热点时评 >> 老 穆

国标守护，让快递个人信息不再“裸奔”

《快递电子运单》国家标准近日正式实施，强化个人信息保护，禁止显示完整的个人信息，推荐对个人信息进行全加密处理，规范个人信息相关内容的读取权限。（新华社4月7日）

这一消息让人心底增加了几分安全感。

快递电子运单是应用于快递外包装的重要单据，俗称快递面单。网络时代，许多人日常生活都离不开快递，包裹上一张小小的面单，姓名、电话、住址等个人信息一应俱全，一旦在寄递、运送、拆封等某个环节出现漏洞，极易带来风险隐患，快递面单由此成为个人信息泄露的“重灾区”。近年来，快递从业人员偷拍快递面单变卖个人信息的事件时有发生，好多收件人随意丢弃外包装也会出现意料不到的闪失。

为防止快递面单上个人信息“裸奔”，从2017年起，国家邮政局选取部分快递企业作为试点，推出快递隐私面单。隐去手机号中间几位、只显示姓不显示名的隐私面单，相当于为个人信息上了一把锁。

然而，隐私面单推出5年多来，尚未得到广泛应用。据统计，我国快递年业务量已突破千亿件（日均近3亿件），目前隐私面单日均使用量上亿单，仅占三分之一。

新华社记者调查发现，隐私面单推广难，其中一大原因是，隐私面单给快递员增加了额外工作量，快递员怕影响配送效率而懒于使用，而多数快递企业没有尽到引导、提醒、敦促、监督的责任。

快递面单国家标准为此定下规范，而且通过国家律令强制执行，为快递业务中的个人信息上了安全阀。

这项国标要求快递企业、电商经营主体等采取措施，避免在面单上显示完整的收、寄件人个人信息，姓名应隐藏1个汉字以上，电话应隐藏6位以上，地址应隐藏单元户室号。推荐对个人信息进行全加密处理，规范个人信息相关内容的读取权限，仅限于快递企业及其授权的第三方、相关管理部门，使用相关设备合法读取。标准还明确了纸张、背胶、油墨，以及字体字号、隐藏及加密处理、胶粘物理性能等一系列技术指标。

我们相信并期待着，有国标强力守护，以制度保障规范，用监管加以惩戒，快递面单再不会成为“泄密单”。

有话直说 >> 任翔宇

提升城市“颜值”需要全民努力

连日来，平城区环卫服务中心、市新城环境公司加班加点清洗路面、栏杆、果皮箱、过街天桥……据环卫部门有关负责人讲，他们还将按计划“转战”小街小巷，进一步延伸大清洗工作，确保清洗不留死角，推动城市环境卫生提档升级，提升城市“颜值”。（《大同晚报》4月10日）

卫生是城市形象的窗口，是城市文明程度的重要标志。当今，环卫工作已上升到改善人居环境、优化投资环境、促进可持续发展的高度，成为推动经济社会发展不可缺少的重要内容。从曾经的“一把扫帚”时代，到机械化保洁车、湿扫车、喷雾降尘车、护栏清洗车等多功能环卫车立体作业，时代在变迁，条件在改善，但环卫工作者净化美化环境的职责没有变，让城市更美丽、更宜居的目标没有变。

城市管理需要科学化、精细化、智能化。据报道，为确保各主次干道清洗质量，环卫部门制定了详细计划，从人员分工、车辆安排、清洗标准等方面作出具体部署。在环卫工日常保洁的基础上，利用中午车流量小的时段，采用清洗车、湿扫车和喷雾降尘车相结合的机械作业模式，对主次干道进行彻底清洗；喷雾降尘车对主干道进行喷雾降尘作业，减少悬浮颗粒物；环卫工定期对餐饮门店前地面、过街天桥等进行冲洗，对主干道雨水井口及垃圾箱、果皮箱、隔离栏等设施进行大清洗……

根据车流量开展机械作业，减少市民出行不便，定期进行人工清洗并查遗补漏，全天候值守保障卫生成果，还有多部门协同作业，必然会达到提升“颜值”的效果。

但是，环卫再辛苦，多部门再默契，如果市民不维护、不珍惜，“颜值”依然难“保鲜”。每个市民都是环境卫生的参与主体和受益者，要充分调动市民的积极性、主动性，全民动员，共同维护，才能让城市亮丽光鲜。要广泛进行宣传引导，增强市民主人翁意识，激发大家争做爱惜环境卫生的倡导者、践行者，营造人人关心、个个参与的浓厚氛围。

城市是我家，美丽靠大家。城市干净整洁和每位城市居民的生活、工作、健康、心情密切相关。管理部门做好本职工作，市民尽到责任义务，交通规范、环境优雅、秩序井然，市民文明程度高，才是当地人舒心、外来者倾心的文明之城、希望之城、宜居之城、魅力之城。

幽默一刀

王 鹏/画 穆 亮/诗

恼人“弹窗”

