

个人信息的“病”不会再任性

——北京航空航天大学法学院教授、博导周友军谈个人信息保护法的亮点

本报记者 徐艳红

2021年8月20日,我国个人信息保护法审议通过,于11月1日施行。这一立法是我国个人信息保护法治的新篇章。该法总结了我国既有的立法经验和实践经验,借鉴了域外的立法经验,强调严格保护个人信息,平衡数据的保护与利用。可以说,个人信息保护法与网络安全法、数据安全法一起,形成我国数字经济法治的三驾马车,共同构建了数字经济的基础性法律制度。个人信息保护法中有哪些亮点与我们息息相关?本报记者采访了北京航空航天大学法学院党委书记、教授、博士生导师周友军。

注重个人信息保护与利用的平衡

记者:周教授,请您谈谈个人信息保护法的立法目的是什么?

周友军:个人信息保护法第1条开宗明义地强调了立法目的,包括“保护个人信息权益”和“促进个人信息合理利用”。可见,本法旨在平衡个人信息的保护与个人信息的利用。信息是数字社会的“石油”,法律应当在保护个人信息的基础上推动信息的合理利用,以促进经济社会发展。

该法第4条第1款明确个人信息不包括匿名化处理后的信息,而依据本法第73条规定,“匿名化,是指个人信息经过处理无法识别特定自然人且不能复原的过程。”这就将匿名化的信息排除在“个人信息”的概念之外,其主要意义在于,能有助于数据的利用与流通。

确立了个人信息处理的告知同意规则

记者:如今,网上购物、点餐、购票已成为我们生活的一部分,但每个App都需要填写个人信息,但平台最终如何处理这些信息我们无从知晓。

周友军:告知同意规则是个人信息处理中的核心规则,是保障个人对其个人信息处理知情权和决定权的重要手段。实践中,如何实现告知后同意、如何保证个人作出了真正的同意等问题,是个人信息保护领域的突出问题。

典型案例,2012年10月,原告罗某在被告一家4S店购买小轿车一辆。2014年8月底,被告某保险公司的员工不断向罗某致电推销车辆保险。某保险公司告诉罗某

他们是4S店获取到他的个人信息的。罗某起诉到法院,请求判令某保险公司就其非法获取原告个人信息用于商业销售一事公开赔礼道歉,并判令被告赔偿原告人民币1元的精神损害抚慰金。

个人信息法中的告知同意规则要求,个人信息处理原则上应当得到信息主体的同意,而且,必须是在信息主体被充分告知以后的自愿同意。个人信息保护法首先就强调了信息处理者要充分告知,确保个人在充分了解信息处理的情况下作出真正的同意。该法第17条规定,个人信息处理者应当告知的内容包括:个人信息处理者的名称或者姓名和联系方式;个人信息的处理目的、处理方式,处理的个人信息种类、保存期限;个人行使本法规定权利的方式和程序;法律、行政法规规定应当告知的其他事项。这些事项若发生变更,还应当将变更部分告知个人。例如,购物平台要收集、使用消费者的个人信息,就必须告知消费者处理个人信息的目的、方式、保存多长时间,消费者享有哪些权利等。

信息主体的同意原则上应当是自愿的、明确的同意,特殊情况下,法律、行政法规还可以规定,要取得个人信息主体单独同意或书面同意。例如,敏感个人信息,本法就强调必须取得信息主体的单独同意。还有,基于个人同意处理个人信息的,个人有权撤回其同意。个人信息处理者应当提供便捷的撤回同意的方式。例如,具有导航功能的App曾获得消费者授权使用其位置信息,但也应当提供便捷的允许消费者撤回其同意的方式。

该法还规定了个人信息处理中告知同意规则的例外,简单说,就是个人信息处理中不用告知个人同意的情形,包括为履行法定职责或者法定义务所必需,如公安机关为了抓捕犯罪嫌疑人而处理其个人信息;为应对突发公共卫生事件,或者紧急情况下为保护自然人的生命健康和财产安全所必需;如为了应对突发的新冠肺炎疫情而处理个人信息,为公共利益实施新闻报道、舆论监督等行为,在合理的范围内处理个人信息等。

严格保护敏感个人信息

记者:个人信息保护法提到了敏感个人信息,什么是敏感个人信息?

