

数字时代个人信息反垄断保护的理据与路径

□东南大学 周书源

随着数字经济的深入发展,个人信息已成为平台竞争的核心要素。大型数字平台凭借其市场力量,不仅可能实施排除、限制竞争的行为,还往往伴随着对个人信息的侵害。传统以《中华人民共和国个人信息保护法》为代表的私法保护路径在应对平台垄断带来的侵害时显得力不从心,《中华人民共和国反垄断法》因其对市场垄断机制与消费者选择空间的保护功能,逐步被视为个人信息保护的重要补充路径。本文将从理论正当性、实践挑战与制度路径三个维度,探讨数字时代个人信息反垄断保护的合理性及实现机制,为我国相关法律体系的完善提供参考。

一、时代背景

在数字经济时代,数据已成为关键生产要素,而个人信息作为数据资源的核心组成部分,成为市场经营者在数字经济领域展开竞争的重要依据。平台企业通过提供“免费”的产品和服务获取用户个人信息,并以此为基础进行用户画像、精准推送与差异化定价,形成“监控资本主义”的典型商业模式。当大型数字平台凭借其市场支配地位,限制用户在个人信息保护方面的选择空间时,传统以“知情-同意”为核心的个人信息保护机制往往失灵,个人在享受便捷服务的同时,也面临着个人信息被侵害的风险。

我国已出台《中华人民共和国个人信息保护法》,试图通过规范个人信息利用行为来保护个人信息权益。然而,该法主要关注微观层面的个体与信息处理者之间的关系,难以应对因市场结构失衡导致个体宏观选择空间的受限问题。《中华人民共和国反垄断法》作为维护市场竞争秩序的基本法,是否应介入个人信息保护以及如何介入个人信息保护,已成为理论与实践中的亟待回答的问题。

二、反垄断法介入个人信息保护的合理性

反垄断法是否可以介入个人信息保护在理论上存在分歧,在司法实践上也出现较为明显的转变。具有代表性的是2016年德国的“Facebook案”首次将对个人信息的损害认定作为一种垄断行为。笔者认为,在数字时代,个人信息因其独特属性已然进入反垄断视野,数字平台垄断可能在宏观层面限制消费者的选择空间,进而损害其个人信息权益,但仅关注微观选择自由的个人信息保护法却无法回应这一问题,这为反垄断法介入个人信息保护提供了空间。从立法目的、侵害溯因来看,反垄断法本身具有保障消费者选择空间的目标追求与功能定位,这表明通过反垄断法保护个人信息权益具有一定的合理性。

(一)反垄断法立法目的之拓展

传统反垄断法以价格竞争为中心,主要关注垄断行为是否导致价格上涨或产出减少。芝加哥学派主张反垄断法的唯一目标是消费者福利,限制了反垄断法的视野。然而,在数字经济中,许多服务以免费的形式提供,用户以个人信息换取服务,价格机制难以直接反映竞争损害。新布兰代斯学派也对此提出批评,认为反垄断法应关注竞争过程本身,保护包括选择自由在内的多元价值。

实际上,反垄断法的历史渊源显示,其立法初衷并非仅限于经济效率,还包括防止经济力量过度集中、保护消费者选择自由与人格尊严。在数字时代,个人信息保护水平已成为影响消费者选择的重要因素,构成非价格竞争的衡量要素。当平台垄断导致用户在个人信息保护方面缺乏选择空间时,实质上剥夺了其自主决策权,构成对竞争机制的损害。

(二)市场结构失衡之侵害溯源

个人信息侵害的背后往往是市场结构的双重失衡:一是个人与平台之间的纵向失衡,即个人作为消费者和平台企业作为信息处理者之间,在信息和交易特质上存在着明显的不对称,个人无法基于足够的信息作出有利于自身的市场决策。二是平台之间的横向失衡,一些数据处理器者市场中居于主导地位,形成垄断性市场结构,导致消费者被锁定,市场无法正常运作。在这种结构下,个人信息保护法所依赖的“知情-同意”机制容易流于形式,用户往往面临“要么同意、要么离开”的被迫选择。公法上的国家保护虽能设定最低保护标准,但难以回应市场力量导致的侵害。

