

法制文萃报

国内统一刊号:CN11-0196 国内邮发代号:1-163
每周四出版 零售价:6元 全年订价:300元



司法部主管 法治日报社主办 法制文萃报出版

2025年4月24日 总第2852期 本期8版

入选农家书屋推荐目录唯一法治类报纸

一部血写的历史:从禁书到抗战名著 纪念萧军《八月的乡村》出版90周年 4版

《八月的乡村》记录了抗日英雄杨靖宇领导的东北抗联的前身——磐石游击队成长壮大的历程。出版后,因揭露日军暴行和国民党不抵抗政策,遭到国民党查禁,在民众中却得到传播。



欲“叫板”星巴克 霸王茶姬:中国茶饮赴美第一股 3版

在过去3年,霸王茶姬逆势而起,门店数从1000余家增至6440家,商品交易总额从12.9亿元增至295亿元,这是赴美国上市前,霸王茶姬交出的一份堪称神奇的增长数字。

低门槛 高收入 暴力讨债牵出“洋打工”劳务骗局 7版

用文化传媒公司做幌子,以低门槛、高收入吸引想要出国务工的农民工,不断收取各类费用。2月27日,一起由江苏省宝应县人民检察院提起公诉的出国务工型诈骗案宣判。

“红色喇嘛”五世格达活佛: 救护红军,为西藏和平解放而献身 8版

1950年,格达活佛遇害后,毛泽东挥笔为他写下挽联,而相识十多年的老友朱德总司令赠送的挽联是:“红军朋友,藏族领袖。”体现了朱德对格达活佛始终不变的高度评价。

公安机关在办案中发现,当下,犯罪分子侵犯公民个人信息形成了一条产业链,信息获取、信息倒卖、信息使用是关键环节。犯罪分子通过植入木马程序、内外人员勾结等方式,非法获取公民个人信息,实施违法犯罪活动。



教培机构信息失守

去年9月,一条关于有人在某教育培训机构电脑内植入恶意软件,导致公司客户资料、用户信息等敏感数据被非法获取的线索浮出水面。该公司内部监控录像显示,员工鲁某某趁公司无人值守,刻意遮挡公司监控探头,将随身带的U盘插入其他员工工作电脑,获取电脑中的数据信息。经查,这已经不是鲁某某第一次作案。鲁某某也承认,其频繁跳槽全国各地在线培训机构,主要目的就是在公司电脑内植入木马程序,获取大量公司内部数据。

进一步侦查后,办案民警发现鲁某某只是犯罪链条中的一环,他的背后还有组织者闫某某,提供木马病毒的专业技术人员等多个环节,犯罪分子分布多地。“此类犯罪链条分为木马制作人员,购买木马程序并分发的组织者,跑腿‘投毒’人员等上、中、下游。”办案民警介绍,本案社会危害性大,涉案团伙人数众多、组织严密,犯罪手段极其隐蔽。经审查讯问并结合勘验取证,警方查明该团伙先后对50余家企业进行木马“投毒”。办案民警说。

部分商户勾结中介对订单“解密”

不久前,网友韩某某向公安机关报案称,其在某网购平台店铺内购买茶叶后,手机号多次接到陌生推销电话和境外诈骗电话,同时还收到各类虚假购物

信息。接到报警后,公安机关顺线追踪,发现线索背后存在一个组织化、职业化的侵犯公民个人信息的犯罪链条,随即展开深入侦查。

某电商相关负责人介绍,个人信息保护法、数据安全法等法律出台后,为更好保护消费者个人隐私,电商平台和快递企业会在电商商户页面和快递面单上将收件人、手机号、收货地址等字段的中间信息替换为“*”,为订单信息加密。然而在实际操作中,电商平台为满足商户正常业务需求,通常提供少量的“订单解密”额度,但部分商户受利益驱使勾结“解密中介”,对全部“加密订单”进行“解密”。订单导出、订单解密、对单结算,只要简单三步就可以轻松获取被加密保护的客户端订单信息。

“电商商户利用订单助手及接单软件将‘加密订单’批量导出,并发送至‘解密中介’,‘解密中介’则勾结快递公司‘内鬼’解密订单信息,并发送至电商商户。随后,电商商户便会按照成功解密的订单数量,向‘解密中介’支付报

