中国改革报 CHINA REFORM DAILY
2017.10.09 星期一
本版编辑：薛秀泓 Email：zhgggb@163.com 热线：（010）56805059

我们的个人信息谁做主

——透视网络产品和服务隐私条款里的“猫腻”

用微信聊天、淘宝购物、百度地图导航……当享受网络产品和服务带来便利的同时，我们或许并未阅读或读懂它们的隐私条款，对其如何收集、使用和转让我们的个人信息并不清楚，甚至会遭遇“霸王条款”。

□ 李亚红 王思北

用微信聊天、淘宝购物、百度地图导航……当享受网络产品和服务带来便利的同时，我们或许并未阅读或读懂它们的隐私条款，对其如何收集、使用和转让我们的个人信息并不清楚，甚至会遭遇“霸王条款”。

全国信息安全标准化技术委员会秘书处近日发布对首批10款网络产品和服务隐私条款评审结果，督促企业整改违法违规行为，让用户拥有对自己个人信息的知情权和控制权。

“霸王条款”花样多

网购信息泄露接到骚扰电话、航班信息泄露遭遇精准诈骗……“近年来，个人信息被过度采集、滥用以及非法交易带来了一系列问题，严重损害用户合法权益，同时也带来了一些社会问题。”中国电子技术标准化研究院院长赵波说。

隐私条款是企业收集、处理、使用用户信息的公开声明。然而，诸如“为改进服务，我们需要收集、分析您使用手机的情况，并可能与第三方共享等”语焉不详、笼统不清的条款内容比比皆是，让人不明就里：要改进什么服务、收集哪些信息、将共享给哪些第三方？

“有的天气类应用要收集用户的通信录，有的手电筒应用在安装时显示会调用手机的位置信息。”手机里有多个APP的北京市民朱先生说，有的APP安装时会问我是否同意将购物信息共享给第三方信用评价机构，如果点不同意，就会直接退出，无法使用该服务。

调查发现，一些网络服务没有给用户提供更正、删除其个人信息的途径，不给用户提供撤回授权、关闭权限、注销账户的方式。因此，有的网络服务用户一旦注册了，再也无法注销。

有网络信息安全专家和用户表示，这种协议实际上是企业利用自己的优势地位“强迫”用户同意，导致的结果是用户提供授权后“覆水难收”，这样的“霸王条款”很可能危害用户信息安全。

减少信息泄露风险

中央网信办、工信部、公安部、国家标准委等四部门日前组织指导对微信、新浪微博、淘宝网、京东商城、支付宝、高德地图、百度地图、滴滴出行、航旅纵横、携程网10款网络产品和服务的隐私条款进行评审。这些企业一边接受评审，一边进行整改、提高，改版后的很多条款将减少用户信息泄露风险。

支付宝和微信等均通过弹窗展示隐私条款重点内容及收集信息类型，以便用户在最短的时间内了解其最关心的问题；用户点击隐私条款目录即可跳到具体条款，易于用户选择和阅读。

滴滴出行细化了获取用户信息的具体内容及对应的产品功能，并允许用户做出选择。“用户如不同意采集个人信息，将仅影响某个对应功能无法使用，不会影响APP主功能叫车服务。”滴滴出行副总裁魏东辉说。

航旅纵横、京东商城等给用户撤回同意、删除个人信息、注销号码或账号的权利，用户撤回同意和注销账号的，企业将不再保存、处理该个人信息。

在与用户隐私联系最紧密的足迹功能中，百度地图给用户提供了丰富的设置开关，可以选择记录“打开地图时的位置”“导航结束时的位置”，也可以“清空所有足迹”。

“京东明确指出将遵循合理、相关、必要原则收集个人信息，不会收集法律法规禁止收集的信息。”京东商城副总裁曲越川说，京东会全面采取合理可行的措施，避免收集无关的个人信息。

采集使用提供“明白账”

隐私条款是用户了解企业如何采集收集个人信息的一个主要窗口，同时也是用户行使个人信息控制权的一个主渠道。北京大学互联网发展研究中心高级顾问洪延青说，互联网时代用户希望“我的信息我做主”，网络产品和服务企业收集了用户哪些信息、如何保存使用、如何转让等，必须给用户一本“明白账”。

中国信息安全研究院副院长左晓栋建议，隐私信息保护涉及用户切身利益，用户在使用互联网服务过程中，要认真了解隐私政策，这也是事后主张自己权益的重要依据。

网络产品和服务的隐私条款是对用户的承诺，也是政府执法的重要依据。“下一步相关部门将组织开展对参评产品和服务的抽查检测。”中国电子技术标准化研究院副院长杨建军说，目的是推动互联网企业更加重视个人信息保护，形成社会引导和示范效应，带动行业个人信息保护水平整体提升。

“未来将按照网络安全法要求，进一步加强个人信息保护工作。”中央网信办网络安全协调局局长赵泽良说，下一步还要鼓励更多企业参与到评审中，企业要把保护个人信息作为自己的责任。

