

法律明文禁止却屡禁不止

# 谁来保护我们的个人信息

频繁的信息泄露让消费者“赤身裸体”地出现在陌生人面前,有关个人信息安全保护的问题被推至舆论的风口浪尖。虽然法律法规严格要求,但用户的个人信息被泄露并未得到有效遏制。

## 快递信息泄露缘何屡禁不止

在业内人士看来,贩卖快递面单信息普遍存在,之所以屡禁不止,根源在于不菲的利润和无尽的需求。

在记者调查的售卖快递单号的网站中,有的当日单号 0.8 元/单、有的根据快递面单的时效和种类不同,收益不尽相同,3 个月之前为 0.3 元/单、3 个月内为 0.5 元/单。与之相比,快递代收货款面单的价格达到最低 1 元。

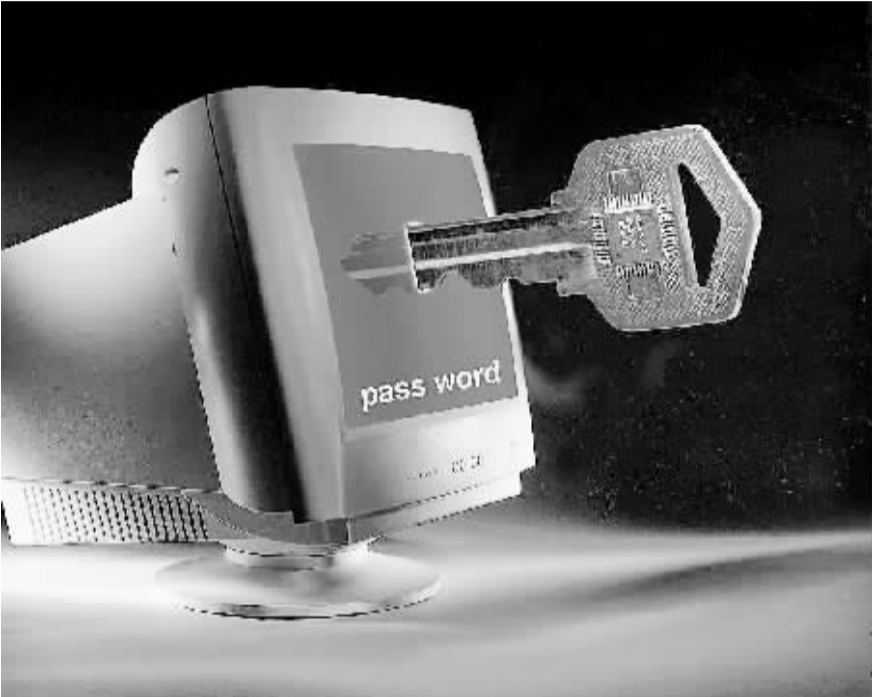
反观快递企业的主业配送,由于深陷价格战,快递员、加盟商通过“正行”快递业务获利有限。据业内人士介绍,目前快递员、加盟商能从同城、省内件获利在 0.5~1 元,跨省则在 2~3 元不等。成为一名“号贩子”,则让这些快递从业者从快件上获得的收益瞬间翻倍,“一边是披风带雨,一边是点几下鼠标,你会选哪个”?

除此之外,淘宝卖家作为单号的最大需求群体,为了刷钻、为了爆款、为了摊薄成本,不少卖家投身其中,有售卖快递单号网站显示,目前 90% 的淘宝卖家都在刷单。而淘宝卖家的庞大数量也成为快递单号的来源之一。

有淘宝卖家吐槽称,很多卖家每天都在努力想办法提高自己的搜索排名,怎么优化标题,其实那些都不重要,还不如人家刷单刷得疯狂,在线交易量上去了,级别上去了,还怕没排名吗?这个就是淘宝卖家的悲哀。淘宝刷单为什么这么疯狂,还不是这排名闹的,有钱的刷大单,没钱的只能刷小单。

