

个人信息不再“裸奔” 注册App不再被“绑架”

这项新规5月1日起实施

@天下网闻

“视频剪辑App为什么要求读取位置信息啊?”市民孟强感到非常困惑。

同样感到不解的还有家住市区大通北路的许贵芳:“在某早教App上注册信息后,近段时间来总能接到不同学习培训机构打来的促销电话,基本一周要接七八次推销电话,对方还清楚了解孩子的个人信息,又讨厌又可怕。”除了下载App时被要求绑定个人信息外,许贵芳和家人都没有在其他地方填写过这些资料,这些培训机构是如何获取学生和家长的个人信息的?对此,许贵芳表示担忧。

装个App学外语,却要求你的家庭地址定位授权;下个App来导航,竟想获取你的通话记录信息……这样做合理吗?很明显,违背了常理且有安全隐患。这种现象也被广大网民所诟病。日前,国家网信办、工信部、公安部和国家市场监督管理总局联合制定出台《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》(以下简称《规定》),明确了地图导航、网络约车、即时通信、网络购物等39类常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围,要求其运营者不得因用户不同意提供非必要个人信息而拒绝用户使用App基本功能服务,从而保障公民个人信息安全。《规定》自今年5月1日起正式实施。

现状 App“偷听偷看”?

《规定》筑高“防火墙” 用户可举报

正休假待产的准妈妈杨羽欣,最近总有种生活被“偷窥”的感觉:“我和先生互发消息讨论以后给宝宝买什么牌子的尿不湿好,再进入一些购物App,App就大量给我推荐婴儿用品了。是巧合么?我不知道,但这种感觉非常不舒服。”

与杨羽欣有着类似经历的市民还有很多。记者走访了解到,有的市民在手机没有打开任何App的情况下,仅与友人在电话里提及想吃的食物,打开某外卖App后就会发现其对该类食物进行了自动优先推荐;有的市民仅是拍摄了一些家装素材以作备用,打开购物App后就会接到相应类别的自动推送信息……看似“智能化”服务的背后,却是个人信息“裸奔”带来的尴尬和不安。

“不少App在下载时都会提出获取位置、联系人、短信、相机、麦克风等权限,面上是打着‘方便服务客户’的旗号,实际上很多权限在这些App上根本用不到。相较于注册时填写繁琐的个人信息,这种隐性授权可能对公民个人信息及所辐射的影响存在更大的潜在危险性。”闽南师范大学法学院院长何东平告诉记者,早在2019年工信部就开展了App违法违规收集使用个人信息专项治理行动,重点整治App、SDK非服务所必需或无合理应用场景,特别是在静默状态下或在后台运行时超范围收集个人信息的行为。如今《规定》的出台,则是为避免App这样的“偷听偷看”筑起了更高的“防火墙”。

事实上,除了自动推荐商品,App在使用中还常常会自主启动、唤醒其他App。采访中不少市民深感困惑和烦恼,“在手机上打开一个App,能连带着把好几个别的App都打开了,这种自动操作会不会盗取手机里的信息啊?”

答案不言而喻。“究其原因,是App为了确保用户使用率而在变着法儿地‘刷存在感’。”某互联网企业资深大数据工程师林凯告诉记者,为了防止用户弃用或卸载,不少App开发者会选择采用联合唤醒机制或者其他类似机制来“保活”,这就可能导致不同应用之间的交叉唤醒、关联启动,从而造成大量的服务进程在后台被唤醒和驻留。

针对这一现象,《中华人民共和国网络安全法》明确规定“网络运营者收集、使用个人信息,应当遵循合法、正当、必要的原则”“网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个人信息”。App通过自启动、关联启动等方式唤醒后,如果存在通过权限等机制收集个人信息的行为,且并未在隐私政策等规则中明确指出具体的目的,其收集个人信息的频度则涉嫌超出了业务功能实际需要,根据《规定》公民可以向相关部门及时进行举报。

现状 App强制用户授权+拒绝用户使用?

《规定》对霸王条款说不!

