

手机小号是临时的电话号码,在使用过程中会被回收复用、多次标注,最终导致其很难有更多实际用途。

能保护个人隐私 手机小号为何却不温不火

实习记者 崔爽

立法、监管、行业自律、企业自觉……当所有“招式”都用过后,似乎还是无法按住伸向个人信息的“黑手”。最近,有关个人信息方面的负面消息几乎进入了“周更”模式。某款航旅类APP因新增了“可查看同机人主页”功能,让使用者感到个人信息暴露于外;工信部“黑名单”显示,46款APP涉嫌强行捆绑推广其他应用软件,未经用户同意收集和使用用户个人信息;视频网站A站发布公告称,因遭黑客攻击,近千万条用户数据外泄……

在住址、手机号、社会关系等遭泄露的个人

信息中,手机号码由于其重要性、出众的指向性,成了最易“中枪”的信息之一。“在个人身份信息中,手机号非常重要,可被认为是直接标识符。”6月25日,志翔科技联合创始人、产品副总裁伍海桑博士在接受科技日报记者采访时说。

随着手机应用的增多,用户需填写手机号获取服务的场景也随之增多,如网购、验证信息、参与商家活动等,输入手机号成了必选动作。使用场景多了,泄露手机号的几率也就多起来。

如果能用一个“替身”手机号去完成这些操作,是不是更安全?于是,为使手机号免遭泄露,一些“手机小号”应用应运而生,可它们真能肩负这一使命吗?



增加安全风险
宣传力度不够
使用成本高

视觉中国

功能 下载APP即可申请 “替身”为主机号“抛头露面”

一些提供手机小号服务的手机应用在2017年相继出现,如“阿里小号”“和多号”等。通过下载相关APP,用户可申请一个手机小号,资费一般在5元/月上下,包年费用更低。

用户可用“小号”申请各类账户,不必填写真实电话信息。中国移动、中国电信等也推出过此类应用,用户去营业厅即可申领小号。

手机小号的工作原理其实很简单。用户将主机号和小号绑定,拨打电话时可直对方号码,小号会自动代理转呼到被叫号,被叫方的手机上显示的是用户的小号号码,而主机号号码则对被叫方“隐身”。手机小号号码接到

的短信和电话,会转到用户登陆小号APP的手机号上。

前不久,本地生活平台饿了么宣布从本月起,对每笔订单的买家姓名、手机号等个人信息进行自动屏蔽处理,用户无需再手动勾选“匿名购买”。也就是说,该平台的外卖送货员和商家只能通过虚拟电话号码和APP内置聊天工具联系用户。

有了手机小号,用户可在任何购物平台实现“匿名购买”,而且还能为主机号实现更多“替身”功能,替主机号“抛头露面”。但奇怪的是,虽已上线许久,手机小号却一直处在不温不火的状态。

的情况。“这对于相关号码的两方用户都会造成不便。”吴沈括说。

谈到小号应用的不温不火,吴沈括认为主要有以下几种可能。首先,APP自身的宣传力度不够,很多人对这种方式的具体使用情况并不了解。其次,用户保护自身隐私的意识薄弱,也是导致其热度不够的重要原因。另外,使用小号会在一定程度上增加使用成本,在用户隐私保护意识不强的情况下,他们更倾向于选择“隐私换便利”的做法。此外,用户自身对这种做法也有疑虑,网络虚拟号码涉及回收的问题,用户在不详加了解的情况下不敢轻易尝试,担心将来号码被回收给自己带来安全风险。

伍海桑则首先强调了“经济原因”。“虽然使用小号所需的费用看起来少,但毕竟要付一点钱。”

“另一个原因实际上是维护小号的麻烦。”伍海桑认为,他表示自己在Google Voice推出虚拟号码时曾申请了好几个,“但后来渐渐就弃之不用了”。他解释,小号跟一个人的工作电话和私人电话这种两个号码的情形不同,小号毕竟是个虚拟号码,需要下载应用、单独申请、付费使用,且需要稳定的网络状态,维护的麻烦可能超过它带来的保护隐私的便利。另外,现在很多手机和软件都没有防止垃圾信息和骚扰的功能。也就是说,从另一个角度来看,保护隐私的机制和方法也在进步。

对策 避开信息泄露“重灾区” 安全操作方法可助用户降低风险

手机小号不受宠,个人信息泄露的情况短时间内又难以改变,那么手机号的安全还能得到保护吗?

