

多元规制视角下消费者个人信息权益的反垄断法保护^{*}

沈雅君, 黄佳钰

(华侨大学 法学院, 福建 泉州 362021)

摘要: 消费者个人信息已与价格同等重要, 共同构成消费者福利的主要内容。当前平台企业过度利用或侵害消费者个人信息增强自身竞争优势的现象普遍。既有的“个人本位”与“国家本位”路径不足以规制消费者个人信息被违规收集、非法滥用等行为。除了对个人信息进行专门立法保护外, 亦应引入反垄断法保护, 实现对个人信息保护的补充与强化。可将侵犯消费者个人信息的垄断行为类型化为以个人信息聚合为目的的经营者集中、算法价格歧视、算法合谋行为。通过多元共治, 强化平台经营者的社会责任, 促进消费者个人信息的有序共享, 实现个人信息保护与数据经济市场发展的动态平衡。

关键词: 多元规制; 消费者个人信息; 社会本位; 反垄断法保护

中图分类号: D923.8

文献标识码: A

DOI: 10.19358/j.issn.2097-1788.2024.12.013

引用格式: 沈雅君, 黄佳钰. 多元规制视角下消费者个人信息权益的反垄断法保护 [J]. 网络安全与数据治理, 2024, 43(12): 88-93.

Anti-monopoly law protection of consumer personal information rights and interests from multiple regulatory perspectives

Shen Yajun, Huang Jiayu

(Law School, Huqiao University, Quanzhou 362021, China)

Abstract: Consumer personal information has become as important as price and is the main content of consumer welfare. At present, it is common for platform enterprises to over-use or infringe consumers' personal information to enhance their own competitive advantages. The existing "individual-based" and "state-based" approaches are insufficient to regulate the illegal collection and abuse of consumers' personal information. In addition to the special legislative protection of personal information, anti-monopoly law should also be introduced to supplement and strengthen the protection of personal information. The types of monopolistic behaviors that infringe consumers' personal information can be transformed into operator concentration, algorithmic price discrimination, and algorithmic collusion for the purpose of personal information aggregation. Through multiple co-governance, the social responsibility of platform operators can be strengthened, the orderly sharing of consumers' personal information can be promoted, and the dynamic balance between personal information protection and the development of the data market can be achieved.

Key words: multiple regulation; consumer personal information; social standard; anti-monopoly law protection

0 引言

2021年4月, 特斯拉车主维权事件引发了社会的广泛关注。车主多次要求特斯拉公司提供事发前半个小时的完整行车数据报告, 但一直未得到特斯拉公司的回应^[1]。维权事件发生后, 在市场监督管理局介入下, 特斯拉公司迫于压力公布了一份行车数据报告, 但车主对

这份数据的真实性存有异议。该事件反映了智能网联汽车消费者维权的普遍困境, 即消费者维权必须依据汽车数据, 而数据却掌握在汽车制造商手中。

特斯拉车主维权事件仅是数字时代消费者维权困难的冰山一角, 其深层问题是: 数字化背景下, 如何在企业的权益与消费者的个人信息保护之间寻求制度平衡? 对此, 学界常以“个人本位”^[2]与“国家本位”^[3]两条路径展开研究。然而, 两种路径都不足以规制消费者个人信息被违规收集、非法滥用等行为。在既有路径存

^{*} 基金项目: 福建省社科基金特别委托省法学会专项课题 (FJ2021TWFX006); 福建省委统战部 B 类人文社科项目 (TB23058s)

