

DOI: 10.53104/fxsy.2026.02.04.002

大数据杀熟中消费者公平交易权保护研究

张明然¹

1. 广西财经学院, 广西 南宁 530007

摘要: 大数据和算法技术被广泛应用于网络交易后, 平台能够根据消费者的浏览记录、交易习惯、消费能力等信息进行用户画像, 并据此调整商品或者服务的展示方式与交易价格。合理的差异化定价可以提高交易效率, 但部分平台利用消费者之间的信息差异, 对不同消费者设置不合理的交易条件, 形成通常所说的“大数据杀熟”。这类行为表面上表现为价格差异, 背后则涉及个人信息处理、算法自动化决策以及平台与消费者之间明显的信息不对称。消费者往往无法判断价格差异究竟来自正常市场波动, 还是平台针对个人特征作出的算法决策, 公平交易权也因此面临新的保护难题。现有《消费者权益保护法》《个人信息保护法》以及算法推荐相关规定已经形成基本规制框架, 但在行为认定、举证责任、算法解释和权利救济方面仍存在适用障碍。对此, 应以消费者公平交易权为中心, 明确大数据杀熟的基本认定标准, 合理减轻消费者的举证负担, 加强平台对差异化定价的说明义务, 并完善监管和民事救济机制, 使算法定价保持在合理的经营自主权范围之内。

关键词: 大数据杀熟; 公平交易权; 算法定价; 消费者权益; 平台经济

Research on the Protection of Consumers' Right to Fair Trade in the Context of Big Data Killing

ZHANG Ming-ran¹

1. Guangxi University of Finance and Economics, Nanning 530007, P. R. China

Correspondence to: ZHANG Ming-ran

Abstract: With the widespread application of big data and algorithmic technologies in online transactions, platforms are able to create user profiles based on consumers' browsing records, transaction behaviors, consumption capacity, and other relevant information, and further adjust the presentation of goods or services as well as transaction prices accordingly. Reasonable differentiated pricing can improve transaction efficiency; however, some platforms exploit information asymmetry among consumers and impose unreasonable transaction conditions on different users, resulting in the phenomenon commonly known as “big data killing.” Although this practice appears as price differences, it essentially involves issues related to personal information processing, automated algorithmic decision-making, and the imbalance of information between platforms and consumers. Consumers often find it difficult to determine whether price differences result from normal market fluctuations or algorithmic decisions based on individual characteristics, thereby creating new challenges for the protection of their right to fair trade. Existing legal frameworks, including the Consumer Rights Protection Law, the Personal Information Protection Law, and regulations concerning algorithm recommendation services, have established a preliminary regulatory system. However, difficulties remain in the identification of such behaviors,

引用格式: 张明然. 大数据杀熟中消费者公平交易权保护研究[J]. 法学视野, 2026, 2 (4) :8-15.

allocation of the burden of proof, algorithm explanation obligations, and consumer remedies. Therefore, this paper argues that consumer fair trade rights should serve as the core basis for regulation. It is necessary to clarify the criteria for identifying big data killing, appropriately reduce consumers' burden of proof, strengthen platforms' obligations to explain differentiated pricing mechanisms, and improve regulatory and civil relief mechanisms, so as to ensure that algorithmic pricing remains within the reasonable scope of business autonomy.

Key words: big data killing; right to fair trade; algorithmic pricing; consumer rights protection; platform economy

引言

网络购物、在线旅游、外卖、网约车等平台已经成为日常消费的重要渠道。与传统交易相比,平台不仅掌握商品和服务信息,也能够长期记录消费者的搜索、浏览、点击、购买频率以及消费金额。在算法技术的支持下,这些零散数据可以被整理为较为完整的用户画像,并进一步参与商品推荐和价格形成。算法定价本身并非违法。商品库存、交易时间、市场供需、促销活动不同,都可能形成合理的价格差异。真正值得讨论的是,平台是否利用消费者本人并不知情的数据特征,判断其支付意愿,并向支付意愿较高或者对平台依赖程度较高的消费者提供更不利价格。

现有研究通常将这种现象概括为“大数据杀熟”。贺晨轩、蒲朦朦认为,大数据杀熟具有明显的算法价格歧视特征,对消费者公平交易权、知情权和个人信息权益均可能造成侵害^[1]。张浩天、谢智勇则从运行过程出发,将其概括为数据搜集、算法预测和差异化交易结果逐渐形成的过程^[2]。从这一过程可以看出,大数据杀熟并不是单纯的“同物不同价”,关键在于价格差异是否建立在针对消费者个人特征的分析之上,以及这种差异有没有合理依据。

