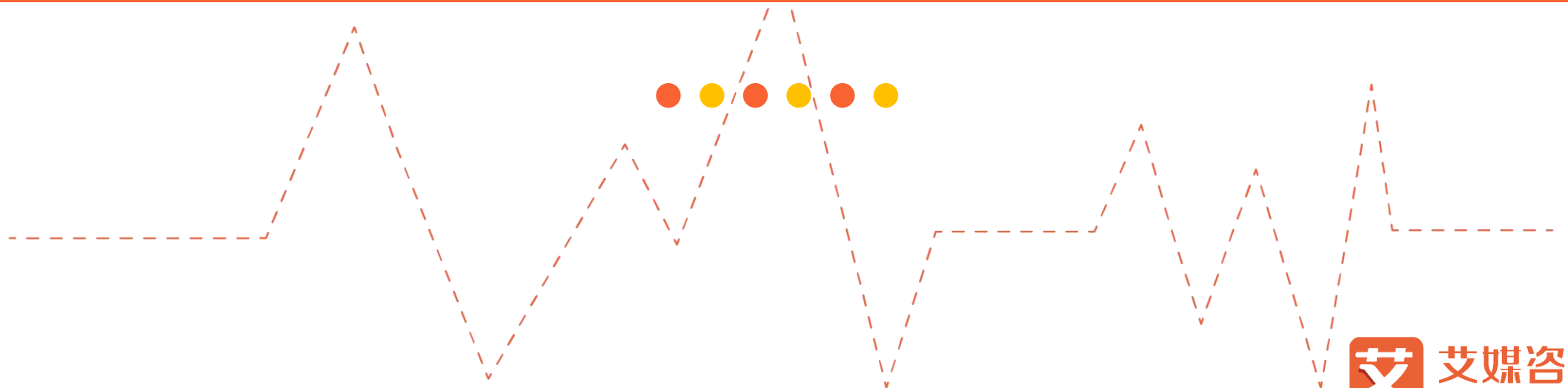


2018

# 中国大数据“杀熟”网民态度行为调查报告

2018 Chinese Netizen's Attitude And Behavior Toward APP Offering Higher Prices Upon Big Data Research Report



本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2017年12月底，北极星采用自主研发技术实现独立装机用户监测，系统已覆盖用户8.09亿。
- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

# 服务应用大数据“杀熟”事件总览

## 事件介绍

2017年12月29日，一名网友发布微博称其经常通过某网站订某个特定酒店的房间，长年价格在380元-400元，而酒店前台的回应以及用朋友账号查询得到的定价均为300元，该网友认为自己被服务应用利用大数据“杀熟”。同时该网友在微博中称，在使用某打车平台进行网约车预约时会被自动升级车型并收取更高费用。此微博一经发布，大数据“杀熟”这一事件引起了社会广泛关注和热议。

服务应用大数据“杀熟”，是指提供如酒店飞机预定、出行打车、电影票购买等生活服务的互联网服务应用利用大数据对用户不同的使用习惯、使用需求进行分析，针对有一定黏度的老顾客，提供价格较高的商品或服务，实现差异定价，其主要表现为经常使用该服务的老用户定价高于不经常使用的用户或没使用过该服务的新用户。

## 服务应用回应

事件发生后，服务应用如滴滴、携程均深陷大数据“杀熟”丑闻，纷纷表态否认利用大数据进行差别定价，其中滴滴方面回应称：“预估价”和“实付车费”是两个概念，乘客发单时即便是同时同名的起点和终点，也会受GPS精度影响，最终经纬度坐标产生细小误差，从而影响预估价的估算。滴滴打车价格不会因人、因设备、手机系统而异。

# 官媒批评大数据“杀熟” 国家监管趋严



## 人民日报——数据权力需要尊重用户权利

“技术本身是中性的，要避免‘技术的贪欲’，既要求拥有技术者不丢失克制的美德，更应构建与大数据发展相适应的消费权利观念。当大数据无孔不入，要谨防数据规则远远落后于数字生活，尤其要避免一些‘数据王国’滥用数据权力。只有保证普通用户数据权利与平台数据权力间的平衡，才能为大数据的长足发展赢得更多彼此信任的空间。”