在消费者个人信息保护困境的情况下，已有学者从社会本位路径展开研究，将目光锁定至反垄断法。就反垄断法是否应当保护个人信息学界有不同声音。反对者认为，反垄断法主要追求经济效率，与个人信息保护目标不同^[4]，不应将包括消费者隐私保护在内的其他问题纳入反垄断法的考量范围^[5]；同时，个人信息的隐私性是因人而异的，可能有的消费者为了获得便捷的服务而自愿放弃个人信息^[6]。支持者认为，数字时代个人信息与垄断行为呈现出“剪不断、理还乱”的复杂关系，反垄断法应当实现从“关注价格”向“关注个人信息保护”的制度转型^[7]，且面对公私法保护明显不足的情况，支持反垄断法来修复^[8]。综上，本文提出“反垄断法补强个人信息保护”这一观点：除了对个人信息进行专门立法保护外，亦应引入反垄断法保护，实现对个人信息保护的补充与强化。为证成该观点，本文以社会本位为切入点，分析反垄断法补强保护的优势、必要性及可行性，进而构建契合数据市场发展需要的消费者个人信息反垄断法保护方案。

1 数字时代消费者个人信息纳入反垄断法保护的必要性

1.1 数字时代个人本位的个人信息权益保护模式失灵

知情同意是消费者保护个人信息权益的重要制度。应然状态下，互联网平台收集使用消费者个人信息时，应当征得消费者的授权同意。但实然状态下，知情同意制度在消费者个人信息保护中的运用效果却不尽人意。尽管各法都以消费者个人控制为核心，赋予了其保护个人信息的权利，但现实情况却是消费者屡屡让步与妥协。从个人本位角度来讲，消费者应当对个人信息享有绝对控制权，以体现强烈的个人信息和隐私观念意识。然而，在人工智能等科技蓬勃发展的数字时代，消费者对个人信息并非具有绝对控制权。由众多脱敏的个人信息组成

的数据，具有一定的公共性，这也导致了个人本位模式保护消费者个人信息的局限性。如果消费者个人不让渡部分个人信息，那么数据市场将无法发展，社会也将无法进步。法国政治学家托克维尔曾说，个人主义是一种只顾自己而又心安理得的情感，它会破坏所有美德，最后沦为利己主义^[9]。因此，过分强调个人本位，强调消费者对个人信息的绝对控制既无法实现既有目的，也会阻碍数字经济发展。

1.2 数字时代国家本位个人信息权益保护模式的失灵

公法保护消费者个人信息是一种以国家保护义务为基础的权力模式^[3]。目前公法保护主要以事后责罚为主，事前防御不足，尚未形成消费者个人信息的全周期动态保护模式。国家对市场中处于弱势群体的消费者进行倾斜性保护的方式，只能解决纵向结构失衡的部分问题^[10]。同时，互联网的高速发展，使得在《个人信息保护法》中统称“个人信息处理者”的平台私主体与政府组织的公法义务属性尤为明显^[11]。这使得同为私主体的平台与消费者之间的地位与权利极其不平等，也使得以往的国家消极保护模式难以适应数字时代消费者个人信息保护。相较于国家权力型信息处理者，基于技术优势和数据优势而兴起的社会权力型信息处理者，更应当负有尊重消费者人格尊严的义务，并将其具体化至个人信息保护之中。

1.3 数字时代社会本位个人信息权益保护模式的补强

通过前文分析可知：仅依靠个人本位或国家本位路径不足以规制消费者个人信息被违规收集、非法滥用等行为。若要充分保护消费者个人信息，宜引入以社会本位为导向的反垄断法制度，通过禁止垄断和限制行为，维护公平自由的市场竞争秩序，防止信息收集者以垄断行为损害消费者个人信息和减损消费者福利。因此，本节分析推导如图1所示。

