

《通用隐私保护条例》被称为史上最严格的隐私保护法。虽然正式实施刚刚两周,却已经在互联网公司中产生了强大的威慑力。

史上最严隐私保护法实施:

隐私保护战打响,谁能独善其身?

■本报记者 王佳雯

上海交通大学计算机系教授朱浩瑾邮箱里,最近出现了电气和电子工程师协会(IEEE)、爱思唯尔出版社、美国计算机协会(ACM)的邮件,要求重新做隐私授权。

朱浩瑾遇到的重新授权问题,在欧盟用户中几乎已成为常态。据外媒报道,近期欧盟用户的邮箱中收到了大量互联网公司的服务协议,请求重新获得用户的授权,以符合欧洲《通用隐私保护条例》(GDPR)新规。

数据隐私保护从来不是某一家互联网公司的事情,学界、产业界以及相关管理机构都在积极寻求更便捷有效的措施,堵住数据安全的漏洞,保护用户的隐私。特别是 Facebook 数据泄露事件爆发后,越来越多的互联网使用者开始关注自己的隐私,却苦于找不到手段与方法。

如今,欧洲 GDPR 的正式实施,已经搅动了隐私保护的风云。这只太平洋上的蝴蝶轻轻挥动着翅膀,正在互联网公司中形成风暴潮,并逐步以欧洲为中心向全球蔓延。

“最严隐私保护条例”带来互联网寒冬?

除了请求用户重新授权之外,更有甚者,有许多为欧盟用户提供服务的外国互联网公司来不及做出修正或不知该如何修正,不得不选择暂时在欧盟地区下架服务,这其中包括《洛杉矶时报》《芝加哥论坛报》等知名美国新闻媒体在欧洲的网站。另有外国媒体报道称, GDPR 实施后, Facebook 等公司已被列入下一批被告名单中。

GDPR 被誉为史上最严格的隐私保护法。虽然正式实施刚刚两周,却已经在互联网公司中产生了强大的威慑力。

谈到如何保护用户数据安全,浙江大学网络空间安全研究中心主任任奎在接受《中国科学报》采访时指出,要通过足够的惩罚来限制公司通过违规使用用户信息获取价值,这需要建立相关法律法规,一旦某个公司违反用户隐私协议的情况被曝光,执法机构应该对该公司实施足够严重的惩罚,从一定程度上减少公司泄露用户信息的动机。

如今, GDPR 正是采用了这样的重罚举措,强力推动更有效的隐私保护措施。依据 GDPR, 违反隐私法的企业将面临全球年营收的 4% 或 2000 万欧元(约合人民币 1.5 亿元)的罚金。

不仅如此,依据欧盟委员会官网的解释, GDPR 的管辖范围远不仅局限于欧洲的互联网企业。只要数据收集方、提供方、处理方有任何一方是欧盟公民或法人,都将受到该法案的



欧洲 GDPR 的正式实施,已经搅动了隐私保护的风云。

图片来源:百度图片

管辖。

对于有相关业务的互联网公司而言, GDPR 的冲击正逐步浮现。除了暂时关闭服务的上述新闻网站,韩国网游《仙境传说》在考量了合规成本后,决定直接撤出欧盟市场。而美国国家公共广播电台则把这个两难的选择抛给了用户,“要么签署新的用户协议,要么就只能收看到该媒体 1996 年及以前的纯文字内容”。一时间,许多互联网公司开始在 GDPR 拉响的警报声中瑟瑟发抖。

虽然科技公司风声鹤唳,但作为研究人员,朱浩瑾却十分支持 GDPR,“大家会意识到这是大的趋势,增加对数据使用的透明度”。而他最看重的是, GDPR 告诉你隐私的界线在哪儿,而这对于全球的隐私保护都具有指导意义。

传统运营模式如何与之对接?

