

抛砖引玉

企业滥用个人信息该到头了

张绪旺

工业和信息化部近日发布了2019年一季度电信服务质量通告,在互联网用户个人信息保护监管领域,点名批评了18家用户个人信息保护检查发现问题企业,不乏小红书、网易考拉、饿了么、猎豹浏览器等知名企业或App。

比如,小红书的问题是,未经用户同意收集个人信息和诱导用户同意收集使用个人信息;网易考拉除了这两项违规,还“未明确告知用户收集、使用信息的目的、方式和范围”……

相关企业已经遵照监管更新版本并通过了复查。从这两年的监管力度看,用户个人信息保护越来越被重视,法规制度细化到了一定程度,监管部门执法力度也在强化。但从结果看,仍然有很多企业“铤而走险”,不断撞上政策红线。

尤其是那些名声在外的大公司,按常理说,它们有技术、有能力遵循这些

规范,一再犯错的原因,不可能用“不知者无罪”来搪塞。

那就只能说明,在用户个人信息保护领域,大多数企业还没有转过弯,仍然商业思维重过法治思维,利益的天平还是趋向于“恶”的一面,至少充满了侥幸心理。

在技术和商业升级维度,用户个人信息是大数据和云计算的基础性资源,越来越多的广告营销、影视剧制作、产品迭代要依赖用户个人信息的梳理和分析。这是科技的魅力所在,也是双刃剑所在。

用户与企业之间,交换信息、获取服务,是互联网主流经营逻辑。对于企业而言,没有严格的政策红线,往往就想索取得多一点,在竞争的态势上,更容易“别家企业有的我也得有”。索取得多了,还抱有强烈的侥幸心理,“只要我自己不作恶,拿了用户信息没什么”。

殊不知,用户个人信息满天飞的时代,也是数据安全最危险的时代,各种黑产也盯上了企业的数据库、服务器,一旦出事,企业要付出的可不是财产损失这么简单。在黑产面前,一方面企业是受害者,要承担伤筋动骨的数据之殇;另一方面,企业又是“可怜又可恨”的“帮凶”,被黑产盯上的还是普通大众,一家出事,用户需要全网更改个人信息,还要对个人利益受损担惊受怕。

因此,在用户个人信息保护领域,没有妥协的余地。在健全的法规面前,旨在良性经营的企业,按章办事责无旁贷。短期内,严苛的信息保护制度会掣肘企业的商业化尝试,使之丧失不少竞争优势,但从长期看,保护用户,就是保护企业自己,只有那些用户信息保护妥当的企业,才能长久地保证运营安全,进而赢得用户信任、赢得竞争长跑优势。

不久前,国家层面的《数据安全管理办法(征求意见稿)》已经完成社会意见征集,相信很快就将正式颁布实施,该办法对数据(包含用户个人信息)的收集和处理使用提出了更高的要求,比如规定:网络运营者利用用户数据和算法推送新闻信息、商业广告等,应当以明显方式标明“定推”字样,为用户提供停止接收定向推送信息的功能;用户选择停止接收定向推送信息时,应当停止推送,并删除已经收集的设备识别码等用户数据和个人信息。

这个条款针对目前主流的信息流广告和“千人千面”大数据商业应用,该办法的明确规定,是对企业产品运维和商业模式的新挑战,意味着企业不要在滥用个人信息上找差价,而是把精力放到真正的用户增值服务上。

企业必须迈过这道门槛,才能更好地发展。

微观点

杨炯伟
360高级副总裁

■ 没有新的流量了,小程序也不可能再创造出新流量,但我们使用流量的方式一直在变化。在PC互联网时代,用户搜索能产生流量;在移动互联网时代,App能产生私域流量;到了如今流量红利逐渐消失的时候,小程序的出现,让用户上网的行为发生了改变,同时也让企业获取流量跟用户的方式发生了改变。

齐向东
奇安信董事长

■ 三年前我就认为,下一波经济周期的核心是政企智能化,将高科技技术应用于toB市场将有巨大的商机。安全这事没有“性价比”,只有更好,没有最好。好比在战场上,如果对手持枪,你不可能因为刺刀便宜而选刺刀,这种时候是不可能考虑性价比的。在网络安全比拼上,技术优势是第一位的。

