

# 隔“屏”有耳

## ——外卖应用的“窃听门”事件<sup>1</sup>

张健辉 航院 2018311030

### 内容提要:

2019年3月,饿了么和美团外卖“窃听门”事件曝出,引起轩然大波,此事件也折射出了人们对大数据时代下相关伦理问题的关注和思考。而不论是手机应用或是其他的大数据、人工智能技术,究竟“能不能”、“有没有”、“该不该”获取和利用我们的个人信息、甚至是隐私,是个值得深入思索和探讨的主题。

### 关键词:

外卖应用;窃听门;大数据;隐私;伦理

## 引言

2019年3月18日,《IT时报》于其公众号发表专题文章《隔屏有耳,记者耗时3个月测试,美团饿了么是否在“偷听”?》<sup>2</sup>,引起网络上一阵轩然大波,网友们纷纷参与讨论,相关话题多次引爆了微博热搜。文章质疑,饿了么和美团外卖的手机端应用软件“偷听”了用户说话,进而对用户进行针对性的推荐,以实现其更大化的经济效益。尽管饿了么和美团均及时回应、否认窃听,并更新了部分机型的应用软件麦克风权限要求,但针对此次“窃听门”事件的相关讨论却热度不减。在这个科技迅速发展的时代,在这个大数据应用和人工智能不断普及的大环境中,手机应用究竟能不能获取我们的隐私、究竟有没有侵犯我们的隐私、究竟该不该利用我们的隐私,这一系列问题的讨论其实早已开始,并且至今仍未有定论。

## 1 背景介绍

### 1.1 当事公司

近年来,随着智能手机、移动互联网的推广和发展,中国外卖行业呈现了一番新策略、新形势和新格局。几年的竞争与合作之下,饿了么和美团外卖成为了如今中国外卖行业的两家龙头企业,其客户涵盖了城镇之中的大比例的人群、特别是年轻人们,两家外卖平台所占市场份额甚至占到了总份额的90%以上<sup>3</sup>。

饿了么首创于2008年,提供在线外卖、新零售、即时配送和餐饮供应链等业务,其运营主体为上海拉扎斯信息科技有限公司<sup>4</sup>。2018年,阿里巴巴全资收购饿了么,并整合旗下口碑平台,以“重新定义城市生活”为未来目标,成立了阿里本地生活服务公司。

美团外卖隶属美团点评平台,于2013年推出,提供餐饮外卖服务,至2018年,其单日外卖交

<sup>1</sup> 本案例根据真实事件整理

<sup>2</sup> 原新闻网址: <http://www.it-times.com.cn/a/hulianwang/2019/0318/26700.html>

<sup>3</sup> 数据源自互联网: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1611936435346569589&wfr=spider&for=pc>

<sup>4</sup> 参考于饿了么官网介绍: <https://www.ele.me/support/about>

易笔数超过 2100 万笔；以“帮助大家吃得更好、生活更好”作为使命和理念，美团点评平台还整合了到店、出行以及酒店旅游等服务<sup>5</sup>。

## 1.2 隐私政策及应用权限

两款外卖应用具有类似的隐私政策<sup>6</sup>。以饿了么隐私政策为例，政策中涵盖了“如何收集和使用个人信息”、“如何使用 Cookie 及同类技术”、“如何共享、转让、披露个人信息”、“如何保护个人信息”等相关内容。政策中表明，应用在服务过程中将收集相应的设备信息、日志信息和位置信息，同时政策也强调相关信息无法单独地识别特定自然人的身份信息，并在有需要时将个人信息匿名化和去标识化，此外，应用还可能通过基于交易时所选择的交易对象、支付机构和配送公司等渠道间接的获取个人信息，应用也将存储和使用 Cookie 及 Cookie 同类技术以确保网站的正常运行以及个性化的内容推荐。政策中明确表示，应用可能会对收集的信息进行去标识化地研究、统计分析和预测，例如利用机器学习等方法，以改进产品和服务。

