乳业App隐私政策中知情同意规则的适用困境及优化路径

宋辰琦

青海民族大学法学院，青海西宁 810007

摘　要：乳制品行业作为传统零售的重要组成部分，顺应时代潮流相继研发了便利公众生活消费的乳业应用软件（App）。然而，App在为用户提供服务的同时，频繁索权、跟踪定位等现象屡见不鲜。在该背景下，本文实证分析知情同意规则在乳业App隐私政策中的适用现状，从多维视角提出解决方案，以在保护消费者个人信息权益和促进乳制品行业经济发展二者之间达到平衡。

关键词：乳业应用软件（App）隐私政策；知情同意规则；个人信息保护

文章编号：1671–4393（2025）05–0128–06　　DOI:10.12377/1671–4393.25.05.20

中国乳业线上阅读

0 引言

信息科技发展推动人们进入大数据时代，中国互联网络信息中心（CNNIC）第55次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2024年12月，我国手机网民11.05 亿人，较2023年12月增长1 403 万人，网民使用手机上网的比例为99.7%。乳品企业顺应时代潮流创新零售方式，研发乳业应用软件（App）构建“流量＋内容＋平台”乳品销售新生态。根据2025年2月18日21世纪经济报道，光明乳业随心订App上线10年已拥有680 万注册用户，日活跃用户约140万，每天为130 万消费者配送乳制品，且正逐步转型为“鲜食宅配”服务平台。然而，乳业App为消费者生活带来便利同时，有关数据泄露、数据窃听、数据滥用等安全问题逐步暴露。如何保障用户知情权，使用户充分知情基础上有效同意，是亟待解决问题。笔者实证分析知情同意规则在乳业App隐私政策适用现状，从多维视角提出解决方案，以在保护消费者个人信息权益和促进乳品企业经济发展二者之间达到平衡。

1 告知同意的法律性质

告知同意缘起于医疗领域，最初意在强调医务人员为保障患者充分知悉医疗救治风险而对诊疗行为进行详尽告知，以获取患者真实有效的同意。探讨告知同意法律性质，有助于深入了解规则背后内

作者简介：宋辰琦（1999–），男，山西运城人，在读硕士，研究方向为民商法。

在机理。告知同意之法律性质，大致有如下法律学说：（1）合同说。可将网络服务商发布隐私声明视为对信息主体的要约，其同意即在双方形成合同关系。双方互负对待给付义务，网络运营商为信息主体提供产品服务并负有不得违法处理用户信息之义务，信息主体依合同约定提供个人信息并享有要求运营商合法处理个人信息之权利[1]。（2）准法律行为说。达到法定年龄用户于运营商规范告知后，同意行为合法有效。我国法律并未给信息主体表达意思留出空间。从客观角度观之，用户作出同意仅为权利变动前的准备。（3）违法阻却事由说。同意并非用户为与网络服务提供者达成合意而做出的意思表示，视同意为意思表示会将意思表示撤回与撤销制度混淆[2]。消极层面，同意或可视为侵权法之违法阻却事由。笔者认为，从信息主体积极利用其个人信息权益出发，告知同意应被视为意思表示，用户同信息服务商订立隐私政策应适用格式条款调整，若运营商违反承诺内容亦应承担违约责任。

2 乳业App隐私政策中知情同意规则适用现状

笔者结合各大软件商店乳业App下载排行榜，抽取10 款作为分析样本，探究10 款乳业App隐私政策知情同意规则适用现状。样本选取如下：光明随心订、新乳业、一景乳业、送奶工、妙可蓝多、现代牧业、优然牧业、阳光乳业、天润乳业、奶总管。

2.1 隐私政策的告知形式

作为用户了解乳品平台服务功能的首要步骤，隐私政策告知形式至关重要。告知的“显著性”不仅在于用户首次使用App时，平台应通过设置弹窗、超链接等方式展示隐私政策，使用户明确平台收集个人信息的目的、范围和处理方式等。更重要的是，用户后续使用软件过程中，可简便快速回看隐私条款。通过对选取的10 款乳业App进行分析，软件下载完成后，除送奶工App在用户首次注册时，未对隐私政策独立设计超链接，将隐私政策附加在用户协议中；其余软件均采用弹窗附带超链接方式向用户告知平台隐私政策，且超链接真实有效，不存在设置虚假链接。回看查询路径方面，通常以回看隐私政策的点击次数是否在4 次以内，判定平台是否显著告知。经调查，仅天润乳业需通过5 次点击方可查看隐私政策全文，其余9 款软件可在4 次以内查询完整版隐私政策（表1）。