反垄断法解决市场力量问题以维护市场竞争秩序。因此,由市场力量的形成和运用导致的个人信息损害应当纳入反垄断法的保护框架。反垄断法通过对市场竞争机制的修复,能够间接保障消费者在个人信息保护方面的选择空间。其逻辑在于:健康的竞争环境会激励平台在个人信息保护水平上展开竞争,为用户提供多样化选择;而垄断行为则会削弱这种竞争,使用户陷入“无选择”的境地。因此,反垄断法的介入并非取代个人信息保护法,而是在结构性失衡情形下提供必要的补充保护。

三、个人信息反垄断保护的实践挑战

尽管反垄断法在理论层面具备介入个人信息保护的正当性与必要性,其在具体实施过程中仍面临一系列现实挑战。这些挑战不仅源于个人信息自身的非价格属性与侵害形态的复杂性,也涉及反垄断法与个人信息保护法律体系的协调困境。

(一)损害难以量化的法律困境

数字平台对个人信息的侵害往往表现为隐私风险、选择受限等非经济性损害,难以像价格损害那样进行量化评估。传统反垄断分析工具如假定垄断者测试方法,即SSNIP在零价格市场中适用困难。尽管学界提出了SSNDPP测试等替代方法,测试当个人信息保护水平下降5%—10%时,用户转换至另一个类似产品或服务的情况,但其操作性与司法接受度仍有待验证。

(二)滥用行为的定性难题

平台强制收集、滥用个人信息的行为,往往同时具备剥削性与排他性的双重特征。在德国“Facebook案”中,法院即指出Facebook平台通过不合理的条款过度收集数据,既损害了用户的利益,也强化了自身的市场地位,阻碍了其他保护水平更高的竞争者进入。然而,现行反垄断法对剥削性滥用的规制较为薄弱,尤其是当行为未直接导致价格变化时,其竞争损害较难证明。

□江苏大学管理学院 李欣雨

开展这项研究,一方面能帮我们精准找到影响供应链协同降本的关键因素,避免企业在低碳转型中“盲目发力”;另一方面,有针对性的提升策略能让供应链各环节形成降合力,既降低企业的环保成本,又提升整个供应链的竞争力,同时还能为社会可持续发展贡献力量,可谓一举多得。

二、当前低碳供应链协调存在的核心问题

虽然很多企业都意识到了低碳的重要性,但在实际推进供应链协调降本时,还是遇到了不少“绊脚石”,主要集中在以下几个方面:首先是“各自为战”的思维局限。不少企业把降本当成自己的任务,只关注自身的碳排放量,忽略了供应链上下游的协同。

其次是信息壁垒严重。供应链各环节缺乏有效的信息共享机制,供应商不了解生产商的低碳生产计划,生产商不掌握终端客户的低碳需求,这种信息不对称容易引发库存积压、运输路线重复等问题,造成无效碳排放。

再次是成本收益失衡。降碳初始投入较大,中小企业资金不足

难以承担,大型企业则担忧单独投入会削弱市场竞争力;低碳收益分配机制不健全,进一步打击了各环节的协同积极性。

□中共冷水江市委党校 蔡赛勇

化,实现“转型—升级—可持续”发展。

二、现实基础

冷水江市具备坚实的产业规模,传统产业如钢铁、铝业基础雄厚,产业体系完整,形成了较强的区域竞争力。其中,钢铁业已被纳入省级外贸产业集群,显示出重要的战略地位和发展潜力。在区位方面,冷水江市积极融入长株潭一体化进程,交通便利,与周边经济圈联系紧密,协同发展空间广阔。

在转型发展方面,冷水江市已取得一系列初步成效。传统产业正积极推进绿色化升级改造,通过引进环保技术和优化生产工艺,实现节能减排与可持续发展。钢铁业工程技术不断进步,产业链条持续完善,行业核心竞争力进一步增强。同时,企业数字化转型步伐明显加快,已有千余家企业成功“上云”,智能工厂和数字化车间建设稳步推进,工业生产效率与管理水平显著提升,为冷水江市经济

