

→ 察者看台

人脸信息别成不法分子的牟利工具

■戴先任

近日,广州互联网法院公布了一起买卖公民个人信息案件,涉案人员利用人工智能将人脸照片生成视频,伪造人脸识别认证,从而非法牟利。本案中四名涉案人员因为实施侵犯公民个人信息的行为,除了受到刑事处罚,检察机关还以四名被告的行为侵害了社会公共利益为由,依法向法院提起个人信息保护民事公益诉讼。据悉,这也是全国首例涉“人脸识别”民事公益诉讼案。

涉案人员涉及两项所谓的“业务”,一项叫“查头”,一项叫“过脸”。所谓的“查头”就是根据买家的需要,只要买家能够提供姓名、身份证号码等个人信息,就可以获取到查找对象含有人脸信息的身份证的高清照片、手机号码、家庭住址等个人的敏感信息。“过脸”业务就是将一些人脸信息,通过生成软件合成的方式来生成模拟真人动态的动态视

频。比如现在人脸验证环节中所需要的向左看、向右看、张张嘴、抬抬头等这些动作,都可以通过人脸合成的视频的方式来生成。

“查头”和“过脸”严重侵犯了公民个人信息,还会对不特定公众的财产甚至人身安全带来严重威胁。这也是检方对他们提起个人信息保护民事公益诉讼的原因。

人脸识别要采集他人的面部特征等个人生物识别信息,这属于个人敏感信息,人脸识别技术的应用就不能没有边界。人脸信息作为生物识别信息,一般会伴人终生,一旦遭到泄露,将可能给当事人带来很大的麻烦与损失。而现实中,人脸识别技术却有遭到滥用之忱。比如一些经营者以方便消费者的名义强制消费者录入指纹或使用人脸识别技术。

而在此案中,涉案人员无所不用其极,直接对他人的人脸信息进行买

卖,将公民个人信息当成非法牟利的工具,肆意侵犯公民个人信息,更显可怕。人脸信息成了商品,成了掌握在不法分子手中进行违法犯罪的“钥匙”与工具,这一幕让人细思极恐。如果不及适时予以遏制,对个人的人身财产权益,对社会公共利益,将带来严重侵害。

本案是全国首例涉“人脸识别”民事公益诉讼案,对于打击类似侵犯公民个人信息犯罪具有极强的示范意义。对于买卖人脸信息,还要能对相关的黑灰产业链进行全链条治理,如对于“偷脸者”及制售“偷脸”技术的上游企业,都要能进行相应惩戒。同时,对于广大公众来说,也要增强对于个人信息安全的保护意识,要增强维权意识。当更多公众重视保护个人信息,当监管更给力,法律更完善,才更有利于筑牢公民个人信息安全防护墙,从而遏制人脸识别技术的“双刃剑效应”。

→ 新闻漫话

愿更多“小善良”与“小美好”双向奔赴

■维扬书生

近日,广东东莞。李先生报警称:女儿放学两个多小时还没有回家。原来是女孩骑车不慎蹭到了路边的车辆,原地等了车主两小时。交警联系后,车主为小姑娘的诚实点赞。

这样的暖心故事曾经在许多城市上演过。2018年12月3日,四川广安友谊中学初二(7)班学生张欣雨放学途中不小心刚到路边的私家车,在没等到车主的情况下,她留下纸条,写下自己的名字和联系电话。车主胡先生看到纸条后也很感动,主动放弃索赔:“我检查了,车子只是擦了一条小口子,修补可能需要几百元钱,但是,这个孩子的担当精神和诚信精神太让我感动了。”

同样是骑车不小心蹭到别人停在路边的私家车,东莞的放学回家的小姑娘原地等候车主两个小时,这种诚实守信敢于担当的精神也让车主颇为感动:“小孩子弄的,无心之举,对不对?”并承诺处理完之后请小女孩吃麦当劳。

毫无疑问,车子无故被人剐蹭,势必会造成一定的财产损失,少则几百元,多则数千元甚至更多,车主有理由要求肇事者照价赔偿,但是上述新闻中的车主,都主动选择放弃索赔,诚信学生遇到仁义车主,这样的结果无疑是令人欣慰的。

敢于担当、诚实守信是社会所需要的正能量。社会正能量就是由许许多多“小善良”与“小美好”汇聚而成。



小姑娘剐蹭私家车,留下道歉信或在原地等候车主,车主受感动放弃索赔,这种双向奔赴是一种良性互动与循环。感动催生了互动,互动增强了互信,互信促进了和谐,和谐让人际关系愈加友善、社会愈加美好。愿更多“小善良”与“小美好”双向奔赴。

→ 有话就说

企业跨界联名要谨防本末倒置

■清 风

近年来,作为一种新的营销手段,跨界联名似乎成了某种品牌破圈的“利器”,不少老字号品牌、新消费品牌纷纷参与其中。在跨界联名方面,老品牌和新品牌的搭配屡见不鲜,这当中蕴藏着双方的需求契合。老品牌历史悠久,知名度高口碑好,但在年轻消费者逐渐占

据主导的当今市场,往往缺乏足够的吸引力。新品牌由于缺乏历史积淀,知名度不够,难以在竞争中脱颖而出,因此也热衷于促成跨界联名。老品牌和新品牌搭配组成的跨界联名,可以扬长避短,优势互补,更易于达成双赢的市场局面。

