

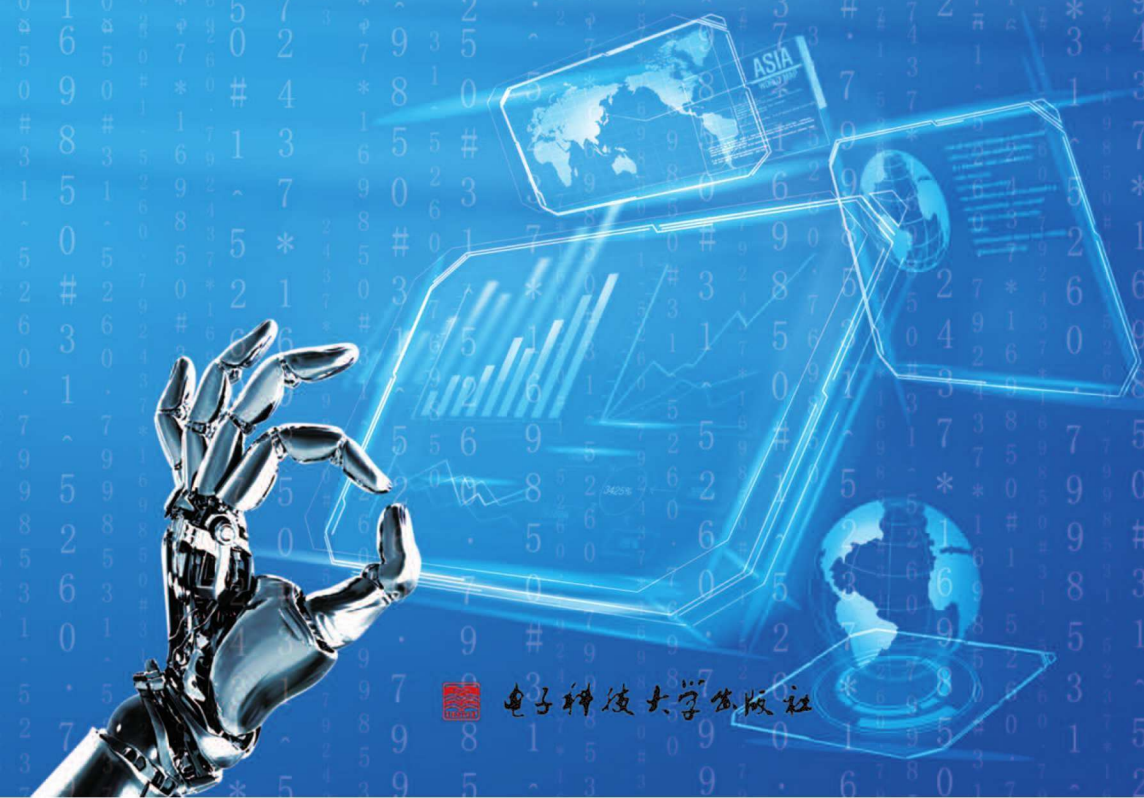
基于大数据的消费者

JIYU DASHUJU DE XIAOFEIZHE

信息安全权保护研究

XINXIANQUAN QUAN BAOHU YANJIU

隋旭东 管延放◎著



电子科技大学出版社

基于大数据的消费者信息安全权保护研究

隋旭东 管延放 著

电子科技大学出版社

图书在版编目（CIP）数据

基于大数据的消费者信息安全权保护研究 / 隋旭东，
管延放著. -- 成都： 电子科技大学出版社， 2017.9
ISBN 978-7-5647-5139-5

I. ①基... II. ①隋... ②管... III. ①消费安全—安
全信息—消费者权益保护—研究 IV. ①D912.294

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第235847号

书 名 基于大数据的消费者信息安全权保护研究

作 者 隋旭东 管延放 著

策划编辑 谭炜麟

责任编辑 谭炜麟

出版发行 电子科技大学出版社
成都市一环路东一段 159 号电子信息产业大厦九楼 邮编 610051

主 页 www.uestcp.com.cn

服务电话 028-83203399

邮购电话 028-83201495

印 刷 四川永先数码印刷有限公司

成品尺寸 170mm×240mm

印 张 8.75

字 数 118 千字

版 次 2017 年 9 月第 1 版

印 次 2017 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5647-5139-5

定 价 27.00 元

版权所有，侵权必究



目 录

绪 论.....	1
第一章 大数据和个人信息概述.....	10
第一节 大数据和大数据时代概述.....	10
第二节 个人信息概述.....	25
第三节 个人信息权概述.....	44
第二章 消费者个人信息安全权概述.....	55
第一节 全权概述.....	55
第二节 消费者安全权概述.....	61
第三节 消费者个人信息安全权概述.....	71
第三章 大数据时代消费者个人信息安全权保护概述.....	82
第一节 大数个人信息安全权保护现状.....	82
第二节 我国立法保护消费者个人信息安全权的现状.....	111
第三节 我国消费者个人信息安全权自律保护现状.....	132



绪 论

一、研究缘由

（一）大数据时代的来临及网络的不断普及