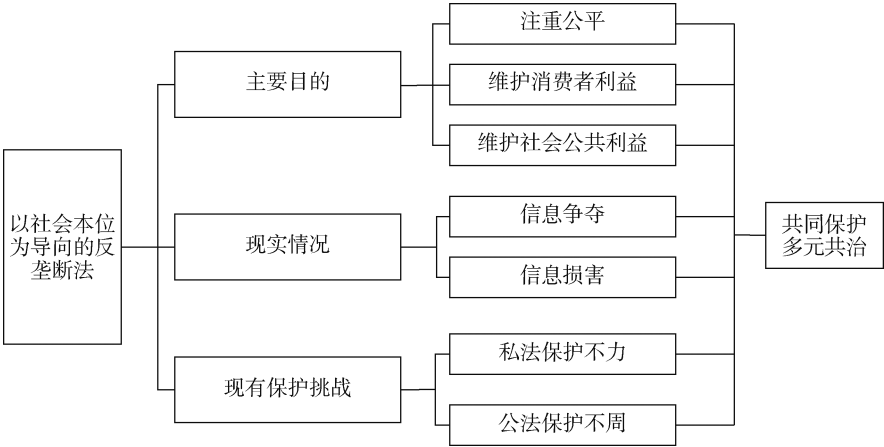


图1 反垄断法保护消费者个人信息必要性分析图

当前,信息争夺和信息损害在互联网领域激烈上演。众多平台企业或个人信息处理者都倾向于收集消费者更多的个人信息,以此来丰富企业数据库和间接帮助企业提高利润。但当逐利的企业违规或过度收集消费者个人信息后,将这些信息用于营利活动,则有可能损害消费者合法权益。作为交易商品的个人信息,将损害消费者的隐私权和个人信息权益;作为算法歧视原料的个人信息,将损害消费者的公平交易权和知情权;作为排挤对手工具的个人信

息,将直接提高其他企业进入市场的壁垒,间接限制了消费者的选择权。

因此,以社会本位为导向的反垄断法应当对消费者个人信息保护进行补强。首先,反垄断法的立法目的就是为了预防和制止垄断行为,维护消费者利益和社会公共利益。通过规制垄断行为,直接管理平台企业和经营者,从而间接保护消费者个人信息。其次,注重公平是反垄断法和社会本位共同的价值追求。作为信息来源的消费者与作为信息处理者的平台企业,二者之间是不平等的。“二选一”的隐私服务政策,严重削弱了消费者个人权利,使得平台企业更加无视消费者合法权益。由此形成的数据所带来的竞争优势,会损害平台间的公平竞争,也会损害其他经营者的合法利益。若平台企业通过损害消费者合法权益来取得竞争优势,无疑是变相鼓励其他企业破坏市场公平和损害个人权益。再次,数字时代平台企业之间的竞争重点已从传统的价格领域转变为个人信息保护、应用创新等综合竞争因素。实践中,平台企业已经在个人信息保护与收集方面展开了各种竞争。这说明个人信息保护已与企业、企业垄断行为产生了密切联系,应当将反垄断法纳入个人信息保护的体系之中。最后,反垄断法针对企业垄断行为会综合考虑多重因素、多方利益,符合社会本位维护公共利益和促进数字社会发展的基本逻辑。由此,反垄断法以平台企业为主体、以垄断行为为规制目标,与其他各法一起共同保护消费者个人信息,形成多元共治的严密保护体系。

2 数字时代消费者个人信息反垄断法保护的可行性

2.1 理论可行性

首先,由芝加哥学派衍生出来的消费者福利标准,随着社会的发展,其内涵正被人们不断丰富^[12]。消费者福利标准包括经济利益因素(如消费者个人信息保护水平是质量的一部分),也包括非经济利益因素(如消费者选择空间、选择能力)。质量作为非价格竞争的重要因素,表明了消费者个人信息应当被考虑纳入反垄断法保护之中。且面对算法技术的广泛应用与侵害消费者权益的规模性、集中性特点,从消费者利益角度去评估商品、

