

# 三问“大数据杀熟”为何屡禁不止？

“同一酒店，不同账号查询价格相差近一倍！”“红包一开始能开出12、13元，后来开出的越来越小，只有几元钱”“我是‘钻石会员’，打车的价格却比新会员还高”……从网络投诉平台的网友留言看，令人诟病的“大数据杀熟”现象仍不时发生，这让不少消费者难以接受。

“大数据杀熟”有何新变种、新套路？“千人千价”的现象缘何屡禁不止？如何治理“大数据杀熟”？带着上述问题，记者进行了深入调研，业内人士、专家等向记者揭秘了其中的套路和症结。

## 3 “大数据杀熟”如何治理？

针对上述现象和问题，记者联系多家平台进行采访，多家平台表示不方便回应。

“大数据杀熟”顽疾该如何治理？接受记者采访的业内人士普遍认为，目前，针对“大数据杀熟”涉及的问题相关部门已经形成了一套法律规制。未来，要继续用足用好已有法律规则，与此同时，下一步治理“大数据杀熟”的重心可进一步放到健全法定价机制以及健全信息披露机制上来。

——打破“算法黑箱”。大数据规制的核心是算法监管，因此，业内人士呼吁要进一步打破“算法黑箱”。实际上，在2022年，由国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部、国家市场监督管理总局联合发布的《互联网信息服务算法推荐管理规定》明确了算法知情权、算法选择权等对算法推荐服务提供者的用户权益保护要求，对“大数据杀熟”也作出了针对性规范。朱巍建议，未来可进一步加强算法治理，出台相关的具体规定。

——加强监管技术的应用。陈音江说，如果发现平台在同一时间销售的价格存在明显差异时，要应用大数据技术加强监管和对比，筛选出重点监管对象，针对性地加强监测和监督检查。

也有业内人士建议，引导平台商户将算法伦理内化为企业准则，避免算法滥用。记者了解到，一些平台企业已经采取了一些相应的改进措施，比如，部分平台通过公布算法逻辑、价格构成等方式提升透明度，以回应社会负面舆论。另外，通过提供关闭个性化推荐的功能，让用户自主选择是否接受个性化推荐等。

——健全信息披露机制、保障消费者的个人信息权益。郑吉喆向记者介绍，平台经营者基于大数据和算法，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，通过自动化决策实行不合理的差别待遇，这违反了个人信息保护法第二十四条规定，也违反了处理个人信息的合法性原则。因此，“大数据杀熟”涉嫌侵害消费者个人信息权益。

上述从事平台经济监管研究的专家认为，虽然我国不断加强对个人信息的保护力度，但是泄露、滥用个人数据的情况时有发生。在平台已经掌握了大量数据的情况下，必须要引导平台自觉合规地对个人信息数据进行合理使用。

江苏省社会科学院区域现代化研究院副院长杜宇玮表示，应要求平台商家向用户及监管部门明确告知收集用户数据的目的、手段、范围、用途等。同时，应要求平台商家将差别化定价信息及时告知消费者，保障后者充分的知情权、选择权和公平交易权。

李三希认为，在当下，我们需要辩证理性地看待“大数据杀熟”行为。在发挥监管威慑力，提升治理手段、推进协同监管的同时，更重要的是敦促平台合规自治，从根本上打造商家和消费者之间的信任关系。

据《经济参考报》

## 1 “大数据杀熟”有何新套路？

“国庆出去玩订酒店发现，同样的房间，用自己常消费的账号订显示388元，而用不常用的账号订只要236元，价格相差近一倍！”“同样的酒店，不同平台差价将近100元。”

刚刚过去的“十一”国庆假期是居民出行旅游的高峰期，记者在社交平台看到，在购买机票和订酒店的过程中，不少消费者都觉得自己遭遇了“大数据杀熟”。

中消协公布的2024年上半年十大消费维权舆情热点之一是“平台经济‘大数据杀熟’频现”。四川省消委会日前最新发布的《网络消费者知情权保护调查报告》也显示，在经历过网络上购买商品和服务的消费者中，39.64%的受访者遇到过“大数据杀熟”的情况。

所谓“大数据杀熟”，是指经营者利用互联网平台优势收集消费者日常消费数据，依照一定的算法逻辑，输入具有推送对象与排斥对象的身份信息，自动生成和输出个性化的销售或服务定价，使不同消费者对相同销售或服务支付不同对价的行为和现象。

记者调研发现，“大数据杀熟”不断出现新的“变种”，不仅形式更加多样，而

且套路日益隐蔽。

——“随机红包”优惠力度“因人而异”。在黑猫投诉平台上，记者看到了不少关于外卖平台省钱包的投诉信息。有消费者投诉称，购买外卖平台的优惠红包，最初购买使用时开出的红包很大，有时能达到12、13元，而多次购买后开出的红包就变小了，一般只有6、7元。

黑猫投诉平台一位消费者称，一家平台组织攒奖票兑换红包或者提现的活动，该消费者攒了好多奖票准备兑换时，发现无法兑换，而同一地区、同一时间点，有朋友奖券不多却可以兑换，他认为平台对于不同账号存在区别对待。