互联网从 1969 年发明到今天已经渗透到了世界的各个角落。互联网不仅影响着世界上的每一个人，而且就连我们身边所使用的物品都开始连入了互联网。比如，智能手机、智能手表、智能眼镜等穿戴设备可以使人随时随地接入互联网或者记录使用者的健康状况，所见所闻或者行程地点等，互联网再一次以另一种形式渗透进人们生产生活中。2016 年 8 月 3 日，中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 38 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2016 年 6 月，中国网民规模达 7.10 亿，互联网普及率达到 51.7%，与 2015 年年底相比提高 1.3 个百分点，超过全球平均水平 3.1 个百分点，超过亚洲平均水平 8.1 个百分点。同时，移动互联网塑造的社会生活形态进一步加强，“互联网+”行动计划推动政企服务多元化、移动化发展。我国手机网民规模达 6.56 亿，网民中使用手机上网的人群占比由 2015 年年底的 90.1% 提升至 92.5%，仅通过手机上网的网民占比达到 24.5%，网民上网设备进一步向移动端集中。

随着信息技术的发展，以 Web2.0 技术为基础的博客、微博等新兴服务和

物联网正在以惊人的速度产生巨量的、类型多样的数据。从 2010 年起，全球的数据总量正式迈入了 ZB 时代，而且数据的增长速度将会越来越快，毫无疑问地我们已经进入了大数据时代。

（二）消费者消费理念及其消费行为的变化

随着“互联网+”的迅速发展，网络购物群体范围变得越来越大，上至 90 岁的老年人，下至几岁的儿童都热衷于网上消费交易。很多网民都在淘宝、京东、苏宁易购、当当网等网上商城购买过商品，有过网上消费交易的体验。具体体现在以下方面：一是网络购物市场保持稳健增长。2014 年，我国网络购物用户规模达到 3.6 亿人，在网民中的渗透率为 55.7%。中国互联网络信息中心发布的《2015 年中国网络购物市场研究报告》显示，截至 2015 年 12 月，我国网络购物用户规模达到 4.13 亿，较 2014 年底增加 5183 万，增长率为 14.3%，高于 6.1% 的网民增速，我国网络购物市场依然保持着稳健的增长速度。未来几年，中国网络购物市场仍将保持 30% 左右的复合增长。二是移动购物市场增长快速，占比提升。2011—2014 年，移动购物市场交易规模从 116.8 亿元激增到 9406.6 亿元，复合增长率高达 331.8%，增速远高于 PC 网络购物市场的增速。^[1]我国手机网络购物用户规模 2015 年度增长迅速，达到 3.40 亿，增长率为 43.9%，手机购物市场用户规模增速是整体网络购物市场的 3.1 倍，手机网络购物的使用比例由 42.4% 提升至 54.8%。由此可见，“我国网络购物市场的交易活跃度进一步提升，2015 年全年交易总次数 256 亿次，年度人均交易次数 62 次，与往年相比，两项指标均大幅提升。不仅如此，网络购物

^[1] 张向丽.2015 年中国网络购物行业年度监测报告数据 [EB/OL], 015-07-07, <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2015/328892.shtml>。

