

房产中介买卖交换公民个人信息让人烦不胜烦

## 宝山区开启个人信息闭环保护模式

首席记者 叶松丽

晨报讯 也许你的手机里常常接到各种房产中介的电话,让你烦不胜烦。而你为自己并没有跟这家房产中介打交道而纳闷。日前,宝山区检察院在办理一起房产经纪公司侵犯公民个人信息刑事附带民事公益诉讼过程中,发现房地产经纪企业及相关从业人员存在买卖、交换公民个人信息的情况。

针对上述房地产经纪企业存在的问题,宝山区检察院会同区消费者权益保护委员会走访了辖区内多家房地产经纪企业,发现在个人信息收集、处理上存在管理盲区。

10月29日,宝山区检察院联合区公安分局、区委网信办、区消费者权益保护委员会,共同签署宝山区《个人信息保护协作意见》,为下一步多部门协同配合、延伸公民个人信息保护张力、开启个人信息闭环保护模式、切实维护民众的合法权益,形成“宝山治理特色”。

区委网信办、区消费者权益保护委员会表示:下一步将立足本职工作,加强各部门联动,实现线索互通,以《个人信息保护法》正式实施为契机,共同做好个人信息保护宣传工作。

区公安分局副局长徐伟表示:通过此次签约仪式,可以在侵犯公民个人信息线索方面实现互通,从

而全方位、立体化打击侵犯公民个人信息的违法犯罪行为。

区检察院副检察长江静良表示:除了侧重于打击之外,也要对信息、数据使用过程中存在的泄露问题加强保护力度,从而实现保护个人信息工作事前、事中、事后的全方位监督。

下一步,将借助互联网知识的“外脑”,帮助公益诉讼检察破解专业难题。同时以此次签约为契机,强化合作意识,针对网络侵害的公共性、复杂性等特点,共同加强个人信息保护公益问题的系统治理、综合治理、源头治理。

同日,宝山区检察院联合区公安分局、区委网信办、区消费者权益保护委员会,召集区内30家房地产经纪企业代表召开宝山区房地产经纪企业个人信息保护综合治理会议。

会上,四家单位、市房地产经纪行业协会分别就侵犯公民个人信息刑事案件、检察公益诉讼案例、维护消费者权益投诉案例、网络安全治理等角度对个人信息保护进行了充分的宣传,引导房地产经纪企业树立个人信息保护意识,形成个人信息保护氛围。

会上,30家宝山区房地产经纪企业分别签署了个人信息保护《承诺书》,对今后严格守法、坚持最小必要原则、不利用大数据“杀熟”等作出郑重承诺。

## 谎称能为支付宝等小程序引流行骗,9人被判刑

记者 姚沁艺

晨报讯 11月5日,上海市宝山区人民法院(以下简称上海宝山法院)多措并举,成功执结一起合同诈骗罪的刑事执行案,14名被害人共计23万元损失款全部执行到位,并顺利执行到位22万元罚金。

经查,2018年8月至12月间,被告人刘某、余某招募廖某、吴某等7人成立一公司,由廖某、吴某等人担任业务组长,冒用“支付宝小程序服务中心”“腾讯小程序服务中心”“百度智能AI小程序服务中心”机构工作人员等身份,通过拨打客户电话,按照“话术单”内容,自称是支付宝小程序服务中心、百度智能AI小程序服务中心的工作人员,向客户宣传小程序的强大功能,表示可以在支付宝等应用端上接入客户公司的产品,并虚假宣传其开发的小程序具备行业“垄断性”和“唯一性”,还许诺小程序上线后可以获取大量客户流量、赚取高额利润,从而诱骗被害人与其公司签订小程序开发合同并支付

钱款。

有客户询问其公司与微信、支付宝、百度的关系时,被告人便谎称其公司是上述公司的第三方服务商或代理商,致使客户陷入错误认识诱骗对方签订合同。共18名被害人被骗,诈骗金额共计56万余元。

“他们骗我说,如同某单车在支付宝应用端口也有应用一样,之后的产品就不愁销售了。接入端口输入关键词就能看到产品,但是这个关键词需要付钱购买。当时有和我一样的很多企业老总当场付钱购买了关键词。”被害人张先生说道。

该案经公诉机关提起公诉后,上海宝山法院结合各定罪量刑依据,于2020年2月依法判决被告人刘某、余某等人犯合同诈骗罪,分别判处有期徒刑,并处五万至二万不等罚金,并责令退赔被害人经济损失。

判决后,被告人刘某等人不服提出上诉。上海市第二中级人民法院后维持原判。

判决生效后,上海宝山法院

刑庭依法将该刑事案件移送执行局执行。由于此前被告人退赔了部分被害人的经济损失,故此次执行标的为退赔被害人损失23万元以及20余万罚金,涉及14名被害人。

上海宝山法院执行局通过调查发现,9名被告人除刘某、余某仍在服刑外,剩余7人均已刑满释放,且分布在湖北、甘肃等地,通过网络查控及传统查控也未发现其可供执行的财产,案件一时陷入僵局。

为挽回被害人的损失,执行干警一方面针对案件及被告人实际情况,制定刑事案件执行微信群24小时不间断执行的方案。执行干警将刑满释放的7名被告人以及正在服刑的刘某、余某的家属一一拉入本案执行微信群,随时及时回应、解答各方提出的相关法律问题。另一方面,以思想劝解和司法强制措施相结合“软硬兼施”,对被执行人名下的所有63个银行账户采取冻结措施,并将被执行人纳入失信人员名单等,积极促成7人积极履行退赔及罚金义务。