周友军:敏感个人信息是个人信息中的重要类型,一旦泄露或者非法使用,容

易导致自然人的人格尊严受到侵害或者人身、财产安全受到危害的个人信息。因此,敏感个人信息需要受到特别的保护。个人信息保护法第28条第1款对“敏感个人信息”的内涵作出界定,同时,列举了主要的敏感个人信息类型,即生物识别、宗教信仰、特定身份、医疗健康、金融账户、行踪轨迹等。例如,人脸信息就属于生物识别信息,如果企业安装了人脸识别设备,就要将其作为敏感个人信息来对待。

举个例子,2017年4月,江苏省苏州市公安局网警支队接苏州某整形美容医院报警称,其客户通过医院官网在线聊天软件咨询整形美容项目的信息被其他整形美容医院盗用。经查,犯罪嫌疑人孙某以其经营的公司为掩护,从网上购买大量医院客户信息,再通过其设立的网站贩卖给全国各地医院牟利。

针对敏感个人信息,个人信息保护法强调,只有在具有特定的目的和充分的必要性,并采取严格保护措施的情形下,个人信息处理者方可处理敏感个人信息。这就对敏感个人信息处理的目的提出了特别的要求,而且,要求处理此类信息要采取较之于一般个人信息更严格的保护措施,例如,网约车平台处理了消费者的行踪信息,就应当采取更严格的保护措施,避免信息泄露等。

为了贯彻宪法和未成年人保护法等确立的未成年人利益最大化原则,个人信息保护法将不满14周岁的未成年人的信息作为敏感个人信息对待。与此相对应,处理不满14周岁未成年人的个人信息,必须要征得其父母或者其他监护人的同意。

“大数据杀熟”不能再任性

记者:“大数据杀熟”让大家极为痛恨,对老顾客不仅不优惠,反而利用顾客的消费习惯下手。

周友军:随着大数据技术和人工智能技术的发展,自动化决策越来越多地被运用到商业实践之中。自动化决策,是指运用大数据技术对海量的用户进行持续追踪和信息采集,然后通过计算机程序自动分析、评估个人的行为习惯、兴趣爱好或者经济、健康、信用状况等,并进行决策的活动。有的企业在进行自动化决策中,对消费者在交易价格等方面实行歧视性的差别待

遇,误导、欺诈消费者,出现了“大数据杀熟”的现象。

说个真实的案例,胡女士是携程平台上可享受8.5折优惠价的钻石贵宾客户。2020年7月,她通过携程App订购了某酒店的一间大床房,支付房款2889元。然而,离开酒店时,她偶然发现该房的实际挂牌价仅为1377.63元,胡女士不仅没有享受到星级客户的优惠,反而多支付了一倍的房价。

针对自动化决策引发的社会问题,个人信息保护法第24条强调,个人信息处理者利用个人信息进行自动化决策,应当保证决策的透明度和结果公平、公正,不得对个人在交易价格等交易条件上实行不合理的差别待遇。而且,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,也就是说,“大数据杀熟”不能再任性了。

严格规制人脸识别技术的运用

记者:如今,刷脸进小区、进公司、进车站、进学校的越来越多,这合乎法律规定吗?

周友军:人脸识别技术是借助面部特征进行的人的身份识别的技术。随着现代网络信息技术的发展,尤其是大数据和人工智能技术高速发展,通过在公共场所安装图像采集和个人身份识别设备,可以随时进行人脸识别,这是敏感个人信息处理的活动。

近年来,我国人脸识别被滥用的情形时有发生,社会公众高度关注。杭州野生动物世界事件就与人脸识别有关。2019年4月,郭兵购买了杭州野生动物世界双人年卡,之后园方单方面要求,将原本确认的指纹识别入园方式更改为人脸识别。郭兵认为野生动物世界违约且存在欺诈行为,于2019年10月将其告上法庭。

为了规范人脸识别技术的运用,个人信息保护法规定,在公共场所安装图像采集、个人身份识别设备,应当为维护公共安全所必需,遵守国家有关规定,并设置显著的提示标识。所收集的个人图像、身份识别信息只能用于维护公共安全的目的,不得用于其他目的,但取得个人单独同意的除外。



执法人员检查药店“四类药品”销售情况

近日,北京市海淀区市场监管局执法人员对药店疫情防控情况开展检查。此次检查的重点是药店落实疫情防控“四类药品”(退烧、止咳、抗病毒、抗生素类药品)销售实名登记制度情况,要求药店及时上报“四类药品”销售登记。