以往,许多跨界联名因强强联合大获成功,但这并不意味着一“跨”就灵,也绝非“成功秘诀”。这背后需要对市场和消费者进行深入地研究分析,根据两家企业的优势、口碑、特点、消费群体等,来最终确定联名产品及其主打特色,还要配合恰当的IP营销,才能迅速树立新产品形象,吸引更多消费者。

尽管依靠引流打造“网红”产品拉动销售已经成为商家的必修课,但

一时的轰动效应,并不能带来顾客钟爱、品牌长红。对消费者来说,跨界联名早已不是新鲜事,说一千道一万,消费者最在意的还是产品本身。跨界联名只是迈出了第一步,离真正畅销还很远。因此,对待跨界联名,企业应该秉持谨慎认真的态度,不可草率。作为“共同出品方”,对联名产品,既不能期待以噱头、打擦边球等方式吸引关注,也不能只追求联名效应而忽视产品和服务质量,更不能有“割一把韭菜就走”的打算。

做大做强是企业的目标,通过跨界联名来扩大影响、拓展业务,是企业发展的手段,而不是目的。企业在参与跨界联名时,要谨防本末倒置。

世相浅见

1.近日,继“种地综艺”之后,“种地直播”火了,来自湖北恩施鹤峰县的梁振清老人今年81岁,直播上课时神采奕奕,教授果树、茶叶和花卉等种植技术知识,吸引了众多网友参与学习。

点评:从种地综艺到种地直播,反映了时代快速发展下的返璞归真。在中华民族五千年农耕文化的滋养下,我们坚信“一分耕耘一分收获”,因而持之以恒地撸起袖子加油干;我们深知“种瓜得瓜,种豆得豆”,因此不驰于空想,不鹜于虚声;我们明白“民生在勤,勤则不匮”,故而脚踏实地,行稳致远。时空交错,时代大跨步,正是这些特质让中华儿女在前行路上始终葆有一份纯真。总而言之,这场农业直播之所以火出圈,是因这是一次“传道授业”与求知若渴的相逢、一次“赤诚之心”与“浮于表面”的碰撞,其中也就蕴含了“种地”的流量密码。

2.山东省东营市一名女子在求职期间,发现招聘单位提出入职后“每次做避孕措施要报备”的要求。随后,当地人社局工作人员回应时建议,求职者应选择正规平台,如有相关类似遭遇,可第一时间向劳动部门反映。

点评:招聘方询问求职者婚育情况可以理解,但是这种事无巨细甚至涉及对方隐私的话题,已然构成了言语侵犯,并且含有潜在的歧视观念,让人为职场女性的状况捏了一把冷汗。对此,要切实加大对用人单位的监管,加大性别歧视的查处力度。尤其是国有用人单位,更要带头遵纪守法,树立促进就业公平的大局意识。生育是社会责任,不能由女性独自承担,更不能使她们因这一无法替代的贡献而堕为弱势群体。就业性别歧视影响民生与社会稳定,伤及社会公平,必须引起足够的重视和警惕。

3.一些企业鼓励甚至明令员工购买自己所在企业的产品与服务,有的不明令要求,但有的企业通过摊派业绩实际上倒逼员工购买,甚至完不成业绩就要接受相应惩罚。这些内购方式五花八门,有福利、员工价、摊派、明令购买等。

点评:市场经济下,买卖双方自由交易,地位平等,你情我愿。然而,企业要求员工内购,则打破了双方的平等地位。企业可能利用管理者身份对员工施压,如果员工不按要求内购,那么企业会秋后算账,威胁员工对内购逆来顺受,违心交易,这不符合市场经济自主、公平交易原则。遏制企业强迫员工内购,一方面,相关部门要加大监管力度,对企业强迫员工内购行为,要及时制止,严厉惩处。另一方面,员工要提升法律意识,及时收集企业强迫内购的相关证据,用法律来维护合法权益。而且,员工要自我团结、强大起来,改变面对企业管理的弱势地位,只有这样,才会多一些自主,少一些强迫。

综合新华网、人民网

→ 今日论坛

外来工团体购票 让春运温情触手可及

■王建刚

记者从广铁集团获悉,2023年12月18日起,广铁集团启动2024年春运外来工团体票办理业务,计划采取线上受理的方式,为外来工团体购票提供方便。

不知不觉,又是一年春运将近。春运外来工团体订票快人一步,为漂泊在外的游子们铺就了返乡坦途,也为外来工圆梦春节提供了坚实保障。车票“落袋为安”,他们可以在岗位上安心等待回家团圆的日子。

团体订票,让回家的幸福触手可及。线上受理的“足不出户”,5个人以上就可以组团的“低门槛”,对于那些不善于使用网络购票的外来工来说,既免除了他们往返车站、排队买票的困难,又节省了时间和精力,无异于雪中送炭,让购票既方便又快捷。

薄薄的一纸车票,写满关爱与温情。为满足外来工团体出行需求,广铁集团将为5人及以上外来工人员的自组团,或30人及以上的企业客户办理春运外来工团体票,按照“外来工团体优先安排”的原则,有序开展春运外来工团体票办票工作。把“优先办理权”推荐给最需要购票的旅客,有效化解了在外务工人员购票难、乘车难、回家难等问题,让他们能早早吃下“定心丸”,期盼一个团团圆圆的春节。这种“优先”服务,充分体现了铁路部门对外来务工人员关爱。

小车票,大温情。寒冷凛冽,春运很暖。团体订票快人一步,这快,是担当,是温情,也是“人民铁路为人民”的生动诠释。我们期待,在团体购票的暖心服务中,更多外来工能顺利迈上回家的路,享有快乐祥和的春节。