## 新华社——运用新技术不能坏了老规矩

“大数据作为一种新技术本身并没有善恶之分，但被一些违背商业规律和商业伦理的人利用，则不仅会影响消费者线上消费的忠诚度，还会破坏新经济持续健康发展的环境。明明白白消费的基础是清清白白做技术。无论新技术的规则怎样变化，发展迭代怎样迅速，都不应坏了老规矩，这样才能构建起合法合情合理的新技术生态体系，才能不断衍生出更接地气的技术、更人性化的算法，更好地服务社会、造福民众。”

## 分析师点评

服务应用利用大数据“杀熟”事件一经曝光即引起社会广泛关注，官方权威媒体如人民日报、新华社均对此进行点评。艾媒咨询分析师认为，官方权威媒体态度坚定，国家未来对服务应用利用大数据“杀熟”的行为监管将趋于严厉，各服务应用需要更负责地使用大数据技术，处理好自身商业利益与用户权益的关系，在利用大数据完善自身服务、提升自身竞争力的同时尊重用户的权利。

# 服务应用大数据“杀熟”的表现形式

具体来说，服务应用大数据“杀熟”主要体现在以下三个方面：



手机应用平台差异定价，即苹果和安卓系统在同一应用的同一收费服务中定价不同



同一应用同一服务注册用户与未注册用户定价不同



同一应用同一服务经常使用的用户与不常使用的用户定价不同

## 服务类应用（节选）



# 大数据“杀熟”属于价格歧视

商家试图对消费者进行差异定价，早在互联网和大数据技术出现之前就广泛地存在着。在经济学中，将同样的服务和产品以不同的价格卖给不同用户的行为叫做价格歧视。

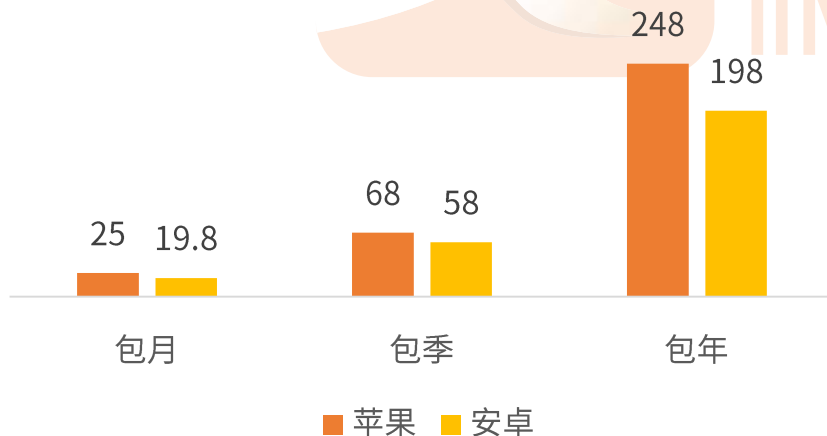
在互联网技术和大数据技术兴起并被广泛应用之后，掌握着技术优势的服务应用可以获取用户在使用服务时的信息，如使用时间、使用场景、可接受价格范围等，然后通过利用这些信息在用户根据习惯使用这些服务时收取更高的费用。另一方面，由于服务应用对于新用户没有相应的过往使用信息，所以应用无法通过分析其过往行为进行差别定价，对于新用户应用往往提供最便宜的价格来吸引其使用，并通过收集、处理其信息进行差别定价。



# 手机平台差异定价——爱奇艺

以爱奇艺的黄金VIP视频为例，在不选择自动续费的情况下，苹果客户端包月、包季、包年的价格分别为25元、68元、248元，安卓客户端上对应价格分别为19.8元、58元、198元，在三档会员套餐中均存在差异定价，价格差额分别为5.2元、10元、50元。