本报记者 贾宁 摄

同居分手了,哪些开销能要回

董玖

张先生与王女士原为情侣关系,双方恋爱期间共同出资购买房屋。二人分手后,张女士以同居关系纠纷为由将王女士诉至法院,要求房屋归王女士所有,王女士支付房屋补偿款80万元及装修费用、购买家电费用35万元。王女士则要求张先生向其支付同居期间一半的开销共计6万元,以及为张先生父母购买礼物花费的8万元。海淀法院经审理,判决驳回双方的全部诉请。

原告张先生诉称,其与王女士原系情侣关系,双方谈恋爱期间共同出资购买了涉案房屋,其出资了80万元,并且为房屋进行了装修,购买家电共计花费35万元。现双方已分手,其同意房屋所有权归王女士所有,但王女士应支付房屋补偿款80万元并且返还购买家电及装修费用。

被告王女士辩称,双方恋爱期间曾同居,但是张先生没有为涉案房屋出资,双方在恋爱同居期间确有转账或者资金往来,但是张先生也没有证据表明其有出资购买房屋的转账。房屋的装修和家电使用都是同居期间产生的,已在分手的时候结算完毕,双方的微信聊天记录中也明确表示了双方已经两不相欠,故不同意张先生的诉请。另外同居期间,其承担了主要的生活开销,现要求张先生承担一半,支付6万元的补偿款。其还给

张先生父母买了东西,张先生应当支付8万元补偿款。

法院经审理后认为,就张先生主张王女士应支付的购房补偿款,因其未能举证证明对房屋进行了实际出资,王女士亦不认可,故法院不予支持。就张先生主张返还装修款及购买家电的费用,虽然其提交了部分家具家电票据以及装修票据,但无法证明系为涉案房屋支出,故其要求返还的请求亦无法支持。

关于王女士要求张先生支付同居期间生活开支的一半,双方虽然有一些转账支出,但并未明确性质,且该主张无法律依据,故法院不予支持。王女士要求返还其为张先生父母购买礼物的8万元,因其未提供证据证明双方对购买礼物的行为有特殊约定,故应视为王女士对张先生父母的赠与,不存在返还问题。法院最终判决驳回双方的全部诉请。法院最终作出上述判决。

宣判后,张先生提出上诉,后撤回上诉,目前该案已生效。

法官说法:情侣分手后,同居期间购房、装修、购买家电如何分配?同居期间生活开销如何分担?同居期间资金往来如何认定?

首先,同居期间双方如共同购房,如登记在双方名下,属于共有。根

据《中华人民共和国民法典》第303条规定,共同共有人在共有的基础丧失或者有其他理由需要分割时,可以请求分割。双方分手后,就可以共有房屋按约定分割房屋所有权。

如登记在一方名下,对方主张对购房出资的,能充分举证自己的出资情况的,如书写了特定用途的转账凭证、双方书面约定等,则可以主张折价补偿款。如对房屋装修进行了出资或购买了家电,可以主张由对方补偿,但也应当提供装修合同、送货单、支付费用凭证等证据,证明系对特定房屋的装修或购买家电进行了出资。

其次,就双方同居期间的生活开销,无特殊约定的,主张由对方返还或补偿,无法依据,法院不予支持。最后,同居期间,双方难免产生资金往来,不能证明资金往来性质的,如转账无具体用途或约定,视为对对方的赠与,要求对方返还并无事实及法律依据,法院不予支持。

综上,同居期间与婚姻存续期间有所不同,同居期间产生的财产、收益、花销等并不必然具备分割或要求对方补偿的条件。需分割的财产应当以确实为法律意义上的“共有”为基础,该共有情况,双方应当通过充分的举证来加以证明。

(作者单位:北京市海淀区人民法院)

最高法:构建审理专门化、管辖集中化和程序集约化知识产权审判体系

本报讯(记者 徐艳红)10月29日,最高法召开新闻发布会,发布《最高人民法院关于加强新时代知识产权审判工作作为知识产权强国建设提供有力司法服务和保障的意见》(以下简称《意见》)。最高法民三庭庭长林海介绍,最高法将在三个方面精准发力,推动构建案件审理专门化、管辖集中化和程序集约化的知识产权审判体系。

