

新闻分析
INWENFENXI

扫码被会员,信息遭收割——扫码点餐“强制关注”该管了

如今,消费者在饭店用餐时,扫码点餐已十分普遍。但部分餐厅点餐、买单时,要求强制关注微信公众号,有的还需要输入手机号、生日、姓名等。本来只想安静地吃个饭,没想到却被“收割”一波个人信息,不少顾客顿觉饭菜“不香”,商家“流量绑架”何时休?

扫码点餐“公号陷阱”,引强制关注质疑

“进店扫码点餐。”如今,消费者在餐厅吃饭时,通过手机扫码已经成为流行的点餐方式。

快速普及的扫码点餐,为商户节省了人力,给顾客带来了便利,但也暗藏“强制关注”的陷阱,引发过度收集信息、存在信息泄露风险的讨论。

在深圳福田工作的张女士说,在不少餐厅点餐,买单时都需要关注公众号,多花了时间不说,手机App也变得十分“臃肿”,有时还会收到餐厅推送的“广告”,让人不胜其扰,现在“吃完饭就取关”。

记者走访深圳数个商圈了解到,多数餐厅上线了扫码点餐功能。扫码后,约有一半餐厅要求关注微信公众号后,再进行点餐。一些餐厅扫码后还要用手机登录才能点餐。还有餐厅的点餐系统要求顾客输入手机号、生日、姓名、性别等个人信息注册成为会员。

在茶饮品牌“喜茶”的一家门店,记者用微信扫码下单,被要求用微信手机号一键绑定或其他手机号绑定,否则无法下单。若用手机支付宝扫码,顾客需要授权商家使用手机号、昵称、头像、性别、地区等信息。

深圳市消委会法律部负责人何宝娟说,近期当地组织志愿者走访调查了36个大中型商超、26个连锁餐

饮品牌共计260个门店,有97.02%的商家采用了扫码消费,其中95.64%的商家在扫码后仍须关注或授权才可进行消费。

同时,深圳市消委会以线上投票的方式调研了消费者对扫码消费问题的看法,共963名消费者参与了投票,949名消费者遭到需同意授权或注册会员才能使用的情形,941名消费者表示介意商家收集个人信息。

“为什么点个餐必须提交个人信息?商家有权利用点餐环节收集个人信息吗?这些信息被收集后会如何使用?有没有信息泄露风险?”张女士问出了很多消费者关心的问题。

关注后被“画像”,或损害消费者权益

记者采访了解到,由于开发的门槛不高,市面上存在不少开发扫码点餐小程序的技术企业。

一位技术企业工作人员表示,公司可快速搭建包括App、小程序、公众号在内的扫码点餐系统,客户可选择让消费者扫码跳转至微信公众号中的服务号,再进入点餐页面。而在餐品结算时,“在后台可以自定义添加要求顾客填写的信息,就餐人数、顾客姓名、联系方式等等”。

消费者还能“不留神”就被商家“画了像”。

国内一家人工智能企业负责人告诉记者,技术提供商可以通过相关数据,分析顾客的消费行为,形成精准的用户画像,商户可以有针对性地进行打折、优惠券、积分等营销措施推送给顾客。

从隐私关注到“用户画像”,本想安静地吃个饭,却可能被商家“暗中窥视”。不少业内人士认为,消费者的多项权利或被侵害。



资料图片

记者在采访中还了解到,这类问题并非仅出现在餐厅用餐中,停车场扫码缴费、酒店扫码入住……多个生活场景都出现了需要授权才能消费的场景,或强制性提交个人信息的情况,大有蔓延之势。更有不少商家通过打折和赠送小礼品获取用户信息,比如商场里扫码领取化妆品小样的自动售卖机等。

不论小店、大店,各类商家都在积极获取消费者个人信息,但在防止个人信息泄露上投入的人力物力是否充足?2018年,旗下包括欢庭、全季等多个酒店品牌的华住集团就曾发生过信息泄露事件,5亿条会员信息在境外网站上挂售。

扫码点餐需有“安全边界”,“信息收割”亟待规范

不少业界专家认为,餐饮作为最基本的消费之一,覆盖了几乎所有的消费者,近来由于扫码点餐消费等带来的“信息收割”迹象,亟待采取措施予以规范。与此同时,行业主管部门应当尽快出台行业扫码消费管理细则,建立扫码消费的数据安全“边界”。

中国人民大学法学院教授刘俊海认为,扫码点餐涉及顾客的选择权和隐私权,餐厅提供扫码点餐服务时不应强制关注公众号、强迫提供信息,部分技术公司宣称顾客信息储存在“云端”,但仍可能引发隐私泄露忧虑。

实际上,围绕个人信息安全,消费者权益保护法、网络安全法、电信条例等顶层设计均已做出规定。

广东卓建律师事务所律师余刚表示,个人信息保护法(草案)近期提请审议的背后,是互联网时代个人信息收集的多样化和途径让人防不胜防。商家获取消费者手机号、通讯录、精确地理位置等多项与消费无关的信息,涉嫌违反消费者权益保护法规定的“经营者收集、使用消费者个人信息,应当遵循合法、正当、必要的原则”。

