



“

记者与大多数用户一样，因着急扫码使用单车，而快速点击“允许”，**不会对隐私政策全文通读，判定一二，便默认同意美团单车收集信息的行为。**

果，多数受访者反感互联网平台 App 产品强制要求授权和索取个人信息的行为，不支持当前 App 产品强制要求授权和索取个人信息比例达 46.7%。

早在 2021 年，中国人民大学一个团队调查了数十万款 App 后，研究发现，App 的各类权限有 30 多个，但很多权限跟 App 实现功能的需求并不匹配。App 在登录前后，往往也会调用部分权限，同意相关隐私协议，但对于权限授权哪些信息，隐私信息的用途，多数用户并不清楚。

3 月 16 日，记者扫码了一辆“美团单车”，进入小程序后发现，其对于个人信息授权的提醒，相对隐蔽。在提示登录页面，首先弹出一个申请页面——“使用你的蓝牙，解锁单车。”请求允许或拒绝，记者以为此处提示，应当仅作为“使用蓝牙”功能，文字上也并未提示额外的个人用户信息授权。

但仔细观察，在该弹框右上角，还有两个小字“申请”，旁边有个灰色感叹号，点进去才发现“内有乾坤”。大标题为“第三方用户信息授权说明”的弹窗写着：你授权后，小程序开发者、小程序引用的插件开发者将访问你的蓝牙，为你提供相关服务。开发者将严格按照《美团 | 外卖美食买菜酒店电影购物小程序隐私保护指引》，处理你的个人信息。

记者与大多数用户一样，因着急扫码使用单车，而快速点击“允许”，不会对隐私政策全文通读，判定一二，便默认同意美团单车收集信息的行为。该收集流程同样出现在“美团打车”小程序。只不过登录页面，显示并非“开启蓝牙”，而是“获取你的位置信息”。

当天，记者又点击进入另一小程序，扫码用车。在该登录页面，有一个勾选选项写着：“登录代表您已同意《法律条款与隐私政策》”，当记者未点击勾选，则再次弹出提示要求用户阅读该隐私条款，当记者点击拒绝，则再次跳转到起初页面，意味着如果记者拒绝，将无法正常登录该程序，且无法用车。

进入飞猪 App，同样需要经过“被同意”三道弹窗。首先是“温

馨提示”，其中包含了飞猪隐私政策，如果不同意，将进入第二道弹窗。“你需要同意本隐私政策，才能继续使用飞猪。”如果点击不同意，直接到第三道弹窗，“亲，要不要再想想”，并给出选项“退出应用”和“查看协议”。

以美团等为例，各款 App 并未给出“不同意”的选项。有的小程序，如果用户点击同意《法律条款与隐私政策》，将一键默认同意 26 项协议，包括单车、助力车、电动车、顺风车等用户协议。按照每篇协议 1 万字，30 分钟的阅读速度，全部读完需要 13 个小时。

而且，大多数企业的《隐私政策》普遍存在晦涩难懂、冗长繁琐、专业术语较多等问题，导致用户难以真正理解个人信息被收集的用途和目的。《新民周刊》记者阅读了多家 App 的隐私政策，不少协议内容超 1 万字，文字过小、排版较密、重点与非重点文字颜色相近，让不少用户忽略了重点信息。虽然有部分关键信息加粗，但对于没有法律背景的用户来说，很难从中判断其条款的合理性，更对协议中不同意的部分进行修改。

而在《应用权限申请与使用情况说明》部分，所涉及的权限有 10—12 种，比如，访问摄像头、媒体文件、通话记录等，

各类 App 有哪些问题呢？摄影 / 刘绮黎

