

2月以来,冷空气频频“到访”锡城,上周开始,阴雨天气猛刷存在感。上个周末我们终于迎来短暂的晴天,算是近段时间以来天气最好的日子,上周日最高气温16.7℃,是蛇年以来的新高,只可惜这次的“春天体验卡”时间有点短,仅仅持续一天。本周的天气舞台,阴沉的多云天气依然为主角。今天,随着新一股冷空气抵达,锡城有一次降温过程。

前天 16.7℃ 明早仅 1℃ 冷空气已到 气温再“冻人”

○ 冷空气频繁出击

最近,锡城的气温在偏暖 and 偏冷之间“反复横跳”。昨天开始,寒冷与暖和再次展开“拉锯战”,随着新一股冷空气迅速南下,寒冷气流席卷锡城。昨天一早,天气就阴沉沉的,厚厚的云布满天空,早上7点,我市实时气温只有1.4℃,路上行人再次裹紧了羽绒服。午后,在光照增温的作用下,气温窜得还挺快,最高气温上升至13℃左右,早晚温差进一步拉大。

眼下已来到“雨水”节气,通常雨量增多是雨水节气最主要的气候特点,明天起我市会有一次弱降水过程。但对无锡来说,近期更需要关注的是温度的波动。最近冷空气活动频繁,这股冷空气结束后,本周五开始,北极涡旋将再度派出大批冷空气南下。在其接二连三的出击之下,我市本周气温持续偏低,早晨最低气温在1℃左右,周末将再次降至零下。最高气温保持在10℃以下,后天受降雨影响,最高气温仅7℃左右,湿冷感进一步加强。

○ 今天迎来雨水节气

今天我们正式迎来了雨水节气,这是二十四节气中的第二个节气,也是第一个反映降水现象的节气。此时节开始,气温回升、冰雪融化、降水增多。气象部门人士介绍,进入雨水节气,来自太平洋和印度洋的暖湿气流开始活跃,渐渐向北挺进,同时北方的冷空气在减弱的趋势中也不甘示弱,会与暖空气进行频繁的较量,导致锋面雨增加。据统计,无锡的雨水节气常年平均降水量为41.1毫米,降雨日达5.7天,下雨概率超三成。

时至雨水节气,太阳的直射点由南半球逐渐向赤道靠近,这时的北半球日照时数和强度都在增加,气温回升较快。据统计,雨水节气里无锡平均气温为6.4℃,比立春节气升高1℃,比大寒节气时高3.2℃。尽管目前冷空气还在尽情“表演”,但春天已经迫切地想要占据主导地位,长远来看,预计2月下旬我们将迎来大范围回暖。

冬春过渡,乍暖还寒,大家在这段过渡期内还是要做好防寒保暖工作,并及时应对气温的波动。雨水节气的养生以调养脾胃最为重要,这个时节宜多吃新鲜蔬菜、水果,少食油腻之品。(晚报记者 吴雨琪)



↑2月17日,村民在惠山区洛社镇一处菜地忙碌。2月18日迎来雨水节气,无锡市各地农民展开田间管理等农事活动。(还月亮摄)

平台价格“见人下菜”,价格差异从几百到几千 避免“杀熟”,反向驯化大数据有用吗?

同一线上平台预订机票、订购酒店,不同人购买价格竟也不同?大数据又开始“看人下菜碟”了?春节假期后,不少市民开始错峰出游。有趣的是,大家在控诉遭遇大数据“杀熟”的同时,也开始尝试“反向驯化”大数据,试图改变自己的用户画像,这样操作真的有效吗?

同平台同产品 存在价格差异

计划3月初赴韩国首尔旅游的陈女士,近日为预订机票酒店费尽心思。她在同程App购买无锡至首尔机票时,意外发现与朋友查询同一航班的价格竟相差悬殊:“我的显示2800元,朋友App却只要2300元。”陈女士表示,就连看中的明洞附近酒店也存在价差——自己看到889元/晚,朋友搜索仅需688元/晚。对此她已见怪不怪:“平台一贯如此,搜索频率高的城市价格就会上涨,差异从几百元到几千元都有可能。”为获取更优惠价格,陈女士进行多人测试后发现,新人用户确实能获得最低价。

记者在多个社交平台发现,类似遭遇的网友不在少数。有无锡网友发帖称,春节期间与家人前往哈尔滨,在平台A上预订

机票时,最低价为1428元,最高价为1840元;而在不同平台间也存在价格差异,平台B上的最低价为1522元,最高价为1888元。这意味着,同一航班在不同人和不同平台之间的价差可达460元。

“不仅是机票酒店,日常用餐也存在差异。”在无锡经开区金融街工作的张茜茜透露,与同事在综合体就餐时,同一店铺同款套餐折扣不同,自己享7.8折而同事仅8.3折。除在线旅游平台外,购物、外卖、网约车等互联网平台均存在疑似“杀熟”现象。据无锡市文广旅游局相关部门透露,近年来大数据“杀熟”投诉多发,尤以旅游领域为主。

“反向驯化” 可干扰大数据?

价格差异如何形成?记者咨询携程、途牛、同程等平台获悉,优惠券多样性是造成价格差异的重要因素之一。新用户账户可能享有10~20元优惠差额,部分账户甚至包含200元当地文旅消费券。早鸟价、春节补贴、抹零卡等促销活动也影响最终价格。“会员等级高未必价格低。”某在线旅游平台内部人士

透露,不同航司、平台、代理商的优惠券存在显性与隐性区别,多重叠加后可能使高等级账户价格反超。高频次搜索可能引发价格波动,但并非绝对规律。某次查询后,当晚再搜或出现不同程度降价。无锡业内人士指出,这类似电商平台的复杂优惠规则。

各大平台上关于网友热议的“反向驯化”干扰大数据策略帖,可谓层出不穷。“反向驯化,手把手教你如何攻略”“对抗大数据,就应该这么做”“最新流量密码调教大数据”……有的是建议在手机备忘录多留下“机票太贵,我不去了”“太贵,不买”之类的话,可谓是用魔法打败魔法;有的则推荐货比三家,或者通过改变用户画像干扰算法方法等。对此,经开区某科技公司技术人员表示收效有限,作用不大。因大数据分析维度广泛,涵盖浏览记录、搜索偏好、消费频率、支付能力、用户属性(如新客/比价用户),以及市场需求、产品库存等综合因素。

“大数据杀熟” 是否违法?

多位律师指出,差异化发放优惠券本身未必违规,需具体分析。上海市汇业(无锡)律师事务所合伙人华焯律师认为,若优惠规则公开透明且用户明确知晓获取条件,则属合规行为。“大数据杀熟”本质是借信息不对称实施价格歧视。《消费者权益保护法实施条例》明确规定,经营者不得在消费者不知情时,对同一商品/服务设置差异价格。基于消费者特征展示不同商品服务属合法范畴,但若通过算法分析消费习惯实施隐蔽加价,则涉嫌违法。



平台价格“见人下菜”。