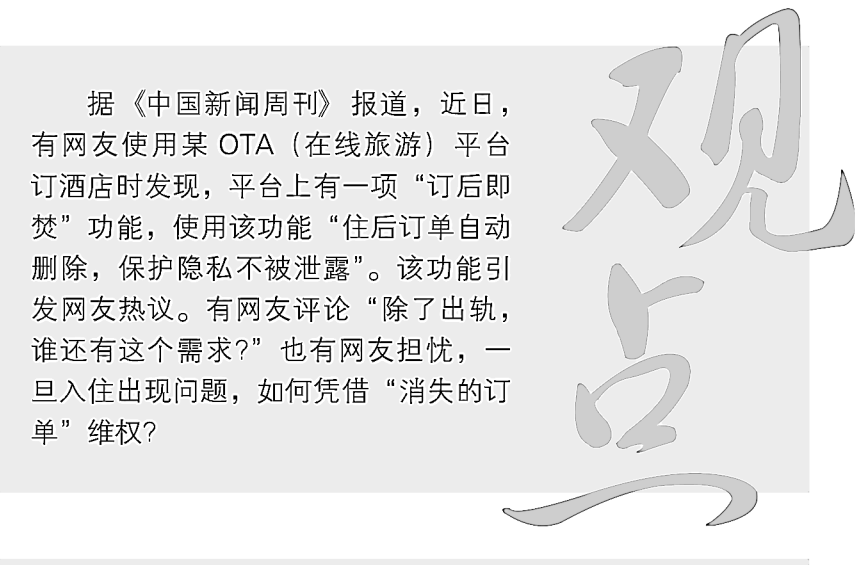


酒店订单“订后即焚”更多是个概念包装



据《中国新闻周刊》报道，近日，有网友使用某 OTA（在线旅游）平台订酒店时发现，平台上有一项“订后即焚”功能，使用该功能“住后订单自动删除，保护隐私不被泄露”。该功能引发网友热议。有网友评论“除了出轨，谁还有这个需求？”也有网友担忧，一旦入住出现问题，如何凭借“消失的订单”维权？

订单不可能“永久消失”，噱头意义远超实际需求

首先应该明确的事实是，从法律、技术和平台的商业逻辑出发，订单都不可能是“永久消失”，只是在普通用户的前端不再展示而已，更像是一种“隐藏隐私”策略。

事实上，国家相关部门对网络交易平台上的订单、支付等顾客消费记录一直有明确的保存时效规定。

如 2021 年，国家市场监督管理总局在《网络交易监督管理办法》中明确规定，对商品或者服务信息，支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息的保存时间自交易完成之日起不少于三年。

而早在 2009 年，商务部也曾明确提出“电子商务经营者必须保留用户注册信息，必须对所有的交易建立记录和储存系统，登录和交易日志等交易数据记录至少保存十年，并保护交易双方的隐私权，必须建立安全制

度，采取安全防范措施”。

上述规定，目的都是防止潜在伤害消费者权益和体验的行为出现。因此，无论从消费者权益保护，还是法律法规角度看，平台都仍然可以在后台看到该笔订单。所谓的“永久消失”，只是普通用户登录账号上无法看到该笔订单。

从这个逻辑来看，这并非什么新的产品功能，只是把“删除订单记录”的操作给包装了一个噱头，并且设置了预约定时操作而已，其噱头意义超过了实际上的用户需求。

更何况，该功能在涉事平台已经上线 7 年，直至今天才被网友曝光并上了热搜，且该功能仅存在于微信小程序上，并未迁移至其 APP 上。这些信息足以证明，这一功能的实际使用并不多，更多还是个概念包装。

最关键的不是道德问题，而是法律问题

将酒店订单“订后即焚”，指向的未必是偷感十足的避免出轨行为被暴露，也可能是单纯的不想个人隐私被泄露。从原理上讲，“订后即焚”，意在通过赋予信息生命周期，确保信息的私密性和安全性。现实中，诸如此类的保护隐私功能设计还有很多，如无痕聊天、预设密信、闪照、双向撤回等。这些防泄露导向的功能，成了许多年轻人抵御信息“裸奔”的防御机制，相当于为信息安全上锁。

若是往不好的方向揣测，所有的防信息泄露措施都可能变成“越过道德的边界，走过爱的禁区”的屏障。但隐私保护本身的正向价值，不该简单被代入“捉奸者”角色后的桃色想象给抹杀。

从重要性来讲，保护隐私的价值排序要优先于窥私捉奸。保护隐私的法定权利应该得到保障——不能因为一部分人“防止奸情暴露”的“不正当”需求，就否定另一部分人“防止信息泄露”的“正当”需求。

毕竟，现实中也有过酒店预订信息泄露的情况，已引发了很多人的担忧。在此背景下，一些人出于信息安

全考量使用“订后即焚”也在所难免。而比起泛道德化的指责，更值得关心的问题或许是，“订后即焚”会不会以保障用户权益之名给用户维护权益制造堵点？

订单信息具有双重属性，一方面是用户隐私，另一方面是购买服务的凭证，一旦订单自动删除，会不会让消费者在需要查询订单详情、核对消费金额、查看入住时间时面临困难？

这就要求，平台方需要完善“订后即焚”功能的使用说明和风险提示，确保用户能够充分了解并正确使用该功能，避免误点误用的情况。用户在选择“订后即焚”功能前，也应尽量确保保存所有与订单相关的证据，如支付凭证、行程单、短信、邮件等，方便日后维权。此外，用户勾选“订后即焚”后平台是否可保留数据，又有没有义务主动恢复数据，也都需要法律层面予以明确。

