



调查
动机

近年来,越来越多的商家在经营场所安装摄像头,对维护社会治安、预防解决纠纷起到了积极作用。但与此同时,摄像头安装不规范导致的侵犯隐私权问题以及信息泄露风险等,也引发了不少争论。商家是否有权在经营场所安装摄像头,该如何正确安装摄像头?这些摄像头获取公民信息的边界在哪里?信息安全如何保障?带着这些问题,《法治日报》记者进行了深入调查采访。

经营场所摄像头岂可随意安装

记者调查摄像头安装不规范问题

- 商场、餐饮店、游乐场、宾馆、小超市……出于“安全考虑”“怕出了事说不清”等原因,越来越多的商家在经营场所安装摄像头。这些摄像头有的是商家从网上或数码城购买后安装的,有的是收银系统本身携带的
- 有些摄像头被商家安装在包间里,有些还自动识别个人信息,有些则被人破解导致影像资料在网上流传贩卖,引发人们的担忧。商家通过摄像头获取他人生物信息属于违法行为,严重违反了个人信息保护法
- 目前对于公共场所摄像头的安装缺乏统一规定,一些特定行业的规定也未能覆盖各类情况。立法机关应当根据民法典、个人信息保护法等对摄像头的安装作出统一明确的规定,同时从摄像头生产前端到视频内容发布末端进行全链条监管



□ 本报见习记者 张守坤
□ 本报记者 陈 磊

近日,浙江两名女子在一足浴店做完精油开背后发现,房间里竟然有个摄像头正对着她们做SPA的床。两女子立即找店长理论,店长辩称是派出所要求安装的。当地派出所回应说,在公共场所安装监控属于治安防范措施,但从未强制要求商家在隐私区域安装监控,且安装监控后需要尽到提醒义务。

不仅仅是足浴店,《法治日报》记者近日走访调查发现,如今在商场、餐饮店、游乐场、宾馆、小超市等各类场所,都能见到摄像头的身影。有些摄像头被商家安装在包间里,有些还自动识别个人信息,有些则被人破解导致影像资料在网上流传贩卖,引发人们的担忧。多位专家在接受记者采访时指出,虽然相关法律法规并未明确规定商家不能在公共场所安装摄像头,但并不意味摄像头可以随意被安装。在安装摄像头时,务必遵守国家有关法律规定,遵循维护公共安全原则,同时设置显著的提示标识,保障信息安全,不得侵犯和泄露他人隐私。

摄像头不可以随意安装 务必设置显著提示标识

商家为什么要在自己的店里安装摄像头?记者走访北京、天津多个商家了解到,大家无不是出于“安全考虑”“怕出了事说不清”等原因。

北京朝阳区一家火锅店不仅在前台、大厅、走廊等区域安装了摄像头,还在包间里装上了摄像头。该店负责人告诉记者,摄像头都是自己主动安装的,主要是出于店铺安全考虑,另外一旦出现类似食材、卫生纠纷时,有监控视频就好处理了。

记者注意到,有些店铺有提示牌:您已进入监控区域。而大多店铺则没有张贴相关提示牌,店家或服务人员也不会主动进行提示。

天津市河东区一家小超市的老板也在超市里安装了多个摄像头,监控视频画面时时呈现在收银台上的电脑屏幕上。老板告诉记者,有摄像头之后,要是店里丢了东西,警察来了也可以给他们看,协助破案。

对于摄像头的来源,根据多位商家的介绍,主要有两种渠道:一种是自己从网上或数码城购买后安装,另一种是收银系统本身携带。而监控视频大多存储到网络空间,能保存半个月至一个月左右。

记者随机采访了多位北京、天津市民,大多数人认为,商家只要能做到不在隐私空间安装摄像头,同时能保证信息安全,那是否安装摄像头就是商家的事,对自己购物、消费也

没有什么太大的影响,实际上对维护公共安全也有好处。

“商家在公共场所安装的摄像头更像是一种隐形守护。”北京市民李杰感慨道,他曾经在商场丢过钱包,四处寻找无果,最后是通过查商场的监控视频才找到的。

同时,也有受访者提出,近年来一些商家在餐饮店包间、KTV包间乃至足浴店包间等相对私密场所安装摄像头,有些商家安装的摄像头覆盖到试衣间,涉嫌侵犯个人隐私。

那么,商家到底有没有在经营场所安装摄像头的权限呢?对摄像头记录下的信息该如何处理呢?

