

网购消费者个人信息保护的困境及应对策略分析

◆ 郭玉娇

(黑龙江大学法学院, 黑龙江 哈尔滨 150001)

【摘要】随着互联网等信息技术的快速发展,网络购物凭借其独有的便捷性已经成为当下人们消费的主要方式之一。但是,网络购物在向消费者提供高效且便捷服务的同时,也对消费者的个人信息安全造成一定隐患。特别在大数据时代,网购消费者个人信息具有极强的商业属性,部分网购平台的经营者或管理人员受到利益驱使,在未经消费者允许的前提下对其个人信息进行非法抓取与使用并从中获得利润。这一情况的存在不仅侵害了网购消费者个人信息权,对其个人的生活与工作造成极为严重的不良影响,同时也会在一定程度上制约网络交易的健康发展。基于此,本文对网购消费者个人信息保护的困境及应对策略进行了分析,以供参考。

【关键词】网络购物;消费者个人信息;消费者个人信息安全

为了维护网购消费者个人信息权益,确保网络交易市场的平稳有序发展,应当积极寻求解决网购消费者个人信息被侵犯问题的解决方式。在诸多方式中,法律途径是解决上述问题的根本途径。然而,现有法律体系有待优化、缺乏有效的监督以及消费者维权意识不足等诸多因素影响,不能在法律层面为消费者提供较为全面的保障。基于此,对网购消费者个人信息保护进行研究具有重要的现实意义。

一、大数据时代网购消费者个人信息保护的理论分析

现代社会中,网络购物已经十分普及,但对于网络购物的消费主体,我国法律中没有明确的定义。基于此,文章从消费模式出发,先明确与其联系密切的相关主体,如普通消费者、网络消费者,再进一步确定这些消费主体提供个人信息方式的独特性。

首先,消费者指的是为满足生活需求而进行商品购买和使用或是接受服务的个人,国家对此是有专门的法律来确定消费者的主体地位及其在消费方面的个人权益,但是网购消费者在消费方式上与传统的消费主体有很大的区别。网络消费者的消费环境不再是实体店铺,而是通过互联网完成购物和消费行为,所以对互联网消费者及其相关内容进行界定时,需要尤为突出这一点,这也是互联网消费者与传统消费者的本质区别。

其次,《个人信息保护法》中将个人信息规定为在电子设备和其他形式中,可以识别或者已识别的个体相关记录。由此可以看出,网络消费者的个人信息与传统消费者个人信息在内容上具有相通性,网络消费者的个人信息也在法律保护范围之内,只是网络消费者的个人信息的覆盖范围要比传统消费者的广泛。网络消费者的个人信息不仅包括传统消费者所具有的手机号码、家庭住址、工作单位、身份证号以及各种消费记录等,同时由于互联网的特殊性,还包括年

龄、性别以及个人喜好等。后者是网络系统对消费者的浏览习惯、购物倾向等进行判断的重要数据。在网络环境下,通过大数据技术,利用以上数据还可以推算出用户的消费习惯、资产状况、社会关系等更加私密的个人信息。

二、大数据时代网购消费者个人信息保护面临的困境及其原因

随着互联网的广泛应用,消费者的个人数据中包含的商业价值变得更加明显,并且已经变成了众多企业争先恐后的关键资产。由于社会生活的需求,消费者可能参与各种社交活动,消费者的个人资料可能被多个信息管理者所控制。目前,将信息管理人员划分为三类:第一类是主要以营利为目的经营机构;第二类是以执行社会公共管理和承担法律义务的公共机构或国家机关。第三类是自然人。刑事诉讼法已经把处罚个人数据违规行为的对象拓宽到普通公民,表明现阶段的数据侵权行为正在增多,同时也使得识别侵权行为的困难程度更高。

另外,消费者的隐私数据可能会在购买商品或是网上购物的交易过程中泄露。不管消费者选择在线购物,或者使用购物应用程序,一旦消费者的个人信息被泄露,那消费者就会面临着判断哪一方是真实的侵犯者的困扰。在整个网上购物流程里,从注册到登录、从挑选产品到订单、从填写发货地址到进行线上支付、从接收产品到完成产品的签收,任何一步都有可能遭遇到数据被窃取的危险。这个过程涉及多个利益相关方,如网络购物平台、商家、支付平台和物流公司。一旦信息泄露,网购用户完全不清楚自己的个人信息是在何时被泄露的或者是被他人泄露的。在网络购物的过程中,很难判断哪一方是导致消费者个人信息被泄露的主要原因,因此,消费者在判断侵权者的问题上遇到挑战。

