

中科院研究生院管理学院鼎力推荐

当公司客户资料、核心技术等的安全与员工、
顾客个人隐私对峙时，谁有万全的解决方案？
本书你不能不读！

国际企业精英智慧风暴

你的公司 安全吗

PRIVACY
MATTERS

(美) ASPATORE BOOKS (公司) 编
何佩玲 译



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

国际企业精英智慧风暴

你的公司安全吗？

[美] ASPATORE BOOKS（公司）编

何佩玲 译



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

Original edition copyright © ASPATORE BOOKS All rights reserved. Chinese edition copyright © 2004 by China WaterPower Press. All rights reserved.

北京市版权局著作权合同登记号：图字 01-2002-6357 号

图书在版编目（CIP）数据

你的公司安全吗？ / 美国 ASPATORE BOOKS 公司编；
何佩玲译. —1 版. —北京：中国水利水电出版社，2004.4
（国际企业精英智慧风暴）

书名原文：Privacy Matters

ISBN 7-5084-2040-3

I. 你... II. ①美...②何... III. 商业—保密法—基本知识—美国 IV. D971.222.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2004）第 019955 号

书 名	你的公司安全吗？
编 者	[美] ASPATORE BOOKS（公司）编
译 者	何佩玲 译
出版 发行	中国水利水电出版社（北京市三里河路 6 号 100044） 网址：www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@263.net（万水） sales@waterpub.com.cn 电话：（010）63202266（总机）、68331835（营销中心） 82562819（万水）
经 售	全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	北京蓝空印刷厂
规 格	610mm×960mm 16 开本 12.25 印张 135 千字
版 次	2004 年 4 月第 1 版 2004 年 4 月第 1 次印刷
印 数	0001—5000 册
定 价	24.00 元

凡购买我社图书，如有缺页、倒页、脱页的，本社营销中心负责调换
版权所有·侵权必究

策划委员会

中科院研究生院管理学院

主任：霍国庆

委员（按姓氏笔画排序）：

王冬梅 孙 飞 吕本富

李志红 张 焱 张矢的

张玲玲 杨海珍 赵 红

龚其国 彭 赓 熊 波

霍国庆

目 录

隐私工作者的两难境地	1
------------------	---

威廉·B·威廉姆 (William B. Wilhelm)

Swidler Berlin Shereff Friedman 律师事务所合伙人

因为垃圾邮件、网络商家的骚扰和身份被盗用等事件的频繁发生,使得人们越来越清楚地认识到个人信息价值。所有这些事件的发生使人们开始意识到传播个人信息是应该付费的。

互联网隐私管制	13
---------------	----

大卫·麦迪恩 (David Medine)

Wilmer Cutler & Pickering 律师事务所合伙人

公司必须要为所作的承诺负责。根据联邦和各州的《消费者保护法》,隐私政策是对顾客的要约,如果公司没有按要求执行要约内容,那么它将因为这些欺骗行为而遭到起诉。一个公司必须要要在保护顾客隐私权的需要和自己实际执行能力之间找到一个均衡点。

工作中的隐私: 电子监控和办公技术	26
-------------------------	----

罗德尼·A·沙特怀特 (Rodney A. Satterwhite)

McGuireWoods 律师事务所首席咨询师兼资深管理员

为了解决办公场所的电子隐私问题,公司不断地寻求健全的风险管理和有效的雇佣关系管理模式。缺乏足

够的技术监控会导致员工进行非法活动,但是过分监控
又会侵犯员工的隐私权,公司必须平衡两者之间的风险。

隐私的法律新问题 38

威廉·A·塔内巴姆 (William A. Tanenbaum)

Kaye Scholer 律师事务所合伙人、技术和电子商务部主席

我们不能孤立地看待不同的隐私行为和信息技术
活动,最佳的处理办法是从整体的角度来分析这些问
题,建立一个信息技术基础来满足隐私要求。

隐私面临的挑战 48

迈克尔·J·斯里文曼 (Michael J. Sliverman)

Duane Morris 律师事务所合伙人、电信和信息技术部主席

未来的隐私问题也让人担忧,计算机技术的发展
威胁到信息的安全,黑客和计算机天才仍然会攻击和破
坏公司的计算机系统。计算机病毒广泛蔓延、电脑系统
遭受攻击和顾客信息被盗用等新闻层出不穷,这都表明
技术进步是双刃剑。

隐私问题的管理 62

W·瑞克·普赛尔 (W. Riker Purcell)

