

虽然新规定10月1日起已实施,但新快报记者体验后仍发现—— 在线旅游购物“大数据杀熟”尚未禁绝

新快报记者体验发现,“大数据杀熟”的情况,还在持续。

今年10月1日,文旅部《在线旅游经营服务管理暂行规定》(下称“规定”)正式实施,明确规定“在线旅游经营者不得滥用大数据分析等技术手段,基于旅游者消费记录、旅游偏好等设置不公平的交易条件,侵犯旅游者合法权益。近日,新快报记者就此进行了采访调查,发现“杀熟”情况仍然存在,且涉及领域较广,情况多样。有律师表示,如遇到“大数据杀熟”,消费者可主张价款三倍最低500元的赔偿。

■新快报记者 肖韵蕙

案例

相同时间 不同账号同一商品定价不同

今年9月中旬,央视新闻在微博上发起投票“你遭遇过大数据杀熟吗”,其中勾选“遇到过,价格差异明显”的用户有1.5万,占了投票总数的七成。

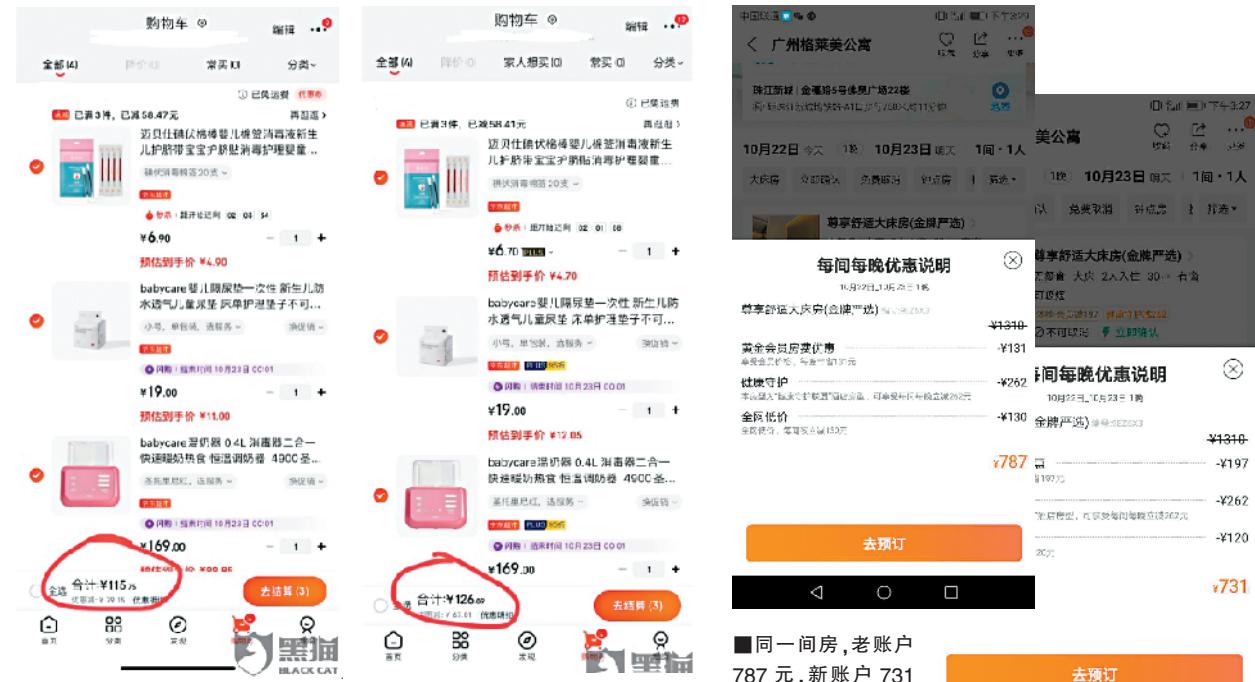
10月20日,浙江省消费者权益保护委员会官网发布了2020年第三季受理情况投诉分析,其中提到“大数据杀熟区别对待”,如酒店房间价格混乱,同样酒店产品在同一平台有不同报价;新老用户标价不同,优惠也不同;平台对新老用户的酒店推送信息不一致等。如今年暑假期间,消费者王女士和朋友同一时间在飞猪平台上预订房间,王女士是老用户,而她朋友是新用户,结果在付款时发现同一房间王女士的房费是229元,而他朋友的房费是220元,另享受5元买立减优惠,实际付款房费为215元。

在“聚投诉”“黑猫”等投诉平台上,新快报记者发现,根据消费者反映的情况,“大数据杀熟”涉及在线旅游、电商购物、打车等多个领域,而“杀熟”的情况也是多种多样。除了常见的新老账户显示的同件商品或服务的“价格”不同外,还有“满减不同”、“开了会员比没开会员的同件产品价格还要高”、“分期付款金额或手续费不同”、“新用户显示了优惠券,但老用户没有”等等。

在外卖平台点单时,发现同一家店自己和朋友账号显示的满减并不同,一位消费者10月9日在“黑猫投诉”上反映,自己和朋友同时在某外卖平台同家店铺点单,一个账号显示“25减8.5、38减9.5”,另一个账号显示“25减5、38减6”。“相同外卖店家相同时相同配送地址,不同账号满减优惠额度不同。”

