



# 精准制作“用户画像” 消费者稍有不慎即“中招”

## 律师：“大数据杀熟”本质为欺诈 相关法规逐步完善将有效预防

近年来，随着大数据技术的广泛应用，消费者在享受个性化服务的同时，也面临着遭遇消费套路的风险。

“类似于‘同一商品不同账号不同价’这种因商家欺诈导致不公平交易，损害老客户消费者权益的行为，就可以被称为‘大数据杀熟’。”日前，安徽云旗律师事务所合伙人、二级律师包增春在接受记者采访时说道：“‘区别定价’是常见套路之一，其他还包括‘惯性支付’‘花样变现’‘自动续费’等。”

记者了解到，随着今年7月《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》正式落地实施，“同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同的价格或收费标准”如今已被明确为违法违规行为。对此，有法律专业人士表示，随着相关法律法规的逐步完善，这一现象也终将得到有效预防。

记者 唐朝 叶俊杰



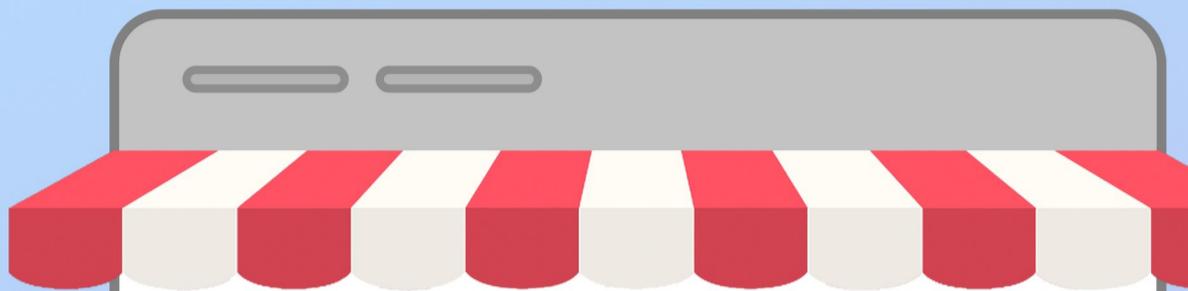
### 大数据制作“用户画像” 同意“隐私政策”应慎重

“用户经常浏览平台的某件商品，并且开通了该商品所属店铺的会员，平台就默认用户喜欢该商品。基于用户在平台的购买记录，会识别用户的消费能力，然后进行‘大数据杀熟’。”在接受记者采访时，曾在某网络购物平台工作的马斌（化名）说道，“典型的表现就是老用户购买同一商品的折扣比新客更少，价格更高。”

马斌称，根据用户的搜索、浏览及购买记录，网络平台会制作“用户画像”，并依据“用户画像”定义消费级别，从而推送给用户相关价格的产品。“这就导致两个人搜索同一产品关键词，出现的产品价格区间却不一样。”马斌说道。

此外，马斌告诉记者，平台还会收集用户的个人用户名、头像、照片、手机型号、地理位置、消费偏好等个人信息，根据这些信息更加精准地了解用户的需求，从而进行“个性化杀熟”。同时，这些信息会共享给第三方广告公司，广告公司会通过应用程序推送相关广告。这样就会出现：“当用户与朋友在某聊天软件里聊到了一件产品，打开另一APP就会推送给用户刚刚聊过的产品”的情况。

怎样预防平台对用户进行“大数据杀熟”呢？“想要防止个人信息和数据被过度收集和使用，首先要保证在官方应用平台下载应用程序，打开新的应用程序后，也不要轻易勾选同意‘隐私政策’。”马斌说道。



### “大数据杀熟”实为商家欺诈 此前已有判例

记者了解到，由“大数据杀熟”而产生的法律纠纷案件目前已有判例。

在此前的一起民事案件中，原告胡某某诉称，2020年7月18日，其通过被告携程公司名下的携程APP预订了浙江舟山某酒店房间一间，被告携程公司向其收取房费2889元，并向其声明该价格是为其争取的最优价。第二日退房时，因要求酒店开发票，胡某某才发现酒店的房价加上服务费、税金总价仅1377.63元。酒店向胡某某明确告知，真实的零售开票价仅是1377.63元，被告携程公司声称的最惠房价并非真实房价。胡某某认为被告的行为实属欺诈，随即与被告进行维权交涉。

最终，此案经法院二审判决，上海携程商务有限公司于判决生效之日起十日内退还胡某某订房差价243.37元，并按差额房费的三倍支付赔偿金4534.11元。

包增春分析称，在此案件中，胡某某在使用携程APP时同意了《服务协议》《隐私政策》，其个人信息已经为商家及其关联企业所掌控，商家在其《隐私政策》中收集了大量与服务

无关的个人信息，并利用这些数据精细化消费者画像，进而实施“量体裁衣”的定价策略。

“就上述案例而言，携程APP上存在第三方代理商预先零费用囤房、择机翻倍加价的行为，在消费者以高溢价的价格订购酒店房间，遭受价格欺诈的过程中，携程公司是否履行了法律规定的告知义务，是否尽到了电子商务平台经营者应尽的监管义务，是认定欺诈事实的关键考量因素。”包增春说道。

包增春表示，“大数据杀熟”本质上是一种因商家的欺诈导致不公平交易行为，其最直接的后果就是对消费者权益的严重损害。“我自己就曾在出差订酒店时，四个人打开的网页却是不同的价格。”包增春说道。

但也有人认为，大数据“算法”具有即时性、隐蔽性、模糊性和复杂性等特点，监管部门很难查证和处罚，消费者更加难以发现，且由于“杀熟”行为主要集中在网购、出行、订票等消费金额相对较小消费场景，诉讼过程中存在维权成本高、举证困难、价格歧视等阻碍，一些消费者最终会选择放弃维权。

### 法律条文逐步完善 “大数据杀熟”将有效预防

7月1日，《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》（下称《条例》）正式施行，对“大数据杀熟”等问题进行了明确规定。该《条例》第九条第二款规定，经营者不得在消费者不知情的情况下，对同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同的价格或收费标准。

有不少业内人士表示，该《条例》的落地实施将有效预防“大数据杀熟”这一违法现象的发生。

包增春表示，《条例》明确了“大数据杀熟”属于违法违规行为，因消

费者在市场经济中的弱势地位，其与经营者在交易信息获取上处于不对称地位，这种情况在现今数字经济时代中更为突出，故为了保护消费者的合法权益，我国法律从保障消费者知情权、可以经营者告知义务等方式来平衡消费者在交易信息获取上的天然弱势地位。

对此，包增春提醒广大消费者，应谨慎管理自己的个人信息，尽量不开启手机APP对个人隐私信息的访问权限，慎重分享与个人信息相关的内容和资料，并通过成本较低的途径进行维权。“可以通过向市场监管部门或消费者保护协会投诉实现，或者拨打12315热线举报商户平台的不公平价格行为。这些措施既可避免直接对抗，又能有效引起监管机构的注意，促使其介入。”包增春说道。

