

互联网征信中个人信息 保护制度的审视与反思^{*}

赵园园

【摘 要】互联网征信带来的个人信息与隐私的界限日渐模糊、对个人信息侵害方式的变化、对个人信息保护模式的改变等问题亟待研究。立法上应重视对个人信息保护与信息利用的利益衡量，上游立法与下游立法相互补充，清晰界定互联网征信机构与大数据服务商的区别，加强对互联网征信的监管，以强化互联网征信领域个人信息的保护。

【关键词】互联网征信 个人信息 信息权 隐私权 利益衡量

【中图分类号】D922.294 【文献标识码】A 【文章编号】1000-114X(2017)03-0212-09

伴随互联网与云计算技术的普及，有关个人与企业的信用信息的产生和记录、存储日益简单，消费者的社交数据和电商交易数据也都用来作为信用评估的重要依据。互联网征信对大量的信用信息与数据进行采集、加工与利用，为用户提供更加个性化的征信信息服务。在《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》中也有关于加快大数据征信与信用评价体系的内容。实践中，我国首个个人信用评分产品的出现是对发展大数据征信的积极回应。^①最高人民法院和芝麻信用于2015年7月签署的失信被执行人信用惩戒合作备忘录，则开创了首次通过最高人民法院授权由第三方商业征信机构联合进行信用惩戒的先河。^②

当前的互联网进入大数据时期，利用各种智能数据设备，进行各种即时数据的采集，并通过网络即时传输和云计算进行处理，数据来源光谱多维。这些数据虽然没有统一要求或标准化，但依然是宝贵的资源。^③互联网征信机构采集的信贷数据有社交数据、P2P网络借贷信息、第三方支付机构的支付与消费数据、电商平台的交易信息以及移动地理位置信息等。这些信息数据体现了信息主体的消费行为、财富能力、社会关系以及行为偏好等特征，具有较强的时效性，并能与

^{*} 本文系教育部人文社会科学一般项目“互联网金融领域信用法律体系的构建”(项目号14YJA820033)与2017年度上海政法学院青年科研基金项目的阶段性成果，并受上海市法学类高原学科金融法方向资助。

传统的信用信息相互补充来评估信用风险。^④加之互联网所具有的开放共享、人人参与的理念以及大数据获取与分析的先天优势等,在降低信息不对称和交易成本方面,可以实现传统交易模式下难以实现的机制设计。^⑤

互联网征信与传统征信相比,在数据来源和数据内涵以及进行信用评估的模型思路不同,在进行信用评价时趋向于对人本性的判断,市场化的征信机构引入之后,征信报告与信用产品的应用场景大大增加。^⑥但如何保障信息的准确性与消费者的合法权益以及如何提高互联网征信的效用,并保障个人信息方面的权利,这些问题值得深入探讨。

一、互联网征信面临的法律问题

美国互联网金融公司 Zest Finance 总裁曾说过,所有的数据都是信用数据。大数据作出了重要承诺,它承诺更好的预测算法,进而可以为银行和非银行用户提供更好的产品。^⑦但大数据下的互联网征信也产生了许多新的法律问题。

(一) 个人信息与隐私的界限日渐模糊

1. 个人信息与隐私权。《美国、欧盟的隐私安全港原则与常涉问题》中个人信息是指在指令的覆盖范围内,关于某一确定的人的资料或用于确定某人的资料。2013 年我国最高人民法院、最高人民检察院、公安部发布《关于依法惩处侵害公民个人信息犯罪活动的通知》,首次明确个人信息包括公民的姓名、年龄、有效证件号码、婚姻状况、工作单位、学历、履历、家庭住址、电话号码等能够识别公民个人身份或者涉及公民个人隐私的信息、数据资料。

隐私权通常指自然人拥有的私人生活安宁和私人信息秘密不被他人非法侵扰、知悉、收集、利用和公开的基本人权。网络隐私权是隐私权在网络空间中的体现,对个人数据、私人信息、个人领域有知情权、选择权、合理的访问控制权,以及保证其安全性和请求司法救助的权利。例如禁止在网上泄露个人相关的敏感信息,发表诽谤言论等。^⑧如果说隐私权产生之初是为了对抗新闻自由侵害个人生活领域与精神安宁,规制的重点在新闻自由的界限的话,那么网络隐私权就是对抗网络服务商通过技术优势窃取、收集、加工用户个人资料和信息进行商业利用侵害个人生活、网络生活及精神安宁,所以网络隐私权的规制重点在于网络手段及网络技术控制。^⑨

