

电商差别定价以大数据“杀熟” 需加强监管让消费者明白

□本报记者 兰惠英

>>图说新闻



5家百安居 B&T home 新零售家居智慧门店近日于京沪两地同时开业,全端同步覆盖的门店运用大数据、黑科技、人工智能和物联网等创新技术和手段,实现商品、服务、会员与交易的全面互通。图为北京市民通过VR虚拟实景技术定制装修方案。

中新社 张宇/摄

>>资讯

周鸿祎委员:建议明确数据使用规范

全国政协委员、360集团董事长兼CEO周鸿祎近日表示,在云计算、大数据时代,希望国家明确网民数据所有权与使用权、企业的数据收集权限、数据使用规范等。

周鸿祎表示,每个人都变相地将数据交给了互联网公司,有三个方面亟待解决。

首先,呼吁国家在这方面

应该有一些政策和立法。到底这些网民个人数据所有权属于谁?第二,企业拿到网民的数据,在利用这些数据的时候,应该有个什么样的规范?第三,网民的数据存在各大公司的云端,各家企业有责任对这些数据进行很好地存储、加密,包括保证数据不会丢失。

(据3月2日人民网消息)

“大数据”发现90后升职速度加快

入职第13个月时换了工作,薪水上调40%。这是1990年出生的张理的经历。他毕业于国内一著名大学,在一家世界500强企业开始职业生涯。

他能感觉到周围同龄人的晋升速度变快,“同一职级里的人越来越年轻。”

上个月,全球职场社交网站领英发布了《中国千禧一代商业决策者洞察》。在这份报告里,“决策层”的定义为:“职位”写为总监以上,在某个职

能或某一部门有一定话语权。领英透露,在中国3900万用户中,职位为总监及以上的用户,54%为千禧一代(即80后、90后)。而在全球5.46亿用户中这一数字为28%。

这份报告还显示,从职场新人到总监级别的升职过程中,60后、70后平均需要10年,80后需要6年,而90后则需要4年,实现了更快的职场晋升通道。

(据3月3日《中国青年报》)

互联网成消费投诉主渠道

北京市工商局、北京市消费者协会近日发布了2017年度接收消费者投诉情况分析,分析显示去年一年,北京市工商局12315综合信息采集服务平台共接收消费者投诉18.85万件,投诉量同比增长18.83%,为消费者挽回经济损失8574.94万元。其中,11月份出现投诉高峰,同时,互联网

消费投诉方式正在替代传统的热线电话,成为主要渠道。

北京市工商局相关负责人表示,随着互联网应用的普及,公众进行消费投诉的方式已经发生了较为明显的变化,传统的热线电话方式逐渐被更为方便快捷且不受时间约束的网络方式替代。

(据3月3日《北京青年报》)

在刚刚过去的春节长假,相信有不少人以旅游的方式过年。那么,出门看看少不了就是订票、订酒店。通过网上订票平台来解决出游者的需求,已成常态。然而,海量的消费信息也被记录下来,你在网上购物时的偏好和习惯在不经意间就能被他人获知,这些数据却可能会为某些别有用心

的网站提供“便利”。据《科技日报》报道,有微博网友作为某旅行网站熟客,竟要为相同的产品付出更高的价格。微博发出,网友纷纷吐槽自己被大数据“杀熟”的经历,由此可见,大数据“杀熟”并非孤例。对于这种借用先进技术的“宰客”行为,监管和惩罚都是必不可少的。

大数据“杀熟”已成普遍现象

最近微博网友“廖师傅廖师傅”自述被大数据“杀熟”的经历。他经常通过某旅行服务网站订某个特定酒店的房间,长年价格在380元到400元左右。偶然一次,通过前台他了解到,淡季价格在300元上下。他用朋友的账号查询后发现,果然是300元;但用自己的账号去查,还是380元。

上述微博发出后,瞬间转发破万,网友们纷纷吐槽自己被大数据“杀熟”的经历。“我和同学打车,我们的路线和车型差不多,我要比他们贵五六块。”“选好机票后取消,再选那个机票,价格立马上涨,甚至翻倍。”“我的消费比较高,我老公消费比较低,开通不限流量服务的时候,他只要开通88元的套餐就可以,我必须得开通138元的套餐。”……