选择空间等方面,可以绕开企业信息私密化的难点,从而化解取证困难和计算繁琐的问题。

其次,杠杆理论在数字时代引起了充分关注,是识别企业是否滥用市场支配地位的重要分析工具。平台企业通过对海量消费者个人信息的收集分析,形成巨大的数据库,从而为企业捕捉消费者需求动向等提供智能化分析。一旦平台企业准确把握流量风口,增强与消费者的黏合度后,很可能利用已有的数据集中优势和运用杠杆,将其垄断地位延伸至其他领域,形成双轮乃至多轮垄断^[13]。《反垄断法》第9条更是首次从法律层面明确强调利用数据等优势从事垄断行为的违法性。基于消费者个人信息是数据的最初来源之一,需要对其进行反垄断法保护。

最后,以亚当·斯密(Adam Smith)“看不见的手”为基础的“公共利益理论”认为,为了及时纠正市场“失灵”所导致的低效率和不公正等问题,政府应当对其进行监管,以达到资源有效配置、保护社会公共利益的目的。时代的不断发展使得上述理论不断更新迭代。它们正是支撑着反垄断法保护消费者个人信息的重要思想基础。在遵循利益衡量、社会本位等原则时,依托以上理论对消费者个人信息实施包括反垄断法在内的全方位全周期的保护,将有利于减少违法违规收集现象,进而维护消费者个人信息和国家信息安全^[14]。

2.2 实践可行性

2.2.1 域外消费者个人信息反垄断法保护的实践经验

随着域外市场利用垄断行为侵害消费者个人信息的现象愈发增多,域外监管机构开始针对个人信息保护进行反垄断执法。譬如,Google与DoubleClick收购案。美国隐私组织数字民主中心(CDD)和欧洲消费者组织(BEUC)表示,相关组织对Google收购DoubleClick可能造成隐私侵犯和限制消费者对互联网内容选择没有进行足够的考虑。2023年1月,美国司法部与美国八个州联合起诉Google,指控其凭借垄断优势,以打压发行商广告服务器、广告主广告网络和对手广告交易平台,并要求法院裁定对谷歌的数字广告业务进行拆分。这表明企业并购会影响消费者个人信息权益和消费者福利。如果事前不采取预防机制,将会使得消费者的个人信息保护水平下降且损害消费者其他合法权益。

欧盟地区对消费者个人信息反垄断法保护的态度经历了从回避向认可的转变过程。最初,欧盟认为专门的《一般数据保护条例》(GDPR)足以解决个人信息保护问题,不应当轻易使用反垄断法进行规制^[15]。德国脸书案是运用反垄断法保护个人信息的初步探索。该案于2016年3月进行调查,2017年12月进行初步评估,2019年2月进行最终意见,裁定禁止脸书从第三方网站收集用户

个人信息，尤其是将数据关联到用户账户，必须得到用户的“自愿同意”。德国卡特尔局认定脸书不当收集大量用户个人信息，获取更多数据优势，从而增强公司在数据市场的竞争优势，抬高了对对手公司进入数字市场的成本。脸书案中，德国卡特尔局首次回应了平台企业违反个人信息保护规则是否同时导致市场支配地位滥用的问题并明确支持将个人信息权益保护纳入反垄断法考量因素。此后，欧洲议会正式通过《数字市场法》（DMA）和《数字服务法》（DSA）。通过“守门人”制度，加强大型平台企业对其他平台企业和消费者的义务。这些都体现了域外国家在治理企业垄断行为时将反垄断法和数据保护法交叉适用，以期维护消费者个人信息权益。

2.2.2 国内消费者个人信息反垄断法保护的实践探索

目前我国反垄断法执法机构已然关注到数据竞争会限制消费者选择空间、减损消费者福利。依据《反垄断法》第17、47、49条规定，市场监管总局责令阿里巴巴集团和美团停止“二选一”违法行为，并进行了相关处罚。从公布的调查结果来看，“二选一”行为排除、限制了市场竞争，侵害了商家的合法利益，损害了消费者的选择空间和范围。不仅如此，我国亦针对涉消费者个人信息的反垄断交叉问题采取了一系列措施。比如，2021年2月在《关于平台经济领域的反垄断指南》第16条中发出警示：如果具有市场支配地位的平台企业“强制收集非必要用户信息”，可能构成滥用市场支配地位^[16]。再如，“大数据杀熟第一案”中，浙江中院将利用消费者个人信息实施侵犯消费者合法权益的行为作为判断“大数据杀熟”的依据之一^[17]。以上举措可以看出，国家机关在认定垄断行为时已将限制或损害消费者选择空间和个人信息权益的行为作为重要参考因素，这是我国将消费者个人信息纳入反垄断法保护的积极探索。