三、大数据时代网购消费者个人信息保护的应对

(一)完善网购消费者个人信息保护法律体系

我国的《个人信息保护法》将经过匿名处理后的，并且难以分辨的信息排除在个人信息以外，但是，随着时代与科学技术的快速发展，使得难以辨别的可能性逐渐降低，在过去无法辨别的事情并不代表在将来无法辨认。因此，《个人信息保护法》所强调的“完全匿名”实际上是不存在的。近几年来，区块链技术迅速崛起，并得到了广泛应用，从中能够清楚地体现出匿名的相对性：区块链技术有一个非常显著的特征，那就是可以匿名化进行交易，即为指导主体通过信息加密技术与数字密钥技术，以区块链为核心直接进行交易，这种方式的优点在于能够避免信息泄露，但实际上，区块链技术只不过从表面上看是完全匿名的。这是因为区块链技术在个人信息存储方面所使用的方式非常特殊，倘若攻击者一旦攻击成功，就能够获取所有交易信息，并对信息之间的关联性、信息的流向进行详细分析，从而逐渐降低匿名性。

在《个人信息保护法》中，为了使得信息流动与信息保护之间处于一种平衡的状态，立法机关通常会利用立法的方式对其进行解释，进一步明确并完善其中的匿名化处理标准。倘若删除匿名信息的设定，可能会带来意外负面效益：其一，不断地将个人信息的范围进行扩张，当全部信息都纳入法律保护的范围后，就会导致救济成本过高，从而造成司法资源被过度浪费。其二，会造成信息出现停止流通的情况，对正常的沟通与使用造成一定的影响，并对市场经济产生不良反应。

(二)利用大数据技术强化监督管理实效

利用大数据技术强化网络购物消费者个人信息监督管理实效的首要方法是数据整合与深度挖掘。具体而言，通过分布式存储和并行计算等技术，可以对海量、多来源、异构的网络购物数据进行高效整合，形成一个统一的数据集。随后，运用深度学习和机器学习算法，对这些数据进行深度挖掘，可以发现隐藏在数据背后的规律、趋势和异常行为，从而精准地识别出个人信息的安全风险。

除了数据整合与深度挖掘，实时监测与行为分析技术也是强化网络购物消费者个人信息监督管理实效的重要手段。该技术主要通过对网络购物平台中的个人信息处理行为进行实时监测和记录，结合用户行为分析、网络流量分析等技术，对电商平台的个人信息处理行为进行全面的评估。通过这种方式，监督管理机构可以及时发现和处理违法违规行为，确保个人信息的合法、合规使用。同时，基于实时监测的数据，监督管理机构还可以对电商平台进行风险评级，为消费者提供更为安全、可信的网络购物环境。

(三)规范事后救济与保障机制

网购消费者个人信息维权陷入被动根本原因在于，相较于强大的电商经营而言，消费者对于个人信息掌握始终是处于被动地位，对此，国家相关法律法规明文规定，个人信息处理者应当对于已经发生的信息泄漏事件采取一定的应对措施进行补救，并要履行对个人的通知义务，可倘若通过有效措施能够补救回来的信息者可以不予以通知。所以，面对此情形，电商企业倘若发生信息泄漏事件，会优先考虑自身利益，将自身企业的切身利益放在首位，并采取一定的应对措施，来减少信息泄漏事件给自身企业所带来的影响。

另外，电商企业组织结构相对复杂，各企业间有着较为紧密的关联，这使得想要追踪到信息泄露的第一责任人较困难，针对商业主体假定实际上并不符合电商经营者的现实情况，使得电商经营者在自由裁量权相关规定保护下，无差别地不履行该义务。对此，可以借鉴英国的相关成功经验，英国赋予专门处理信息泄漏通知业务机构一定的行使权，将信息泄漏事件通知义务交由专门的监督管理机构进行处理，监督管理机构信息专员负责执行信息违规通知，要求数据控制者在短时间内到信息专员办公室详细叙述信息泄露的具体情况。这种专人机构负责打理的方式，既能够第一时间找到根源，同时也提高了工作效率。因此，将个人信息监督管理交由消费者保护协会来负责，由消费者保护协会负责通过信息泄漏通知义务。而作为信息监督管理的主体，消费者保护协会应当着重于加强与各大电商经营者的交流与沟通，使其能够更好地洞察信息泄露的可能性，从中掌握到信息泄露的根源。从法律法规的层面上来看，交由消费者协会负责个人信息监督管理，能够避免这两主体间牵扯到一定的利益关系，确保信息泄漏履行通知业务的公平与公正，这对于增强消费者个人信息维权自主性具有积极影响。

