

快递面单成信息泄露重灾区,亟须强化信息安全源头治理

# 防止个人信息“裸奔”,隐私面单成“必选项”

本报记者 甘哲

在快递实名制全面普及后,一张小小的快递面单上,姓名、电话、地址等个人信息一应俱全,快递面单成个人信息泄露的重灾区。

近日,国家邮政局、公安部、国家网信办联合召开主要电商平台企业涉邮政快递个人信息安全治理专项行动视频会议,强调强化信息安全源头治理,推广普及隐私面单,同时明确提出了年内实现邮政快递全覆盖的时间表。

隐私面单出现已经5年,但普及率并不高。这一次,隐私面单从“可选项”变成“必选项”,快递包裹上的个人信息还会继续“裸奔”吗?

**快递单怎么成了“泄密单”?**

6月28日,浙江余姚警方通报打掉一条新型侵犯公民个人信息的黑灰产业链,该团伙利用木马软件窃取发云仓快递面单信息500余万条并卖给诈骗团伙,半年获利3000余万元。

据犯罪嫌疑人交代,快递面单依据新鲜度、类别标价,价格最高的是单品类的实时面单,多为当天生成、还未签收的,常见单品有母婴、化妆品、服装等。平均起来,一张快递面单以1元~2元价格卖出。经过层层加价,快递面单最终以5.5元~7元卖到境外“料商”手中,成为网络诈骗等电信违法活动的“武器弹药”。

## 阅读提示

随着快递实名制的普及,快递面单成个人信息泄露的重灾区。近日,多部门联合开展快递个人信息安全治理专项行动,强调强化信息安全源头治理,推广普及隐私面单,要求年内实现邮政快递面单个人信息隐藏全覆盖目标。

随着快递实名制的普及,快递面单成个人信息泄露的重灾区。各地不时曝出通过快递面单贩卖个人信息的犯罪活动。

为了防止快递面单泄露个人信息,早在2017年,部分快递企业和平台就曾尝试推出隐私面单。有的将收件人手机号码中间4位以星号代替,有的则隐去了具体地址。但5年过去了,隐私面单在快递行业的普及率并不高。

记者走访了北京市东城区、朝阳区几家快递网点,发现大部分快递面单上都清楚地显示出收件人姓名、电话、收货地址等重要个人信息。“每次扔快递时,我都得先把面单撕了再扔,或者拿笔涂掉电话号码。”家住北京市朝阳区的韩女士说。

**隐私面单为何推行不畅?**

隐私面单为何推行不畅?消费者能选择使用隐私面单吗?

记者采访发现,一些快递企业是提供隐私面单服务的。但在快递公司开发的小程序下单寄快递时,只有少数快递公司可将“隐去手

机号中间几位”和“只显示姓不显示名”列为默认选项,多数快递公司的隐私面单服务不是默认服务,用户需要手动选择这项服务。

在快递配送环节,隐私面单面临着更大的操作困难。“用隐私面单的话,我们在派件前得用扫码枪一个快递一个快递地扫描。”快递小哥小刘表示,隐私面单投递起来更“费劲”,会大大影响投递效率。

记者了解到,在末端配送时,快递员通常根据手机号分发快递。而隐私面单的使用,不仅需要快递员额外进行查验,还会增加快递企业的成本。中国邮政上海分公司接发员、高级工柴闪闪调研发现,贴有隐私面单的快递在投递时,需要多一道系统内查看联系人电话的工序,在投递量较大的情况下,企业势必要增加人员配备,从而增加成本。部分快递企业一度将隐私面单列为增值服务,用户想要把个人信息隐藏起来,需要额外付费。

**如何防止快递个人信息“裸奔”?**

推行隐私面单、虚拟号码等个人信息去

标识化技术,是从信息源头阻断不法分子犯罪的重要手段。为了加快和完善隐私面单的推广应用,监管部门此次要求各电商平台等要与寄递企业打通信息瓶颈,及时共享有关数据,配合开展好隐私面单推进工作。

目前,已有企业做出响应。中通快递提出为使用抖音电子面单的消费者全量提供隐私面单服务,对快递面单上的消费者个人信息进行脱敏,使用星号符号将消费者手机号部分数段代替。圆通快递于6月底对一线快递员、网点、终端驿站等自有平台强制切换隐私面单。

对于隐私面单所面临的实际操作问题,泰和泰律师事务所合伙人廖怀学认为,在技术措施方面,应加强安全验证建设。在采用传统的账号密码验证外辅之以其他验证方式,使快递员提高派件效率的同时保证隐私不被泄露。同时,加强信息系统的权限管理,仅向员工分配满足工作需要的最小操作权限和最小的可访问信息范围。

