

骚扰电话数量竟已超500亿次

在今年的“3·15”晚会上，央视曝光了“智能骚扰电话乱象”，探针盒子、钓鱼短信、APP下载……一些非法窃取并贩卖信息的公司经过大数据精准匹配，使得消费者的个人信息暴露无遗，并造成一些电话骚扰现象屡禁不绝。

“95”“96”“400”开头电话扰民 三大运营商合力拦截

日常生活中，人们时常受到骚扰电话的干扰，诸如询问贷款、保险等服务的骚扰电话使得人们不胜其烦。不少网友在社交网络上表示，骚扰电话严重影响自己的生活。“一天接到十几个手机号码开头相同的陌生电话，有的是推销业务，有些甚至是知道自己姓名的广告骚扰电话，不知道该如何解决。”

据工信部公布12321举报中心相关数据显示，今年一季度，“95”“96”开头的骚扰电话业务举报投诉呈增长趋势，举报投诉量达38541件，环比上升35.4%；骚扰电话内容方面，贷款理财骚扰电话投诉举报量最高，而房产中介、违规催收、股票证券等投诉内容举报量也位居前列。

的确，骚扰电话的存在让大众深恶痛绝，与此同时也有声音呼吁有关部门加强对骚扰电话的治理。在2018年7月份，工业和信息化部、最高人民法院、最高人民检察院等13个部门就曾联合发布《综合整治骚扰电话专项行动方案》（下称《方案一》）。《方案一》提出，决定自2018年7月起在全国范围内组织开展为期一年半的综合整治骚扰电话专项行动。

此后，为推进落实《方案一》的有关要求，工信部在去年11月印发《关于推进综合整治骚扰电话专项行动的工作方案》（下称《方案二》），其中提到要实现商业营销类电话规范拨打、恶意骚扰和违法犯罪类电话明显减少的目标。而在工作任务中明确提出，电信企业要按照“谁接入谁负责”的原则，加强业务管理。其中一点，就要求相关企业全面清查语音专线、“95”“96”“400”号码等资源使用情况，重点清查金融保险、地产中介、零售推销等行业及呼叫中心企业的专线和号码使用情况。

据悉，常见的骚扰电话号码编排主要由“95”开头、“400/800”开头、“00”开头及“未知号码”构成。其中，“95”开头的骚扰电话多出现在金融及民用领域，除了常见的各大银行客服电话，其他商务（推销贷款、保险业务）的骚扰电话也常见于此开头的电话号码；“400/800”开头的则为骚扰电话的又一重灾区，多数个人或企业常常利用此开头号码扰民。

而在重拳出击下，国内三大运营商开始对骚扰电话有所作为。今年4月中旬，部分手机机主接收到来自三大运营商发来的短信。根据短信信息显示，未经用户同意，任何组织和个人不得擅自向用户拨打商业营销电话。同时，为维护用户的合法权益，将对涉嫌营销扰民的电话号码进行依法处置。

众所周知，骚扰电话治理难度很大，同时治理的关键因素离不开移动、电信和联通三大运营商的帮助。在此背景下，三大运营商各出奇招。如，中国移动开通了“高频骚扰电话防护”业务，通过发送“KTFSR”到10086、打电话到10086人工开通或者直接到移动营业厅办理三种方式即可完成免费开通。此外，用户还可到微信公众号“绿盾防护试点”内进行更精细拦截。中国联通表示，已加大源头监管，将加强对违规电话号码的人网限制，管控线上销售手机卡的派送地址等。中国电信则表示，已建立异常话务防范系统，已实现对“呼死你”“超短骚扰”“恶意群呼”等异常话务进行识别和自动处理，同时实现了对境外不良号码的拦截。

人工智能骚扰“不胜其烦”竟是APP惹的祸？

近年来，随着人工智能等技术的加速发展，人工智能技术正在取代占用时间长、重复性高的日常工作，刺激了骚扰电话数量的增长，反而使得新的智能骚扰方式如火如荼地发展起来，促使其衍生出新的形式。与传统方式相比，这种通过AI、语音识别技术的呼叫手段成本更低、效率更高、更难监