去年, Veritas 曾出具了 2017 年 GDPR 报告。这份对 900 名企业主进行访问调查的报告中指出,有 21% 的企业主担心高额罚款可能导致劳

动力减少; 18% 担心高额罚款可能导致破产; 而只有 7% 的企业主表示其企业目前完全符合 GDPR 要求。从中不难看出, 企业主的担忧情绪在蔓延。

谈到为何有公司宁愿关闭在欧盟的服务, 也不愿意使业务合乎 GDPR 规范时, 麒麟合盛 (APUS) 相关负责人首先便提到了合规成本高的问题。

据该负责人介绍,“GDPR 合规工作量大, 对专业人员需求大。根据法律要求, 从产品界面到后端数据库, 再到工作流程制度, 都需要进行合规风险点的排查和改造, 不仅仅是更新用户协议和隐私协议这么简单。这些工作绝不是仅仅依靠企业法务或工程师就能消化, 外部专家顾问在合规工作中也扮演着重要角色。”

这意味着, 为了合规, 互联网公司需要增加如律师、安全技术专家等外部顾问的费用, 同时更要在产品开发、上线、运营等层面更多考虑个人隐私保护, 这无疑也会增加其维护成本。依据 Forrester 咨询公司和 Evidon 对部分公司的调查, 50% 的公司花费了至少 100 万美元以满足

GDPR 的要求。

除了运营成本提高, 更令相关公司担忧的是, GDPR 的实施可能意味着以往其便利获取用户信息, 并通过算法获得精准用户画像, 最终进行广告分发的模式, 将遭受巨大挑战。

据魔客官方发布的信息称, Grapeshot 相关负责人曾表示 GDPR 将彻底改变接触用户数据的方式——面对数据规模的萎缩, 公司需要使用不同的定位方式丰富第一方数据, 而不再通过 cookie 获取如年龄、性别等传统的数据。

中国企业难隔岸观火

相较于国外公司因 GDPR 而人心惶惶, 担心稍有不慎便能越雷池而引来高额罚款, 国内企业表现得似乎相对冷静。

于是, 有一种声音便出现, 认为国外互联网公司在受到 GDPR 冲击而自顾不暇时, 正好是中国相关公司可以迅速发展的关键时期, 或许中国相关公司可以抓住这一契机, 实现弯道超车。

但事实上, “出海”的中国互联网公司倘若进入欧盟市场, 或者为欧盟用户提供服务, 都将受到 GDPR 规则的监管。事实上, 国内相关公司已经开始为应对 GDPR 或主动或被动地做出动作。

阿里云此前披露称相关业务已为 GDPR 准备就绪; 5 月底小米智能灯因欧盟新规停止服务, 相关负责人称业务将“暂时下线”。从这些企业的动作可以看出, 越来越多参与国际竞争的中国企业, 不可能在严格的 GDPR 面前隔岸观火。

此外, 任奎也指出, 随着用户保护隐私的意识不断提高, 那些需要获取个人信息的服务需要提供更准确、细粒度的权限需求。“类似功能的服务之间存在竞争, 那些需要过多不必要权限的服务将逐渐失去用户市场。”

也就是说, GDPR 虽然当下给相关公司带来了很大的困难与挑战, 但却有可能因其严格的保护措施而给整个互联网公司使用用户数据的生态带来变化。如果中国公司不及时跟进、调整, 虽然在当下可能获得一时的便利, 从长远来看, 却可能在用户日趋谨慎的隐私保护态度中失去竞争力。

魔客在发布的信息中也提到, 有 20% 的人认为, GDPR 可能成为新的数据导向商业模式的催化剂。也就是说, 在业内人士看来, 面对 GDPR 更积极的应对措施, 应当是寻找新的商业模式, 而非忽视与逃避。

中国超算不必纠结世界第一的「帽子」

■赵广立

近日, 一条“美国超算重夺世界第一”的消息搅动了超算圈的一池春水——美国能源部 (DOE) 下属橡树岭国家实验室 6 月 8 日宣布, 由 IBM 研制的、建设在该实验室名为“Summit”的超级计算机, 其浮点运算速度可达每秒 20 亿亿次, 是当前世界最快纪录保持者——中国超算“神威·太湖之光”的两倍。这意味着, 在中国超算连续 5 年“霸占”世界最快超算之后, 美国超算终于重新“夺回”头把交椅。

