

# 《个人信息保护法》视角下精准推送的风险及应对

■ 董宏伟 卢雯婷 | 文

数字经济时代，作为多数企业都在使用的精准推送技术，渗透至社会生活各个方面，在满足用户的多元需求的同时也推动了数字经济的发展。但迅速迭代的“精准推送”服务模式存在个人信息处理无效同意、处理敏感个人信息和自动化决策中无法保护个人信息权益等诸多风险。《中华人民共和国个人信息保护法》出台之后，采取同意规则的严格遵守、个人信息的分类管理和自动化决策中个人权利的有效实现是达致精准推送附带风险的最佳策略。

## 《个人信息保护法》视角下精准推送的事实风险

### 精准推送在移动互联网时代如影随形

在个人信息保护法时代，互联网用户每天都会收到一些推送广告或者其他推送信息，大多数用户都发现这些推送信息的内容或多或少都与自己相关，例如搜索过某样商品之后不久就收到了同款商品的广告。精准推送因跟个人兴趣、社交关系等关联度较高，确实可以在很大程度上提高效率，节约用户对信息进行筛选的时间。然而，很多用户觉得在这一过程中自己的信息安全没有得到保障，个人信息和隐私在无形中遭到侵犯。2021年8月20日通过的《中华人民共和国个人信息保护法》（以下简称《个人信息保护法》）第4条对个人信息及信息的处理作出明确的定义，该法第24条对使用自动化决策进行的行为进行严格规制。随着互联网领域的发展，人们日常生活几乎已经无法脱离互联网，大数据精准推送这一概念随着互联网技术的发展应运而生。精准推送是指互联

网中的平台运营者对其所收集的用户的个人信息，例如通讯录、搜索记录、浏览记录、聊天记录等信息进行处理后，再向用户推送可能感兴趣的商品、广告、视频等，或者推送可能认识的人，即针对特定的人推送特定的信息。

### 用户难以有效拒绝精准推送

精准推送的过程大致分为三个阶段：收集用户信息，分析信息数据，根据用户画像推送信息。这一过程主要涉及《个人信息保护法》中个人信息处理规则，从《个人信息保护法》角度来分析其中可能存在的法律问题，主要存在于是否获得有效同意以及特别规定的需要取得单独同意或书面同意。实践中，获得用户同意的告知书内容往往繁杂，用户基本没有耐心将全部内容都读完就选择了同意，这种同意是否有效决定了处理者是否有权进行的行为。自动化决策的问题主要集中在其透明度上：大多数自动化决策都是“悄悄地”进行，既没有告知，也没有给予用户拒绝或选择的权利。

### 精准推送的社会关注度日益提高

近年来，由精准推送引起的案件纠纷时有发生，如凌某某诉北京微播视界科技有限

公司一案，凌某某在手机通讯录没有任何联系人的情况下使用手机号码注册登录抖音，仍被该软件推荐大量“可能认识的人”，并且在获得其同意前就已经收集到了位置信息。在微信读书案中，微信读书不仅自动关注原告的微信好友，系统还默认对自动关注的好友开放读书记录。时间较早的典型案例“朱烨诉百度”案中，百度利用 Cookies 技术记录朱烨搜索内容，对其进行广告投放。以上三个案件中的争议都聚焦“是否经过原告的知情及同意”，与之相应，此次《个人信息保护法》第 13 条第 2 款也明确规定：个人信息处理者处理个人信息需要取得个人同意。

### “精准推送”侵犯个人信息权益的法律风险

#### 个人信息处理中的无效同意风险

《个人信息保护法》的出发点是对人格尊严的保护，基于此，个人信息保护法制度主要是提高行为过程的透明度，通过这种方式来提高个人对其个人信息的控制权和决定权。“同意”一直被视为个人信息和隐私保护的一个基石，也是最基础、最透明、最简单的一种方式。同意是合法性处理的一个核心原则，是合法性基础之一。处理者在开始处理前就要确定处理行为的合法性基础，而不能在处理行为中或者是处理结束之后才取得处理的合法性基础。

要以法定的方式告知个人信息主体，同意应当由个人在充分知情的前提下自愿、明确作出。所谓自愿，是要确保个人有真正的选择权和决定权，如果是在没有真正的选择权的情况下，同意可能是无效的，比如捆绑在服务合同中的同意可能是无效的。《个人信息保护法》第 14 条规定的“单独同意”有两层意思：一是处理个人信息的同意不能和提供产品和服务的协议捆绑一起同意，二是基于特定目的的处理行为比如向他人提供或者是公开，需要单独取得个人同意。知情及同意不仅包括信息主体对收集信息内容的知情，还包括对收集使用的目的、方式和范围的知情及同意。