余刚等法律专家表示,行业主管部门应根据法律的原则性规定制定行业管理细则,督促餐饮等行业化服务、加强行业规范,同时设立扫码消费的数据安全“边界”,拓宽消费者的侵权投诉渠道。

深圳市消委会相关负责人表示,针对扫码消费的相关问题,将进一步展开相关调查、监督工作。据新华网

新能源车企的“减排”生意经:双积分+碳交易

面对今年的双积分大考,新能源汽车积分未达标车企炒热了积分交易市场,积分交易价格更是从2019年的每个积分数百元涨至去年底的约3000元,双积分正向激励效果凸显。与此同时,与双积分相似的碳交易悄然兴起,已有车企试水这一新兴模式。

“要严格执行油耗标准、双积分等产业政策,并且适时把双积分转化为碳交易的机制。”全国政协副主席万钢曾公开建议。

在碳达峰、碳中和的目标下,碳交易会成为新能源车企的“减排”生意吗?

双积分价格出现暴涨

双积分,源于工信部于2017年9月发布的《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》(下称《管理办法》)。这一政策被视为鼓励传统燃油车节能减排和新能源汽车发展并行的市场化机制。

《管理办法》设置了平均燃油消耗量和新能源两种积分。如果乘用车企业所生产燃油车的油耗降低情况无法达标,将产生油耗负积分;与此同时,企业未能按照比例生产一定数量的新能源汽车,也将产生新能源负积分。上述两种负积分可通过交易、转让等方式从其他车企获得新能源正积分以抵扣。

工信部去年公布的2019年度中国乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分情况,国内前144家乘用车企业全年生产/进口乘用车2093万辆(含新能源汽车,不含出口乘用车),百公里平均燃料消耗量实际值为5.56升,燃料消耗量的正、负积分分别为643.43万分和510.73万分,新能源积分的正、负积分分别为417.33万分和85.53万分。

新能源汽车积分方面,主流自主品牌普遍表现较好,比亚迪、北汽新能源、江淮汽车、上汽集团等数值居前;前十名基本为合资企业,其中一汽大众、上汽大众分别以-14.53万分和-9.67万分,位列最后两名。

工信部在推出双积分政策时提出,2018年不对新能源积分进行考核,2019年和2020年合并考核。这意味着,今年工信部将启动双积分考核,车企新能源汽车积分未达标或油耗积分无法清零,如果不购买积分,将会面临削减年度燃油车产量的处罚。

业内人士表示,从工信部去年4月份公布2019年双积分情况,再结合今年2月8日发布双积分政策调整通知,今年双积分考核检查或已启动。

随着考核时间的日益临近,双积分交易价格“水涨船高”。

全国工商联汽车经销商商会常务会长、新能源汽车专委会会长李金勇在接受采访时说,去年底企业之间的新能源汽车正积分的交易价格已达3000元一个积分,而2019年的最高价仅为800多元。

汽车行业分析师张翔认为,2020年双积分政策的调整,提高了新能源积分获得门槛,并降低了积分总量规模,改变了以往供不应求的市场情况。“虽然混合动力汽车也能获得积分,像丰田这些车企获得了更多的积分渠道,但总量少了,积分自然会涨价的。”

碳交易能否接续双积分

双积分交易正在给车企的经营业绩带来影响。蔚来CEO李斌在去年三季报的电话会上直言,“在中国,积分的市场价值已显现。”他还预计,积分价格会进一步上涨。

另一方面,购买积分的费用正在蚕食车企的利润。长安汽车董事长朱华荣曾表示,由于双积分未达标,长安汽车的单车利润少了4000元。

随着全国碳排放权交易市场在6月底前上线交易,车企尤其是纯电动车企能否借助新能源汽车的节能减排进场交易并获益呢?

对照国际经验,建立碳交易市场最早的欧盟,在今年开始执行95克二氧化碳/公里的乘用车排放标准,如果车企达不到要求,超标1克就会被处于车企实际销量乘以95欧元的罚款。

“如果车企纳入到碳交易当中,则可以视为碳交易对纯电动汽车车企的一种支持,因为其减排本身不高,可以通过减排省出配额的出售给电力、石化企业。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示,车企进行碳交易,需要解决核定配额的问题。

在厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强看来,如何计算纯电动汽车的减排则是另一个难题,“电动汽车的减排数据不太好计算,因为使用的电力仍以火电为主,而且生产过程中也会有温室气体排放”。