据北京瀛和律师事务所律师岳涛介绍,现阶段我国对于安装摄像头(闭路电视)还没有法律级别的具体规定,多存在于部门规章及地方性法规文件,比如《北京市公共安全图像信息系统管理办法》等,但其中并未规定商家、私人可以在公共场所安装摄像头。

“一些人开的超市,宾馆里的摄像头大部分都是私人安装的,但这并不代表摄像头可以随意被安装。”岳涛说。

他进一步解释道,根据个人信息保护法等法律要求,在公共场所安装图像采集、个人身份识别设备,应当为维护公共安全所必需,遵守国家有关规定,并设置显著的提示标识,还要注意不得侵犯和泄露他人隐私。如果在涉及个人隐私的场所安装摄像头,则会产生侵权行为,不符合民法典对人格权保护的有关规定。

“相关法律法规和部门规章对于摄像头安装的规定,几乎都只是要求在营业场所出入口、主要通道、收款台、停车场、消防安全疏散出入口等公共区域安装闭路电视监控设备,且均未提及可在包间、房间等带有一定私密性质的非公共区域内安装摄像头。”北京理工大学法学院教授孟强说,而对于谁来安装、安装后信息如何保管、谁来监管等问题,目前并没有具体规定。例如公安部制定的《旅馆业治安管理办法》,只是强调旅馆要建立各项安全管理制度和落实安全防范措施,并未具体到摄像头监控设施的安装问题。

商家摄像头容易被破解 人脸识别获取信息违法

一商场的试衣间没有遮挡物,侧上方天花板上装有一个摄像头:一男浴室的更衣室里发现摄像头……安装摄像头不规范导致的侵犯隐私权问题以及信息泄露风险不容忽视。

近日,有用户在社交平台发布疑似破解学校、医院等公共场所摄像头后的监控视频,引发公众关注和热议。一时间,网络上出现了各种破解摄像头的方式方法。

记者调查发现,在一些境外社交软件上,

有人专门传授如何获取国内外公共场所摄像头拍摄画面,在一些教学视频中,记者看到,经过简单的操作,对方的电脑窗口中便显示出几家商场和小吃店的监控画面。这些被破解的视频,可能被人上传至网络当作引流工具。

据岳涛介绍,目前,公共场所的摄像头基本分为两种:一种是公安机关等安装的维护治安的摄像头,该部分摄像头一般采用专线安装,由公安机关专门管理,有良好的保密性,被破解的可能性很小;另一种是个人或商家自行安装的摄像头,这种摄像头一般与互联网相连,其维护加密及密钥的更新一般较慢,被破解的可能性非常大。

“商家安装摄像头后,一般自行保存存储内容,也不存在所谓的脱敏,甚至有些商家专门利用摄像头收集个人信息,这属于违法行为。”岳涛说。

此外记者还注意到,一些商家在经营场所安装摄像头并不仅仅是出于安全考虑,有的商场安装的摄像头带有人脸识别功能,用于客流统计。

一家售卖“智慧门店客流管理系统”的网店在其主页介绍,该网店提供客流统计软件,能够精准识别人脸、客群分析,可以实时推送、远程巡店,还可以定制开发其他功能。

该网店展示的案例中,一顾客来到某个店铺时,摄像头连接的显示屏会快速识别进店顾客,联动顾客购买记录,消费频次,购买喜好等记录,还会分析进店顾客的人脸特征,对惯偷、竞争对手等做黑名单标签,自动在后台进行预警报告。

“提供店名、手机号码,会有技术人员回复,根据你的具体要求提供系统,然后报价。一般来说,系统加摄像头,几千元就可以搭建完成。”上述网店客服人员说。

记者在搜索引擎和电商平台输入“人脸识别摄像头”“门店人脸系统”等关键词,发现很容易找到提供类似服务的公司,且销量并不低。

商家在公共场所安装这种客流统计摄像头是否违法呢?