快递物流网首席顾问徐勇指出,打击寄递服务信息泄露还应注意违法犯罪源头的管控,特别是网络渠道、电商平台,除了《邮政法》外,针对寄递服务信息犯罪在立法方面还要进一步覆盖到其他法律法规,例如对电商平台自身监督不力的处罚。徐勇认为,目前相关经济处罚太轻,法律震慑力不足。“我建议行业协会可牵头建立寄递行业诚信体制,通过‘污点’制度加大对违法人员的严惩力度。”

有业内人士则指出,作为卖家方面规则的制定者,淘宝网、腾讯拍拍等是否也应拿出相应解决办法,尽量减少刷单所带来的影响,套



用一句最近比较流行的话:“没有消费,就没有杀戮。”

## 促消费急盼安全购物环境

10 月关于个人信息安全的话题似乎有点多,快递、民航、酒店“多点开花”。

本月上旬,一家名为“查开房”的网站被查封,疑似某酒店会员信息数据库信息外泄。在这家网站上,通过输入姓名或者身份证号,就可以获得其他个人信息。据业内人士介绍,“查开房”所使用的数据库,里面涉及大约 2000 万个会员信息,并已被多次下载,目前仍未找到泄露源头。

时隔不久,民航局投诉管理部门以及多家航空公司证实,近期有许多乘客反映,收到“航班取消”虚假短信。据相关负责人介绍,如果乘客按照短信所表明的方式进行改签,那么改签费就落入了他人的口袋;如果选择退票,乘客

就会错过这班正常飞行的航班。对此,多家航空公司表示,并非公司故意泄露,但目前无法确认泄露源。公司只能提醒乘客注意,若收到类似信息,应直接跟公司官方客服确认。

有消费者表示,目前国家促消费政策频繁出台,但是对于消费者而言,更需要一个安全放心的购物环境,“现在好像只要留下个人信息,就面临被泄露的风险,何谈安全”?

## 个人信息须严格保密

在急盼安全购物环境的大背景下,加强对这类行为的打击力度、完善相关法律法规成为了普遍的呼声。

《刑法修正案》第七条已经明确规定:“国家机关或者金融、电信、交通、教育、医疗等单位的工作人员,违反国家规定,将本单位在履行职责或者提供服务过程中获得的公民个人信息,出售或者非法提供给他人情节严重的,

处 3 年以下有期徒刑或者拘役,并处或者单处罚金。”

虽然法律有严格要求,但此类个人信息泄露愈演愈烈,除利益驱动外,与这方面的违法犯罪查处难度大不无关系。业内人士指出,违法者通过网络实施犯罪,采用虚拟身份从事非法信息交易,个人信息以电子存储为载体,海量数据可以在短时间内销毁,一旦外界风声紧,信息平台瞬间消失,给有关部门的调查造成极大困难。此类犯罪涉及地域大、涉案人员多、涉及范围广,牵一发而动全身,“俗话说法不责众,仅快递单号贩卖一事,参与其中的人员可能就多达上万人”。

《刑法修正案》第七条虽然规定了出售、非法提供公民个人信息罪、非法获取公民个人信息罪等罪名,但目前尚未出台相关罪名的司法解释,在法律适用和定罪量刑上难度较大。

业内人士指出,要解决信息泄露问题,首先应在源头加强安全防护,不断修补网络漏洞,降低信息外泄的可行性;其次是完善个人隐私泄密的法律,对待泄露、倒卖个人数据的行为追究刑事责任,减少隐私再次被传播的机会。

2010 年 7 月,国家工商总局发布了《网络商品交易及有关服务行为的管理暂行办法》,对个人信息的保护做出了一些规定。《新消法》的出台,有望改变目前信息泄露严重的情况。

修改后的《新消法》强调,经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密,不得泄露、出售或者非法向他人提供。经营者应当采取技术措施和其他必要措施,确保信息安全,防止消费者个人信息泄露、丢失。同时规定,经营者未经消费者同意或者请求,或者消费者明确表示拒绝的,不得向其发送商业性信息。

就近期社会上发生一些泄露消费者个人信息的情况,将如何利用新法进一步加强消费者个人信息的保护,国家工商总局副局长刘俊臣在接受媒体采访时表示,这次将保护个人信息作为消费者的一种权益确认下来,是《消费者权益保护法》修订的一大亮点。新法规定很明确,收集和使用消费者信息必须正当、必须有必要、必须明示、必须经本人同意、必须严格保密、必须承担法律后果,规定非常严格,这应当是消费者权益保护的一大突破。