3 数字时代消费者个人信息反垄断法保护的法律方案

3.1 基本模式：多元共治，促进个人信息的有序共享

数字时代消费者个人信息反垄断法保护的基本模式应立足于多元共治，促进个人信息有序共享，使得消费者利益与社会整体利益、数字市场发展与数据保护达到良性动态平衡。

3.1.1 多元共治

消费者的个人信息权益是个人权利和自由的重要表现，也是人格尊严的重要体现。除对个人信息处理者的处理行为本身进行限制外，还需从国家监管、行业自律和社会监督三个层面来规制个人信息处理者对消费者个人信息的处理行为，使得个人信息的处理行为合法、正当且合理。第一，国家监管层面。2023年国家数据局的

成立，改变了以往多个部门管理信息的现状，体现了我国对数据资源整合、利用、安全与发展的高度重视。近年来，国家部门制定各种信息安全措施，规范企业合规义务，提高企业信息收集透明度，各地纷纷响应，推动着个人信息保护央地、条块的协同发展。通过表1可知：公安、网信部门是个人信息保护行政处罚的主力军。在这些案件中，机构对个人信息的侵犯频率和程度更为严重。第二，行业自律层面。鼓励行业自律以及行业内部之间相互监督。各平台企业加强合作，合力制定行业自律公约。在“3Q大战”二审终审判决中，最高院认可一审法院对互联网协会《互联网终端软件服务行业自律协会公约》援引，认为其是法院发现和认定行业惯常行为标准和公认商业道德的重要渊源之一。因此，今年制定的《互联网信息服务算法推荐合规自律公约》对于规制企业算法对个人信息的收集具有重要意义，也有望在未来判决理由中得以运用。第三，社会监督层面。应充分发挥媒体的宣传与监督作用，通过官网、微信公众号等途径，发布违规收集个人信息的企业名单，并督促整改。目前工信部已就侵害用户权益行为的APP名单进行定期通报。另外，通过个人信息与反垄断的典型案件和专题报告，扩大宣传教育，警示其他企业，鼓励消费者保护自我权利。

表1 个人信息保护行政处罚案例一览表

项目	种类	数量/件
主体分类	市场监管	12
	金融	3
	互联网	218
	公安	739
	交通运输	1
	安全监管	3
执法级别分类	中央	2
	省级	23
	市级	152
	区/县级	581
处罚对象分类	机构	673
	个人	85

注：数据来源北大法宝（截至时间：2024年9月15日）

3.1.2 促进个人信息的有序共享

数据共享是互联网赖以生存的基本规则，是数字社会发展的重要环节，但是需要对信息共享进行有力监管，保证消费者和平台企业权利的合理分配。数据是消费用户和平台企业共同作用而产生的。平台企业通过对大量个人信息的处理形成数据，并对数据进行利用和交易。首先，数据利用可以使企业精准分析消费者喜好和产出

受欢迎的数据产品。这对企业的长远发展具有重要意义。其次,企业之间数据交易可免费可收费。若数据免费,则打击了现有企业的积极性,也磨灭了创新的热情;后进入市场的企业会毫不费力地获得数据库,大大减少了创业成本。若数据收费,则初创企业要么向已有数据的企业缴纳费用获取信息,要么前期投入大量资金累积消费者个人信息。这两种选择都反映了互联网领域先进企业的优势性与后进入企业的劣势性,阻碍了数据的有序共享。目前,我国已出台“数据二十条”等政策措施,力求为数据有序共享保驾护航。因此,消费者个人信息的共享应当找寻个人权益和公共利益的最优解,使得数据得以高质高效流转,发挥其经济价值;也使得消费者个人信息权益减少被侵害的风险。