Land America 金融集团副总裁兼法律顾问

机会和威胁是同时存在的。技术和隐私需求也是
同步发展的。当负责决策的人员要决定如何拆分和共享
信息的时候,他们筛选、整理和保护信息的能力越来越
强。这意味着技术使得公司的隐私保护个性化。

技术、隐私和全球化 74

艾伦·伯曼 (Alan D. Boehme)

通用电气电力部电子技术首席信息官

建立了一个灵活的系统,无论我们周围的法律或是商务环境发生什么变化,我们都可以根据这些变化来调整系统和经营活动。我们的系统非常有效和灵活。我们必须投入人力物力加强系统的灵活性,因为这是为将来而进行的投资。

21 世纪的隐私问题: 对公司和顾客的建议..... 92

布拉德里·A·斯鲁特凯 (Bradley A. Slutsky)

King & Spalding 律师事务所知识产权部合伙人

趁着法律管制还不是很严格的时候,所有的企业应该及早把握主动权,制定一套可执行程序,保护顾客的隐私。否则当问题变得很严重的时候,政府就会推出严格的法律制度。

隐私, 可望而不可及..... 106

威廉姆·斯特林 (William Sterling)

Island ECN 公司首席技术官

每一次隐私争论最后都变成程度的讨论而不是原则问题的讨论,这就使得隐私权可望而不可及。拍摄低分辨率的卫星照片可以被接受,但是从大街对面对着别人家窗户拍摄高清晰度的照片却是侵犯了别人的隐私权。

隐私问题的回顾和展望..... 122

罗纳德·L·普雷斯 (Ronald L. Plessner)

Piper Rudnick 律师事务所合伙人、电子商务和隐私活动部主席

法律没有严格规定隐私政策的内容，当你为一个网站撰写隐私政策时，你可以把你所知的内容包括进去，但是一旦你把这些东西都写进隐私政策，联邦交易委员会就会督促你执行隐私政策的规定。所以，在撰写隐私政策的时候，我们要谨慎考虑它的内容，并且要估计其可行性，否则我们很可能会成为各州律师公会的控诉目标。

隐私面临的挑战和技术交汇问题..... 129

提默斯·D·卡西 (Timothy D. Casey)

Fried, Frank, Harris, Shriver & Javobson 律师事务所合伙人，知识产权和技术部门主席

帮助客户保护自己，最重要的一项工作就是帮助他们理解各种法律，消除各种理解误区，并帮助他们建立政策和规则，对他们进行培训，引导他们如何避免问题。

隐私法的挑战 146

戴尔·M·森达里 (Dale M. Cendali)

O'Melveny & Myers 律师事务合伙人，商标、著作和互联网活动部的主席

如何平衡人们的隐私权、公司的利益和执法机构的目标是未来争论的焦点。这是一个动态的平衡关系，它需要根据不同群体利益关系的变动、具体行业 and 情况进行不断地调整。

调整隐私问题，适应技术的发展..... 160

大卫·M·克莱恩 (David M Klein)

Shearman & Sterling 律师事务所合伙人

随着时间的推移，我相信大多数的隐私问题可以像“网络圈地”问题一样得到解决，在消费者和商家之间会建立起一种恰当的平衡。在某种程度上，我认为目前牢牢记住广告片“Hill Street Blues”中的警告仍然是重要的，那就是：“让我们处处小心”。

生物医学研究中的隐私问题..... 175

乔治·J·格罗文（Gregory J. Glover）

Ropes & Gray 律师事务所合伙人

潜在的技术使得医疗科学自主地发展，同时也迫使我们进行医疗研究。科学的进步给我们提供了各种机会，我们可以利用人类的知识，发现和运用更有效的方式防治各种疾病。如果我们每前进一步都能深思熟虑和尽职尽责，那么我们既能提高健康水平，也能保护隐私信息。

隐私工作者的两难境地

威廉·B·威廉姆 (William B. Wilhelm)

Swidler Berlin Shereff Friedman 律师事务所合伙人

法律的适用

随着隐私权法律涉及范围及其方向的快速变化，首席隐私官和隐私顾问所面临的两难情况越来越多。他们现在遇到的更重要的问题是法律的选择，这也是企业中隐私政策制定者所面临的一个实际挑战。

当第一次处理与隐私权相关的案件时，首先要解决法律适用的问题。法律适用这个基本问题非常重要，因为它决定了适用的法律框架。很多情况下，律师会选择适用案件发生地的法律来处理。

