

餐厅收割个人信息 扫码点餐应有“界”

□ 本报记者 何玲
□ 实习记者 孟佳惠

“只是出去吃个饭,马上就收到商家发来的各种信息,真是太烦了!”年逾七旬的重庆退休干部罗先生说,偶尔三五老友相聚,服务员要求扫码点餐,不仅需要关注公众号,还要留电话号码,同意获取自己的位置、微信头像等,不一会儿就收到手机弹出的各类信息,包括广告、积分提醒、餐后评价等。

随着二维码的广泛使用,扫码消费成为公众消费常态,生活更加便利之余,其中潜在的隐患也不容小觑。对此,中国消费者协会日前回应:仅提供“扫码点餐”涉嫌过度收集消费者个人信息,增加了消费者个人信息泄露的风险,也侵害了消费者的公平交易权,不提供现场菜单有损消费者的知情权。

5月17日,深圳市消费者委员会联合相关单位推出《扫码消费行业自律承诺》,要求企业不得强制或变相强制消费者关注公众号,提供人工缴费及扫码缴费等多种服务方式,收集消费者信息遵循合法、正当、必要性原则等。

便利之余 存在信息泄露风险

只需要打开手机软件“扫一扫”,就能看到餐厅的电子菜单。点餐、结账等多项服务都可以通过消费者的手机完成,店家在节约人力的同时,消费者也感到方便快捷。

“像我爱喝奶茶,都会自己下单。平时在饭馆吃饭,店员也会建议用手机扫码点餐。”经常到饮品店买奶茶的重庆女孩刘璐说,一般用餐高峰期排队的人比较多,她用手机自助下单更方便,只

需等待店员叫号取餐。

除了当场扫码点餐之外,一些餐饮机构还能通过手机提前下单,预约取餐时间,到店直接取餐,做到“无接触服务”。市民张先生用手机打开肯德基公众号,选择手机点餐,确定餐厅后,页面出现:现在点餐、预约点餐、店内就餐和打包带走多个选项,张先生根据距离餐厅的远近,将预约时间选择为当天的12点20分,之后选择食品加入购物车并付款,当天中午张先生到店后顺利取餐。“像快餐这类的,扫码下单或者用小程序点餐还是很方便,人工反而不如自己点。”市民张先生说。

根据南都民调中心近期发布的《扫码消费安全公众意见调查报告(2021)》显示,九成受访者认为扫码消费便利。然而与此同时,八成受访者表示在乎扫码消费安全性,但常遇到消费体验差和信息保障不安全等问题,包括重复扫码、下单系统不稳定、强制扫码、商家强制获取消费者个人信息等;超过五成的受访者建议消费者勿轻易泄露个人信息。

近日,有媒体随机走访了100家餐厅,其中72家提供扫码点餐服务,35家需要关注公众号,20家还需要手机注册会员填写个人信息,不然就无法点餐。“扫码——关注商家公众号——同意获取用户位置信息——点餐”,这似乎已经成为在餐厅吃饭的常规操作。

正在点餐的市民王先生表示,“扫码点餐有利有弊。对我们来说,在就餐高峰期能及时下单,减少排队的时间,有的还可以提前在网上点餐,到店后就可以安排上菜了。不过,有些商户需要输入较多的个人信息,像手机号、生日、性别等,还要注册会员,手续上比较麻烦。输入过多的个人

信息,也怕会泄露。”

家住福州市鼓楼区的消费者王女士说,扫码点餐本来是出于便利性的考虑,但是商户如果借此收集顾客手机号等个人信息,就存在很大的风险。

节约成本 数据或用于精准营销

“扫码点餐的推广对餐厅而言,不用一个个到桌前点餐,直接扫桌上的二维码,顾客就可以自己点餐,节省了人工成本,顾客体验也变得更好。高峰期的时候,店里忙不过来,照顾不到一些客人,扫码点餐自然就解决了这些问题,让服务和运营变得更加有效率。”广州一家火锅店的经营员说道。