林海说,《意见》主动回应新时代知识产权司法保护需求和社会关切,从工作要求、公正司法、提升效能、深化改革四个方面,就全面加强新时代知识产权审判工作提出20条措施。

此次出台的《意见》,强调依法公正高效审理各类案件,充分发挥知识产权审判职能作用。围绕9个方面,提出加强知识产权司法保护的贯彻落实措施。具体包括:科技创新成果、新兴领域知识产权、农业科技成果、中医药知识产权、商业秘密、反垄断和反不正当竞争、科技创新主体合法权益等。

《意见》强调,加强高水平

知识产权审判机构建设,构建案件审理专门化、管辖集中化和程序集约化的审判体系。林海说,下一步,首先,全面总结最高法知识产权法庭三年试点工作情况,提出进一步改革方案,促进完善技术类知识产权审判机制,深化国家层面知识产权案件上诉审判机制建设。加强知识产权法院、知识产权法庭建设,完善案件审理专门化、管辖集中化和程序集约化的审判体系。

其次,改革完善知识产权案件民事、行政再审制度,科学确定知识产权法院第一审民事案件的级别管辖标准,探索涉及新类型、新规则的案件提级审理制度,进一步发挥专门管辖和集中管辖的优势。

第三,深化知识产权民事、刑事、行政案件“三合一”审判机制改革。目前,全国已经有21个高级法院、164个中级法院和134个基层法院正在有序开展知识产权民事、行政和刑事案件审判“三合一”改革。下一步,还要着力推动完善知识产权刑事案件管辖布局,积极构建与知识产权“三合一”审判机制相适应的管辖制度。

北京知识产权法院发布《侵犯商业秘密民事案件诉讼举证参考》

本报讯(记者 徐艳红)为有效破解侵犯商业秘密民事案件举证难问题,北京知识产权法院10月29日发布《北京知识产权法院侵犯商业秘密民事案件诉讼举证参考》(简称《举证参考》)。(《举证参考》总结归纳涉商业秘密保护全流程的规定,从4个部分11个方面对侵犯商业秘密民事案件作出举证参考。

商业秘密通常是指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息等商业信息。由于商业秘密的本质是信息,并非通过注册或登记产生、取得权利,商业秘密的认定及权利范围并不像商标权或专利权相对清晰和明确,侵权行为也较为复杂和隐蔽。因此,在司法实践中,权利人举证难问题一直是侵犯商业秘密民事案件中的突出难点问题。《北京知识产权法院副院长宋鱼水表示。

自建院至2021年10月,北京知识产权法院共受理侵犯商业

秘密纠纷案件163件,其中一审案件136件,二审案件27件。共审结120件。在以判决方式审结的43件案件中,原告胜诉的案件共17件,占比为40%。北京知识产权法院审理的侵犯商业秘密民事案件呈现出以下特点:第一,涉及企业知名度高、案件影响大。案件通常发生在发展较为迅速的领域和竞争较为激烈的商业主体之间。第二,涉及企业诉员工、前员工的案件较多。该类案件在北京知识产权法院审结的所有侵犯商业秘密案件中占比为93%。所涉及的员工、前员工往往是企业高级管理人员,在企业工作时任关键岗位。第三,原告败诉案件的主要原因在于权利人举证不充分。

《举证参考》重点围绕商业秘密的认定条件、常见的侵权行为表现形式、侵权行为的抗辩事由、损害赔偿的举证责任及认定、惩罚性赔偿的考量因素、诉讼保全、律师调查令、刑民交叉等问题作出了相应指引。

北京朝阳法院探索打造涉老案件集中审理模式

本报记者 徐艳红

10月28日,北京市朝阳区人民法院召开“涉老年人权益保护工作举措暨典型案例发布”新闻通报会,探索打造涉老民事案件集中审理模式,推出五项司法服务举措,助力老年人权益保护。

通报会后,朝阳法院亚运村人民法庭公开开庭审理并宣判一起老年人赡养问题引发的姑侄间附义务赠与合同纠纷案。侄子赵某某获赠房产后却不给姑姑赵女士养老,举家前往加拿大,不告知赵女士何时回国。于今年2月,赵某某私自将案涉房屋以880万元价格出售。最终,法院判决撤销原告赵女士与被告赵某某之间的附义务赠与合同关系,赵某某返还姑姑售房款750万元。

该案主审法官付艳称,“部分老年人没有能够履行抚养义务的子侄,转通过赠与财产的方式委托他人为自己养老送终,符合我国法律的规定,而在受赠人未履行抚养义务时赋予老年人撤销权,也是保护老年人权益的一种表现。”