3.2 具体方案: 规制侵犯消费者个人信息的类型化垄断行为

3.2.1 规制以消费者个人信息聚合为目的的经营者集中

实践中,数据驱动型并购的典型特征是,实行以消费者个人信息聚合为目的之经营者集中的企业往往是先进入市场且具有一定实力的现有企业,被并购方通常是刚进入市场且数据资源丰富的初创企业。以滴滴与快的、优步的“补贴大战”为例,滴滴通过合并、互持股份等方式,使得市场地位不断提升。在“补贴大战”中,流量争夺的本质是数据资源的聚合与竞争,其中包含了大量的消费者个人信息。2022年,经国家网信办查实,滴滴存在过度收集乘客人脸识别信息等违法违规行^[18]。可见,现有企业为了自身的发展,既会通过并购初创企业获得其数据资产,也会通过违规手段过度收集个人信息,以此进一步巩固自身资源优势和地位优势。

为此,应当从以下两个方面来规制:第一,改进界定“相关市场”的分析工具。相较于传统的 SSNIP 市场界定法,SSNDQ 测试法和 SSNIC 测试法分别从服务质量、消费者时间成本和个人信息成本等角度来分析企业垄断行为,客观上弥补了当前工具的不足,但仍有改进空间。第二,优化事前审批制度。由 Facebook/WhatsApp 合并案可得教训,相关机构在审批时应当附条件批准,以约束企业做出降低消费者个人信息保护水平的行为。同时,并购申报应当在分级分类的基础上采取以交易额、市场份额、数据、用户规模、科技创新为主的综合申报标准,辅以企业主动自愿申报机制^[19]。

3.2.2 规制滥用消费者个人信息的算法价格歧视

经调查,64.33% 受访者表示有过被“大数据杀熟”经历^[20]。算法的专业性和运作的不透明性,易导致同时同地下单同款物品却支付不同价格的消费者产生不公平感。算法价格歧视必将损害消费者的信赖,最终导致信息收集渠道枯竭并影响社会公共利益。因此,应对平台

企业处理消费者个人信息进行必要的监管,以实现保护消费者权益和经营者创新发展的平衡。

一是优化维权渠道,鼓励消费者积极行使权利,督促平台价格透明化。相关组织应当积极为消费者提供申诉渠道。当前,我国《个人信息保护法》第 70 条规定违法处理个人信息,侵害众多个人权益的,有关组织可以向法院提起诉讼。通过赋予以消协为代表的有关组织提起消费者个人信息保护公益诉讼的权利,使得联合的众多消费者与平台经营者形成势均力敌的诉讼对抗局面,有利于震慑平台经营者的违法垄断行为^[21]。同时,针对消费者个人维权难的问题,应调整举证分配责任,以减轻消费者的证明负担。

二是强化平台经营者的算法合规责任。虽然定价行为是经营者的自主权之一^[22],但其仍应当遵守收集消费者个人信息的合法、正当、必要原则,否则可能被认定为滥用市场支配地位中的差别待遇。在保护算法技术的底层知识产权、鼓励平台企业积极创新的同时,亦应强化平台经营者的算法合规责任。一方面,应将算法全过程嵌入共善理念。算法“技术中立”论不应是平台企业肆意侵权和规避责任的借口。另一方面,应提高算法的透明性。网络消费中,若出现不同的人对相同的物品的价格不同,消费者的反应则是被“大数据杀熟”了。但是并不是所有的价格差异都是算法歧视所导致的。因此,在民生领域中,可以考虑将不涉及商业秘密的基础算法程序公开,以便公众了解算法的运行机制。通过让公众参与算法治理,可以打破对算法的偏见,也可以及时收集公众的意见,针对性地对算法进行优化。