(北南)

全渠道协同 全品类钜惠 全方位体验

## 苏宁引爆“第一届 O2O 购物节”

□记者 田松平

本报讯 日前,苏宁对外宣布,将在 11 月 8 日~11 日,举办为期 4 天的“第一届 O2O 购物节”。据悉,“第一届 O2O 购物节”将在商品、价格、活动、数据、体验、支付、人口、服务等方面实现线上线下完全协同的基础上,投入 200 亿元特价货源,通过双线“超级 0 元购”、“千万台爆款机型”、“易付宝充 100 送 100”、“门店自提返利”、“OVO 双线视频大团购”、“拉帮结派送千万现金红包”、“10 家商业银行刷卡送券”等活动,为消费者打造一个覆盖全品类且全渠道共享的狂欢购物节。同时,苏宁云台目前已入驻的 6000 个商户也将携 100 万种新增商品 SKU 全线参与此次购物节活动。此次 O2O 购物节,苏宁预期实现 100 亿元的销售规模。

苏宁云商集团总裁金明表示,做 O2O 并不是一件简单的事情,必须满足两个条件:一个必须拥有两个“O”的渠道,也就是同时在线上 and 线下都拥有自身能够掌控的渠道;

另外一个必须是实现两个“O”的无缝协同和高度融合。“在这两个前提下,O2O 才不至于成为无源之水,才拥有了进行商业创新线上线下协同的基础,而不是简单在线上发个券,到线下可以用就叫 O2O,那充其量只是推广方式的融合”。

据了解,作为以 O2O 为主题的购物节,苏宁引入了诸多 O2O 元素,带给消费者最直观的就是 O2O 无界购物的消费模式。苏宁将实现线上线下商品的任意购买,并通过促销方式的调整和系统的开发,实现促销活动的全面同步。同时,苏宁将首次开创 OVO 互动视频购物模式,即苏宁将在南京设立以 PPTV 客户端为主阵地的多屏互动团购直播区,根据全国线上线下顾客的限时报名数量,给予台阶式的让利额度。而苏宁将推出的移动端的电子会员卡,也彻底实现了“一卡在手,同享线上线下会员礼遇”的功能。

为期 4 天的 O2O 购物节,无论是从投入的资源力度、参与的品牌和商户数量、服务保障的力度等,将是年内规模最大的一次。

## “龙都电器”举办艺术摄影展

□记者 田松平 文/图

本报讯 《老周口·新周口》艺术摄影大赛作品展,每天都吸引不少市民前来观看。日前,老周口人刘大爷在《周口铁路记忆系列影像》照片跟前驻足良久,细细品味。刘大爷告诉记者:“这些作品不但体现出摄影的独特魅力,还



使我们得以重温那份弥足珍贵的属于老周口人的集体回忆,这些记忆是割不断的牵挂。”

《老周口·新周口》艺术摄影大赛作品展,由市群艺馆、市艺术摄影协会、周口漂晓铁路实业有限公司共同举办,在市区大庆路龙都电器商厦开幕以来,引起广大市民的广泛关注。

《老周口·新周口》摄影展分为三个专题——“老周口、周口铁路记忆系列影像”、“新周口”和“龙都国际广场品牌风采榜”,展出了从上世纪 30 年代至今不同历史时期的 600 张精品照片。近日,记者在《老周口·新周口》摄影展现场看到,这些照片中既有反映油坊街、北山货街、三义街、八一路胜利大桥等上世纪 70 年代末周口景象的怀旧照,又有展示周口城市变迁的大庆路大桥、周口公园、周口市体育中心的新城新景,还有旧时的铁路工人影像和著名经济学家于光远 1987 年视察河南省地方铁路周口分局等具有历史意义的照片。据介绍,此次摄影展中最老的一张照片,是由德国摄影师于上个世纪 30 年代拍摄的《周口沙颍河与老洋桥》。

据悉,由河南省摄影家协会主席于德水、河南省艺术摄影家协会副主席陈晓琦等组成的专家评审团,将对本次摄影作品进行评选。