互联网征信在开放、信息共享的模式下,数据采集和征信的成本很低。有些敏感信息的所有权与使用权并没有清晰的界定,由此部分征信机构借助技术手段并以社交网络和电子商务为平台,采集大量信息,^⑩评估信息主体的经济交易数据、个人行为偏好以及消费规律,但很少考虑个人信息的安全和隐私问题,扩大了信用信息的边界,也导致了信息的过度采集。

2. 个人信息范围不断扩大。可识别性是个人信息的重要属性。直接识别的个人信息如个人姓名、家庭住址、电话号码、电子邮箱地址等,争议很少。^⑪在云计算、大数据的冲击下,间接可识别成为一个相当模糊的地带。^⑫信息搜集与再识别技术的应用使很多价值密度低的数据更易被赋予可识别性特征。征信机构通过分析互联网用户的消费信息、网页搜集信息、社交网络上的个人信息、智能手机的位置信息等,可快速对某特定的自然人进行识别。^⑬

欧盟数据保护新条例中,数据保护原则适用于“已识别身份”和“可识别身份”的任何信息。包括能确认个人身份的信息和可以标记出个人但不一定确认个人身份的信息,如经过匿名化处理,通过使用其他数据可以定位到个人的信息,也被归为可识别信息。对于使用上网设备和工具在网上浏览时产生的足迹信息,如网端地址与 cookies 等信息,当与唯一身份识别信息和其他

信息结合使用时,可能被用于创建个人档案并识别个人身份。^⑭

(二) 对个人信息的侵害方式需要重新认识

对隐私、尊严、人格等的威胁不仅与个人信息的使用方法有关,也与个人信息的采集、加工方法相关。对个人信息的大量采集、深度分析、高速传播本身就可能对征信主体的权利与自由构成威胁。

有些互联网征信机构声称对个人信息进行了清洗,在信用评估结果中不显示敏感数据。但经过匿名化处理的个人数据,经过其它数据的对比仍然可能追溯到信息主体。由此可见,“清洗”不等于“脱敏”,不足以对信息主体隐私进行保护。在可获得数据日益广泛和数据算法缺乏足够透明度的情况下,匿名化的数据存在重新识别出用户身份的可能性。英国信息专员办公室 2014 年发布《大数据与数据保护》,提出充分匿名化的数据不适用于个人数据保护法,企业应对数据匿名化及后续利用的隐私及信息安全风险进行评估。日本 2015 年 8 月通过《个人信息保护法》修正案,对大数据交易做出了更新规定。允许企业向第三方出售充分匿名化的数据,但要履行相关义务,包括:匿名化的数据不能识别特定个人,且不能复原;匿名后的数据不能与其他信息进行比对、参照,以实现身份识别的功能;企业应当公布匿名化的数据所包含的原始数据的要素。^⑮

(三) 对个人信息的保护模式需要改变

1. 告知与许可规则难以有效执行。告知与许可规则是欧美数据保护立法的核心规则,是指信息数据的控制与处理主体应事先告知用户并得到用户的明示或者默示的许可才能收集与处理数据。但在互联网征信的实践中,告知与许可规则显得格格不入。以云计算为例,云服务商为取得信息主体的明示许可,须耗费巨大资金,在其系统软件中设计新的收集信息主体做出同意的方式。信息主体也会因此反复签署数据控制者或处理者为确保信息主体做出明确同意的意思表示而提供的合同,这不利于信息主体顺畅的使用服务。但告知与许可规则若不执行或宽松执行将导致数据主体对个人数据的控制力下降甚至消失,如何趋利避害是完善该规则的关键所在。^⑯我国《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》和《电信和互联网用户个人信息保护规定》也确认了该原则。大数据背景下的业务模式对告知和许可原则是一种挑战。互联网征信机构收集个人信息除了用于最初的用途,还有可能创新利用。告知和许可原则关注个人信息收集的用户许可,对信息转移后实际使用者的责任关注不够。^⑰