酬。”办案民警介绍。

本案中,犯罪嫌疑人李某某、陈某某等中间商在互联网平台寻找需要解密订单数据的客户,嗅到其中“商机”后,一些平台商家动起了歪脑筋。商家将加密订单信息捆绑发送给李某某、陈某某等,又被转发给数据解密人员胡某某等人,非法获得订单中的客户个人信息。“这是一起典型的‘订单解密’型侵犯公民个人信息犯罪案件。”办案民警介绍,本案共抓获犯罪嫌疑人18人,涉案金额300余万元。

求职网站骗取求职者信息

去年6月,某网络招聘平台向公安机关报案:该平台求职者田女士投诉称,平台注册信息为“某科技有限公司第一分公司”的联系人以教如何赚钱为诱饵,对其进行刷单诈骗2400元。“我们经过分析发现,该科技有限公司冒充合法企业,在平台上传虚假的营业执照、办公环境视频,通过发布虚假职位,累计非法获取上百名求职者姓名和手机号。”该网络招聘平台安全部门相关

负责人介绍。

“经查,该团伙已初步形成制售假营业执照、在各大平台违规注册公司、骗取倒卖求职者信息的黑产业链条。”据办案民警介绍,犯罪团伙一共非法获取近千名求职者的联系方式,涉及的求职人员进行注册,致使被冒用的企业无法在平台注册招聘,堵塞求职人员入职相关企业的网上通道,对求职招聘市场秩序造成了严重破坏。案件侦破后,公安机关将该团伙出售的上千张假工商营业执照信息,通报给多家招聘平台核实注销,及时斩断该黑灰产业链条。

公安机关提醒,个人信息处理者要严格履行法定义务,完善个人信息保护制度规范和技术措施,维护公民个人信息安全;群众要妥善保管、存储和使用个人信息,发现个人信息泄露线索的,及时向公安机关和有关部门投诉举报,保护合法权益。

□ 张天培

《人民日报》4月21日

时论珠玑

机器人跑半程马拉松 意义远不止酷炫表演

全球首场“人机共跑”半程马拉松近日在北京鸣枪开跑,引发广泛关注和热议,无数视频和图片涌上各大平台。参赛机器人的跟踪与坚持,人机互动的笑点与深思……让这场马拉松远远超越了酷炫的表演,成为我国具身智能发展中具有标志性意义的场景。

这是具身智能的一次全民科普“公开课”。当各种参赛机器人被做成微信表情包,当“机器人无头还能奔跑”成为热搜话题,当工作人员追着给机器人降温的视频被反复播放,持续走高的流量释放了深度科普的空间。互联网围观打破了圈层界限,奔跑的机器人以最直接的互动方式传播了前沿新知,实现了广泛的技术祛魅,点燃了全体的科学热情。

这是具身智能产业迈向未来的一个新起点。主办方敢于组织一场难度空前的赛事,20支参赛队伍敢于把自家产品拉到直播镜头下“遛遛”,展现的是不怕自曝其短的自信和开放,更是以问题为导向将产业推向高端的坚定信心。20支队伍的背后,是具身智能技术产学研用的全链条参与,是各地加快布局未来产业的生动实践,是今年我国具身智能市场规模预计占全球一半的蓬勃态势。

无疑,目前我国具身智能技术仍处于起步阶段,还有太多的难题需要去攻克,通过一场比赛也无法验证和解决所有的技术问题。但我们仍然可以相信,赛道上留下的每一个脚印,都将通向具身智能的下一个传奇。(本版有删节)

□ 谈琳

《科技日报》4月21日

即时零售行业如何健康发展? 外卖之争,背后是2万亿蓝海大市场竞争

4月21日,京东一封《致全体外卖骑手兄弟们的公开信》,再次掀起了外卖行业的舆论战。信中称有些平台强迫外卖骑手“二选一”,不能接京东平台的秒送订单,如有违反,会被采取封杀措施。目前来看,“二选一”的指控是否属实,尚待有关部门调查,但愈演愈烈的平台之争,能给外卖骑手和消费者带来什么实打实的福利?

问题一:骑手有“选择自由”吗?

