

# 个人信息保护法1日起正式实施

不少用户在跨平台使用智能设备应用程序时,经常有这样的困惑:在某个平台搜过的内容,为什么到了另一个平台也会被推送?储存在各类应用程序中的个人信息能否得到妥善保管?

11月1日,个人信息保护法正式实施,个人信息安全将得到全方位保护。筑牢信息使用的安全边界,需要监管体系、企业责任与用户意识等层面的共同推进。

还在浏览楼盘信息,就接到销售电话;注册完会员,推销短信就铺天盖地;搜索过一个物品,就频频收到类似产品广告……这些体验让许多用户很困惑:谁动了我的个人信息?为什么手机这么“懂”我?

## 个人信息须妥善保管

随着移动互联的飞速发展,各类手机App、应用小程序,已经成为人们社交日常生活、学习工作中必不可少的一部分。那么,海量的个人信息都被存储到了哪里?

绿盟科技集团副总裁李晨



介绍,各类应用程序后端都会有一个数据存储环境,数据库中存储了海量的应用数据与个人信息。比如,人们使用各种社交App,在上面发布的文字或者图片都会产生数据,经过处理和网

络传输,最终存储到后端的数据库。数据库一般位于企业数据中心,或者云服务商提供的“云端”。数据库系统和里面的数据,由商家、应用程序的运营者来维护和保管。

## 个人信息是否会被“任性”使用?

李晨表示,企业收集的个人信息是否能得到有效保护,一定程度上取决于企业的数据安全管控水平。今年9月1日正式实施的数据安全法,还有国家及行业的相关标准要求,都要求企业提升数据安全管控能力。不过,技术的持续发展,对企业数据安全能力提出了更

高要求。不同企业的数据安全建设水平参差不齐,导致部分用户的个人信息依然面临被非法获取、滥用、泄露等风险。

类似隐患还包括人脸等生物信息。根据App专项治理工作组发布的《人脸识别应用公众调研报告》,64.39%的受访者认为人脸识别技术有被滥用的趋势,30.86%的受访者已经因为人脸信息被泄露、滥用等遭受损失或者隐私被侵犯。这类风险也从线上延伸到线下,此前,曾有媒体报道售楼处肆意收集、辨识人脸信息。不久前,最高人民法院发布司法解释,规范人脸识别应用。

别技术有被滥用的趋势,30.86%的受访者已经因为人脸信息被泄露、滥用等遭受损失或者隐私被侵犯。这类风险也从线上延伸到线下,此前,曾有媒体报道售楼处肆意收集、辨识人脸信息。不久前,最高人民法院发布司法解释,规范人脸识别应用。

## 信息收集不得超出范围

每次下载App或者授权个人信息使用时,北京市民刘女士都会浏览隐私政策条款,不过,她发现,这些说明或十分冗长,或非常隐蔽,“对普通用户不是很友好”。

隐私政策被认为是网络服务提供者(企业)与用户之间的合同,用于声明企业如何收集、使用以及保护用户的个人信息。

北京云嘉律师事务所副主任赵占领表示,网络安全法规定,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。收集个人信息的范围,应当跟提供的产品和服务有直接关联,不能超出这

个必要的范围。同时,收集用户的敏感个人信息时,应当经过用户的明示同意,而不仅仅是简单的默认勾选用户协议这种一揽子方式。

目前,仍有一些应用程序存在超范围收集个人信息的问题,例如,收集过多个人信息、过度索取权限、强制用户使用定向推送功能、私自向第三方共享用户信息,以及无法注销账号等。

对于个人用户来说,一方面,无法确定企业在收集了自己的个人信息之后会如何使用、如何保护,是否被泄露或滥用。即便有所顾虑,在面对“不给权限不让用

App”“频繁申请权限”“过度索取权限”等问题时,也往往会选择妥协。同时,遇到个人信息侵权问题时,由于缺少保护意识,维权成本高、时间长、举证困难,一些人会选择放弃维权。

2019年以来,中央网信办等四部门持续在全国范围开展App违法违规收集使用个人信息专项整治,已检测App数万款,对问题较为严重的千余款App采取了公开曝光、约谈、下架等处理处罚措施,发现并监督整改了一大批强制授权、过度索权、超范围收集个人信息问题的App,治理卓有成效。

## 只共享必要的个人信息

在某购物App中搜索了电视这一产品后,浙江杭州的王女士发现,随手打开的另一个App中也出现了相关产品的推荐,“其他App是怎么知道我搜索了电视的?”

