你的脸可能正在“出卖”你

■当下不少新零售实体店使用人脸识别精准营销
■顾客隐私泄露成关注焦点

对于线上的人脸识别解锁、人脸识别身份认证、无人商店的“刷脸”支付，大多数人都不陌生。而随着实体店客流减少、地域限制明显等问题日渐凸显，运用人脸识别技术提升线下顾客体验和门店转化率成了一些零售商的选择。

据国内某AI开放平台的案例介绍，杭州银泰in77商场使用了含有AI人脸识别及人体分析等技术的零售云智慧商业解决方案：

在商圈内各个人流密集区域部署摄像头抓拍人脸，然后通过云端进行人脸识别，进而识别会员信息；再基于设备识别的会员数据及第三方系统数据，从多维度分析商圈、门店与顾客画像，辅助导购快速掌控顾客偏好并做出有针对性的匹配推荐。

值得注意的是，上述介绍中提到“进场即会员”，即摄像头会采集所有顾客的照片并为其自动注册AI会员。后端的运营平台上会存储顾客的人脸图像，为其打上诸如“潮牌爱好者”“新妈妈”的标签，还能统计其年龄、到店次数、购买商品等信息。

与杭州银泰in77商场类似，该AI开放平台还提到了崔家菜川味小馆的案例。崔家菜川味小馆也采用了类似的AI技术，可以在顾客无感知的状态下，在收银台布设摄像头收集人脸信息并进行数据绑定，其中人脸捕捉和识别率超过70%。

趁着周末天气不错，你走进一家熙熙攘攘的商场，恰好逛到一家喜欢的品牌门店。看到你进门，店员马上从后台系统中得知你是这家店的会员，姓甚名谁，以前买过哪些款式的衣服，也许还能看到你被系统打上了“品质型”的标签，然后据此推荐你可能喜欢的商品。这并不是因为店员记住了你，而是门口的人脸识别摄像头起了作用。在你进店的那一刻，摄像头已经自动完成了对你的人脸分析，并与后台你留下的历史信息匹配上。

不要以为这个场景离你还很遥远。事实上，这种通过大数据、人工智能等技术手段，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，把线上线下及物流深度融合的新零售模式，已经被运用在了不少商场、超市和便利店里——如同把线上的精准推送搬到了线下。

令人不安的是，大多数情况下，作为顾客的我们似乎无法拒绝人脸信息被收集，更无从得知摄像头另一端的商家会把这些信息拿去做什么。还很“年轻”的人脸识别技术应用，是否已经发展到了立法规管刻不容缓的阶段?

什么是人脸识别技术

人脸识别技术，可以理解为通过摄像头采集含有人脸的图像或视频流后，自动识别并提取人脸特征，比如眼距、嘴角、眉毛高度等，进而将其与已知的人脸进行实时比对，从而识别身份。

资料图片

?四问卖场人脸识别

1 仅在店内贴上“内有监控”字样就够了吗

据了解，除了BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）以外，国内四大人脸识别企业中的商汤科技和旷视科技都在商业和零售领域提供智能方案支持，厦门的瑞为、深圳的爱莫科技等一批基于计算机视觉技术的初创企业也初露锋芒。

资料显示，厦门瑞为信息技术有限公司的产品已经在汽车4S店、珠宝店、连锁便利店等一万多家门店应用。其中负责追踪顾客行为、用于分析商品关注度的一款智能摄像头“晓客”外观轻巧，不仔细辨别几乎看不出是个摄像头。

当记者以客户身份向瑞为公司咨询时，瑞为负责人表示，为了让顾客感受不到智能摄像头在拍摄自己，他们会尽量把“晓客”设计得小巧一些，有些隐藏在货架后面，有些则直接集成到货架上。在其官网上，“晓客”的参数介绍也提到其“不可见，隐藏性好”的特点。

据了解，瑞为的产品将算法前置——即先在前端进行视频处理，筛选出高质量的人脸图片，再上传至云端进行识别。旷视科技也在介绍教育行业的解决方案时提到，它的优势就在于“隐私性强”，可以在不存储用户照片的前提下，实现智能门禁、学生表情分析、校园安全监控等场景。

被问及收集人脸信息之前是否需要告知顾客时，上述负责人表示，目前的行业惯例是在店内贴上“内有监控”的标识。“采集数据的话必须得有设备，这个应该来说是现在最好也是唯一的方式。”他说，“如果你有肖像权的担忧的话，所有的监控全得拆。现在哪家店没监控?”