10家参与评审的互联网企业还发布倡议书，表示将尊重用户知情权、控制权，遵守用户授权，强调用户信息安全等。同时这些企业表示，坚决杜绝与个人信息黑色产业链的任何交易及往来，积极配合监管机构监督检查，主动接受社会各方监督。

“洋货”能查“户口簿” “全球购”可一夜达

电饭煲、化妆品、奶粉、马桶盖……国人在畅享“海淘”快感之时，有时也会因假货多、物流慢、维权难等问题闹心。看起来“高大上”的“海淘”，有可能是漂洋过海来“坑”你。作为国家跨境电商综合试验区之一的郑州，创新监管服务模式，缓解了消费者心头的困扰，解决了跨境电商的系统性难题，其探索获得国际认可。图为市民在河南郑州郑欧班列进口商品展示中心购物（2016年8月18日摄）。

新华社记者 朱祥 摄

声 音

为个人信息上好“安全锁”

□ 吴振东 朱翃

由中央网信办等四部门指导开展的隐私条款专项工作近日公布了对微信、淘宝网、支付宝等首批10款网络产品和服务评审结果，传递出监管部门督促互联网企业开展自查自纠、尽快提升信息保护水平的信号。移动互联时代，网络运营者更要为个人信息上好“安全锁”。

隐私条款是企业收集、处理、使用用户信息的公开声明。近年来，关于网络运营者对个人信息过度收集、隐秘收集、诱骗收集、“一揽子协议”强迫用户同意的投诉日渐增多，“被授权被同意”引发用户对“霸王条款”的广泛质疑。

用户的“同意”不代表企业能放松对个人信息的保护；提供免费软件，不代表就免去了维护信息安全的责任。网络安全法明确要求建立健全用户信息保护制度，规定企业“公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意”“未经被收集者同意，不得向他人提供个人信息”。

作为大数据产业迅猛发展的我国，对用户个人信息的保护更应摆在重要位置。但就现状而言，相关法律责任在不少互联网企业中尚未落实到位，个别企业甚至把收集个人信息视作理所当然的商机，罔顾信息安全风险，更无相关补救措施。

完善隐私政策，强化个人信息保护，是争取用户信任的重要表态和承诺，而赢得人们的信任，关键是合理合法、透明公开、说到做到。期待更多互联网企业对照最严标准，在提供高质量产品和服务的同时，也为个人信息上好“安全锁”，如此才能实现商业利益、社会效益的双赢。

资 讯

我国量子通信技术跻身全球领先地位

本报讯 中国信息协会副会长朱玉表示，近年来，随着“量子卫星”“京沪干线”等重大项目的建设，越来越多本土企业参与到量子通信领域中来，逐步集聚形成量子通信产业圈。目前，我国量子通信技术已跻身全球领先地位，受到国际社会的广泛关注。

据工业和信息化部信息通信发展司司长闻库介绍，在国家战略规划引导和产业界共同努力下，我国在量子通信领域已取得一批重要成果：2016年8月，我国成功发射全球首颗量子科学实验卫星“墨子号”，并完成多项科学实验目标；2016年11月，量子保密通信骨干网“京沪干线”顺利开通；2017年6月，在中国通信标准化协会成立量子通信与信息技术特设任务组，启动了国家标准的研究工作。

中国科学院控股有限公司董事长、量子网络公司董事长吴乐斌认为，我国在量子通信领域取得世界领先地位，与国家超前部署和统筹安排息息相关。“未来，量子通信有望成为保障国家战略安全和支撑国民经济可持续发展的重大技术创新，前景广阔，市场规模巨大，影响深远。”吴乐斌说。 （高 亢）

我国金融科技应用水平高于其他国家

本报讯 多位美国专家日前在接受新华社记者采访时表示，得益于电子支付等金融科技服务广泛应用，中国金融科技应用水平高于其他国家，且代表了该领域未来发展方向。

“中国在金融科技应用上已经远远将其他国家甩到了后面。”展示金融科技创新的Finovate会议创始人吉姆·布鲁恩说，中国开创了更加智能、更加实用的金融服务，特别是基于移动社交平台的商业活动，让“中国起码领先美国5年~6年”。

国际知名咨询服务机构安永最新的报告显示，在全球20个主要市场金融科技应用排名中，中国在2017年以69%的应用率居于首位。

在布鲁恩看来，中国在金融科技领域经历了“跨越式发展”。“当我们还在为运送银行票据花费数十亿美元时，中国已经进入了令人赞叹的无现金时代。”他说。

美国业内人士表示，微信支付所代表的基于社交媒体平台的金融科技服务，值得美国公司学习。 （李 铭）

我国移动终端产业走在世界前列

本报讯 中国工程院院士、中国（中关村）智能终端操作系统产业联盟技术委员会主任倪光南近日表示，我国移动终端产业如今走在世界前列。

倪光南在近日召开的2017移动智能终端峰会暨智能硬件生态大会上说，大数据主要来源于移动终端，拥有自主、安全可控的移动终端对于国家信息网络安全至关重要。在移动互联网领域，目前中国仅次于美国，我国在向与世界“并跑”大踏步迈进，将来5G时代在部分领域我国有望“领跑”，这就更加要求移动终端自主可控技术的迅速提升。

