

一针见“脓”

# 法院叫停“不刷脸不让进小区”

□王恩奎

张某住在苏州市吴中区某大厦。2021年6月底，物业公司在电梯内张贴《重要通知》，告知业主小区门禁系统已改为人脸识别。对此，张某认为存在隐私风险，不同意人脸识别验证方式，因此每次只能跟随其他业主通行，给生活造成极大不便。张某一再投诉未果，7月29日诉至吴中区人民法院，要求物业公司为其通行提供除刷脸之外的其他非生物信息验证方式。（8月26日《工人日报》）

承办法官认为，《最高人民法院关于审理使用人脸识别技术处理个人信息相关民事案件适用法律若干问题的规定》第10条明确规定：“物业服务企业或者

其他建筑物管理人以人脸识别作为业主或者物业使用人出入物业服务区域的唯一验证方式，不同意的业主或者物业使用人请求其提供其他合理验证方式的，人民法院依法予以支持。”业主张某的诉求符合上述规定。司法解释明确规定，在宾馆、商场、银行、车站、机场、体育场馆、娱乐场所等经营场所、公共场所违反法律、行政法规的规定使用人脸识别技术进行人脸验证、辨识或者分析，应当认定属于侵害自然人人格权益的行为。

近年来，人脸识别技术正逐步渗透到人们生活的方方面面。一些小区、公寓开始把这种技术用到进出小区的管理上，有的小区甚至规定“刷脸才能进小区”。由于人脸识别的快速发展与广泛应用，很多人对身边侵犯公民个人信息的行为往

往习焉不察，忽略了其背后的隐私风险。人脸识别属于敏感个人信息中的生物识别信息，是生物识别信息中社交属性最强、最易采集的个人信息，具有唯一性和不可更改性，在未经同意的情况下擅自采集使用人脸信息的行为触及法律红线。

《最高人民法院关于审理使用人脸识别技术处理个人信息相关民事案件适用法律若干问题的规定》明确，小区物业在使用人脸识别门禁系统录入人脸信息时，应当征得业主或者物业使用人的同意。对于不同意的，小区物业应当提供替代性验证方式。“刷脸”门禁是为了安全和方便，但是人脸信息是敏感信息，小区强制要求录入，并将其作为出入小区的唯一方式，这显然侵犯了个人的隐私，而且人脸这些生物信息被录入系统就会有被泄露

的风险。根据这一规定，小区物业在使用人脸识别门禁系统录入人脸信息时，应当征得业主或者物业使用人的同意。对于不同意的，小区物业应当提供替代性验证方式，不得侵害业主或者物业使用人的人格权益和其他合法权益。

法官认为，“不刷脸不让进小区”违反了“告知同意”原则，物业管理工作在拥抱新科技的同时，也要充分尊重人格权益，我们应该拥抱新科技，但同时也要尊重人格权益。小区物业不能以智能化管理为由，侵害居民人格权益。近日《个人信息保护法》的通过，在国家法律层面，对于个人生物识别信息在内的个人信息保护机制作了进一步完善。可以相信，随着法律的不不断完善，在今后的生活中，我们的“脸面”，都会受到法律保护。

## 百家讲“疫”

“疫”：

自8月初北京市交警部门开始集中治理不礼让斑马线的违法行为以来，全市安装可拍摄“斑马线上不礼让行人”的电子眼217个，8月11日开始投入使用当天，拍摄到213起有关违法信息，司机均被处以200元罚款，记3分。（8月29日《北京日报》）

百家讲：

斑马线是行人的安全线、生命线，作为机动车司机，礼让行人不只是交通法规上的条文，更应是司机朋友们的自觉行动。可有些地方“不礼让斑马线”的违法行为屡屡出现，比如，有的车辆经过斑马线时没有减速的趋势，特别是行人过斑马线正好在右转弯道上时，不仅不停车，甚至还加速呼啸而过，让站在斑马线上的行人，特别是动作缓慢、上了岁数的老年人胆战心惊。难道他们真的不知道，不礼让斑马线是违法行为？非也，是明知故犯。

