

改陋习、强保护、防隐患——

移动互联时代 这样打赢个人信息保卫战

“移动互联时代,该怎样保护个人信息?”国家网络安全宣传周刚刚结束,关于如何切实保障网络个人信息安全的讨论引来各方聚焦。哪些不良使用习惯会导致手机防护尽失、网络用户个人信息被“劫”?加固网络个人信息“城防”有何关键词?哪些隐患仍在威胁网络个人信息安全?新华社记者就此展开调查。

3个不良习惯或丢光全部个人信息

《2019全国网民网络安全感满意度调查统计报告》显示,近四成网民认为,网络个人信息泄露非常多和比较多;近六成网民更曾遭遇过个人信息被侵犯。不仅如此,专家表示,个人信息遭泄露人群中,手机网民是“重灾区”。记者调查发现,这与几种手机不良使用习惯直接相关。

——掉以轻心,随意扫描二维码,下载可疑应用软件。“这是我们的创业项目,您扫描一下二维码填写个人信息,就可以获得我们的小礼品。”

如此“地推”场景,相信并不陌生。一些人或为支持年轻人创业热情或认为领取小礼品“有利可图”而同意扫描。殊不知,无论动机如何不同,他们手机上的个人信息都面临相同的泄露风险。网络安全专家告诉记者,一些二维码包含木马病毒,可窃取和修改设备内重要信息。不法分子还可能以此远程遥控用户手机,实现开启摄像头、麦克风、定位等操作。

——因小失大,轻信“试睡”“体验”等“免费套路”。酒店免费试睡体验类项目推广文章一度在微信朋友圈中流行。文中称,用户只要转发相应内容,并在文内链接留下自己的真实姓名、手机号等个人信息,就有机会获得免费试睡五星级大酒店机会,有的甚至索要身份证号等个人敏感信息。记者从网络安全专家处得知,事实上,填写此类信息的用户获得“免费”体验机会微乎其微,但丢失个人敏感信息的风险却十分巨大。

——被逼无奈或盲目授权,忽视手机App用户协议和隐私政策。

“如要继续使用本软件,请提供相应授权。”不少App通过“不同意就不准用”的“霸王条款”过度索权,给用户个人信息造成重大风险。比如记者发现某手电筒App,安装时却要求获取阅读手机通讯录的权限。此外,一些用户嫌麻烦,使用App前不阅读用户协议和隐私政策,导致个人信息大量泄露还不自知。

标准模糊、霸王条款、隐蔽收集等潜在风险仍存

多位专家学者和相关部门负责人向记者表示,当前在网络个人信息保护方面“发力”已成常态,但仍有潜在风险有待排除。

相关保护措施的标准是什么?如何把握?中央网信办网络安全协调局综合处处长唐鑫认为,移动互联时代的个人信息保护应该“标准先行”,既不能“没标准”,也不能“标准总变”。他认为,App收集和使用个人信息涉及到手机制造商、手机应用开发商、应用商店等多主

体,因此有必要打通各环节,做到行业协调、综合治理。

中国消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江认为,当前经营者通过“不同意就不准用”等“霸王条款”变相强制采集用户信息问题泛滥,消费者个人信息泄露后往往存在举证难、维权难等问题。对此,不仅需要有关部门加强实际监管、严格执行现有法律法规,保护消费者权益,国家更应针对侵权“顽症”制定完善相关规则。

另据记者调查,还存在一些App隐蔽收集和使用用户个人信息的问题。中国信息通信研究院安全研究所所长魏亮指出,例如用户已经关闭了GPS权限,因此默认App不再收集我的地理位置信息,但实际上APP仍在通过用户所连接的WiFi来获取用户位置,这种收集和使用用户个人信息的行为已超出一般用户心理预期。

他建议,行业相关主体应切实以个人信息保护理念直接指导研发、编码过程,同时加强对防窃

密、防篡改、防泄露、数据敏感、关键数据审计、流动追溯和数据备份等安全技术的研发和商业部署,让安全机制与安全技术落地、落实。

强化保护 3个关键词:机构协同、精细立法、严厉打击

今年1月25日,中央网信办、工信部、公安部、市场监管总局四部门联合发布《关于开展App违法违规收集使用个人信息专项治理的公告》。有关方面开始从机构协同、精细立法、刑事打击等几个关键方面加大网络个人信息保护力度。