基于改进DEMATEL的低碳供应链协调影响因素识别及提升策略研究

在“双碳”目标引领下,低碳发展成为企业必修课,而供应链协同降碳是企业实现低碳转型的重要一环。当前低碳供应链协调推进中,存在企业“各自为战”思维局限、信息壁垒严重、成本收益失衡、标准与机制缺失四大核心问题。针对这些问题,需通过核心企业牵头凝聚协同共识,搭建互联网信息共享平台、完善成本收益分配机制,建立统一评价标准与激励约束体系等多举措联动,精准破解发展瓶颈,推动供应链全链条低碳升级,实现经济效益与环境效益双赢,为区域经济高质量绿色发展赋能。

一、低碳供应链协同:企业转型必修课

在“双碳”目标引领下,低碳发展已成为企业生存发展的必修课。供应链作为企业运营的核心链条,覆盖原材料采购、生产加工到产品销售全流程,其碳排放量占企业总排放的绝大部分。实现真正的低碳转型,绝非单一企业能独立完成,需供应链上下游供应商、生产商、经销商等主体协同发力,这也是低碳供应链协同的核心要义。

立足区域禀赋培育发展冷水江市新质生产力的实践探索

新质生产力以科技创新和新要素驱动为核心,能破解资源型城市发展瓶颈。冷水江市是湖南中部重要的工业城市,拥有钢铁、铸等资源和制造业基础,但产业结构单一、资源依赖度高。培育新质生产力是冷水江市应对新旧动能转换、融入长株潭一体化、打造娄底“材料谷”的战略选择,为同类城市转型提供实践样本。

一、理论逻辑

冷水江市以传统工业为基础,培育新质生产力并非简单替代,而是通过科技赋能与结构优化推动要素升级,体现了“传统升级+新要素植入”的辩证发展。

比较优势理论指出区域应发挥自身优势。冷水江市拥有铸、钢铁等矿产资源和产业基础,培育新质生产力需立足实际,走差异化路径,将资源转化为发展优势。资源型城市转型理论强调突破资源依赖。冷水江市以新质生产力推动传统产业高端化、新兴产业规模

乡村振兴背景下基层治理中思政工作创新路径探究

□政协唐山市丰南区委员会办公室委员联络中心 王雪松

人提供内生机制和外在产品供给,以解决内生动力缺失和外部力量游离所带来的供给困局。还应该以发展和培养本土文化人才为核心,通过政府的服务和全社会各方的结对援助等多种方式,构建“政府+乡村+社会”的多元参与机制,将基层治理资源和社会资源纳入党组织体系之中,形成队伍建设和政策合力。此外,还要实施队伍培育工程,将党史学习、乡村振兴与乡村振兴战略作为核心内容融入其中,以建设一支思想坚定、素质优良、民本为重、自信自强的新型乡村思政队伍。总的来说,为了有效推动乡村振兴战略的实施,基层干部需要具备新时代的思政工作理念,即直面乡村人口规模过大的实际情况,准确把握工作对象的复杂性症结,植根于乡村振兴一线,洞察人民在生产生活中的需要,从现实的角度进行思考、决策,以思想引领推动全体人民共同富裕,共享发展成果。

二、调动乡村振兴思政工作对象的积极性

乡村思想政治工作是全面推进乡村振兴战略实施的重要思想保证,需要时刻突出人民群众的主体地位,把信任和依靠人民群众融入整个工作过程。对此,可建立以村民为主体的思想政治议事协商机制,定期举行座谈会和政策听证会等,使村民真正成为政策制定的参与者、工作执行的监督者和成效评价的引导者。同时,基层干部可以辩证地分析村民群体中传统守旧观念、诸如小农经济中的封闭意识、注重体验而忽视革新的思维定式以及一些落后生活习惯和社会风俗,针对性地开展主题宣讲、案例教学、实地观摩等活动。在思政教育中融入产业扶持、技能培训、就业创业等经济发展成果,以村民身边的增收数据和致富典型提升教育实效,切实增强村民对于乡村振兴和共同富裕的认同感与积极性。