表 1 隐私政策告知形式

App 名称	首次告知形式	是否存在虚假链接	回看点击次数
送奶工	将隐私政策附加在用户协议中（首次注册时未独立设计超链接）	否	4 次以内
天润乳业	弹窗 + 超链接	否	5 次
其余 8 款乳业 App	弹窗 + 超链接	否	4 次以内

2.2 隐私政策的告知内容

多数网络平台声明为维护用户个人信息安全制订隐私政策，并通过简洁易懂语言告知用户隐私政策具体内容。但调查发现每个软件的隐私政策达万余字，且其中专业术语繁多，用户难理解真实含义。虽然光明随心订、一景乳业提供简版隐私政策供用户阅读，但仍不乏晦涩难懂专业术语和复杂逻辑关系。新乳业隐私政策显示，用户注册需同意平台与第三方信息共享清单，而该清单以超链接形式附于隐私政策，虽然清单首部用加粗字体承诺平台会在合理范围内使用个人信息，但用户点击该链接跳转至子界面，呈现在用户面前是长篇累牍声明条文，平台并未采用简洁易懂方式履行告知义务。

2.3 隐私政策的同意方式

考察乳业App同意方式，笔者发现8 款App采用点击同意的方式获取用户同意授权。仅2 款App未提供用户同意授权选项，用户通过手机号登录即默认同意平台对个人信息处理，严重剥夺用户自主选择权。在选项设置方面，8 款App将“同意”选项设

中国乳业线上阅读

置为鲜红色吸引用户注意力，而将“不同意”设置为暗灰色。“同意”字体设计采用放大加粗方式，在强烈视觉冲击下，多数用户会倾向于选择“同意”。此外，调查发现，阳光乳业采用诱导式同意，即在征求新用户同意隐私政策对话框中，显示“同意，并领取新人红包”（表2）。

2.4 隐私政策同意撤销的设置

尽管乳业App隐私政策声明用户享有同意撤销权，但实际操作中，笔者发现10 款App未明确同意撤销的操作路径，3 款App需操作5步以上方可撤销同意，撤销同意授权的操作路径异常繁琐复杂。若用户想撤回全部授权（即注销账号），3款App未明确注销账号所需处理时长，4款App对用户注销账户设定前置程序，如妙可蓝多、现代牧业对用户余额和资质等级有要求，天润乳业、奶总管等需用户身份核验等操作方可注销账户。但以上App并未向用户声明，如在身份核验等操作中获取用户人脸等敏感个人信息，在注销账户后是否匿名化、原有账户信息是否妥善封存。

3 乳业App隐私政策中知情同意规则适用困境及成因分析

3.1 “全进全出”模式损害用户知情权益

隐私政策设计初衷是希望信息处理者对用户信息收集和使用方式进行全面告知。用户在充分知情后理性决定是否授权。但在信息不对称的现实困境下，占据优势地位的乳品企业在隐私政策设计方面，仅提供用户全盘同意以接受服务或全盘退出放弃服务两种选择。隐私政策在条文内容设计方面存在如下问题：（1）专业术语堆砌，内容冗长繁杂。条文内容不仅充斥为数众多关涉乳品企业采用何种方式处理个人信息的专业术语，且冗长的条文内容降低了用户的阅读意愿。在多数情况下，为尽快使用相关服务用户草草翻阅隐私条款即勾选同意。（2）随意套用通用模板，隐私条款异化为免责工具。企业所宣扬为用户设计完备详尽隐私政策以保障知情权益，实则成为其规避法律风险的合规工具。探寻原因，隐私政策多以弹窗附带超链接为展现形式，繁杂冗长的隐私声明通过对话框呈现于用户眼前时，大众更倾向勾选“同意”而非仔细阅读[3]。此外，隐私政策性质界定不明，若明确其合同属性，可通过格式条款等强化信息处理者责任。但当前因属性争议无法以此规制乳业平台告知义务，用户遭遇信息泄露时，也难以通过违约责任获得救济。

3.2 滥用概括同意，忽视用户信息层次性

乳品企业多数遵循择出机制，采用概括同意方式制定用户信息采集行为准则。择出机制意指信息处理者无需事前征得用户同意采集其个人信息，用户登录平台并使用相关服务即默认同意运营商对其信息采集，享有在自身信息被侵犯时拒绝并退出权利。该机制对促进信息流通和商业发展大有裨益，但忽视用户信息保护[4]。网络服务提供者根据消费者差异化需求研发各类功能和应用不同乳业App，所收集个人信息不仅包括姓名、身份证件号码、电子邮箱等，亦含有指纹、虹膜、面部特征等呈现个人生物识别特征的敏感个人信息。立法规定运营商若收集用户敏感个人信息应对其单独告知，并以其作出真实有效同意为信息采集合法性依据。在择出机制理念指导下，乳品企业制定隐私政策并未对用户信

