

基于电商平台下大数据“杀熟”的消费者权益保护探究

吴光美

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年6月11日; 录用日期: 2024年11月6日; 发布日期: 2024年11月13日

摘要

大数据时代下, 互联网交易平台的兴起, 让我们的生活更加方便快捷, 但是也给我们带来了大数据“杀熟”的问题。近几年, 大数据“杀熟”在电商平台时有发生, 严重侵害了消费者的权益。所以, 当务之急是解决该问题, 保护消费者的正当权益。本文首先对电商平台下的大数据“杀熟”概念进行分析, 了解其本质内涵, 其次对电商平台下大数据“杀熟”产生的原因进行分析, 要知其然也要知其所以然, 全面了解产生原因, 最后根据大数据“杀熟”产生的相关原因, 提出解决措施, 以加强对消费者权益的保护, 让消费者享受平等、诚信、公平的市场交易氛围。

关键词

大数据“杀熟”, 电商平台, 消费者, 权益保护

Research on the Protection of Consumer Rights and Interests Based on Big Data “Discriminatory Pricing” under E-Commerce Platform

Guangmei Wu

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 11th, 2024; accepted: Nov. 6th, 2024; published: Nov. 13th, 2024

Abstract

In the era of big data, the rise of Internet trading platforms has made our lives more convenient and

文章引用: 吴光美. 基于电商平台下大数据“杀熟”的消费者权益保护探究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 2742-2746.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1341452

faster, but it has also brought us the problem of big data discriminatory pricing. In recent years, big data discriminatory pricing has occurred from time to time on e-commerce platforms, seriously infringing on the rights and interests of consumers. Therefore, it is imperative to solve this problem and protect the legitimate rights and interests of consumers. This paper first analyzes the concept of big data discriminatory pricing under the e-commerce platform to understand its essential connotation, and then analyzes the causes of the big data discriminatory pricing under the e-commerce platform to understand both the cause and the reason, and comprehensively understand the causes. Finally, according to the relevant causes of the big data discriminatory pricing, it proposes solutions to strengthen the protection of consumers' rights and interests and let consumers enjoy equality, integrity, fair market trading atmosphere.

Keywords

Big Data Discriminatory Pricing, E-Commerce Platform, Consumers, Rights and Interests Protection

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年，随着电商行业的迅速崛起，各种电商平台涌现，人们更倾向于便捷的网上购物，消费者足不出户就可以在网上购买自己所需的物品，在感受技术带来便利的同时，不少消费者都有被大数据“杀熟”的经历。对电商平台利用大数据“杀熟”的行为，他们进行了吐槽和投诉，对其讨论从未中断。网络平台利用消费者的信任和个人数据信息对消费者进行大数据“杀熟”，收取老用户更高的费用。平台利用大数据分析，给予新人优惠，当新用户变成老用户时，就成为了经营者的待宰羔羊。商家利用消费者的个人信息，获取高额的利益，是对消费者合法权益的一种侵害，违背了公平诚信的原则，同时也违反了相关的法律法规。一直以来，广大群众都希望整治大数据“杀熟”的问题，保护自己的正当权益，营造一个风清气正的营商环境。大数据“杀熟”是伴随大数据行业产生的新问题，对该问题的认识 and 解决也在不断的深化。基于此，本文在基于大数据“杀熟”的原因分析上，进一步探究解决该问题的有效措施，保护消费者的合法权益，推动数字经济健康发展。

2. 大数据“杀熟”的概念及特征

在经济学上，“杀熟”被称为价格歧视。价格歧视是指同一种商品同一种服务在面对不同的消费者有不同的销售价格。所谓大数据杀熟就是对消费者进行差别定价，经营者获取不正当利益，是价格歧视的一种表现形式。一些电商平台的经营者利用大数据分析技术手段，对消费者的海量信息进行分析，根据消费者的性别、年龄、历史数据、消费偏好、交易习惯等信息，对消费者在交易价格等方面实行歧视性的差别待遇，特别是利用用户不愿轻易更换惯用平台等心理，同样的产品依据消费者的不同给出不同的价格，通常情况老用户的价格高于新用户，商家对老用户收取更高费用([1] pp. 19-36)。这种行为既损害了消费者的合法权益，也破坏了公平诚信的市场交易秩序。

大数据“杀熟”的特征：

精准“杀熟”：电商平台利用大数据分析、算法等技术手段，对用户的历史数据进行分析，了解用户的偏好、交易习惯、价格敏感度等，以便能够精准定位，为用户量身定制适合他们的商品，同时根据不

同的历史数据分析,进行价格的调整,对消费者进行精准的营销。

隐蔽性:大数据“杀熟”的行为非常隐蔽,除非消费者十分的警惕,否则不容易察觉([2] pp. 56-59)。电商平台不经过消费者的同意,收集用户的隐私信息,在用户不知情的情况下,针对不同的消费者,同一商品或服务有不同的价格设置。商家的这些行为都是非常隐蔽,很难被发现,但侵犯了消费者的知情权([3] pp. 46-48+51)。

