



网店上搜了一下“棺材” 微博上被骨灰盒广告轰炸一个月

数据共享泄露用户隐私,如此营销让网友哭笑不得

Q 淘宝不是你想淘就能淘,一个不小心也许就给自己带来了大麻烦。近日,广东的一名大学生因为好奇心在淘宝上搜索了“棺材”,没想到在之后的一个月时间里,每当登录新浪微博账号后,就会看到骨灰盒、寿衣之类的广告推介信息。昨日,记者联系上了该当事人,他表示,曾将自己的遭遇在微博上发布,不想竟被“封号”,感觉很“寒心”。

现代快报记者 刘元媛 实习生 张薇

当事人经历

好奇“淘棺材” “被看”骨灰盒

近日,一位新浪微博用户爆料称,只因在淘宝上搜索了“棺材”,此后长达一个月时间,只要登录自己的新浪微博就会看到被推荐的诸如骨灰盒、寿衣之类的产品。昨日,记者联系上了上述微博用户小陈,小陈告诉记者,自己还是大二的学生,一个月前在学校宿舍刷微博时发现,网上卖棺材会提供免邮费的服务。好奇心作祟,他便登录淘宝网搜索了“棺材”的产品信息,而此后遭遇的事情真是让他叫苦不迭。

“没想到的是接下来的一个月里,每当我打开新浪微博,7个新浪微博热门推荐里有3~4个都是骨灰盒、寿衣之类的广告推介信息。”现在说起这些,小陈还是很无奈,“白天在学校时还觉得没什么,放假后有时候晚上12点上网,看到这

些就郁闷了。”在被骨灰盒和寿衣之类的广告推介信息骚扰了一个月后,小陈实在忍无可忍,决定发微博进行投诉。

“新浪微博你!用不着一个月来在热门商品推荐天天给我推荐棺材!寿衣!骨灰盒!好吗!我不需要!好吗!我只是无聊搜了搜!!给次机会我改错好吗!!!”小陈发了上述投诉微博后同时还@了“@微博小秘书”。可连他自己也没想到的是,该微博一经发出便被疯狂转发,据小陈讲,该微博被转发了2.8万余次。转发该微博的不乏一些微博大号,甚至还引起了媒体的关注。就在微博被疯狂转发之际,小陈的微博“@不知道叫什么就叫春的陈红军”于7月20日00:20左右突然被封,无法使用。

网友吐槽

都曾遭遇过“被推介”困扰

记者了解到,在微博被封后,小陈重新注册了一个新浪微博账号“@不知道叫什么就叫春的陈红军”。他表示,原来的微博号已经使用三年了,这下子很多朋友的联系方式也没了。“微博号被封让我有点寒心,因为新浪是在完全没有通知或者警告的情况下封了我的账号。”除了封号带来的麻烦外,小陈也因该事件“红”了起来。周围的同学都说他是一夜蹿红,还有网友调侃说,“只因为在人群中多看了你一眼。”

记者昨日查看小陈的新微博后发现,新账号目前只发出了十几条微博,大多与“被推荐”一事有关。“怎么我的微博主页没有热门商品

推荐了?这么单调反而习惯了……”7月21日,小陈发出了这样一条微博。昨日,小陈告诉记者,换个微博后没棺材推荐了,都是些衣服什么的,看着也顺眼很多。

目前来看,小陈的遭遇并没有因为“封号”就此打住,事件影响似乎还在发酵,同时也引发了众多网友吐槽曾遭遇过的“被推荐”事件。网友“@三袁”称:“前几天在天猫买了个水槽,最近新浪和淘宝天天弹出水槽广告,话说我都买了你还天天给我看这些有意义吗?”“@Annie-Chou”调侃说,我搜一个什么,它都第一时间给你推荐什么,一般人都想象不出有多快。

