

# 隔屏有耳?

近日,部分手机APP被指监听用户信息一事持续引起热议。其中,百度、今日头条回应称,没有能力、也从来不会申请监听用户电话的权限。

那么,对于手机APP而言,究竟有没有可能实现“监听”功能?又会否通过这种方式收集用户信息?用户又该如何防范“监听”用户电话等手机APP侵犯用户隐私的行为?

# APP真的在“监听”我们?

## 1 工信部为何约谈有关公司?

此前,因“手机百度”、“百度浏览器”两款手机APP涉嫌在消费者安装前,未告知其所获取的各种权限及目的,在未取得用户同意的情况下,获取诸如“监听电话、定位、读取短彩信、读取联系人、修改系统设置”等各种权限,百度被江苏省消协提起公益诉讼,案件已被当地法院正式受理。

此外,很多今日头条的用户也怀疑自己被“窃听”了。有网友表示,自己最近总跟身边的朋友聊起“西餐”,他本人确定只是聊起过,但是从来没有在手机上输入和搜索过西餐。但是,打开今日头条却发现有了和西餐有关的文章推送。

一时间,手机APP可能“监听”电话引起舆论极大关注。

随后,百度方面表示旗下手机APP不会、也没有能力监听电话,并称是小米把百度骚扰电话拦截的功能翻译成了“监听电话”,造成了误解。

小米MIUI安全中心也很快发布公告,称调用该权限具备“监听”电话能力,可以获取电话呼入、呼出、通话中的状态。

今日头条也发文表示,不能也不会“监听”电话。

此后,工信部约谈了百度、今日头条等公司,要求本着充分保障用户知情权和选择权的原则立即进行整改。

## 2 手机APP能否监听用户电话?

有业内人士表示,小米公告内所指的是APP方仅知晓是否在通话,百度则称没有监听用户电话内容,两者并不矛盾。但是,很多用户仍然十分关心的是,手机APP是否真的能“监听”用户电话?

据媒体报道,有业内人士表示,只要用户给予APP相关权限,技术上是能做到“监听”等操作的。“电话权限至少可以分为电话通讯录、通话记录、录音权限以及读取本机识别码四种。其中涉及监听电话的是录音权限这一项。如果在打开电话权限的基础

上再启用录音权限,APP方从技术上是完全可以监听电话的”。

利用手机“监听”的案例也确实有发生过。据媒体公开报道显示,谷歌商店上有超过250款安卓手游会通过麦克风“监听”用户收看的电视节目,其中部分游戏也有上架App Store,所以安卓和iOS用户都有可能因此遭殃。而这些监听功能的服务,来自于一家名叫Alphonso的美国公司。他们会根据用户的使用习惯和观看内容来推送相应的广告。据悉,内置了Alphonso软件的手游,通常不会

直接提示用户会启动这一功能,而是将插件介绍偷偷藏在了手机App的隐私和使用协议中。

猎豹公司知名安全专家李铁军表示,虽然理论上存在通过手机APP实现“监听”的可能性,但是监控成本太高,不太可能应用于正规手机APP。“而且这种行为容易被发现,不太可能如此去冒险。”李铁军说。

但事实上,目前大部分手机用户都并不清楚自己开通相关权限后,将会把什么信息暴露在风险之中。

## 3 APP真需要获取那么多权限?

过度调用用户数据的问题由来已久。那么,APP收集个人信息真的就是必须的吗?

在业内人士看来,收集个人信息有无必要,取决于产品的功能和定位,例如很多新闻APP收集用户访问记录,分析用户兴趣、偏好,以便实现精准推荐。

记者此前发现,多个手机

APP都请求拨打电话、读取通讯录和位置信息等权限,但是部分权限在实际使用过程中并未体现出其必要性。

今年将会正式实施的国家标准《信息安全技术个人信息安全规范》提出,个人信息的收集类型、频率和数量应在必要性的最小要求之内,即符合最少够用原则。

## 4 用户个人信息靠什么保护?

事实上,手机APP涉嫌侵犯用户隐私的争议事情时有发生。根据工信部去年11月公布2017年3季度检测发现问题的应用软件,口袋大乱斗、秒抢红包助手等15款手机APP因未经用户同意,收集、使用用户个人信息等原因遭点名。至此,工信部在近三年曝光的问题应用软件总数已达466个,其中不少与侵犯用户隐私有关。