(三)反垄断法与个人信息保护法的适用冲突
反垄断法侧重竞争秩序,而个人信息保护法侧重个人权利,二者在规范目标、行为认定与法律责任上存在潜在冲突。例如,平台可能以“保护用户隐私”为由拒绝数据共享,主张其行为符合个人信息保护法,但这可能构成反垄断法中的拒绝交易行为。如何协调两类法律的适用,避免规则重叠或遗漏,是执法与司法中的难题。

四、个人信息反垄断保护的制度路径探索

面对上述实践挑战,个人信息反垄断保护不能止步于理论,更需构建清晰、可行且体系化的制度实施路径。

(一)完善个人信息受损的量化评估

个人信息作为非价格要素,难以用价格来对损害程度进行分析。本文认为,应建立以“个人信息保护水平”为核心的非价格竞争损害分析框架,完善个人信息受损的量化评估体系,同时引入风险损害认定标准。例如在财产损害风险中,引入成本恢复、专家评估等方式;在名誉、隐私损害中,构建精神损害风险的法定赔偿制度,通过多方面评估和多维度赔偿制度进行综合的个人信息受损认定。

(二)坚持间接保护原则,以“选择空间”为核心标准

多数研究主张,反垄断法对个人信息的保护应遵循间接保护原则,即以个人信息受损为直接诉由,而以平台垄断行为是否为“显著减少消费者在个人信息保护方面的选择空间”作为认定标准。反垄断法对个人信息的保护仍要建立在对市场竞争本身的保护上,即尊重反垄断法原有的制度规则,这一标准既符合其保护逻辑,也避免了法律体系的过度重叠。具体而言,应主要以市场集中度衡量消费者在个人信息保护中所享有的选择空间,并充分考量市场进入、创新等因素的影响。

(三)健全制度的衔接机制

将个人信息保护纳入反垄断法保护还需要同个人信息保护法等其他部门法做好制度衔接。数字平台对消费者的个人信息造成侵害,个人信息保护法是从个体角度予以保护,但反垄断法是从宏观层面对消费者群体进行的整体保护,二者在制度衔接上需要有所创新、相互弥补。反垄断法应当增加相应的救济机制,如赋予消费者集体诉讼,即针对个人信息侵害的分散性与隐蔽性,可建立反垄断民事公益诉讼制度,由检察机关或适格消费者组织提起,能更好地发挥反垄断法在个人信息保护中的作用。除此之外,还可以探索建立协同监管机制,加强反垄断执法机构与国家网信办、工业和信息化部等个人信息保护主管部门的协作,在案件调查、规则制定、执法衔接等方面形成合力。数字时代个人信息保护已无法仅靠单一法律部门完成。反垄断法通过维护市场竞争机制,能够有效弥补个人信息保护法在应对平台垄断性侵害方面的不足。其介入并非扩大执法边界,而是回归竞争保护的本质逻辑,以“保障消费者选择空间”为核心,间接实现对个人信息权益的保护。面对实践中的量化难题、行为定性困境与法律协调挑战时,应坚持间接保护原则,完善非价格竞争损害理论,健全制度的衔接与协同机制,最终构建一个既有底线规制又有竞争活力的个人信息治理体系。

难以承担,大型企业则担忧单独投入会削弱市场竞争力;低碳收益分配机制不健全,进一步打击了各环节的协同积极性。

最后是标准与机制缺失。行业内低碳评价标准不统一,各主体对降碳目标理解存在偏差,且缺乏完善的激励约束政策,导致协同降碳方向模糊,推进乏力。

三、低碳供应链协调提升策略

针对上述思维、信息、成本、标准四大核心问题,需精准施策推动低碳供应链协同提质增效,具体可多举措联动:由核心企业牵头组织上下游开展低碳交流,分享共赢案例,明确协同价值,按贡献分配收益以凝聚共识,打破思维壁垒;依托互联网搭建信息平台,整合碳排放数据、生产计划、市场需求等信息,优化决策与运输路线,畅通信息流;推动政府出台专项补贴,核心企业助力中小企业转型,建立减排贡献收益分配机制以平衡成本收益;行业协会制定统一低碳评价标准,配套激励约束政策并引入第三方监测,健全标准体系。

