

公民信息泄露，“内部人员”是主要源头

8月23日，北京高院召开发布会发布北京法院侵犯公民个人信息犯罪案件审判情况。会上透露，公民个人信息犯罪链条，内部人员泄露信息是犯罪的主要源头，会上发布了三个典型案例，均为行业“内鬼”泄露个人信息犯罪。

依法应予惩处。北京高院刑事审判第一庭庭长肖江峰表示，法院依法从严惩处本案，体现了人民法院加强对电信诈骗犯罪上游信息采集、提供、倒卖等环节犯罪行为的全链条打击，对促进平台、行业完善内部管控，推动形成个人信息保护多元共治新格局有着积极的作用。

侵犯个人信息犯罪被判一年

本次发布的另一个典型案例也是行业“内鬼”侵犯个人信息犯罪。被告人沈某案发前系某大型国际信托有限公司项目经理，利用任职便利，采取“撞库”等方式获取某银行个人征信系统用户名和密码，通过其所属国际信托有限公司与该银行之间进行专线互联的终端机，数次非法登陆该银行个人征信系统，查询并下载保存他人征信报告共计100份。另外，被告人沈某此前曾采取上述同样作案手段，查询并下载保存他人征信报告共计1000余份。

西城区法院经审理认为，被告人沈某违反国家规定，非法获取公民个人信息，情节严重，已构成侵犯公民个人信息罪，依法应予惩处。鉴于被告人沈某到案后能如实供述自己的罪行，当庭认罪悔罪，依法可以从轻处罚。西城区法院以侵犯公民个人信息罪判处沈某有期徒刑一年，并处罚金人民币四千元。

肖江峰表示，在当代社会，个人征信作为公民的“经济身份证”，在公民个人生活中发挥着十分重要的作用，影响老百姓的出行、贷款、就业等方面。因此，“两高”在2017年出台的《关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》中将征信信息列为高度敏感信息，非法获取、出售或者提供50条该类信息即可入罪。

本案中，被告人沈某曾任某大型国际信托有限公司项目经理，与某银行等金融机构多有业务往来，其利用金融从业人员的职业便利，利用“撞库”等非法技术手段获取了大量公民征信信息，社会危害严重，已构成侵犯公民个人信息罪。综合考虑全案事实、证据，鉴于沈某到案后能如实供述自己的罪行，当庭认罪悔罪，态度良好，依法可对其从轻处罚。

供稿：《21世纪经济报道》

一杯饮料三分之二是冰？中消协：加多少冰消费者说了算

茶饮或咖啡时，你有没有这样的感觉：一杯饮品里冰块特别多，喝两三口就见底，有的商家还没有去冰的选项。对于这一现象，有人调侃说：“明明是卖冰的，还送了咖啡。”

夏日饮品加冰块，该加多少？8月23日，中国消费者协会发起“破冰行动”，联手中国商业企业管理协会倡议：饮品加冰需以尊重消费者合法权益为前提。

消费者购买的是饮料不是冰

据中消协介绍，近日有消费者在某知名饮料店选购饮品时，发现饮品中冰块含量占到饮品总量的2/3，冰块含量过多导致饮用体验感变差。也有的消费者反映，部分饮品在手机点单页面的温度选项只有“冰”，有些饮料店甚至拒绝消费者提出的“去冰”饮品需求。

中消协表示，相关媒体就饮品加冰情况，对北京市西单商圈、朝阳大悦城、国贸、西三旗等商圈的知名冷饮品牌进行消费体验发现，一是餐饮经营者对冰量缺乏统一标准，即使同一品牌不同店铺对于正常冰的标准也不统一。二是各餐饮经营者的冰块大小、形状不同，有的饮品中冰块为扁片或中空状，因此不能简单以冰块数量来衡量加冰量。

中国消费者协会、中国商业企业管理协会在此倡议广大餐饮经营者：消费者在购买、使用商品或接受服务过程中只要是与正确的判断、选择、使用等有直接关联的情况与信息，消费者都有权知悉，经营者都应该提供。消费者购买饮品时，餐饮经营者应主动询问消费者是否需要加冰及加多少冰。若饮品存在确实无法去冰或饮品为特定的冰与配料结合等情况，餐饮经营者应在点单页面明确标注或在点单时提示消费者注意。餐饮经营者应根据消费者的实际需要，为消费者提供“多冰”“正常冰”“少冰”“去冰”或通过备注方式调整加冰数量等个性化选项，供消费者自主选择，也可以将饮品和冰分开，由消费者自主决定是否加冰及加多少冰。

消费者购买饮料时，默认购买的是饮料而不是冰。餐饮经营者可以在点餐台、广告单及食物图片等显眼处明示顾客有要求饮品不加冰的权利。若消费者对加冰容量提出疑问时，餐饮经营者应予以及时、正面的答复。

有饮品去冰前后差200毫升

据此前报道，多个咖啡品牌的点单系统都没有“去冰”或“少冰”的选项，但店员介绍，消费者可以单独



注。按“正常冰”的选项来看，多个咖啡品牌的冰块为20多块，甚至有奶茶品牌选“少冰”后，仍有24块冰块。有业内人士指出，一般连锁咖啡或奶茶品牌都有严格的冰块与饮料配比，来确保出品的一致性。

“某咖啡三分之二是冰块，两口喝完”的话题，近日登上了微博热搜，当事人张先生表示，当时用券点了两杯拿铁咖啡，点的是正常冰。结果两杯拿到手，打开一看三分之二全是冰块，咖啡只喝几口就没了。张先生感觉咖啡买得很不值，点单的时候就没有去冰的选项，感觉很坑人。

《厦门晚报》进行了一次测试，将多款饮品去冰后用量杯统一测量发现，冰饮与热饮容量相差最大的品牌差了200毫升，最小的则30毫升。

国内一家知名茶饮品牌公司的中层管理人员表示，一杯正常的茶饮冰块含量或者糖含量都是按照标准来，多加或者少加都会带来口感不纯正的负面现象。

也有从业人士表示，虽然去冰流程看似不繁琐，但是碰上爆单或者店员人手不多的时候，去冰的订单过多，也会影响店员的出单速度，所以有的商家可能不愿意做。

咖啡、奶茶加冰，导致饮品本身液体量减少，是否侵害了消费者权益呢？据浙江电视台，有律师表示，既然商家对饮品有中杯、大杯、超大杯之分，那原则上无论是去冰还是不去冰的状态，都应当满足通常意义上的分量要求。

“商家其实完全可以公布饮品量是多少，每个杯子的量多少公布一个数据，如果影响了量的话，消费者就可以去维权，把冰去掉，一测发现少了，那就是欺诈，就可以退一赔三。”律师表示。

供稿：《每日经济新闻》

二十周年宣传大使

(排名不分先后)

2023年，中国人寿上市20周年。激扬二十年，再著新华章。值此20周年之际，为了表彰青岛国寿精英为岛城客户提供的长期优质服务，特进行登报表彰。



荆树香 李沧 高级组经理



王琤 李沧 业务精英



王翠霞 李沧 高级组经理



张晓蒂 李沧 银质组经理



付祥花 平度 部经理



蒲夕霞 平度 组经理



刘艳红 开发区 高级部经理



张丽娜 开发区 组经理



郭冬梅 市北一支 业务精英



陆清 市北一支 业务精英



王丽华 市北一支 业务精英



王丽华 市北一支 业务精英