针对麦克风权限及对应信息收集和使用的相关表述并未体现于隐私政策之中。但在应用向客户要求相关权限时，有相关说明，为“为了方便联系商家、骑手，或响应客服/售后需求”，并强调将采取符合标准、合理可行的安全措施保护信息安全<sup>7</sup>。

不只是这两款外卖，几乎所有的手机应用、或者其他类型的软件，都要求着一定的用户权限，以收集用户相关信息，甚至可能进一步侵犯用户的隐私。

## 1.3 大数据时代的信息利用与隐私保护

大数据时代的来临，带来了更多的伦理情景的不确定性，产生了与个人信息利用和隐私保护相关的伦理新问题。“个性化的精准推荐”正是大数据技术带来的典型增值服务，也成为了各大企业追求更高利润的发力点，而这将依赖于大量的个人信息、甚至是隐私。企业可以通过多种方法收集用户的个人数据，例如使用日志文件、转让/共享或是买卖数据、通过相关技术公开或隐蔽式地收集、甚至是攻击破解数据等。尽管已有规制尽可能地保护个人信息，但在实际的信息流转阶段，个人对于企业仍是相对的弱者，进而个人隐私可能被侵害、数据收益也可能被侵占。

诚然，企业可以利用相应的信息数据，利用聚类、统计学习、机器学习等方法进行计算，实现大数据预测，为用户提供更好的服务，但在这个过程之中也存在着诸多的伦理困境。首先，企业对个人信息的获取是否符合法律和道德的规定，是否明确告知用户并获得相关许可；此外，企业是否有权利对这些信息进行额外的大数据分析，即使是去标识化的数据；另外，企业得出的结果是否也涉及了隐私、自由甚至是正义相关的问题。

大数据给法律和伦理的建设带来了挑战，由于相关技术的复杂性和“黑箱”性质，对其进行直接的监管也可能更加困难。尽管技术可以是中立的，但相关的开发、运营和管理者仍应该去做出正确的、而非利润更大化的选择。对此，基于“义务论”、“功利论”、“美德论”等基础伦理学的研究也可能是有用的。

---

<sup>5</sup> 参考于美团点评官网介绍：<https://about.meituan.com/>

<sup>6</sup> 饿了么隐私权政策（更新于 2018.10.31）：[https://h5.ele.me/service/agreement/#HEAEDER\\_SHOW=1&key=ruleQue50](https://h5.ele.me/service/agreement/#HEAEDER_SHOW=1&key=ruleQue50)  
美团点评隐私政策（更新于 2018.10.29）：<https://www.meituan.com/about/privacy>

<sup>7</sup> 详情可参见饿了么 App 内设置——隐私——系统权限的相关说明（此处参考饿了么安卓版 v8.14.1 版本）

## 2 事件描述<sup>8</sup>

根据《IT 时报》的报道，事件的起因源自 2018 年一名读者的投诉——他怀疑外卖 App 在“偷听”自己的谈话：刚说了想吃什么东西（CoCo 奶茶），打开了手机 App，就弹出了它的推荐。对此，《IT 时报》的记者用时 3 个多月，模拟用户的使用场景，对不同系统、不同机型下饿了么和美团外卖应用进行了测试，测试结果认为，在数分钟至数小时的时间间隔里，出现相关推荐的概率高达 70%。

饿了么和美团外卖均通过官方渠道对此予以否认。饿了么有关人士表示，“通过对用户的日常对话进行监听和信息分析”既不具备相应的技术条件、也没有对应的产品设计，并强调平台将严格在隐私政策下、合法合规的范围之内对信息进行采集和使用。美团负责人也表示，应用要求语音使用权只是为了使用 App 内的语音输入功能，而非作他用。

