

| 选题（20%） | 说理（60%） | 文笔（20%） | 总分 |
|---------|---------|---------|----|
| | | | |

作者：陈力

学号：1800015477

学校院系：经济学院

提交日期：2020 年 12 月 19 日

互联网平台逻辑下的价格歧视及其合理性分析

企业对同样的商品收取不同的价格被称为价格歧视，其前提条件为企业有一定的市场影响力，存在不同支付意愿的顾客和分离的市场环境ⁱ，学习过经济学原理的同学对其应该并不陌生，而当走入互联网平台的现实，这一理论将变得更加生动。

与传统超市不同，互联网为价格歧视提供了便利的前提。各大平台基于网络而运营，每个消费者被区分为不同的账号因而被隔离，对于他人所面对的价格我们多数无从知晓，市场被划分为各个平台和每一个单独买家组成的小市场。鉴于互联网行业竞争趋于平稳，流量方面很难再有大幅度的变化，即每个平台都拥有了自身相对稳定的用户，且平台对于其用户所面对的价格也有不小的影响力。最后，在大数据盛行的现在，用户的行为、购买能力、偏好等信息都可以为互联网平台所获取，通过“大数据分析”，最终实行价格歧视。

那么价格歧视具体是如何实施的呢？价格完全相同的商品，在面对支付意愿不同的人群时，发放优惠券是平台最普遍、最通用的方法。ⁱⁱ如我们所见，打开某些 APP，优惠券几乎是五花八门，铺天盖地，但我们可以将其大略地分为两种，一种可以直接作为代金券使用，另一种则存在一定的使用门槛，如人们常说的“满减”。有趣的地方在于，直接的代金券需要消费者在所谓的“预售环节”有所作为或者通过签到等活动获取，对于支付意愿高的人来说，他们可能并不会关心这方面的折扣，或者说他们在权衡取舍中会把时间拿去做其他产生更高效用的事情，而支付意愿低的人则有更多的闲暇时间和更高的意愿来获取这些优惠，这就倾向于三级价格歧视ⁱⁱⁱ，因为在发放代金券的过程中，支付意愿不同的人自行进行了区分。而具有使用门槛的优惠券领取则较为便捷，一般只需要点击即可，这时则更倾向于二级价格歧视，因为“满减”的存在使得商品平均价格与数量挂钩，不同的“满减”门槛可以视为价格歧视的进一步区分。因此，优惠券从本质上看，就是商家为了区分出不同的支付意愿并收取不同的价格，提高收益。这也可以解答消费者们总觉得近几年的“购物节”越来越花里胡哨福利却越来越少的疑问——之前购物节多是直接采用打折或者降价的方式，这种做

法面向的是所有的消费者，且消费者的支付意愿等信息无从知晓，而现在多采用价格歧视的方法，支付意愿高的人无法或者没有意愿得到折扣，而支付意愿低的人也不能轻松得到折扣，即使得到折扣，也已经经过了商家对其支付意愿的“试探”，通俗地说，就是其消费者剩余已经遭受了一番榨取。

除了消费券，还有一些小套路或多或少也有着价格歧视的影子，例如价格保护、限时降价活动、新品的拼团购等等，它们的共同特点在于都存在一个准入门槛，支付意愿低者不厌其烦，支付意愿高者则不胜其烦，在这样的被动选择中，消费者的支付意愿得到了区分，这也是常见的三级价格歧视。

在互联网平台中，二级和三级价格歧视的用法已经发展得较为成熟，在淘宝、京东、美团、饿了么、滴滴、同程等平台都有迹可循，这些价格歧视本身是合法的，因为其可以提高社会总福利（主要是商家的效用），但是在发展中也逐渐出现了一些新的问题，平台利用信息不对称和价格歧视，对顾客进行“杀熟”。

前面已经提到，互联网、“大数据”的特点使得平台较为容易地获取消费者的各种行为信息，且消费者之间又相对隔离。在这样的条件下，某些平台试图对其掌握的用户实施不同的定价，例如某外卖平台可能对自己的会员收取更高的配送费用或者给予更低的满减优惠，某订票平台的老用户可能面对更高的票价等等，之所以选择会员用户或者老用户，是因为“他们在消费平台上遗留的数据信息相对丰富并且对惯用的消费平台具有较高的信任度和消费黏度。”^{iv}区别于之前提过的价格歧视，“杀熟”偏向于“完全价格歧视”，即一级价格歧视，这意味着在面对不同的支付意愿时，商家意图获取全部的消费者剩余，将自身的收益极大化，这不仅关乎经济学角度的社会收益，也关乎社会道德。

在我国，《消费者权益保护法》《价格法》均指出了大数据“杀熟”的违法性所在，那么为什么法律允许合理的价格歧视但不能容忍大数据“杀熟”呢？最重要的一点在于，前者是消费者自愿接受的，而后者是平台利用信息不对称有意隐瞒的，它损害了消费者的知情权，使得平台与消费者的信任关系变得不稳固，同时“杀熟”无疑损害了部分消费者的经济权益，这是不合理以及不合法的。

总而言之，合理的价格歧视是自由市场应该允许的，因为其满足了不同消费者的消费需求，增加了社会总福利。市场经济中真正重要的在于协调经营者的定价权与交易的公平之间的平衡，利用大数据的“杀熟”行为应该被依法打击，因为其打破了这一平衡——其损害了消费者的知情权和个人信息权，影响了市场经济的发展秩序。■

2000 字

WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本文字和以下内容消失)

成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ:
3049816538

【参考文献】

- 1、曼昆，经济学原理·微观经济学分册，北京：北京大学出版社，2018。7
- 2、 我们在淘宝京东拼多多买东西时，有哪些价格歧视
<https://blog.csdn.net/ityouknow/article/details/103082908>
- 3、蒋殿春，高级微观经济学[M]，北京：北京大学出版社，2006,08
- 4、 何文芳，大数据“杀熟”的违法性分析，无锡商业职业技术学院学报，2020.6，
第 20 卷 第 3 期
- 5、孔得伟，浅析信息获取、大数据“杀熟”与价格歧视，南开大学经济学院信息系统
工程，2020.10.20

2000 字