难以承担,大型企业则担忧单独投入会削弱市场竞争力;低碳收益分配机制不健全,进一步打击了各环节的协同积极性。

高质量发展注入新动能。

三、核心路径

一是传统产业“智改绿转”,延伸钢铁、铸产业链,发展特钢、高纯铸等高附加值产品,重塑耐火材料品牌;二是新兴产业“错位布局”,发展新能源、光电子和文旅产业,推进光伏、源网荷储及特色旅游线路;三是创新生态“内外联动”,构建“企业—高校—平台”合作体系,深化区域协同,加速科技成果转化;四是制度保障“精准发力”,优化产业布局,推进基础设施项目,提升要素流通效率。

四、优化方向

当前面临产业结构单一、新兴产业规模不足、创新人才缺乏等问题,需推进要素市场化改革,加强人才引进;扩大新能源产业规模;深化区域合作,推动资源集聚,实现新质生产力系统提升。

结语

综上所述,在乡村振兴背景下创新基层治理思政工作的方式方法是激活乡村内生动力、实现乡村全面振兴的重要保证。党建引领优化思政工作机制,可有效化解基层治理中存在的“散、弱、差”问题。面对乡村振兴在人口结构、产业升级和数字化转型等方面的动态变化所带来的全新需求与挑战,基层治理中思政工作方式方法的创新需要不断深入,探索工作新模式,才能做到内容和需求的准确衔接。这既是回应乡村群众对美好生活的向往,也是凝聚乡村振兴合力、夯实治理根基的重要一环,最终为乡村振兴注入持久的精神动能。

九台地处长吉两市交界,坐拥冰雪、生态、乡村、民俗等丰富的文旅资源,依托“一廊一脉,两带四区”全域旅游空间格局,已成为长春东向发展的重要文旅节点。当前,将资源优势转化为消费动能,推动文旅市场持续升温,是助力区域经济高质量发展的重要抓手。结合九台发展实际,释放文旅消费潜能需立足资源禀赋,以系统思维构建“产品筑基、融合赋能、服务兜底、营销造势”的全方位发展体系。要聚焦“国际多彩文旅城,中国北方四季山地玩都”的定位,把生态优势、民俗特色、乡村底蕴转化为消费优势,让文旅产业成为带动发展、惠及民生的重要增长极。

一、筑牢产品根基是核心,需在特色化与多元化上双向发力

冬季应持续强化“一场两园”冰雪产品矩阵,优化庙香山滑雪场专业业态与夜滑体验,升级汎遇冰雪欢乐谷业态,让冰雪资源持续释放价值,延续其承办全国性冰雪赛事的品牌效应。非冬季重点激活马鞍山、卡伦湖等生态资源,以马鞍山5A级景区村为样板,完善森林步道、露营基地等设施,开发“徒步+民俗+美食”套餐,带动周边村落联动发展。另外要深挖九台贡米、黑皮吊冬瓜、山野菜等特色物产价值,结合满族剪纸、农民画等非遗元素设计文创伴手礼,延伸消费链条,实现“四季有景、四季可游、四季可消费”。

二、深化融合赋能与服务升级,为消费体验保驾护航

推动“文旅+”多业态深度融合。“文旅+体育”可承办更高规格赛事,打造“赛事+市集+民俗”联动场景;“文旅+乡村”以汎遇田园综合体为示范,推广“民俗+就业+分红”模式,让村民共享发展红利;“文旅+非遗”则让非遗项目走进景区,通过沉浸式展演提升文化内涵。服务保障方面,既要完善旅游公路、停车场等基础设施,推进重点景区串联贯通,更要借鉴“局长领办带办制”服务理念,规范民宿餐饮服务标准,开展从业人员技能培训。强化数字赋能搭建智慧旅游平台,实现门票预订、线路规划等“一键直达”,同步开展“惠民九台”促消费活动,联动推出优惠套餐,降低消费门槛。

