

# 涉个人信息收集问题 多款知名App被点名后整改

本报记者 陈佳岚 广州报道

应用程序收集个人信息的治理工作正持续推进中。

5月6日,中央网信办对15款App和16款SDK(软件开发工具包,一般都是一些软件工程师为特定的软件包、软件框架、硬件平台、操作系统等建立应用软件时的开

发工具的集合)个人信息收集使用问题进行通报,其中,墨迹天气TV版、医家、企鹅天气等15款App存在未逐一列出收集使用个人信息的SDK,未准确列出SDK收集使用个人信息的目的、方式、范围等问题。另外还有CTP穿透采集、金仕达穿透采集、传漾广告、西瓜影音等16款SDK收集使用个人信

息,存在未提供个人信息收集使用规则,未说明自行或协助App响应用户个人信息权利请求的措施,未及时响应用户个人信息投诉举报这些权利请求的问题。

中国信息协会信息安全专业委员会数据鉴证工作部主任毛立明对《中国经营报》记者表示,15款App与16款SDK存在个人信

息处理透明度不足与SDK治理失效及投诉服务处理响应不及时等问题,反映出多重安全漏洞与风险。App未列明SDK清单、说明收集目的范围,致使用户知情权受损,如SDK可能收集无关信息、通过技术手段窃取数据,形成隐蔽数据流,增加用户被攻击风险,违反个人信息保护法,还可能

成为黑灰产素材。SDK未提供收集规则、未响应用户权利请求,加剧数据滥用和合规风险,如敏感信息滞留、数据用途不明、跨境传输至不受监管服务器等。部分SDK通过漏洞提权获取高敏感权限扩大攻击面,碎片化数据聚合可能突破匿名化保护,威胁用户隐私安全。这些均违反相关法律,使用户容易受精准诈骗等侵害。

记者还留意到,此次通报的不乏多款知名App及运营商,如墨迹天气TV版、有道精品课、途虎养车等,其运营者分别是北京墨迹风云科技股份有限公司、网易有道信息技术(北京)有限公司、上海阑途信息技术有限公司等。

## 多款知名产品上榜

此次通报的产品中有不少知名App及运营商。这反映出部分头部企业存在合规意识与能力不匹配的情况,虽有技术资源,但因业务扩张或管理疏漏,忽略了合规细节。

记者留意到,此次通报的15款App涵盖食、住、行、教育、医疗等多个生活领域,都与人们的日常生活息息相关,如墨迹天气TV版、企鹅天气预报属天气类软件,天津公交、烟台出行关联人们出行,21cake涉及食品购买,医家与医疗健康相关,亲邻开门涉及居住社区,学霸在线、有道精品课涉及教育,反映出这些App在人们日常生活中应用的广泛性。其中,多款软件还是知名App及运营商。

所有SDK均涉及用户个人信息采集,而从16款被点名的SDK来看,则涵盖了金融交易、广告追踪、音视频通信等高敏感场景,包括金融(如CTP穿透采集、金仕达穿透采集)、广告(传漾广告)、数据分析(LinkedME、Mercury)、视频(西瓜影音)、物联网(机智云)、信息聚合(聚合渠道)、通讯(声网、U8、融云IM/Rtc)、直播(CC视频云直播)、数字营销(数美)、认证(枫枫互联、免密认证)等领域。

其中,北京墨迹风云科技股份有限公司运营的墨迹天气TV版1.3.8版本被通报,该App存在的主要问题是,未逐一列出收集使用个人信息的SDK。公开资料显示,墨迹天气是一款国民级天气服务应用,在全球拥有7亿用户。

不过,墨迹天气合规中心人员

在接受记者采访时强调,7亿用户指的是手机版(移动版)的用户量,手机版和TV版是两个独立App,TV版不是公司主营的产品。

对于为何相较于手机版,TV版会出现未逐一列出收集使用个人信息的SDK相关问题情况的质疑,上述墨迹天气合规中心人员对记者解释,可能涉及技术问题,但公司会按照网信办要求进行整改。