对于电子商务来说，商品的交易和文件的签署都是在虚拟环境中完成的。例如：如果德拉威州一家公司的经理在德国度假的时候，通过互联网向法国的一家供应商订购了商品，并签订了电子合同，要求在秘鲁交货。那么这项交易适用什么隐私法？因为信息传送到不同的国家，被不同国家的互联网服务商储存和传播，所以问题变得非常复杂。如果这位经理在交易的过程中提供了一些自己的财务信息，他不希望这些信息在未经允许的情况下被泄露给第三方，那么墨西哥的互联网服务商是否可以在传送信息的时候收集这些信息，并出售给别人？如果这样，这种行为是



否违反了合同的规定，侵犯了公民的权利？在回答这些问题的時候，我们应该参照德拉威州还是纽约州的法律？如果德州的法律赋予这位受侵害的经理诉讼权，那么联邦法或者其他国家的法律是否应该考虑优先适用？而且，《销售法》是否能够决定经理的隐私权，专门的法律能否取代合同条款？

这些问题引起了各大公司、法律教授及其学生们的关注，但是不同的地区颁布不同的隐私法，造成各种法律重复设置，隐私法之间互相矛盾，这就使得各个公司非常为难。虽然 20 世纪 90 年代末网络公司的泡沫破灭了，但是电子商务还是一种非常有效和具有潜力的商业模式，而且它的发展将是势不可挡的。虽然电子商务为人们创造了一个易于收集和有效处理信息的机会，但是，很多公司并没有因此而肆意收集并滥用顾客的信息，他们在使用信息的时候都能严格遵守法律的规定。由于立法机构和司法机关未能足够重视电子商务的立法和执法问题，隐私法体系非常混乱，所以，遵守隐私法甚至对于各个公司最资深的管理者来说都是一项复杂而繁重的任务。

制定公司隐私规范

除了法律选择的问题外，律师或首席隐私官还经常面临起草和审查公司隐私政策时遇到的极大困境。除了首先确定适用的隐私法律外，大多数律师很快就面临起草这样一种隐私政策的压力，它既能使公司成为一个良好的公司法人，又能适合市场、销售和法律部门的指导方针或者是由于缺少专门的隐私法规——可能引起市场和销售人员对隐私政策起草过程产生不适当或不健康影响——或者是由于违反隐私法律带来沉重责任的强压而导致的毫无效率而毫费巨资的数据收集和交换程序，这种压力被进一步加剧了、毫不奇怪，这种压力是涉及隐私规范

的立法辩论中的核心问题。联邦和州的立法者在言论自由和公众对不适宜的公司信息共享和收集方法的抗议之间苦苦挣扎，摇摆不定。例如，在美国，联邦立法者正致力于是否要求选择“输入”或“选择输出”隐私方案，在“选择输入”框架下，个人信息除非得到明确授权否则不得被共享。在“选择输出”条件下，个人信息除非不参与信息共享与收集可以被任意共享，缺乏正式的隐私法规，公司隐私官员面临自己选择隐私政策或其他政策的困境。

在提出一项新的隐私保护政策的时候，公司要做好最坏的打算：新的政策因为没有深思熟虑而错漏百出，或者以公司目前的能力根本不可能贯彻执行新政策。如果认为只要在起草隐私保护政策之前考虑充分就足够了，不需要后续的修订，那么这种想法是非常错误和危险的。而事实上，如果一个公司没有能力或者不打算贯彻落实新的政策，那么这个公司最好还是不要自行制定隐私保护政策。

在解决这些隐私问题的时候，许多隐私主管首先希望在特定情形下适用隐私法能有明确的指南。这样，当两套不一致的法律体系的运用存在争议的时候，我们很容易就能决定优先适用的法律，协调它们之间的矛盾，所以明确的法律指南对于解决这些问题显得尤其有效。如果没有明确的法规，那么最高法院应该提供清晰的指南。虽然最近政府一直倡导公司在处理业务的时候选择适用的法律条款，但是对于某些案例来说仍然难以找到明确的法案。无论是大公司还是小公司都希望它们涉及顾客隐私的行为是正确的，但是由于不同法律体系之间存在冲突，而且缺乏明确的法规来指导适用法的选择，所以企业应该采取什么样的行为才算正确这个问题变得非常复杂。