记者发现,在实际使用过程中,各类应用程序App不仅动辄要求用户默认交出各种隐

私权限,更有甚者强制用户授权,通过捆绑功能服务索取个人信息,用户如果拒绝授权就无法使用基本功能服务。

“很多App的隐私协议写得含糊其辞,又非常长,我们看不懂也没法拒绝这份协议,因为不授权就不能使用,所以常常不阅读授权须知就直接勾选。”漳州城市职业学院经济管理学系大三学生彭鹏无奈地说。

中消协发布的《App个人信息泄露情况调查报告》显示,用户在安装和使用手机App时很少有人阅读应用权限、用户协议或隐私政策,偶尔阅读和从不阅读者居多。选择不阅读的原因,主要是因为不授权就没法用,只能被迫接受。

这样的霸王条款如今被明确禁止。《规定》要求,移动互联网应用程序(App)运营者不得因用户不同意收集非必要个人信息,而拒绝用户使用App基本功能服务。同时《规定》指出,女性健康、网络直播类、在线影音类、短视频类、新闻资讯类、运动健身类、浏览器类、输入法类、安全管理类、电子图书类、拍摄美化类、应用商店类、

实用工具类这13类App无须个人信息,即可使用基本功能服务。

“我们都知道保护个人隐私有多重要,但往往因为信息地位弱势,被迫放弃了自我保护的权力。《规定》的出台,给了我们‘不’的底气。”彭鹏对记者说。

福建勉志律师事务所律师郑锦山告诉记者,为保护个人信息安全,新出台的《规定》进一步精准落实网络安全法中“合法、正当、必要”原则,明确了39种常见类型App的必要个人信息范围,从采集个人信息范围角度为防止App过度索权立规矩划界限。这就要求App运营者必须依法依规范落实主体责任,保护公民个人信息安全。此外,还需要相关部门将事前监管和事后追责相结合,广大用户遇到不合理条款也勇于监督、善于维权,积极向相关部门进行举报,多方共治、协同发力。

■本报记者 蔡柳楠



《规定》明确网络约车等39种常见类型App的必要个人信息范围
(资料图片)

南靖县山城镇下碑村茶仔林自然村黄贤斌

网络成就创业 不忘文明守信

在南靖县山城镇,提起全省“最美志愿者”黄贤斌,很多人都会点头称赞。他运用网络平台,用文明服务成功走出一条创业路,在当地一带传为佳话。

借力网络 成功创业

黄贤斌今年50岁,家住山城镇下碑村茶仔林自然村。2011年10月,他和妻子李秀珍注册成立漳州市巨丰劳务派遣有限公司,主要从事劳务派遣(外包),免费介绍工作、劳动法律法规咨询、社保(五险一金)代理等业务。

随着网络时代的发展,公司在运营和管理上立足文明,借力微信,拓展业务。黄贤斌夫妇在同学、乡里乡亲、商业伙伴等微信群推介公司业务,广而告之。同时,在微信工作群,组织员工每周进行一次“守时、守诺、守信、守法”讨论,倡导员工在与人交往、经营业务时要守信用,注重依法办事。黄贤斌说:“借助这样方式,在工作会议上不太发言的员工也能在工作群里畅所欲言,公司形成了诚实守信的企业文化。”

据了解,黄贤斌在业务拓展过程中,遇到有提供虚假材料前来办理业务的,就对其进行劝导,拒绝提供代办服务;遇到困难需要帮助的群体,都会提供力所能及的帮助,甚至减免服务费用。黄贤斌力求从小事做起、做好,尽一点微薄之力维护社会主义市场经济秩序,成为对社会、对国家有益的一滴甘泉。

立足文明 勤勉守业

“贤斌不是亲人胜似亲人。”来自云南的刘小杰感慨万千。刚到南靖县城找工作的他举目无亲,于2020年慕名找到了黄贤斌的公司。黄贤斌帮他找了一家纸箱生产

企业的工作,刘小杰要支付介绍费给黄贤斌时,被黄贤斌拒绝了。“义务帮人介绍务工,只是举手之劳,是为社会做点小事。”黄贤斌表示,公司主要是提供单位劳务派遣服务,义务介绍务工是公司职责所在。据了解,近年来,公司为3500多人提供求职信息,免费为1200多名务工人员(包括外地)对接工作。

此外,针对企业招工难的问题,黄贤斌充分利用线上线下各种资源,依托全国个私协会系统平台,与西南省份建立劳务用工对接,在努力解决企业用工需求的基础上,也为外来务工人员提供优质的文明服务。

近年来,黄贤斌和公司线上线下立足践行文明、勤勉经营,收获了许多赞誉。2012年12月,黄贤斌入选“福建好人榜”;2016年3月,在福建省志愿服务“四个最美”先进典型宣传推选活动中,黄贤斌被省委宣传部、组织部、文明办、民政厅、环保局、共青团省委、妇联、文联、残联等单位联合推选为“最美志愿者”;2020年12月,漳州市巨丰劳务派遣有限公司被福建省市场监督管理局列入非公企业党建工作省级联系点,成为政府、企业、务工人员之间有益的对接平台和新时代文明实践阵地。

■徐东升 文/图



黄贤斌指导员工做好精准服务

高颜值、多功能……近年来,小巧智慧的小家电一经插上互联网的“翅膀”便迅速成了消费者追捧的“网红”。不过,随着热度的提升,“既不好看也不耐用”“感觉是在交智商税”“产品质量好坏无法保障”等负面评价时有发生。网红小家电到底该不该买?一起来看下记者调查。

网红小家电 是“宝”还是“坑”?

