

执行得怎样？普及率是升是降？记者选取 8 大主流快递企业 30 件快递仅 3 件隐藏了号码

「隐私面单」推出至今用户信息大多仍在「裸奔」

晨报记者 李晓明

随着双十一、双十二网络购物节落幕,在收到大批包裹时,你的个人信息是不是也在路上“裸奔”?

实际上,早在 2017 年,快递业就推出了“隐私面单”服务,以此来保护用户的个人信息。四年时间过去了,隐私面单在快递企业执行地怎么样?消费者在选择快递服务时,能否有效保护个人信息?记者选取市场上 8 大主流快递企业,进行了测评,结果令人吃惊。

【测评 1】

? 隐私面单普及率高吗

30 件中仅 3 件使用,比例仅为 10%,相比刚推出时甚至不升反降。

一张快递包装盒上的快递面单,近年来成为个人信息“黑产”市场中的“唐僧肉”。近日,有媒体报道了多起由快递件引发的个人信息泄露事件,按照每单几元钱的价格就可以买到包含收件人和寄件人的姓名、电话、地址等详细个人信息的快递单。

记者了解到,为了应对信息泄露难题,实际上从 2017 年起,部分快递企业和快递平台就尝试推出“隐私面单”,有的“隐私面单”将收件人手机号码中间四位以星号或者笑脸代替,有的“隐私面单”则不仅不显示手机号码,还隐去了具体地址。

如今,4 年时间过去了,快递隐私面单普及率如何?记者选取市场上 8 大主流快递进行了测评,发现快递隐私面单的普及率不升反降。

记者选取双十一、双十二期间,收到的 30 件快递包裹作为样品进行了测评,其中顺丰快递 2 件,中通快递 5 件,圆通快递 4 件,申通快递 2 件,韵达快递 2 件,德邦快递 5 件,EMS 快递 4 件,京东快递 6 件。

测评发现,30 件样品中,仅有 2 件京东快递以及 1 件顺丰快递使用了隐私面单,其中 2 件京东快递面单上,收件人的名字以及电话中间 4 位以“笑脸”代替。

【测评 2】

? 选择隐私面单方便吗

各家快递公司的隐私面单服务各有不同,部分快递没有这一选项。

尽管隐私面单服务推出已经多年,但记者在调查中发现,不少消费者表示,之所以不选择隐私面单服务,不是因为不在意信息泄露问题,而是因为找不到选择服务的入口,或者根本没听说过这项服务。

那么,消费者如果在寄快递时主动选择隐私面单服务,操作起来方便吗?记者对 8 大快递测评发现,各家快递公司的隐私面单服务各有不同,且部分快递公司根本就没有提供这项服务。

8 大快递均可通过微信公众号或者小程序下单。记者测评发现,顺丰、京东、EMS 这 3 家快递,通过线上渠道输入收件人和寄件人信息后,会自动隐去手机号中间几位数字,快递员在寄送时需要通过 APP 内的信息才能查看完整电话,相当于默认勾选了隐私面单服务。

而“通达系”快递则将隐私面单列为增值服务,需要在下单时额外选择才能生效。如中通快递下单时,增值服务中有“安全号码、代收货款”选

1 件顺丰快递仅收件人电话中间 4 位以“星号”代替,姓名依然完整显示。其余 27 件样品中,面单上无论是收件人还是发件人,姓名、地址、电话等信息均完整显示,清晰可见。

从测评结果来看,使用隐私面单的比例仅为 10%,相比刚刚推出时甚至不升反降,这究竟是什么原因呢?对此,记者走访网点、驿站、小哥等了解到,影响隐私面单推广的主要原因还是在于派送效率。

一名快递网点负责人向记者坦言,快递在中转运输中都没有问题,但是在末端派送时,主要靠小哥人工派送,如果采用隐私面单,小哥还需要花时间扫码查询地址和号码,尤其是快递高峰期时,派件压力大,会影响投递效率。

另外,现在一部分快递都会被投放到驿站或者快递柜,而很多快递柜的系统并没有与快递公司打通,还需要手工录入手机号方能投柜,使用隐私面单后,就需要挨个快件去后台中查询,再输一遍手机号,严重影响了投递效率。投放驿站的快递,如果使用了隐私面单,看不清收件人的姓名和电话,无论是驿站人员上门派送,还是用户自取,找起来都比较麻烦。

项,需要选择“安全号码”服务,才会将号码隐藏。

而韵达快递下单时,增值服务中有“隐私面单、代收货款、签单返还”等服务,需要勾选“隐私面单”服务。无论是中通的“安全号码”还是韵达“隐私面单”增值服务,均为免费。

不过,圆通、申通、德邦三家快递,目前在其自有渠道下单页面,记者并没有找到隐私面单服务相关服务的入口。

对此,德邦表示,已经根据《个人信息保护法》要求研发新的脱敏功能,并在年底对自研系统上线隐私面单功能,预计明年年初开展城市试点和推广。

中通也于近日宣布,将为全部自有渠道下单客户默认免费提供隐私面单服务。只要通过中通快递寄件小程序、手机端、官网打印出的面单将会默认隐藏收件人及寄件人电话号码,不再需要用户勾选。

【测评 3】

? 隐私面单如何进一步完善

上海消保委:电商平台要与快递企业协同配合,建立体系防个人信息泄露。

尽管大部分快递企业都提供隐私面单服务,但记者在调查中发现,只有消费者在通过快递自有渠道发件时,才能主动选择该项服务;但在网购时,因为是商家发货,主动权并不能掌握在自己手中,还受到电商平台规则限制,甚至快递企业也无法掌控。

有快递企业就向记者透露,隐私面单服务尚未全面普及的一大原因,就在于上游电商平台的数据限制问题,上游电商平台对下游快递公司存在订单数据限制,不允许查询全量明文数据。如果再将面单上信息进行隐藏,则将影响快递公司正常派件。

另一方面是消费者在电商平台购买的商品,快递面单是由商家进行打印,这类打印渠道仍受上游电商平台控制,快递企业则无法支持打印隐私

面单业务。

针对快递面单中个人信息保护问题,上海市消保委认为,随着个人信息自我保护意识的提升,消费者对快递面单上的信息越来越敏感,同时,《个人信息保护法》对企业应采取的数据保护手段也提出了相应的要求,使得企业需要采取各种措施防范数据泄露。

市消保委建议,快递企业针对直接揽收的快递业务,应通过隐私协议充分征得消费者同意,并在面单上对敏感字段进行脱敏、去标识化处理,保障消费者个人信息不被泄露和非法使用。同时,相关电商平台要与快递企业协同配合,推动上下游企业联合建立隐私面单体系建设,有效防范个人信息安全泄露的情况发生。

测评项目	包裹数量	隐私面单数量	是否提供隐私面单服务
顺丰	2 件	1 件	✓
中通	5 件	0 件	✓
圆通	4 件	0 件	✗
申通	2 件	0 件	✗
韵达	2 件	0 件	✓
德邦	5 件	0 件	✗
EMS	4 件	0 件	✓
京东	6 件	2 件	✓



图片/晨报记者 李晓明 人民视觉
制图/张继