爱奇艺视频黄金VIP会员在不自动续费情况下两平台的价格

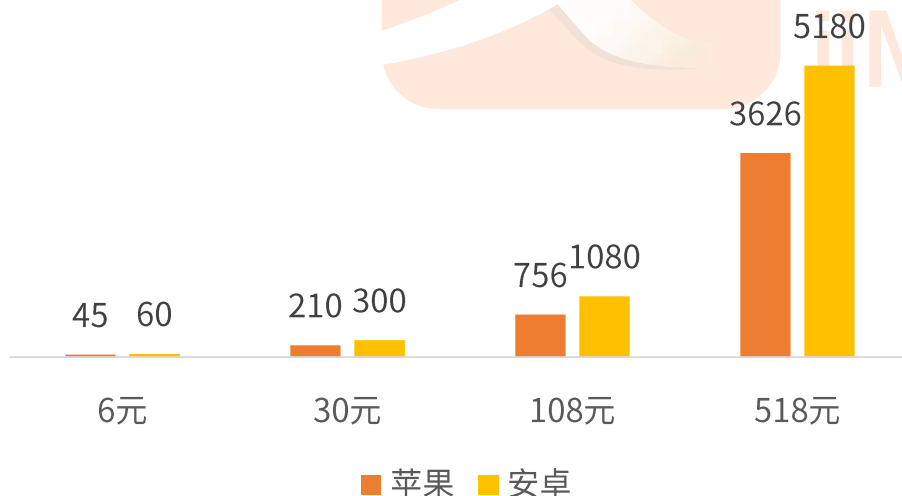


左图为安卓客户端（版本号9.2.1）的会员充值界面，右图  
为苹果客户端（版本号9.2.0）测试日期：2018年4月2日

# 手机平台差异定价——抖音

在抖音短视频中，同样是充值6元，在安卓客户端中可以得到60个抖音币，在苹果客户端中只得到45个抖音币。相同的情况在30元、108元、518元等充值档位中也出现：充值30元，在安卓和苹果客户端中获得的抖音币分别是300个和210个；充值108元，安卓和苹果客户端中获得的抖音币分别是1080个和756个；充值518元，安卓和苹果客户端中获得的抖音币分别是5180个和3626个。

抖音短视频两平台客户端充值相同金额  
得到的抖音币比较



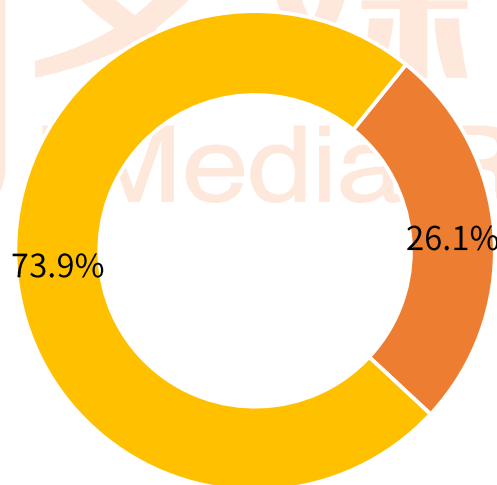
左图为安卓客户端（版本号1.7.9）的会员充值界面，右图为苹果客户端（版本号1.7.8）测试日期：2018年4月2日



# 超七成网民对大数据“杀熟”不知情

- 73.9%的受访网民不知道互联网服务应用利用大数据针对不同用户进行差异定价的情况。
- 艾媒咨询分析师认为，目前仍有大量受访网民对此不知情，其对价格相对不敏感，容易成为手机平台和服务应用进行差异定价的目标。

2018中国网民互联网服务应用大数据  
“杀熟”了解情况调查



■ 知道 ■ 不知道

样本来源：草莓派调研社区

样本量：N=1164；调研日期：2018年4月

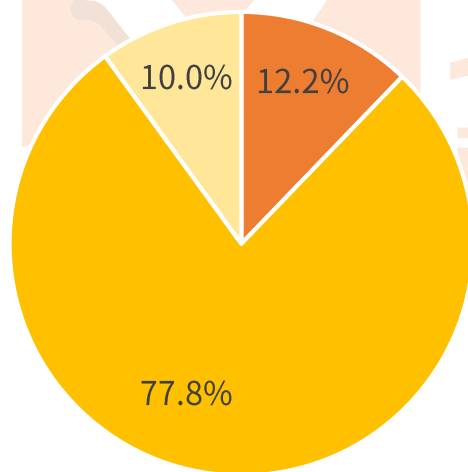
艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 近八成网民不能接受大数据“杀熟”