然而部分网友仍在社交媒体上以自己的亲身感受提出质疑，并进行了新一轮的讨论。不少网民认为自己确实存在这样的经历且这种事情似乎并不是孤立事件，而也有人指出这可能是一个正常的心理学现象。有网友表示，“窃听”不仅研发成本高，使用中还将浪费大量的运算资源，既得不偿失，并且可替代性高，还将面临不可估量的法律和道德风险，因此这种假想是不成立的。而支持方则认为，首先技术层面上其实并不难实现，手机监听在商业领域门槛不高且并不罕见，尽管相关操作中可能涉及违法违规行为，同时，在目前的市场大环境下，对流量和对经济效益的追求是可能诱使应用平台进行风险操作的。

两款外卖应用究竟有没有进行“窃听”，官方的回应和民间的推测似乎都具有一定的主观性，因此答案可能仍是不可知的。但该事件舆情的一度热化，也折射出了公众对隐私和信息泄露问题的关注和焦虑。新浪科技官方微博以“App 的爱与恨”为名揭示了用户对网络应用的“想要更懂我、担心太懂我”的矛盾心理。而也正如钱江晚报官方微博的评论：“关键在于平台如何合理、克制地使用用户的个人信息，以及如何对平台大数据利用进行严格有效监管。”

## 3 伦理剖析

针对此次外卖 App “窃听门”事件，可以从“能不能”、“有没有”以及“该不该”这三个角度进行更为深入的剖析。

### 3.1 能不能？

外卖 App 以及其他各类手机软件究竟“能不能”获取更多的个人信息、进而侵犯到我们的隐私，需要从技术和操作层面上进行分析。

首先，在数据的获取上，一方面由于模棱两可的隐私政策和用户须知、甚至是霸王条款以及默认的隐私权限打开使得用户一开始就可能暴露于信息泄露的风险中。更有甚者，一些公司私自利用一些违法违规的黑客技术，暴力攻击和破解用户手机以攫取更多的信息，例如 2019 年 315 晚会上曝光的探针盒子事件给我们敲响了警钟<sup>9</sup>，说明这类事情不再是小说的假想，也不是阴谋论的假设，而是实际可行并且也客观存在的现状。

而即使是通过正当途径收集的信息数据，在当今大数据时代下，所能够得出的结论也是远超常人想象、并可能是部分人难以接受的。利用深度学习等机器学习算法进行大数据分析，本意是为了提供更好的、针对性的、个性化的服务，例如有助于实现个性化医疗、进而造福于民，再例如音乐

<sup>8</sup> 内容整理自相关新闻报告、微博博文及评论等渠道

<sup>9</sup> 参见人民网新闻报道：<http://sh.people.com.cn/n2/2019/0317/c134768-32745778.html>

软件的推荐算法使得我们能从海量资源中发现我们喜欢的歌曲、进而丰富我们的精神追求。但是，这样的技术手段同样可被用于一些不好的操作行为之中，轻则通过识别用户消费习惯进行价格歧视，更有甚者，利用大数据通过分析用户的心理和行为可能实现操控舆论和政治走向的目的，例如 2018 年 Facebook 的“数据门”事件<sup>10</sup>。

### 3.2 有没有？

在没有任何实证的情况下分析外卖软件“有没有”侵犯我们的隐私，除了在技术上分析其操作的可行性以外，还需要从经济、法律和道德伦理等层面以及社会的大环境去分析对应企业有没有动力去驱使这些风险行为。

通过获取和分析数据，对用户进行精确的“画像”，是可以实现暴利的，企业通过实行隐形的价格歧视甚至可以攫取全部的剩余价值。广告收入也是手机软件的一大获利渠道，精准的广告投放也可借助大数据得以实现。然而目前，相关的法律法规仍是不完善和滞后的，同时，对相应行为的监管和界定也是较为困难和备受争议的。而在互联网行业日益激烈的竞争中，大数据技术亦是兵家必争之地，各大企业对生存和利润的追求，是可能促使其铤而走险的。