海问律师事务所合伙人杨建媛分析,目前引发手机用户隐私泄露担忧的,主要是跨平台的广告推送、个性化内容推荐。“跨平台的广告推送或内容推荐,相当一部分发生在大型互联网平台的关联公司或授权合作伙伴之间。”杨建媛说,查阅一些大型互联网平台的隐私权政策,会发现其中有“与关联公司间共享”“与授权合作伙伴共享”等条款。从技术手段看,每台手机设备都有唯一的标识符,用户在同一台手机设备上使用不同的应用程序时,应用程序追踪获取到这个唯一的标识符,便有可能精准地进行跨平台广告推送和效果追踪;此

外,用户在浏览网页时,浏览器的cookie技术也会记录使用足迹。

在精准营销的时代,跨平台广告推送和个性化内容推荐越来越频繁,用户是否需要为此担忧?杨建媛表示,个人信息保护法规定,通过自动化决策方式向个人进行信息推送、商业营销,应当同时提供不针对其个人特征的选项,或者向个人提供便捷的拒绝方式。《信息安全技术 个人信息安全规范》指出,收集个人信息后个人信息处理者宜立即进行去标识化处理。不过,在大数据时代,如果数据存储不当或者访问、使用权限管理不严格,借助数据挖掘、关联匹配技术,经过去标识化处理的信息,仍然有暴露个人敏感身份信息的风险。为防范这些风险,应借助法律手段严格规范互联网公司收集、存储、共享、使用个人信息的行为,即便是关联公

司之间也应只共享必要的个人信息。另外,用户也要加强隐私保护意识,安装和使用应用程序时注意阅读隐私权条款,比如,一些应用程序的个性化广告推荐选项是默认开启的,用户可以选择关闭。

我国目前已形成一套相对完善个人信息保护法律体系,涵盖民法典、刑法、未成年人保护法、电商法、网络安全法、广告法、消费者权益保护法、数据安全法及个人信息保护法等。筑牢个人信息使用的安全边界,离不开监管要求、企业责任与用户意识等层面的共同推进。

李晨建议,监管机构应加大监管和处罚力度,并为用户提供便利的维权渠道;企业应承担起保护用户个人信息的责任与义务,遵守个人信息保护相关法律法规,谨守合规红线;用户则应提升自身个人信息保护意识,提升数字素养。 据人民日报

## 新闻速览

### 中方正式提出申请加入DEPA

商务部部长王文涛1日致信新西兰贸易与出口增长部长奥康纳,代表中方向《数字经济伙伴关系协定》(DEPA)保存方新西兰正式提出申请加入DEPA。商务部表示,申请加入DEPA,符合中国进一步深化国内改革和扩大高水平对外开放的方向,有助于中国在新发展格局下与各成员加强数字经济领域合作、促进创新和可持续发展。下一步,中方将按照DEPA有关程序,和各成员开展后续工作。

据新华社

### 线上学科类校外培训机构日常巡查制度建立

据教育部网站消息,为深入贯彻落实党中央“双减”工作部署,严格监控各地线上学科类校外培训机构是否违规在国家法定节假日、休息日、学生正常上课及休息时段等限定时间内开班培训,教育部组织专业团队迅速建立了线上学科类校外培训机构日常巡查制度,开展全面常态巡查。截至目前,共连续不间断开展了4次巡查,掌握了一批违规线索,并建立了违规培训机构动态库,共涉及全国12个省份、50余个培训机构。目前,相关省份已责

令培训机构进行整改。

下一步,教育部将继续加大对线上学科类校外培训机构的巡查力度,对存

在违规行为的校外培训机构建立红黄牌处罚机制。对于在限定时间内开班培训的,先予以提醒,对再次违规的线上校外培训机构亮黄牌警告,对两次亮黄牌者亮红牌,并责令相关省份予以关停。对于违规情形极为严重的,直接亮红牌。请学生家长和社会各方广泛参与监督,共同维护良好管理秩序。

据新华社

### 11月4日起冷空气侵袭我国北方部分地区降温达10至15℃

据中央气象台网站消息,中央气象台最新预报,11月4日开始,将有一股强冷空气侵袭我国大部地区,带来大风降温及雨雪天气。此次冷空气影响范围广泛,降温剧烈,多地可能出现今冬初雪,公众需注意添衣保暖,做好相关防寒措施。

据中国新闻网