还有商家表示,扫码点餐很方便。以前用纸张点餐,服务员用笔来记录,遇到高峰期手忙脚乱,难免出现差错。利用扫码点餐下单,可以直接在手机上点餐,比较准确,也比较直观。

据了解,安装一套集点单、收银、外卖管理、会员管理等功能于一身的智能一体式收银机费用在3000元~5000元,每年还需要支付上千元维护费。对不少餐厅来说,相较于较高的人工成本而言,这些成本可以接受。

有业内人士表示,餐厅更为看重的,是扫码点餐带来的引流作用。因为当顾客拿起手机扫码点餐时,就进入到餐厅设置的系统中,所有的操作都会在系统中留痕,这些消费痕迹就成了餐厅的数据。数据即资产,发优惠券、搞营销活动,顾客就会收到餐厅的各种推送。以被阿里收购的扫码点餐系统头部平台客如云为例,该系统的运行方式是:让消费者授权个人信息后,依据阿里旗下支付宝、高德地图、淘宝、口碑、饿了么等多款软件形成“流量池”,对消费人群进

行精准画像,并分类打上标签;然后商家就可以制定优惠政策,通过短信、公众号、支付宝卡券等渠道将优惠券发放给消费者,促使消费者到店消费。

重庆一家智能收银系统销售人员彭小姐表示,目前,大多数餐饮店都选择用户授权登录并关注公众号进入自助点餐系统。“一个月新增关注400人,一年就有4800人。”彭小姐说,点餐前关注公众号是吸粉的手段,通过公众号推送优惠、新品推荐等方式,比街头发传单转化率更高。

某餐饮软件服务公司有关负责人表示,获取授权后,顾客信息可以保存在餐厅自己的本地服务器上,餐厅只需登录系统即可查看会员信息。“餐厅通过会员消费习惯形成私域客户的标签,比如80%的客户喜欢吃快餐。在公域推广时,我们会把这家餐厅推荐给喜欢吃快餐的客户,提高转化率。”该负责人说道。

强化行业监管 明确数据安全“边界”

“虽然免费,有时还送优惠券,但我的个人信息被拿走了。点完餐之后,餐厅有没有把个人信息删除,也不知道。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍说,顾客对个人信息的控制权,扫码点餐时如果需要强制授权各种信息,不符合个人信息处理的合法性、正当性和必要性原则。

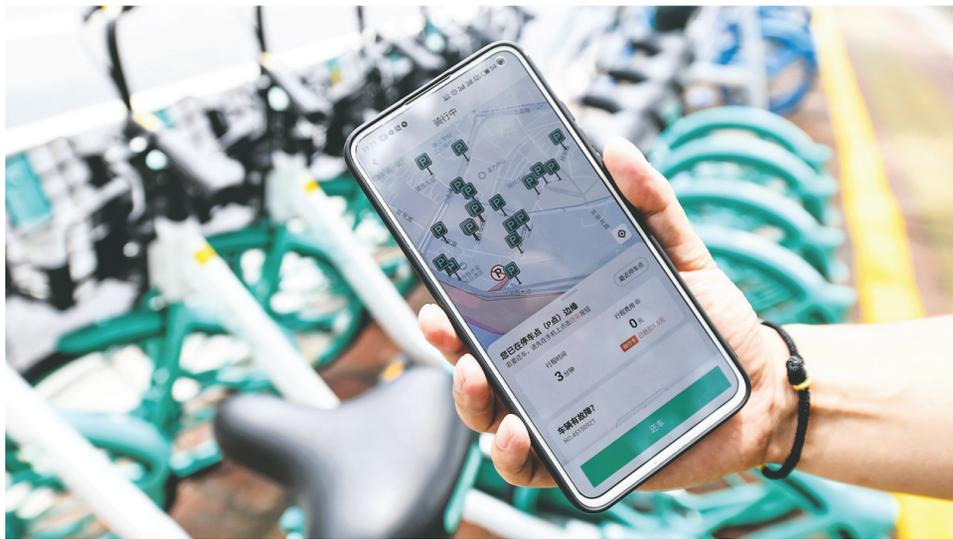
事实上,对于强制扫码点餐、强制关注公众号、强制授权个人信息行为是否合法合规的问题,中国消费者协会早在3月25日就已发文做出明确回应。中消协表示,仅提供“扫码点餐”涉嫌过度收集消费者个人信息,侵害消费者的公平交易权和知情权。同时,老年人、未成年人对“扫码”背