现实中消费者对此也具有较强关注。Haorong Ma 的调查显示,其样本中有 74.8% 的受访者表示遇到过同一商品出现不同价格的情况,90.6% 的受访者希望平台明确披露定价规则^[3]。这一调查不能直接证明所有价格差异都是大数据杀熟,但可以说明消费者对于平台价格形成机制缺乏透明度存在明显担忧。

从现行法律来看,大数据杀熟已经不是完

全无法可依。《消费者权益保护法》规定消费者享有公平交易的权利,《个人信息保护法》对利用个人信息进行自动化决策作出了要求,《互联网信息服务算法推荐管理规定》也明确禁止利用算法对消费者在交易价格等交易条件上实施不合理的差别待遇。2024 年施行的《消费者权益保护法实施条例》又进一步规定,经营者不得在消费者不知情的情况下,对同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同价格或者收费标准。问题已经逐渐从“有没有规则”转向“规则怎样真正适用”。本文不从复杂的反垄断经济分析出发,而是把消费者公平交易权作为中心,讨论什么样的差异化定价可能侵害公平交易权、现有规则在适用中存在哪些困难,以及消费者应当如何获得更有效的保护。

1 大数据杀熟与消费者公平交易权的关系

1.1 大数据杀熟的基本表现

大数据杀熟通常建立在平台对消费者数据持续收集和分析的基础上。消费者使用平台留下的浏览记录、搜索关键词、购买次数、价格偏好、设备信息等,都可能成为平台判断消费者特征的依据。张璐瑶将其作用过程概括为消费者信息收集、用户画像生成和差异化定价三个环节^[4]。这种概括比较直观,也能够说明大数据杀熟不同于普通价格调整的地方。

消费者在普通市场交易中也会遇到价格变化。同一酒店在节假日和工作日价格不同,机票越接近出发日期价格越高,会员获得优惠券后实际支付金额下降,这些情况并不能直接被认定为大数据杀熟。平台经营者本身具有一定

定价自由，法律不应要求所有人在所有时间以完全相同的价格进行交易。

大数据杀熟的问题主要发生在价格差异与消费者个人特征发生直接联系的时候。例如，平台根据某一用户过去经常购买高价商品、很少比较不同平台价格或者对某项服务具有较高依赖性，判断该用户具有较高支付意愿，再向其展示相对较高的交易价格。付斯元认为，大数据杀熟中的算法定价与用户画像具有紧密联系，其规制难点也集中在市场力量、正当理由以及举证责任等方面^[5]。郝璐瑶同样指出，算法黑箱、动态定价的瞬时性以及数据采集边界模糊，使消费者很难证明自己遭遇的价格差异究竟是正常变化还是针对个人作出的特殊处理^[6]。判断大数据杀熟不能只看最终有没有“价差”，而应当观察价差产生的原因。

1.2 公平交易权为何成为主要受侵害权利

《消费者权益保护法》第十条规定，消费者享有公平交易权，在购买商品或者接受服务时有权获得价格合理等公平交易条件。传统消费环境下，公平交易权主要解决经营者利用优势地位设置明显不合理交易条件的问题。算法进入交易之后，公平交易权面临的情况更加隐蔽。

消费者看到的通常只是自己的价格，并不知道其他消费者面对的价格是多少。即使发现他人的交易价格更低，也不知道差异是优惠券、会员资格、交易时间造成的，还是平台根据个人消费习惯进行的定价。阚玉茜指出，算法价格歧视可能同时影响消费者的知情权、自主选择权、公平交易权和个人信息权益^[7]。这些权利之间存在联系，其中公平交易权最直接对应最终形成的不合理价格结果。孙越溪也提出，平台依靠算法优势形成不合理的差别定价，会破坏等价有偿的基本交易关系，并对消费者公平交易权产生直接影响^[8]。消费者并非当然享有“所有人价格完全相同”的权利，但应当享有不因自身数据被秘密分析而受到无合理理由差别待遇的权利。公平交易并不等于绝对同价。真正需要禁止的是缺乏正当理由的不合理差别。将这一点作为判断基础，能够避免把合法促销、会员折扣和正常动态定价全部纳入大数据杀熟范围。

