2026年11月12日 星期四
责任编辑：王勇 编辑：朱贲 版式：熊东燕
十堰晚报

最高检发布保护公民个人信息案例，揭示犯罪套路——

个人信息是怎么“失窃”的？

境外“社工库”倒卖公民个人隐私，滥用GPS定位技术非法获取个人信息，窃取个人信息10亿余条并进行网络“开盒”……在《中华人民共和国个人信息保护法》实施5年之际，最高人民检察院发布一批依法保护公民个人信息典型案例，聚焦当前侵犯公民个人信息犯罪的新特点、新趋势，揭示犯罪套路和危害后果并进行警示提醒。

■据《人民日报》



图据新华社

警惕“境内找买家—境外拿数据—境内加价倒卖”犯罪链条

2024年6月，王某、许某玲发现可以从境外网络“社工库”批量购买我国公民个人信息，便租赁场地、招募业务员、组建“工作室”。王某对接上游卖家，许某玲负责资金结算，业务员通过电话和网络寻找下游买家，形成“境内找买家—境外拿数据—境内加价倒卖”的犯罪链条，倒卖户籍、财产状况、行踪轨迹等信息，涉案198万余元。为逃避查处，团伙统一配工作手机和社交账号，用网络支付收款，再以虚拟货币向境外上游付款。

浙江省金华市婺城区人民检察院对电子数据作实质化审查，把信息源头、流转路径、资金结算一节节查明，依法认定犯罪事实和数额；引导侦查、监督立案，把上游供料人员、下游二次倒卖者一并抓获，实现全链条惩治。

侵犯公民个人信息犯罪日益呈现组织化、链条化、跨境化等特征，类似犯罪链条也藏在“公开信息”的二次加工里。刘某专门设立房产中介公司，招募人员从各类平台抓取“一手女房东”发布的房屋租售内容，再筛选出有一定经济实力的女性，把房产信息、联系方式等打包整理，向境外人员出售，共非法获取、出售信息2.4万余条，获利19万余元。

江苏省无锡市滨湖区人民检察院审查认为，已公开信息不是可任意倒卖的“公共资源”——刘某未经权利人同意，擅自改变信息公开目的与用途，定向加工后跨境提供，明显超出合理使用限度。检察机关以“情节特别严重”提起公诉，向行业主管部门制发检察建议进行风险提示，推动房源信息发布审核与中介行业源头治理。

犯罪手法从人工偷向技术窃转变，隐蔽性强、危害性大

2020年起，陈某丞、陆某鹏、马某力为博取网络影响力，使用脚本代码侵入某省事务平台系统，非法获取公民身份号码、电话号码等1600万余条；又编写程序窃取多个网络贴吧、云空间用户账号信息10亿余条。依托精准窃取的个人信息，犯罪分子对47名网友实施“开盒”、网暴、线下滋扰，致5名被害人因精神抑郁就医，多名未成年人、在校大学生产生厌学情绪。

审查起诉阶段，检察机关组织网络信息专家研判：陆某鹏侵入国家事务计算机信息系统并提供技术支持，构成非法侵入计算机信息系统罪与寻衅滋事罪，数罪并罚；陈某丞、马某力侵入系统获取信息，以侵犯公民个人信息罪论处，另因网暴行为构成寻衅滋事罪，数罪并罚。

在侵犯公民个人信息犯罪中，犯罪手法正越来越多地从传统的“人工偷”向“技术窃”转变。

2022年4月至2024年2月，王某某、林某某在互联网上运用“爬虫”程序，非法入侵某三甲肿瘤专科医院服务器，窃取患者个人信息、门诊医嘱数据、住院医嘱数据等共计385万余条，迁移至境外服务器存储达半年之久，并将部分医疗数据出售牟利。办案中，广东省广州市越秀区人民检察院破解医疗健康信息“可识别性”“关联性”认定难题，确认处方数据能精准追溯至特定患者，属于法律明确保护的医疗健康类敏感个人信息。刑事判决生效后，检察机关另行提起民事公益诉讼：虽然可查证获利仅1.08万元，但数据敏感度高、波及面广、修复成本大，且出境存储冲击公共卫生安全，据此酌定公益损害赔偿金150万元。

对老年人、名人等特定人群定制套路精准围猎

在一起典型案例中，潘某、范某发现，不少农村老人有激活医保电子凭证的实际需求，但手机操作不熟、防范意识不强。二人组建“村推”团伙，借“帮忙办业务”之名，在河南等6省500余个村庄挨家挨户“服务”，骗取2万余名老人的姓名、身份号码、人脸信息，批量实名认证支付宝账户后倒卖，非法获利180余万元。