工业和信息化部电子信息司副司长乔跃山表示，近年来，我国智能硬件终端和服务市场规模将超5000亿元，2020年可达万亿元规模。面对如此广阔的市场和进一步严峻的网络安全问题，我国应重视智能终端和智能硬件安全技术，着力突破技术瓶颈，布局新型技术，构建自主信息安全体系，促进产业健康发展。

据了解，目前我国本土企业如联芯科技、展讯、元心科技等联合多方面力量着力研发自主芯片和操作系统等核心技术，并取得了阶段性成果。据元心科技研发总监朱睿介绍，近期推出的国产自主移动终端操作系统SyberOS已成功服务于国内军队、公安、政务、消防、保密、能源、水利、司法等多个行业，并得到国内用户的普遍认可。 （高 亢）

E观察

无人便利店距离新零售还有多远

随着新零售概念的进一步发酵，比便利店离得更近、比O2O更快的无人便利架开始登场

□ 欣 欣

如果30分钟即可送达的外卖依旧无法满足“懒人”的需求，办公室无人货架则更迈进了一步。

在无人便利店大热之后，写字楼办公室内又出现一个个货架，上面摆满了各式各样的零食、饮料和方便食品，用户扫码支付即可购买。随着新零售概念的进一步发酵，比便利店离得更近，比O2O更快的无人便利架开始登场。

根据实际调查和走访，无人售货架的玩家目前已经近20家，包括猩便利、果小美、领蛙、哈米科技、番茄、有品、便利吧、七只考拉、零食e家和咕哒猎人等，饿了么则推出了“e点便利”，京东到家迷你超市也已经开始试水。

短短9个月时间，融资金额超过25亿元，一场围绕办公室茶水间的战争已经打响。看上去与自动售卖机无差的无人值守货架为何能落地，低门槛的无人值守货架究竟拼的是什么，对于新零售又有何影响？

无人值守便利架的铺货场地多为30人以上的公司。尤其是可以多点迅速铺开市场的运营方式，这使得众创空间一时间成了甲方市场。

众创空间方糖小镇联合创始人兼COO杨学涛表示，先后有十几家无人便利架公司来和他们谈合作，希望能够落地办公空间，包括京东、饿了么。最终他们会根据品类的差异，选择了四五家进入。

无人便利架的新在于终端场景化的消费，在新消费场景里，购买频次和消费转化率都发生了变化。“从后台来看，复购率非常高，最多一个人一个星期购买超过了20单。”杨学涛表示。

伴随着市场的火热，无人值守货架进入办公室的门槛也在水涨船高。据杨学涛透露，进入方糖小镇每一个网点需要付千元左右的费用，当然市场上各家的合作方式也不尽相同。对于运营商而言，每个货架的成本在200元~300元，背后还包含物流、售后维护等。

与无人便利店相比，无人便利架在运营和资产上都更轻，在有赞创始人兼CEO白鸦看来，无人值守货架也是一种新的人货场，其背后的供应链已经非常成熟，成本并不高，毛利润也可以，但问题在于竞争门槛过低。

在猩便利的发展规划中，无人值守便利架只是其中一个触点。近期，猩便利又在上海开了6家便利店，通过货架和便利店数据的打通，形成更多场景的覆盖。光速中国创始合伙人韩彦认为“无人值守便利架或者新型便利店并不在于有人无人，核心是数据和供应链，必须拥有互联网为首的线上与线下团队的结合。”

在他看来，传统便利店做线下数据依旧是死的，但与此同时新型便利店90%是没有供货能力的。所以只有把线上线下有效结合才是最佳解决方案。货物的采购、供应链管理需要沉下心来一点点死磕，传统便利店在这方面有很强的基因。

无人便利架的爆红，一方面迎合了零售业改变的契机。即挖掘线下的大型商超、连锁便利店、夫妻便利店甚至线上的电商，还没有挖掘到的是工作场景下的隐形零售需求。另一方面也代表了新零售的趋势，即把线上与线下融合，提高零售链条的效率。

“在便利店买一份20块钱左右的盒饭，允许里面的物料成本只有4块钱，如通过线上线下系统打通、先进技术的应用将成本优化以后，能够让20元的盒饭，允许10块钱的物料成本，这就是升级供应链。”韩彦举例说道。

仔细盘算这笔经济账则是，全家在我国有2000家便利店，平均每家便利店每个月房租不到3万元，而每家店每天到店人数超过1000人，平均下来一个UV不到1块钱。进来的54%的人会下单，平均一个订单的成本不到2元，在白鸦看来线上已经找不到这样便宜的流量。

新零售的商业本质不只是开个店、放几个货架那么简单，难点在于规模化背后的精细化运营，更是一场重资本的游戏。“融资能力不亚于共享单车，对团队的资本要求太大了，因此能够出来的团队不会很多，最多两三家。”韩彦判断。