因此，我们也许暂时无法对此次外卖“窃听门”事件的真相进行判定，但可以合理的推测，当今社会中，是很有可能存在着诸多类似问题的。

### 3.3 该不该？

此次“窃听门”事件之所以能引起轩然大波，一方面是由于人们对于技术进步飞速的讶异，另一方面也折射出了人们的价值观，即这种做法是不应该的、是不正确的。

在获取数据时，利用技术手段强制或隐蔽式的搜集用户的信息，不仅是违背道德的、更是违法的行为。而通过当下法律条款的漏洞、利用不完善的用户协议进行“忽悠”、以尽可能地获取与软件功能不明显相关的信息，也是一种对用户信任的透支。利用普通用户的疏忽或不在意、收集未明确同意的相关个人信息，就是一种“流氓”行为，遑论“窃听”这一手段了。

而对用户进行“精确描摹”是否妥当，也是需要具体讨论的，哪怕是利用的已知情同意的公开信息。一方面，大数据可以从用户的已知信息中推测出另外的一些未知信息，而这可能具有较高概率的准确度，但这些信息同时可能是用户不愿公开的。用户可能既不愿意“你”公开，甚至不愿意“你”知道，哪怕是所谓的匿名或去标识化，我认为用户的这点权利和要求是应当受到尊重的。另一方面，通过大数据实现对用户心理和行为的预测，就此行为本身而言，可用“恐怖”二字来形容。企业或相关机构可在明确说明的情况下对用户进行一定程度的相关分析，但过了界限，便是对隐私和人权的侵犯了。

以上所述似乎均是运营的管理者和决策者所决定的，而就相应的软件工程师或就技术本身，难道就可以置身事外吗？不是的。技术本身的确是中立的，但其开始应用于人、社会和实际中，它便有了倾向性。我们小到编写对应的软件程序，大到发明一个新的技术，都应该思量怎样使其走上正轨，并可通过主观的行为去实施有益的干扰，而非“行恶”或“冷漠”。

## 4 结论和启示

尽管外卖软件的“窃听门”事件仍有争议，但数据伦理的问题仍是客观存在、并值得及时思考相应对策的。

---

<sup>10</sup> 参见搜狐网新闻报道：[https://www.sohu.com/a/226632431\\_649502](https://www.sohu.com/a/226632431_649502)

无论是在数据的获取、还是数据的使用中，法律和道德的监管是必要的。一方面，可以通过对“过程”进行管控，使得整个数据应用链上的每个环节都遵循了相应的规范，并尽可能杜绝人为的、主观恶性干扰；另一方面，从“结果”进行评测也是需要的，特别是机器学习这类“黑箱子”技术，只从过程进行监管可能在技术上有一定的难度，通过对结果的评测，既可以实现整体的评估，也有助于溯回以追责。无论是“过程”方法还是“结果”方法，伦理学的基础知识和研究可能是有用的，我们应该基于大数据技术建立相应的伦理规范和监管体系，否则，随着人工智能时代的进一步来临，人们将更加手足无措。

技术仍是一把双刃剑，随着其进一步发展，究竟更有利于隐私保护或是隐私侵害仍不得而知，只是我们作为握剑的人，可以做出选择。国家当有法律和政策，企业当有规范和准则，而我们个人也应该秉持正直的态度、树立正确的追求。只有这样，才能真正的“重新定义城市生活”，才能安心的“吃的更好、生活更好”。

## 5 思考题

- a) 针对手机端应用软件究竟能不能获取我们的隐私、究竟有没有侵犯我们的隐私、究竟该不该利用我们的隐私这一系列问题，结合目前的科技发展和伦理建设，给出自己的思考。
- b) 单从技术上来说，随着其进一步突破，究竟是更有利于隐私的被保护、还是被侵占。
- c) 两家外卖公司的隐私政策是否有漏洞（或霸王条款），可以怎样完善和补充。
- d) 从法律、政策、企业规范、个人行为等方面给出更多的一些前瞻性的、可行性好的行动建议，也可以是具体的行动方案。