此外,网易有道信息技术(北京)有限公司运营的有道精品课6.8.2版本被通报,上海阑途信息技术有限公司运营的途虎养车7.10.5版本也被通报。前者有道精品课App是网易有道旗下初高中在线学习平台,网易有道作为知名的互联网企业,旗下该App在教育领域也具有较高的知名度。途虎养车是国内领先的汽车养护品牌,黄渤是其品牌代言人。这两个App存在的主要问题是,未准确列出SDK收集使用个人信息的目的、方式、范围。

普通用户对数美不熟悉,但数美属于技术细分赛道的知名服务商,数美SDK主要应用于智能业务风控和内容安全等领域,其利用人工智能、大数据和全栈式风控模型,为金融、互联网、营销等行业提供反欺诈、内容审核及用户隐私保护等服务。

北京微方程科技有限公司运



多款App存在个人信息处理透明度问题,反映出多重安全漏洞与风险。 本报资料室/图

营的LinkedME在数据分析和营销领域也有一定的知名度。

网经社电子商务研究中心数字生活分析师陈礼腾对记者表示,此次通报的产品中有不少知名App及运营商。其一,这反映出部分头部企业存在合规意识与能力不匹配的情况,虽有技术资源,但因业务扩张或管理疏漏,忽略了合规细节。其二,在监管日益严格的大背景下,典型示范作用显著,网信办选择通报知名企业,打破了公众“大企业更安全”的固有认知,促使行业形成“合规即竞争力”的共识。此外,SDK提供商的违规行为也暴露出App运营者对第三方组件审查不力的问题,未来应强化“责任共担”机制,比如要求SDK通过安全认证后再接入。

陈礼腾对记者分析,数据收集透明度缺失是核心漏洞之一,部分App未逐一列出嵌入的SDK,也未

明确说明收集个人信息的目的、方式和范围,这直接违反了个人信息保护法中的“告知—同意”原则。用户无法知晓数据流向,为SDK暗中采集设备指纹、位置等敏感信息提供了可乘之机,甚至可能引发非法数据共享或滥用。同时,最小必要原则的失效进一步加剧了风险,例如天气类App索取通讯录权限等超范围收集行为,可能通过SDK过度索权扩大数据采集范围,增加用户隐私暴露面。此外,SDK集成风险不容忽视,第三方SDK可能成为攻击入口,若未通过安全审计,可能存在恶意代码或漏洞(如未加密传输),导致用户数据在传输或存储过程中被窃取。最后,权利响应机制缺位使得用户无法有效行使删除权、更正权等个人信息权利,一旦发生数据泄露,用户难以及时止损,企业也面临合规处罚风险。

## 部分App已整改、部分App尚未更新

部分行业企业或因对法律法规理解与实操经验不足,需强化学习整改,或在合规成本与数据利用收益间存在投机心理。

对于15款App和16款SDK存在的个人信息收集使用问题,中央网信办秘书局明确要求相关App和SDK运营者应当于5月6日通报发布之日起的15个工作日内完成整改。

记者在墨迹天气官方网站上看到,目前该应用TV版本可支持下载版本还为TV 1.1.1版本,发布日期为2017年1月6日。

上述墨迹天气合规中心人员对记者表示,目前公司还没有联系到网信办,尚未了解要如何整改,但会严格按照网信办的要求和标准进行整改,最终整改方案将会给到网信办,网信办通过之后,公司会对App进行整改。

截至5月7日下午,记者在OPPO、vivo、小米、华为手机应用商店上看到,途虎养车已经将App版本更新至了7.21.1版本,更新时间为2025年5月7日,该版本的隐私政策已经列明软件收集、使用信息的目的、方式、范围和使用规则。

然而,有道精品课App在各大手机应用商店的软件版本仍停留在6.8.2版本,21cake App仍停留在3.6.2版本。OPPO手机应用商店中,医家App在两个半月前应用更新至5.6.0版本,在vivo应用商店中,医家App还在

5.5.43版本,更新时间是2024年9月19日。

对于本次通报中涉及的App个人信息收集使用问题及具体整改进度和后续在信息保护方面的合规规划,记者向途虎养车、有道精品课等相关公司进行了邮件采访,截至发稿未获得回复。

