

超七成受访者遭遇过个人信息泄露 四川发布消费者个人信息保护情况调查报告

□本报记者 马工枚

个人信息保护事关消费者人身安全和财产安全，为了解当前消费领域个人信息保护现状，5 月 9 日，四川省保护消费者权益委员会发布了消费者个人信息保护情况调查。

超五成受访者不了解《个人信息保护法》内容

据调查结果显示，超五成受访者不了解《个人信息保护法》内容。13.72%的受访者了解且认真阅读过《个人信息保护法》，29.76%的受访者表示了解部分内容。34.25%的受访者表示仅听说过《个人信息保护法》，13.55%的受访者不知道有《个人信息保护法》，8.72%的受访者表示不清楚相关情况。

调查显示，72.24%的受访者表示个人信息曾被泄露。受访者认为可能导致个人信息泄露的渠道中，“酒店餐厅消费点餐被迫扫码、留存个人信息”“办理电信等业务留存信

息”“房屋买卖、装修留存信息”排名靠前。

55.71%的受访者最担心 QQ、邮箱、微信、微博、抖音等个人社交账号被泄露。其次是人脸指纹等生物信息、身份证号、姓名及手机号等。

此外，电信和互联网行业被认为是个人信息泄露最严重的行业，占比高达 46.96%，其次是教育培训、金融、房地产、快递等行业。

问卷针对 APP 和小程序个人信息泄露情况进行了专门调查。37.15%的受访者使用 APP 或小程序时从不阅读安全隐私协议或不注意是否有安全隐私协议，7.67%的受访者“不知道什么是安全隐私协议”。仅有 7.61%的受访者坚持一直阅读安全隐私协议。调查受访者未阅读安全隐私协议的主要原因，选择“没注意看就点击了已阅读（默认勾选）”的高达 47.83%。“字数太多、篇幅太长”“字体太小、看得费劲”“表述拗口、不能理解意思”“无论是否阅读，都必须同意

才能继续使用”也是安全隐私协议被忽略的重要因素。

此外，受访者在使用 APP 和小程序时拒绝非必要授权后，高达九成（90.62%）的 APP、小程序不能使用或仅能使用部分功能。其中，不能使用的占比 25.56%，仅能使用部分功能的占比 65.06%。值得一提的是，受访者的位置信息和手机相册被索权最多，分别高达 53.95%和 50.07%，其次是通讯录（44.96%）、短信（43.67%）、手机存储文件（41.39%）以及通话记录（40.05%）等。

个人信息保护还待加强

调查显示，67.52%的受访者对个人信息保护现状表示满意或基本满意，仍有 32.47%的受访者表示不满意。主要原因是“个人信息仍经常被侵害”（53.11%）以及“被侵害后投诉无门”（44.82%）。个人信息被侵害后，68.37%的受访者表示未采取维

权措施。

《个人信息保护法》明确规定：“自然人的个人信息受法律保护，任何组织、个人不得侵害自然人的个人信息权益”“个人对其个人信息的处理享有知情权、决定权，有权限制或者拒绝他人对其个人信息进行处理”。消费者作为个人信息的产生者和提供者，应强化个人信息保护意识，主动采取保护措施，避免个人信息遭到侵害。如：提供个人信息“慎思”，秉持“非必要不提供”原则；发现个人信息泄露“明辨”；保护个人信息“笃行”，在个人信息被侵害后，向网信部门或者拨打 12377 投诉，主动维权。

四川省保护消费者权益委员会提出，加强消费者个人信息保护的体系。严格执法，建立统筹规范的执法机制。高效司法，推动个人信息保护司法实践。加强普法，增强消费者自我保护意识和能力。

四川德阳市罗江区市场监管局： 保春耕出“铁拳” 打击假劣不手软

□毛兴梅 本报记者 高明山 李鹏飞 文/图

为进一步规范农资市场经营秩序，确保流通领域农资产品质量安全和稳价供应，近日，四川德阳市罗江区市场监管局联合罗江区农业农村局等部门开展农资打假及保供稳价专项执法检查。此次专项检查结合“铁拳行动”，以化肥产品为重点，对经营主体证照、进货查验、计量器具检定及产品标签标识、价格变化等情况进行深入检查。

目前，已检查农资产品经营者 13 家，责令整改未定期检定计量器具、未明码标价的行为 4 起，先行保存无合格证明文件的样品 1 批待送检。

据悉，罗江区市场监管局将持续开展农资打假及保供稳价专项检查，督促经营者规范经营行为，严厉打击虚标含量、偷换养分、掺杂掺假、以次充好、哄抬价格、价格欺诈等违法行为，维护农资市场经营秩序。



□本报记者 马工枚

为侵犯涉案商标专用权行为提供便利条件，帮助他人实施侵犯商标专用权行为的应承担连带责任。近日，记者从四川省保护消费者权益委员会了解到一起这样的消费案例。

2022 年 7 月 13 日，成都市温江区市场监督管理局执法人员在开展执法检查时，发现当事人成都市某啤酒有限公司的库房内，存放有瓶身带百威啤酒注册商标浮雕图案的啤酒 336 瓶。温江区市场监管局随即展开立案调查。经过调查，发现涉案啤酒系重庆某经销商提供的空瓶和标贴，由当事人代加工灌装并收取加工费用，未对瓶身的浮雕图案进行清除或有效遮盖。在四川省市场监管局和成都市市场监管局的指导下，温江区市场监管局当即与重庆市市场监管局、重庆市巴南区市场监管局取得联系。川渝两地市场监管部门通过会商研判、线索移送、联动执法等一系列密切协作，累计查获侵犯注册商标专用权的啤酒 11.58 万瓶，实现了对违法行为从生产到销售的全链条打击。

当事人和重庆某经销商的上述行为，违反了《中华人民共和国商标法》第五十七条第七项的规定，属于“侵犯注册商标专用权”的违法行为。根据《中华人民共和国商标法》第六十条第二款的规定，温江区市场监管局依法责令当事人立即停止商标侵权行为，并对其作出没收涉案啤酒 336 瓶、罚款 5 万元的行政处罚。重庆巴南区市场监管局依法责令重庆某经销商立即停止商标侵权行为，并对其作出没收涉案啤酒 32 瓶、没收违法所得 4580 元、罚款 5.37 万元的行政处罚。

四川省保护消费者权益委员会表示，助力落实川渝知识产权保护联动机制。在川渝市场监管一体化协作的框架下，成都温江区市场监管局和重庆巴南区市场监管局建立了知识产权保护执法协作机制。在本案中，两地市场监管部门在违法线索移送、信息资源共享等方面广泛深入开展合作，以实际行动落实了川渝知识产权保护联动的机制要求。

创新构建优质高效执法协作方式。本案中，两地执法人员密切配合，通过电话、微信、网络会议等方式，对案件查办思路、证据链收集等情况即时双向沟通，统一思想，形成合力，跨区域、全链条查清了生产商和销售商的违法事实，将本案办成了经得住法律和时间考验的铁案。

有力打击侵犯知识产权黑色产业链。当事人明知啤酒空瓶的瓶身上带有注册商标，自认为在为远在重庆的经销商代灌过程中发生的违法行为难以被监管，可以打法律的擦边球。川渝市场监管部门通力协作，跨区域成功打掉了该产业链上为违法行为提供便利条件的生产源头，携手共同维护了两地公平、公正的市场营商环境。

为仿冒行为助力要判罚

川渝跨区域全链条执法

理性消费 按需购买