笔者了解到, 这背后源于美国能源部对其下属国家实验室的针对性升级。除了橡树岭国家实验室外, 部署在劳伦斯利弗莫尔实验室和阿贡实验室的超算设备也将在 2018 年实现性能上的大幅提升。至于中国超算何时能够再次反超, 清华大学教授、国家超级计算无锡中心主任杨广文在接受媒体采访时认为, “中国有很大的机会在 E 级时代实现再次超越”。

事实上, 对于谁是“世界第一快”超级计算机, 其象征意义早就超过了实际应用意义。换言之, 中国超算会不会在短期内再次反超, 已经不那么重要了。真正重要的是, 世界高性能计算机领域公认的“下一顶皇冠”E 级超算。面前横亘着功耗墙、存储墙、可编程墙、可靠性墙等重大挑战, 谁能在这个舞台上率先实现突破、展现实力, 才是超算领域最大的看点。

在 E 级超算的部署上, 美国已经率先发力, 正通过“国家战略计算计划”推行能进行百亿亿次计算系统的开发。我国科技部也将实现 E 级计算作为“十三五”规划的重头戏。不过, 在“中兴事件”余波未平的当下, 能否自主可控地实现 E 级超算, 能否彻底摆脱对外国核心软硬件环境依赖, 才是中国超算发展的重中之重。

自主可控地实现 E 级超算, 不仅包括采用自主可控的处理器和加速器, 实现在超算核心部件上的突破, 还包括从操作系统到关键领域的高性能计算应用软件开发, 再到运行计算环境等方面的自主化。一言以蔽之, 形成面向国产处理器的高性能计算应用生态环境, 才是科技部“十三五”高性能计算重点研发专项的“重点”。

因此, 我国超算在发展过程中, 应不必太过纠结是否坐稳了“世界最快”的位子, 而是应该充分认清自己发展的方向, 专注于自己的短板, 努力构建自主可控的超算研制及应用生态环境, 真正在计算这一基础和关键技术领域实现自主创新, 取得突破。

热点评论



中兴事件落幕, 付出巨大代价值得吗?

历时近两个月, 美国制裁中兴事件最终以“中兴认罪”的惨重代价收场。14 亿美元的巨额罚金, 30 天内改组董事会和管理层以及美方长达十年的监管, 创下了美国商务部对违反出口管制企业作出的最严厉处罚的纪录。

遭受打击的远不止中兴通讯一家, 中国股市都因此蒙上阴影, 直接导致“黑天鹅”出没。仅 6 月 13 日一天(中兴通讯复牌), 中兴通讯的 A 股和港股市值合计蒸发超过 160 亿元, 30 多万股民损失惨重, 且面临进一步下跌风险 (40 多家基金公司调低中兴通讯股价估值, 下调幅度 2~4 个百分点); 持牌中兴通讯股份的近 200 家基金公司也无奈踩雷, 持市值面临进一步缩水。

更让人生气的是, 在美国开出处罚后, 中兴内部的应对表现堪称灾难。不仅试图隐瞒信息, 而且还自作聪明地认为能够规避美国出口管制规定。

以上种种, 足以引发人们对中兴事件结局的不满: 付出巨大代价从虎口救下奄奄一息的中兴通讯值得吗? 值不值得, 必须要尊重下列事实: 中兴通讯是全球第四大电信公司, 是代表中国在 5G 领域的主要玩家之一, 其拥有的 815 件 4G 标准和 2000 多个 5G 全球专利, 在未

