

# 多次浏览后涨价 不同手机不同价 大数据杀熟 你遇到过吗

“购买相同的商品,为什么新客户会比老客户便宜?”“同一时间搜索同一航班,价钱居然相差十几元钱。”如今,信息技术迅速发展,大数据已经渗透到经济社会发展的方方面面,给生产生活带来便利的同时,也产生了很多问题,其中备受消费者诟病的是“大数据杀熟”现象。那么,什么是“大数据杀熟”,日常生活中是否遇到过“大数据杀熟”,如何避免被“大数据杀熟”呢?带着这些问题,记者进行了走访调查。 文/图 记者 姜琳琳

本店最低价

高级双床房 >

礼 视房量房态可提前至11点入住1份+花西亭海...

25m<sup>2</sup> 2张1.2米单人床 无餐食 不可取消

立即确认 体验钻石专享 ¥396 **¥232** 订

机票专享 券后价·优惠164 领券订

---

高级双床房

25m<sup>2</sup> 2张1.2米单人床

券后价·优惠164

---

行政双床亲子房

40m<sup>2</sup> 1张单人床及1张大床

券后价·优惠505

---

豪华双床房

26-30m<sup>2</sup> 2张1.2米单人床

券后价·优惠182

---

豪华大床房

27m<sup>2</sup> 1张1.8米大床

券后价·优惠188

同一日期A手机搜索酒店价格显示。

---

本店最低价

高级双床房 >

礼 视房量房态可提前至11点入住1份+花西亭海...

25m<sup>2</sup> 2张1.2米单人床 无餐食 不可取消

立即确认 体验钻石专享 ¥396 **¥230** 订

抹零价·优惠166 领券订

---

高级双床房

25m<sup>2</sup> 2张1.2米单人床

抹零价·优惠166

---

行政双床亲子房

40m<sup>2</sup> 1张单人床及1张大床

抹零价·优惠506

---

豪华双床房

26-30m<sup>2</sup> 2张1.2米单人床

抹零价·优惠183

---

豪华大床房

27m<sup>2</sup> 1张1.8米大床

抹零价·优惠190

同一日期B手机搜索酒店价格显示。

## 走访

### 新老客户待遇不同

随着互联网应用的日益深化,越来越多人习惯使用网络平台购买或者预订所需要的商品及服务,在享受互联网带来便利的同时也悄无声息地落入了“大数据杀熟”的陷阱。“我一直都是这个电商平台的会员,购买商品时可以享受会员价,平台也偶尔给我发代金券,原本我觉得这个会员买得很值,没想到被‘杀熟’了。”拉萨市民格先生告诉记者,偶然一次,他和朋友准备一起购买同一款家用小电器,两人同时在这个电商平台上搜索后发现,售价相差十几元,“我的搜索页面上显示的是会员价,居然比朋友高出十几块钱,搜索好几次结果还是一样,后来我就再也不买这个电商平台的会员了。”

格先生的遭遇并非个案,走访中,不少市民都向记者表示曾遇到过“大数据杀熟”

的情况,其中反映最多的就是有关打车出行软件。“我有段时间上班不方便开车,就经常打车去上班,每次平台显示车费都在25元左右,但后来有一次,我和朋友一起从家打车去单位,她的打车软件显示车费只要21元。”拉萨市民陈女士告诉记者,“这才意识到我可能被‘大数据杀熟’了,所以后来打车我都会多个平台搜索,选择价钱最低的平台叫车出行。”

此外,在购买商业平台会员服务方面,也有市民反映遭遇过类似情况。拉萨市民张先生告诉记者:“我习惯购买一个电商平台的包年会员,每年会员到期就会主动续费,但后来发现我作为这个平台多年的老会员,会员费为149元,但我朋友是第一次购买会员,会员费只要99元,价钱也相差太多了吧。”

## 现象

### 『大数据杀熟』普遍存在

记者了解到,所谓“大数据杀熟”,是指平台通过收集和分析用户的历史购买记录、浏览习惯、个人信息等数据建立用户画像,然后根据这些信息对新老用户采取不同定价的策略。简单来说,就是由于老用户对平台的黏性较高,就可能被收取更高的价格,而新用户则可能享受到更多的优惠。记者用A、B两部手机同时登录某电商平台,其中A手机经常用于网上购物,两部手机同时搜索“羽毛球拍包”,结果同一商品的售价A手机显示113元,B手机显示108.8元,相差4.2元。

无独有偶,“大数据杀熟”这种现象在酒店预订平台、旅游预订网站等领域同样存在。记者登录某酒店预订平台,搜索同一时段成都同一家酒店的同一套高级双床房,结果A手机显示房间售价为232元,B手机显

示房间售价为230元;而在旅游预订网站,记者搜索12月10日拉萨飞成都的同一航班,结果A手机显示经济舱机票价格为949元、头等舱为1690元,B手机显示经济舱机票价格为940元、头等舱为1670元。“我曾经也做过这样的测试,用两部手机在同一时间段登陆相同平台搜索相同的商品或服务,结果价钱却有高有低,可见‘大数据杀熟’现象普遍存在。”拉萨市民朱女士说。

