

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

律法规,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(枫岚互联、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,促进行业形成“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,由于目前系统正进行维护与升级,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

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,其面临的增长破局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年是其高速扩张期,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

“去管道化”的角色创新

中国广电的当前困境,既是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局。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,存量用户的价值深耕成为关键。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%。

样面临瓶颈:2024年三大运营商5G用户净增总数较2023年减少超8400万户,中国移动5G网络用户渗透率提升速度放缓5.2个百分点。

这种增长乏力直接反映在财务指标上。2025年一季度,中国移动、中国电信营收增速分别降至0.02%和0.01%,净利润增速同步收窄至3.5%和3.1%,而中国联通虽以3.88%的营收增速领跑,但总营收规模仍不足中国移动的四成。

多家证券机构测算显示,用户

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

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%。

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

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

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渗透率接近饱和,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。

应市场化竞争。

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。

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。