近5年,朝阳法院审理涉老民事案件近5万件,较前5年增长42%,涉老年案件数量呈现攀升趋势。从案件类型上看,涉老合同类案件数量较前5

年增长50%,表明老年人参与社会经济生活的积极性和主动性有所提升。为进一步发挥审判职能作用,保障老年人合法权益,朝阳法院推出了息讼安老、诉讼便老、善意援老、智慧助老、普法护老五大工作机制,从推动涉老纠纷源头化解、提供涉老案件便捷服务、帮助受困老人纾难解忧、确保智能技术与老共享、强化尊老理念宣传引领五个方面,探索老年人权益保护的司法路径。

此外,我院还将进一步打造涉老民事案件集中审理模式,由亚运村人民法庭专门审理涉老民事案件,探索涉老案件特别审理程序,引入家事调查、心理慰藉、回访帮扶等制度,为涉老老年人提供更为精准的司法服务和保障。”北京市朝阳法院党组成员、政治部主任刘黎表示。

朝阳区副区长杨蓓蓓介绍,截至2020年末,朝阳区60岁及以上常住人口为70.9万人,占比20.5%。朝阳法院立足老龄工作特点,打造涉老民事案件集中审理模式,这既是对中央精神和人口老龄化趋势的积极响应,又填补了北京市涉老案件专业化审判领域的空白。

弹窗广告治理应常态化

王维维

面对弹窗广告的“层出不穷”,部分城市已加大了整治力度。近日,广州市市场监管局召开治理规范互联网弹窗广告行政指导会,该市场监管部门将全面加大弹窗广告监管执法力度,深入开展规范互联网弹窗广告专项治理。(10月28日《信息时报》)

弹窗广告诞生于上世纪90年代,该广告形式所带来的负面用户体验引发众多网民批评,被称为“网络牛皮癣”。“弹窗信息标识近于无形、关闭按钮小如蝼蚁、页面伪装瞒天过海、诱导点击暗度陈仓……”弹窗广告的违法情形多年来不断演变。2021年7月,江苏省消费者权益保护委员会发布《PC端应用网际网络弹窗调查报告》,指出有八成受调查消费者称受到弹窗广告的困扰。上海市消费者权益保护委员会也曾发布《App广告消费者权益保护评价报告(2020)》称,58%的受调查App中含有内置弹窗广告,且其中69.7%广告设有“关闭键”。

弹窗广告的泛滥,背后动因是广告主及发布平台可借此获取的高额经济利益。一方面,弹窗广告普通收费不高,对于广告主来说极具性价比,对网民的“骚扰”正是广告主希望获得的“有效广告到达”。另一方面,广告发布平台也借此获得高额广告费,许多互联网公司都严重依赖广告收入维系经营。正是这个产业链的存在,才使得弹窗广告屡禁不止。

近日,广州市针对弹窗广告开展了专项治理,可以说开展得非常必要、及时且迫切。但是,要想从根本上有效遏制弹窗广告乱象,还得依托于治理行动的常态化。

对弹窗广告的治理并非无法可依:广告法、互联网广告管理暂行办法、《互联网信息服务管理办法》都对弹窗广告的治理做出了明确规定。同时,作为行业主管单位,市场监管总局与工业和信息化部近年来也更加重视对违法违规弹窗广告的治理:今年7月,68家头部互联网企业称已按照工信部要求完成相关整改;近期,包括广州市在内的各地市场部门也展开了专项行动。

对弹窗广告的治理必须正视其背后屡禁不止的利益驱动。一方面,相关监管部门应该把对弹窗广告的治理行动常态化,在全国范围内定期展开。同时,应为网民提供更加便捷的举报投诉渠道,让全民监督成为相关部门执法的重要线索来源。另一方面,此前监管部门的相关治理行动中,对外发布的多为对企业约谈告诫、加大社会公示和曝光力度等,并未对包括罚款等在内的具体处罚标准进行公示。但正如近期大惩治互联网企业反垄断一样,有重罚的案例才能达到教育行业和以儆效尤的效果,因此笔者呼吁相关部门发布更多的整治弹窗广告的典型案列。

总之,弹窗广告治理必然是一场长期的工作,在这个过程中相关监管部门不仅要发挥主导作用,也应更多地引导民众参与,共同努力才能真正实现净化网络环境、保护人民权益的社会效果。



(作者系北京市中闻律师事务所律师合伙人)