



柳下谈

各地应当学习南京的做法,对辖区所有安装“人脸识别”系统的场所的合法性进行审查。特别是,要注重源头治理,为人脸识别系统的开发和应用立规矩,像保护公民生命财产一样保护人脸等生物识别信息。

售楼处拆除人脸识别系统,“下架”还应有下文

齐鲁晚报·齐鲁壹点
评论员 朱文龙

近日,南京多家售楼处接到相关部门电话通知,要求拆除现有人脸识别系统,这在全国尚属首例。

不久前,一名男子“戴着头盔看房”的短视频在网上流传。视频字幕显示,为保护个人信息,当事人只能戴头盔去看房。一时间,保护好个人信息的话题引发网友广泛讨论。

人脸信息属个人信息,倘若人脸被冒用,支付、网贷、门禁等

就处于不设防的状态,此外,人脸识别技术是依据“生物特征数据”进行识别的。泄露后,人们终生将处在不确定的风险之中。正因如此,我国相关法律规定,“收集、处理自然人个人信息的,应当遵循合法、正当、必要原则,应当征得该自然人或其监护人同意,且被采用者同意后还有权撤回。”售楼处在没有经过客户允许的情况下,私自收集客户面部信息的做法,很显然与法不符。在这个意义上,南京要求售楼处拆除现有人脸识别系统,既是对个人信息安全负责任的表现,也

是对现行法律法规的严格遵循。

不过,对于那些已经下架的“人脸识别”设备,相关部门注意不能就此“一了之”。从报道中来看,售楼处安装“人脸识别”系统,已成为行业“潜规则”,这就意味着,许多客户的人脸信息都在不知不觉中被售楼处采集。由于人脸识别应用五花八门,也没有统一行业标准,大量人脸数据都被存储在各自应用运营方,或是技术提供方的中心化数据库中。这种分散建立的数据库,信息泄露风险比较大。因此,除了要求售楼处尽快拆除“人脸识别”系

统,相关部门还要责令包括开发商在内的商家,销毁已经收集的人脸信息,保障客户个人信息安全与财产安全。

此外,相关部门还要对私自采集人脸信息的机构或者个人及时追责。根据我国网络安全法规定,侵害个人信息依法保护的权利的,责令改正,可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处违法所得一倍以上十倍以下罚款,没有违法所得的,处一百万元以下罚款,对直接负责的主管人员和其他直接责任人员,处一万元

以上十万元以下罚款。相关部门应以法律之槌敲响保护“人脸信息”的警钟。

不得不说,现在人脸识别技术经常被“滥用”,随便一个公司就可以采集人脸信息,这种现象很不正常。各地应当学习南京的做法,对辖区所有安装“人脸识别”系统的场所的合法性进行审查。特别是,要注重源头治理,对“人脸识别”领域进行严格规范,为人脸识别系统的开发和应用立规矩,像保护公民生命财产一样保护人脸等生物识别信息。

迅猛发展的“云卖菜”,抢不走菜贩生计

来论

□李明志

近年来,“互联网+”的生意遍布各个领域,菜市场也成了各个互联网巨头争夺的红海。从生鲜电商的B2B到“社区团购”的B2C,一众互联网企业纷纷入局社区团购,并展开一轮轮烧钱补贴大战。一时间,坊间关于大规模“烧钱”补贴挤占菜市场摊贩生存空间的忧虑,已成舆论焦点。

这番忧虑,似曾相识:打车软件萌兴时,很多人担心“大规模‘烧钱’补贴挤占出租车司机生存空间”。但时至今日,补贴的潮水早已退去,再看重构后的出行市场,出租车司机群体并未被“淹没”,反倒是在技术进步助推下,“趴活儿”变得更高效、更“见钱”。非但如此,在技术与政策“态度友好”、消费潜力充分释放的双重刺激下,有相当数量的就业潜力被激发,很多人转身成为网约车司机,通过做大市场实现了某种程度上多赢。同理观之,对这一轮线上与线下间的“菜市场之争”,

大可不必过于质疑,由疑成忧。

说到底,公众的忧虑多是基于“互联网企业入局必然重击小摊贩”这个假设,是很多人对新事物的惯性排斥。

有句话叫“资本面前没有公平竞争可言”,在摧枯拉朽般的“补贴闪电战”下,网企借助诱人的补贴力度,迅速培养起用户黏性,待淘汰竞争对手后,掌握市场绝对话语权。但这屡试不爽的“一招鲜”,在菜市场这个特殊民生服务场景,未必能取摊贩而代之。

一来,“云卖菜”和线下实体店摊贩目标市场并不重合,“粉丝”各异。据某生鲜供应链管理服

提供商整理得出的2020年生鲜电商用户画像,超六成生鲜电商订单来自80后、90后,年轻女白领成为重要用户群。对这些节奏快、时间紧、精力宝贵的年轻上班族而言,相比于逛菜市场,一键下单、送货上门显然是更优选择。简言之,供求双方在“快”这点上高度契合。

二来,不能忽略的是,传统菜市场自有无可取代的“硬核”抗击打实力。有时间、有精力的消费者,或者注重品质、口味把关的餐饮经营者,多会选择亲自到菜市场买菜。他们图的,是亲自调动感官、反复触摸比对,挑得满意食材