毛立明认为,部分行业企业或因对法律法规理解与实操经验不足,需强化学习整改,或在合规成本与数据利用收益间存在投机心理。实际上,个人信息数据合规意义重大,它既关系到用户权益保障与风险防范,也关乎企业本身,包括法律责任风险、监管处罚成本导致的运营损失以及用户、合作伙伴信誉受损等方面的风险与成本,企业不应舍本逐末,因小失大。

陈礼腾建议,企业在App和SDK开发阶段贯彻隐私设计原则,将数据最小化、加密存储等要求融入架构设计,建立SDK安全评估体系,采用权限动态管理机制,按需申请权限。运营阶段需部署监控系统实时监测异常数据访问行为,定期开展合规审计,建立用户权利响应系统,自动化处理删除、更正等请求,以确保用户权利得到充分保障。

# 部分地区暂停放号 中国广电面临“存量增长”困局

本报记者 谭伦 北京报道

随着运营商迈入业绩缓增阶段,移动网络用户的增长困境也已露出端倪。

近日,有网友反映中国广电App局部区域选号页面异常,疑似停止放号。对此,《中国经营报》记者随即登录中国广电App核实发现,截至发稿,北京、四川、新疆等三地的确显示无号可选。记者也致电歌华有线北京朝阳区管庄营业厅求证,工作人员表示,目前在线下营业厅也无法办理选号服务,但不太了解停止放号的具体原因。随后,记者电话咨询了中国广电客服,对方告知,由于目前系统正在维护与升级,因此局部地区当前无法通过App选号。

虽然给出了解释,但中国广电局部暂停放号的事实,也引来业界对于当前通信业网络用户增长红利渐近消失的探讨。根据最新公布的2025年第一季度财报数据,三大运营商5G用户总数突破10亿,但用户增速显著下滑,行业普遍面临“增量不增收”困境,移动ARPU(每用户平均收入)值持续承压。

同时,工信部最新统计数据显示也显示,截至2025年一季度,我国移动电话用户总数已突破18亿户,超过人口总数,用户渗透率达到127.84%。在此背景下,中国广电此次的暂停放号风波无疑折射出全行业面临的更大挑战。

## “存量竞争”重构增长逻辑

通信业面临的用户增长困境并非今年才出现,早在2015年,国内移动电话普及率已达95%,叠加人口红利消退,单纯依靠新增用户拉动收入的模式难以为继。彼时,运营商已经释放出信号,意图通过提升ARPU值和拓展产业数字化业务,寻求增长。

到了2024年年底,这一情况更为严峻。数据显示,截至2024年年末,中国移动、中国电信和中国联通的移动用户规模分别为10.04亿户。

### 被夹击的中国广电

在传统运营商巨头移动用户市场整体转向饱和之际,作为新入者局的中国广电,其面临的增长困境挑战无疑被进一步放大。

回顾中国广电的5G商用历程,自2022年正式放号以来,初期以年均超60%的增速快速切入市场,2023年是其高速增长期,用户规模从年初的1800万跃升至年底的2300万,全年净增1100万,同比增速61%。这一阶段中,中国广电主要凭借低价套餐吸引用户,并通过与中国移动共建共享700MHz

亿、4.25亿和约3.45亿户。其中,中国移动虽然用户总数稳居全球第一,但2024年净增用户仅1332万户,同比下降37%,其中12月甚至出现79万户的净流失;而中国电信凭借“套餐+终端”策略实现了1675万户净增超越中国移动成为增速冠军,但增速较2023年下降19%;中国联通以1952万户净增创近6年新高,但其4.7亿用户规模仅为中国移动的47%。

值得注意的是,5G用户增长同

网络快速覆盖城乡市场,获得了较好的效果。

截至2024年9月,中国广电用户数一度达2936.62万,逼近3000万大关。然而,增长势头也在同年明显放缓,截至2024年一季度,中国广电用户仅净增58.54万,月均增速降至19.5万,较2023年下降67%,更远低于2023年下半年的月均83.3万,显示其增长动能已显著衰减。

周桂军向记者指出,中国广电入局时,移动用户渗透率其实已超118%,市场进入深度存量竞争阶

段,这大大增加了中国广电开拓用户市场的难度。官方数据显示,2024年广电同期仅新增58.54万户、市场份额不足0.5%,但另外三家运营商通过“套餐+宽带+权益”融合策略实现用户净增1300万户,对比之下,中国广电还存在农村地区因网络覆盖不足的问题,更难以突破。