控。艾媒数据显示，2018年我国骚扰电话拨打数量已超过500亿次，并且有47.9%的网民曾接到过人工智能骚扰电话，同时，由于人工智能骚扰电话具有“拟人化”的特征，网民在分辨时存在一定难度。

再者，互联网技术对个人隐私带来的巨大挑战也在日常APP泄露隐私事件中得以体现。各类型的APP过度收集用户个人信息，加大了信息泄露的风险，并且手机APP对用户姓名、手机号码、位置信息等数据明文传输，未采取加密等安全保障措施，因此致使黑客能够从截获数据中提取用户信息，更深入建立用户档案和画像，并对高价值目标进行针对性攻击，这也就造成了前文提到的诈骗、过度营销等骚扰电话现象。

去年，中消协对100款APP开展了隐私政策测评工作。结果显示，多达91款APP存在涉嫌过度收集或使用用户信息的问题。《测评报告》显示，从同一款APP不同下载来源上看，App Store下载渠道与安卓市场

下载渠道在信息采集类型和隐私政策方面无明显差别，但不同类别APP以及同一类别中的不同品牌APP测评结果差异较大，金融理财、邮箱网盘类APP评分相对较低。腾讯社会研究中心和DCCI的报告也显示，所有的安卓APP都会收集手机用户信息，有些甚至多达20余项内容，包括真实姓名、账户、年龄、位置等。据了解，这些数据被收集后，一般有三个主要用途：一是精准营销，优化广告推荐。二是作为研究样本，人工智能研究需要大量数据。三是跟第三方营销推广平台合作，通过提供、贩卖数据赚钱。

近日，为了改善应用生态质量，以工信部为首的国家相关部门一直都在尝试规范市场，接二连三地推出了一些措施和政策。根据国家网信办官网公布的《APP违法违规收集使用个人信息行为认定方法（征求意见稿）》当中明确，APP违法违规收集使用个人信息共分为7种情形，包括：没有公开收集使用规则；没有明示收集使用

个人信息的目的、方式和范围；未经同意收集使用个人信息；违反必要性原则收集与其提供的服务无关的个人信息；未经同意向他人提供个人信息；未按法律规定提供删除或更正个人信息功能；侵犯未成年人在网络空间合法权益。业内人士分析指出，这一规定标志着APP违法违规专项治理活动有了突破性进展，有利于公民的个人隐私得到更完善的保护。

相关部门也要加强管理，建立完善的打击及惩戒机制，将行动方案落到实处的同时，就我们个人而言，更应该提高对个人信息的保护意识，提升自己的信息鉴别素养，在进行隐私授权前要仔细阅读隐私条款，用户在使用应用的过程中，对于比如功能以外的非必要的权限，可以在不影响使用应用的情况下避免主动给予相关权限，时刻保持警惕。在APP的选择上，也应该尽量选择经过大厂认证的，并且来自于正规渠道的应用。 本报综合消息

百丽国际、海澜之家同陷“抄袭门”

近日，奢侈品牌Louis Vuitton向中国鞋业巨头百丽国际提起诉讼，指控百丽“抄袭”其一款运动鞋。这是近3年来Louis Vuitton在中国发起的首次抄袭诉讼。无独有偶，另一中国服饰巨头海澜之家也因抄袭被送上热搜。



LV百丽同款鞋 售价相差11倍

Louis Vuitton 指控百丽国际及旗下 Best Able Footwear 丽中鞋业有限公司，称他们2018春夏系列中一款鞋履产品的设计与 Archlight 运动鞋非常类似。Louis Vuitton 强调，他们于2018年2月就开始销售 Archlight 运动鞋，定价为1090美元约合7300元人民币，是该鞋款全球设计商标版权拥有人，而被告涉嫌抄袭的鞋款于2018年7月24日才上架，售价仅598元人民币，两者价格相差11倍。