2 收集前不告知顾客是否侵犯隐私

记者梳理发现，最早做人脸识别应用的企业几乎都是从安防起家，近几年才渗透到医疗、教育、零售等传统领域。当使用这项技术的目的不再是单纯的安全保障，“侵犯隐私”的质疑声音逐渐多了起来。

《南方都市报》曾报道，杭州第十一中学启用了全国首个智慧课堂行为管理系统，可以通过三个摄像头捕捉学生在课堂上的面部表情以及阅读、听讲、举手和趴桌子等动作，据此计算学生的专注度，旨在提升教学效果。

尽管校方声称该系统采集的数据是代码而非面部影像，且数据仅存储在本地服务器，学校的做法依然引发了网络热议。收集人脸信息是否应事先征得学生同意、使用目的是否仅限于课堂管理、学校是否有能力妥善保管这些信息等，都是公众格外关注的问题。

事实证明，这些担心并非杞人忧天。今年2月，深圳一家人脸识别技术公司——深网视界被发现数据库存在安全漏洞，250多万人的个人信息及轨迹信息有泄露风险。

3 注明“内有监控”算不算充分告知

《中华人民共和国网络安全法》第四十一条规定，网络运营者收集、使用个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。

西南政法大学人工智能法教研室主任、副教授冯子轩告诉记者，在人脸识别场景中，基础数据是顾客的生物特征，也就是人脸信息，肯定涉及肖像权。“民法明确规定：未经本人同意不得以营利为目的使用公民的肖像。”她认为，企业利用算法得到的数据权益是肖像权的派生权利，同时企业可能以此营利，所以事先征得顾客同意非常重要。

360集团副总裁、人工智能研究院院长颜水成曾在新加坡国立大学领导机器学习与计算机视觉实验室，有多年人脸识别相关的研究经验。他认为，只要装了监控摄像头，就一定要有标识，至少应按照行业惯例，在入口处贴上明显的“内有监控”标识，不过最终还是需要通过立法解决。

也有观点认为，仅仅告知还不够。“智能摄像头和传统的监控完全不同，后者只能记录场景，而前者可以分析年龄、性别，还能产生利益，但顾客的认知很可能还没有转换过来。”因此，冯子轩认为仅是告知“内有监控”不能尽到充分告知顾客的义务，还需写明采集内容、存储形式和潜在风险。

4 是放任“生长”还是加快立法

目前，中国的人脸识别技术已经跻身世界前列。2018年，在由美国国家标准与技术研究院（NIST）举办、有“工业界黄金标准”之称的全球人脸识别算法测试中，依图科技、商汤科技等中国知名人工智能团队包揽了排名前五的算法。

据了解，在人脸识别技术商用领域，中国还未出台专门性的法律法规。究其原因，颜水成指出，现在人脸识别商用的案例还不算多，所以市场还不规范。冯子轩则表示，对于企业可能不经顾客同意采集人脸信息的行为，政府应该警惕。

对于如何解决人脸信息相关数据权属的问题，冯子轩建议，应加快个人信息保护法的出台，在数据确权上做出引导。还可以搭建一个公益的人脸信息平台，供企业做人脸识别技术训练使用，从而抑制企业逐利；如果暂时无法搭建平台，至少要建立相应的标准和救济机制，把控人脸信息采集和使用的流程。

在颜水成看来，当人脸识别技术应用的商业模式越来越成熟，最后将演变成商家和顾客的双向选择：顾客可以携带一种感应设备，只要进入智能摄像头的监控范围，就会自动被告知；如果顾客不愿意被采集人脸信息，也可以通过该设备拒绝。　**据《南方都市报》**