弹窗广告真讨厌
死乞白赖来捣乱
点击叉叉相关链
弹窗霸屏令人愤
何时能够不相见
要么就是点不转
有的甚至设玄机
关闭按钮躲猫猫
叫你不看也得看
点击广告跳到眼前晃
享用清朗的网页
公会呼吁大整治

一点暂停键，花花绿绿的广告画面马上占据了屏幕；一条广告上有上下左右好几个关闭按钮，一不留神就陷入下个链接；点击应用着急要改文档，却突然打开了购物软件……

弹窗广告霸屏、关不掉，“摇一摇”随意跳转等现象，让人不胜烦扰。

专家表示，这类过度推荐、无法关闭的弹窗广告行为违规违法，严重干扰用户正常使用网络。多方建议，应加强对弹窗广告的监管，压实推送平台审查责任。

有感而发 >> 魏冬妮

旅游品质升级 让出行体验更好

中国经济信息社和大同市政府共同推出的一季度大同旅游发展指数检测结果显示，一季度，全市重点景区游客满意度月均值在4.5分左右（满分为5分），游客对景区的“景观”“体验”等方面评价相对较高，总体来看，游客的获得感、幸福感和满意度在不断增强。（《大同晚报》4月10日）

旅行的满意度与获得感是每位游客都十分关注的，如果景区设施与服务不完善，游客中出现不文明行为，都会使旅行的体验大打折扣。

近年来，随着我市文明旅游工作的深入推进，景区景点从交通提升、卫生改善、导览完善，到服务优化、安全保障等多方面发力，相关部门不断加强旅游市场秩序整治和旅游行业文明建设，完善城市旅游基础设施和服务功能，让旅游行业良性发展的同时，也推动了游客文明素质的提升。

要在旅途中看到最美的风景，感受最丰富的文化，需要每位游客从小处着眼，从小事做起。眼下，我市旅游业逐渐回暖，走进各个景区，先进设施、整洁环境、优质服务营造的文明氛围令人身心愉悦。随着文明出游群体不断壮大，不在公共场所喧哗、吸烟，不破坏花草树木，不乱丢垃圾等规范逐步成为许多游客的自觉行为，期待各景区能够继续优化配套服务，努力为游客提供更加优质的旅游体验。

一针见血 >> 杨朝清

查员工手机？个人信息不容“野性”利用！

上个月，湖北武汉一家公司在例会上以“找内奸”为由，提出要查看员工手机，原因是有人泄露了公司的组织架构和人员信息。迫于无奈，员工们接受了检查，没想到第二天，公司要求再次查看手机。这次林女士拒绝配合，公司却以此认为林女士就是“内奸”，强行将其辞退，并拒绝给予赔偿。

在工具理性的驱使下，一些企业通过查看手机、恢复聊天纪录等手段来发现和捕捉员工的失范行为，看似理直气壮，实际上却经不起推敲。将个人信息保护的相关规则视为“稻草人”，为达目的不折手段，暴露出这些企业的狭隘与倨傲。

置身数字化时代，人们的手机里存贮着诸多信息。信息作为一种有价值、有意义的资源，关系到个体的隐私和权利。没有在失范行为与非失范行为之间建立清晰的界限，缺乏“有所为有所不为”的禁忌与底线，导致一些企业在“目标正义”的遮羞布下忽略、漠视程序正义；这样的自弹自唱、孤芳自赏，不可避免会引发员工的批评质疑。

个人信息除了“个人基本情况”之外，还有诸多有用的信息。相关劳动法律和政策没有及时地跟进《民法典》，导致用工管理权与个人信息保护之间边界模糊不清。边界不清晰很容易导致规则在执行过程中被选择性解读或者被人为地变通、替换，从而导致劳动者的个人信息被过度收集、违规使用。

每个人都不是没有思想的兵马俑，每个人都不是没有情绪情感的机器人；个人信息事关权利与尊严，容不得“野性”利用。互联网的无所不“加”固然为经济社会发展提供了强大的驱动力，却也给社会治理带来了新的挑战。只有为个人信息安全筑牢堤坝，才能让人们安心遨游千姿百态的数字世界，才能护航互联网行业实现健康有序发展，才能真正做到“美美与共”。

“再卑微的骨头里，也有江河”，用人单位不能恣意放纵、为所欲为；对员工的个人信息想看就看、想查就查，显然违反了处理个人信息应当遵循合法、正当、必要和诚信的原则，也背离了个人对个人信息的处理享有知情权、决定权等法律法规。对员工的个人信息缺乏应有的尊重与敬畏，不仅是对劳动者权益的轻慢，也是法治精神的缺失。

互联互通的信息时代，个人信息如果得不到有效保护，每个人都可能是受害者。只有形成“民法典——个人信息保护法——劳动者个人信息保护专门规定”逐级递进式规范体系，才能更加精准、有效地保护个人信息。更进一步说，个人信息保护是一个环环相扣的系统工程，每一个环节都不能失守。不论是制定用人单位搜集个人信息清单，还是加强劳动行政监察执法，抑或增进劳动者维权意识并拓宽权利救济渠道，只有提升全社会的文化认同和价值追求，个人信息保护才会得到更加周密、细致的呵护。 据新华网