**当“算法”成“算计”，大数据“杀熟”须监管“锻刀”**

**□木须虫**

**4月9日，在国新办举行的国务院政策例行吹风会上，有关负责人介绍了《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》，针对大数据“杀熟”，条例规定，经营者不得在消费者不知情的情况下，对同一商品服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。这是我国在行政法规中首次对差异化定价进行规范。(4月10日《北京日报》)**

**针对大数据“杀熟”，《中华人民共和国电子商务法》《在线旅游经营服务管理暂行规定》《中华人民共和国个人信息保护法》《互联网信息服务算法推荐管理规定》等法律规章，都从不同角度予以了明确的禁止，此次条例则从消费知情的角度，对差异化定价的行为进行规范，进一步加密法规围栏。不过，实践也证明，只是单纯给平台定规矩、划禁区，并不足以自行，不带电的高压线与稻草人无异。**

**大数据“杀熟”，归根到底是一种非正当的价格手段，与过去商品营销中“看人叫价”没有本质的区别，都是在玩价格的心理游戏，具有诱导欺骗性质。调查显示的“同一时间不同用户购买相同商品或服务的价格不同”“多次浏览后价格自动上涨”等6种套路，基本如此。所不同的是，运用了大数据的分析手段，欺骗对象可以更精准，再加上平台相对垄断地位和信息的“茧房效应”，欺骗手段也显得更隐蔽。**

**对于大数据“杀熟”，不能只是止于行为、手段的合法认定，也不能只是给平台定规矩，简单予以禁止。而是需要引入针对平台的市场治理，为规范市场秩序提供依据，简而言之，对于大数据“杀熟”，不仅要有“法”，更要有“办法”，尤其是给监管“锻刀”，增强威慑性，从根本上破除“徒法不足以自行”的困局。**

**一方面对互联网平台价格违法违规行为作出规定，如对“杀熟”的行为逐项建立认定标准、细化处罚办法，尤其是在处罚方面，要针对平台“格式化”侵权以及消费维权成本高的特点，大幅提高违法成本，增强法规震慑力。另一方面建立与平台经济相适应的监管机制与执法办法，对平台实施穿透式针对性的监管，牵住“牛鼻子”，如实行平台“算法”的审查与公开机制，针对平台价格的监测以及“杀熟”嫌疑的调查机制，增强对“算法”成“算计”的遏制力。**