根据去年7月正式实施的《移动智能终端应用软件预置和分发管理暂行规定》,生产企业和互联网信息服务提供者所提供移动智能终端应用软件不得调用与所提供服务无关的终端功能。因此,如果遇到此类手机APP,用户可选择向当地的消委会投诉。

另一方面,用户对此应该如何防范?李铁军表示,用户应加强网

络安全意识,可通过安装主流的手机安全软件下载手机APP。“同时,用户可多了解手机APP的权限申请内容,以及查询一些用户对相关手机APP的评价信息,并且对一些可疑网站保持谨慎态度”。

腾讯社会研究中心联合DC-CI互联网数据中心于数日前发布的《2017年度网络隐私安全及网络诈骗行为分析报告》提出建议:一是下载软件选择正规渠道,如安卓市场、应用宝等;二是谨慎填写个人隐私信息,防止信息被无谓的采集;三是管理手机软件中的隐私权限,了解软件权限行为,关闭不必要的授权;四是防范公共WiFi,转账与支付时改用数据流量;五是通过“恢复出厂设置-格式化-反复拷入大文件并删除”三步骤,彻底清理旧手机信息。

## 875个“假货、高仿类”小程序下架

羊城晚报讯 记者马化展报

道:微信小程序正被越来越多用户使用,现在每日平均使用小程序用户数已高达

1.7亿人,且月访问人数最多的小程序行业类别

包括交通出行、电商平台等。但电商平台上出现了一些

“假货、高仿类”小程序,并在注册和审核通道进行限制。

微信发布公告表示,近期在平台上发现了一批“假货、高仿”类小程序。据介绍,经梳理,此类“假货、高仿”类的小程序账号

存在与平台恶意对抗的情况。目前,微信方面已永久下架了875个“假货、高仿类”小程序,并在注册和审核通道进行限制,接下来也会持续清理

此类问题。微信还提供了电子化的侵权投诉渠道,用户或者企业可以在微信公众平台以及微信客户端入口进行投诉。

据悉,微信品牌维权平台从2015年起,以用户举报的售假信息与具有鉴别能力的品牌对接的形式对“假货”问题进行打击。目前共接入国内外知名品牌方130多家,覆盖品牌超过400个,合计处理违规账号超过6万个。微信方面表示,希望大家携手一起打造一个健康、良性的生态环境。

不过,22日,记者通过在微信小程序页面搜索“仿手表”,仍能看到一家写着有精仿手表的小程序,并展示了许多手表,还写明“加微信”和“诚招代理”。据了解,这些售假电商小程序店铺,往往只有展示作用,无法在线付款,主要目的应是为了引导顾客加店主的微信号。

制图/夏学群

# 从广东走向全球 广汽传祺锻造“中国质造”世界新名牌

文/郭尧

近期,作为广东优秀汽车品牌代表,广汽传祺频繁在全球舞台上亮相,刚成为《财富》全球论坛的官方指定用车,又携全明星车型在1月15日的底特律北美国际车展上第四次登场,掀起了一波“传祺热潮”,成为中国汽车产业在世界舞台上的一次“里程碑”式事件。

传祺的崛起正逢其时。当前,新一轮科技革命和产业变革加速孕育,创新变革成为全国乃至全球制造业的主旋律,中国制造正在向“中国质造”转变。中国已成为世界至大汽车产销市场,而广汽传祺以自己的步伐,成为中国汽车“闯关”高端国际化之路的标杆。



北美车展高层以及政界精英与广汽集团总经理冯兴亚(左三)、广汽集团副总经理张青松(右二)、广汽集团执委会副主任、广汽乘用车总经理郁俊(左一)、广汽研究院院长王秋景(右一)出席新闻发布会

## 推进供给侧改革 高速增长的背后是高品质

近年来,中国正经历着消费

升级的时代。在汽车产业,近几年中国汽车品牌在提升品质、在质量上做大做强,效果已经显现。2017年,自主品牌市场份额进一步扩大、在竞争激烈的新市场环

境下,汽车企业“一荣俱荣”式的局面早已不复存在,高品质的产品开始产生立竿见影式的市场效应。2017年,广汽传祺交出了一份让人羡慕的成绩单——累计销售超50.86万辆,同比劲增37%,销量增速远超行业水平。不仅仅是销量,广汽传祺坚持以“定位高端、品质优先、创新驱动”为发展路径,连续五年位居J.D.Power IQS中国品牌榜首,全面开启品牌高端化、国际化的战略。广汽传祺作为广州乃至广东汽车业的“标兵”,不但令广州汽车业在全国龙头的地位进一步得到巩固,更大幅度提升了广州汽车业高增长的“含金量”,被全中国消费者所青睐。

