

涵盖听歌时长、飞行航线、消费记录、理财战绩等

APP 年度报告刷屏泄露隐私？

“循环播放次数最多的歌”“最偏爱的美食”“熬得最长的夜是哪一天”“常用什么表情当嘴替”……年终岁末,各大APP的用户年度报告如约而至,这些年度报告全方位覆盖日常生活。同时,大数据贴的标签靠谱吗?自己都没记得的事儿手机APP全知道,还分析得头头是道,其中是否存在泄露个人隐私的风险?

现象 APP 年度报告让用户回顾过去一年

QQ音乐、微博、小红书、美团等多个APP近期推出了“年度报告”功能。这些报告涵盖听歌时长、飞行航线、消费记录、理财战绩、书影音评分排行、外卖最晚的点单等多个方面,根据各大平台的特点向用户发出各具特色的年度总结,在网络中引发热潮。这些年度报告内容并不复杂,主要包括用户访问APP的频率、常搜内容、使用习惯等。平台借助大数据和算法,把用户的兴趣爱好、习惯偏好等内容进行数据化呈现,让用户直观回顾过去一年的轨迹。同时,平台也鼓励用户将这份报告分享出去。为了让用户主动分享年度报告,不少APP都在呈现形式上下足了功夫。有外卖平台借助AI生成技术,把用户年度数据融到短剧之中,让用户以第一人称视角过足了瘾。有APP以颁奖的形式呈现用户年度报告。

在一些用户看来,这些看似不起眼的数据比他人更了解自己的心思。南京市民刘女士表示,平时听得最多的歌它都有记录数据,能够在年底的时候回顾一下,特别是有一些记录你深夜时候听过最多的歌,或者说你的年度关键词,就会有一些感触。

质疑 数据极具个性化 带有很强隐私性

然而,质疑声音也渐渐出现。某音乐播放平台近日推出了2024年度听歌报告。随后在社交媒体上有网友称“年度听歌报告数据不准确”,相关话题冲上热搜。对此,该平台回复称,随机播放的歌曲也会会计入在内,若账号有出借他人使用,也会导致听歌数据存在差别。目前听歌报告已生成,不支持更改重新生成。

在济南市民邱女士看来,她的日常偏好也非常容易受到平台算法推荐的干扰。“我觉得大数据现在还是会给我们造成了一定信息的茧房。比如我平时稍微多看哪些内容,它会根据我们的习惯进行推送,就会让我们觉得这就是我们的生活,这就是我们的世界。”邱女士说,这些数据极具个性化,同时也带有很强的隐私性。邱女士表示,她在各大平台生成过多份报告,但她从不将报告分享到社交平台。

专家 理性看待 不过于依赖

《中国网络视听发展研究报告(2024)》显示,2023年,中国人均手机上网的单日时长为7小时15分钟。在线上生活日益丰富的今天,各平台记录的客观数据也是我们日常生活的一种映照。北京师范大学法学院博士生导师、中国互联网协会研究中心副主任吴沈括认为,此类年度报告能引发用户情感共鸣,传播效果较好,已经成为一场年度营销盛事。这些年度报告不仅可以让用户回顾和梳理一年中的事件,还是提高个性化体验的一种方式。通过可视化呈现,用户可以便捷地了解自身在这一年当中所发生的各类行为。同时,这也是各大平台增强用户黏性、提高用户参与感的有效手段。然而,吴沈括也提醒,再精准的数据也无法完全描绘出完全真实的自我。用户如果过于依赖这些报告,有可能会掉进大数据编织起的信息茧房当中。大数据应用过程中存在技术层面的局限性,如数据噪声和数据错误,它反映了我们部分生活的客观现实,但非全部。

提醒 个性展示之余存在风险

在各大APP年度报告刷屏的同时,也有不少网友担心起了数据对自己的“监控”,容易造成信息茧房和隐私泄露。针对网友们的担心,江苏钟山明镜律师事务所律师张晓华表示,根据《中华人民共和国网络安全法》《网络交易监督管理办法》规定,经营者应采用显著方式提醒消费者注意与消费者有重大利害关系的内容。对于信息收集,该规定要求经营者须明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经被收集者同意。“目前来看各个APP在公布年度账单前,都会询问用户是否同意授权获取个人信息,这样的做法是符合规定的。”她认为,各个平台获取的数据越多,用户画像就越清晰,一旦造成数据泄露,用户信息暴露在不法分子面前容易造成不利影响。张晓华提醒,网友们应尽量选择官方渠道,不要下载来历不明的APP。

本报综合消息

年底豪礼寄到家?“陌生快递”卷土重来



一个“陌生快递”、一封“感谢信”、几张贴刮乐和消费卡……近日,不少市民收到自己未曾购买的快递包裹,里面放有各大电商平台的回馈活动感谢信,声称只要扫码就可免费领取礼物并配送到家。有些“中奖者”在扫码并按照指示进行后续操作的过程中,遭受不同程度的财产损失。对此,记者对相关情况进行了调查。

“快递单有我姓名 但我购物都是用昵称”

近日,济南市民陈女士收到了一个来自东莞市的“陌生快递”,拆开后发现只有一个印有“聚划算·淘宝百亿补贴行动”的信封,下方的主办单位列有“淘宝”“京东”“天猫”“美团”等企业。

陈女士拆开信封后发现,里面装有一封感谢信和一张刮刮乐抽奖券。

感谢信上称:淘宝聚划算百亿补贴行动,戴森、蓝月亮、饿了么、美团等,携手联合在各购物平台随机抽取66888名在购物平台有着5年以上的购物记录的活跃用户,参与3重豪礼(所获的任意产品都无需任何费用包邮到家)的专场活动。刮刮乐上的领取说明则表示:刮出的奖品通过扫码联系客服可以免费领取,所有奖品均由美团/饿了么同城免费配送。