金额占日常消费采购支出比例在 11%及以上区间用户群体比例普遍增加。其中, 31%~50%区间用户比例提升最多, 为 5.5%, 达到 15.2%。其次是 11%~20%区间, 用户比例提升 4.8%, 达到 17.5%。可见, 网购已经成为一种消费习惯, 是网民常态化的购物方式。”^[1]三是网络理财消费增多。“互联网+时代”的来临, “大数据技术已经开始深入到金融产业上游, 参与进金融产品的设计、风险评估等等”^[2], 网络金融产品成为影响人们生活的一种新的金融服务形式。2015 年互联网金融更是进入爆发期, 互联网巨头百度 2015 年 7 月 23 日发布的《新一代理财消费者大数据报告》显示, 过去一年理财相关搜索以月均 16% 的速度增长, 到 2015 年 6 月已达到近 3 亿次, 同比增长 328%。报告显示, 网民的投资理财行为自 2013 年以后逐渐从 PC 端转向移动端。到了 2015 年 6 月移动端的搜索已经达到 60%。

综上所述, 大数据正在以惊人的力量推动着当今时代的转型, 可以说, 大数据的影响已经渗透到了商业、医疗、教育、经济、人文等方方面面。大数据给人们的生活带来便利的同时, 也将信息社会时期就已经很明显的个人信息保护问题变得更加突出。大数据时代, 个人信息成为一种十分重要的资源, 甚至许多商家之间、企业之间的竞争也集中体现为对个人信息资源的竞争。而大数据技术应用产生的数据高流动性及其对于计算机信息系统的高度依赖, 均将大大增加消费者个人信息在采集、存储、挖掘和适用过程中被泄露的风险。一旦消费者个人信息遭受不当收集、篡改、利用, 有可能会扰乱

^[1] 中国互联网络信息中心: 《2015 年中国网络购物市场研究报告》[EB/OL], 2016 年 7 月 7 日, http://vip.stock.finance.sina.com.cn/q/go.php/vReport_Show/kind/lastest/rptid/3334211index.phtml。

^[2] 张丽, 张旭. 机构报告: 搜索成为投资者寻找金融产品新起点 [N]. 经济参考报, 2015-07-24。

消费者的生活安宁，对消费者的生命财产安全造成严重危害，甚至还有可能影响消费者的生命安全。因此，大数据时代切实加强对消费者个人信息安全权的保护已经为形势所需和现实所需。

（三）有利于我国进一步促进“互联网+”业务发展战略的实施

党的十六届三中全会提出了完善我国社会主义市场经济体制的目标，并把发展电子商务作为完善市场体系，规范市场秩序的重要手段，确立了电子商务在完善社会主义市场经济体制的战略地位。发展电子商务越来越受到政府和社会各界的高度重视。2015年5月4日国务院发布的《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》（国发〔2015〕24号）明确指出，“支持中小微企业应用电子商务、拓展业务领域，鼓励有条件的地区建设电子商务创业园区”，“到2020年，统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠的电子商务大市场基本建成。”这为我国进一步发展电子商务提供了政策支持，但电子商务的发展除了政府支持外，也离不开消费者。如果网络空间对于消费者个人信息缺乏有效地保护，最终势必会阻碍互联网经济的进一步发展。比如，多家药企、药店反对参与“阿里云健康参与药品监管电子码的推广”活动案例。因为药企、药店一旦参与阿里云健康参与药品监管电子码推广活动，就需要开放自身拥有的消费者个人信息，在这些信息缺乏统一、有偿保护的前提下，免费公开不善于便宜自己的竞争对手，为此抵制也就在所难免。对于消费者个人信息缺乏统一、严格的法律保护，只会使个人信息沦为商家互相争抢的资源，从而加深企业间的竞争和戒备，也不利于消费者个人信息的正常流动和分享。

综上所述，在网络不断发展及网络消费者人数不断增多的大数据时代，

如何对消费者的个人信息安全权进行保护需要我们不断的探索。但当我们认真审视现实生活及其法律相关规定时，我们发现，消费者个人信息安全权在我国并没有得到充分的保护。我国目前尚缺乏针对个人信息保护的基本立法，就个人信息保护的相关条款散见于各个法律部门及行业性规范，现有保护力度相对孱弱。《2014 年度消费者个人信息网络安全报告》显示，“消费者对于互联网个人信息保护现状满意度低，将近六成的消费者选择非常不满意和不满意。”有鉴于此，本书尝试从经济法学的视角，对大数据时代消费者个人信息安全权保护所面临的新挑战加以分析，并且结合大数据时代的背景，从立法模式、制度设计、监督机制等方面尝试对我国大数据时代个人信息安全权的保护进行立法架构的探索。同时，探讨如何充分发挥行业自律和加强消费者、经营者个人信息保护法律意识途径等协同共治的建议，以期寻找一条平衡大数据技术发展和消费者个人信息安全权保护有效的现实路径。