广汽传祺的高速成长,得益于对高品质产品的坚持与追求。在生产制造方面,广汽传祺严苛的“6520”质量管控体系以“止呼待”和持续改善为基础,以“0缺

陷”为目标,全方位确保高品质的产品输出。通过在设计开发、生产制造、供应链管理、市场服务等方面不断努力,广汽传祺构建了独具特色的严苛质量管理模式,形成了“以市场为导向,以品牌为核心,以产品为主线,以体系为支撑”的战略体系布局,为企业战略的实施提供全面保障。

## 开启品牌高端新时代 传祺“8”战略落地

品质升级同时意味着品牌高端化。一个明显的现象是,在我国汽车市场里面,无论是轿车、SUV还是MPV的中大型细分市场,都是合资品牌、豪华品牌占了绝大多数,不少自主品牌还是一片空白。然而,广汽传祺却在高端化发展的道路上走在前列。

2017年底,传祺GM8正式上市,市场反响热烈。在为传祺旗

开了全新的市场增长点的同时,也标志着传祺“8”(GA8、GS8、GM8)战略全面落地。至此,广汽传祺在中国自主品牌中率先构筑了涵盖轿车、SUV、MPV的豪华C级车完整布局,全面开启中国汽车自主品牌高端化的新时代。

广汽传祺还逐渐在国际舞台上崭露头角。作为广州的“名片”、中国品牌高端化突破的标杆企业,广汽传祺在2017年12月开幕的2017《财富》全球论坛上,作为官方指定用车,385辆GA8、GS8和GM8,以及纯电动车GE3为论坛全程护航,作为“开放与创新”的“中国质造”样本,向世界展现了中国企业和中国智造的魅力。

## 进军世界舞台 全力打造世界级中国品牌

在经济转型升级的当口,我

国政府有关部门相继发布的“中国制造2025”、《汽车产业中长期发展规划》和“一带一路”的号召,都为中国汽车发展指明了方向,明确了“迈入世界汽车强国行列”总体目标。

广汽传祺从一开始就以“打造世界级的中国品牌,做产销研全球化的国际企业”为中长期发展目标,以国际企业格局来推动企业做大做强。谈及未来,广汽集团执行委员会副主任、广汽乘用车总经理郁俊表示:“进入消费升级新时代,面对无限可能的未来,广汽传祺将进一步明晰品牌愿景和核心价值观,以前瞻性的国际化视野、专注务实的态度,开放包容的姿态,全力打造全新国际品牌标杆形象,为全球消费者创造更美好的移动生活。”

目前,广汽传祺正稳步推进品牌国际化进程。如今已完成中东、东南亚、东欧、非洲、美洲五大板块14个国家的落子布局,初步构建起全球销售网络和服务体系。

同时,广汽传祺也在同步推进2019进入北美市场的计划。2018年1月15日,广汽传祺第

四度参加北美国际汽车展,参展阵容和面积都到达历史之最。其中,“品质魅力家轿”GA4面向全球亮相,GS8、GA8、GM8三款高端车型及家族全系明星车型齐聚底特律,充分彰显了广汽传祺打造世界级中国汽车品牌的决心、信心与实力。被外媒称为“本届北美车展最让人惊喜的汽车品牌之一”。美国知名媒体发文感慨:“广汽传祺展现出的世界级造车实力,正代表着中国汽车品牌的最高水准。”更有知名专家表示:广汽传祺是一个“开放、充满活力与想象力”的中国品牌,“非常看好他们在美国市场的发展前景”,“期待他们的汽车产品能在2019年给美国消费者带来更多优质产品与服务。”

目前,广汽传祺北美研发中心与人才储备已初具规模。并且同步进行品牌导入和渠道开拓,下一步将设立北美销售公司和香港贸易平台,并首度参加美国汽车经销商协会年会。广汽传祺作为中国自主品牌的新标杆,正在带领着中国汽车制造业“走出去”,也肩负着站上世界舞台为中国品牌形象添彩的重任。



广汽传祺 2018 北美车展新闻发布会人气爆棚



品质魅力家轿传祺 GA4 面向全球亮相