2 大数据杀熟中公平交易权保护的

现行规则

2.1 消费者权益保护规则提供直接依据

《消费者权益保护法》第十条是保护消费者公平交易权的基础条款。大数据杀熟最终表现为消费者面对不合理价格或者其他不利交易条件，因此可以被纳入公平交易权保护范围。陈燕认为，相较于仅从价格歧视角度理解大数据杀熟，从消费者权益保护角度考察平台是否隐瞒定价信息、是否利用信息优势诱导消费者交易，更有利于解释消费者实际受到的损害^[9]。

《消费者权益保护法实施条例》第九条使这一规则更加具体。按照该条规定，经营者不得在消费者不知情的情况下，对同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同价格或者收费标准。这一规定与大数据杀熟的典型表现具有很高的对应性。“消费者不知情”“同一商品或者服务”“同等交易条件”“不同价格或者收费标准”已经形成一个较为清晰的判断框架。袁玉晴等指出，此前大数据杀熟规制中的突出困难之一，就是相关法律规定较为分散，消费者权益保护规则缺乏足够明确的适用标准^[10]。《实施条例》的规定在一定程度上缩小了这一空间，使消费者不必完全依赖较为复杂的反垄断规则来主张权利。

2.2 个人信息保护规则控制算法定价的数据来源

大数据杀熟能够实现，一个重要前提就是平台掌握足够多的消费者个人信息。没有用户画像，经营者很难精准判断某一具体消费者的支付意愿。因此，公平交易权保护不能只观察最终价格，也需要向前考察数据如何被收集和使用。《个人信息保护法》第二十四条规定，个人信息处理者利用个人信息进行自动化决策，应当保证决策透明度和结果公平、公正，不得在交易价格等交易条件上对个人实行不合理的差别待遇。这一规定直接把个人信息处理、自动化决策和交易公平联系起来。牛骋斐指出，电商平台自动化决策贯穿信息收集、分析和最终决策等多个阶段，消费者很难了解哪些个人

信息进入算法,也难以判断哪些数据影响了最终价格^[11]。马云竹也认为,算法不透明以及形式化的“告知—同意”机制,会进一步削弱消费者对个人信息实际用途的控制^[12]。

平台即使合法取得消费者的部分个人信息,也不意味着可以无限制地利用这些信息进行价格区分。个人同意平台处理数据,并不当然等于同意平台利用这些数据判断其最高支付能力,再据此提高价格。个人信息处理的合法性和算法交易结果的公平性应当分别受到审查。

2.3 算法治理规则进一步限制差别待遇

《互联网信息服务算法推荐管理规定》第二十一条要求算法推荐服务提供者保护消费者公平交易权,不得根据消费者的偏好、交易习惯等特征,利用算法在交易价格等交易条件上实施不合理差别待遇。该规则已经较为准确地对应了大数据杀熟的技术特点。莫沁姿、易卫中认为,对平台算法规则的约束不能只停留在侵权发生后的责任追究,还需要在平台经营过程和市场监管阶段加强算法合规要求^[13]。人工智能在广告、推荐等场景中的应用同样已经出现数据偏差、差异化投放和公平性争议^[14],说明算法公平问题并不限于单纯的商品定价。

现阶段由消费者权益保护、个人信息保护和算法治理规则共同构成的法律体系,基本覆盖了大数据杀熟的主要环节。消费者权益保护规则处理不合理价格结果,个人信息保护规则限制平台利用消费者数据进行自动化决策,算法治理规则则对具体算法应用提出公平和透明要求。规则数量已经不少,真正困难的是消费者如何证明自己的案件符合这些规定。

3 消费者公平交易权保护中的主要适用困难

3.1 正常差异化定价与大数据杀熟的界限仍不够清楚

差异化价格并不一定违法,这是认定大数据杀熟时必须面对的问题。平台可能提出库存变化、服务时间、交易地点、会员等级、优惠活动、市场供求等多种理由。如果看到不同价格

就直接认定为侵权,会对经营者正常定价产生过度限制。伍雅莉认为,目前大数据杀熟在认定中仍存在“差别待遇”“合理定价”等概念边界不够明确的问题^[15]。王文雅也指出,学理与实践对大数据杀熟的法律性质和认定方式仍有分歧,这直接影响消费者权益保护规则的适用^[16]。