后潜在风险的防范意识比较弱,更易成为个人信息泄露、甚至支付安全问题的受害者。

福建通享律师事务所资深律师、法学博士吴贤军表示,强制扫码点餐涉及侵犯公民个人信息和消费者权益保护两方面问题。就前者来看,扫码点餐的主要目的可能是获取消费者的一些基本信息,这明显侵犯了对个人信息的保护,与《民法典》保护个人信息的精神相违背。就后者来看,这种强制扫码关注的消费服务模式,对于部分不愿意扫码的消费者而言是不公平的,同时也违背了《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十六条规定,经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式,作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定,不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。

“总之这种涉及整个餐饮服务业的强制监管问题,迫切需要通过行业协会内部以行业自律来要求餐饮企业改进服务方式,也需要监管部门加以一定的政策引导。”吴贤军提到,餐厅要有基本的自觉,有隐私保护的意识,行业层面更应该严格立规,别让扫码点餐成为隐私泄露的风险源头。

“商家使用扫码点餐的方式可以理解,但不能滥用。在点餐方式上,消费者享有充分的选择权,既有权选择通过服务员点餐,也有权选择扫码点餐。”重庆九言律师事务所律师李兴见建议,市场监管、网信、消协等部门应以更具体的方式采取有效措施规范扫码点餐行为,明确扫码点餐的操作标准、可行方式、信息保护范围,划出扫码点餐的服务禁区,倒逼商家自律,维护消费者权益。



福州:“蓝牙道钉” 让共享单车“无桩定停”

6月1日,福州市区首批32个共享单车驿站正式启用“蓝牙道钉”装置。这种装置可发射信号,与安装在共享单车上的北斗卫星高精度分体锁通信,实现单车无桩定点停放,提高共享单车智能化、科学化监管水平。图为工作人员通过手机App展示福州市台江区一处共享单车指定停放点信息。

新华社记者 林善传 摄

言之有信

扫码点餐岂能“强制关注”

□ 王庆峰

“点个菜都要关注公众号,我的微信已经被商家们占领了。”

看到网友无意中发出的一条感叹,很多人都立马生出了一种感同身受的无奈感。本想安静地吃顿饭,却不得不接受商家的凝视。打开手机看看,你订阅了多少无效公号?有多少还在持续推送垃圾信息?有多少公号是你主动订阅的,又有多少是怎么都不记得如何关注的?

其实何止是扫码点餐,如今科技对生活的入侵正变得越来越肆无忌惮,大有遍地开花之势:进

入商场想使用WiFi?不好意思,订阅公众号再说;孩子上培训课,问有没有课程优惠,请先关注我们注册会员吧;出了停车场想交钱,结果不接受现金支付,必须按照公众号的程序来走;想去医院看个病,结果又是网络化吃顿饭,却不得不接受商家的凝视。打开手机看看,你订阅了多少无效公号?有多少还在持续推送垃圾信息?有多少公号是你主动订阅的,又有多少是怎么都不记得如何关注的?

有理由相信,公众号“强制关注”的运作逻辑是“转化率”,其意图是将每一个消费者扩展成自媒体受众,通过精准画像实现更

全面、更有力的商业渗透。但问题是,消费者在大多数时候仅仅抱着消费的目的,他们不想被“转换”,也不想成为“画像”的一分子。表面上看,消费者也能通过人工服务进行点餐,但实际上,消费者也有不关注公众号就能扫码点餐的自由。因此,商家这一做法是“形式上自愿、实质上强制”,毫无疑问剥夺了消费者的选择权。