(四)优化行业自律机制

当前，大部分企业在政策的感召下，相继签署了各种自律条约，而这些仅仅只是针对互联网企业，涉及的行业范围相对较小。许多在线业务不仅仅是在互联网领域活跃，同时也涉足多个领域，在许多不同领域相继开展业务，而且大部分个人信息与这些在线业务有所关联，具体的信息量难以预估。因此，应当将自律条约所辐射的范围不断扩大，不能仅仅局限于互联网企业，凡是所涉及的在线业务的企业都应当积极地参与到其中，将所涉及的范围不断扩大。尤其是应将《中国互联网行业自律公约》等自律条约作为重点来实施推行，以中国互联网协会为代表，既作为具体的实施者与推广者，又作为执行者，开展具体的实行工作。在法律的范畴之内，《中国互联网行业自律公约》并不归属于法律的范畴之内，这也意味着它并不具备一定的法律约束力，在具体实践过程中，还需要各大企业主体的积极配合与主动参与。但是当前，在互联网领域当中，针对保护用户个人信

息至今还没有一个较为统一且合乎情理的规范标准，产生一定的个人信息纠纷也没有一个相对规范的处理标准。

另外，在互联网领域当中，没有较为健全的自我约束机制，这也使得互联网行业自律大大降低，因而建立网络行业指引规范显得尤为关键与重要。在保障用户隐私不受侵犯的前提条件下，对于网络消费平台与服务提供商等行业主体建立一定的规范标准极具重要意义，能够对行业主体行为进行一定的约束，规范其行业主体行为。目前，很多行业都有着独属于自身行业内部的处理规则。规则设立实际上是为了能够正确处理行业内所发生的纠纷事件，保护用户的合法权益，为消费者个人权益提供了强有力保障。

(五)强化网购消费者个人信息保护意识

第一，有关部门可以联合消费者协会组织加大宣传力度，通过各种不同形式的宣传方式开展普法宣传活动，增强公民网络维权意识。例如，在公交车站站台设立相关法制宣传标语，也可以在公共场所站牌上张贴法制宣传海报等。

第二，充分利用互联网、杂志等各种媒介，广泛宣传个人信息保护的相关知识，使大众了解到更多个人信息保护的相关常识，增强大众对于个人信息维权的意识。

第三，组织司法机构的相关专家以及法律界的知名人士定期组织开展法律讲堂或者是主题演讲活动，使大众能够了解到更多个人隐私信息保护的相关法律知识，并且对于法律当中的部分专业性名词有了更为深入理解。公民也会意识到，倘若发现个人隐私信息受到一定侵犯，可以通过法律的

途径来维护自身应有权利。

第四，大众应树立良好的个人信息保护意识，无论是登录各种账号，还是消费时输入银行密码，都要格外注意自己各种较为私密的信息，确保不要向他人泄漏；不断加强自身私密信息的管理，尤其是各种银行卡号与各种账号、密码，要养成定期更换的好习惯。例如，在网络商城进行购物过程中，尽量不要启用公共性 WiFi，避免黑客通过各种方式截取个人信息；在下载各种应用软件过程中，避免在非正规平台上进行；无论是查询各种网络信息，还是浏览各种不同网页，都要及时消除在网络上的各种痕迹，避免给黑客留有可乘之机。

参考文献：

- [1]喻琳.网购中个人信息安全问题研究[D].武汉：华中师范大学,2019.
- [2]孙慧慧.高校学生网购个人信息法律保护调查报告——以青海民族大学为例[J].佳木斯职业学院学报 2015(05):90.
- [3]王殊珩.网购消费者个人信息的民法保护[J].法制与经济,2016(09):147-149.
- [4]韩迎春.网购消费者个人信息保护研究——基于电商经营者义务的角度[J].佳木斯大学社会科学学报,2019,37(03):50-52,67.

作者简介：

郭玉娇(1977—),女,汉族,黑龙江哈尔滨人,硕士研究生,研究方向:民商法。