在防止快递单变“泄密单”的同时,防范个人信息泄露还需要加强快递企业的内部制度建设。不少专家建议,快递公司要建立个人信息保护内控机制,与员工签订保密协议,严格落实违约惩戒机制。明确公司内部各部门、各岗位的信息安全责任,严禁无关人员进出快递处理、存放场地;公司可安排专业人员对收寄、分拣、运输、投递等环节的信息处理进行安全监控。

## 引江补汉工程正式开工

这是7月7日拍摄的引江补汉工程开工现场。

当日,引江补汉工程正式开工。引江补汉工程是首个开工的南水北调后续工程重大项目。该工程实施后,将把南水北调工程和三峡工程连接起来,进一步打通长江向北方输水通道,增加中线一期工程北调水量,提高中线工程供水保证率,加快构建国家水网主骨架和大动脉。同时,还将向汉江中下游补水,对提高汉江流域水资源调配能力、改善汉江中下游水生态环境具有重要作用。

新华社记者 伍志尊 摄



快递行业加速恢复,展现良好发展韧性

## 上半年快递行业规模呈现4大特点

本报北京7月7日电 (记者甘哲)今天,国家邮政局举行2022年三季度例行新闻发布会,发布《2022年6月中国快递发展指数报告》,解读上半年行业运行情况。上半年,全国快递业务量预计将超5000亿件,业务收入预计接近5000亿元,行业规模恢复进程加快,基础能力提升明显,发展态势回稳向好。

6月,快递发展规模指数为386.5,环比提高12.1%;快递服务质量指数为334.9,环比提升1个百分点。整个上半年,快递行业规模呈

现4大特点:一是规模曲线回升,行业加速恢复。行业克服疫情等因素影响,规模短暂下降后迅速回升,仍实现正增长,展现出良好的发展韧性。日均业务量恢复至3亿件以上,超去年同期水平。二是节日经济与电商促销助力行业回稳。“618购物节”等促销活动相继开展,带动快递业务量快速回升,日最高业务量超4亿件。三是农产品市场繁荣活跃。随着“快递进村”工程深入推进,农产品上行渠道日益畅通,农产品快递包裹稳步增长。四是中部地区发力明显。中部大部分省(区、市)

业务量增速超全国平均水平,成为带动行业增长的重要力量。

上半年,受部分月度网络阻断影响,服务时效小幅下降,但服务质量总体保持较高水平。快递业通过细化升级操作规范,加大软硬件投入力度等举措,多管齐下保障服务畅通,有效应对疫情造成的网络受阻情况;积极推动服务分层与产品分类,满足消费者个性化需求;聚焦时效提升与按需服务两个领域,优化服务模式,完善作业流程,改善末端服务质量。

对餐饮、外卖等发放补贴消费券

## 北京27条措施助企纾困促消费

本报北京7月7日电 (记者赖志凯)为最大限度减少疫情对生产生活影响,近日,北京市8部门联合印发了《关于助企纾困促进消费加快恢复的具体措施》(以下简称《措施》)。《措施》包括7方面27条内容,重在坚持从严从实抓好疫情防控,结合北京实际,实施对餐饮、外卖发放补贴消费券等一批精准高效、操作性强、务实管用的举措,助企纾困、恢复发展,更好满足群众消费需求。

此前,为积极应对疫情影响,帮助困难行业渡过难关,北京市出台了《北京市统筹疫情防控和稳定经济增长的实施方案》。截至6月25日,增值税留抵退税惠及纳税人6.3万户,实际到账金额625亿元;截至7月1日,全市约有3.1万家企业享受社保缓缴政策,惠及职工人数约98.4万人,预计年底涉及缓缴金额127.7亿元;截至7月4日,全市有房屋租金减免政策惠及5.55万家小微企业和个体工商户,减免金额80.8亿元;截至6月30日,“融资纾困直通车”已向684家企业发放融资共计45.2亿元。

据了解,自5月下旬以来,北京市发展改革委、市商务委会同市财政局、市经济和信息化局等19个部门深入开展调研,加紧研究制定助企纾困促消费措施。“《措施》既是落实国家促进消费持续恢复文件精神,又是北京市稳定经济增长文件的配套政策。”北京市发展改革委副主任戴颖介绍,政策主要目的就是促进消费加快有序恢复,最大限度减少疫情对群众生产生活的影响,助企纾困,稳增长、稳就业、稳物价,努力实现全年经济社会发展预期目标。

“消费覆盖餐饮零售、文化娱乐、体育康养、休闲旅游等多重业态,涉及人、货、场等多种要素,具有群体性强、流动性大、关联性高的复杂特点,既涉及众多企业,又涉及消费者个体。消费领域企业受疫情影响较大,面临诸多困难,亟须精准施策,降低企业经营成本,提升企业生存发展能力。”戴颖表示。