涉及领域广泛:大数据杀熟涉及的领域是非常广泛的,包括旅游、打车、购物等众多的电商平台,影响范围广泛。大数据时代下,我们要关注和警惕“杀熟”现象的产生,保护我们的正当权益。

差异化定价:价格歧视是大数据“杀熟”最重要的特征,正是由于价格的不同,让消费者感到不公平待遇([3] pp. 46-48+51)。企业收集和分析消费者在平台的历史数据,对用户进行差异化定价,新用户显示价格较低或提供优惠,老用户则显示的价格较高。同种商品,不同的用户,显示不同的价格,违背了公平原则,侵害消费者的权益。

3. 大数据“杀熟”产生的原因

3.1. 消费者维权举证困难

线下消费是接触型消费,在交易的过程中双方有一定的接触过程,消费者可以更好地了解自己购买的商品或服务。相比较,电商平台的消费过程并不是经营者和消费者的完全接触过程,其消费的过程并没有完全曝光,其过程在消费者不完全了解的情况下进行。电商平台为了销售自己的商品,获取巨额的利润,巧立名目,打造各种各样的购物节,用花样繁多的购物节折扣和各种各样的平台优惠形式,让用户辨别大数据“杀熟”的难度增大。特别是在用户不愿意轻易更换电商平台购物的情况下,大数据“杀熟”的现象更加难以被消费者察觉和发现。用户只有在和同平台购买同一商品的消费者交流时,才能清楚的知道,自己被电商平台精准定位,落入电商平台的“杀熟”陷阱。平台利用其掌握的用户的相关数据和信息,与消费者之间的信息不对称,进行商品价格的不同定价,平台的天然优势,让用户维权举证困难。由于大数据“杀熟”具有隐蔽性,其对消费者的“杀熟”行为隐藏在其众多的名目下,消费者往往难以发现,难以获得有效的证据,证明用户自己的合法权益受到了侵害,维权非常困难([4] pp. 56-59)。在大数据“杀熟”维权案中,消费者往往因为举证不足而败诉,进一步让商家的“杀熟”行为更加猖狂。大数据“杀熟”的隐蔽性、平台的信息优势等,导致用户举证困难维权困难,平台“杀熟”行为难以杜绝。

3.2. 消费者维权成本高

追求高额的利润是电商平台实施大数据“杀熟”的内在因素,平台的收益远远高于他们实施“杀熟”的违法成本,所以,一直以来大数据“杀熟”的现象难以完全杜绝。消费者维权同样也是基于自身利益的考量,当维权的收益高于维权成本时,消费者出于对自身的考虑,会积极地进行维权,保护自己的正当权益。反之,其维权收益低于维权成本,用户不会特别关注自己的权益是否受到侵害。依据相关的规定,按照损害赔偿填补原则,即权利人损失多少,侵权人赔偿多少,以受害者的损失来确定电商平台的赔偿标准,导致电商平台对消费者的赔偿数额并不高,平台低廉的违法成本、侵权成本,难以对经营者的“杀熟”行为产生震慑作用,“杀熟”行为仍然高居不下。消费者维权成本巨大,需要花费自己大量时间,投入人力、物力、财力等,并且维权的结果会低于维权成本,多数消费者在认真考虑、仔细分析之后,一般会放弃维权,自己承担损失([5] pp. 74-76)。平台在经营活动中追逐利益无可厚非,但是我们不能以损害消费者的利益为依托,大数据“杀熟”的实施短期可以给平台带来高额的利益,会降低消费者对数字经济交易的信任,不利于电商平台的发展。

3.3. 行业自律性不足

电商平台对商业利益的狂热追逐，让竞争日趋激烈，高额的商业利益让平台把消费者的正当权益抛在脑后。为了商业利益，一些电商平台没有对用户的相关隐私信息进行保护，而是不择手段，滥用收集到的用户信息、历史数据，用大数据技术、算法等手段分析用户，实行差别定价。电商平台对数据使用规则的监管和评估不到位，甚至为了追求利益，无视消费者的个人信息隐私和公平交易的规则。他们没有坚守住自己的道德底线，没有对消费者承担责任和应尽的义务，在巨大的商业利益面前，经营者滥用用户的信息，侵害消费者的权利不足为奇，消费者的信息隐私权、知情权、选择权、公平交易权不为商家平台所关心，利益才是他们的最终目的。电商行业在行业自律性上的认识不到位，行业中经营者只关心自己的利益，不关心消费者的体验，行业中的伦理道德缺失，自律性的不足，让公平、有序的竞争成为泡影，不利于电商平台的持续发展。