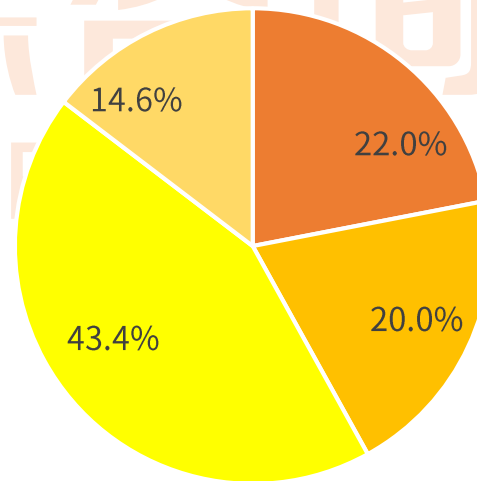
- 77.8%的受访网民会认为服务应用利用大数据进行差异定价的行为不能接受，认为可以接受的受访网民仅占12.2%。
- 20.0%的受访网民在使用服务前不会进行比价，偶尔进行比价的受访网民占43.4%，仅14.6%的受访网民每次都会进行比价。

2018中国网民关于大数据“杀熟”接受度调查



■ 可以接受 ■ 不能接受 ■ 无所谓

2018中国网民不同服务应用间进行价格对比行为调查



■ 每次都会进行比价 ■ 偶尔进行比价  
■ 经常进行比价 ■ 每次都不会进行比价

样本来源：草莓派调研社区

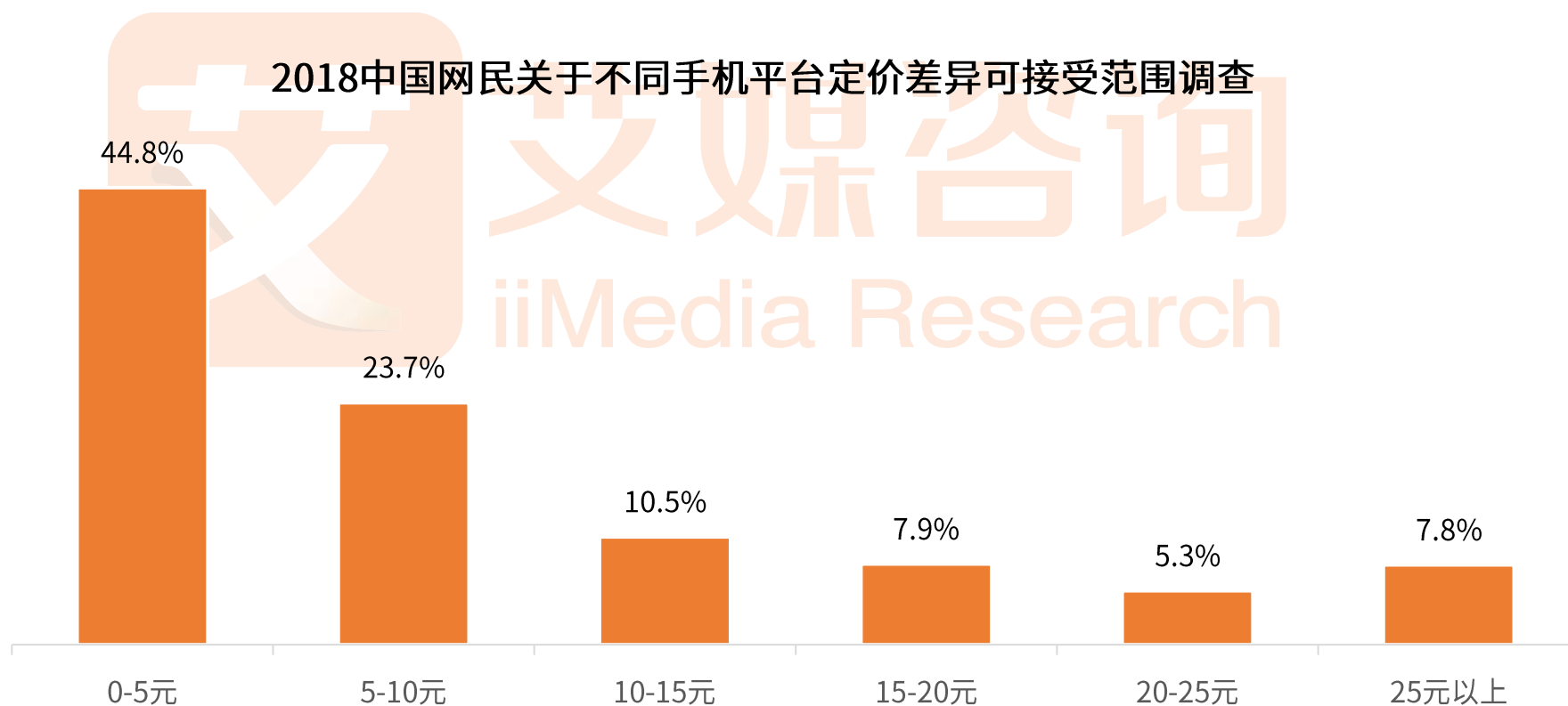