——新老用户被“差别对待”。一些网友吐槽，预订酒店“黄金会员比普通会员贵”、打车软件“钻石会员”价格高于新会员。有网友称，用新注册的小白用户、普通会员用户和高级别的会员用户同时选购同场次电影，最便宜的是小白用户，其次是普通会员用户，而高级别的用户一张票要比小白用户贵出5元以上。还有用户反映，自己作为某平台的付费会员，一开始会得到平台送出的固定优惠券，但当优惠券用完，需要自己花钱再买优惠券时，发现要支付的价格比非付费

会员购买同样的优惠券还要贵。

——浏览页面“千人千面”且“价格浮动”。平台和企业会根据不同用户的特点推荐不同产品。如拥有较好支付能力的用户，搜索商品时会看到更多的“奢侈类”商品，预订酒店时首页会显示更多的五星级酒店。

另外，也有人反映，页面在多次浏览后价格会出现自动上涨。一些软件订房页面被浏览多了，相关酒店房价就自动上涨，营造“酒店很抢手”的错觉。小红书平台一位用户吐槽称，从在线旅游服务平台购买机票，第一次看显示是3500元，当晚准备订票时突然涨价到3900多元，第二天价格持续不降就下单了，而下单后再查询价格则立刻恢复到第一次看时的价格。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示，总的来看，“大数据杀熟”呈现隐蔽化的发展趋势。“当前很多‘大数据杀熟’不似以前那么直接，整体而言规则越来越复杂、也越来越隐蔽，但这种根据消费习惯、消费特点，提供特定商品或特定服务的行为，涉嫌侵犯消费者知情权和选择权，对消费者而言是不公平的。”陈音江说。

## 2 “千人千价”缘何屡禁不止？

以“随机”发放红包、优惠券这一常见的手段为例。陈音江告诉记者，有的平台会根据消费者的消费记录，包括消费频次、消费金额等，对用户进行分层。对于消费频次高、黏性很高的用户以及完全不消费的用户，不发放优惠券；对于有消费记录但消费频次不高，特别是单次消费金额又很高的用户，通过多发优惠券和打折券来重点培养。“这种情况表面看起来好像是随机的，很难去发现它背后的发放机制，也很难取得证据。”事实上，一些平台通常以“时间不同、地点差异导致价格浮动”“新用户有优惠”等理由，对其行为进行解释，但消费者并不认可。

从实践角度看，由于价格差异的原因无法查清，因此针对“杀熟”行为往往存在取证难和举证难。

中国消费者协会专家委员会委员、中国政法大学副教授朱巍说，“大数据杀熟”和精准营销、“千人千面”的广告是相互关联的，所以擦边球就特别多。一旦被发现有平台商家也可以说是通过精准广告去做精准营销的，并非“大数据杀熟”。

在算法隐蔽性强、侵权判定界限模糊的情况下，维权成本高是难以逾越的坎。“即便发现了价格差异，由于举证的困难，

也鲜有消费者进行维权。此外，在该类纠纷中，与消费者可能付出的维权时间、金钱成本比，价格差异所造成的消费者损失往往较小，出于成本收益的考虑，消费者缺乏动力进行维权。”北京市第三中级人民法院法官郑吉喆对记者说。

从监管角度看，由于监管成本高、难度大，针对“大数据杀熟”也难有常态化的监管。“目前来看，围绕‘大数据杀熟’，在司法实践或行政处罚实践中，还没有形成特别清晰具体的可以落地的规则。此外，因为报价有时候的确存在‘个性化’的情况，因此不像广告、虚假信息等，可以去进行一些常态化的监测。”中国社会科学院大学互联网法治研究中心主任刘晓春说。

李三希也认为，在经济分析框架下，价格歧视的实际效果需要个案判定，在认定上具有较大的模糊性。“很重要的一个影响因素是市场的结构，即它是不是一个高度垄断的市场。认定价格歧视违反《中华人民共和国反垄断法》需要经过严格的认定程序，而且前提是平台在相关市场拥有市场支配地位，这在实际操作或认定上是比较困难的，也影响规制效果。”

## 南昌一高校 发生持刀伤人事件 警方：凶手被当场控制

本报讯（奔流新闻·兰州晨报记者张鹏翔 实习生吕仁卓）10月30日，有网友在社交平台发视频称，当晚在南昌工学院发生一起男子持刀伤人事件，被捅女子伤势严重。10月31日上午，南昌红谷滩区警方发布通报称，被捅伤女生经抢救无效死亡，犯罪嫌疑人被警方当场控制。

视频中，在一个中式古典走廊，一名白衣男子持凶器将一名女生按压在地上进行捅刺，女子大喊：“我错了，我再也不敢了……”另一段视频中，被捅女子已经倒地不起，白衣男子头戴卫衣帽盘坐在跟前，两人均没有动静，几名围观群众质询该男子。有现场目击者称，女生已无生命体征。

南昌警方通报显示：“10月30日21时23分许，红谷滩区狮子山大道998号发生一起刑事案件。接警后，公安机关迅速出警赶赴现场处置。经初查，犯罪嫌疑人万某鹤（男，19岁）因情感纠纷用水果刀将何某宏（女，22岁）捅伤，导致何某宏经抢救无效死亡，犯罪嫌疑人万某鹤被警方当场控制。目前，案件正在进一步侦办中。”