

# 反复评论机票太贵能便宜2000多元 年轻人开始反向驯化大数据杀熟

日前,话题#年轻人开始反向驯化大数据杀熟#冲上热搜。不少年轻人晒出自己的“招式”,分享如何对抗“越用越贵”“越看越烦”的算法。

随着大众的生活越来越依赖互联网,算法也渗透到了每个环节,许多用户发现自己在不知不觉中被算法控制、被大数据杀熟,花了许多冤枉钱。近期,网信办等四部门联合发布通知,开展专项行动,治理算法典型问题。

微信和朋友聊化妆品,转头点开网购平台就收到口红广告。

有一阵流行吊炉火锅,我在相关页面多停了几秒,同类帖子铺天盖地。

搜索一个新话题后,很快就收到了铺天盖地的相关推送。

刚买了新房子,手机就收到多家装修公司的推荐。

每周一、三、五是固定练琴日,手机各种给我推荐费曲谱、立式钢琴。

不是你!

## 网友出招

### 反向驯化招式1 反复评论“太贵”后机票价格便宜一半

“第一次搜机票,直飞最便宜的也要4309元,我就反复评论‘机票太贵了,买不起,不去了’。后来,航班价格变成了1903元。”这是年轻人“兔兔”的亲身经历,她在网上学习了“机票大法”,让系统给自己的人物画像从“想要进行跨国旅行的有钱人”变为一个“旅行取决于机票价格的没什么钱的人”,并成功让票价大幅下降。

### 反向驯化招式2 “momo大军”以系统信息掩盖个人信息

此外,互联网匿名与隐身也成为年轻人对抗算法的一种策略。今年初,互联网上使用粉色小恐龙头像的“momo大军”兴起,通过相似的头像与ID,年轻人以系统信息掩盖个人信息,从而躲避算法对个人行为与喜好的追踪与判断,摆脱基于身份标签的推荐模式。

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”。

### 反向驯化招式3 伪装成“潜在流失”用户来薅平台羊毛

来自重庆的小季发现,平台会对许久未使用的老用户提供“回归奖励”。因此,如果某款APP利用效率不高,但偶尔会有购物需求的话,消费者会选择暂时卸载软件,等需要的时候再下载,并尽量延长其中的时间间隔,这样平台就会将其标记为“潜在流失”用户。等消费者再次回归平台时,便能获得大额的“老客回归券”,成功“薅到羊毛”。

## 官方行动

### 整治利用算法实施大数据“杀熟”

今年11月12日,中央网信办、公安部、工信部、市监总局等四部门就深化互联网信息服务算法综合治理问题,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》,决定自即日起至2025年2月14日开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动。

重点整治同质化推送营造“信息茧房”、利用算法实施大数据“杀熟”等重点问题。严禁利用算法实施大数据“杀熟”。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。提升优惠促销透明度,清晰说明优惠券的领取条件、发放数量和使用规则等内容。客观如实说明优惠券领取失败原因,严禁以“来晚了”“擦肩而过”等提示词掩盖真实原因。

## 专家观点

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林:

“现阶段仍然存在算法复杂度高、透明度低、伦理道德复杂、法律法规滞后、跨领域合作难度大等难点,对于涉及到消费者权益、社会信任问题、市场公平竞争和社会公共安全等方面的算法需要优先治理。”

浙江旅游科学研究所所长张晓峰:

“这些‘反向驯化’的方法即便有效,但想要彻底根治‘大数据杀熟’,不能只靠这些‘小聪明’‘土办法’。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’。”

## 媒体评论

年轻人对抗算法的故事,既是数字时代的缩影,也是消费社会的一次创新实践。从个人层面的“算法驯化”,到公共领域的算法治理,如何平衡技术效率与社会公平,依然是值得全社会共同思考的问题。——映象网

算法背后是企业的价值选择,或许“随机优惠”的小聪明、小算计能够为商业扩张带来短期利益,但从长远看,持续蚕食消费者的信任,损害企业形象,会给整个行业的可持续发展埋下祸患。——光明网

消费者很难掌握“大数据杀熟”的实质性证据,因此容易陷入维权困境。有关部门需要不断创新消费者维权方式和方法,达到消除不必要的误会、倒逼行业自律的目的。从维护市场健康发展的角度看,这既是一种责任,更是一种义务。——人民网

本报综合