随后,记者登录黑猫投诉平台,检索“大数据杀熟”关键词,目前已有高达8092条相关投诉,投诉理由多为价格短时间浮动大、不同人不同价、不同手机不同价、不同平台价格差异大、买完就大幅降价等,消费者纷纷把矛头对准主流电商、在线旅行、外卖、网约车等主流商业平台,要求这些平台提供透明的价格机制和公平的交易环境。

## 建议

### 购物时可多平台比价

2024年11月12日,网信办、工信部、公安部、市场监管总局等四部门决定自即日起至2025年2月14日开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动,提出严禁利用算法实施“大数据杀熟”,严禁利用用户年龄、职业、消费水平等特征,对相同商品实施差异化定价行为。同时,要求提升优惠促销透明度,清晰说明优惠券的领取条件、发放数量和使用规则等内容,客观如实说明优惠券领取失败原因,严禁以“来晚了”“擦肩而过”等提示词掩盖真实原因。那么,在国家已经针对“大数据杀熟”采取措施的情况下,消费者应该如何避免成为“大数据杀熟”的受害者?

首先,按照平台运行模式,“大数据杀熟”需要用户数据才可能实现,因此减少网络“留痕”在一定程度上避免被“杀熟”。消费者在网上冲浪时可通过清除浏览器cookies、使用无痕浏览模式、更换设备或账号等方式,减少平台对个人购物习惯的追踪。其次,网上购物可利用多个平台进行

比价,或者尝试使用不同的账号或设备进行查询,这样可以发现不同平台间的价格差异,从而选择性价比最高的服务。“我在网上买东西时会货比三家,在几个主流电商平台上查看同一商品的价格,再选择价格最低的平台进行购买。”拉萨市民卢先生说,“另外,我也会在购买前查看商品的历史价格走势,了解商品的价格变动,这样可以避免在价格波动时吃亏。”

如果消费者确实发现“大数据杀熟”的情况时,应该如何做呢?记者采访了相关法律专家,律师建议消费者首先保存好截图、订单记录等相关证据,可以通过平台的客服渠道进行投诉,要求平台解释价格差异的原因。如果平台的回应不能令人满意,消费者可以向市场监管部门投诉,甚至可以通过法律途径维护自己的权益。此外,消费者在面对“大数据杀熟”时,应增强自我保护意识,了解相关法律法规,增强对自身数据隐私的保护意识,避免成为“大数据杀熟”的受害者。

## 记者手记

# 多方努力 共同营造公平透明网购环境

随着数字技术的进步,每个人与大数据的关系都会变得更加紧密,而针对商业平台“大数据杀熟”行为的监管和治理显得尤为重要。首先,政府相关部门应加强监管,确保商业平台的算法透明、公正,避免利用大数据对消费者进行不公平的定价。其次,企业自身也应承担起社会责任,建立公平透明的定价机制,确

保所有用户都能在同等条件下获得合理的价格。最后,消费者也应积极学习相关知识,提高自我保护能力,提升对自身数据隐私的保护意识。只有这样,才能真正保护消费者权益,促进形成健康有序的市场环境,共同营造一个公平透明的网购环境,让每个人都能更好地享受数字技术带来的便捷。

¥949

已减 ¥20 可膨胀 >

托运行李20KG 退改98元起 经济舱3.4折 | 全额发票

! 最晚起飞前2天出票

! 旅行套餐(含旅行券) | 早鸟票

退票保障 ¥48 | 更换

退票补贴手续费 接送机6折券 爱奇艺会员卡 门票9折券

¥970

已减 ¥10 可膨胀 >

托运行李20KG 退改98元起 经济舱3.5折 | 提供行程单

! 藏航特惠专享 | 支付后预计1小时内出票

航空意外险 ¥39 | 更换

¥500万航意保障, ¥2000行李丢失 | 航空意外医疗险 ¥5万

同一日期航班A手机搜索机票价格显示。

早鸟好价

¥940

已减 ¥22 已享早鸟

托运行李20KG 退改98元起 经济舱3.4折 | 全额发票

! 最晚起飞前2天出票

! 旅行套餐(含旅行券) | 早鸟票

商旅返现 ¥88 | 更换

! 航后返现 ¥40 | 接送机6折券 >

! 24h免费退票 | 爱奇艺会员卡

¥950

已减 ¥22 已享早鸟

托运行李20KG 退改98元起 经济舱3.4折 | 提供行程单

! 藏航特惠专享 | 支付后预计1小时内出票

! 藏航特惠专享 | 支付后预计1小时内出票

航空意外险 ¥39 | 更换

¥500万航意保障, ¥2000行李丢失 | 航空意外医疗险 ¥5万

买奥鹏

¥940

已减 ¥22 已享早鸟

托运行李20KG 退改98元起 经济舱3.4折 | 全额发票

! 最晚起飞前2天出票

同一日期航班B手机搜索机票价格显示。