

两部门启动安全评估工作 为互联网企业敲响警钟

■ 本报记者 陈璐

近日，国家互联网信息办公室（以下简称“网信办”）、公安部指导各地网信部门、公安机关加强对语音社交软件和涉“深度伪造”技术的互联网新技术新应用安全评估工作。

安杰律师事务所合伙人杨洪泉接受《中国贸易报》记者采访时表示，早在2018年11月，网信办和公安部就联合发布了《具有舆论属性或社会动员能力的互联网信息服务安全评估规定》（以下简称“《安全评估规定》”），作为《网络安全法》和《互联网新闻信息服务管理规定》等规范性文件配套规定，《安全评估规定》进一步落实了《网络安全法》中有关网络运行安全和网络信息安全的纲领性规定，细化了《互联网新闻信息服务管理规定》中对应用新技术、具有新闻舆论属性或社会动员能力的应用功能进行安全评估的有关规定。

杨洪泉指出，“此次安全评估工作主要是规范具有舆论属性或社会动员能力的互联网信息服务，包括开办论坛、博客、微博客、聊天室、通信群组、公众账号、短视频、网络直播、信息分享、小程序等信息服务或者附设相应功能，及开办提供公众舆论表达渠道或者具有发动社会公众从事特定活动能力的其他互联网信息服务。”

广东省法学会网络与电子商务法学研究会会长、暨南大学法学院教授刘颖在接受《中国贸易报》采访时表示，此次安全评估工作主要针对的是两类应用：语音社交软件、涉“深度伪造”技术的互联网新技术。和直播一样，语音社交软件也因为实时性强，监管难度很大。但直播是有着相对完善的监管体系的，如在开展直播之前就需要办理《信息

网络传播视听节目许可证》等牌照，在直播运营过程中，还需要有审核员对直播内容进行审核，确保直播内容合法，而语音社交软件目前却没有明确的规定。在这种监管真真空下，语音社交软件出现了问题。虽然语音社交很早出现，一直不温不火，近期却突然火了起来，但相关监管还没跟上，使得不法分子趁机钻空子。此次两部门快速响应，要求对语音聊天室的内容进行监管，防止利用语音聊天室讨论不适合、不合法的内容。而涉“深度伪造”技术的互联网新技术，之前由于deepfake换脸的视频风靡一时，今年“3·15”晚会也报道了人脸信息滥用带来的重大隐私安全隐患。如果人脸信息等个人隐私信息被别有用心之人掌握，再运用换脸技术等涉“深度伪造”技术的互联网新技术对其进行加工，会产生严重的危害，比如，利用换脸冒充他人、人脸数据杀熟，甚至做成眼镜都可以解锁手机。

据悉，网信办、公安部指导北京、天津、上海、浙江、广东等地方网信部门、公安机关依法约谈映客、小米、快手、字节跳动、鲸准数服、云账户、喜马拉雅、阿里巴巴、网易云音乐、腾讯、去演11家公司。

“安全评估工作会给有关的互联网新技术、新应用提前划‘红线’、‘敲警钟’，有利于企业及时发现自身存在的安全隐患，维护网络传播秩序，营造良好网络生态。同时，也要求行业内的相关企业依法依规保护用户个人信息和名誉权，对于可能涉嫌违法犯罪的相关线索，要及时上报有关监管部门。互联网行业蓬勃发展的基础是每一家公司都要制定符合行业规范的发展方向和发展策略，形成良性竞争关系。”刘颖强调，此外，这一工作内容也将对整个互联网生态环境发挥积极的影响：一是促进互联网行业的规范，此次工作内容的出台要求互联网企业制定更为严格的规章制度，这对行业发展十分有利，并对互联网生态环境起到积极的影响；二是激发行业发展动力，经过约谈，促进互联网企业更熟悉相关规范和制度，迸发出全新活力。

“这一执法动态表明网信办和公安部意图以‘事前监管’的模式提前介入互联网新技术新应用的实际运用。”杨洪泉认为，对于已经运用或打算运用具有舆论属性或社会动员能力的互联网信息服务的企业而言，需要在这些新技术新应用对网络信息内容生态治理和用户个人信

息造成不良影响前，切实履行企业信息安全主体责任，以安全评估的方式及时发现既存的安全隐患以及时整改。从长远来看，企业还应以此为契机从组织、人员、技术等多角度逐步完善其风险防控机制和措施。

“在个人信息保护领域，事先行安全风险评估并形成个人信息安全影响评估指南本就是企业履行个人信息合规义务的重要环节。”杨洪泉指出，《个人信息保护法（草案）》第54条规定了个人信息处理者在开展特定个人信息处理活动前进行风险评估的义务，具体适用场景包括：处理敏感个人信息；利用个人信息进行自动化决策；委托处理个人信息、向第三方提供个人信息、公开个人信息；向境外提供个人信息；其他对个人有重大影响的个人信息处理活动。此外，国家标准《信息安全技术个人信息安全影响评估指南》也已正式发布，将于2021年6月1日起正式实施。该国标是对《个人信息保护法（草案）》第54条风险评估的具体实践指引，企业可参照该国标规定的数据映射分析、风险源识别、个人权益影响分析、安全风险综合分析来开展个人信息安全影响评估。