判断关键不应是“价格是否相同”,而应当考察几个具体因素:消费者之间是否购买同一商品或者接受同一服务;交易时间、数量、会员权益等主要交易条件是否基本相同;是否存在真实、合理且能够说明的价格差异原因;价格差异是否与消费者个人画像、消费习惯或者支付能力预测有关。这几个条件能够把普通动态定价和大数据杀熟作基本区分,也比较适合司法实践操作。

3.2 消费者很难取得能够证明算法运行的证据

大数据杀熟维权中最突出的问题往往不是没有权利,而是没有证据。普通消费者能够保存订单截图、付款记录以及不同账号显示的价格,但这些材料通常只能证明“存在价格差异”,无法继续证明为什么产生差异。贺栩溪、文颖琳指出,司法实践中大数据杀熟案件数量较少,已经进入诉讼的案件也常受到举证困难、认定标准缺失等因素影响^[17]。贺晨轩、蒲朦朦同样把举证困难和诉讼成本较高视为消费者救济中的重要障碍^[1]。

算法模型、用户标签、定价变量以及后台交易记录主要掌握在平台手中。要求消费者完整证明“平台收集了哪些信息—这些信息如何形成用户画像—用户画像如何进入定价算法—算法最终如何导致价格提高”,实际上很难完成。即使消费者使用不同手机或者不同账号进行比价,这类测试仍可能受到时间、优惠活动和账户等级等因素干扰。消费者证明到一定程度后,应当由平台解释价格差异的合理原因,这比要求消费者直接取得平台算法代码更加现实。

3.3 平台经营自主权与消费者公平交易权需要合理协调

平台对商品和服务具有一定自主定价空间。市场价格本来就可能根据供求关系和经营

策略变化。公平交易权保护不能演变成要求经营者实行统一价格,否则会限制正常的市场经营。谢建超从反垄断法角度指出,对大数据杀熟的规制还会遇到市场支配地位、竞争效果和正当理由判断等问题^[18]。胡晓也认为,平台可能以经营必要性和效率提升为理由对差异化定价进行抗辩^[19]。例如,针对新用户给予首次注册优惠、在交易淡季提供折扣、根据服务成本不同形成价差,一般具有可以说明的商业依据。相反,如果两个消费者处于基本相同的交易条件,仅因平台判断其中一人消费能力更高或者对平台依赖更强,就向其展示更高价格,这种差异就很难用正常经营需要解释。法律需要限制的是算法定价权的滥用,而不是算法定价本身。

3.4 多部法律并存增加了消费者选择救济依据的难度

大数据杀熟同时涉及消费者权益、个人信息、价格管理、算法监管甚至反垄断问题。法律依据较多有利于扩大保护范围,但也容易产生规则分散的问题。付斯元侧重反垄断法规制^[6],罗丹旖等研究则更多从算法定价和消费者权益角度展开^[20],不同研究路径反映出这一行为本身具有复合性。

对于普通消费者来说,要求其准确判断应当依据《消费者权益保护法》《个人信息保护法》还是《反垄断法》提出请求,本身就增加了维权难度。反垄断法还涉及市场支配地位、相关市场等专业判断,更不适合成为一般消费者解决小额价格纠纷的主要路径。公平交易权应当成为个体消费者寻求救济时相对直接的依据。只有当平台行为同时产生明显竞争秩序损害时,再由监管部门或者相关主体考虑反垄断规则的适用。

4 大数据杀熟中消费者公平交易权的保护路径

4.1 形成较为明确的大数据杀熟认定标准

解决规则适用困难,需要先明确什么情况下可以初步认定存在大数据杀熟。现阶段大数据杀熟的认定可以围绕交易对象、交易条件、

个人特征利用和合理理由四个因素进行综合判断。

消费者购买的是同一商品或者接受同一服务,是进行比较的基础。双方交易时间、会员等级、优惠资格、数量等条件应当基本相同。如果这些因素明显不同,本身就可能构成合理价差原因。在交易条件基本一致的情况下,还应判断价格差异是否与个人消费记录、支付能力、购买习惯等数据特征存在联系。如果平台无法说明差异具有成本、供需、促销等合理依据,则可以提高对其属于不合理差别待遇的判断可能性。郝璐瑶提出,应从技术合法性、算法透明性和结果可验证性等方面完善事实认定^[6]。这一思路值得吸收,但在消费者个案中可以适当简化。消费者并不需要证明完整的算法技术结构,只要能够提供同一商品、同等条件下存在明显差异价格等初步证据,就应当进入进一步审查。