据介绍,针对疫情期间受影响较大的汽车、家庭装修、餐饮外卖、文旅休闲等消费,《措施》明确提出将发放补贴、消费券、搭建平台等;针对市民对绿色消费、智慧消费、线上消费的新需求,《措施》明确提出鼓励推广智慧应用场景,壮大直播电商消费,发展线上线下融合消费。

两协会发布暑期消费提示

## 儿童化妆品市场乱象多选购需谨慎

本报北京7月7日电 (记者杨召奎)暑期将至,很多家长都做好了带孩子参加户外活动、享受亲子互动的安排。一些具有清洁、保湿、爽身,特别是防晒功效的儿童化妆品已经列入了家长们的购物清单。为帮助广大家长正确认识、选购和使用儿童化妆品,保障儿童用妆安全,今天,中国消费者协会联合中国保健协会化妆品发展工作委员会发布消费提示,提醒家长儿童化妆品市场乱象多,选购需谨慎。

近年来,化妆品市场逐渐显现出不断增长和老龄化的趋势。市场上,唇彩、唇膏、腮红、指甲油、眼影、闪粉、修容膏、粉饼、粉扑等儿童化妆品琳琅满目。但中消协指出,儿童化妆品市场也暴露出一些问题,如无生产许可证生产儿童化妆品、伪造生产商厂名厂址、非法添加激素和抗感染类药物、宣称“食品级”化妆品、售卖的“彩妆玩具”易被当成儿童化妆品等,不利于儿童的安全健康。

此外,不存在“食品级”化妆品,误当食物摄入化妆品存在安全风险。在日常使用中,如偶尔少量的口红、唇膏等质量合格的儿童化妆品被舔食入口,则不必过于担心。但如果孩子把儿童化妆品当作食品大量摄入,则可能导致健康风险,如果出现不适症状,要及时就医。

巩固汽车消费回稳态势,政策加力促进市场潜力释放

## 17部门联合推出举措扩大汽车消费

本报北京7月7日电 (记者北梦原)记者从国新办今天举行的吹风会上获悉,近日,商务部等17部门联合发文,聚焦支持新能源汽车购买使用、活跃二手车市场、促进汽车更新消费、支持汽车平行进口、优化汽车使用环境、丰富汽车金融服务等,提出12条政策措施扩大汽车消费。

汽车业是国民经济重要的战略性、支柱性产业,是稳增长、促消费的重要领域,2021年全国汽车类商品零售额达4.4万亿元,占社会消费品零售总额的9.9%,是消费市场的重要支撑。今年以来,受疫情多点散发等因素影响,汽车消费下滑明显,尤其是4~5月,降幅较大,市场形势较为严峻。

为稳定增加汽车消费,此前,我国已提出放宽汽车限购、减征部分乘用车车辆购置税、完善二手车交易登记规定等措施。商务部副部长盛秋平表示,此次17部门联合推出扩大汽车消费系列举措,提出更多针对性强、务实管用的有力举措,力求通过政策靠前发力、适当加力,进一步促进汽车市场潜力释放。

这份名为《关于搞活汽车流通 扩大汽车消费的若干措施》(以下简称《若干措施》)的文件,着眼破除一些长期制约汽车流通发展的体制机制障碍,巩固汽车消费回稳态势,促进汽车市场潜力释放,加快实现高质量发展,共提出6方面、12条举措。

《若干措施》突出建设全国统一汽车大市场,提出破除新能源汽车市场地方保护,支持新能源汽车下乡,在全国范围内取消二手车限迁,优化完善二手车转移登记,有效促进市场互通、规则互联、供需互促等多项举措。

同时,聚焦人民群众在汽车使用方面的“急难愁盼”,提出加快完善汽车使用环境,推动汽车由购买管理向使用管理转变。比如,在解决城市停车问题方面,要求结合城市更新行动,积极扩建新建停车设施。据住房和城乡建设部建筑节能与科技司负责人张雁介绍,下一步,将推动规划人口规模大于50万人的城市,按照1户1车位配建停车位。

备受市场关注的新能源汽车也是政策焦

点之一。在支持新能源汽车购买使用方面,《若干措施》提出,将研究免征新能源汽车车辆购置税政策到期后延期问题。同时,积极支持充电设施建设,加快推进居住社区、停车场、加油站、高速公路服务区、客货运枢纽等充电设施建设。

记者了解到,尽管今年汽车市场累计增速仍未转正,但已经开始出现回稳态势。根据乘联会初步统计,6月份全国乘用车市场零售192.6万辆,同比增长22%,较上月同期增长42%。盛秋平表示,随着疫情得到有效控制和各项政策措施发力见效,下半年汽车消费有望实现较快增长,为稳定宏观经济大盘发挥积极作用。