更大的问题在于,选择的背后往往是偷窥,是盯着消费者隐私的虎狼之心。在一些扫码案例中,消费者通常被要求一键绑定手机号,获取微信头像、性别等,

存在过度索权的现象。尽管它们大都宣称对客人信息安全负责,但仍可能引发隐私泄露忧虑,比如华住集团就曾发生过泄露了5亿条会员信息。围绕个人信息安全,消费者权益保护法、网络安全法、电信条例等顶层设计均已做出相关规定,只因扫码点餐就进行“信息收割”,情理上都站不住脚。

幸好已经有的地方关注到类似问题。不久前,深圳市消委会以线上投票的方式发起了“您对扫码支付怎么看?”并且推出全国首个扫码消费行业自律承诺,承诺扫码缴费过程中不强制消费者

关注商家公众号等,在这个问题上迈出了第一步。但仍需强调,行业进步不能只靠自律,应该进一步明晰原则性规定的法律效力,在此基础上制定行业管理细则,督促餐饮等行业优化相关服务,同时设立扫码消费的数据安全“边界”,拓宽消费者的侵权投诉渠道。

科技赋能智慧服务,是为了让生活更便捷,而不是给人们添堵的。扫码点餐强制关注,本质上跟强发传单、打骚扰电话没什么两样,都是对消费者权益的漠视,并不是可有可无的小事,期待能早点唤起有关部门的重视。

(未完待续)

——信息来源:国家税务总局浙江省税务局

红黑榜

浙江省温州市重大税收违法失信案件信息(1)

温州双戟服饰有限公司
苍南县龙鑫家居用品有限公司
苍南县欧丽丝纺织有限公司
温州日晨针织有限公司
苍南艺乐服饰有限公司
温州亿畅建材有限公司
浙江钜雄自控阀门有限公司
温州市咱俩鞋业有限公司
瑞安市延朋商贸有限公司
瑞安市薛刚网络科技有限公司
温州东瓯建设集团有限公司
浙江艾卡丽莎鞋业有限公司
温州市信欧进出口有限公司
温州可伊可鞋业有限公司
温州好朋友鞋业有限公司
温州市优佳鞋业有限公司
温州市童杰鞋业有限公司
温州市艳后鞋业有限公司
温州市华鹿皮鞋厂
温州诚聚机械有限公司
温州威克鞋业有限公司
瑞安市昌胜印刷有限公司
瑞安市广胜信息技术咨询有限公司
温州贵春贸易有限公司
温州翁盛贸易有限公司
温州观达商务咨询有限公司
永嘉县众鑫矿产品有限公司
温州经汇建材有限公司
温州市粮油食品对外贸易有限公司
温州市中海油品销售公司
温州市基础工程公司
温州盛昌广告有限公司
温州高民建材有限公司
温州郑新贸易有限公司
温州智益建材有限公司
温州比提雅文化传媒有限公司
温州鹏选建材有限公司
温州均红医疗器械有限公司
温州庭生建材有限公司
温州旭阳机械租赁有限公司
温州多里蕴商务咨询有限公司
温州状乐科技有限公司
温州浩雨建材有限公司
温州致新建材有限公司
温州浩疆建筑工程有限公司
温州卓兴建材有限公司
温州市肯达建材有限公司
温州市栋易贸易有限公司
浙江加耐特阀杆有限公司
温州阳德医疗器械有限公司
温州隆信国际贸易有限公司
温州海泉食品有限公司
瑞安市伟宏水产冷冻有限公司
温州乔鹏服饰有限公司
温州杨竹酒店管理有限公司
温州寻胜运输有限公司
温州馨武劳务有限公司
温州灵昌科技有限公司
温州登康贸易有限公司
温州东庭广告有限公司
温州业明广告有限公司
温州拉迪建材有限公司
温州基达建材有限公司
温州卫达机械设备有限公司
温州斌易医疗器械有限公司
瑞安市万源鞋业有限公司
温州芳聪广告有限公司
乐清市嘉斯科进出口有限公司
乐清市迪拜贸易有限公司
乐清市穆勒进出口有限公司
温州振禾建筑工程有限公司
温州华力贸易有限公司
温州林极科技有限公司
温州詹飞商贸有限公司
温州市昱泽贸易有限公司
温州承兆贸易有限公司
温州建美酒店管理有限公司
温州玉港科技有限公司