另外，隐私问题还涉及到教育的问题。商会、联邦立法机

构、州立法机构、公司的法律部门和外部咨询机构都是活跃分子。我们知道，高速成长的科技公司非常渴望学习和运用隐私法，隐私法的发展就理所当然地成了在职培训内容的一部分。毫无疑问，隐私权是一个不断变化的领域。因此，公司设立隐私执行官并由专门人员负责制定隐私政策就显得非常重要。虽然单凭隐私执行官的力量不足以保证隐私政策的贯彻执行，但是仍有必要设立一个隐私执行官。同时公司还需要对人力资源部、营销部门、法律部门以及其他部门的员工进行培训，培训内容不仅包括隐私法律要求，还包括公司内部隐私政策和指南。公司隐私政策的执行不是某个员工的责任，而是全体员工的责任，因此政策执行的权责必须具体落实到各个部门和分支机构。

此外，全面考虑隐私权和隐私政策也很重要：公司隐私政策的执行不仅仅涉及法律合同，还涉及公共关系、营销文件、法律指南、商业政策和公司文化。因此，很好地理解几项原则对于制定有效的隐私政策非常重要。

首先，隐私政策不只是关于顾客和营销的文件。它不仅作用于公司与零售商之间的关系，而且还作用于企业与第三方供应商、企业与组织和顾客的关系。例如：很多组织和政府购买者会拒绝与那些不遵守信息活动公平规则的供应商进行交易。根据上文，如果一个公司不能制定、理解、执行和加强隐私原则，公司顾客的采购决策会受到不好的影响，公司有可能会因此失去数百万金额的组织 and 政府采购订单。在某些行业如医疗和金融服务业，供应商或服务商需要有自己的隐私政策；而在其他一些没有直接适用的法律规则的行业，企业不得不为它们不谨慎的信息活动付出一定的代价。总之，我们要认清隐私原则对采购决策产生的影响。

其次，隐私政策不只是一系列关于信息共享和披露的法律

文件。隐私政策是公司形象、管理方式和行为特征的表现。因此，这些政策超出了法律文件的范畴，具有前瞻意义，它们在满足目前数据收集和共享的要求的同时更注重未来发展的需要。公司经常会遇到这样一个问题，就是很难征得消费者个人的同意才使用相关数据，如果公司没有对现在和将来的信息共享活动进行全面而深入的考虑，以上的行为就很容易导致纠纷。此外，当公司往前追溯修改它的隐私政策的时候，会发现它们要面临公众的抗议。当然，事前进行周密的考虑可以避免这些情况的出现。在制订和修改隐私政策的时候，公司必须要充分考虑自身的声誉和营销活动所受到的影响。

对隐私权的误解

人们对隐私法的理解存在很多误区。其中最突出的是大多数美国人都认为他们享有很高的隐私权，而事实上并非如此。与其他国家相比，我们通常认为美国更注重言论自由。因此，政府对言论自由的限制受到宪法的约束，除非别人的言论是错误的，否则政府没有权利禁止别人评论我们。事实上，如果我们随便的把自己的信息提供给其他人，除了某些特定的情况以外，我们是很难阻止这些信息的传播的。虽然立法机构承诺要逐渐扩大我们的隐私权，但是这些权利却普遍受到限制。对于很多人来说这并不公平，而且也违背了我们的想法：当一家调研公司对我们展开调查，收集我们对国外政策的“宝贵意见”，然后把我们的私有信息用于和市场商家共享或者其他目的，这些行为并不是我们的初衷。但是即使这样违背了我们的观念，由于缺乏缜密的专项法律来保护我们的私有信息，因此在美国这样共享信息的行为几乎是合法的。

人们应该意识到他们的个人信息是一种非常有价值的商



品。很多时候他们都迫不及待地披露自己的个人信息，却没有意识到这样做的后果。最近因为垃圾邮件、网络商家的骚扰和身份被盗用等事件的频繁发生，使得人们越来越清楚地认识到个人信息的价值。所有这些事件的发生使人们开始意识到传播个人信息是应该付费的。

给予了我们有限的隐私权，我最担忧的问题是隐私法在第四次修订时对新技术作出的规定。因为随着技术的发展窥视别人的隐私变得很容易实现：别人很容易进入我们的家庭和办公室，窃听我们的谈话或者偷看我们的信件。我们对技术的依赖程度越来越高，这些虽然方便了繁忙的现代生活，但是也使我们的行为和交往更容易暴露在别人的视野中。

