公共交通使用人脸识别引纠纷

刷脸支付、刷脸打卡、刷脸门禁，近年来“人脸识别”作为一项新的信息技术因其识别的精准性、便捷性在各类领域得到广泛应用，铁路运输企业等公共交通领域也广泛将其应用于旅客身份识别。

在公共交通领域处理人脸等敏感个人信息是否需要取得乘客单独同意？运输部门有哪些告知义务？

>>全国首例
公共交通使用人脸识别引纠纷

2021年11月25日，汪某某通过12306购票系统购买了一张从贵阳东站至贵阳北站的C6368次高铁二等座客票。同日，汪某某于贵阳东站进站乘车时，有人工验票通道和自助验票通道，车站广播提示乘客需要手持身份证、摘掉口罩刷脸进站。汪某某购票后通过自助闸机刷脸验票后进站乘车。她认为铁路部门在采集其人脸信息时，未依法作出明确告知，也未取得其授权或同意，侵害了她的合法权益，遂向法院提起诉讼。

2023年4月27日，成都铁路运输中级法院依法在线开庭审理了汪某某与中国铁路成都局集团有限公司个人信息保护纠纷案，这也是全国首例公共交通领域使用人脸识别技术引发的个人信息侵权案件。

原告汪某某认为，在她持票证刷脸进站的过程中，成都铁路局采集并存储了她的敏感人脸信息。其委托代理人说：“被告在采集和识别人脸信息以后，并没有向原告告知有没有存储原告的个人信息，也没有向原告告知有没有删除原告的个人信息。”

在庭审中，成都铁路局出具了中国铁道科学研究院对核验闸机人脸比对流程的说明，载明“核验过程中，通过比对二代身份证识读设备读取的证件照片和刷证时采集的乘客现场照片，确认是否为本人过闸，整个比对流程均离线完成，不保存任何照片”。

车站在处理个人信息过程中是否存在存储传输等行为？为了查清这一事实，案件合议庭走访了相关的技术专家，并到自助闸机程序设计方中国铁道科学研究院电子所取证。成都铁路运输中级法院法官赖佳鹃表示，通过相关证据证实，在乘客通过铁路自助闸机进站过程中，虽然采集了乘客的人脸信息，但并未存储传输及其他处理行为，并未对个人信息安全构成重大威胁。

>>无先例可依
如何对乘客个人信息准确适用

法庭认定，根据相关证据证实，被告成都铁路局在处理个人信息过程中不存在存储传输的行为，那么被告采集原告汪某某人脸信息是否违法？

围绕这一争议焦点原被告双方展开了充分的法庭辩论。

民法典、个人信息保护法等相关法律法规以告知同意规则为基础，构建了个人信息较为完整的保护体系，但就敏感个人信息如人脸识别信息在公共交通场景下的保护规则并没有明确的规定。在没有先例可依的情况下，如何在公共交通领域对乘客个人信息保护规则进行准确适用和认定，是摆在法官面前的一道“难题”。

原告汪某某认为，人脸信息属于敏感个人信息，根据民法典及个人信息保护法的相关规定，处理敏感个人信息应当取得个人的单独同意，成都铁路局并未对进站自助闸机人脸识别取得其个人单独同意，侵害了其合法权益。

成都铁路局认为，通过自助实名制核验闸机刷脸进站，已经在公共交通领域被大量使用，是广为知晓的常识。汪某某于贵阳东站进站乘车时，有人工验票通道和自助验票通道。原告选择自助验票通道，可以视为对成都铁路局采集人脸信息的默示同意。

法院经审理认为，依据反恐怖主义法、铁路安全管理条例、铁路旅客车票实名制管理办法等有关规定，铁路运输企业有基于维护公共安全对乘客进行“票、人、证”一致核对查验的法定义务，成都铁路局使用自助实名制核验闸机，便于提高查验的精准性和便民性，并通过网站、App、车站语音提示等渠道对刷脸查验进站方式进行了介绍，已为群众所周知。

成都铁路运输中级法院法官赖佳鹃说：“铁路部门基于履行维护公共安全的法定义务，处理乘客人脸信息，符合个人信息保护法不需取得乘客个人同意的情形。”