还有消费者反映在某电商平台内花钱开通了会员,购买商品却比非会员花费了更多的钱。如一位消费者10月20日表示,自己和朋友10个人,4个非plus(非会员),6个plus(会员,近日查询开通需149元一年),搜索同一件商品,非plus都送8.9折券,plus不送,整体下来非plus价格更便宜。在其上传的截图中,同样的三件产品,未显示“plus”标志的账号,有“优惠券”,总价为115.75元;而显示了“plus”标志的账号,页面中没有“优惠券”,总价为126.89元。据两张图片商品秒杀页面的“开始时间”显示,两个账号下单时间只差2分钟。

此外,“黑猫投诉”上消费者B1707在10月15日表示,用两个账号登录某电商平台,同样的店同样的产品分期价格和手续费收取不一样。在其提供的两张图内,显示手机价格均为1099元,同样分12期的情况下,一账号每期需付101.51元以及9.89元手续费,另一账号每期需付100.41元以及8.79元手续费。



■同样商品,未开会员总价显示为115.75元,开了会员126.89元。黑猫投诉供图

体验 | 同一家酒店 不同账号最高差额达55元

10月21日中午12时22分,新快报记者同时用两部手机两个不同的账号登录某在线旅游平台,一个账号为注册多年的老用户,另一个账号为新注册账户。此时用两个账号同时搜索同一区域同个酒店,却出现了价格不同的情况。如一家酒店新账户预订价格为351元起,老账户却为405元

起,差额达54元。排在它下面的一家新用户为714元,老用户为769元,差额达55元。

那么,就字面显示来看,新老账户的差额究竟在哪呢?以一家名为“迈哈顿”的公寓为例,“商务行政双床间”新老账户显示原价均为468元,老账户最后显示为302元起,计价栏显示“黄

金会员减24,国庆错峰减94,全网低价减48”,新账户最后定价为266元,计价栏显示“体验·会员减72,国庆错峰减96”。且看上去老用户满减项更多,但实际价格却比新用户更高。

同时,就记者当日搜索的界面来看,有多家酒店新老账户标价并不相同,差额为十几到几十元左右。

回应 | 新用户可享受一次“钻石会员”优惠的机会

10月22日,该在线旅游平台回应,每位用户点开界面中定价左侧的“?”按钮,就可以看到定价规则。记者再次用新老两个账号搜索同个酒店,老用户账号显示价格为787元,新会员账号显示价格为731元。在“每间每晚优惠说明”中,老用户中“体验·会员

房费优惠”减了131元,而新用户减了197元。

该在线旅游平台表示,平台内新用户均可享受一次“钻石会员”(该平台最高等级会员)优惠的机会,所以才会出现新注册账户和老用户价格不同的情况。而当新用户用完了那次“钻石

会员”的机会,就不会再出现比老用户价格更低的情况了。当记者询问这是否为平台统一的规则时,对方表示每个时期的规则可能都不同。在回复为何有些酒店新老账户价格不一,有些却是一样的时候,该平台称有些酒店参与了活动有些没有参与。

条例 | 10月1日起施行规定 禁止“大数据杀熟”

今年8月31日,《在线旅游经营服务管理暂行规定》对外公布,自2020年10月1日起施行。第十五条规定,在线旅游经营者不得滥用大数据分析等技术手段,基于旅游者消费记录、旅游偏好等设置不公平的交易条件,侵犯旅游者合法权益。同时第十三条规定,在线旅游经营者应当保

障旅游者的正当评价权,不得擅自屏蔽、删除旅游者对其产品和服务的评价,不得误导、引诱、替代或者强制旅游者做出评价,对旅游者做出的评价应当保存并向社会公开。在线旅游经营者删除法律、法规禁止发布或者传输的评价信息的,应当在后台记录和保存。

据了解,此前2019年1月实施的《电子商务法》明确规定,电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务的搜索结果的,应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项,尊重和平等保护消费者合法权益。

提醒 | “大数据杀熟”涉嫌价格欺诈

广东保典律师事务所合伙人、公益律师廖建勋对新快报记者表示,“大数据杀熟”侵犯了消费者的知情权和公平交易权,还涉嫌构成价格欺诈。消费者可以要求平台或平台内经营者退回多收的款项,如果经认定构成了价格欺诈,消费者还可以主张价款三倍的赔偿,最低500元。

面对可能存在的“大数据杀熟”,廖建勋建议,首先消费者要注重证据保全,可以通过拍照、截屏或者公证等方式将交易的过程和数据保存下来,其次可以通过向价格管理部门、文化旅游管理等部门或消费者权益保护部门提起投诉,行政管理部门可以通过行政调查等方式来固定证据。

廖建勋表示,《在线旅游经营服务管理暂行规定》第十五条对禁止“大数据杀熟”的问题作出了规定,第二十四条还规定,文化旅游管理部门可以通过约谈等行政指导方式予以提醒、警示、制止,并责令其限期整改。如果认定构成价格欺诈的话,价格行政主管部门也可以对平台或平台经营者进行行政处罚。