在采集和查询个人信息获取授权的基础上,如何更好的保障消费者的知情权和异议权需要探索。如美国最大的数据服务商 Axiom 于 2013 年 9 月发布了面向消费者的网站,支持通过认证的消费者在线查看本人被收集的信息并在线更正,这是保障消费者的知情权和异议权的一个尝试。^⑱

2. 个人信息保护责任主体的扩大。越来越多的初创企业从社交网络采集、使用数据,依赖网络数据评估消费者的信誉。^⑲社交媒体的本质在于分享和传播,其出现满足了人们分享个人信息的欲望,取得了内心的满足感和存在感。但现代信息技术以及新型传播媒体的出现,使越来越多的个人隐私传播来源于社交媒体的截图和转发。个人不仅是信息保护的主体,也向信息控制者的身份转化。如互联网征信机构收集个人信息时,在依照法律规定保障信息主体的知情权和选择权时,信息主体也应增强信息安全意识和个人信息的自我控制。^⑳

信息主体的信息安全风险存在于信息存储和传输以及处理、销毁的全过程,还涉及到多方参

与者如政府、信息控制者和信息处理者等，从而导致责任认定的难度增加。一家企业的信息供给本集团的多家企业使用，在集团内部实现了信息的共享。由于信息接口的多样性以及多个主体访问和使用，使责任主体难以辨识。^{②1}

二、互联网征信中个人信息法律保护模式

（一）价值取向：个人信息保护与利用的利益衡量

互联网改变了人们的表达方式和识别方式，也引发了互联网征信中的数据观、隐私观和权利观的改变。信息挖掘和信息评估技术的发展导致个人数据信息被采集和利用以及数据信息识别到个人的可能性增加，通过大数据分析，“身份化”与“非身份化”的边界已经变得不明显，“去身份化”的信息可能被重新“身份化”。^{②2}因此，个人隐私与个人信息保护面临更多的威胁。解决问题的核心在于对信息主体的保护和信息利用的利益平衡。有效的解决方案是以一定标准对个人数据信息进行区别保护和利用，实现个人数据信息保护与利用的多赢。^{②3}由于征信所带来的个人信用信息的披露与流动，使个人空间受到了前所未有的挑战。征信立法需要在保障信息开放和保护个人权利中的平衡。^{②4}美国的隐私保护司法实践，对信息主体隐私权的保护经常受到新闻自由的限制，原因不仅在于两者出现的先后顺序和美国宪法对新闻自由和表达自由的明确规定，还在于新闻自由与隐私权保护背后隐含的价值博弈。^{②5}信息社会中信息的收集、获取以及使用是极具商业价值的，如果对个人信息的收集和加工、使用规定过于严格，也会对征信业的发展带来影响。因此，实现有效保护个人隐私但又不过度抑制征信行业的发展创新之间的平衡最为关键。^{②6}

（二）规则制定：上游立法与下游立法相互补充

上游立法针对的是不管是否有害的一切个人信息处理行为，下游立法针对的是利用个人信息进行的加害行为。个人数据保护制度的确立，伴随着从下游控制走向上游控制的过程。美国模式更多停留在下游立法的水平，要求有损害才采取行动，^{②7}美国信用立法中没有信用信息的概念和范围标准，只要征信机构认为某信用信息有利于对信息主体的信用状况进行评估就可能进行采集，并且不需要提前征得信息主体的同意，但要遵循法定程序，制作的信用报告也应用于法定目的。而欧盟模式则已经越来越向上游立法靠近，进行个人数据处理本身就是采取行动的理由。