法院经审理同时认为，取得同意义务的免除并不免除告知义务，成都铁路局未对采集乘客人脸信息的目的、方式、信息处理等事项履行告知义务，存在告知缺陷。

《中华人民共和国个人信息保护法》第十七条规定：个人信息处理者在处理个人信息前，应当以显著方式、清晰易懂的语言真实、准确、完整地向个人告知个人信息处理者的名称或者姓名和联系方式；个人信息的处理目的、处理方式，处理的个人信息种类、保存期限等。

法庭审理认为，本案中人脸信息作为生物识别的敏感个人信息，个人信息处理者还应该依据个人信息保护法规定向个人告知处理敏感个人信息的必要性以及对个人权益的影响。

清华大学法学院教授程啸表示，个人信息保护法对于敏感的个人信息是给予了非常严格的保护的，它要求必须有特定的目的和充分的必要性，包括处理敏感个人信息，要取得个人单独同意。另外在个人信息处理者对于敏感的个人信息的处理也负有更高度的这种注意的义务。因为敏感的个人信息，如果被泄露或者说非法使用的话，很容易对于人格的尊严造成损害，对人身财产安全造成危害，所以法律上给予非常严格的保护。

>>重要意义
不需要取得同意却应履行告知义务

综合考量成都铁路局为乘客提供人工通道选择权、多方广告告示、未过度使用人脸信息以及告知义务缺陷对汪某某的影响和损害小等因素，告知缺陷亦不足以单独构成侵权。法院对汪某某请求判令成都铁路局停止违法采集人脸信息、赔礼道歉、赔偿损失800元等诉讼请求不予支持。宣判后，当事人未上诉。

案件宣判后，成都铁路运输中级法院向中国国家铁路集团有限公司发送司法建议，建议在互联网以及车站进站口以多种方式对个人信息处理进行明确告知。中国国家铁路集团有限公司于2023年8月就司法建议的整改情况正式复函，立即推动全国铁路运输企业及时采取更新网站、优化设备等措施，履行人脸信息采集告知义务。

成都铁路运输中级法院法官陈洲说：“本案宣判后，中国国家铁路局集团公司进一步完善了相关告知义务，通过12306网站更新了隐私政策，设置了提示标志，提供人工通道等方式，满足人民群众的知情权和选择权。”

“我们国家的个人信息保护法，它实际上是以保护个人信息权益和促进个人信息的合理利用为目的目标的。这个案件有一个重要的意义，它明确了取得同意和履行告知义务，这是两个规则。这个案件中铁路部门虽然说进行人脸识别可以不需要取得旅客的同意，但还是应当履行告知义务。”程啸说。

本报综合消息

积分集中清零谁说了算？

积分制是商家对消费者“鼓励性消费”的一种奖励。然而，到了岁末年终，一些商家在未提前通知消费者的情况下，擅自将积分清零。

>>消费者投诉
年底一次性清零是对消费者的不尊重

小叶在江苏省南通市崇川区一家企业从事产品设计工作，今年24岁的她是一家国产美妆品牌的忠实粉丝。“每年我都会在这家店买口红、散粉、气垫等化妆品，一笔笔消费后，不知不觉就积攒下许多积分。每到积分快过期的时候，商家都会及时通过某宝发消息提醒我兑换礼品。”

小叶打开购物App向记者展示近期使用积分兑换的礼品，页面显示：2023年年底，她用1478个购物积分先后兑换了该美妆品牌的修眉刀和抽绳包。“这可能就是薅羊毛的快乐吧，看着自己用积分兑换的各种礼品，还是挺有获得感和成就感的。”不过，她表示，并非所有商家都会及时提醒消费者积分清零。“有些商家压根没有提醒，不知何时就‘偷偷摸摸’将积分清零了。我认为这样的做法很不合理，商家处理积分时应该更加透明。”

邓女士对部分电商制定的积分规则表达了小小的不满：“有商家在年底一次性清零，这显然是对消费者的不尊重。一些商家不仅没有及时提醒消费者，还将兑换礼品门槛设置得较高。就好比我之前消费过的一家服装店，消费1元才积累1个积分，只有达到3000积分才能兑换一个小礼品，这种促销方式未免有些‘吃相难看’。”

记者采访了万象城礼宾处的一名工作人员，她介绍：“去年的会员积分我们在年底通过多种方式提醒消费者及时兑换，否则逾期就当作自动放弃处理。目前，已经全部清零了。”