由于被告两家公司都在中国香港注册成立，Louis Vuitton 要求香港知识产权法院立即永久禁止百丽国际销售相关鞋款并销毁，同时作出赔偿。公开信息显示，百丽国际成立于1991年，除了拥有12个自有鞋类品牌，还代理耐克、阿迪达斯、PUMA、Converse 等运动品牌的分销业务。截至2017年2月，百丽在中国拥有直营店超过2万家，包括运动服饰店7654家。

2007年，百丽国际在港交所敲钟上市，公司市值一度超过1400亿港元。但此后的10年间，这家服饰零售巨头经历从快

速扩张到业绩下滑的过程。2017年4月，百丽国际接受来自高瓴资本和鼎晖投资等收购人的要约，以总价453亿港元的金额完成港股私有化退市，当时更创造了港交所史上最大规模的私有化交易。

值得一提的是，Louis Vuitton 母公司 LVMH 曾是百丽国际的基石投资者，于2007年认购了价值3000万美元的百丽国际股票，当时百丽国际融资金额达到11亿美元，得以按每年1000家门店的速度迅速扩张。

记者在百丽位于广州正佳广场的实体店专柜及天猫旗舰店上都找不到与 Archlight 运动鞋类似的款式，店员称该鞋款已是去年的款式，目前已经下架。不过记者发现，目前在售的春夏新款中也有不少与大牌“撞款”，如一款黑色、米色拼色的包头女凉鞋神似 CHANEL，而另一款金扣的穆勒鞋也与 GUCCI 经典鞋款十分相似。

海澜之家研发费用翻番仍陷“抄袭门”

在创意驱动发展的时尚行业，此次 Louis Vuitton 起诉百丽国际抄袭的事件仅

属“冰山一角”。深圳潮牌 ROARING-WILD 公众号发布的一篇标题为《抄袭是门艺术，海澜之家使人嫉妒》文章，指出海澜之家旗下的潮牌“HLA JEANS”抄袭其2018年春夏的旧款，并当成2019年款销售，同时发布了对比图。而海澜之家的另一轻奢女装品牌 OVV 也曾被指控公然抄袭 H&M、Tibi、Helmut Lang。

截至目前，海澜之家尚未就抄袭一事作出回应，但其年报中曾强调称公司“均为自主研发”。

海澜之家2018年财报显示，公司研发费用为4902万元，较2017年大幅增长超过90%。对此大幅增长，公司称主要为“新品牌的增加导致研发费用投入的增加”。此前在海澜之家的年度股东大会上，就有小股东质疑设计师实力，但周建平却“怒怼”小股东：“如果营收没有超过海澜，就没有资格质疑我们！”

无独有偶，知名模特、设计师吕燕4月底通过个人微博公开发表律师函，就品牌设计涉嫌抄袭一事致函深圳影儿时尚集团，要求对方停止抄袭行为。而对方发表公开声明表示，服装创意研发源自流行趋势，被指抄袭无法律依据。同时还有网友扒出吕燕的作品也曾有疑似抄袭包括 Alexander McQueen、Valentino 等国际品牌的行为。

专家说法

时尚界的抄袭 一向难被定性

业内人士指出，随着时尚潮流的快速更迭，“借鉴”和“抄袭”的区别越来越难以辨别。“每个品牌每一季都会产出大量不同的单品，要给每一样单品都申请专利是不现实的事情。而一个小小的设计变动就可以被说成是另一种设计，且申请专利时间较长，服装的设计和发布时间都有周期，这也是为何很多品牌敢公然“借鉴”，但却难咎其责的原因。”

以世界最大的快时尚集团 ZARA 为例，从1975年成立至今，就不断接到来自时装界的各种侵权投诉和产权官司，但屡屡脱身，直到去年才终于被“告倒”——2018年7月11日，历时3年，意大利牛仔时尚品牌 Diesel 的母公司 OTB (Only The Brave) 集团起诉 ZARA 母公司 Inditex 抄袭 Diesel 的 Skinzee-SP 牛仔裤、Mami 凉鞋设计的案件宣判，OTB 胜诉，意大利米兰法院最终判处 ZARA “抄袭”成立，判 ZARA 赔偿 OTB 每件产品200欧元。 本报综合消息