

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”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，一些年轻人开始尝试通过在评论区“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”真能影响大数据吗？“大数据杀熟”的问题如何根治？

评论区反复“哭穷” 下单真能便宜？

“反向驯化大数据杀熟”引热议

评价“机票太贵” 价格骤降2000多元？

有媒体报道，一名年轻人通过反复评论“机票太贵了，买不起，不去了”后，发现机票价格从4309元降至1903元，降价超过了2000多元。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，价格差好几块钱，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。

到底是差异化营销还是“大数据杀熟”？

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、北京市电子商务法治研究会副会长朱巍之前在接受媒体采访时表示，根治“大数据杀熟”并不容易，原因是按照现行法律，平台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。

互联网匿名与隐身成对抗算法新策略

“用算法打败算法”，越来越多的年轻人在评论点赞中积极表达，主动寻求多样化的信息流，建立“人设”，从而影响算法推送。为了不被“算法算计”，不少用户还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mo-mo，通过相似的头像与ID以表明自己是新用户。此外，也有人通过无痕浏览、时刻清理网页cookie来抹消自己的互联网痕迹，使算法“无处可寻”。甚至有的年轻人选择直接减少App的使用时间。

关于“算法”的讨论，一直都活跃在社交媒体上。很多网友都表示有相似的经历，刚在微信和朋友

聊天聊到想买什么物品，转头点开其他平台便会精准看到相关物品的广告；在平台搜索了一个新话题后，随之而来的铺天盖地的相关推送；在自己经常光顾的网络平台上，一些商品或服务的价格总是比别人高；换个手机登录网购App，同一商品的价格居然会相差几十到上百元……

浙江旅游科学研究所所长张晓峰认为，想要彻底根治“大数据杀熟”，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》。该通知提出，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。

张晓峰建议，政府和行业组织需要制定相关标准，将拒绝“大数据杀熟”和保护个人隐私变成一种行业自律和企业自我治理的要求。此外，相关部门也应建立健全常态化监督机制，平台更应加强自律，共同推进“算法向善”。

（来源：中国之声、北京青年报、湖南日报等）

一周辟谣

“限高令”有新政？

官方：谣言！

近日，短视频平台频出“限高令新政”的相关视频，称“有内部途径，被限制高消费人员不用还款也能正常买机票、高铁票”。视频发布者中，不乏有被认证为律所及法律咨询公司的账号。

记者发现，这些所谓的“工作人员”普遍套用了两三层不同身份，打着普法视频的幌子，向被限高的被执行人宣传自家的买票服务。尽管每条视频发布几个小时后便会删除，但下方评论仍有近百人留言咨询。近日，最高人民法院执行局相关负责人表示，关于“限高令新政”一说实属谣言，相关视频中信息均为不实信息。

最高人民法院执行部门表示，法院从未出台过解除限制消费措施，或为不偿还债务的限高人员提供长期“解限”的相关规定。网上关于对不履行生效法律文书确定义务的被执行人解除限制消费措施等内容均为不实信息。针对通过“黄牛”非法购票等手段违反“限高令”等行为，最高法也将进一步加强与公安、民航系统的沟通协作，堵塞违规购票漏洞，避免被执行人利用各种非法手段乘机。同时，畅通举报渠道，在全社会形成从源头治理被执行人违反“限高令”行为的浓厚氛围。

（来源：北京青年报）

企业年报需缴费？

市监总局：谨防受骗

每年1月1日至6月30日，经营主体应当在国家企业信用信息公示系统向市场监管部门报送上一年度年度报告，并向社会公示。随着年报季来临，年报诈骗分子也悄悄开始活跃起来。在此，市场监管总局温馨提醒：年报不收费，大家要增强防范意识，谨防“年报诈骗”。

不法分子的诈骗手段多种多样，主要包括以下几种：一是冒充市场监管人员，声称年报和信用修复需缴费。不法分子通过电话、发短信或加微信等方式，联系企业和个体工商户，声称其未进行年报申报或信用存在问题，要求缴纳一定费用以进行信用修复或完成年报。有的还发送含有链接的短信，要求输入银行卡号、支付费用。

二是制作虚假人口和交易平台。不法分子在微信等社交媒体上制作虚假的年报入口或交易平台，诱导经营主体点击并填写相关信息，从而骗取银行卡账号、身份证号及密码等重要隐私信息。三是发送含有非法链接的诈骗短信。四是利用不明来源的快递件进行诈骗。不法分子邮寄到付快件，要求企业支付运费，信件中包含所谓《企业年检公告》，以企业年检过期为由，责令其接受“年检”，并支付费用。五是第三方中介机构协议收费。虚假的第三方中介机构通过给经营户发送信息，要求签约协议并支付钱款进行年报，从而骗取费用。

（来源：“市说新语”微信公众号）