4. 电商平台大数据“杀熟”的解决措施

4.1. 提高消费者的防范、维权意识

大数据应用已经深入到生活的方方面面，给我们带来便利的同时，也给大数据“杀熟”提供了技术支持。在电子商务蓬勃发展的时代，消费者对“大数据杀熟”并不陌生，其隐蔽性让一些消费者难以察觉、难以发现自己正在经历大数据“杀熟”，而另外一部分有所察觉的用户通常选择忽视，举证的困难，维权的成本，让他们几乎不会选择维护自己的正当权益，将希望寄托于媒体间歇性曝光，其结果可想而知，想要改善“杀熟”问题较为困难。“大数据杀熟”防不胜防，从消费者自身角度来提高消费者的防范维权意识([6] pp. 39-41)。消费者自己要加强个人数据信息的保护意识，防止隐私信息在无意识过程中泄露，我们可以在浏览网页后，及时地删除自己的浏览记录，防止电商平台盗用自己的信息。相关的政府部门可以用大众喜闻乐见的方式宣传大数据“杀熟”行为，例如专题讲座、宣传展览、抖音、短视频等提高了消费者的自我保护意识。此外，我们还要加大电商平台经营者的举证责任，减轻消费者的举证难度，解决消费者举证难的难题。寻求消费者协会帮助，消费者协会积极帮助消费者维权，减少消费者的维权成本，打消消费者的维权顾虑，引导其参与相关诉讼，提高维权意识，保护自己的权益不受侵害。当我们的权益受到侵害时，我们要积极主动地去维护自己的利益。

4.2. 加强平台的监管

大数据“杀熟”的实质是经营者为追逐利益，对消费者个人信息数据的滥用。所以我们想要从根本上解决这一问题，杜绝此类问题的发生，归根结底是要做好对相关平台的监管。相关监管部门要加强对电商平台收集、使用消费者相关信息数据的监管，引导他们自己加强行业自律，坚守法律和伦理道德底线，不能为了商业利益损害消费者的权益，承担自身对消费者的责任和义务。合理地使用消费者的用户信息，不做差异化定价，欺骗消费者、施行不正当的竞争。新时代，新发展。对于监管部门来说，不能固守传统的监管方式，应当根据时代、行业的不同创新监管方式，建立一个统一的监管部门对全国的数据信息进行监管，并且公开监管情况([7] pp. 44-46)。此外，对于对电子商务平台的监管方式，我们可以根据其特点，建立健全信用激励和失信黑名单制度，公示企业“大数据杀熟”等失信行为。黑名单制度的实施对于电商平台起到震慑作用，对于那些未进入的经营者起到警示作用，消费者根据黑名单来选择信用度较好的平台进行购物，对于在黑名单内的平台会降低对其信任度。因此，遏制“大数据杀熟”行为单打独斗不可行，多方协作才是良方，推动建设有序的良性竞争，营造良好的电商市场交易氛围。

4.3. 建立健全法律法规

没有规矩，不成方圆。大数据“杀熟”反映了我国在数据保护方面的缺陷，在大数据时代下对个人信息数据保护的不足。大数据“杀熟”行为的屡禁不止，和相关法律法规的不健全有重要关系，想要有效遏制大数据“杀熟”，相关法律法规的健全是重点([8] pp. 24-29)。通过法律法规的建立，我们可以明确经营者的责任与义务，用法律法规来约束电商平台经营者的行为，避免他们过度追逐利益而侵害消费者的权益。我们可以有针对性地建立健全我们的法规，特别是在个人信息和隐私保护方面。加大对违法平台的惩罚力度，让平台不敢滥用用户的信息数据，保护用户信息安全。我们不仅要健全法规，而且要落实有关的法律法规，让大数据“杀熟”无可遁形，威慑不良商家。法律法规是我们个人信息保护的最后一道防线，我们要守住防线，让其发挥最大作用，确保消费者的信息安全、合法权益不受损害，共建一个遵纪守法的社会。

5. 结语

互联网经济时代，我们离不开电商，电商平台给我们带来了便利，但是我们要时刻警惕电子商务平台利用大数据“杀熟”，损害消费者的合法权益。大数据“杀熟”一词我们并不陌生，在电商平台上我们屡见不鲜，我们要做的是如何有效地避免被大数据“杀熟”。我们可以从消费者、经营者、法律法规三个方面来解决大数据“杀熟”问题。避免大数据“杀熟”，需要多方的共同努力，只有大家共同努力，我们才能有一个有序、公平的电商营商环境。

参考文献

- [1] 谈萧, 潘佳宁. “大数据杀熟”的消费者法规制[J]. 法治论坛, 2022(4): 19-36.
- [2] 艾克帕尔·亚森, 邓涵月. 消费者权益保护视角下大数据“杀熟”法律规制研究[J]. 中国价格监管与反垄断, 2024(4): 56-59.
- [3] 丁文莉. “大数据杀熟”背景下消费者权益保护研究[J]. 中国价格监管与反垄断, 2023(11): 46-48+51.
- [4] 李思怡. “大数据杀熟”的相关问题及法律规制研究[J]. 法制博览, 2024(13): 160-162.
- [5] 朱慧敏. 数字经济下大数据“杀熟”的规制困境及对策[J]. 西部财会, 2024(1): 74-76.
- [6] 陈君巧. 电商平台“大数据杀熟”与治理对策研究[J]. 中国商论, 2023(20): 39-41.
- [7] 刘婷. 大数据“杀熟”中消费者权益保护研究[J]. 中国价格监管与反垄断, 2024(5): 44-46.
- [8] 上海市普陀区市场监管局课题组. 网络交易平台“大数据杀熟”的治理问题探究[J]. 中国市场监管研究, 2023(10): 24-29.