广电产业资深分析师吴纯勇此前则向记者指出,从增长速度看中国广电无疑是最快的,但挑战在于规模基数太小,其后续成功还要看能否构建足够庞大的用户量基本盘。从前

增长红利消退成为行业共识。如ResearchAndMarkets报告预测,2023—2028年中国移动数据业务收入将以5.4%的复合年增长率增长,固定宽带业务增速则为1.4%,表明用户规模增速放缓已成常态。

摩根士丹利也在最新行业报告中指出,运营商传统语音与短信ARPU持续下滑,5G与增值业务收入增长难以完全抵消,预计未来两年行业整体利润率将呈0—2%的微幅增长。

三年的情况来看,中国广电推进5G的最大难点在于完成全国有线电视网络的整合与基站建设。

但这一点,恰恰成为中国广电的最大痛点之一。记者注意到,作为传统广电体系转型而来的运营商,其“一网整合”进程耗时五年仍未完成,进入2025年仍有8个省份未完成“一省一网”整合,股权分散导致地方运营各自为政,品牌协同效应不足。电信分析师付亮向记者表示,若缺乏类似中国联通的混改机制创新,传统央企架构难以适

应市场化竞争。对此,Omida电信战略分析师杨光此前曾向记者表示,运营商用户近年来增长放缓的核心原因是市场竞争率接近饱和,随着5G网络商用进程过半,我国移动通信市场也迈入了“存量竞争”时代,运营商传统增长逻辑面临根本性重构。电信媒体分析师周桂军则认为,在6G商用尚有距离,城镇化也趋于平稳的双重背景下,新用户获取成本将上升显著,因此,运营商的用户增长困境仍会持续较长时间。

同时,生态能力薄弱,也是中国广电入局5G市场后暴露出的一大问题。由于固网宽带覆盖不足、终端适配滞后(如5G NR广播手机普及率低)、内容运营未形成差异化优势,导致用户黏性不足,如中国广电虽有2.07亿有线电视用户,但固移融合用户仅870万,转化率不足5%。

种种因素作用下,中国广电进入目前用户增长的困局,也成为必然的结果。

### “去管道化”的角色创新

中国广电的当前困境,既是与中国广电独有劣势所造就,也是传统三大运营商当前面临的共同困境。而破局之道,也在运营商近年来的尝试中逐渐清晰。

一般而言,移动用户渗透率超120%,意味着市场已进入“结构性饱和”,新增用户主要来自人口结构变化和多卡需求,因此,存量用户的深耕成为关键。杨光认

为,运营商需在政企市场和算力服务领域建立差异化优势,当前AI算力投资回报率虽需要3—5年周期,但已成为突破增长瓶颈的核心抓手。

这也成为运营商近两年加速战略转型的原因。其中,记者注意到,中国移动提出了“连接+算力+能力”新型信息服务体系,2025年计划投入373亿元用于算力网络建设,智算规

模目标达34EFLOPS(每秒执行一百亿亿次的浮点运算),较2024年翻倍。

中国电信则将“云改数转”战略推向纵深,天翼云2024年收入突破1139亿元,占服务收入比重达23.6%,智能收入同比激增195.7%。中国联通聚焦“算网数智”双主业,今年第一季度产业互联网收入增长23.2%,联通云收入197.2亿元,同比增幅高达114%。

在用户价值挖掘层面,运营商通过“产品融合化、服务场景化”提升ARPU。中国移动家庭宽带综合ARPU达40.8元,智慧家庭收入同比增长22.5%;中国电信千兆宽带渗透率提升至30%,带动智慧家庭收入增长11.5%。这种“连接+内容”的模式,使传统通信业务从单纯的流量经营转向数字生活服务生态构建。尽管转型方向明确,运营商仍

面临多重挑战。一是在算力网络建设中,通用算力过剩与智能算力短缺并存,部分老旧数据中心利用率不足30%;二是政企市场竞争加剧,腾讯、阿里通过云服务分流客户,虚拟运营商以灵活资费抢占细分市场。此外,工信部近期启动的“明白办、放心用”行动,要求运营商优化套餐设计、提升服务透明度,这对存量用户运营能力提出了更高要求。