在公开信中京东表示,骑手在过去可以在各大平台之间自由接单,从而保证自己的收入。因个别平台“二选一”行为,骑手收入预计会降低16%至25%左右。虽然没有直接点名,但行业猜测暗指美团。几天前,美团发布了一则声明,称有一骑手造谣“去其他平台跑单会被美团永久封号”,已被处罚。同时,美团还承诺,不会违规限制任何骑手的准入准出,更不会因此对骑手进行永久封号处置。京东和美团争论的焦点在于,外卖

骑手有“选择自由”吗?记者调查后发现,外卖骑手通常分为“商家自配”“专职骑手”和“众包骑手”。“商家自配”即外卖平台只负责卖商品,配送环节由商家负责,老板和店里的伙计都能送货,不存在“二选一”的问题;专职骑手和众包骑手是送外卖的主流,除了极少数专职骑手是与平台直接签订劳动合同,绝大多数专职骑手都是与平台合作的第三方代理商签合同,平台将配送业务转包给代理商负责,由代理商招募骑手,再以平台名义进行外卖配送。值得注意的是,专职骑手有平台规定的上下班时间,接单量和在线时间都有具体的考核标准。而众包骑手则不属于任何平台,也没有和代理商签订合同,需要以个人名义在平台上“抢单”,配送时间和范围都可以自己选择,还能同时在多个平台上接单。比如,有些外卖骑手穿着美团的衣服,车上却装着饿了么的保温箱,多半是众包骑手。无论是美团、京东还是饿了么,平

台上都有大量的众包骑手,如果平台不加以限制,骑手的“选择自由”是能够实现的。

问题二:京东为何跨界“送外卖”?

京东外卖自3月1日正式上线,不到两个月的时间,外卖平台间的战火愈演愈烈。先是4月12日,美团核心本地商业CEO王莆中在社交平台点评京东外卖,称“京东不是第一家做外卖的公司,也可能不是最后一家”。很快,京东创始人刘强东在内部称,“不要和人口水仗,不能产生社会价值”。4月15日上午,美团正式发布即时零售品牌“美团闪购”,定位为24小时服务的购物平台,主打“30分钟送达”。当天晚上,刘强东在内部讲话中给京东外卖定了一条规矩,净利润永远不允许超过5%。“我们一定要约束自己的赚钱能力、赚钱欲望”。此次京东怒斥竞争对手强迫外卖小哥“二选一”,更彰显人局外卖的强烈决心。而京东入局,是电商平台下半场争夺战的

必然选择。其成败将决定京东能否从传统“货架电商”转型为以“近场电商”为代表的本地生活服务平台,这场战役的价值不在外卖业务本身,而在于其对整个京东生态的连锁反应。所以,京东表面是“送外卖”,背后更是规模可观的蓝海市场——即时零售。商务部发布的《即时零售行业发展报告》显示,在平台、商超、品牌商、小店等主体的协同创新下,即时零售将继续保持蓬勃之势,预计2030年市场规模超2万亿元。在电商平台普遍面临用户增长见顶、获客成本飙升的当下,这个2万亿元大市场,是各大平台竞争的关键所在。

问题三:我们需要什么样的外卖平台?

京东的公开“喊话”,也暴露出即时配送行业垄断、骑手权益受损、食品安全隐患等问题。即时零售行业如何健康发展? “从一个市场的良性发展角度来看,引入更多玩家,通过市场竞争,能够

促进行业的优化发展。”上海财经大学中国式现代化研究院特聘研究员、数字经济研究院副院长崔丽丽认为,当前,无论是京东还是美团,都在以“更快更便宜”为目标占领市场,“但这不应成为行业发展最终目标”,崔丽丽说,应该构建一个商户有利润、骑手有保障、用户有信任、社会有受益的可持续生态。“这需要平台、政府、消费者与劳动者共同参与,让技术真正服务于人,而非成为剥削工具。”

□ 庄昕童

《解放日报》4月22日

总编辑:章兴成 总编辑助理:郭志萍 彭飞
副总编辑:阮加文 新媒体主任:吴灏
执行主编:马霞 发行部主任:王建伟

●地址:北京市朝阳区花家地甲1号
邮编:100102
广告发行:010-84772978
●本报法律顾问:
北京市安理律师事务所律师 李学辉
电话:13701097156

●责任编辑:王勇 版式设计:李海英