“消费者还是能做一些事情的,至少可以尽力做好。”伍海桑提出了一些建议,不要随意在社交网络或手机应用中填写手机号码;手机系统要保持更新,以保证安全性;APP也要保持更新,及时删除不再用的APP;锁屏等安全机制要打开;使用公共免费Wi-Fi时要谨慎,特别注意不要输入个人信息和支付密码,实在需要输入时请转至4G模式。

此外,伍海桑还建议:“大家对于手机收到的短消息和邮件,不要随便打开其附带链接,要先判断其是否为钓鱼类短消息或邮件。换手机时,也一定要把旧手机的数据清除干净。”

同时,吴沈括还强调,快递单、外卖单等含有个人信息的单据,是近年来隐私泄露的“重灾区”,用户要妥善处理。

对于不常使用的手机功能,如蓝牙、定位等,吴沈括建议用户保持关闭状态,避免手机被远程攻击或被搜索到。

现状 过期号码会被回收利用 使用及维护小号成本较高

“使用手机小号,能起到一定保护隐私的作用。”伍海桑表示,但小号本身是临时的电话号码,在使用过程中会被回收复用、多次标注,最终导致小号很难有更多实际用途。比如,这些小号往往被多人标注成各种用途,导致其不适合做主叫呼出等。有时,小号用户还可能收到上一个用户的信息。

中国互联网协会研究中心秘书长吴沈括在接受科技日报记者采访时表达了类似观点。据他介绍,申请网络虚拟号可在一定程度上降低主机号个人信息泄露的风险。不过当用户号不再使用该号时,APP会收回过期的号码,循环利用,就可能会出现用户以此号码在第三方平台注册时发现该号码已被注册使用

日前,海淀法院受理字节跳动诉百度案 开启“怼巨头”模式,头条系在盘算什么

行业观察

本报记者 刘艳

6月25日,海淀法院官网披露,因认为对方恶意诋毁商誉,北京字节跳动科技有限公司(今日头条母公司,以下简称字节跳动)以不正当竞争为由,将北京百度网讯科技有限公司、百度在线网络技术(北京)有限公司诉至法院,要求二被告停止侵权、赔礼道歉并赔偿损失1000万元。日前,海淀法院受理了此案。

字节跳动此番为何要起诉百度?我们又该

如何理解今日头条、抖音这些“头条系”频繁发起的诉讼?

平台发布文章引纠纷, 能否构成不正当竞争存疑

据海淀法院官网消息,原告字节跳动诉称,近期发现二被告在其网站及APP上发布了《碰瓷、卖惨,今日头条正在发动第二次“3Q”大战》的专题栏目。栏目分为“李亮来了”“碰瓷卖惨”等5部分,下有《今日头条碰瓷腾讯,其实马化腾不想战》《今日头条大战腾讯背后:膨胀的张一鸣

正在末路狂奔》等14篇文章。文章中包含“无论是春节期间的‘头百大战’,还是如今的‘头腾大战’,今日头条公关频频以碰瓷巨头博得关注,其根本原因还是底气不足”等内容。

字节跳动认为,二被告上述专题栏目中的文章大部分来自其自有媒体平台“百家号”,文章中有关今日头条的内容均是伪造、虚假和带有误导性的信息,没有任何证据佐证;二被告故意对今日头条进行诋毁、贬损,使今日头条在公众特别是网络用户中的正面评价和关注度降低,在削弱今日头条市场竞争力的同时,强化了二被告的产品和服务优势,使二被告获得竞争优势及不正当利益,构成不正当竞争。

上述行为是否构成不正当竞争?对此,中国政法大学知识产权研究中心特约研究员李俊慧6月26日在接受科技日报记者采访时表示,百度的被诉行为能否被判为不正当竞争,取决于两点。“其一,该行为是公司行为还是用户行为;其二,相关文章内容是否涉及虚构、编造。”李俊慧认为,如果是公司行为且内容构成诋毁的话,被告就涉嫌构成不正当竞争行为。