以微信读书一案中微信读书的告知和获取同意方式为例，在《微信读书软件许可及服务协议》中，与好友列表及读书信息处理有关的条文包括其中第 2.1 条和第 5.5 条，这两条内容没有显著提示。第 2.1 条和第 5.5 条中提到的“好友”，也让人难以联想到是指微信好友。因此，关于好友列表与读书信息的使用方式上，微信读书的告知是不充分的。在此基础上，即使设置了用户可手动开启“私密阅读”等选项，也因告知的不清晰、不充分而可能影响用户的真实选择意愿。鉴于微信读书未以合理的“透明度”告知原告并获得原告的同意，这种在原告没有充分知情的情况下做出的同意就很可能无效的。

#### 处理敏感个人信息的风险

敏感个人信息是一旦泄露或者非法使用，容易导致自然人的人格尊严受到侵害或者人身、财产安全受到危害的个人信息。《个人信息保护法》第 28 条至第 32 条为敏感个人信息的特殊处理规则。基于敏感信息的重要性和特殊性，处理敏感个人信息必须具有特定的目的和充分的必要性，并要求处理者采取严格保护措施。

与自然人日常生活联系较密切的敏感个人信息主要包括人脸识别信息和手机软件中的定位信息。人脸识别信息是生物识别信息中最易采集的个人信息，只需要一个摄像头，人脸信息就可能在不知情的情况下被获取并被储存。人脸作为个体的生物特征具有唯一性和不可更改性，一旦泄露可能造成严重危害。在新冠疫情期间，许多小区使用了人脸识别门禁系统，甚至将人脸识别作为唯一的验证方式。如果住户不同意物业收集自己的人脸信息，有可能无法进入自家小区。然而大部分小区所使用的人脸识别系统都是购买自第三方的服务，物业公司对于第三方公司后续如何监管和保护数据并不知情，所以住户人脸识别信息的安全性无法得到保障。

目前，手机软件的定位功能已经可以精准定位用户的位置，将实际偏差控制在一米以内，该精准度足以准确定位到特定的人。是否同意读取位置信息几乎是用户安装使用软件的必经步骤，如果拒绝被读取位置信息，用户可能无法使用软件或者该软件中某些功能。在凌某某一案中，原告在下载抖音

软件后，该软件主页就已经显示了当前所在城市。在登录后，主页同样显示其所在城市，随后才询问是否允许读取位置。显然，在用户第一次打开软件并且点击同意前，该软件就已经收集到了用户的位置信息。软件在读取用户的位置信息后可以更加精确地推送广告以及其他信息，并且位置信息还能与手机号码信息结合识别特定的人。

### 自动化决策中的侵权风险

自动化决策是指通过计算机程序自动分析评估个人的行为习惯、兴趣爱好或者经济、健康、信用状况等，并进行决策的活动。自动化决策对个人的侵权风险主要集中在引发个人隐私泄露的风险。随着自动化算法的进一步智能化，隐私泄露的风险也增加了。以前，隐私泄露风险大都存在于用户数据收集阶段，然而算法的进一步智能化使得在算法预测阶段也可能有隐私泄露风险。就算是网络用户从未向网络平台披露的个人信息，自动化算法也可以根据已经获得的其他信息进行预测。自动化决策还涉及侵犯消费者权益，也即近来引发热议的“大数据杀熟”现象，这也是自动化算法更智能的体现。“大数据杀熟”是指同样的商品和服务，对于不同的人定不同的价格。最常见的就是在线上购物平台中，经常购买某些商品的玩家需要支付的价格，可能会高于那些首次购买同样商品的用户。“大数据杀熟”而导致的不公平的价格严重侵犯消费者权益，此次《个人信息保护法》对该热点问题作出回应，明确禁止这种价格差异化行为。

## 《个人信息保护法》视角下“精准推送”的法律规制

### 严格遵守同意规则

同意规则是《个人信息保护法》处理规

则中的核心要点，是个人信息处理者得以处理个人信息的前提。通过这一核心规则，提高处理过程的透明度，保障信息主体对其个人信息用途、去向等的知情权，保障由个人对自己的信息进行决定，而不是由信息处理者自行决定。

同意要求在个人充分知情的前提下自愿、明确作出，在特定的情形中要有一个积极的行为来表示信息主体接受个人信息被处理的行为，这个积极的行为可以是口头的，可以是书面的，也可以是电子的。针对特殊的类型和特定的行为，法律、行政法规还规定了单独同意或者书面同意。《个人信息保护法》规定，处理者公开或者向其他个人信息处理者提供、向境外提供其处理的个人信息，需要取得单独同意。敏感信息属于个人信息中的一类特别信息，对于人身财产安全较为重要，处理此类信息也需要取得单独同意。在公共场所安装的图像采集、个人身份识别设备，所收集的信息如果不是用于维护公共安全，亦需要取得单独同意。以上五种情形是《个人信息保护法》规定的需要取得单独同意的情形，对于书面同意《个人信息保护法》中没有特别规定，其他的法律和行政法规有一些规定，比如征信管理条例对于要求查询征信报告要求取得个人书面同意，还有人类遗传资源管理条例对要获取人类遗传资质也要经过个人的书面同意。