我国虽然加快了个人信息立法的步伐，但《个人信息保护法》仍在酝酿中，个人信息保护领域缺少一部专门的、权威的法律。关于个人信息保护的规则散见于各种法律、行政法规、规章和规范性文件中，过于零散。在立法价值取向上从各自所属的制度出发，存在颇多冲突之处，应当加以协调。现有征信法律法规都是基于传统模式而无法满足互联网技术条件下信用征信的发展需求。应将新金融业态下的征信业务模式纳入到现有法律规制体系中，赋予其合法地位，明确大数据技术条件下信息数据的采集以及使用的流程、规范^{②8}。《关于加强网络信息保护的决定》对个人信息保护、维护网络信息安全提供了法律依据，并出台了首个个人信息保护国家标准，即《信息安全技术公共及商用服务信息系统个人信息保护指南》，将个人信息分为个人一般信息和个人敏感信息，并提出默许同意和明示同意的概念。^{②9}这些法律文件的出台对于规范征信活动起到基础性的作用。各部委也积极制定更加具有操作性的个人信息保护的规定，如工信部《电信和互联网用户个人信息保护规定》明确互联网企业对用户信息的采集应当遵循合法、正当和必要的原则，但在实践中很难落实。

（三）权利保障：明确信息主体的权利

个人信息保护的法律规范无法基于一个预先设计的规划,而是由于侵权形态、科技进步以及社会公众的权利意识等因素影响始终处于快速变动的过程。^⑨个人信息权利兼具财产权与人身权的属性,并具有技术性的特点;而隐私权以保护人格利益为主,对应新闻自由而产生,并以避免侵害和损害救济为目的。因此我国在个人信息保护立法中应明确信息主体的几项基本权利。

1. 明确信息主体的隐私权。隐私与已公开信息交错存在,如在网络中就存在大量与个人隐私有关的信息,并具有强烈的主观色彩,对信息的公开与保密的界限难以用同一个标准。^⑩我国《侵权责任法》首次规定了隐私权。《最高人民法院关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》第12条在利用司法手段保护个人信息方面作出了明确规定,网络服务提供者利用网络公开自然人病历资料、健康检查资料、基因信息、犯罪记录、家庭住址、私人活动等个人隐私或其他个人信息,造成他人损害,被侵权人请求其承担侵权责任的,人民法院应予支持。

但在互联网征信机构采集的信息中,如何界定个人隐私仍然十分困难。在征信立法与执法中,限制敏感信息的使用与采取,使用信息时应获得信息主体的同意,这些对于保护信息主体的个人隐私有一定作用。

首先,在互联网征信中,如何限制个人敏感信息的使用,美国和欧洲采取了两种做法。欧洲对个人信息利益给予严格保护,其采用搜集限制原则,即个人信息数据的收集必须以实现特定目的为原则,不允许有超出特定目的的信息搜集。征信机构收集个人信用信息的范围需事先经有关机关审查确定。而美国则根据市场交易效率优先采取相反的做法,征信机构在收集个人信用信息时,可以采集各种信息,但要加以记载和说明,但在对外提供信用报告或进行个人信用记分时,则对敏感个人信息的传播和利用加以限制。

其次,对于采集和使用个人信息需取得信息主体的书面授权,美国《公平信用报告法》为我们提供了有效的借鉴。为避免收录入不正确的或陈旧的信用信息数据,征信机构对于个人的信用信息数据进行录入时进行严格的确认,信息主体对信用信息数据可以请求查阅、对错误信息可以请求更正、可以提出异议等。征信机构在向信息使用者提供被征信人信用信息报告前应当通告被征信人并且征信机构仅能以法律规定的目的向信息使用者提供报告,否则便是违法行为。被征信人在对其个人的信用信息数据有异议时,有权要求征信机构对该信息数据进行进一步的调查,以确认信息的真实性与合法性。^⑪

我国《征信业管理条例》有“采集个人信息应经信息主体本人同意,未经本人同意不得采集”的规定,腾讯征信就因为难以获得用户的授权放弃了对京东数据信息的采集。但有些互联网机构仍有可能根据个人登录网站的痕迹在其不知情的情况下完成信息采集,或者在为用户提供免费服务时加以提供基本信息条件。我国《征信业管理条例》还要求信息使用者应按照约定用途使用信息并不得在未经同意的情况下向第三方提供信息主体的个人信息。而很多机构虽然在其隐私政策中规定其有权将信息主体的信息与其他遵守同等隐私政策的机构平台进行交换与合作,而用户往往会忽略该信息或为了获得企业的服务而主动放弃权利。