综上,通过优化消费者行权渠道、强化平台经营者合规责任与国家机关的有力监管,形成平衡机制以矫正双方间权利失衡的局面。由此,提高平台企业利用算法进行价格歧视的违法成本,消费者也能在竞争有序的市场中感受到价格的合理性、信息保护的全面性和服务的周知性,进而提升消费体验感和社会福利。

3.2.3 规制对消费者个人信息不利的算法合谋行为

在数字时代,算法合谋属于算法滥用行为,是打击垄断行为、维护市场秩序的重点领域。当市场上大多数平台企业都只关注数据垄断而不重视个人信息保护时,则会减损消费者对市场的信任。信任一旦崩塌就很难修复,也会导致数字经济的发展陷入缓慢甚至停滞状态,不利于市场的创新和数字社会的建设。算法合谋行为具有极强隐蔽性,仅凭消费者个人的知识能力难以察觉,应将算法合谋行为纳入反垄断法规制的范围内,具体如下:

一是对垄断协议作扩大解释,将算法合谋视为垄断协议^[23]。根据《反垄断法》规定,垄断协议是指排除、

限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。当算法的使用导致竞争者之间存在“相互依赖”关系，即当算法之间存在“行为跟随、决策趋同、相互‘惩罚’等涉嫌垄断”的情形时^[24]，即可将该算法合谋行为视为垄断协议。当平台企业针对个人信息保护水平进行合谋，以削减对信息保护技术的研发投入时，就会使消费者个人信息陷入危险状态，也威胁着市场稳定和国家数据安全。

二是通过实质审查，将算法合谋行为纳入《反垄断法》第17条规定的“市场支配地位”。《反垄断法》第17条第2款规定了判断“市场支配地位”的两个标准：一是经营者能够控制商品价格、数量或者其他交易条件；二是经营者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。应通过实质性审查，将算法合谋行为纳入第二种标准内。消费者个人信息对平台企业的经济价值巨大，通过算法合谋行为可能存在排除其他潜在经营者的垄断行为，因此对算法合谋的反垄断规制应做到“未雨绸缪”。

4 结束语

个人信息是数字社会发展的基础，而平台企业的垄断行为也从传统市场中的价格等方面转至个人信息等方面。作为数字时代背景下的垄断行为，反垄断法理论和制度应当适时调整。本文以消费者群体为出发点来探讨个人信息保护问题，希望人们在享受互联网便捷的同时不必担忧个人信息和隐私的收集泄露等问题。但仅通过消费者个人维权或国家保护不足以规制侵犯消费者个人信息的垄断行为，应充分调动多元主体，综合适用各专门立法，多维度、多视角地治理侵害消费者个人信息的垄断行为，实现个人信息保护与数据要素市场化发展的动态平衡。

参考文献

- [1] 澎湃新闻. 特斯拉公布“女车主维权全过程” [EB/OL]. (2021-04-28) [2024-06-16]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_12438842.
- [2] 高志宏. 大数据时代“知情—同意”机制的实践困境与制度优化 [J]. 法学评论, 2023, 41 (2): 117-126.
- [3] 王锡锌. 个人信息国家保护义务及展开 [J]. 中国法学, 2021 (1): 145-166.
- [4] OHLHAUSEN M K, OKULIAR A P. Competition, consumer protection, and the right [approach] to privacy [Z]. 80 Anti-trust L. J. 121 (2015-2016) 1: 151-152.
- [5] 唐要家. 中国个人隐私数据保护的制度选择与监管体制 [J]. 理论学刊, 2021 (1): 69-77.
- [6] 柴始青. 算法合谋反垄断规制路径探索——基于算法合谋规制取向的分析 [J]. 价格理论与实践, 2022 (1): 43-48, 101.
- [7] 焦海涛. 个人信息的反垄断法保护：从附属保护到独立保护 [J]. 法学, 2021 (4): 108-124.