“怼巨头”为快速成长, 也为扭转不利局面

与百度的纠纷,只是今年头条系“开怼”系列动作的一部分。进入2018年,今日头条及其“战

友”接连与多家互联网公司“开战”。

3月10日起,抖音的链接转发至新浪微博后,不会出现在个人主页和信息流。今日头条方面称,微博封杀了抖音。微博方面回应称,一直对各类合作持开放态度,但前提是要遵守规则。

腾讯重启微视后,与抖音在短视频领域形成竞争关系。5月7日,今日头条创始人兼CEO张一鸣和腾讯控股董事局主席兼CEO马化腾在朋友圈隔空“互怼”。

5月14日,海淀法院案件快报显示,因认为刘某某在知乎上发布的文章《今日头条与木马》恶意诋毁抹黑其网站,今日头条以侵害名誉权为由将刘某某、知乎诉至法院,索赔100万元。

对于头条系近期发起的密集诉讼,知名互联网专家刘兴亮认为,很多互联网公司都是通过“怼巨头”而发展起来的,甚至越打越强。可以说,和巨头大打口水战是后起之秀实现快速成长的一种策略。

此外,也有人认为这是头条系力图扭转不利局面的对策。IT律师赵占岭前在接受媒体采访时称,抖音、今日头条近期发起的多起名誉权诉讼,基本上有一部分是因为被告发布的负面内容比较多,也可能部分文章存在问题。同时,也可以理解成原告的一种策略,试图通过诉讼来扭转舆论上的被动局面,“这也是不少企业的一贯做法”。

IT辣评

点评人:本报记者 王小龙

请papi酱当首席内容官 百度打的到底是什么算盘



近日,百度APP在其官方微博上宣布,papi酱正式担任百度APP首席内容官,并且在世界杯期间拿出18亿元现金红包,连续32天向用户发放。百度方面表示,此次只是营销合作,并没有人事任命。

点评:明星或网红以担任首席某官的形式与互联网企业合作,这样的合作模式我们早已屡见不鲜。这次papi酱正式担任百度APP首席内容官一事虽没有大张旗鼓的宣传,却也是尽人皆知并引发了不少的讨论。显然,首席内容官这个头衔只是为了营销、是个虚职,但却露出了百度想要在短视频与内容领域有所作为的真实诉求。如今,短视频已成为绝佳的流量入口,无论是头条系还是腾讯系都在争先恐后加紧布局,百度当然也坐不住了。最近,百度一口气推出Nani小视频、全民小视频、好看视频3个短视频产品就是最好的证明。

58集团入股我爱我家 地产中介平台大战即将打响



不久前才宣布设立1亿元房源保障理赔基金的58集团,近日再次强化二手房市场布局。6月22日,58集团发布公告称,已投资我爱我家集团并获得8.28%股份,投资总金额为10.68亿元;同时,我爱我家在获得58集团投资后,将继续保持独立运营和发展。

点评:作为中国分类信息网站中的一员,房产业务一直是58集团很重要的板块。为此,58同城2015年3月收购安居客进入新房领域;一个月后又收购了赶集网布局租房市场。但在地产中介市场58集团无论如何也绕不开链家。今年4月,链家正式推出贝壳找房APP。已占据线下门店资源的链家,也开始了自己在线上的“大一统”布局。58集团与链家的交锋也因此而起,地产中介平台大战即将打响。

三星手机中国遇冷 年销量目标可能无法实现



三星今年的智能手机销量目标最初设定为3.2亿部,但由于新一代旗舰智能手机Galaxy S9的预订势头强劲,致使三星将今年的智能手机销量目标提高到3.5亿部。但知情人士日前称:“鉴于Galaxy S9的销量低于预期,以及三星在中国市场的业务低迷,如今3.5亿部的销量目标难以实现。”

点评:经历了那么多,三星竟然还那么乐观。在过去的两三年,全球智能手机需求趋于饱和。一方面,苹果、三星之类的国外产品销量低迷;另一方面,中国手机厂商不断推陈出新,高性价比产品层出不穷。2015年三星智能手机出货量为3.197亿部,2016年为3.094亿部,而2017年为3.198亿部。在这样的背景下,三星将2018年的销售目标定在3.5亿部,只能说太过乐观和自信。

(本版图片除标注外来源于网络)



视觉中国

扫一扫
欢迎关注
畅游IT时空
微信公众号