三、创新营销造势是关键,需构建多元立体传播体系

线上依托短视频平台打造“冰雪趣玩”“乡村漫游”等话题,通过直播带货推广精品线路与特色产品,让九台文旅破圈传播。线下主动融入长吉文旅圈,与周边区域整合资源、互推线路实现客源共享,办好山野菜美食文化旅游季、冰雪节等特色活动,以集聚人气、以节促消费。持续打响“多彩山水、醉美九台”品牌,结合典型案例讲好九台文旅故事。文旅消费潜能释放需久久为功、深耕细作,通过产品、融合、服务、营销协同发力,真正实现“引得来、留得住、消费足”,让文旅产业成为九台高质量发展的强劲引擎。

媒体融合浪潮对传播生态带来了冲击,打破传统与新兴媒体的界限,形成全程、全息、全员、全效的传播新图景。变革促使从业者必须从单一的文字或者图像采集中走出来,向复合型、专家型的方向发展。面对受众注意力高度分散以及传播渠道众多的发展现状,固守传统技能已难满足以满足激烈的行业竞争,应不断提升从业人员的新闻行业素养。

一、加强互联网思维同政治敏锐性深度融合

(一)坚守政治底线和价值导向
在融媒体背景下,信息传播速度极快,导致微小的偏差也会在社交网络上引发连锁反应。从业者要保持清醒的政治判断力,在纷繁复杂的现象中发现深层的社会逻辑和社会结构。

(二)确定用户画像并提出交互理念
单向灌输的传播模式已经无法满足现实需求,需要创建起平等交互的用户思维。可依靠大数据准确地分析用户的不同内容,进而描绘出受众画像,精准抓住各个群体的需求。在选题策划过程中应充分考虑到分发渠道的特点,从而实现内容供给和受众需求的精准对接,将简单的信息发布变成有黏性的服务链接,增加新闻的穿透力、影响力。

二、构建全媒体生产与技术体系

(一)突出采编播一体化技巧的强化
媒体融合需要一线从业者具有“提笔能写、对筒能讲、举机能拍、后期能剪”的综合能力。它不是简单的技能叠加,而是工作流程的系统再造。经过持续的跨岗实训打通工种壁垒,掌握非线性编辑和移动直播的技术,在突发新闻现场实现一次采集、多种生成、立体化、多维度地还原事实真相。

(二)掌握数据挖掘与可视化呈现

数据成为新闻的主要来源,挖掘和解数据是深度报道的重要途径。从业者要能够从中筛选出有价值的信息,用图表、动态图等直观方式将繁杂的数据变得清晰明了。

三、创建跨界融合与终身学习生态

(一)扫描深挖垂直领域知识储备
通稿式报道逐渐式微,深耕垂直领域的专家型从业者成为行业的稀缺资源。从业人员要向T型人才发展,在广博的知识上形成某一方面的专业坐标系。辨别专业术语背后所蕴含的价值信息,防止浅层次的解读,打造个人的竞争壁垒。

(二)建立适应的算法推荐和社交分发
了解算法原理是提高传播效果的重要途径。在创作过程中可加入搜索引擎优化思维,以符合平台推荐规则,扩大传播范围。借助社交分发化的传播方式制造话题互动,并紧跟跟人工智能等领域发展的脚步。

结语

新闻从业者转型应在思想观念、业务能力、知识结构等方面进一步的发展。只有主动拥抱变化,将政治定力、技术能力以及专业能力结合起来,才能成为集采编运于一体的优秀人才,进而能够在激烈的媒体变革中以高质量的新闻服务来承担记录时代、守护社会的责任。

「冰雪+民俗」双轮驱动下九台区文旅消费市场升级对策研究

□中共长春市九台区委党校 吕奇

融媒体时代从业者新闻素养提升策略探析

□鱼台县融媒体中心 朱昊宇