据专项治理工作组专家何延哲介绍,专项治理工作组选取近600款用户数量大、与民众生活密切相关的App进行评估,督促问题严重的200余款App进行整改,涉及整改的问题点达800余个,无隐私政策、强制索权、超范围收集个人信息等问题得到显著改善。

据新华社

老品牌老做派 如何赢得“新宠爱”

在许多国人的记忆里,一块招牌就是一段传奇。老字号的牌匾上,凝结了前人的匠心,记录了时代的繁荣。买卖之外,品牌与顾客之间的情感连接,更赋予了老字号跨越时空的人文魅力。

随着人们消费需求的不断升级,一些老字号正在以年轻化的姿态“华丽转身”。然而记者调查发现,还有部分老字号在时代的瞬息万变中举步维艰,逐渐失去曾经的客群和品牌影响力。

老产品老做派,怎能获得“新宠爱”?

日趋激烈的市场竞争之下,曾集万千宠爱于一身的老字号逐渐意识到,是时候转型了。可如何华丽转身?部分陷入经营窘境的老字号企业直言,转型面临三重“难”题。

——改变:抓住消费者“心跳”,难

北京大学光华管理学院市场营销系副教授王锐认为,工业经济时代老字号以“生产能力”见长,但并不擅于理解消费者,因此在生产能力已不构成差异化竞争优势的今天,部分老字号与消费者尤其是年轻消费者的需求逐渐“脱轨”。

“在实践中,不少创新手段并没有真正站在用户角度考虑需求。”一名在老字号工作多年的员工向记者坦言。

有的创新止于“表面文章”。比如一些老字号企业把数字化转型简单等同于“开网店”。一名老字号餐饮品牌的员工分析说:“当初没做市场调研就盲目增设外卖业务,导致成本增加,收效有限。”

——创新:实施灵活的管理,难
记者采访发现,部分老字号在今天还沿用着上世纪的组织架构,加之过度依赖品牌知名度和政策扶持,无法调动起组织的竞争动力和创新活力。

“1000多个员工,卖力的不足100

人,组织激励不到位。”一名老字号企业中层员工告诉记者,部分老字号企业尝试设立互联网、新零售等新业务部门,但新部门要么隶属在传统业务部门之下,要么还是由原先的老团队管理运营,很难真正发挥创新功能。缺乏有效的激励和管理机制,导致许多员工存在“吃大锅饭”的思想,“倚老卖老”“服务态度差”成为不少老字号被消费者诟病的地方。北京市民张先生就曾有过这样的经历:在某老字号餐饮门店就餐时,直接被服务员以“需要提前下班”为由,要求结束用餐。

王锐表示,很多老字号企业缺乏现代管理经验,在卖方市场向买方市场的转型中,在计划经济或物质匮乏时代的成功经验已经失灵,成为一些老字号企业转型难的重要因素之一。

——坚守:守住老招牌,难
曾经的老字号,不少都有自己坚守的理念和生意经,为它们赢得了消费者的认可,被一代代继承者奉为主

臬。然而现实中,一些老字号企业不随市场需求改良的产品、不见提升的服务品质、资深老师傅的流失,渐成其转型过程中的绊脚石。

记者在采访中还发现,一些以诚信经营为立店之本的老字号甚至在产品质量管理失控下渐失信誉,遭遇信任危机。

打得了“网红牌”,也要打得出“经典牌”

“你的竞争对手不是同行,而是不断变化的市场需求。”7-11便利店创始人铃木敏文在《零售的哲学》一书中说道,老品牌更应在变化中读懂未来,灵活应对变化。

“可口可乐、雀巢等成功经营百年的国外品牌擅长抓住每一代消费者的心,做到了适应消费者不断变化的需求。”王锐说,从工业经济迈向商业经济后,纯粹依靠品牌的惯性消费和历史传统来吸引顾客的老路已走不通。

王锐建议老字号对组织架构进行革新,吸引有创意的新鲜血液加入。“革新需要整个系统内部外部做好配合、上层下层一起发力,并有规章制度做保障。如果把新零售和互联网业务放在传统业务部门,创新也无法施展手脚。”

面对新生代消费者,品牌认知只是购物决策链条中最开始的一步。业内专家指出,老字号应该放低身段,更加亲民,从经营理念上做出改变,在充分理解消费者、了解竞品的基础上培育差异化竞争优势。