4.2 合理减轻消费者的举证责任

举证问题是大数据杀熟规则能否真正发挥作用的关键。现阶段如果完全按照“谁主张、谁举证”要求消费者证明平台算法内部运行过程,很多案件事实上无法进入实体判断。贺栩溪、文颖琳主张适度缓和消费者在大数据杀熟案件中的举证责任^[17]。阚玉茜也提出,在算法价格歧视纠纷中应优化举证规则^[7]。这种思路符合平台和消费者之间实际掌握证据能力明显不对等的情况。

可以建立“消费者初步证明—平台具体说明”的举证方式。消费者提供订单记录、价格截图、不同账号或者设备的比价结果,能够初步证明同等条件下存在持续或者明显价差后,不应继续要求其取得算法代码。平台应当说明价格形成的主要因素,并证明差异来自合理经营原因。这里也没有必要要求平台向消费者公开全部算法源代码。算法可能涉及商业秘密,完全公开也并不能保证普通消费者看得懂。更可行的做法是要求平台对影响本次交易价格的主要因素作出解释,在争议较大时再由监管部门、法院或者专业第三方进行技术核验。

4.3 强化平台算法解释和定价透明义务

价格形成机制完全不透明,是消费者产生不公平感的重要原因。平台可以实行动态定价,

但应当让消费者知道哪些类型的因素可能影响价格。如果使用会员等级、购买时间、库存或者促销资格形成差异,也应当能够给出基本说明。《个人信息保护法》已经要求自动化决策保持透明、公平、公正。牛骋斐指出,现行规则在算法解释具体内容、解释方式以及“重大影响”判断等方面仍需要进一步明确^[11]。张璐瑶也把增强算法透明度作为规制大数据杀熟的重要路径^[4]。

算法透明并不是要求平台公布全部技术细节,而是使影响消费者权利的重要规则具有一定可理解性。平台至少应当区分“基于市场条件的动态定价”和“基于消费者个人特征的个性化定价”。涉及后者时,应设置更加严格的内部审核机制。市场监管部门近年来也在加强平台经济和算法经营行为监管。相关研究指出,提高经营者集中和平台市场监管效能,有助于维护公平竞争和良好市场秩序^[21]。莫沁姿、易卫中进一步提出,应从市场监管角度建立平台经营和算法规则的合规保障机制^[13]。相比消费者发现问题后单独起诉,事前和事中的算法检查具有更低的社会成本。

4.4 完善消费者救济和公益保护机制

大数据杀熟造成的单次经济损失可能只有几元、几十元或者数百元,但消费者通过诉讼维权需要投入时间和费用,这造成典型的小额分散损害问题。即使消费者能够胜诉,仅退还差价也未必具有足够的行为纠正效果。王文雅提出,应通过合理分配举证责任、完善消费公益诉讼和线上纠纷解决方式改善消费者救济^[16]。马云竹也认为,可以进一步发挥公益诉讼在个人信息与消费者公共利益保护中的作用^[12]。对于大量消费者受到相同算法规则影响的情况,仅依靠个人诉讼并不经济,消费者组织、检察机关以及市场监管部门介入更具有实际意义。

但惩罚性赔偿的适用仍应谨慎。不能只要

出现价差就直接认定平台存在欺诈并承担高额赔偿。需要结合平台是否故意隐瞒差异化定价、是否持续利用消费者个人数据牟取不当利益、影响消费者数量以及是否及时改正等因素判断。孙越溪提出的事前算法公平控制、事中差异化定价监管和事后侵权追责相衔接的治理思路^[8],对于消费者公平交易权保护具有一定参考价值。单纯增加消费者起诉机会并不足以解决算法黑箱问题。更有效的方式是让平台承担内部合规义务,由监管部门具有必要的技术检查能力,同时为消费者保留便捷的投诉、解释请求和诉讼渠道。

5 结语

大数据杀熟并不是所有差异化定价行为的统称。平台根据成本、供求、交易时间和真实促销条件进行价格调整,属于正常经营活动。需要法律介入的是平台利用消费者个人数据和算法优势,在消费者并不知情的情况下,根据消费能力、交易习惯或者支付意愿,对处于基本相同交易条件的消费者设置缺乏合理理由的不利价格。

现行法律已经为规制此类行为提供了较为明确的基础。《消费者权益保护法》确立公平交易权,《消费者权益保护法实施条例》直接限制同等交易条件下消费者不知情的差异价格,《个人信息保护法》和算法推荐规则又从自动化决策角度禁止不合理差别待遇。现阶段更突出的问题已经不是法律完全缺位,而是认定和举证困难。