来的全球通信市场中举足轻重。

此外, 中兴现有 8 万员工, 其中包含 3 万研发人员; 按照基金公司调降后的估值, 其 A 股市值仍超过 800 亿元, 其所带动的产业产值更是难以估量。特别是, 中兴通讯一旦倒下, 中国通信行业遭受的直接损失恐怕就不止十几亿美元这样的数目了, 更别提中国未来 5G 通信将丧失多少想象空间。

应该说, 中兴事发并非偶然。随着中国“世界第二大经济体”的持续壮大, 以及在科技领域的不断崛起, 全球范围内发展主导权的争夺会愈演愈烈。中国由于在源头和原创性技术上的缺失, 相当一部分关键部件和产品严重依赖国外。不自力更生发展自主产品和技术, 就相当于给对手创造了制裁的条件; 以中兴通讯为代表的中国企业一旦被抓住把柄(无契约精神等), 很容易成为“鸡”。大幕落下, 曲终人散。如果说中兴事件还有什么值得铭记的话, 那一定是花大价钱买到了许多教训, 值得我们所有人陷入沉思。特别是引发国人集体“志痛”这个教训, 在中兴事件中得到了爆发, 并贯穿始终。笔者希望, 国内相关产业请一定引以为戒, 只有依靠正当手段发展和扶持自主品牌, 才能实现真正的崛起, 并最终赢回别人的尊重。 (赵广立)

行业观察

“限塑令”十年: 政策效应趋弱化 资源有偿成共识

■本报记者 贡晓丽

现代人足不出户点手机, 半个小时后一份热腾腾的美食便可摆上餐桌, 两小时内网上超市的生活用品就送到门前。外卖、快递方便了现代都市人的生活, 但随之衍生的环境问题也值得思考。

“限塑令”从 2008 年 6 月 1 日落地至今已整整十年, 它改变了人们的购物习惯。不过, 从农贸市场、超市, 到快递、外卖, 生活中塑料袋的身影还很常见。如今, “限塑令”的政策效应正在逐渐弱化, 要如何止住白色污染, 还需多方发力。

灰色地带

十年前印发的《国务院办公厅关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》(简称“限塑令”)明确指出, 全国范围内禁止生产、销售、使用厚度小于 0.025 毫米的塑料袋, 其中“限”就是指限制限产限销限用塑料购物袋。按照“限塑令”要求, 实行塑料购物袋有偿使用制度的包括超市、商场、集贸市场等商品零售场所。

国家发展改革委数据显示, 自限塑以来至 2016 年, 全国商超塑料购物袋使用量普遍减少 2/3 以上, 累计减少塑料购物袋 140 万吨左右。但近年来, 随着“互联网+”的兴起, 快递、外卖等行业逐渐火爆, 其中塑料包装袋、塑料气泡膜、餐盒等的用量在不断上升, “限塑令”的效果开始逐渐弱化。而且, 外卖是在“限塑令”实行后才强势崛起的行业, 也是“限塑令”执行中的灰色地带, 国家并未明确是否将外卖行业纳入“限塑令”执行对象。

中国食品科学技术学会理事长孟素荷对媒体表示, 外卖订餐已经成为人们生活中普遍的消费模式, 巨大的消费需求驱动行业高速发展。如果按食品工业增长率为 6% 估算, 网络餐饮的增长率已高达 88%。

据相关数据统计, “美团外卖”日均超过 1300 万单, “饿了么”日均约 900 万单, “百度外卖”以市场份额推算约为 200 万单。有环保组织研究分析发现, 平均每单外卖会消耗 3.27 个一次性塑料餐盒/杯。以此计算, 这 3 家平台每天将产生近 8000 万个一次性餐具。外卖餐盒和包装袋理论上属于可回收物品,

然而由于其质地轻薄的特点, 在物资回收者眼里不具备回收价值, 陷入了难以再回收的尴尬境地。“谁都不愿意去捡满是油污的餐盒, 还得花力气清洗, 回收塑料餐盒的价格每公斤还不到 2 元, 利润太薄, 回收意义不大。”一位废品回收人员告诉记者。