干嘉伟
高瓴资本运营合伙人

■ toB的业务的特点是“多关键人”。个人消费者购买决策,其实就是关乎自己或者给家人买东西,根据自己的想法完全能够决策。但是toB业务不止一个关键人,需要推动几个角色共同在有效的时间内去做一个共同的决定。有可能有部门负责人,再要他的上级争取采购金,可能要到总经理、董事长审批。

陈星汉
《光·遇》制作人

■ 商业化做得太重了,游戏就不再是一个艺术品,如果只是做纯粹文艺,那别人都不知道在哪里可以付钱。真正走向大众的游戏并非打打杀杀的游戏,也不是需要大量“氪金”的游戏,应该是与人生和家庭相关,能给人带来希望的游戏。

(以上观点不代表本报立场)

栏目主持:魏蔚

滴滴试行遗失物品付费处理规则

北京商报讯(记者 魏蔚)滴滴近日更新了《网约车遗失物品专项处理规则(试行)》(以下简称“规则”)。即日起,该规则将在滴滴网约车平台试运行,适用于滴滴快车、专车和豪华车。规定乘客要求司机用快递方式送回物品时需承担快递费用,如乘客要求司机驾驶车辆将失物送回,应向司机支付相应运输费。

6月11日-17日,该规则征求意见稿公示期间共收到1100份反馈,送回费用仍是讨论的焦点。51.3%的反馈者曾在车上遗失过物品,48.7%的反馈者未在车上遗失过物品。有网友认为,如使用快递、闪送的方式归还物品,乘客承担快递费后无需向司机支付其他费用,也有网友认为可按照遗失物品的价值按一定比例给予司机

感谢费。

还有网友建议平台进一步推广车内摄像头,加强取证能力,或者改善产品功能,下车前加大对乘客的提醒力度,提醒乘客携带好随身物品。

滴滴已结合公众的反馈与建议对规则细节进行了修订。在备受关注的送回费用方面,修订后的规则规定乘客要求司机用快递方式送回物品时需承担快递费用,如乘客要求司机驾驶车辆将失物送回,应向司机支付相应运输费。与此同时,除了快递费、运输费之外司机不得向乘客要求其不合理费用。具体细节广大乘客和司机可在滴滴App内-规则中心查看。未来滴滴将结合司机、乘客反馈不断优化规则并结合实际改善产品功能。

百度智能红绿灯落地多个城市

北京商报讯(记者 魏蔚)在去年百度世界大会上,百度创始人兼CEO李彦宏提到,通过智能红绿灯全局控制,可以减少20%-30%左右的拥堵等待时间。李彦宏近日宣布,目前百度已在多个城市落地了智能红绿灯。

他以保定为例表示,智能红绿灯的运营对提升交通效率有明显的效果。实测显示,在早晚高峰期间,市民的行程延误时间减少了20%-30%,在缓解突发交通拥堵方面效果尤为显著。

李彦宏今年两会的提案就包括呼吁利用人工智能等新技术构建智能交通解决方案,实现对交通的“全面感知、全局决策、实时控制”,从而缓解交通拥堵,减少交通事故。

比如依靠多传感器融合等车路协同技术建设的智能路网,可提高交通

系统的感知能力,实现车车、车路的信息交互和共享;运用智能云、大数据、边缘计算等技术,搭建计算平台,分析全量交通数据,能够预判拥堵趋势并提前采取预防性措施;利用智能信号灯、智能停车系统,可提升交通系统的调度能力,这些都是道路的智能优化。

在出行方面,车辆搭载百度自主泊车解决方案后,车主可以通过手机App召唤车辆,车辆就能远程启动,自动开出地库,行进中遇到障碍和突发情况会自动停车,开到停车目的地,如果非常拥堵,无人驾驶的车会自动排队开往地下停车场,并自动找到车位停车。

李彦宏表示,百度自主泊车解决方案目前已拿到多个车企的合作订单。