消费者保护的重点也不宜放在复杂的算法技术分析上。明确同一商品、同等交易条件、个人特征利用和合理理由等基本判断因素,允许消费者完成初步举证后由平台解释价差原因,再配合算法合规监管和公益救济,可以在不过度限制平台正常定价的情况下,提高公平交易权保护的实际效果。

参考文献:

- [1] 贺晨轩,蒲朦朦. “大数据杀熟”行为中消费者权益保障问题研究[J]. 中国价格监管与反垄断, 2026(7):66-68. 2026. 7. 20
- [2] 张浩天,谢智勇. “大数据杀熟”的实施流程、规制现状及监管路径研究[J]. 中国市场监管研

究, 2026(5):47-52. 2026. 5. 15

[3]Ma H. An Empirical Analysis of Big Data Killing Phenomenon in Ride-Hailing and Food Delivery Platforms[J].Critical Humanistic Social Theory, 2025, 2(4).

[4]张璐瑶. 大数据“杀熟”行为的法律规制研究[D]. 济南:山东政法学院, 2025.

[5]付斯元. 平台经济下“大数据杀熟”的形成机制、现实困境与规制因应[J]. 产业创新研究, 2026(13):71-73. 2026. 7. 15

[6]郝璐瑶. 大数据杀熟事实认定研究[D]. 南宁:南宁师范大学, 2025.

[7]阚玉茜. 算法价格歧视侵害消费者权益的法律规制研究[D]. 济南:山东政法学院, 2026. 2026. 8. 15

[8]孙越溪. 数字防伪与品牌保护视域下人工智能算法侵害消费者公平交易权法治保障研究[J]. 中国品牌与防伪, 2026(15):190-192. 2026. 8. 8

[9]陈燕. “大数据杀熟”视角下消费者权益保护研究[J]. 河北企业, 2026(7):153-156. 2026. 7. 10

[10]袁玉晴, 陈哲, 阎其华. 聚焦数字经济: 针对大数据“杀熟”现象的法律困境与规制出路[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2026, 23(7):83-86. 2026. 6. 12

[11]牛骋斐. 电商平台自动化决策下个人信息保护研究[D]. 石家庄:河北经贸大学, 2026. 2026. 8. 15

[12]马云竹. 数字时代我国消费者个人信息保护研究[D]. 扬州:扬州大学, 2025.

[13]莫沁姿, 易卫中. 平台经营行为与算法规则的合规性保障——基于市场监管的角度探讨[J]. 中国品牌与防伪, 2026(10):13-15. 2026. 5. 23

[14]卫镒硕. 人工智能生成式广告的伦理问题探析[J]. 国际公关, 2026(11):170-172. 2026. 6. 15

[15]伍雅莉. “大数据杀熟”的法律规制研究[D]. 株洲:湖南工业大学, 2025.

[16]王文雅. 消费者权益保护视角下“大数据杀熟”行为的法律规制研究[D]. 汉中:陕西理工大学, 2025.

[17]贺栩溪, 文颖琳. “大数据杀熟”民事侵权救济研究[J]. 武陵学刊, 2026, 51(4):71-79. 2026. 7. 20

[18]谢建超. 大数据“杀熟”行为的反垄断法规制研究[D]. 济南:山东政法学院, 2026. 2026. 8. 15

[19]胡晓. 大数据杀熟行为的反垄断法规制困境与优化路径[D]. 太原:山西财经大学, 2025.

[20]罗丹旖. 算法定价模式下消费者权益保护研究[D]. 昆明:昆明理工大学, 2025.

[21]市场监管部门价监竞争反垄断重点工作探讨与实践[J]. 中国价格监管与反垄断, 2026(8):9-18. 2026. 8. 20

版权声明

© 2026 作者版权所有。本文依据“知识共用署名 4.0 国际授权合约”(CC BY 4.0) 以开放获取方式发布。该许可允许使用者在任何媒介中自由使用、复制、传播与改编文章(含商业用途), 惟须明确署名原作者及出处, 并注明所作修改(如有)。完整协议详见: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh-hans>

出版声明

所有出版物中的陈述、观点及资料仅代表作者及供稿者个人立场, 与 Brilliance Publishing Limited 及/或

编辑人员无关。Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员对因内容所提及的任何理念、方法、说明或产品所导致的人身或财产损害概不负责。