环保包装推广难

6 月 5 日是第 47 个“世界环境日”, 联合国确定今年世界环境日的主题是“塑战速决”, 我国生态环境部确定的主题是“美丽中国, 我是行动者”。南京财经大学的学生团队结合世界环境日的主题和热点环境问题, 用近一年时间通过实地走访, 调研了多个省市区的快递包装污染情况。调研结果显示, 将近 80% 的人并没有意识到快递包装污染问题。

据调查, 目前市场上的快递包装使用的材料主要有聚乙烯、纸板、牛卡纸、气垫膜等, 其中塑料袋使用量非常大。而快递用的塑料袋往往成分比较复杂, 主要由化工材料、生活垃圾等再加工而成, 含有有害化学物质, 不能重新加工, 也不能降解, 大多数只能填埋或焚烧, 这对人和环境都有很大的安全隐患。

业内人士介绍, 快递包装常用的透明胶带主要材料是 PVC (聚氯乙烯)。废弃的 PVC 埋在土里经过 100 年都不会降解, 大量地使用一次性 PVC 产品将对自然环境造成严重破坏。据国家邮政局去年下半年发布的《2017 中国快递领域绿色包装发展现状及趋势报告》显示, 全国快递业塑料包装使用量近 150 亿个, 这些包装袋的使用效率基本上都是一次性的。

“就总体而言, 无论是快递包装的国家标准, 还是回收利用的强制性规定, 我国很多方面都处于空白状态, 亟须补课。”南京财经大学法学院副教授陈红梅对此表示。

尽管从今年 5 月 1 日起施行的《快递暂行条例》明确提出, 鼓励快递企业使用环保包装材料、回收快件包装材料, 但推广起来难度不小。““可降解”是解决环保问题的手段之一, 然而

落地推广却遭遇瓶颈, 最直接的困难就是成本。”江南大学教授金征宇介绍, 目前, 技术层面没有问题, 淀粉加入包装材料可实现降解“淀粉基”材料技术难题已经完全解决, 但可降解材料成本比普通塑料成本高出十几倍。

资源有偿

面对新兴业态对塑料制品消耗的快速上升所造成的资源环境压力, 今年年初, 国家发展改革委官网开设“我为塑料垃圾污染防治建言献策”专栏, 意在汇聚社会各界智慧, 研究制定防治塑料垃圾污染的政策文件。按照“限制一批、替代一批、规范一批”的原则, 对不同生产、生活、消费等情形中使用的塑料制品, 分领域、分品类提出政策措施。

“塑料袋治理与解决其他环境问题很相似, 并不能仅靠限制。”中国环境科学研究院环境生态科学研究所研究员张林波告诉记者, 快递、外卖确实改变了我们的生活, 但是塑料制品带来的副作用, 还要靠经济、行政、技术等手段的综合作用来解决。

中国再生资源回收利用协会再生塑料分会秘书长盛敏曾在参加相关行业会议时对记者表示, 目前中国对于废弃塑料等再生资源的回收还没有相应的补贴机制。但有两种方式可借鉴, 一种是欧洲模式, 通过政府采取强制性政策, 对可再生资源的回收处理进行补贴; 另一种是日本模式, 通过培养国民素质, 从源头上做好垃圾分类。日本的垃圾分类也给张林波留下深刻印象, “分类细化到十几种, 一个矿泉水瓶、瓶盖、瓶身、标签都是要分开回收的”。

清华大学环境学院固体废物控制与资源化化教研所教授刘建国认为, 过去的 10 年, “限塑令”最大的价值不在于限制了多薄塑料袋的产生, 而是它通过对塑料袋收费, 向社会传递了“资源有偿, 使用资源需要付出成本”的信号。

“很多人不思考, 只觉得塑料袋是个大问题, 所以一边吃着塑料盒包装的外卖一边痛骂塑料的罪恶。真正思考了, 你会发现处处都是问题。”刘建国说。限塑十年, 关于限塑的努力, 还在继续。