样本量：N=1164；调研日期：2018年4月

艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 网民关于不同手机平台定价差异可接受金额低

- 44.8%的受访网民会认为定价差异范围在0-5元可以接受，23.7%的受访网民可以接受差异范围在5-10元，仅7.8%的受访网民可以接受25元以上的差异。



样本来源：草莓派调研社区

样本量：N=1164；调研日期：2018年4月

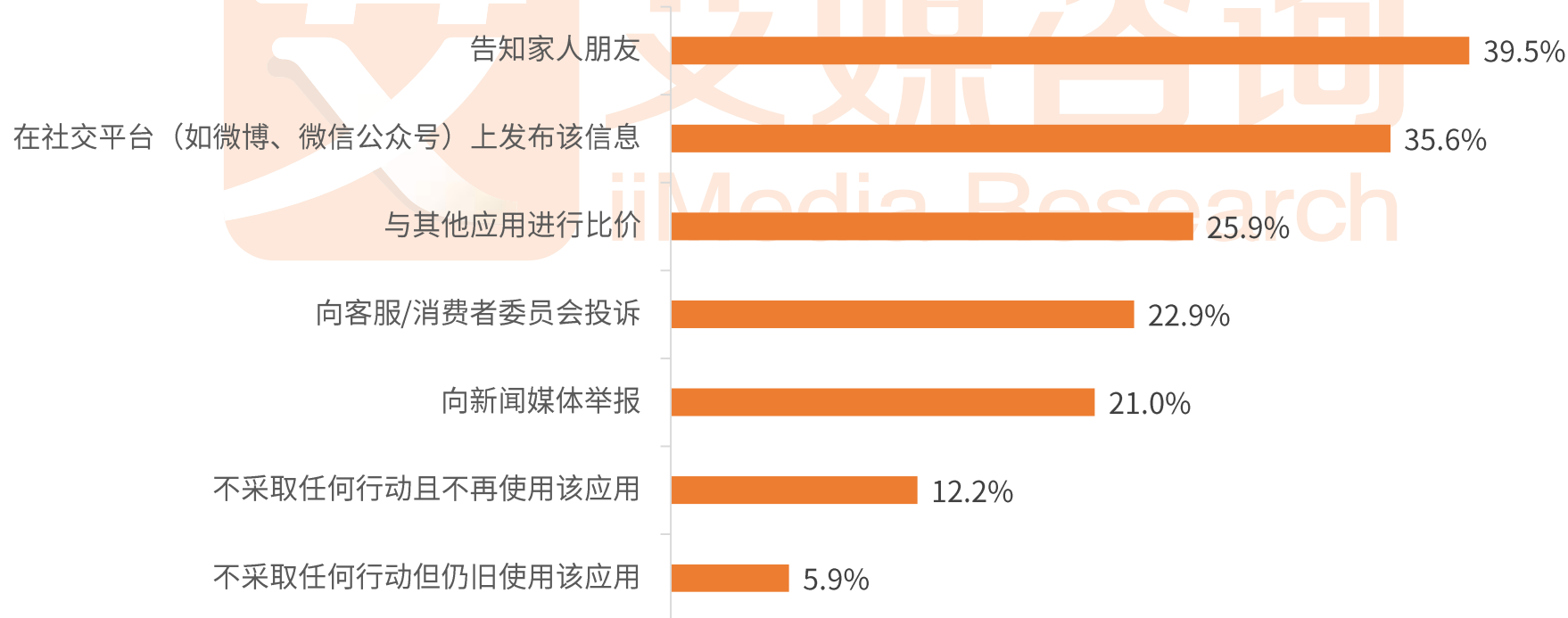
艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 网民倾向于公布大数据“杀熟”行为