2. 增加规定信息主体的被遗忘权。2012年欧盟《一般个人资料保护规章》(General Data Protection Regulation)中第一次明确规定了被遗忘权,被遗忘权的内容是规定个人信息的使用期限,当信息主体认为不再需要相关信息或不再满足被收集时的用途时,信息主体就有权要求数据控制者删除信息。^⑫被遗忘权作为一种新型权利,尽管很多国家有所规定,但也有很多国家反对

被遗忘权的立法。美国加利福尼亚出台了“橡皮擦法案”对未成年人的网络隐私进行保护。但仍有学者认为在美国建立以删除权为内容的被遗忘权十分困难，因为美国法院通常认为个人信息公开后就无法主张隐私，数据信息的删除会妨碍他人的信息搜集，并进而影响新闻自由。^③笔者认为，被遗忘权的引入对我国个人信息保护将发挥巨大作用，但目前困难重重，立法进程较为缓慢。

三、加强对互联网征信的监管

《社会信用体系建设规划纲要（2014 - 2020 年）》提出要对合格的互联网公司颁发征信牌照，并提出互联网金融平台可积累交易数据，构建信用数据库，将商业化的信用审核数据应用于其他金融机构、自身小贷业务以及上下游供应商和服务商的交易信用评价中，并通过平台收集和分析个人信用状况，与我国传统的信用征信体系对接。^⑤

互联网、大数据技术正引领征信领域的变革，征信市场竞争互补的发展格局逐步形成，对互联网征信领域的个人征信机构进行监管也应适应互联网征信的新特征与新模式。

（一）清晰界定互联网征信机构与大数据服务商

在大数据时代，一些互联网企业进入征信市场，针对没有银行信贷记录的人群提供征信服务。2015 年初我国央行就印发了《关于做好个人征信业务准备工作的通知》，要求腾讯征信等机构做好个人征信业务的准备工作。但这 8 家机构并未获得牌照。2015 年底，央行发布《征信机构监管指引》，对征信机构设置了审慎性条件，并要求个人征信机构按照注册资本总额的 10% 提取保证金，该风险基金是为应对信息主体法律诉讼、侵权赔偿等事项建立，尤其是可能用于征信公司侵犯个人隐私信息方面的纠纷赔偿等。

但到目前为止，我国还并不存在真正意义上的互联网征信机构，而更多的是在大数据与互联网时代产生的为用户提供信息服务的大数据服务商。随着传统信贷信息以外的个人信息被应用在信用风险评估和资格审查中，征信机构与数据服务商实际上更加趋同，但信息滥用现象也更为普遍，包括没有获得授权采集信息、通过强制授权采用信息、获得一次授权终身使用信息、没有明确信息使用目的等情况。监管机构应针对信息使用的场景和目的来制订监管规则，^⑥实现信息主体权益保护和数据合理应用之间的平衡，避免过度创新逾越边界。

从美国数据服务商的发展也可以看出，数据服务商对外提供的信息产品被直接应用到信贷、保险、雇佣及其他交易活动评估等方面。这些数据服务商为了避免承担《公平信用报告法》的责任，在对外提供的信用产品中使用契约语言明确收集的信息不是用于消费者信用报告的目的和该信用报告也不会用于 FCRA 法案允许的任何目的。无论最终使用的信息是用于何种目的，只要该机构提供的消费者信息能够合理预期可能用于 FCRA 规定的用途，且没有采取合理的程序来限制信息的使用，其就应该被认定为是消费者报告机构（CRA）。^⑦对此，美国联邦贸易委员会多次警告，数据服务商出具的信用报告不适用《公平信息报告法》的免责声明不足以避免 FCRA 的法律适用。一些数据服务商由于违反《公平信息报告法》而被联邦贸易委员会予以处罚。^⑧美国联邦贸易委员会曾多次对授信人进行罚款，原因是其由于种族、国籍、收入来源、年龄、婚姻状况、怀孕、性别等对信息主体歧视对待。^⑨而根据多德弗兰克法案成立的消费者金融保护局于 2012 年也发布了对个人征信机构监管的规则，其主要监管年收入超过 700 万美元的征信机构，重点监管信贷机构或其他主体向征信机构提供的数据是否正确；数据是否被正确处理；争端解决