因而，酒店订单可“订后即焚”，最关键的不是所谓的道德问题，而是法律问题，与其拿着道德显微镜去审视，不如拿着法律放大镜去透视。综合自澎湃新闻、新京报等（谕路 整理）

竞业限制不能异化为“全员竞业”

□ 谢庆富

“在线求助，在一家跨境电商公司实习第一天就被要求签竞业协议，实习 6 天后，公司以能力不匹配为由辞退我，但是没明说是否解除竞业限制，该怎么办？”近日，一位叫张冰的网友在网上发帖，表达对竞业限制的困惑。

电商公司与张冰签订的竞业协议约定，未取得公司书面同意，离职职工不得担任与公司及其关联方业务有竞争关系或同类型实体的雇员、顾问等。此份竞业协议对张冰的再就业限制很多，他重新找工作时，不仅去不了电商公司，连供应商公司也去不了。

竞业限制是《中华人民共和国劳动合同法》的重要内容，它是用人单位对负有保守用人单位商业秘密的劳动者，在劳动合同、知识产权权利归属协议或技术保密协议中约定的竞业限制条款。需要强调的是，法律允许用人单位与劳动者约定竞业限制义务，同时也对双方约定竞业限制义务的内容作出了强制性规定。根据劳动合同法第二十四条，竞业限制的人员限于用人单位的高级管理人员、高级技术人员和其他负有保密义务的人员。张冰仅在电商公司实习 6 天，接触不到更掌握不了商业秘密，不属于以上 3 种情形之一。对张冰这种竞业限制义务所适用的人员范围以外的人员，用人单位不应要求其履行竞业限制义务。

用人单位与不掌握商业秘密的普通

劳动者签订竞业限制协议，扩大了竞业限制的主体范围，对劳动者的择业权造成不当限制。现实生活中签订劳动合同的主动权普遍在于用人单位，因此即使劳动者知道自己不用签署竞业限制协议，迫于事实上的地位不等以及就业压力，也会无奈签署。不论劳动者的职位和职务是什么，入职以后肯定会或多或少、或浅或深获取用人单位一定的商业信息，但商业信息不等同于商业秘密，用人单位不能要求所有职工签订竞业协议，搞“全员竞业”。

遏制用人单位滥用竞业限制权利，固然需要劳动者拿起法律武器抗争，但最根本的还是完善法律，让用人单位钻不了“空子”。比如，在现有的法律框架下，用人单位的高级管理人员、高级技术人员容易判定，但“其他负有保密义务的人员”不好判定。法律应对“其他负有保密义务的人员”做出明确界定，让用人单位有所遵循，也让劳动者有勇气抗争。此外，还可出台惩戒制裁细则，对用人单位滥用竞业限制权利形成有力震慑并依法予以处罚。

竞业限制不能异化为“全员竞业”，也不能成为劳动关系中的一方打压、敲诈另一方的工具。相关各方要在“科学立法、严格执法、公正司法、全民守法”的方针指引下，各司其职，各负其责，让竞业限制条款成为保护用人单位和劳动者的“娘家人”。

AI技术应用别“玩过界”

□ 周志宏

近日，一些短视频平台涌现了大量某知名企业家吐槽的视频。在视频中，该企业家对堵车、调休、游戏等热门话题进行了调侃和锐评，甚至还有不雅词汇穿插其间，引发网友热议。

事实上，那些吐槽视频并非该企业家本人在发声，而是由网友利用 AI 软件采集该企业家原音生成的配音，但逼真的效果让不少人信以为真。

应当肯定，AI 的发展为生活带来了许多便利。但是，随之而来的一些乱象也引发人们越来越多的质疑。有的视频越过了开玩笑的边界，“偷走”他人声音进行恶搞、造谣，造成了恶劣的社会影响。

据业内人士介绍，通过模仿音频样本的语调、语速、情感、口音、发声方式等特征，AI 技术已经能够高度还原音频样本的声音，达到人耳和其他鉴定方式难以区分的程度。对此，有关专家表示，在未经过授权、未进行标注的情况下，用他人声音制作 AI 语音产品，尤其是“借用”公众人物的声音，很容易引起误解，这不仅会侵害个人信息安全，还可能扰乱网络空间生态秩序。然而，时下，不少网友在合成他人的 AI 音频时，仅抱着娱乐心态，并没有意识

到背后隐藏的法律风险。

据报道，今年 4 月，北京互联网法院一审开庭宣判了全国首例 AI 生成声音人格权侵权案。该案中，配音师因认为自身作品被短视频平台利用 AI 生成语音产品，严重侵犯了自己的声音权益，将短视频平台及制作方等 5 家公司诉至法院，最终原告获赔经济损失 25 万元。这一判决对于厘清和把握 AI 生成声音的边界无疑具有极为重要的指导意义。

为有效防止 AI 技术应用“玩过界”，AI 语音应用工具提供方应把好第一道关，强化对源头素材的把控和对生成内容的监管，完善运营规则，并在出现问题时积极配合有关部门，追溯违法音频的生成源头。作为内容传播的服务提供者，短视频等传播平台也应尽到相关义务，对 AI 生成内容建立甄别和追踪的机制；相关法律法规和治理手段也须及时“出手”，对 AI 技术的应用进行明确的约束，引导科技向善。如发现涉嫌伪造的内容或者接到相关投诉，有关部门应当要求内容发布者及时对伪造内容进行标识，在不标识的情况之下，可以根据平台规则删除内容，造成严重后果的可以进行禁言、封号等处理。