表 2 隐私政策同意方式

App 名称	同意方式	同意选项设置	诱导式同意情况
奶总管优然牧业	默认同意	无	无
阳光乳业	点击同意（存在诱导因素）	“同意”设置为鲜红色；“不同意”设置为暗灰色；“同意”字体放大加粗	在征求新用户同意隐私政策对话框中，显示“同意，并领取新人红包”
其余 7 款乳业 App	点击同意		无

中国乳业线上阅读

息进行区分告知，更未就指纹、面部信息收集征得用户单独同意。用户首次登录平台“一键同意”，引致后续平台在未征询其同意下对个人信息无限次重复使用，用户敏感信息泄露事件频发。

3.3 用户同意撤销权无法得到保障

调查发现，乳品企业设定繁琐复杂撤销路径、干扰用户撤销权行使。保障用户撤销授权作为平台隐私声明的一部分，本应负有积极作为义务。但数据成为当今最为活跃和极具价值的生产要素，利益驱使引致技术、人力和财力处于优势地位的网络运营商设定繁杂撤销路径和撤销授权前置条件，尽可能干扰用户作出撤销决定。更有平台在用户行使撤销权时通过弹窗等方式向用户承诺，若用户放弃撤销继续使用App，给予用户更多服务利益和积分奖励[5]。在此情景下，部分用户放弃行使撤销权转、继续保留App获取相关服务。由于网络环境下用户撤销权的行使不具有溯及既往效力，平台对前期收集用户信息如何处理是问题焦点，但多数平台并未就该问题提供清晰答复。

3.4 乳业 App 监管力度不足，统一监管机构尚未形成

据报道，移动网民App使用时长呈现稳健增长态势，截至2024年10月，人均每日App使用时长接近5.6 h，同比增长3.7%，这进一步揭示了移动用户对App依赖度提升。用户使用乳业App数量与日俱增，而不同信息处理者会结合提供服务对隐私政策进行个性化设计，致使知情同意条款呈现爆炸式增长。监管部门疲于应对海量App和隐私政策，无法短时间对平台告知义务进行合理审查和及时监督[6]。结果是信息处理者即使隐瞒侵害用户信息权益的重要条款也可逃避处罚。此外，我国法律规定国家互联网信息办公室（简称“网信办”）、工信部均有监管权，而各部门职责权限界定不清致使多头监管问题严重。互联网技术与传统产业深度交融，面对诸如“平台＋金融”混合类经营的新兴领域缺乏对应监管部门，致使新兴领域侵害个人信息权益问题频发。

4 乳业App隐私政策中知情同意规则优化路径

4.1 完善告知同意机制，类型化保护个人信息

为应对频发的用户信息侵权事件，乳品企业需完善隐私政策中的告知同意机制。应采用以择入机制为主的告知同意缺省规则，在用户首次注册时，清晰告知App可以收集的信息类型、处理方式、第三方信息共享清单等，将用户充分知悉并明确许可作为采集利用信息的前提。鉴于信息科技发展和网络场景的复杂性，缺省规则能在企业与用户地位不对等的情况下，为用户权益保护提供有效支撑，同时减少双方交易成本，让用户摆脱繁杂隐私政策的困扰，助力企业专注于提供高质量产品和服务，实现双方效益最大化。在具体实施中，乳品企业还需区分适用知情同意规则，对用户信息进行类型化保护：（1）敏感个人信息适用单独同意规则[7]。因敏感个人信息涉及用户人格、财产和健康等重要权益，在收集处理前需详细说明指纹、面部信息等的收集方式、目的和应用范围，待用户阅读确认后点击同意按钮，平台方可获得授权；若因不可抗力或维护权利人利益需交由第三方处理，必须再次征得用户同意。（2）适度放宽一般个人信息使用限制。若为平台提供服务所必需，可在合理限度内以默示同意方式收集使用一般个人信息，以此平衡用户信息保护与商业发展需求。此外，考虑到网络场景的多样性，用户信息敏感性会随场景变化，应结合具体情况适用动态同意机制，灵活应对不断发展的网络环境。

4.2 设置同意撤销机制，保障用户行使同意撤销权

专业信息处理流程复杂繁琐，大众难通过一次阅读隐私政策充分知悉对自身权益有重大利害关系的所有条款。乳品企业应在信息处理全过程贯彻知

中国乳业杂志社版权

情同意规则，保障用户行使撤销权。如将用户敏感信息转移给合作方使用时，应再次征得用户同意，若用户拒绝可行使撤销权。应明确用户撤销权不同于民法意义上合同之撤销权，为充分保障用户个人信息自决，该处撤销权不应受除斥期间限制[8]。用户对部分信息行使撤销权时，在不影响App继续使用前提下乳品企业应继续提供服务。用户注销账户后，对于留存信息平台应负有忠实保密义务。