- 39.5%的受访网民会将大数据“杀熟”的行为告知家人朋友，35.6%的受访网民会在社交平台上发布信息。
- 会向客户/消费者委员会投诉和向新闻媒体举报大数据“杀熟”行为的受访网民分别占22.9%和21.0%。

2018中国网民关于大数据“杀熟”应对方式调查



样本来源：草莓派调研社区

样本量：N=1164；调研日期：2018年4月

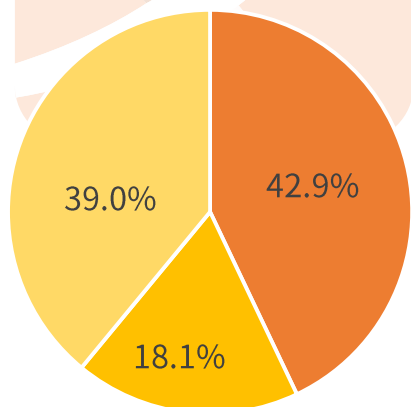
艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 四成网民会因为大数据“杀熟”更换应用

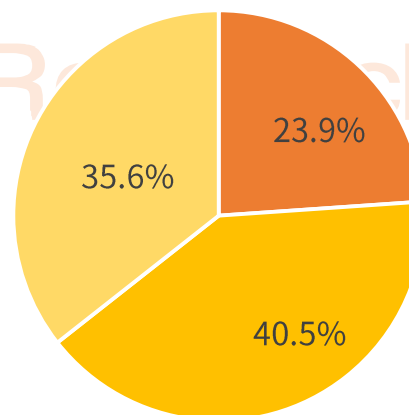
- 42.9%的受访网民表示会因为应用利用大数据进行差异定价考虑更换应用。艾媒咨询分析师认为，虽然面对大数据“杀熟”行为网民倾向更换应用，但该部分应用一般具有较强的行业地位，市场中可替代性低，用户不得不使用相关服务，对用户利益侵害明显。
- 40.5%的受访网民会认为如果自己使用的应用利用大数据进行差异定价，未来将不会再使用该应用。