近年来，宜宾市以高起点、智能化、绿色环保为定位，坚决实施巩固提升传统产业和加快发展新兴产业的“双轮驱动”战略，采用“科学引进+自主培育”的方式，打造出与国际先进水平同步的凯翼智慧工厂。 中新社发 庄歌尔 摄

央行：谨防假借“数字人民币”名义诈骗

■ 陈果静

自深圳、苏州、上海、北京、成都等城市试点数字人民币以来，数字人民币引起了社会广泛关注。在成为热点话题的同时，数字人民币也被不法分子盯上了。各种假借数字人民币名义诈骗的手段花样翻新。不法分子利用部分普通市民对数字人民币缺乏了解、想积极参与的心态，打着“数字人民币”的旗号进行诈骗，造成民众信息泄露和财产损失。3月17日，中国人民银行通过其官方微信公众号提醒公众，提高风险意识，不偏信轻信，防范利益受损。

记者了解到，近期犯罪分子利用数字人民币实施诈骗主要有3种

手段：第一种是假推广，即假借数字人民币推广之名，开展传销诈骗活动。不法分子建立所谓“数字货币DCEP学习群”，在微信群里宣传数字货币由“商业银行和私人机构同时进行推广”，私人机构“有多层推广收益”，使用其提供的“E-CNY”收款码就可以参与推广。不法分子还在群内鼓动大家向朋友和其他商家推广，声称只要推广成功，就可以获得“两层收益”。此外，不法分子还通过盗用数字人民币试点活动中的官方素材，甚至编造新闻稿、假会议场景等，把真假信息混在一起迷惑消费者，最后在骗取消费者的资金后跑路。

第二种是假理财，即不法分子冒用数字人民币名义在资产平台开展交易活动。近期，有个别机构冒用人民银行名义，将相关数字产品冠以“DC/EP”或“DCEP”在数字资产交易平台上进行交易。中国人民银行提醒，上述行为可能涉及诈骗和传销，请广大公众注意识别和防范。

第三种是假短信，通过发送假冒数字人民币活动链接进行诈骗。2月12日，江苏省苏州市留园派出所就接到因点击假冒数字人民币活动链接被诈骗1万元的报警。当地民警了解到，2月11日，符先生在微信朋友圈看到数字人民币试点发行预约信息登记活动，当时并没有参

加。没想到第二天，符先生的手机收到了一条“数字人民币预约登记”的短信，还附带了一个网址。符先生信以为真，点开了网址。随后，按照系统提示，符先生将1万元转入了所谓“登记”的银行卡内。事后，冷静下来的符先生才感到事有蹊跷，随即查看银行卡余额，发现卡内1万元已被转走，这才连忙报了警。

那么，广大消费者该如何防范此类骗局？中国人民银行提示，消费者应牢记这5点：一是数字人民币处于试点阶段，除数字人民币官方活动中签通知的链接外，不要相信和下载安装其他来源所谓的“数字人民币APP”；二是数字人民币不

会在数字人民币APP及银行APP之外要求消费者提供注册账号、密码、支付密码等认证信息；三是数字人民币是法定货币，与纸币和硬币等价。无论何时何地，提到用数字人民币获利、返现、参与“数字人民币交易所”交易均为欺诈；四是警惕仿冒应用程序和仿冒银行信息，不要访问或回复仿冒网站、电子邮件或手机短信息，避免感染病毒或泄露信息；五是任何人、任何机构与任何组织无权知道消费者的密码，消费者可拒绝任何企图索取数字人民币APP登录和交易密码的要求，并谨防不法分子冒充银行和公安机关工作人员骗取密码。

运用大数据不宜“看人下菜碟”

■ 雷雨田

打车APP是移动互联网时代的产物，相关运营商以APP为平台，以手机为介质，以数据为牵引，高效对接出行乘客与运营车辆，实现了需求与服务的快速匹配、人与车的良好互动。短短几年，打车APP已经发展成消费者手机中必不可少的功能软件之一，并重构了城市交通出行业态，对改善交通运行效率、助力经济社会发展起到了积极作用。

此类新兴服务本该随着技术进步、产业升级而同步优化，然而，让人意外的是，有些打车APP运营商通过大数据的运用，动起了“看人下菜碟”的脑筋。

商家检测获取用户手机型号、价格等信息后，运用大数据算法对用户消费能力进行分层，单方面判定用户消费意愿，然后有针对性、指向性、倾向性地分层推送高价服务或产品，并制定出差异性价格，在“不动声色”中寻求自身利益最大化。