“商家采用人脸识别摄像头获取他人生物信息已经属于违法行为,严重违反了个人信息保护法。”岳涛说,被拍摄人脸属于能够识别个人身份信息的敏感信息,按照个人信息保护法规定,处理敏感个人信息应当取得个人同意甚至书面形式的同意,显然很多采集人脸的主体并没有取得被拍摄者的同意。

岳涛说:“根据个人信息保护法规定,即使征得同意后,也必须基于合法、正当、必要的目的,通过合法方式去处理和保存这些个人信息,否则即构成违法。”

完善立法明确安装要求 摄像头全链条强化监管

“安装摄像头,能够实现实时监控,并且具备资料保存和回放功能,能够有效预防和制止违法犯罪行为,提供侦查线索。在疫情防控期间,还具有疫情防控、体温检测等功能。可以说,安装摄像头是维护公共利益的一个重要手段。”孟强说,但一些商家不规范安装摄像头带来的危害也是显而易见的。

全国信息安全标准化技术委员会等机构成立的App专项治理工作组发布《人脸识别应用公众调研报告(2020)》显示,有三成受访者因为人脸信息泄露,滥用而遭受隐私或财产损失。

针对该问题,有的地方已开始行动。2021年3月,广东省深圳市人大常委会就《深圳经济特区公共安全视频图像信息系统管理条例(草案)》公开征求意见,率先探索立法。

该草案提出,涉及公共安全人像、人体及车牌等敏感信息采集的视频图像信息系统,应当由深圳市公安机关统一规划。人像、人体及车牌等敏感视频图像信息用于公共传播时,除法律、法规另有规定外,应当对涉及当事人个体特征、机动车号牌等隐私信息采取使特定个体无法被识别,且不能复原的保护性措施。

孟强认为,目前对于公共场所摄像头的安装缺乏统一规定,一些特定行业的规定也未能覆盖各类情况。而当前摄像头安装更普及,数据搜集、个人身份识别更便捷、智能,容易引发各类风险。在这样的环境下,立法机关应当根据民法典规定,结合个人信息保护法等,对摄像头的安装作出统一明确的规定,完善相关立法。

他还建议从前端及末端全链条加强监管。对于摄像头生产企业来说,要按照数据安全、信息安全有关规定和标准提升产品安全能力,要严格落实网络安全主体责任,强化云平台网络安全防护,落实对远程视频监控App的数据安全防护责任;对电商平台来说,要严格履行主体责任,全面开展排查,对平台上的假冒伪劣摄像头做清理、下架处理;对负有信息发布审核义务的社交软件、网站、论坛等互联网平台来说,要及时、全面清理平台上发布的涉摄像头破解教学、漏洞风险利用、破解工具售卖、偷拍设备改装、偷窥偷拍视频交易等摄像头偷窥黑产相关违法有害信息。

“公安机关要依法打击提供摄像头破解软件工具、对摄像头设备实施攻击控制、获取买卖公民隐私视频等违法犯罪活动,严惩违法犯罪分子。网信、工信、市场监管等部门要加强监管和执法,对不落实主体责任的社交软件、网站、论坛、视频监控云平台、电商平台等,要依法依规严厉处罚。”孟强说。

漫画/高岳

□ 本报记者 万静

截至2021年底,我国已累计实施汽车产品召回2423次,涉及缺陷产品9130万辆,近5年,汽车安全召回平均每1.6天发生一次,汽车企业主动发现问题,主动召回已成为常态。