2018中国网民关于会否因大数据“杀熟”  
更换应用调查



■ 会 ■ 不会 ■ 视情况而定

2018中国网民关于会否继续使用大数据  
“杀熟”应用调查



■ 会继续使用 ■ 不会继续使用 ■ 视情况而定

样本来源：草莓派调研社区

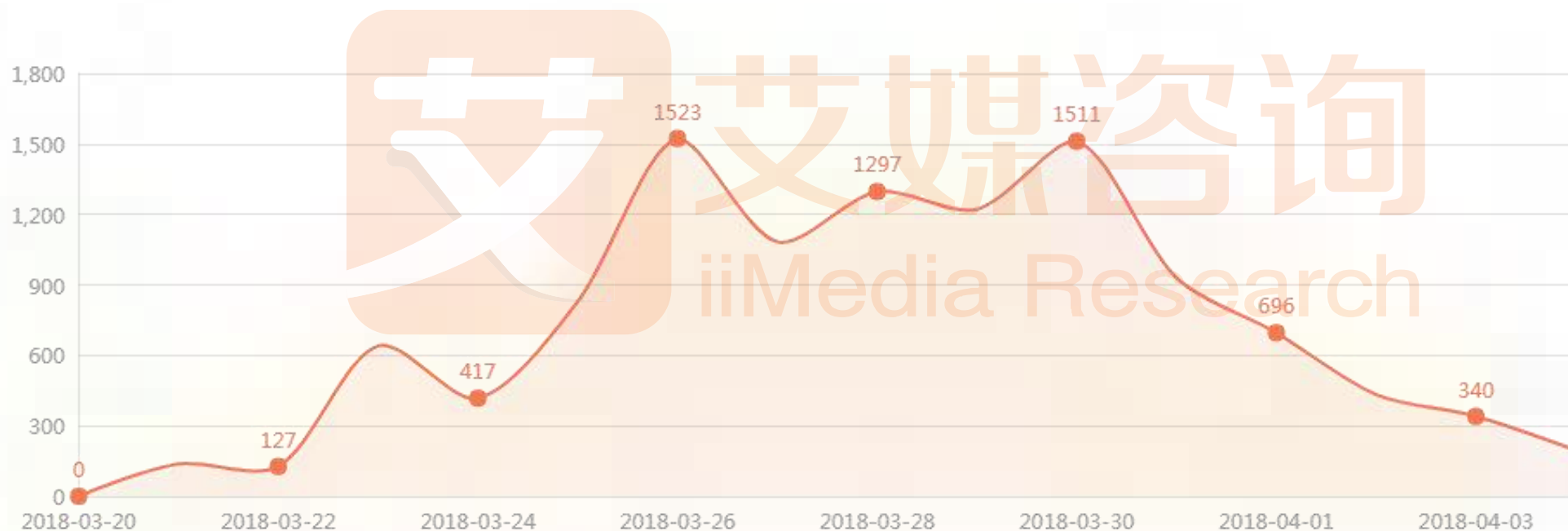
样本量：N=1164；调研日期：2018年4月

艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 大数据“杀熟”引广泛舆论关注

大数据“杀熟”舆论热度指数



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

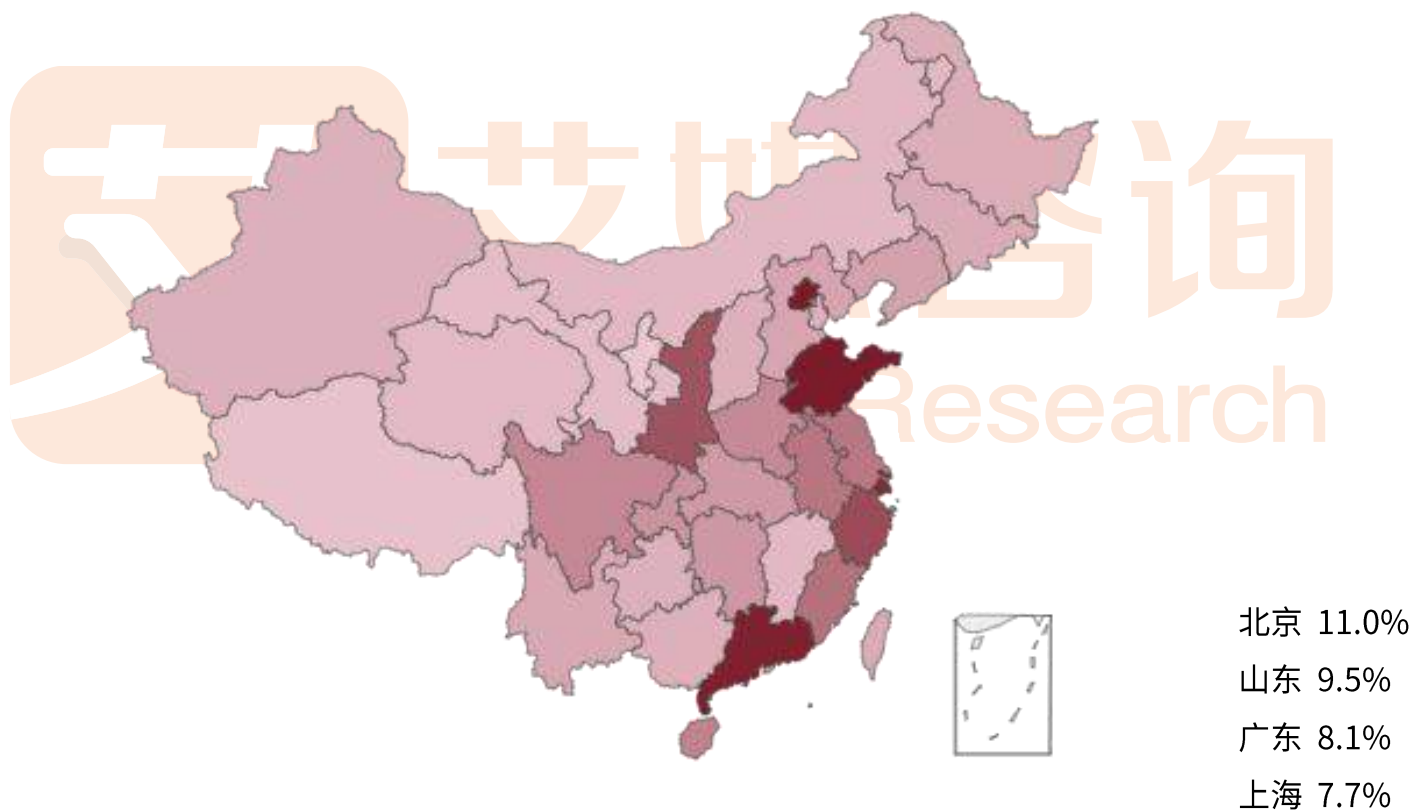
舆论热度：全网媒体资讯的舆论热度

监测时间区间：2018年3月20日-2018年4月4日

艾媒咨询保留所有权利，未经许可，不得转载、复制或进行其他任何侵权行为

# 大数据“杀熟”北京舆论热度高

## 大数据“杀熟”舆论地域分布指数



# 服务应用大数据“杀熟”观点评论

## 应用实行差异定价是对大数据的滥用，辜负用户信任

平台利用大数据描绘用户画像，根据其不同的需求和不同的使用习惯进行差别定价，该行为属于对大数据技术的滥用。差异定价属于价格歧视，事实上现实中差异定价的情况很普遍，如机场、景区等场景中商品价格较高，但是这种价格歧视公开透明。但是服务应用占据技术与信息优势，利用大数据针对每个用户进行单独定价，该行为隐蔽而难以被用户察觉，用户利益进而在不知不觉间被侵犯。艾媒咨询分析师认为，用户选择并持续使用该应用提供的服务是出于对应用的信任，但是服务应用利用大数据对忠诚度高、粘度高的用户进行较高定价，伤害了用户的感情，辜负了用户对其的信任。滥用大数据在后台对用户进行隐蔽差异定价的行为也不符合诚实信用的要求，脱离了诚实的根基，应用的长远发展也必将受到影响。

## 苹果额外服务费致平台定价差异，额外支出不该由消费者承担

根据手机应用客服的解释，在苹果和安卓平台实行差异定价的原因是苹果用户进行应用服务购买时需要支付通道服务费，额外部分由苹果收取，因此，苹果客户端内的定价会高于安卓客户端和网页的定价。艾媒咨询分析师认为，苹果平台利用自身的市场优势收取通道服务费，该行为涉嫌垄断。从手机应用的角度来说，利用系统、终端区别实行差异定价，将苹果的额外服务费转嫁到用户身上，并非明智的逐利手段，苹果要求收取额外服务费不应该由用户来承担。不管是苹果平台还是实行差异定价的手机应用，都伤害了用户的利益，最终将迫使用户放弃对该平台、应用的使用，不利于平台、应用自身的发展。