二、研究意义

人类活动少不了消费活动，只要有消费，就有消费者，因此每个人都是现实的或潜在的消费者，保护消费者个人信息与人人有关，谁也无法置身事外。消费者个人信息屡遭泄露，并因泄露造成消费者人身财产安全隐患事件不断发生，研究保护消费者个人信息安全权具有重要的理论意义和实践意义。

（一）为我国以后出台个人信息保护专门立法提供参考借鉴

我国从 2006 年周汉华教授撰写公布个人信息保护法草案起至今已经近 10

年了，然而，至今为此，我国个人信息保护法还是没有出台。本研究通过对大数据时代背景下，消费者个人信息安全权保护面临的挑战进行了详细解析，并阐述了加强保护消费者个人信息安全权的必要性，在借鉴国外保护公民个人信息安全权做法的基础上，提出符合我国国情和“互联网+”网络消费特征的消费者个人信息安全权保护的法律制度完善建议，有利于完善网络消费者安全权保护理论，将为我国以后出台个人信息专门立法做好理论支撑，研究成果将直接为我国个人信息法的出台提供有益范式和引导借鉴。

（二）有利于促进我国“互联网+”经济的快速发展

电子商务的飞速发展以及伴随网络消费产生的诸多问题，突显网络消费者安全权保护的必要性。侵害消费者安全权的问题不解决，消费者就会对网络消费失去信心，不利于“互联网+”及其各种电子商务的发展，也会间接地对我国经济造成不良影响。本研究通过指出我国大数据时代消费者个人信息安全权保护的现实问题与制度困境，进一步明晰消费者个人信息安全权权益保护的综合性对策，从而打开束缚我国“互联网+”和网络消费发展的瓶颈，进一步促进“互联网+”经济的快速发展。

（三）有利于增强我国消费者的个人信息保护意识

随着信息技术的发展，不合理收集、利用公民或者消费者的个人信息的现象随处可见。除了生产经营者非法买卖、泄露及其黑客侵犯之外，消费者个人信息保护意识不强也是一个重要因素。我们在写作研究过程中，除了向消费者进行问卷调查和访谈外，我们还非常认真地向消费者普及个人信息保护相关知识和法律条文的普及，并利用高校教师的身份，积极主动地向学生

宣传教育。学生在帮我们进行调研时，自身也提高了个人信息保护意识。与此同时，本研究的发表也将会在一定程度上促进相关部门加大个人信息保护法制宣传力度。

（四）有利于构建消费和谐、安定有序的和谐中国

我国十六大报告把社会更加和谐列为全面建设小康社会的一个重要目标。社会主义和谐社会应该是民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处的社会。这六个基本特征决定了和谐社会应当是一个注重公益的社会。党的十六届六中全会审议通过的《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》更是把“民主法制更加完善”列为和谐社会九大目标和主要任务之首。而公益诉讼在客观上有利于促进民主法制、公平正义的完善，有利于和谐社会的构建。因为消费者权益能不能得到充分的保护，是检验市场经济是否成熟、社会是否和谐的一个重要标准。如果法律对消费者的保护不够和对不法经营者的打击乏力，使一些消费者个人信息安全权受到侵害后无法得到有效救济，将会束缚个人信息的正常流动，甚至严重损害消费者的人身安全和财产安全，造成消费活动的不信任，不利于构建和谐消费环境和和谐中国。

三、研究方法

（一）文献研究法

文献研究法是研究写作最常用的基本研究方法。本作者通过对国内外大数据技术应用、个人信息保护的各种文献以及信息资料进行了广泛的搜集，

然后从中选取适合本作者研究的相关信息和数据，并对这些资料作出恰当的分析运用。

（二）比较研究法

由于我国尚未就个人信息保护单独立法，因此，为了制定可行完善的个人信息保护法律，本着作研究比较了国外就消费者个人信息安全权保护的立法模式、制度设计等相对成熟的经验。