创新不只是跨界合作、场景营销、复制爆款。商务部流通产业促进中心现代服务业处处长陈丽芬建议,老字号不仅要在“新”字上下功夫,在产品、服务、营销中强化与消费者的情感维系,在技术、工艺上突破“天花板”,还须以高辨识度的气质底蕴坚守品牌根基。做到既打得了“网红牌”,也打得出“经典牌”,既讲得出新故事,也守得住“老招牌”。

据新华社

公益善行让“瓷娃娃”也有机会登高望远

16岁30多次骨折依然乐观向上的“瓷娃娃”王鉴宇,终于有机会“登”上山顶俯瞰家乡的美景。

9月22日,锦州市园林集团举办公益活动,让锦州市“瓷娃娃”协会的10名成员在工作人员和志愿者的陪同和细心照料下,畅游北普陀山风景名胜,走出园林集团助残工作坚实而有意义的一步。

“瓷娃娃”是对患成骨不全症患者的一种特有的称呼,也就是人们常说的脆骨症。患病者只要稍不留心出现碰撞就会骨折,因此很多患者都是多年卧床或靠轮椅出行,行动范围受限,登山对他们来说可以说是可望不可即的。

为了圆每一个“瓷娃娃”朋友的梦,市园林集团通过公益行“拥抱瓷娃娃,畅游北普陀”活动,让家乡的“瓷娃娃”群体能够走进家乡景区,游览家乡美景,感受家乡人民的热情与温暖。让“瓷娃娃”群体走出家庭,融入社会,给“瓷娃娃”们带来更多自我展示的机会,让“瓷娃娃”群体能够更加开朗勇敢地迎接生活的挑战。同



“瓷娃娃”在工作人员和志愿者的陪同与细心照料下游览。 园林集团供图

时,通过交流能够带动广大健全人学习残障人士自尊、自信、自强、自立、不畏艰辛、顽强拼搏的志气,更加坚强地为实现人生梦想。

今年56岁的全国首例“瓷娃娃”病患者、“瓷娃娃”协会会长谭纯慧也受邀参加了此次活动,因患有先天性成骨发育不全症,他不能行走,也没上过学,但靠自立自强的精神创造了

一个又一个人生奇迹。不久前,谭纯慧喜获“全国自强模范”荣誉,在北京受到了党和国家领导人的亲切接见。活动中他代表所有“瓷娃娃”表示感谢:“由于出行困难,能够到景区游览本是一个奢望的想法,今天梦想成真,谢谢大家!”

吕彦喆 辽沈晚报、聊沈客户端驻锦州特约记者 张墨寒

男子连称“没问题” 民警一查是网逃

9月20日,抚顺交警在沈吉高速草市收费站外拦下一辆可疑车。面对民警的询问,驾车男子出示的驾驶证没问题,吹气酒精检测没问题,车辆也没问题。

细心民警还是发现了问题——对话中男子情绪急躁,反复说“你们快点检查,我还有急事……是不是可以走了?”经调查,该男子9月19日被鞍山警方立为网逃,目前该男子已被移交属地派出所进一步处理。

“9月20日,我们在沈吉高速公路草市收费站进行整治。”9月23日下午,抚顺交警高速二大队民警宋涛表示,“当晚9点08分,一辆小型越野车从国道驶向收费站。”国道通向收费站有一段匝道,这辆开了100多米后停了下来,接着开始倒车。现场交警宋涛、张立峰、姚远、陈明发现后立即驾车将该车堵住,要求驾车男子将车辆熄火,双手离开方向盘慢慢打开车门下车。

驾车男子按交警要求,出示了

相关证件,民警核对信息发现该男子和车辆都没有道路交通方面的问题,随后对其进行吹气检测,发现驾车男子也没有喝酒。

“为什么在收费口倒车?”民警问。“我走错了道,本来要走国道的,没注意开上匝道奔高速口了,所以往回倒车……”驾车男子回答。

“当时我们就警觉了,因为他的解释经不起推敲。”宋涛表示,现场的国道是直的,不想上高速直开就行了,即便没注意也很难出现这种情况,“我们判断他要上高速,看到我们在设卡整治才想倒回去。”

在询问过程中,男子的情绪越来越急躁,几次说“你们快点检查,我还有急事呢!驾驶证没问题,车没问题,我也没喝酒,你们也检查完了,我是不是可以走了……”

民警查询发现,男子姓全,全某因经济诈骗400余万在9月19日被鞍山市公安局千景分局刑侦大队列为网上逃犯,目前已将全某移交属地警方进一步调查处理。

辽沈晚报、聊沈客户端记者 李毅