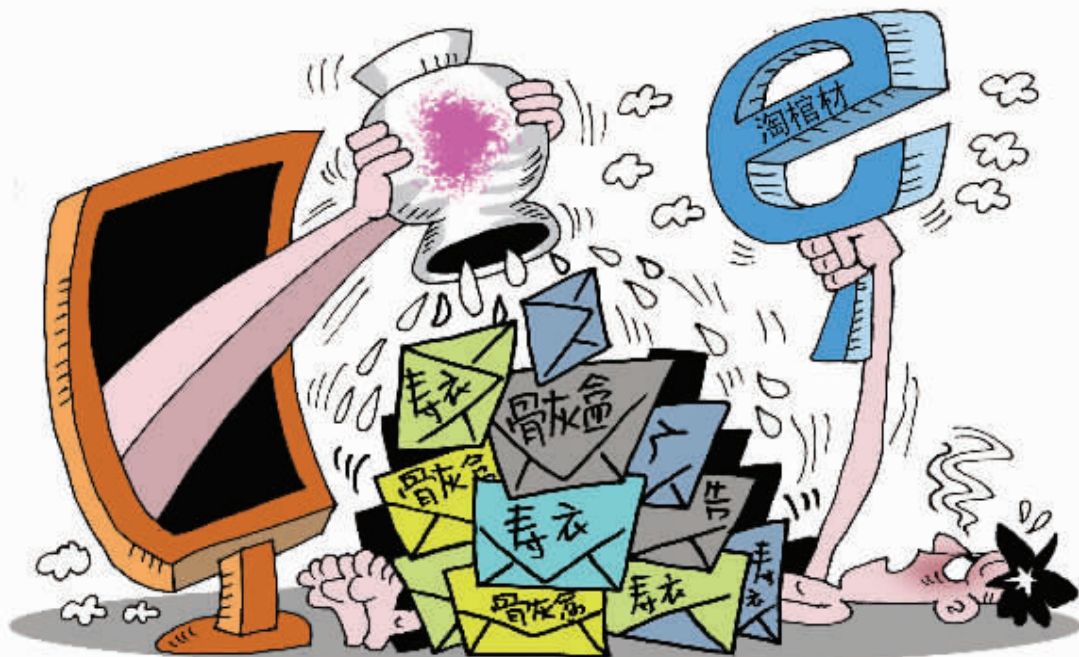
技术人员支招

可搜索其他产品覆盖原信息

为何在淘宝上搜索相关产品后,登录新浪微博后也会被推介相关产品呢?昨日,有业内人士表示,新浪微博和淘宝进行深度合作后,用户数据可能共享。事实上,在“大数据”时代背景下,用户信息被泄露的事情时有发生。如现在登录很多网站都要注册账号,奇怪的是,很多用户刚刚注册完成,很快就会收到直投广告。对此,一位互联网业人士告诉记者,网站获得用户数据信息并不难,用户的各种注册信息肯定有一样的内容,例如电话号码,然后进行比对就能确定是同

一个人,锁定同一个人的信息数据后,就很容易获得想要的用户数据信息了。

而像上述小陈那样的遭遇实在让人无法忍受,对此,一位互联网技术人员建议,可以通过搜索其他产品,来覆盖掉不想接收的推介信息。但有网友认为,这招也是治标不治本,还会受到很多广告信息的骚扰。也有些网友建议,为了避免网络数据泄露,上网后可以清空浏览器cookies和历史记录,或者用隐私模式浏览等。



东方IC供图

网友评论

@非想非非想v:我也经历过,搜一款治疗脚气的药品,结果不停的被推荐,还配上各种治疗前后的对比图。恐怖与恶心程度我就不形容了,请自己展开联想。

@不如我喂你袋盐吧:看了那个推荐骨灰盒的微博后,我就在淘宝上搜了搜女士胖子什么的,这样我每天可以在我的首页看到内衣模特了。

@相依half:数据营销虽然有些副作用,但是对于企业或者卖方来说,效果是大大地好。

@长街奔马:简单粗暴的方式不叫营销,叫填鸭。

@老榕:其实大数据分析也没那么玄乎,传统商业百年来已经帮我们整理很多了。随便举几例就比如向买鞋的推销别的鞋、买骨灰盒的再推销骨灰盒高明。如,向买尿布的疑似男性推销啤酒;向买“孕期指南”的推销大枣(注意,10个月后可以推销尿裤和奶粉了);向买《大学一年级物理辅导》的先什么也别推,4年后推衬衣。

@阿留观察员:用得好能方便人们生活,用不好就是骚扰。没有遇到这样的事,但商家这种宣传攻势,已经对别人正常生活造成伤害,难道没有自我感觉?完全掉进了孔方兄里了。

电商人士解读

“小陈遭遇”显示数据挖掘还太低端

今年5月阿里巴巴集团宣布入股新浪微博,此后新浪微博就悄然出现一系列变化。如新浪微博页面底端出现“从淘开始”的商品推荐框,推荐淘宝网相关热卖商品,点击后会直接跳转至“一淘热卖”。新浪微博右侧栏也开始出现相关商品展示橱窗,并按照千次点击的付费方式,成为淘宝卖家站外新的“钻石展位”等。最近,新浪微博更是上线了闪购平台,每晚9点上线1款商品,限时抢购,闪购商品大多来自淘宝。对此,市场认为“愤青”新浪微博正在转型并朝着“淘宝T台”变身了。

尤其马云提出阿里巴巴大数据战略后,市场对电商未来充满期待。但上述小陈的个案表明,目前电商数据挖掘的能力并不强大,一

位电商业人士直言,如此数据挖掘能力只能说还太低端。一位电商研究人士表示,精准营销本来是件好事,像阿里与新浪微博进行数据打通、共享,不管对平台还是商家、消费者都是好事,通过消费者的行为进行推荐,但这里有个对消费者行为进行辨别的问题。

“像上面这个案例就说明平台方没有对消费者的行为进行有效辨别,还存在技术方面的不成熟。平台方在进行推荐前,理应对消费者的搜索行为、购物行为等进行综合分析,再确定推荐什么比较合适等问题,不然出现上述案例不仅没起到任何的营销效果,还对消费者带来非常不好的影响。这也是未来各购物平台进行相关推荐时应该思考的。”

律师说法

新浪微博侵权 应向当事人道歉

因“棱镜门”事件,斯诺登正被美国全球通缉,而这也引发了一个话题:在“大数据”时代,个人隐私该何处安放?大数据最大的价值在商业服务领域,但由此也加深了人们隐私被泄露的威胁。记者了解到,对于用户数据被共享,不少网友都觉得隐私被泄露了,还要被迫接受一些推荐广告。“@倪医生”就表示,现在新浪微博的广告推广,后台采集用户网页浏览记录,感觉时时被偷窥,让用户很不爽!

江苏圣典律师事务所严国律师认为,就算淘宝和新浪微博间达成协议可以共享用户数据,但由于是商业用途且未征得用户同意,新浪微博方面仍然是侵权的。尤其是

对于小陈的案例而言,新浪微博不仅侵权,还应对小陈造成的困扰进行赔礼道歉。

严律师表示,近年来网络用户信息遭泄露的事件时有发生,但从目前国内的法律法规来看,尚没有具体的细则可参照执行。尤其是国内对于电子数据的财产权认定在法律上还是空白,未来仍有待完善。

参照国外的经验来看,社交服务网站Facebook通常会给予用户选择权,屏蔽掉不想看到的广告推荐。另据报道,Facebook引流方式通常是引导到Facebook的品牌主页,从而保证良好的体验,与广告主建立更稳健的联系。