礼让斑马线是司机最容易做到的，可也是最容易忽视的事情。有些人不敢闯红灯，是怕有监控探头、高额罚款和驾照扣分等着他。而礼让行人，在斑马线上方没有专门探头监控设施，完全靠司机个人礼让意识，这明显还不够，从实际效果来看，法治更为重要。

笔者以为，礼让斑马线，严格执法不能“缺席”。我们既需要对司机加强宣传教育，也需要“电子警察”等技术手段作支撑。培养文明习惯的基础是坚守法治。只有人人遵守交通法规，才能共建共享和谐交通，让斑马线既成为城市的安全线，也成为一道文明、有序的风景线。

——周家和

“疫”：

近日，山东青岛一对情侣在饭店吃饭时捞出蟑螂，获买单并索赔720元。商场内多家餐厅表示遇到类似事情，警方介入后发现二人系碰瓷，已敲诈五万余元，现已对二人采取刑事强制措施。（8月28日澎湃新闻）

百家讲：

近年来，类似“餐饮碰瓷”行为时有发生，由于餐饮商家在遭遇“餐饮碰瓷”后面临着“取证难”“维权难”等诸多困境，因而，很多时候只得“吃哑巴亏”，不是给予“买单”，就是给予“赔偿”。一些“餐饮碰瓷者”正是摸准了餐饮商家息事宁人，花钱消灾的软弱心理，类似“自导自演吃出蟑螂”这样的“餐饮碰瓷”便屡试不爽，这让很多餐饮商家很是苦恼。

其实，这起“自导自演吃出蟑螂”案例，除了对“餐饮碰瓷者”是一种法律惩戒外，对餐饮商家而言，这也是一种“提醒”。餐饮商家在遇到类似“碰瓷”行为时，切忌抱着“息事宁人，花钱消灾”的软弱心理，而让“碰瓷者”的计俩和阴谋屡屡得逞，不妨通过“技防”的力量，如安装监控摄像头，收集相关证据，戳穿“餐饮碰瓷者”的伎俩和阴谋，从而让类似“自导自演吃出蟑螂”这样的“餐饮碰瓷者”原形毕露，处处碰壁。

——叶金福

一家之“盐”

## 警惕“卖惨带货”的“劣币”效应

□王丽美

进入8月，随着凉山会理石榴的成熟，网络平台上出现不少直播卖石榴的主播、网红。网红帮忙带货助农增收，本来是很提倡的，所以这些“达人”往往会受到大家的支持和点赞。但也有些“网红”的带货会“作假”，更有甚者还会卖惨带货、悲情销售。（8月26日新华网）

视频里，一脸沧桑的老爷爷哽咽着说“石榴卖不出去了怎么办”，现实中，老人一脸疑惑：“我家的石榴，可以摘的都已经卖完了，怎么会卖不出去呢？”实际上，视频中这些老人和文字、背景音乐是分开制作的，老人确实存在，但没有说视频中的话，文字描述和事实严重不符。该视频发布者涉嫌发布这些虚假信息不实视频只是为了博取同情、吸引眼球，哄骗看到视频的网友因为同情进来下单。

公益爱心是宝贵资源不可滥用，别有用心“悲情营销”让爱心变味。近年来，不良分子屡



资料图片

打悲情营销牌，广东徐闻的菠萝、安徽蜜橘、山西临猗苹果等农产品也都曾被采用这种方式进行营销，目的是为了吸引众人眼球，博取消费者同情。当悲情故事被大规模廉价复制甚至“移花接木”，沦为电商的营销道具，必将导致“劣币驱逐良币”，不仅扰乱了正常市场的销售秩序，也透支信任，消费爱心。

“卖惨带货”还严重践踏法律法规。不征求老人意愿，就随意拍摄老人并发到网上，涉嫌侵犯公民肖像权、隐私权，再配上“紧急救助”的煽情文案，此虚假宣传行为严重误导消费者，侵害消费者权益，侵害了消费者的知情权，理应承担相应行政责任。而制造虚假宣传、捏造石榴严重滞销信息，造成