- [8] 张占江. 个人信息保护的反垄断法视角 [J]. 中外法学, 2022, 34 (3): 683-704.
- [9] 托克维尔. 论美国的民主·下卷 [M]. 董果良, 译. 北京: 商务印书馆, 1988.
- [10] 杨祖卿. 数字市场中的数据隐私保护：维度拓展、实践困境及路径突破——基于反垄断法视角 [J]. 南方金融, 2023 (1): 65-77.
- [11] 李海平. 个人信息国家保护义务理论的反思与重塑 [J]. 法学研究, 2023, 45 (1): 74-90.
- [12] 张永忠. 反垄断法中的消费者福利标准：理论确证与法律适用 [J]. 政法论坛, 2013, 31 (3): 102-109.
- [13] 袁波. 必需数据反垄断法强制开放的理据与进路 [J]. 东方法学, 2023 (3): 147-161.
- [14] 龙骏腾. 大数据时代反垄断法对个人隐私权的保护路径 [J]. 人民论坛, 2022 (16): 85-87.
- [15] 潘林青. 我国个人敏感信息的界定基础及其立法表达——兼评《民法典（草案）》第一千零三十四条 [J]. 北京邮电大学学报（社会科学版）, 2020, 22 (2): 30-39.
- [16] 叶明, 张清. 反垄断法保护个人信息权益的理据与路径 [J]. 华中科技大学学报（社会科学版）, 2023, 37 (1): 85-96.
- [17] 顾玲. 平台数据垄断下个人信息的《反垄断法》保护 [J]. 经济导刊, 2023 (5): 49-55.
- [18] 人民网. 维护网络安全、保护个人信息，滴滴须牢记 [EB/OL]. (2022-07-21) [2024-06-06]. <http://opinion.people.com.cn/n1/2022/0721/c1003-32482422.html>.
- [19] 胡元聪, 魏于凯. 平台经济领域中扼杀式并购的反垄断法规制研究 [J]. 当代经济研究, 2024 (4): 88-102.
- [20] 北京市消费者协会官网. 北京市消协发布大数据“杀熟”问题调查报告 [EB/OL]. (2022-09-09) [2024-06-06]. http://www.bj315.org/xfdc/202209/t0220909_35058.shtml.
- [21] 朱建海. “大数据杀熟”反垄断规制的理论证成与路径优化 [J]. 西北民族大学学报（哲学社会科学版）, 2021 (5): 112-121.
- [22] 郑翔, 魏书缘. 算法定价模式下的消费者权益保护 [J]. 东北师大学报（哲学社会科学版）, 2022 (4): 83-90.
- [23] 何培育, 周煜. 大数据时代算法合谋的反垄断规制路径优化 [J]. 科技与法律（中英文）, 2023 (3): 68-75.
- [24] 王延川. 算法合谋的演进逻辑与治理路径 [J]. 华东政法大学学报, 2023, 26 (3): 47-58.

(收稿日期: 2024-08-17)

作者简介:

沈雅君 (2000-), 女, 硕士研究生, 主要研究方向: 数字法学。

黄佳钰 (1984-), 女, 博士, 讲师, 主要研究方向: 数字法学。

版权声明

凡《网络安全与数据治理》录用的文章，如作者没有关于汇编权、翻译权、印刷权及电子版的复制权、信息网络传播权与发行权等版权的特殊声明，即视作该文章署名作者同意将该文章的汇编权、翻译权、印刷权及电子版的复制权、信息网络传播权与发行权授予本刊，本刊有权授权本刊合作数据库、合作媒体等合作伙伴使用。同时，本刊支付的稿酬已包含上述使用的费用，特此声明。

《网络安全与数据治理》编辑部

www.pcachina.com