市场红火 网红小家电受年轻人追捧

市民张蕊是购物直播的忠实观众,最近通过直播购买了一台多功能料理锅。除了中意产品的高颜值,她更欣赏一个锅底搭配不同的锅,可以满足炖、煮、蒸、烤多种功能,虽然价格比购买单一的火锅、蒸锅贵一些,但是可以让锅体紧凑收纳还是让她非常心动。

市民刘瑾桦最近也沉迷于购买网红小家电。刘瑾桦说,她原本是个生活“小白”,自从家里添置了吸尘器、早餐机、蒸汽熨烫机等网红小家电后,她感觉自己过上了精致生活。早上起来用咖啡机打一杯咖啡,午后用空气炸锅做零食,闲来没事还可以叫三五好友来家里看家庭电影。“这些小家电让我的生活增添了不少新鲜和乐趣。”刘瑾桦表示。

网红小家电有多火?一组数据也许能说明问题。2020年线上消费大火,小家电市场规模从2015年的2500亿元增长为2020年的近4500亿元,2020年上半年中国小家电线上零售额同比增长12.4%;去年上半年,在家电市场规模同比下降14.13%的情况下,小家电品类同比增加12.4%;去年1-2月,我国小家电企业注册量仅为1.2万余家,之后两个月小家电企业注册量出现短期井喷,3-4月小家电企业注册量已经猛增至3.6万家(全部企业状态),截至2020年11月1日,我国新增了15万家小家电相关企业。

网红小家电为何这么火?业内专家认

为,网红小家电的流行更好地满足了当代人们生活中出现的新需求新变化。小型电器更适合当下社会日益小型化的家庭结构,不会造成过多的资源浪费。随着更多“90后”人群进入职场,独立生活,当他们具有新的审美标准和更高消费能力时,会更倾向于购买精致产品来彰显个性和生活态度。

好看却不经用? 网红小家电有争议

不过,在直播间里被吹得天花乱坠的网红小家电,真的每一款都好得如主播们所言的“买到就是赚到”吗?

市民郭津津购买网红小家电的运气就没那么好了。她在某带货主播的直播间里下单了多款网红小家电。“我买了一款三明治和煎锅一体的早餐机,本以为会很实用,但实际使用后发现并非如此。首先煎锅的尺寸有限,食材很难放入,一不小心还容易溢出来;另外,每次使用前还要预热10多分钟,加热很慢,一顿早餐做下来要花费半个多小时,浪费时间又浪费精力。真不如直接用煎锅做早餐来得划算。”郭津津无奈地告诉记者,以为买了炒菜机能解决吃饭问题,可现实刚好相反,火力不够是一方面,每次炒菜还要调配好合适的食材和比例才能做好,时间久了锅内还掉漆,油污也难去除,真是花钱买罪受。

日前,某知名带货主播在直播带货某款不粘锅时,打下去的鸡蛋却处处粘锅。该主播从助手手里接过铲子试图救场,并强调

“它不会粘的,不会糊的”,但鸡蛋却牢牢粘在锅底。对此,该不粘锅公司直接回复称,不粘锅没问题,是该主播不会做菜。

2020年11月,全国消协公布了2020年第三季度受理投诉情况,统计数据显示,共受理商品类投诉91790件,家用电器类占据21801件,占商品投诉总量的23.8%。其中,美容仪、空气炸锅、榨汁机、料理机、吸尘器网红小家电产品投诉重灾区。

始于颜值忠于品质 产品需有硬实力

据了解,目前市面上的网红小家电大多是靠故事营销提升市场热度,依靠颜值吸引消费者,技术门槛并不高。有业内人士质疑称,由于技术门槛低,产品更新迭代快,网红小家电缺乏技术、标准等条件约束。此外,网红小家电往往是以营销为主,很多产品看似和某些拥有技术积累的大品牌产品“一样”,实际上没有牢靠的技术支撑,产品质量难以保障。

业内人士认为,新兴小家电品牌应着眼于消费升级、科技创新和品质提升,实现小家电产品人性化与智能化设计上的创新突破,加强生态化、平台化开发等,打造出品牌的硬实力。还有业内专家指出,持续的质量问题,只会打击消费者的消费热情,企业是否能够在继续强化设计的同时,提高技术应用水平和产品研发能力,从而有效提升消费者体验,是网红小家电继续红下去的关键。

■本报记者 俞映云

效果褒贬不一
(资料图片)