不过,已有车企尝试进入地方性碳交易试点市场。蔚来与中国船舶社质量认证公司、上海环境能源交易所达成战略合作,并在今年年初推出“蓝点计划”。蔚来表示,由于个人进入碳交易市场的门槛较高,且个体减排量较少不符合开户交易的门槛,故实施该计划,由蔚来帮助用户进行减排认证。据了解,用户在同意加入“蓝点计划”后,蔚来将车机系统数据和获取用户的总行驶里程、驾驶能耗等相关数据收集和信息,并测算“碳减排量”。在此基础上,蔚来每年将交易所得收入以积分方式返还给用户作为碳减排的“回报”。

周健



资料图片

科技赋能 资本多主线布局新消费

新技术、新国潮品牌、新消费群体涌现之下,大消费行业正掀起变革新浪潮。“十四五”期间,“加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”成为重中之重。机构人士指出,作为拉动我国经济增长的主引擎,扩大内需消费成为关键。新格局下,从实物消费领域到虚拟消费领域,都将是政策今后支持的重点,也将是资本市场布局的着力点。

杨成长指出,“十四五”规划纲要强调坚持以扩大内需为战略基点,把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来。一方面以创新驱动,用高质量供给引领和创造新需求,鼓励消费新业态发展,形成供给、分配、支出、消费和投资的大循环;另一方面,“十四五”时期我国将多渠道增加居民财产性收入,借助居民收入水平提升实现消费升级。

要买房,其次则是港股上市公司。而随着中概股回归热潮延续,百度、哔哩哔哩等更多新经济公司也陆续回港二次上市。

此外,光大证券表示,消费类医药、民营医疗企业、医保免赔额产品、进口替代优势较强的创新药和高精密器械等市场开始进一步向增量市场扩容,有望持续释放强劲内需潜力。

“新模式、新业态不断涌现,消费升级类商品销售增速将进一步加快,在提质升级过程中,需企业品牌、研发等诸多方面不断强化,未来领军行业头部化趋势将愈发明显。”基金投行人士说。

中原证券指出,消费板块中的传统行业趋于成熟,将持续续在技术、投资价值仅体现在头部企业稳健的业绩增长上。

韦夏怡 庞昕熠

上市企业加速扩容

“新消费”头部化渐成趋势

国内消费产业正在疫情“倒逼”中焕发出新动能,围绕“大消费”的资本市场和二级市场活跃度也保持高位。国泰君安此前发布的新消费指数显示,该指数5年上涨9.4倍,而最近五年沪深300指数上涨幅度为58.6%。

包括短视频、AI、社区团购,到互联网医疗、新能源汽车等诸多领域,被市场视为2021年IPO重点关注行业。机构人士认为,未来消费领域上市公司数量和总市值有望大幅扩容。前瞻产业研究院统计显示,2020年新经济同比达70%,A股上市公司占比过半,是新经济并购的主

科技赋能下,智慧零售、直播带

“十四五”规划纲要对促进内需的重重视程度较“十三五”大幅提高,首次对内需单独成章。“兴证策略王德伦团队强调指出,“十四五”规划纲要提出“供需更高水平动态平衡”“加快培育完整内需体系”“全面促进消费”等主要纲领,并在多个消费场景提出具体措施,并在传统场景之外增添了互联网线上、海外仓等新型消费领域。

“十四五”规划纲要提出,提升传统消费,培育新型消费,发展信息消费、数字消费、绿色消费,鼓励新模式新业态发展。完善城乡融合消费网络,扩大电子商务进农村覆盖面,推动农村快递等消费升级等。

申银万国证券研究所首席经济学家

三部门:2022年底初步构建起支撑车联网应用和产业发展标准体系

近日,工业和信息化部、交通运输部、国家标准化管理委员会三部印发《国家车联网产业标准体系建设指南(智能交通相关)》下称《建设指南》,提出到2022年底,制修订智能交通基础设施、交通信息辅助等领域智能交通急需标准20项以上,初步构建起支撑车联网应用和产业发展的标准体系;到2025年,制修订智能交通和服务、车路协同等

领域智能交通关键标准20项以上,系统形成能够支撑车联网应用、满足智能交通管理和运营需求的标准体系。

《建设指南》指出,车联网产业是汽车、电子、信息通信和道路交通运输等行业深度融合的新兴产业,是全球热点领域和未来发展制高点。《建设指南》明确,针对车联网技术和产业发展现状、未来发展趋势及智

能交通行业发展实际,聚焦运营车辆和基础设施领域,建立支撑车联网应用和产业发展的智能交通相关标准体系,分阶段出台一批关键性、基础性智能交通标准。同时,《建设指南》要求,综合考虑技术成熟度、市场接受能力、行业资源优势等因素,合理布局智能交通标准体系建设路径,充分发挥标准在技术创新路径选择、创新成果转化、产业整体技术

水平提升等方面的规范和引领作用。此外,《建设指南》对基础标准、道路设施标准、车路协同标准、管理与服务标准、网络安全标准等做出明确说明,并要求发挥好全国智能交通系统标准化技术委员会等标准化组织作用,充分调动科研院所、行业组织及高等院校等单位的积极性,加快推进各项标准的制修订工作。赵超