**艾媒舆情**  
**大数据舆情监控系统**  
(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

**艾媒北极星**  
**移动应用运营监测**  
(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

**草莓派**  
**用户感知与体验监测**  
(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

**SoicaliiMedia**  
**微信微博媒体监测**  
(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

**艾媒金榜**  
**权威消费品牌评价监测**  
(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

**ADiimedia**  
**移动广告效果监测**  
(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。

—— **艾媒咨询大数据监测体系** ——

# 法律声明

## 权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。

## 免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询计算模型估算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。

青铜VIP

永久有效

¥0

特权

账号永久有效  
购买商城报告享88折



扫一扫 进入商城

白银VIP

¥1999

特权

自付款日起一年内有效  
海量报告下载免费  
白银会员专有标识  
客服快速响应通道

黄金VIP

¥4999

特权

自付款日起一年内有效  
海量报告下载免费  
黄金会员专有标识  
客服快速响应通道  
艾媒分析师现场干货分享  
赠送大会VIP门票5张  
艾媒限量版精装图书2本

本活动截止日期为2018年6月30日

咨询

网址：<http://report.iimedia.cn/vip>

邮箱：[xxx@iimedia.cn](mailto:xxx@iimedia.cn)

<http://report.iimedia.cn> 一键定制



# 因为专注，所以专业！

*Since 2017, we focus on New Economy !*



全球领先的新经济行业大数据挖掘与分析机构

艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为



艾媒咨询  
iiMedia Research