记者在一家美容美发店继续采访市民反映的“积分被店方不打招呼消分”时，店长的回答更是干脆：“我们是新接手的，这是上一任遗留的问题。对不起，这种事我们管不了。”

事实上，在黑猫投诉平台搜索关键词“积分清零”，记者看到消费者投诉多达数百条，涉及酒店、银行、美妆、服装、珠宝等等多个行业多个品牌的积分兑换问题。

>>律师说法
违法可起诉 商家要诚信

“按照《民法典》等法律规定，关于积分制，只要是双方当事人真实意思的表达，都应该予以尊重。一般来讲，商家对消费者作出单方承诺，你在我这儿购物就可享有多少积分；但同时商家一般都会提醒消费者，如果你不在一定期限内消化这个积分，那么可将积分清零重新开始；只要是提前告知的都应该是有效的，如果商家不提前告知，不由分说就消分清零，那就是霸王条款，不仅不讲诚信，还侵犯消费者知情权。”南通市知名律师崔武表示。

“商家没有提前告知的话，消费者可以向消费者协会投诉或向当地法院起诉，要求商家兑现承诺，不得单方面擅自取消掉消费积分这种特殊的赠与。商家必须要证明自己是否履行提前告知义务，如果未提前告知，那么这种做法属于无效行为。无效行为一旦确认，消费者可以依法要求商家继续履行合同，继续兑现承诺。”崔武指出消费者的维权路径。

“如果消费者针对商家消分清零之举提出要求赔偿，可能有难度，因为赔偿的前提是对消费者造成经济损失。”崔武认为，“但要求商家兑现积分承诺，是没问题的。”

南通市市场监管协调处副处长杨建林则提醒消费者：“如果确认商家在没有提前告知消费者的情况下清除积分，那么，商家的行为就违反了合同的规定。《合同法》是民法，如果商家确未履行合同，这种纠纷只能通过司法渠道解决；如果涉及商家单方面推出的‘霸王条款’，那么行政部门可履行职能介入处理。”

>>消保委
商家应尽告知义务

记者在采访中了解到江苏省消保委于2023年12月26日发文指出，部分经营者在消费者使用积分时人为设置障碍，例如限制使用时间、使用条件门槛过高等，让消费者空有积分而兑换难；还有部分经营者在没有任何提醒的情况下，将积分直接清零，甚至有商家将积分有效期设置过短而无任何提示。

由于消费获得的积分，具有财产属性。首先，经营者将积分赠与消费者时，尽量避免设置如满多少积分才可以使用等严苛、不公平、不合理的兑换条件。其次，经营者应当将相关的附加、限制条件充分告知并加粗提醒消费者，保障消费者的知情权。特别是当积分即将清零前，商家应当采用醒目的多种方式提醒消费者，如果在未通知消费者的情况下直接清零，将涉嫌违反《消费者权益保护法》中经营者的告知义务。最后，部分经营者擅自变更积分规则、调整兑换的比例或价值，导致积分财产价值“缩水”，也涉嫌侵犯消费者合法权益。

对此，江苏省消保委呼吁：一方面，商家要诚信经营，切实履行经营者的告知义务。不偷偷清零、不擅自变更积分规则，让消费者在积分上用得放心、买得舒心；另一方面，消费者也要增强维权意识，切勿掉进骗子陷阱。

>>偷偷清零积分是薅消费者羊毛

类似的事发生不少，影星胡兵曾经和一家航空公司发生纠纷，因为他抱怨该航空公司在没有通知他的情况下，将他好不容易累积的50万积分偷偷清零，而这50万积分，至少可以兑换一台高配苹果笔记本电脑再加一副苹果蓝牙耳机。

部分经营者在消费者使用积分时人为设置障碍，例如限制使用时间、有效期设置过短等，让消费者空有积分而兑换难，甚至有商家在积分使用时还设置了各种限制条件，消费者想要通过积分兑换到理想的商品不容易。部分经营者未以显著方式提醒消费者注意积分使用规则，且未提前告知消费者积分清零事宜，亦是不当行为，是对消费者的“薅羊毛”。这些不当行为性质和偷偷清零并无二致。

本报综合消息