河南省孟州市人民检察院精细审查电子数据，准确认定信息数量，对组织指挥者从严惩处；针对老人不知如何处置风险账号的难题，联合公安、基层组织入户排查，帮助注销本地涉案账号，同步开展普法宣传。

犯罪分子对特定人群量身定制套路，进行精准围猎。

航空公司外包客服舒某屏热衷追星，利用系统权限查询明星待出行航班，100余架次航班信息经网络群组外流，引发跟拍、陪飞、“刷关”，不仅侵害个人隐私，更扰乱机场秩序、埋下公共安全隐患。北京市朝阳区人民检察院认定：待出行航班能锁定特定自然人未来时段所处位置，属行踪轨迹信息。检察机关以侵犯公民个人信息罪提起公诉，同步提起刑事附带民事公益诉讼。

检察机关提醒：任何组织、个人不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息，不得非法买卖、提供或者公开他人信息；广大群众要提高防范意识，刷脸授权前先问清用途，不购买来路不明的“定位查询”“背景调查”等服务，发现信息被泄露及时报警。

AI探店视频 法律边界亟待厘清

■据《现代快报》

打开口碑应用看看评分，再看看探店博主的视频体验，早已成为很多消费者选择各类美食餐饮前的习惯。然而最近，不少AI探店视频出现在短视频平台上，让网友直呼“还有什么是真的”。“探店”不再“到店”，这样的宣传方式合适吗？哪些法律边界亟待厘清？

AI探店成本低，越来越普及

在短视频平台上，AI探店视频已经出现在不少餐饮商家的宣传推广中。在标注了“视频由AI生成”的画面里，数字人主播展示着餐厅环境和菜品，运镜和真人探店博主的实拍别无二致；数字主播还能坐在餐桌前上演“吃播”，画面细致到可以呈现美食的新鲜度，甚至是数字主播的吞咽动作、嘴边流出的汤汁等。

社交媒体上，分享和售卖探店AIGC工作流程的商家比比皆是，不乏账号用数字人教授“如何用数字人做探店视频”，声称只需要上传在店里拍摄的四张图片，就能用市面上常见的几款AI工具做实体店探店宣传，“细节真实到离谱”。

有商家介绍，生成一条半分多钟的完整探店Vlog只需要花费600积分的算力。一名为实体店营销提供AI方案的销售人员介绍，AI探店视频能博得短视频平台的同城流量，是一种低成本的获客方法，“现在用智能体，一个人不用拍摄和剪辑，一天搞定50条短视频。”

某餐饮企业的联合创始人赵亭表示，他们采用过三种AI探店视频的生产方式：一是从产品到门店现场均由AI生成，这种方式成本低、效率高，但考虑到消费者容易受误导，且平台升级新规后认定这类视频违规，因此已经放弃这一方式；二是由一定实拍图片生成的数字人探店视频；另一种是“真人出镜+到店拍摄+AI元素剪辑配音”的形式，能节省一定成本，消费者反馈也较好。

与请达人、带货主播到店实拍相比，制作AI探店视频的成本能下降三分之二。

探店不到店，法律边界需厘清

华东政法大学经济法学院（国际金融法律学院）教授任超分析，法律允许AI深度合成技术的使用，借助AI制作探店视频本身不违反法律法规相关规定，但当“探店”不再“到店”，有两条法律边界需要厘清：“第一，如果是AI生成的沉浸式体验，首先根据《互联网信息服务深度合成管理规定》，要在显著的位置或者区域标注“本视频由AI生成”的标识；第二，如果视频本身用于吸引流量和用户注意，来推广自己的商品和服务，那它一定属于广告范畴，适用于《中华人民共和国广告法》的相关规定，如果用不真实或者引人误解的内容欺骗消费者，构成了虚假广告，这就是违法行为。”

任超表示：“对普通消费者来说，要能够理性、谨慎地识别AI生成视频以及真人探店的区别，做出消费决策时要更多考虑‘眼见为实’的认知。监管部门要采取一种综合治理的模式——从深层次人工智能技术的事前监管，到广告法、消费者权益保护法相关行政处罚机制的完善、执法机制的严格化，再到民事法律责任制度更多的推广普及，以及众多平台本身也要承担责任主体的功能来进行治理。通过综合的治理模式，共同维护一个风清气正的消费环境。”