## 国家队运动员的选择,为何是这瓶水?

如今,我国体育正迈入全民参与的时代。

根据CBNDATA2020年发布的《国民运动健康趋势报告》指出,2020年中国参加体育锻炼的人数达4.35亿,2020年国内体育消费市场接近1.5万亿。在全民运动健身的浪潮下,不同细分群体的运动方式与运动偏好各有特点,从乙世代到银发族,不同年龄段的人群有各自的运动乐趣和需求。

在此背景下,体育运动的商业价值不断被挖掘,越来越多企业开始加码体育营销,并以此实现品牌升级和提升品牌影响力。频频以体育营销出圈的饮用水品牌——怡宝便是一个典型案例。2019年11月,怡宝正式官宣成为中国国家队/TEAM CHINA合作伙伴,此后双方展开一系列深度合作,也让备受推崇的体育精神于无形中得以传递,怡宝助力体育事业发展的同时积极推动全民运动健康。

## 体育强国目标下企业“闻声而动”

体育运动不仅具有个人强身健体和专业运动员竞技博弈的无穷魅力,体育精神更是全人类共同的美好追求和向往。无论从未未来发展还是政策导向上,体育相关议程都将是重要的社会热点。

近年来,已经有越来越多的企业加入体育营销大军中来。分析人士指出,随着消费升级,眼下很多品牌都在谋求营销升级。但所谓的营销升级,并不是在营销预算

上增投多少额度,或者是增加营销的广度,而是有针对性地根据自身品牌的产品特性与目标群体,做出更精准更深度的营销洞察;而体育营销蕴涵着积极正向的竞技精神,对品牌正向价值的联想上有推进作用,是企业与消费者互动、提升品牌形象的有效手段。

## 怡宝,国家队运动员的选择

随着各类体育赛事的热度提升,运动员们的日常生活也逐渐受关注。在饮食方面,国家队运动员按照各自的身体状况和训练强度有着严



格的饮食计划,食品安全与品质更是各国运动员饮食的重中之重。拿喝水这件事来说,国家队运动员们每天在训练场上挥汗如雨,运动过程中大量排汗会导致体内电解质的丢失,因此,对于运动员来说,喝水不仅只是补充水分,其中还有大讲究。

据专业人士介绍,运动时水起着两个关键性的作用。其一,调节人体温度,运动之后降低体温。其二,水将营养物质及废弃物输入、输出细胞。人体需要水来帮助消化和吸收食物,同时运输排泄物。同时水能够维持血液中的血浆浓度,还能够润滑器官和关节。因此科学合理的饮水,有利于运动员在赛场的正常发挥。也因此,中国国家队十分重视运动员日常饮用水的品质,不允许饮水问题给运动员的健康带来潜在威胁。因此,只有经过道道选拔和层层筛选,确保品质高、安全的水,才能成为国家队的选择。

值得注意的是,基于TEAM CHINA品牌的精英属性,国家队仅

与少量行业领军企业深度合作。而怡宝作为国内包装饮用水的知名品牌,通过加入中国国家队合作计划,怡宝与TEAM CHINA开展全面合作,为70多支国家队的运动员提供优质饮用水,最大程度满足国家队的各类需求,竭力提供纯净、健康、高标准的补给保障和服务。

## 丰富体育营销内涵讲出新故事

当下,消费人群的年轻化已是全行业共识,乙世代消费者普遍存在消费升级的需求,向往美好生活,消费观念更迭,体验与感官至上,同时也正引领着生活消费方式的变革,其追求从“功能”到“质感”的全方面消费体验。

业内人士表示,如今能够“撩拨”当年轻人的品牌,不仅要具备优异的产品品质,同时在品牌文化上,要赋予其深层次的价值内涵,要有温暖年轻人的能力。例如消费者对于喝水这件事情越来越挑剔,

这就要求品牌在营销与推广方面讲出新故事,从差异中将品牌产品力传递给消费者。

可以看到,怡宝虽是饮用水行业里的“老将”,但其近年来也不断与乙世代消费者建立沟通,通过营销创新打造符合年轻一代的需求体验以及内容消费的新元素。时下,年轻人普遍关注体育赛事、运动健身等话题。尼尔森报告显示,不同年龄段消费者的兴趣话题与范围存在明显差异。电影、音乐与体育活动等是当今中国城市30岁以下人群中最受欢迎的活动和兴趣话题。而这正是怡宝所熟知和精心布局的领域。体育营销可以说是刻在怡宝品牌里的DNA,二者也产生了奇妙的“化学反应”。

怡宝不仅在各大赛事上为国家队运动员提供服务,更上线了中国国家队版怡宝水、投放公交地铁广告、与运动员一同开展体育公益活动,让消费者更加直观地了解其与国家队的强关联,同时加强对怡宝品牌价值理念的强认知。

比如今年7月15日-8月10日期间,怡宝携手TEAM CHINA以“我们是中国队,一起加油”为主题,联合打造展览体验馆与助威广场,在北京、杭州、武汉、深圳4座城市开展不同赛事主题的体验。号召消费者共同为中国队助威喝彩,也让各地消费者近距离走进国家队运动员,感受他们顽强拼搏、永不言败的体育精神。

通过“走心”的体育营销,怡宝与国家队的正碰撞出新的火花,也成功触达年轻消费者,让“纯净”品质有了更多具象表达。(张怡薇)