机制是否有效。^④

（二）加强互联网征信的监管

我国的互联网个人征信业务仍处于起步阶段，明确对互联网征信机构的监管规则至关重要。应加强对个人信息保护的立法与行政监管，提升个人信息保护水平，为消费者建立维权申诉的一站式服务。^⑤加强个人信息保护，为消费者确立维权申诉的有效途径。^⑥监管部门应通过完善的立法与有效的监管措施，让信息主体能够以便捷、简单的方式有效保护自身权益。

美国国家消费者法律中心提出的针对大数据征信领域进行监管的一些政策建议，值得我们参考。包括：联邦贸易委员会和消费者金融保护局应该检查数据服务商合法遵守《公平信用报告法案》（FCRA）和《平等信用机会法》（ECOA）的情况。消费者金融保护局与联邦贸易委员会共同创建一系列的监管规则。定义合理的程序确保使用大数据的准确性；指定一个机制以便消费者能够审查文件中包含的有关消费者自身的所有信息，而不仅仅是那些明确识别消费者的信息；定义合理的程序解决关于信息准确性的争议。^⑦消费者金融保护局应该创建针对消费者报告机构强制注册机制，以方便消费者知道谁拥有他们的数据。

四、结语

大数据时代的互联网征信由于在信息采集、分析、利用等方面体现出与传统征信不同的特点，为其发展带来一定优势，但也导致很多问题的出现，首要问题就是个人信息保护面临诸多挑战。个人信息保护的法律法规无法基于一个预先设计的规划，而是基于侵权形态、科技进步以及社会公众权利意识等因素始终处于快速变动的过程，这给信息保护立法、执法以及对信息主体的保护模式带来了很大挑战。应加强对互联网征信发展过程中信息主体的保护模式、立法变革与执法理念的探讨，以期对我国个人信息保护与互联网征信业务的有效规范提供参考。

①芝麻信用依据人们留存在阿里巴巴上的交易行为数据设计信用打分体系，是中国有史以来首个个人信用评分，其通过分析大量的网络交易及行为数据来进行信用评估，包括用户的身份特征、行为偏好、信用历史、履约能力和人脉关系五个维度。分别对应过往信用账户还款记录及信用账户历史；在购物、缴费、转账、理财等活动中的偏好及稳定性；享用各类信用服务并确保及时履约；在使用相关服务过程中留下的足够丰富和可靠的个人基本信息；好友的身份特征以及跟好友互动程度。这些信用评估可以帮助互联网金融企业对用户的还款意愿及还款能力做出结论，继而为用户提供快速授信及现金分期服务。该系统将收集来自政府、金融系统的数据，更重要的是会充分分析用户在淘宝、支付宝以及社交媒体中的记录。这些数据广泛来源于网上银行、电商网站、社交网络、招聘网、公积金社保网站等方面，最终聚合形成个人身份

认证、工作及教育背景认证等多维度的信息。

②当前，互联网金融服务中对失信者的惩戒措施和手段比较少，阿里巴巴可以通过电商内部通告或关停网店等方式来进行惩戒，网络金融平台则一般通过“黑名单”来进行惩戒，这样的惩戒力都比较弱。但近来司法机构与网络征信机构联手惩戒失信者初见成效。截至2015年12月17日，芝麻信用通过其信用平台，共限制失信被执行人购买机票、租车、贷款等超过13万人次，5300多名失信被执行人还清债务。

③黄欣荣《大数据时代的思维变革》，重庆《重庆理工大学学报（社会科学）》，2014年第5期，第17页。

④王秋香《大数据征信的发展、创新与监管》，北京《国际金融》，2015年第9期，第63页。

⑤许荣、刘洋、文武健、徐昭《互联网金融的潜在风险研究》，北京《金融监管研究》，2014年第3期，

第 42 页。

⑥快的打车宣布正式加入蚂蚁芝麻信用体系，双方将在打通账户体系的基础上，进行深度合作。未来，蚂蚁芝麻信用体系的“芝麻分”也将成为快的打车、快的一号专车评选司机的标准。这就意味着出租车司机与消费者的“无故违约”行为也将影响个人的“芝麻分”。快的打车、快的一号专车将为“芝麻分”在 600 分以上的支付宝实名用户提供相应专属的信用服务。以快的打车为例，凡是“芝麻分”600 分以上的支付宝实名用户，今后都可以在未完成车费支付的情况下，先下出租车。

⑦④③Persis Yu, Jillian McLaughlin, Marina Levy, Big Data: A Big Disappointment for Scoring Consumer Credit Risk, National Consumer Law Center, March 2014.

