

2022届高三4月第二次模拟考试语文题开卷有益（湖南省怀化市）

1.

阅读下面的文字，完成各题。

围绕着“大数据杀熟”是否存在的争论延续至今仍无定论，但从去年初爆出现在，“大数据杀熟”所指向的在线差旅平台风波难断。3月11日上午，携程针对微博网友“陈利人”订购机票遭遇的烦心事发表道歉声明，称二次支付显示无票是系统Bug所致，绝无“大数据杀熟”。“大数据杀熟”这件事，基本还是各说各的理：消费者言之凿凿“这个可以有”，在线服务摊手表示“这个真没有”。回头看，2008年以来，爆料或控诉在线旅游、酒店、机票等电商平台的疑似“大数据杀熟”行为不胜枚举；乃至十年之后的2018年，“大数据杀熟”被评为年度中国媒体十大新词语，中消协甚至还将其列为2019年新春重点关注对象。但诡异的是，迄今没有认定出一个板上钉钉的杀熟案例。信息不对称与不透明如一堵厚重的铜墙铁壁，将真相阻隔在电商的最终解释权手里。

所谓的“大数据杀熟”，其实就是依据数据的精准分析，对于粘性强的用户，利用信息不对称不动声色加价或者拒绝优惠推送的差别化价格策略。消费行为往往就是这样，用惯了、用多了，价格反而不敏感了。因此，新客户50块钱就能买到的服务，老客户可能还是停留在100块钱的档位上。电商平台的这种策略偏好其实是很容易理解的，在最大化利润的目标面前，大数据提供的便利是不可能受道德诚信制约的。

有人说愿打愿挨，谁让消费者不去货比三家呢？这话经不起基本逻辑的考量：首先，利用大数据来杀熟果真合法吗？且不说消费者权益保护法等，实施不久的《电子商务法》第十七条亦规定，电子商务经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权。第十八条规定，电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务的搜索结果的，应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项，尊重和平等保护消费者合法权益。利用消费偏好选择性推送本就是一个过于精明的商业选择，更别说少数电商平台扭曲价格信息等主观恶意行为了。再说，市场进化得再高级，终究是“人”的市场。如果技术只是为卖方提供了耍心眼儿的机会，市场信用岂非要随着技术迭代而灰飞烟灭？很多时候，个性化服务与“大数据杀熟”是叫人傻傻分不清的，消费者即便是熟谙“货比三家”的道理，恐怕终究逃不开数据的惦记。就比如这些所谓的“系统Bug”，谁来为之验明正身呢？有人说，拿过的折扣、用过的满减红包，最后总得通过“大数据杀熟”的方式吐出来。这话或有偏颇，却说破了一个道理：在宰客这件事上，线上线下是没什么差别的；监管若不到位，肯定是会出问题的。

现在最大的疑问是：在“大数据杀熟”这件事上，电商平台们异口同声说是假的，那么，就真的只是消费者的群体癔症吗？这个问题，职能部门应该及时出手，为迷茫的消费者解惑答疑。

（来源：光明网-时评频道2019-03-21，作者邓海建）

【1】下列关于原文内容的理解和分析，不正确的一项是

- A. “大数据杀熟”是一种“宰客”现象，是电商平台违背道德诚信追求最大化利润的做法。
- B. “大数据杀熟”是否存在，消费者和在线服务大体上还是各执一端，争论不休。
- C. “大数据杀熟”问题由来已久，成为各媒体乃至中国消费者协会高度关注的问题。
- D. 根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特点而向其提供个性化服务的做法是不合法的。

【2】下列对原文论证的相关分析，不正确的一项是

- A. 作者认为，面对“大数据杀熟”，相关职能部门不能袖手旁观，应该有一个明朗的态度。
- B. 作者站在消费者的立场上，从两个方面批驳了“大数据杀熟”的责任在消费者自身的说法。
- C. 文章从“大数据杀熟”现象谈起，以呼吁职能部门监管到位结束全文，指出了解决“大数据杀