陈女士刮开刮刮乐后发现,上面印有“戴森吹风机”“支付宝红包”“洗衣液”

等“豪礼”。

“快递单上确实是我的姓名、电话和具体地址,但我平时购物都是用昵称,从未用过这样的信息组合进行过网购,不知道对方是通过什么渠道获取了我的个人信息的。”陈女士表示,除了个人信息填写较为反常外,邀请函的印刷质量也颇为粗糙,用词语病百出,她判断这应该是诈骗行为。

记者扫描了陈女士提供的刮刮乐上的二维码,随后网页跳转至一个名为“梦琪”的“客服对话框”,对方要求提供收件人姓名、手机号及领取凭证,随后诱导记者扫码加入领取礼品的会员群。不过半小时后,该群就解散了。

市民杨先生收到的,则是从苏州市寄来的一份“2024政府家电补贴活动超市卡”。宣传单上表示,可以“扫描背面二维码添加客服,所有礼品由京东包邮到家,无需任何费用”“现金补贴联系客服领取,现金直接发放到您的支付宝”。

“我此前也收到过免费的刮刮乐、小礼品等,诈骗套路都是一样的,没想到这次又收到了。”杨先生表示。

记者搜索发现,全国各地在近期均出现了类似的诈骗案件,有“中奖人”根据提示加群,完成刷单任务、充值等操作后,非但没有领取到免费商品,反而造成了上千元至几万元不等的财产损失。

不要轻易扫描陌生二维码

“实际上,近年来类似诈骗方式一直层出不穷。去年也有不少市民收到过水杯、镜子、手机支架等小礼品,诱导‘中奖者’扫码,我们也在持续根据此类案件对市民进行反诈知识的宣传与讲解。”历下公安分局刑警大队反诈中队副中队长邢树普表示,诈骗分子通过不法手段获取消费者的个人信息,寄送大量的“陌生快递”散布二维码,邀请中奖人扫码兑奖。中奖人扫码后,诈骗分子先以几元红包、寄送小礼品等方式获得受害人信任,再引诱其下载APP或入群,以领奖、返现为由让其入套,诱导其

向陌生账户转账或充值,当中奖人反应过来被骗时,骗子早已逃之夭夭。

邢树普表示,犯罪嫌疑人正是利用部分市民群众“贪小便宜”的心理,引导受害人扫描二维码,通过一系列小额回报引诱受害人投入更多资金,逐步实施诈骗。

“市民收到类似快递后,里面的二维码和相关链接都不要进行扫描和点击。”邢树普提醒广大市民,应进一步增强反诈意识,不要轻易添加相关账号做任务或进行交易。同时,在日常网购或办理业务时,也应注意保护和处理好自己的个人信

平台称未有类似活动 寄件方多为虚假身份

调查过程中记者注意到,在类似的感谢信与刮刮乐上,基本都印有“京东”“美团”“淘宝”等知名电商的署名,这些平台方对此是否知情呢?记者就此拨打了多家相关电商平台的客服电话进行咨询。

“我们了解到,确实有一些不法分子利用平台的名义,向用户寄送了礼品卡、E卡、超市卡等伪造卡片。京东方面并未寄出过此类快递,也没有举办类似的馈赠礼品活动。”京东客服表示,建议消费者不要轻易扫描包裹中的二维码,以免泄露个人信息,保护好自身财产安全。淘宝、美团等同样表示“诈骗快递”中的刮刮乐等内容与平台无关。

“感觉这些快递应该是批量寄出的,不仅快递单上印有‘第185/484个’的字样,快递驿站的工作人员也表示,经常能收到类似的‘空箱子’。”市民王先生介绍,自己收到了取件短信,通知去一个最近不太常用的收件地址拿快递。王先生拨打了快递驿站的电话咨询后,工作人员表示盒子很空,应该是宣传单或广告,“对方表示近期这种情况很常见,建议我直接扔掉。”王先生说。

记者尝试拨打了几个“陌生快递”上的寄件方电话,一些号码始终无人接听,另一些则直接是空号。

“节假日或年末购物高峰期,类似的快递会大量出现。”槐荫区一家快递驿站工作人员表示,近期有不少市民在取快递时收到类似的宣传单,“我们整理入库时也会发现,许多快递盒中‘空空如也’,用手摇了下感觉是纸撞击盒子的声音,基本就能确定是诈骗广告,我们也会提醒来取快递的用户。”此外,该工作人员表示,由于寄送纸质内容并不违规,很难断定是否存在涉诈信息,(诈骗广告)寄送的地址和联系方式也时常进行更改,监管起来确实存在一定难度。

随后记者又以电商身份咨询某主流快递公司的快递员,是否可以不实名寄送快递。该快递员表示,初次寄送快递时需要进行实名认证,不过后期姓名和手机号都可以更改,不少电商都是以店铺名字进行投递的,“如果寄送量大的话,也可以自己打印单子,或者不通过快递网点,自己找送货渠道寄送”。

本报综合消息

息,以防信息泄露,被不法分子利用。

“类似快递诈骗应多方配合进行打击。”山东国曜琴岛(济南)律师事务所丁富尧表示,一方面,快递公司应加强管理,严查虚假信息寄件的情况,一旦发现寄件方使用假姓名、假地址、假电话等信息寄件,应对其拒绝发货。另一方面,相关执法部门也应对此类诈骗行为采取“零容忍”的态度,严查相关诈骗分子。“此外,电商平台也要加强对消费者个人信息的保护。”丁富尧说。

本报综合消息