⑧马晓君、孙宇清、刘发朋 《社会网络中的隐私保护》，北京 《中国计算机学会通讯》，2011 年第 1 期，第 52 页。

⑨王新锐 《寻找个人信息保护和利用的平衡点——朱烨诉百度隐私权侵权案》，北京 《中国征信》，2015 年第 7 期。

⑩互联网征信机构采集的信息有：基本信息，包括职业、收入、工作稳定性、街区、放假及居住稳定性；借贷信息，包括车贷、房贷、信用卡和学生贷等；消费信息，商场和网络消费频次、额度等；公共信息，法院判决、税务拖欠、地铁逃票、交通违章、亲友欠款等。用户的公益行为甚至也会影响到个人信用。

⑪针对个人数据边界模糊问题，美国著名数据保护法律专家 Paul M. Schwartz 与 Daniel J. Solove 在 2011 年提出了个人信息 2.0 及合规体系（Personally Identifiable Information, PII2.0）。各国个人数据保护法中对个人数据的法律界定可以被看作 1.0 版本，但这在网路环境存在着诸多不适应，因此在其基础之上，学者提出 2.0 版本。PII2.0 的思路后被 2013 年世界经济论坛继承、发展。目前各国应对大数据发展形势而对个人数据保护立法的修订，不同程度上也吸收了这一思路。在我国个人数据保护法律较为原则笼统的背景下，PII2.0 概念及合规体系具有内在合理性，能够为企业合规提供参考。

⑫王融 《数据保护三大核心问题与合规建议》，北京 《中国信息安全》，2015 年第 5 期。

⑬⑩②①黄道丽、张敏 《大数据背景下我国个人数据

法律保护模式分析》，北京 《中国信息安全》，2015 年第 6 期。

⑭丁治同 《欧盟数据保护条例对独立第三方征信的影响》，北京 《中国征信》，2015 年第 5 期。

⑮王融 《明确界定数据产权、推动建立大数据交易规则》，北京 《中国征信》，2015 年第 12 期。

⑯彭云 《大数据时代用户个人信息保护策略：分级分类保护》，中华人民共和国工业和信息化部网站：<http://www.miit.gov.cn/n1146312/n1146909/n1146991/n1648534/c3489046/content.html>，访问时间：2015 年 12 月 3 日。

⑰杨渊 《从美国数据服务商看互联网征信业发展和监管》，北京 《中国征信》，2015 年第 6 期。

⑱Yanhao Wei, Pinar Yildirim, Christophe Van den Bulte, Chrysanthos Dellarocas: Credit Scoring with Social Network Data, Marketing Science Published online in Articles in Advance 26 Oct 2015. <http://dx.doi.org/10.1287/mksc.2015.0949>.

⑲朱芸阳 《走出个人信息保护的认识误区》，北京：《中国征信》，2015 年第 12 期。

⑳单磊 《大数据时代的个人信息保护平衡：法律问题与悖论》，上海 《互联网金融法律评论》，2015 年第 2 辑。

㉑张新宝 《从隐私到个人信息：利益再衡量的理论与制度安排》，北京 《中国法学》2015 年第 3 期，第 50 页。

㉒白云 《个人征信体系的法经济学基础》，济南：《法学论坛》，2013 年第 2 期，第 77 页。

㉓李延舜 《个人信息权保护的法经济学分析及其限制》，济南 《法学论坛》，2015 年第 3 期，第 47 页。

㉔㉕李真 《大数据信用征信：现实应用、困境与法律完善逻辑》，海口 《海南金融》，2015 年第 1 期，第 9、8 页。

㉖1970 年美国《公平信用报告法》（Fair Credit Reporting Act, FCRA）几经修改，主要内容是以自然人信用报告为核心，对自然人信用信息的征信机构、自然人信用信息的提供者以及信用报告的使用者之间的权利义务关系进行规范。该法定义的信用报告是指关于信息主体信用评价、信用状况、信用能力以及消费特点、性格、生活方式等有关个人信用的书面、口头或其他资料形式的报告。例如，《公平信用报告法》