《法治日报》记者近日从国家市场监督管理总局了解到,缺陷产品召回,是我国产品质量安全监管的重要手段,而作为制度发端的缺陷汽车产品召回从2004年开始实施到现在已经有18个年头。这些年来,相关的缺陷产品召回制度不断完善,工作体系逐步健全,缺陷调查力度持续加大,召回效果日益显现,有效消除了汽车和消费品安全隐患,切实维护了消费者人身财产安全和合法权益。

召回制度日趋完善 督促企业良性发展

“所谓缺陷产品召回,是指缺陷产品的生产商、销售商、进口商在得知其生产、销售或进口的产品存在可能引发消费者健康、安全问题的缺陷时,依法向职能部门报告,及时通知消费者,设法从市场上、消费者手中收回缺陷产品,并进行免费修理或更换。”中国人民大学法学院教授刘俊海说。

据了解,自2004年3月起,我国先后出台《缺陷汽车产品召回管理规定》《食品召回管理规定》《儿童玩具召回管理规定》和《药品召回管理办法》,对召回的定义、确定原国家质检总局为缺陷产品召回制度中的主管部门地位、缺陷和危害的评估方式以及具体召回的相关程序都作了详细规定,实现了我国召回制度从无到有的突破。

在中央民族大学法学院教授熊文钊看来,缺陷产品召回制度谋求的是一种事前和事中的保护,能够防患于未然,从源头上阻断危害,更加有效地挽回消费者的损失。缺陷产品召回有利于维护企业进行生产、销售等所必需的正常有序的市场环境,督促企业不断通过改进技术来提高产品质量,树立和增强品牌意识,使企业逐渐走上健康、稳定、良性的发展之路。

而在汽车召回领域,据市场监管总局质量发展局副局长王贇松介绍,该领域坚持深化改革和强化监管一体推进,完善召回管理制度,规范和标准,加强汽车远程升级(OTA)技术召回监管,推进新能源汽车事故调查体系建设和安全评估。

“2021年,我国共实施汽车召回232次,涉及车辆873万辆,召回数量同比增加29%。从召回部件结构看,因发动机和电子电器部件存在缺陷召回的,占总数量的84%。从缺陷召回原因看,因制造原因召回的,占总召回数量的15%;因设计原因召回的,占总召回数量的85%。”王贇松说。

通力合作加强监管 排放召回步入正轨

为了降低机动车排放污染物带来的空气污染,市场监管总局联合生态环境部制定并发布了《机动车排放召回管理规定》,自2021年7月1日起施行。

这项《规定》实施以来,市场监管总局与生态环境部密切合作,机动车排放召回工作步入正轨。两部门从不同层面促进行业和社会公众对排放召回的理解和认同,同时建立合作机制,加强两部门机动车排放信息的互通与共享,建立联合会商机制,明确召回监督流程和技术标准。

尤其值得关注的是,市场监管总局和生态环境部通力合作加强汽车排放召回的监管力度,针对部分车型由油箱强制通风装置、还原剂储液箱、三元催化反应器、车载自动诊断系统OBD等重点排放零部件加强监管,截至2021年底,共召回车辆144万辆。排放召回相对于安全召回来说,排放危害信息的收集相对较难,生态环境部门为确保排放召回工作有效开展做了许多基础性工作。

据中国环境科学研究院机动车排污监控中心主任尹航介绍,排放危害信息的收集和分析是开展排放召回的基础。近年来,生态环境部门持续加强新车和在用车环境信息系统建设,建成车辆“一车一档”信息数据库,涵盖了车辆全生命周期的排放检验、污染控制等数据信息,主要包括:

新车监督检查数据信息,主要来源是国家和地方生态环境部门针对新生产车辆开展的生产一致性,在用符合性监督检查数据,以及其他相关部委监督检查发现的问题等。

企业报告数据信息,主要包括企业依据大气法和排放标准要求报送的信息公开、生产一致性、在用符合性自查数据,以及在生产、使用过程中发现的排放问题、OBD严重缺陷、排放质保零部件故障信息以及在海外进行的环境召回信息等。

在用车监督检查数据信息,主要包括地方生态环境部门依据大气法要求开展的在用车监督管理工作中产生的多源数据,包括机动车定期检验、下线检验、遥感监测、路检路查、重型车远程监控等数据。

社会舆情数据信息,主要涉及通过监管部门投诉平台、包括网站、电话等渠道收集到的社会投诉信息、企业产品缺陷信息等。

“下一步,我们将和市场监管总局及其技术机构建立信息共享机制,对重点线索及时开展信息会商和研判,共同把机动车排放召回管理规定实施到位。”尹航说。

探索沙盒监管制度 引导企业降低风险

发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路。

当前,我国新能源汽车产业进入发展快车道,产业技术水平显著提升,产业体系日趋完善,企业竞争力大幅增强,成为汽车产业转型升级的主要方向和促进经济持续增长的重要引擎。据统计,2021年新能源汽车成为汽车行业最大亮点,连续7年销量全球第一。截至2021年底,全国新能源汽车保有量达784万辆,占汽车总量的2.6%。

“新能源汽车安全事关人民群众生命健康和切身利益,关系企业信誉,关系国家形象。在社会各界的共同努力下,新能源汽车安全监管与保障体系不断健全,车辆安全运行水平稳步提高,每万辆新能源汽车火灾事故率持续呈下降趋势。”王贇松说。

与传统燃油车相比,市场上有些新能源汽车出现了电池化学稳定性、再生制动、碰撞兼容性等新类型风险,给市场监管带来了新的挑战。

数据显示,我国已累计召回新能源汽车229次,涉及车辆198万辆。车辆动力电池和电池管理系统制造与设计缺陷、机械损伤、高温、外短路等原因,都可能造成安全隐患。

对此,市场监管总局建立新能源汽车事故报告制度,组建新能源汽车事故调查协作网,制定或修订《电动汽车安全要求》《电动汽车用动力电池安全要求》等相关标准规范,加强新能源汽车共性问题研究。

随着全球新一轮科技革命和产业变革深入发展,新一代信息技术、生物技术、新材料技术、新能源技术等不断突破,并与先进制造技术加速融合,产品安全形势复杂多变,对传统安全监管提出了挑战。对此,市场监管总局该如何应对呢?

王贇松介绍称,市场监管总局将从四个方面探索实践途径:

建立新能源汽车事故报告制度。2019年3月,市场监管总局下发了《关于进一步加强新能源汽车产品召回管理的通知》,要求新能源汽车生产企业落实产品安全主体责任,主动报告事故信息。

规范汽车远程升级(OTA)技术在召回中的应用。明确生产者OTA备案义务,开展安全评估,确保汽车企业依法依规履行缺陷召回法定义务,切实消除安全隐患。

探索推进沙盒监管制度。近年来,汽车产业正加速与5G、大数据、人工智能等新一代信息通信技术融合。在后市场阶段,引入沙盒监管,主要是针对车辆应用的前沿技术进行深度安全测试,目的在于引导企业更深度地查找问题,改进设计,降低风险。作为传统监管方式的补充,安全监管既有利于企业技术创新实践应用,也有利于更新技术驱动前沿技术引发的安全问题。目前,市场监管总局正会同有关部门,加紧制定汽车安全沙盒监管制度试行意见。

完善网上销售消费品召回监管。引导电商平台加强在线销售产品安全管理,开展网络平台经营企业产品安全与召回承诺,健全产品追溯体系,强化召回信息提示,防止缺陷产品继续销售,推进网上销售消费品召回共治合作。

我国累计实施缺陷汽车产品召回九千多万辆

缺陷产品召回制度从源头阻断危害