

电子商务营销中消费者隐私权保护浅探

文/胡志鑫

电子商务营销中消费者隐私权是指消费者在网上消费中享有的私人生活安宁与私人信息依法受到保护,不被他人非法侵犯、知悉、搜集、利用和公开的一种人格权,也指禁止在网上泄露某些与个人相关的敏感信息。现实中,电子商务营销中所涉及的消费者隐私信息常被非法出售,账户密码常被泄露等情形,往往使消费者蒙受巨大的损失,同时也造成网络秩序的混乱,从而必将抑制电子商务的快速、健康发展,因此,加强电子商务营销中消费者隐私权的保护很有必要。

一、电子商务营销中消费者隐私权可能受侵犯情形

1、个人数据信息常被商家作为交换或买卖的标的,构成网上消费者隐私的最大威胁。个人数据交易目前有两种形式,一种是公司之间相互交换个人信息,另一种则是个人资料的买卖。个人数据交易往往都是未经数据所有者同意,在其不知情的情况下进行的,而且还可能将其所掌握的数据无数次地卖给无限多个买主。

2、消费者的身份、健康状况可能被泄露。网络用户在申请上网开启、开设个人主页、申请邮箱以及进行购物、医疗、交友等服务时,营销商往往要求用户注册,并要求详细列明注册者的姓名、年龄、住址、身份证号码、电话、工作性质、健康状况、受教育程度、月收入等情况,这样营销商就得以合法地获得了注册用户的详细个人信息,但营销商在获取了这些信息后,是否保证不泄露这些信息则完全取决于营销商的诚信和自律,如果营销商诚信缺失或自律,这些个人隐私就有随时被泄露的危险。

3、消费者的信用和财产状况可能被非常出售。在电子商务营销交易中,消费者的信用卡、电子消费卡、上网卡、上网账号和密码、交易账号和密码、财产秘密等事关个人经济秘密的财产隐私对营销商来说已不再是秘密,如果营销商“贪利”过度就很可能出卖这些信息给不特定的需求人以获取经济利益。

4、上网习惯、使用状况、网络活动可能被追踪。消费者在进行购物消费、医疗、交友、浏览网页等活动时,会不自觉地暴露自己的IP地址、浏览踪迹、活动内容、消费习惯、个人行为习惯等信息,营销商掌握和使用这些信息,就必然对消费者权益形成侵害。

二、加强电子商务营销中消费者隐私权保护的几点建议

在网络利用日趋便捷,网络资料储存交换日渐普及的今天,消费者的个人资料和个人隐私如何保护,服务商对取得的个人资料应如何利用和流通,已成为我国网络和电子商务发展所必须面对的一个重要问题。在这方面,我们需要借鉴发达国家的先进经验,不断探索尽快形成具有中国特色的保护网上消费者隐私权的机制。

1、加强行业自律。由于网络本身的开放性、全球性、不完善性,以及人们隐私权法律意识的淡薄,加之隐私权侵权案件的侦察、起诉、取证、审判等方面都存在困难,使公民个人的网络隐私权无法得到基本的法律保护。目前,大部分网站都有相关的隐私保护政策,但多数的ISP(因特网服务提供者)和ICP(因特网内容提供者)在隐私声明中都广泛采取了删除选择权(Opt-out)政策,即数据收集者假定提供者同意他们有权处理资料,除非得到提供者明确的不同意的通知。而用户在接受营销商提供的服务时,有关双方权利义务的规定完完全全是由数据收集者为保障己方利益而制定的格式合同,用户处于极其被动的弱势地位,只要用户选择了“同意”就等于对个人数据完全失去了控制。在营销商以后的数据交易中,数据主体(也即用户)本应享受对数据的知情权、控制权等合法权利也就被无情地剥夺了。在如此情形下,加强营销商自律,对保护网络消费者隐私权就显得特别重要。

2、完善立法保护。目前,我国对网络隐私权的法律保护框架已基本确立,但需要提升法律保护的力度,并使之具有较强的可操作性。目前,中国在互联网管理方面的法律法规与自律公约有四十余个,但是这些规定对于网络隐私权的保护还远远不够,无法适应互联网发展的需要。

3、消费者自我保护。(1)消费者自身要不断增强隐私权保护意识。很多消费者在电子商务交易注册时,并没有意识到自己所填写的内容会成为自己网络隐私的一部分,直到网上隐私泄露给他人造成损失之后才悔之莫及。所以,消费者不仅要有意识地对自己的医疗、信用、财务等信息保持敏感,而且对自己购物和上网习惯之类的信息也要多加留心。(2)了解可以用于维权的法律依据,当其隐私权被侵害时,均可以拿起下述的法律武器作为维权的武器。我国还没有专门的有关隐私权和个人数据保护的立法,目前对公民隐私权益的民事法律保护主要还是来自最高人民法院的司法解释,如《关于贯彻执行〈中华人民共和国民事诉讼法〉若干问题的意见(试行)》、《关于审理名誉

权案件若干问题的解答》、《关于确定民事侵权精神损害赔偿责任若干问题的解释》。另外，为了规范我国计算机信息网络的发展，有关部门相继出台了一些规定，其中也涉及到网络空间个人隐私权的法律保护问题。例如，《中华人民共和国计算机信息网络联网管理暂行规定实施办法》、《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》、2000年1月《全国人大常委会关于维护互联网安全的决定》等（作者单位：玉林师范学院）

相关链接

如何运用电子商务战略提高企业竞争力
电子商务营销中消费者隐私权保护浅探
会计信息系统初始化问题的探讨
网络经济的运行模式与竞争策略
控制中小企业电子商务发展战略
E时代中商务英语函电的特点及应用
电子商务环境下社会信用体系的探讨
试论国际商务谈判实践中英语的多元化运用
试论企业对外经济交往中商务英语的运用技巧及经济意义

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心