4.3 建立政府主导与乳品行业自治结合的监督体系

面对多头监管致使无法及时对乳业App违规收集个人信息行为处罚问题，政府应牵头成立统一的行政监管机关，充分整合工信部、网信办等部门行政资源，由部门“各司其职”转变为协调配合，为用户提供便利规范的维权路径。需注意的是，仅构建政府主导的监管体系无法充分解决互联网、大数据领域新兴问题。核心是构建政府主导、行业自治结合的监管体系。现阶段，我国乳制品行业自律规则在法律制度中缺乏清晰定位，行业协会多由政府推动形成，缺乏独立性与行业自主管理性[9]。因此，建议借鉴域外立法模式，政府组建统一行政监管机关的同时，赋予乳制品行业协会更多自主权。具体而言，行业协会可履行以下职能：（1）制定行业标准。围绕乳业App隐私政策制定、个人信息收集规范等，出台符合行业特性的自律准则，为企业提供明确指引。（2）开展行业认证。对严格落实用户信息保护的企业授予认证标识，增强企业公信力，同时推动行业整体合规水平提升。（3）发布行业报告。定期梳理乳业App隐私保护现状、典型案例及风险预警，为政府决策和企业整改提供参考[10]。

5 结语

科技发展催生制度变革，源于前信息时代的知情同意规则应用于乳业App隐私政策存在较多问题。作为个人信息保护领域核心规则，知情同意发挥无可替代的重要作用，因应时代变迁作出改良、更好服务于我国经济社会发展，是知情同意规则向前迈进的实践进路。

参考文献

[1] 李锦华.我国实践中个人信息可携权的优化进路——基于66款App隐私政策实证分析[J].人权，2024（3）：124–145.

[2] 田野.消费性基因检测场景下的个人基因信息保护[J].财经法学，2023（6）：18–32.

[3] 罗寰昕.隐私政策的过去、现在和未来：从合同、基准到信任背书[J].南大法学，2023（5）：103–120.

[4] 刘颖，王佳伟.平台经济中个人信息“告知—同意”的性质认定与规范解释[J].同济大学学报（社会科学版），2023，34（3）：111–124.

[5] 林洹民.论个人信息主体同意的私法性质与规范适用——兼论《民法典》上同意的非统一性[J].比较法研究，2023，（3）：142–154.

[6] 褚婧一.“用户－平台”关系中知情同意规则修正的路径选择[J].苏州大学学报（法学版），2023，10（2）：61–74.

[7] 王俐智.隐私政策“知情同意困境”的反思与出路[J].法制与社会发展，2023，29（2）：210–224.

[8] 王磊.平台视角下的个人信息保护责任边界研究[J].法律适用，2023（2）：25–35.

[9] 丁晓东.隐私政策的多维解读：告知同意性质的反思与制度重构[J].现代法学，2023，45（1）：34–48.

[10] 刘静,范景明.本土企业的顾客认知管理与品牌构建——基于飞鹤乳业的纵向案例研究[J].经济管理,2022,44(05):142–156.

Application Dilemma and Optimization Path of Informed Consent Rule in Dairy Industry App Privacy Policies

SONG Chenqi
Law School of Qinghai Minzu University，Xining Qinghai 810007

中国乳业线上阅读

Abstract：As an important part of traditional retailing，the dairy industry has developed dairy industry apps to facilitate the public's life and consumption in response to the trend of the times. However，while providing services to users，it is not uncommon to see frequent requests for permissions and tracking and positioning of the application software. Against this background，this paper empirically analyzed the current status of the application of the informed consent rule in the privacy policy of dairy industry apps，and proposed a solution from a multi-dimensional perspective to strike a balance between protecting consumers' personal information rights and interests and promoting the economic development of the dairy industry.

Keywords：dairy industry app privacy policy；informed consent rule；personal information protection

▲上接127页

2021 National Food Safety Standard for Infant Formula Food.Finally，the scientific design range of DHA and ARA was calculated according to the determined target values，combined with detection deviation and shelf life decay rate.[Result]Compared with the AI of DHA and ARA，the label value of DHA and ARA in most products sold in the domestic market was low.The design values of DHA and ARA range from 5.3 to 7.5 mg/100 kJ and 8.0 to 10.4 mg/100 kJ.[Conclusion]The theoretical value was controlled within the design value range，which can meet the needs of 0～6 months old infants.

Keywords：infant formula；formulation design；docosahexaenoic acid（DHA）；arachidonic acid（ARA）；label value

中国乳业线上阅读