新闻

1·网信上海”微信公众号11月25日消息，今年7月，圆通速递有限公司河北省区内部员工与外部不法分子勾结，利用员工账号和第三方非法工具窃取运单信息，导致40万条个人信息泄露，相关犯罪嫌疑人于9月落网。11月16日起，境内多家媒体刊载相关报道，“圆通内鬼租售账号导致40万条个人信息泄露”等相关话题引发网民热议。

19日下午，上海市网信办网安处会同青浦区网信办、青浦公安分局、区商务委、区邮政管理局约谈了圆通公司，责令要求圆通公司认真处理员工违法违纪事件，做到信息对称、及时公开、正面应对，加快建立快递运单数据的管理制度。

下一阶段，上海市网信办将依据《网络安全法》，持续深入推进网络生态综合治理，严厉打击各类违法违规行为，切实维护人民群众利益，为经济社会发展营造良好的网络环境。

2·“大数据杀熟”并非一个新鲜玩意了，但它所引起的重视远远不够。

早在2017年，他就在某打车软件上经历了大数据杀熟：“比如我和我媳妇同时打车，同时发起，同样的起止点，我的定价每次都会贵一些，因为我每天都要打这个路线的车，我媳妇是偶尔会打，就感觉是分析出来熟客吃定的感觉。”

无独有偶。

我身边的同事也分享了她被大数据杀熟的经历，巧合的是，她同样也是在使用打车软件。

“2016年左右，我家住在丰台区的怡海花园，每天到海淀的上班距离很固定，那时候最开始打车每次只需要20多块钱，但是差不多就在三个月时间内，就涨到了50多。”

关于这种情况，滴滴总裁曾坚决表示“滴滴出行不存在大数据杀熟的行为。”

据央视报道，北京的韩女士使用手机在某电商平台购物时，中途错用了另一部手机结账，却意外发现，同一商家的同样一件商品，注册至今12年、经常使用、总计消费近26万元的高级会员账号，反而比注册至今5年多、很少使用、总计消费2400多元的普通账号，价格贵了25块钱。

仔细对比才发现，原来普通账号页面多出来一张“满69减25”的优惠券。韩女士认为自己遇到了大数据“杀熟”。

不过，一个很有意思的特殊案例也在最近出现了，它证明了“大数据杀熟”不能被完全判定为“不利于消费者的涨价行为”。

今年十一期间，电影《夺冠》上映。出于娱乐的心态，我一个朋友购买了电影票，但一刷之后，她备受情节鼓舞。于是在接下来的一周内，她又去同一影院刷了三次。

在这期间，戏剧性的一幕发生了，她发现自己每次买票都比上一次便宜。第一次价格是将近100元，但四刷的电影票只需要26元。

当然，被大数据杀熟而减价的事情肯定并不常见，因为我们也无法判断这是否是影院为了市场回暖而采取的特殊降价举措。

但从商家来讲，降低了客单价，同时又增加了用户粘性，也不失为一个经商之道。

。

而记录这些信息的原因则在于，被中介引导进门的购房者和第一次进售楼处并下单的购房者，能够享受更多的优惠。

所以，大数据杀熟从商业层面也为企业带来了稳定可靠的收入，或许这也是让这些APP戒不掉大数据杀熟的根本原因，毕竟在商言商，谁不想赚个钵满盆满。