

评论区反复“哭穷” 机票价格会变低？

用“算法”打败“算法” 年轻人尝试反向驯化“大数据杀熟”

近日，“年轻人开始反向驯化‘大数据杀熟’”的话题引发热议。“大数据杀熟”简单而言是指在一些餐饮、出行平台上，老用户反而享受不到优惠，甚至价格更高。

不过，一些年轻人已开始尝试通过评论“哭穷”等手段反向驯化算法，如频繁表达“太贵了，买不起”“我不打算买了”等，建立所谓的“人设”，从而影响算法推送。这样的“攻略”真的能影响大数据吗？“大数据杀熟”的问题又该如何根治？

现象

反复评论“机票太贵” 价格骤降2000多元

据北京青年报报道：近日，不少年轻人晒出自己的攻略，分享如何对抗“越用越贵”“越看越烦”的算法。“第一次搜机票，直飞最便宜的也要4309元，我就反复评论‘机票太贵了，买不起，不去了’。后来就变成了1903元。”有网友分享。然而，多家旅游出行平台官方客服告诉记者，机票价格实时变动且受多种因素影响，即便这名消费者确实有反复评论的行为，也无法证明最终降价是由用户所评论的内容决定的。

除了出行平台的减价“攻略”外，记者在社交平台上还看到了多条外卖红包“攻略”，在这些帖子下，充斥诸如“某某软件，我要卸载你”“我真的生气了”“再也不用了”等等评论，并称如果卸载了软件，过几天重新下载之后，会获得更多红包。

通过这些手段，真能左右平台给消费者设定的“人设”吗？对此，多家外卖平台并未明确回应。某平台客服称，平台发放红包是获客的常规操作，不会给消费者贴上所谓“标签”。

也有消费者反映，不同的手机看到的价格各有不同。“用两个手机订外卖，价格差好几块，退出去再进去，价格又加了好几块。网购也是大数据杀熟，账号不一样，价格也不一样。”上述外卖平台客服表示，所谓价格差异通常是优惠券或促销活动导致的，如果出现同一产品的售价不同，可向平台投诉反馈。

投诉

机票新用户2000元 铂金会员2510元

记者在一投诉平台搜索发现，有关“大数据杀熟”的投诉累计达8167条。例如，一位消费者反映，作为某平台的十年铂金会员，她上周订的机票价格为2510元，而在另一平台上，作为新用户，相同航班的票价仅为2000元。

这到底是差异化营销，还是“大数据杀熟”？专家认为，从手段上来讲，二者的边界难以厘清，但所谓差异化营销不能成为“大数据杀熟”的挡箭牌。

中国计算机学会计算机安全专业委员会委员吕延辉表示，所谓的大数据杀熟是指经营者根据用户的年龄、职业、消费水平等要素，“对人下菜”，对相同的产品设定不同的价格标准。“这就要求企业在追求技术创新和业务发展的同时，必须重视算法使用的合规性和安全性，防止损害用户利益，触犯法律法规。”

中国政法大学副教授、北京市电子商务法研究会副会长朱巍此前在接受媒体采访时曾表示，根治“大数据杀熟”不容易，原因是按照现行法律，平台对新用户的补贴、推出没有指向性的随机补贴，以及差别化调整折扣力度，并不算价格歧视。

用户

匿名与隐身成对抗算法新策略 但专家说这些都是“小聪明”

为了不被“算法”“算计”，不少用户将某社交平台账号头像换成了一只粉色小恐龙，并修改用户名为momo，通过相似的头像与ID以表明自己是新用户。

有些年轻人更进一步，通过定期清除浏览器缓存、使用隐私模式，甚至切换不同的支付方式等方式，让平台的算法无法持续跟踪其行为数据。他们说，这样做的目的是“消除”平台对其历史行为的记忆，避免平台根据过去的数据来推算未来的消费行为。不过，浙江旅游科学研究院院长张晓峰认为，这些方法即便有效，想要彻底根治“大数据杀熟”，也不能只靠这些“小聪明”“土办法”。“互联网和算法能够很快识别出用户的真实动机和行为。”

11月，中央网信办等四部门联合发布《关于开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动的通知》。通知提出，严禁利用算法实施“大数据杀熟”，并严禁利用用户年龄、职业、消费水平等特征，对相同商品实施差异化定价行为。

应对

如何避开“大数据杀熟”？

尽管国家出台了许多法律来保护消费者权益，但由于“大数据杀熟”行为的隐蔽性和复杂性，监管难度较大。有的企业为了追求利润最大化，不断尝试新的技术手段来规避监管。例如利用人工智能和机器学习技术对用户数据进行深度挖掘和分析，以实现更精细化的差别定价。

由于“大数据杀熟”本身的复杂特性，使消费者举证的难度较大，以及缺乏系统规制的法律法规，所以整治该现象的难度不小。应尽快健全算法相关法律法规，提高算法透明度，规避算法可能带来的风险。针对“大数据杀熟”行为出台专门的法律法规予以规制。消费者协会也需要及时跟进消费者权益保护中的新问题，针对算法出台消费者权益保护的新规则，以提升规制强度，强化制度约束。

要解决这一问题，归根到底还是要做好对平台的监管。拿出更有效的监督和约束措施，促使平台切实履责；有关部门应主动作为，通过开展专项检查等方式，做好相关执法查处。

绿盟科技数据安全咨询专家曾令平认为，增强自己的数据安全意识和维权意识是“王道”。“我们可关闭个性推荐、广告推送等不必要的‘按钮’，保护好自己的个人信息和隐私数据；当发现自己被‘杀熟’时，一定要拿起法律武器维护自己的合法权益。”

综合每日经济新闻、央广网、北京青年报、北京科技报、科普时报