（三）实证分析法

通过查阅相关案例、搜集消费者保护协会等公布的实证数据，分析研究大数据时代消费者个人信息安全权保护现状及加强保护之必要性。

四、创新之处

（一）研究选题新

大数据是这几年才流行的词语，目前，我国对大数据的研究主要还是集中在数据挖掘和思维创新方面。就大数据运用对消费者个人信息保护的影响，目前学界研究较少，且多为技术层面的探讨。本作者从法学视角，通过实证分析法就大数据时代消费者个人信息在收集、处理、存储和使用中所面临的各种现实困境进行全面分析，从而归纳出大数据时代消费者个人信息安全权保护所面临的全新挑战，并针对这些挑战提出综合性的对策。

（二）研究观点新

大数据时代，消费者个人信息与公民个人隐私或者消费者个人隐私在权利侧重、权利内容、权利救济、权利性质等方面的区别日益凸显，本着作通过多角度分析论证大数据时代对消费者个人信息安全权进行法律层面确权和体系层面构建的必要性。针对大数据时代下我国消费者个人信息保护所面临的新挑战，借鉴域外相关法规和经验，从立法模式、制度设计、市场监督、等方面尝试进行立法构建，并建议提高消费者个人信息安全意识，做到协同共治消费者个人信息安全权，创造一个和谐美好放心的消费环境。



第一章 大数据和个人信息概述

第一节 大数据和大数据时代概述

一、大数据的概念和特征

（一）大数据的源起

“大数据”是从英语“Big Data”一词翻译而来，大多数专家认为，过去常说的“信息爆炸”“海量数据”等已经不足以描述这个新出现的现象。因此，需要有一个新的名词予以概括。“大数据”一词最早出现在 apache org 的开源项目 NUTCH 中，当时科学家用大数据这个术语来描述在更新网络搜索索引的同时进行批量处理或者分析的大量数据集。1980 年，当代著名思想家阿尔文·托夫勒在其《第三次浪潮》一书中将“大数据”热情地赞颂为“第三次浪潮的华彩乐章”。^[1]2001 年，高德纳（Gartner）公司在一份研究报告首次使用了“大数据（Big Data）”这一概念。麦肯锡在 2001 年 5 月发表了题为《大数据：下一个创新、竞争和生产率的前沿》的研究报告，大数据开

[1] [美]阿尔文·托夫勒.第三次浪潮[M].朱志焱译.北京：新华出版社，1996 年版第 5 页。

始得到政府、研究机构的重视。大数据引起全球广泛关注的开端始于 2008 年 9 月,《Nature》出版“Big Data Special”封面专题,用一期的篇幅对大数据基本概念、主要应用和新挑战进行了剖析。2009 年,“大数据”才在互联网领域和信息技术行业被广泛应用。2011 年《Science》出版了“Dealing WiData”专题,大胆提出数据是 21 世纪最大的科学问题。2011 年 5 月,国际著名咨询公司麦肯锡(McKins)发布《BigData; The Next rontier Innovation, Competition and Productivity》研究报告,以咨询机构的角度深入阐述了创新竞争的下一个前沿,宣告大数据正式进入公众视野。2011 年 10 月,《华尔街日报》刊登系列报道“Data Success Storks”,介绍了利用大数据成功的商业案例。2012 年 1 月,大数据成为《达沃斯》论坛的主题之一。世界经济论坛提出在财政政策、教育、医疗、农业等方面展开大数据的大规模应用。2 月,《The New York Times》同时刊文“TheAge of Big Data”,提出这是一场革命,庞大的数据来源所带来的量化转变将在学术界、企业界和政界中迅速蔓延,没有哪个领域不会受到影响。2012 年 3 月,美国政府 12 个联邦部门启动了 82 项与大数据相关研究和发展计划,发布了《大数据研究和发展倡议》。《大数据研究和发展倡议》提出,将提升美国利用收集的庞大而复杂的数字资料提炼真知灼见的能力,协助加速科学、工程领域创新步伐,强化美国国土安全,转变教育和学习模式。《大数据研究和发展倡议》还承诺将在科学研究、环境保护、生物医药研究、教育以及国家安全等领域利用大数据技术进行突破。2012 年 4 月,世界首家大数据分析和运算公司 SPLUNK 在 NASDAQ 成功上市;2012 年 5 月,英国政府宣布建立世界首个开放数据研究所,其宗旨是从大数据中寻找产品创新、创业机遇和经济增长点;2013 年 1 月,英国政府宣布在 2016 年前投资 1.89 亿英镑在大数据领域,英国将在计算基