规定,自然人的信用报告只能用于向自然人提供贷款、承保、决定是否录用其为本公司职员等法定目的;又如,自然人信用信息报告的使用人,如果基于报告中的信息可能作出不利于自然人的决定(如不予提供贷款,不承保,不予录用)前,应事先通知自然人本人,并告知其有权在60天内从征信机构处免费获得一份自己报告的复印件,同时有权向征信机构就报告信息的准确性和完整性提出异议。而隐私权保护问题,主要在信用信息的使用阶段得以解决。

②⑨ 何晓明、王婧 《个人信息保护立法及监管要求》,上海《德勤企业风险(第六辑)》,上海交通大学出版社,2013年,第5页。

③⑩ 贺栩栩 《比较法上的个人数据信息自决权》,北京《比较法研究》,2013年第2期,第75页。

③⑪ 张士铨、黄昌利、刘红 《征信数据开放——如何处理个人隐私与商业秘密》,北京《经济研究参考》,2002年第67期,第42页。

③⑫ 胡大武、杜军等 《征信法律制度研究》,北京:法律出版社,2012年,第154页。

③⑬⑭ 王茜茹、马海群 《开放数据视域下的国外被遗忘权法律规制发展动向研究》,武汉《图书情报知识》,2015年第5期,第126页。

③⑮ 杨东 《互联网金融的法律规制——基于信息工具的视角》,北京《中国社会科学》,2015年第4期,第122页。

③⑯ 杨渊 《从美国数据服务商看互联网征信业发展和监管》,北京《中国征信》,2015年第6期。

③⑰ 如Spokeo公司被联邦贸易委员会在2012年起诉,原因是其向人力资源公司、背景调查公司等提供信用产品,Spokeo试图否认FCRA法案规定的义务。联邦贸易委员会指出信用报告没有用于FCRA规定目的的免责声明不足以避免FCRA法案的适用。

③⑱ GeoCities 是互联网上最受欢迎的网站之一,已经同意就其收集儿童和成人的个人识别信息用于不当的目的与联邦贸易委员会达成和解协议,GeoCities 同意在

其网站上明确和突出隐私通知,告诉消费者什么信息被收集并用于什么目的,谁将会公布,以及消费者如何访问和删除信息。GeoCities 收集12岁或12岁以下儿童的信息时必须得到父母的同意。GeoCities 应该得到赞赏,因为其同意承担重要的消费者隐私保护的指责。联邦贸易委员会的消费者保护局局长朱迪·伯恩斯坦同时指出,将继续监控这些网站,并在适当的时候采取执法行动。Internet Site Agrees to Settle FTC Charges of Deceptively Collecting Personal Information in Agency's First Internet Privacy Case, FTC File No. 9823015, www.ftc.gov.

③⑲ 张鹏 《论敏感个人信息在个人征信中的运用》,苏州《苏州大学学报(哲学社会科学版)》,2013年第3期,第97~103页。

④⑩ 赖梦茵 《美国征信机构监管的法律机制》,北京:《中国征信》,2015年第11期。

④⑪ 《个人信息保护的相关法律问题——专访中国信息通信研究院王融》,北京《中国征信》,2015年第5期。

④⑫ 欧盟早在2001年就设立了数据保护监督专员(European Data Protection Supervisor)这一职位,职责是确保所有欧盟机构和组织在处理公民个人数据时尊重公民的隐私权。此外,根据《数据保护指令》第29条规定,还成立了“欧盟数据保护工作组”(Article 29 Data Protection Working Party),一般称之为“第29条工作组”或者数据保护工作组。加拿大联邦的个人信息保护专门机构是加拿大隐私专员办公室(Office of the Privacy Commissioner),同时各省也设立隐私专员办公室或类似机构。

作者简介:赵园园,上海政法学院副教授,博士。上海 201701

[责任编辑 周联合]