网友作为某旅行网站的熟客,却要为相同的产品付出更高的价格,此事一经曝光即引发热议。互联网企业利用大数据“杀熟”,实行价格歧视,在生活中并不鲜见。一些企业,为了吸引新用户,往往也会采用一些常客难以享受到的优惠措施。

俗语说,买的没有卖的精,看人下菜碟,一直是商业世界的常态。比如我们出门旅游时,一开口就会暴露自己外地人的身份,黑心商家就可以乘虚而入。口音就是一种数据。只不过在大数据时代,“奸商”是用代码和算法对付你的,“杀熟”可以批量进行了。这事告诉我们,双赢并不是技术发展的必然逻辑。这也暴露出大数据产业发展过程中的重大缺陷:非对称,不透明。

其实是商业伦理的退化

大数据“杀熟”这种市场行为,指的是借助老客户对产品的信任,用已形成的购买习惯等要素悄然抬高售价或保持高价,谋取巨大利益。据媒体反映,网络公司这类“杀熟”现象竟然十分普遍。

如果你在某宝搜索300元以下的羽绒服,你之前的网购信誉良好,这时你在平台大数据里一定是“价格敏感型”标签,这个时候平台给你推荐150元价位的羽绒服,只要商家成交量和评价都高,相信你会买。

利用大数据“杀熟”,其实是商业伦理的退化。“杀熟”是新表现,但就“杀熟”本身来说,却是老问题。在本质上,大数据“杀熟”与传统经济的“杀

熟”并无区别,体现的是一种滞后的商业文明,反映的是一种落后的商业伦理。大数据杀熟,其实就是贪小便宜的技术智商。大数据发现,您在平台上消费的频率不错,是熟客,用互联网思维来说,就是黏性很高的客户,不怕你走,也不怕你货比三家。但他们忽视了一点,总有极少数用户会发现杀熟的问题,并广而告之,最终众人皆知。

监管不能缺位

对于大数据“杀熟”应有惩罚机制。在移动互联网时代,消费者的消费行为变得更加透明,海量信息的收集更加便利。在使用上,大数据可以用来让商家提供更好的服务,也可能被不法商家用来“宰客”,如何采取措施对一些恶意的大数据挖掘行为进行监督和管控应提上日程。

首先,加强对大数据的监管,以立法的形式加强对个人信息及其利用的保护,主要是网民有权要求相关网络删除“与自己直接相关的信息碎片”。其次,网络管理相关部门应当通力合作,监管部门必须从制度上采取有效措施,加强对大数据公司的监管,确保尽早铲除“杀熟”等不良现象的滋生土壤,让大数据在使用上不走弯路、不上邪路。最后,全面提升科技创新能力,为大数据穿上“透明衣”,确保大数据真正被用于增进人民福祉。

现在,消费者能做的就是呼吁各有关部门,全面加强对大数据宰客行为的调查、监管,而在此之前,自我加强防范自然也是必不可少的。

福州将举办首届数字中国建设峰会

经中央批准,首届数字中国建设峰会将于4月22日~24日在福州海峡国际会展中心举行。同时,首届数字中国建设成果展览会将于4月21日~25日在福州举办。

5日上午,首届数字中国建设成果展览会(深圳)推介会在深圳市五洲宾馆举行。会议介绍了首届数字中国建设成果展览会的相关情况,对福州市投资环境及优惠政策进行了推介。

本世纪初,福建省率先提

出建设“数字福建”,成为“数字中国”的思想源泉和实践起点,取得了巨大成就。从“数字福建”到“数字中国”,数字经济已经成为带动中国经济增长的核心动力。2016年,中国数字经济总量达到22.6万亿元,同比增长超过18.9%,显著高于当年GDP增速,占GDP的比重达到30.3%,对GDP的贡献已达到69.9%。

首届数字中国建设成果展览会将紧密围绕电子政务和数字经济发展最新的实践

主题,集中展示党的十八大以来我国电子政务和数字经济发展的最新成果,突出数字化发展方向和未来趋势。本届展会面积4.2万平方米,主要分为序、数字中国之福建实践展区、数字中国之电子政务展区、数字中国之数字经济展区、数字中国之数字社会体验展区等五部分,其中数字中国之数字经济展区、数字中国之数字社会体验展区面向企业、高校、科研院所招展。

(据3月6日《福州日报》)