大数据算法下的“看人下菜碟”实际上是“看数据下菜碟”，消费者所能获取的服务、所要支付的价钱，早就暗中被自己的数据定了位。普通消费者难以敏锐洞察其存在，不知不觉中就成了任由商家宰割的羔羊。

通常来讲，在确保消费者合理知情权、尊重消费者自主选择权的前提下，企业、商家为消费者提供附加值更高的服务或商品，以获取更高的利润，在市场交易行为中本无可厚非。但是，如果串联服务与需求的平台滥用大数据算法，背离了对消费者一视同仁、坦诚相待的诚信经营理念，向高价手机机主有倾向性地配置高价服务，就在客观上剥夺了消费者对服务的自主选择机会，无异于强买强卖的做法。

对这一现象，相关打车APP企业应深刻自省，自觉维护消费者合理知情权、选择权，谋求企业的长远稳健发展。同时，相关职能部门也应引起重视，对消费者合法权益的保护不能仅限于用户数据的安全应用，职能部门还应将监管深入至算法机制层面，督促互联网企业不断优化大数据算法，强化优质服务供给，合理公开平台信息，坚决杜绝将大数据技术变为损害消费者合法权益的帮凶，营造风清气正、公平透明的市场环境。

农业贸易百科

“脱欧”后 英国水产贸易何去何从？

■ 赵贞

2021年1月1日，英国“脱欧”。渔业问题是英国与欧盟最后谈判的焦点之一。长期以来，英国与欧盟其他成员的水产贸易联系紧密。2019年，英国向欧盟国家出口的水产品价值16亿美元，英国的扇贝和海鳌虾等产品，每年七成以上会被出口到欧盟。

英国欧盟水产贸易有何变化？

2020年12月24日，《欧盟—英国贸易与合作协定》正式达成。根据协议，欧盟在英国水域捕捞配额将在现有水平上减少25%。5年半过渡期后，双方将就捕捞配额、水域准入权和管理措施进行年度谈判。但该协议几乎不包含任何限制双方利用贸易救济措施的条款。如果英国决定禁

止欧盟进入其水域，欧盟可以采取包括对英国鱼类产品进行征税的惩罚性措施。

在监管方式上，英国与欧盟将对适用原产地规则的水产品实行“零关税、零配额”。但由于英国正式脱欧，新贸易规则生效，双方水产贸易面临更多阻碍，包括更严格的卫生检查、海关程序管理和监管标准等，8—16小时才能完成新文书工作，使需要尽快运输的新鲜水产品受到巨大影响。

英国积极布局水产品贸易国际市场

英国与欧洲其他渔业伙伴签订贸易协议。由于在2020年12月底退出欧盟共同渔业政策(CFP)，

英国作为独立的沿海国家，2020年分别与挪威、法罗群岛签署渔业协议，就水域准入和配额等问题进行年度谈判；与格陵兰岛签订渔业协议，讨论共享水产资源的管理问题；与冰岛签署渔业合作谅解备忘录，建立对话机制，以促进水产品贸易上的合作。

此外，还加强与亚太地区的贸易联系。2020年，英国分别与日本、越南等国签订自由贸易协议，为双方水产品贸易往来提供新机遇。截至2020年11月，越南对英国的水产品出口额同比增长近12%，约达3.22亿美元。此外，2021年2月，英国正式申请加入《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)，以与亚太地区建立更紧密的贸易关系。

跨境电商或成中英水产贸易新增长点

一直以来，中国是英国的重要贸易伙伴之一。中国是英国的第三大出口市场，仅次于欧盟和美国。2019年，英国对中国的出口贸易总额为342亿美元。其中，水产品出口额为1.2亿美元。虽然中英之间尚未签订自由贸易协议，但早在2018年8月，中英双方已经开始探讨英国脱欧后建立高水平自贸协定的可能性，拓展中英渔业合作发展空间。

我国巨大的消费市场为英国具有强大吸引力，在脱欧过程中英国已经努力增加中英水产贸易合作的机会。2018年，英国鲜活海鳌虾获得出口中国许可，年出口额为

2650万英镑，比上年增长43%。苏格兰三文鱼是英国出口最多的水产品之一，中国是其第三大出口市场。2019年，苏格兰三文鱼对中国的出口额达到6000万英镑。

新冠疫情对英国水产贸易造成重创，2020年英国对中国的水产品出口量比上年下降48.5%，出口额下降57.4%。但是，新冠疫情也推动了新渠道、新业态发展，消费者对包装和冷冻水产品的需求出现增长，生鲜电商和自媒体直播等方式逐渐兴起，更多即煮、即热、即食的进口水产品进入中国市场，水产品跨境电商成为中英水产贸易领域新的增长点，也将促进中英水产贸易进一步发展。

来源：中国贸促会农业行业分会（农业农村部农业贸易促进中心）