基础设施、机器人与自主系统和较长寿命通信技术上推进大数据发展。

2013 年，继美国和英国之后，澳大利亚和法国等国家亦先后将大数据应用上升到国家战略；同年，阿里巴巴、腾讯、百度、京东商城、中国联通等互联网企业或者运营商也先后启动了大数据技术的研发和应用。^[1]因此，2013 年被称为“大数据元年”。

“大数据”一词于 2012 年开始进入我国公民视野，2013 年是作为 IT 界公认的“大数据元年”的 2013 年同样是我国大数据运用的春天，不少 IT 行业开始运用分析“大数据”，2014 年 3 月，“大数据”这一概念首次进入我国政府工作报告，体现了我国从顶层设计上对大数据问题的关注。报告指出，设立新兴产业创业创新平台，在新一代移动通信、集成电路、大数据、先进制造、新能源、新材料等方面赶超先进，引领未来产业发展。并总结了大数据的四个关键特征，分别是海量化、多样化、快速化和价值化。也由此将大数据提升到了国家战略的高度。2015 年 3 月，李克强在政府工作报告中明确提出“互联网+”行动计划，强调推动大数据等与现代制造业的结合与应用。2015 年 10 月 29 日公布的中国共产党第十八届五中全会公报，首次提出了“实施国家大数据战略”，为“十三五”拓展发展新空间提供了创新理念，大数据已从新兴产业创业创新平台的技术手段和网络信息服务的技术应用层面，正式上升为国家发展战略和行动纲要，与创新驱动战略、网络强国战略、“互联网+”行动计划等一起，构成了“十三五”时期我国拓展发展新空间的具有标志性的系列重大战略和重大举措。大数据已经成为当代最具时代性的标

[1] 李春伟, 帅百华. 中国电子商务企业发展报告(2013) [M]. 北京: 中国发展出版社, 2013 年版第 275 页。

签。^[1]

（二）大数据的概念

尽管大数据时代的来临已不可否认，然而，理论界对于大数据的概念界定还有不同的看法。百度百科对大数据的定义是：“数据规模的巨大使得常规软件无法很快的对需要的内容进行获取和管理”；Gartner 对大数据的解释是：“超出了现有数据处理技术的复杂多维度的数据抓取和处理的问题”；美国科学基金会（NSF）指出大数据的概念是：“由结构化和非结构化组成的多种数据源，以及产生迅速，数量居多，类型繁多的数据集”；尽管对大数据的概念尚未形成公认的准确定义，有的是站在其存在的物质形态角度，有的是站在其价值意义角度；还有的是基于大数据给时代带来的变革性影响来予以定义的。一般认为，大数据是指那些大小已经超出了传统意义上的尺度，一般的常规软件工具难以捕捉、存储、管理和分析的数据集合。但是具体多大的数据才能称之为大，并没有普遍适用的定义。

对于大数据概念界定最佳的当属道格拉斯·兰尼(Douglas Laney)在 2001 年提出的定义。在为 META Group 撰写的一篇研究报告中，道格拉斯·兰尼将大数据称为规模庞大的数据集合（volume）、高速（velocity）的累积和变化以及广泛（variety）的来源种类。这就是我们如今仍在使用的经典的 3V 定义。在 2012 年，世界经济论坛（World Economic Forum）增加了第四个 V：价值（value），将大数据划分为一种新的经济资产。但是，价值 V 的增加没有改变大数据的定义，而是表明，无论大数据是什么，它都具有非常重要的价值。2012 年，IBM 现任董事长、总裁兼首席执行官罗睿兰（Ginni Romette）

[1] 王世伟.论大数据时代信息安全的新特点与新要求[J].图书情报工作，2016 年第 6 期。