个人信息处理者获得信息主体同意的行为并不是一劳永逸的，法律还赋予信息主体撤回同意的权利。个人对其个人信息表示同意处理，允许处理者进行处理，并不是表明放弃了对其个人信息的决定权和控制权。所以，基于个人的决定权和控制权，要求法律赋予个人可以随时撤回同意的权利。能够随时撤回同意，也是个人信息自决权的一个基本要求，避免个人尊严和行动自由受到之前同意表示的拘束。同时，撤回同意的方式应当是与获得同意方式的便捷程度相同的。比如获得同意是采用打钩的方式，那么打钩同样也是撤回同意的方式。撤回同意不影响先前基于同意作出的处理行为的效力，但是个人信息处理者不得继续处理行为，并且应当主动删除个人信息。个人信息自决权还体现在，在处理内容变更时，需要重新取得个人同意。《个人信息保护法》第14条、第22条以及第23条即是对需重新取得个人同意的规定。

### 个人信息的分类管理

对个人信息进行分类管理作为个人信息处理者的法律义务，有其必要性。不是所有的个人信息都会对信息主体造成同样的影响，例如单纯一个姓名，如果不与其他信息识别是无法识别特定的人，那么自然不会给主体造成危害；相比之下，仅根据单纯的定位信息就可以向主体精准推送周边广告。也就是说，不同的个人信息在出现泄露或非法使用的情况时，对主体造成的危害程度是不同的。个人信息科学规范的分类是强化个人信息保护措施的前提，有利于处理者对不同的信息采取合理的保护措施，从而加强对个人信息的保护。互联网时代，信息处理者每天都接收大量信息数据，如果对于每一个信息都使用同样的处理方式，可能增加侵权的风险或者降低工作效率。只有通过事前合理地对个人信息进行分类化处理，才能为后续保护措施的开展奠定规范基础。

《个人信息保护法》将个人信息分为两类：一般个人信息和敏感个人信息。由于敏感个人信息一旦泄露或者非法使用，容易导致自然人的人格尊严受到侵害或者人身、财产安全受到危害，所以法律对敏感个人信息设置了额外的规定，即需要个人信息处理者在处理此类信息时遵守更严格的规定，以加强对敏感个人信息的保护。

### 自动化决策中的个人权利实现

自动化决策建立在整理收集大量主体个人信息数据的基础上，使之能够满足不同的需求。在互联网大数据时代，自动化决策已经普遍用于生活、工作、娱乐等各方面。不可否认，相较于人工决策，自动化决策效率高、错误率低、能够提升服务水平等优点，因此社会各领域都日益依靠这一技术。自动化决策可以根据已有信息进行精确预测，不仅能对现存信息进行预测，还能预测未来行为，能够利用现代大数据分析技术给出符合未来发展趋势的结果。然而，由于目前的自动化决策算法的运作程序存在不公开不透明的问题，导致错误的信息或者涉及隐私的信息可能会被滥用，造成不公平不公正的决策结果。这一不公平不公正的决策结果会损害个人利益，甚至造成灾难性的后果。所以《个人信息保护法》规定个人信息处理者利用个人信息进行自动化决策时，应当保证决策的透明度和结果公平、公正。在自动化决策这

一程序中，保护个人权利的前提就是要保证透明度，否则信息主体可能无法得知自身权利被侵犯的情况。

精准推送的实现，正是依赖于自动化决策这一技术，通过自动化决策方式向个人推送信息、展开商业营销。《个人信息保护法》没有绝对禁止这种行为，但是要求处理者应当同时向个人提供不针对其个人特征的选项，或者提供便捷的拒绝方式。通过自动化决策方式作出的决定，对个人权益有重大影响的，个人有权要求予以说明，并且有权拒绝仅通过这种方式作出决定。作为个人信息处理者的义务之一，在利用个人信息进行自动化决策前，应当进行个人信息保护影响评估。

### 结语

企业收集个人数据进行商业利用的方式日新月异，精准推送与定制化服务已成数字经济中主要的商业服务模式，这一模式最大的特点就是需要企业拥有庞大的信息数据库。由于精准推送具有效率高、收益大、智能化等优点，不少企业过于依赖这一技术甚至对其进行滥用，以至于存在个人信息处理无效同意、处理敏感个人信息和自动化决策中无法保护个人信息权益等诸多风险，导致个人信息权益受损。作为一部平衡数字经济发展和个人信息保护的法律，《个人信息保护法》的出台严格规范了企业利用个人信息的行为，使得数字经济更加规范化，大大降低了企业侵权风险，并且使得个人信息得到了强有力的保障。

□□

作者单位：国家计算机网络与信息安全管理中心江苏分中心、南京信息工程大学