了石榴市场的不合理波动，更涉嫌欺诈。

《中华人民共和国反不正当竞争法》中规定的虚假宣传行为，经营者或可被处二十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照。由此可见，店家基于欺诈的故意，实施了虚假宣传的欺诈行为，使消费者产生了错误认识。对于扰乱市场的恶意悲情营销行为，理当依法惩处，以儆效尤。

从“急哭女孩”再到“哽咽大爷”，从盗用照片到“嫁接视频”，“悲情营销”改头换面，恶意消费善心，致使爱心蒙尘，市场失序。对此，政府部门应随时“在线”，强化监管，帮助民众及时识别、戳穿悲情营销的惯用套路，严厉打击夸大失实、恶意营销的欺诈行为，加大违法成本，对“卖惨带货”露头就打，严惩不贷，坚决维护消费者权益，保障公平公开的市场秩序；电商平台要提升社会责任和管理水平，营造公平、有序的市场空间，遏制弄虚作假、“卖惨”销售的歪风，力促电商经济健康发展。

金玉良言

## 让财经自媒体不再“随意发声”

□何勇海

8月28日，微信、抖音、微博等平台分别发布公告，针对自媒体违规发布财经新闻、歪曲解读经济政策、唱衰唱空金融市场、充当“黑嘴”博人眼球、造谣传谣、敲诈勒索等行为进行专项整治，以净化网络环境。（8月29日《北京青年报》）

在自媒体时代，人人都可以发声，表达自己的观点、想法，寻找共鸣共识。然而，由于隐藏在海量的网络舆论信息当中，监管面临着庞大的工作量。一些打的是擦边球，发布财经内容的自媒体中存在大量非理性的声音，甚至故意传播负能量，故意制造信息混乱。人人都可以发声，几乎成了“随意发声”。

对此，抖音列举了八个表现：歪曲解读财经政策、宏观经济

数据，恶意唱空金融市场、唱衰经济；不加判断地转载境外歪曲解读财经热点的报道评论；散布小道消息，以“揭秘”“重磅”“独家爆料”“知情人土”进行渲染炒作，造谣传谣；转载合规稿源的财经新闻信息时，恶意篡改、断章取义、片面曲解；充当金融“黑嘴”，恶意唱空或哄抬个股价格，炒作区域楼市波动，扰乱正常市场秩序；炒作负面信息，对相关利益主体进行威胁恐吓、敲诈勒索，谋取非法利益；炒作社会恶性事件、负面极端事件，煽动悲情、焦虑、恐慌等情绪，借以推销所谓“财商课”、保险产品等；冒用滥用财经主管部门工作人员或专家学者等名义开办财经专栏、账号。

如此“随意发声”，会对受众产生明显误导，对经济政策产生不必要的猜测质疑，甚至产生严重误解。财经自媒体“随意发声”，引

起部分网友、市场利益主体跟风炒作，会对实际工作产生不良干扰，干扰政策执行，或导致政策在执行中出现偏差。比如这些年，在楼市调控中，屡有恶意曲解相关政策、制造市场恐慌气氛的言论，引发部分购房者担心房价上涨而恐慌入市，导致一些地方的楼市越调控越涨价。

可见，整治自媒体的违规财经内容，非常必要。此番整治后，各平台应坚持正确的舆论导向，切实履行主体责任管理责任，健全管

理制度，提高财经类自媒体准入门槛，严格履行身份认证程序，毕竟，财经类自媒体应具备更高的专业性、权威性，尽可能多地吸纳真正的财经主管部门工作人员或专家学者入驻，开办财经专栏，满足受众需求。当自媒体平台门槛低、发布主体多，乱象就会纷呈。财经自媒体运营者也应有法治意识，网络不是法外之地，任何时候都要遵守法律法规，在法律允许的范围发声，才是受欢迎的好声音。

## 征稿启事

本版长期向读者征稿，稿件字数不限。

来稿要求内容真实、寓理于事；也可以是作者对某一社会现象或问题发表的观点和建议，我们将每周刊登在本版。

来稿请发送 e-mail 至：kokomi621@sohu.com。