的全过程。还有,陪伴家人逛菜市场,如同一种人情味、烟火气刚需性情感体验。反观平台下单,很多时候就像“拆盲盒”,消费者无法直观感受食材品质,只能寄望于平台公信力。

事关民生,围绕互联网企业入局“菜市场”走出的每一步,监管必须通过制度机制创新,牢牢守住安全、健康、卫生等底线和红线。同时,解放思想、创优环境,涵养起线上、线下菜市场互相补充,找到提升民生福祉、满足多元需求的“最大公约数”。

投稿邮箱:qilipinglun@sina.com

山东又获大丰收!一期中得3注大乐透581万

12月2日,体彩大乐透第20122期开奖,前区开出号码“08、19、29、34、35”,后区开出号码“06、11”。本期全国销量为2.81亿元,为国家筹集彩票公益金1.01亿元。

本期全国开出10注一等奖。其中1注1046万元(含465万元追加奖金)追加投注一等奖,花落广东;另外9注581万

元基本投注一等奖有3注花落山东,分别在菏泽(2注)和青岛中出,其他6注则分别在江苏泰州、浙江杭州、福建泉州、湖北黄石、广东中山、广东揭阳中出。

由于9注一等奖都没有采用追加投注,在单注一等奖方面,少拿了465万元追加奖金,从而错过中得1046万元追加

投注一等奖的机会。

本期二等奖中出145注,单注奖金5.04万元。其中58注为追加投注,每注多得奖金4.03万元。追加后,二等奖单注总奖金为9.07万元。

三等奖中出280注,单注奖金为10000元。四等奖中出1751注,单注奖金为3000元。五等奖中出24566注,单注奖

金为300元。六等奖中出52513注,单注奖金为200元。七等奖中出45924注,单注奖金为100元。八等奖中出1112660注,单注奖金为15元。九等奖开出9384878注,单注奖金为5元。

奖池方面,本期开奖结束后,6.29亿元滚存至12月5日(周六)开奖的第20123期。

体彩萌宠“乐小星公益大闯关”活动登陆港城

11月26日——29日,体彩萌宠带来的“乐小星公益大闯关”活动于烟台莱山区祥隆生活馆东侧广场盛大举行,在这场闯关盛会中,前来参与的港城市民都能与体彩萌宠“乐小星”亲密接触!超多趣味游戏、精美礼品给港城市民带来不一样的休闲体验!

活动现场,萌宠“乐小星”惊喜亮相,变换着不同的POSE与市民朋友们合影留念,“萌萌哒”姿势引得大家开怀大笑,只要留影发朋友圈,市民朋友们便可获得烟台体彩送出的精美礼品。为倡导全民健身理念,传递体彩运动正能量,现场还设置了摸高游戏,摸高到不同颜色的区域,便有不同的惊喜相送,参与的现场观众纷纷奋力一跳,主持人在场边不断地鼓励大家:“再来一次,看看会不会更高,大奖在等你,你可以的!”相信来到现场试跳的勇敢者,满



载的都不止是各色礼品,更有运动的快乐!

为了更生动地向市民朋友们展示萌宠“乐小星”的形象,现场还请来了烟台雕塑家协会的杨胜君老师,教大家用彩泥,捏出各种姿势的“乐小星”,引来了许多小朋友和家长们的热情参与。杨老师介绍说,玩彩泥,有助于培养小朋友的细心、耐心、立体思维和想象力,很高兴“乐小星”给大家带来了这样的机会!

在现场设置的“无敌幸运星”即开票销售区,来往的朋友们纷纷上前试试手气,中奖消息不断被主持人报出,尖叫声、欢笑声在整个活动场萦绕。

有运动的快乐,有大奖的惊喜,有萌宠的陪伴,有手工劳作的细致,乐小星给大家带来的是无尽的快乐!据悉,作为26年来体彩首个吉祥物,“乐小星”的诞生凝聚万千期待。从2020年4月8日启动征集,60位专业评审,经过多轮科学的评选校验,到10月18日发布会正式亮相,整个诞生过程历时6个多月。本次“乐小星”来到港城,作为其在山东省的首次亮相,一定惊艳到了港城市民。

吉祥物为公益而生,自带正能量。未来,吉祥物将促进体彩品牌的整体焕新,还会拉近体彩与年轻人的沟通距离,引发一股新的公益思潮。

(于丹)

擦亮眼睛 买彩票要提升“安全意识”

近日,青岛的张女士遭遇购彩骗局,对方承诺买彩票高额返现,张女士试了一下并收到了返现,于是投入更多钱,等到提现的时候才发现上当,她意识到自己被骗,到派出所报了案。

通过这个案例我们看出,骗局环环相扣,令人防不胜防。我们作为普通人,一定要“擦亮”眼睛,时刻保持风险意识和安全意识,应时刻牢记“天上不会掉馅饼”。我们在同情张女士的同时,也要提醒广大市民及购彩者,遇到可疑行为请不要盲目相信,务必通过官方渠道求证,三思而后行。

彩票是国家为筹集公益金而特许发行的公益彩票,通过销售彩票所筹集的公益金,广泛应用社会各项公益事业中,公益性是彩票的根本属性。一直以来,中国体育彩票积极践行“责任彩票”理念,严格执行上级监管部门的营销要求,坚持打造安全健康的彩票游戏,持续规范运营管理。

山东体彩中心提醒各位购彩者,买彩票要通过正规渠道购买,在中国体育彩票各实体店购彩时,请一定要在店内现场出票,并认真核对投注内容和购彩金额,确保完全准确一致;请务必警惕私彩,远离各类非法彩票和赌博诈骗等违法犯罪行为,不要轻信相信各种“稳赚不赔”“买彩票返佣金”“买就中”等虚假宣传,安全意识务必谨记心中。