严重影响了行政监管的实际效果。各监管部门在技术手段和专业能力方面的不均衡发展，加之部门间的信息孤岛效应，更使得监管信息共享和协同执法面临诸多障碍。这种条块分割的监管格局既不利于形成统一的监管标准，也阻碍了监管措施的有效落地。为此，当务之急是确立大数据领域的专业监管机构。在科学划分部门职责的前提下，通过立法修订完善，组建专职的大数据技术监管机构，实现监管权力的集中统一。在专业监管机构设立过渡期内，各相关部门应当建立常态化协作机制，优化职能配置，提升监管合力，切实保障消费者权益。

此外，革新监管机制。随着数据科技的飞速发展，传统监管方式在时效性和精准度层面日益显现出局限性。为此，监管机构亟需主动求变，探索新型监管策略以迎接数字化时代的考验。全国企业信用信息公示平台的建立，为监管部门在市场主体监管方面开拓了创新路径，构建了更符合实际需求的监管框架。针对平台经营者利用数据技术侵害消费者权益的现象，可参考该公示平台的运行模式。通过披露企业的基本经营状况，对违法失信及违背商业道德的行为实施公示制度，此举既能提高监管工作的公开性，又可对潜在的违规行为产生震慑作用。值得注意的是，浙江省推出的“公平在线”系统开创了智能监管的新模式。该平台运用前沿技术，实现了对“算法歧视”等不正当竞争行为的动态监测，展现了浙江市场监管部门在技术应用和监管效能方面的创新实践。这一数字化监管体系的成功运行，不仅强化了监管的靶向性和及时性，也为监管方式的转型升级提供了可复制的经验样本。

在新时代背景下，监管机构亟需不断提升治理效能，以妥善处理日趋复杂的消费者权益维护难题。为此，可考虑组建专门的国家级消费者权益保障机构，清晰界定各政府部门的职能边界，从而更高效地处置网络交易中的侵权问题。此外，针对新兴问题的独特性，监管部门在执法过程中应当充分利用大数据分析技术，通过现代化科技手段预判和识别平台经营者潜在的违规操作。这种实时监测模式能够有效预防和制止平台经营者利用算法技术实施价格歧视（即“大数据杀熟”）等不法行为，从而真正维护消费者的正当权益。

3.3. 加强对消费者的维权救济

3.3.1. 扩大平台经营者举证责任

在处理大数据“个性化定价”争议案件时，应引入举证责任倒置的原则，以优化法律程序的公正性和效率。这一原则要求掌握大量消费者数据的平台经营者承担主要的举证职责，即他们需证明其使用消费者数据进行差异化定价的行为符合法律规定，且未侵犯消费者的合法权益。同时，平台经营者还需为其行为提供充分的合理性和合法性支撑。通过实施举证责任倒置，我们旨在平衡诉讼双方的举证能力，缓解消费者在举证过程中面临的困难。鉴于平台经营者拥有海量大数据信息，其收集和提供证据的成本和难度相对较低，因此由其承担主要的举证责任显得尤为合理。此举不仅有助于确保法律程序的公正性，还能有效增强对消费者维权权益的保护。平台经营者在面临举证责任时，将更加审慎地处理消费者数据，确保商业行为的合规性，从而保护消费者的合法权益。同时，这也将促进平台经营者加强内部管理，提升数据使用的透明度和合规性水平。

综上所述，引入举证责任倒置原则在处理大数据“个性化定价”争议案件中具有重要意义，它有助于实现法律公正，保护消费者权益，并推动平台经营者合规经营。

3.3.2. 完善消费者公益诉讼体系

为缓解消费者在民事诉讼中遇到的困难，应该主张对消费者公益诉讼机制进行深度优化。通过明确和扩充公益诉讼的参与主体和部门，可以有效地降低消费者在维权过程中所需承担的成本。虽然现有的《民事诉讼法》和《消费者权益保护法》已对消费者公益诉讼的发起主体有所规定，但这些规定所涵盖的主体范围仍显狭窄，未能全面满足消费者维权的需求。因此，提议将市级消费者组织纳入公益诉讼的合法主体范畴，此举将有效分散国家级和省级消费者组织在公益诉讼中的压力，同时提升公益诉讼的提起效率。进一步地，我们也应鼓励民间消费者权益保护组织参与公益诉讼。这些组织通常更贴近消费者，更能准确反映消费者的真实诉求，从而提高公益诉讼的成功率。此外，行政机关作为公权力的代表，其参与公益诉讼将极大地提升诉讼的权威性和公正性，确保消费者权益得到更有效的保护。最后，建议设立专门的消费者公益诉讼基金，用于支持公益诉讼活动的进行。这一举措将极大地减轻消费者在维权过程中的经济负担，提高消费者参与公益诉讼的积极性，从而进一步推动大数据“个性化定价”中消费者合法权益的保障。

4. 结语

随着科技的迅猛发展和数据技术的广泛应用，我国已经全面迈入大数据时代。在这一时代背景下，大数据与人们的日常生活和经济活动日益交织，形成紧密的联系。然而，由于部分平台经营者过度追求经济利益，导致了大数据“个性化定价”现象的滋生，即所谓的“杀熟”现象，使消费者在享受互联网购物便利的同时，面临着不公平的差异化定价，其合法权益受到了严重侵害。然而，审视我国当前在大数据“个性化定价”中消费者权益保护的现状，我们发现仍存在诸多不足和待解决的问题，这些问题严重阻碍了消费者权益的有效保护。为了改善这一局面，本文在深入分析和研究相关文献的基础上，从立法完善、平台监管以及消费者维权救济三个维度出发，提出了一系列针对性的完善建议。

参考文献

- [1] 刘红.大数据时代数据保护法律研究 [M].中国政法大学出版社: 201810.287
- [2] 詹好,邵新天,黄智威.“大数据杀熟”:概念澄清及解决方案 [J].软件, 2019, 40(8): 62-65.
- [3] 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.
- [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.