最近，大量法律决议都集中在新技术对隐私权的影响，尤其是个人应该如何运用隐私权。我们都很清楚：如果我们通过固定电话聊天时我们应该拥有合理的隐私权，然而最近的法律决议却限制了这些权利。例如：我们使用无线电话时谈话的保密性得不到保障，或者在电子摄像机镜头前我们暴露无遗。当我们通过信息工具和别人聊天的时候，我们的隐私权也受到威胁。而且，美国颁布的爱国法案赋予政府随时截获电子通讯信息的权利。我们在使用新技术时的隐私权范围受到法院和国会的限制。既然免受不合理的搜索和查询的法律保护程度是与我们对隐私权的期望相关的，那么司法机构和国会对我们权利的限制无疑会导致更低的隐私权期望。

另外一个误区是认为隐私法和隐私政策会造成企业成本上升和处于劣势地位。事实证明并非如此。首先，加拿大和欧洲的一些国家的人比美国人更重视个人信息的保护。这些国家的数据信息保护法规与美国的同类法规相比要远为缜密和完善，虽然它们的公司提出了抗议。但是，法规严格的社会制度并没

有导致经济体系的瓦解，这些国家的公司在本国和美国仍然保持着很强的竞争力。而且，数据保护法规迟早会变成现实，即使美国的政策制订者不予理会，欧洲的立法机构和全球化经济的发展也会要求美国制定这方面的法规的。欧洲等国在信息活动方面的法规相对完善，相信在未来几年内，美国也会推出相应的法规来规范信息收集和共享，美国的公司如果不及时正视隐私问题，那么无论是对于拓展海外市场还是未来的国内发展，都会处于竞争劣势。实际上，如果一个公司现在使用的个人数据是没有直接得到顾客同意的，那么它将要面临这样的风险：未来的立法机构或者法案将要求公司清除这些有价值的数据，或者强制要求公司征得顾客的同意才能继续使用这些数据。

最后，毫无疑问，互联网自身处于一种无序和无管制的状态，但与此同时，商业交易和个人数据传送却越来越容易受到法规的监管。缺乏统一的隐私法规实际上会阻碍一个国家在线商务的发展和新技术的应用。现在国家在这方面只有一些零散的条文，没有一个统一和规范的法案，即使有可能遵守所有这些条文，也会成为一项繁重的义务。我认为在缺乏一致法规的情况下，顾客的个人信息就会被任意收集、使用、传播、甚至出售，这当然会妨碍商务的发展。

当隐私问题在美国日益凸显时，我们并没有一套标准的法规来规范它。今天我们很多人都不清楚我们的什么信息被收集了、这些信息如何被使用和如何与第三方共享，我们不知道当今的隐私政策正在悄悄地单向变化。虽然各个行业都在努力制定自己的行业标准，但是统一的隐私法规依然没有出台。不一致的法规妨碍了个人和组织对新技术的应用，而技术是提高生产力和改善人们生活工具。

举个例子：当人们想去看心理医生的时候，他们会担心医

生会把什么样的信息告诉他们的老板，此时就会犹豫要不要选择治疗。如果社会存在一套标准的隐私法案，那么涉及到个人和单位的隐私问题就可以变得非常明确。这样当遇到信息需要披露的时候，因为已经有了事先的心理准备，人们就会感觉舒服一点儿。

技术进步对隐私问题的影响

虽然某些技术发展如 P3P¹（隐私偏好平台）对隐私问题进行了承诺，但是任何一项正在讨论中的联邦法案都会对隐私情况造成重大的影响。不同版本的法案不断提出，不过它们在许多方面的规定都不尽相同。州立法律是否应该优先适用是我们讨论的关键问题之一。这是一个非常有争议的议题，因为很多州已经推出了更严格的隐私法。虽然联邦法优先适用可以减少管理的负担，但是它会降低各州辖区内商业活动的能力。

第二个影响隐私权的问题是隐私法是否接受“选择输入”与“选择输出”方式。现在酝酿的某些法案提出强制性的“选择输出”政策：顾客一旦向企业提供信息就有机会阻止公司滥用这些信息。另外一个选择就是强制性的“选择输入”政策，这是一个更为严格的政策，它要求公司把信息披露给第三方的时候必须追溯到消费者本人的许可。推出的法案也可以是混合的政策，“选择输入”政策只运用在“敏感信息”中，如财务、医疗和其他信息。混合政策的应用主要根据信息使用者和使用环境的情况而定，现在已经被普遍运用在电信行业中。

除法律变更外，技术（如 P3P）对于实行新的隐私法要求非常有用。当人们对隐私问题还停留在犹豫不决的阶段时，商

¹ Platform for Privacy Preferences 隐私偏好平台