

互联网司法开启司法新模式

经济日报·中国经济网记者 李万祥

司法改革在行动

信息技术对司法带来的机遇和挑战,可以说前所未见。大数据、云计算、人工智能、区块链、5G等信息技术既是新工具、新思维和新方法,也催生出许多具有新特点、体现新趋势的纠纷类型。日前,最高人民法院发布《中国法院的互联网司法》白皮书。这是中国法院发布的首部互联网司法白皮书,也是世界范围内首部介绍互联网时代司法创新发展的白皮书。

互联网司法制度总体框架初步搭建

当事人不按时参加在线庭审,根据规则如何处理?庭审中擅自退出,对当事人会产生何种法律后果?电子送达适用范围、条件和效力等,都是互联网司法需要解决的问题。近年来,“互联网+司法”成为高频词。它是通过探索互联网时代司法新模式,推动信息技术与司法工作全方位深度融合,促进审判体系和审判能力现代化。

2017年8月18日,我国设立了全球首家互联网法院——杭州互联网法院;2018年9月,又先后增设北京、广州互联网法院。设立互联网法院是互联网司法发展历程中具有里程碑意义的事件,开辟了互联网时代司法发展的全新路径,标志着我国互联网司法探索实践正式制度化、系统化。

据统计,截至2019年10月31日,杭州、北京、广州互联网法院共受理互联网案件118764件,审结88401件,在线立案申请率为96.8%,全流程在线审结80819件,在线庭审平均用时45分钟,案件平均审理周期约38天,比传统审理模式分别节约时间约五分之三和二分之一,一审服判息诉率达98%。

全业务网上办理、全流程依法公开、全方位智能服务,这些技术应用和诉讼平台的健全完善,被统称为智慧法院建设。智慧法院与互联网司法有啥区别?最高法院副院长李少平介绍,随着智慧法院建设加速推进,传统的审判流程从线下转移到线上,数据信息从纸面转移到“云”上或“链”上,对应的立案、调解、送达、庭审、举证、质证等诉讼环节都发生了深刻变化,需要建立相应在线诉讼规则。

“互联网司法侧重机制创新、规则确立,智慧法院建设注重技术运用、平台搭建,二者相辅相成,都是互联网治理体系的重要组成部分。”李少平说,人民法院依法审理涉及互联网的新类型案件,通过典型个案裁判确立了一系列治理规则。上述模式和规则的有机统一就是互联网司法。

据介绍,近年来,人民法院针对互联网司法的机构设置、审理机制、技术标准、诉讼规则等,陆续制定出台了一系列制度规范。目前,互联网司法制度的总体框架已初步搭建完成。

司法裁判确定网络空间行为规范

在淘宝(中国)软件有限公司诉安徽美景信息科技有限公司涉大数据权属案中,淘宝公司开发并投入市场运营的“生意参谋”平台,是一款对网络用户浏览、搜索、交易等行为痕迹信息进行大数据分析的产品。美景公司通过不正当手段收集、售卖该数据产品,从中牟利。

互联网司法专业化审判机构建设

截至2019年10月31日

杭州、北京、广州互联网法院

● 共受理互联网案件

118764件

● 审结

88401件

● 在线立案申请率为

96.8%

● 全流程在线审结 80819件

● 在线庭审平均用时 45分钟

● 案件平均审理周期约 38天



中国法院司法公开的广度、深度、维度不断拓展

截至2019年10月31日

中国审判流程信息公开网公开案件

超过2200万件

公开案件信息

超过11亿条

电子送达诉讼文书

超过5万件

中国庭审公开网直播庭审

550万件

点击率

超过200亿次

中国裁判文书网公开各类裁判文书

8030万份

网站访问量

突破370亿次

访客覆盖

210多个国家和地区

建成全世界最大的司法公开
数据信息资源库

杭州互联网法院经审理认为,该数据产品是淘宝公司在巨量原始数据基础上,通过提炼整合后形成的衍生数据产品,淘宝公司对此应享有财产权益;被告未经授权也未付出新的劳动创造,直接将该数据产品作为自己获取商业利益的工具,构成不正当竞争,故判令被告停止侵权并赔偿经济损失共计200万元。

“本案系我国首例大数据权属案。我院通过该案首次明确了自然人信息、原始数据、大数据的权利属性与权利边界,同时赋予数据产品主体‘竞争性财产权益’,确认其可以此作为权利基础获得反不正当竞争法的保护,为大数据产业者营造了有保障可预期的法治营商环境,也为完善相关立法提供了可借鉴的司法例证。”杭州互联网法院院长杜前说。

北京互联网法院审理的全国首例“暗刷流量案”,有力打击了网络黑色产业链,保护了公平竞争的网络营商环境;广州互联网法院审理的“网络游戏著作权案”,回应了计算机软件生成内容是否具有著作权及如何保护等问题……互联网法院利用管辖集中化、案件类型化、审理专业化的优势,审理了一批具有广泛社会影响和规则示范意义的案件。

北京互联网法院院长张雯认为,保护真正创新者的利益,维护真正好产品的市场生长环境,还公众一个诚信、公正、清朗的网络空间,是网络治理法治化的一个方向,更是互联网法院的使命。

人民法院通过典型个案裁判,逐步确定网络空间行为规范、权利边界和责任体系,推进网络空间治理法治化,这些规则也为进一步完善相关立法提供了重要素材和参考。

天津、上海、湖北、江苏、四川、福建、贵州等地法院,结合辖区内互联网纠纷和互联网产业特点,组建互联网审判庭、

合议庭或审判团队,科学设置组织机构、集中优质审判资源、合理确定受案范围,不断丰富了互联网司法实践的样本。

诉讼“新规则”让司法更便民

今年7月10日,广州互联网法院成功调判新加坡歌手林俊杰诉广州某音乐餐厅网络侵权责任纠纷案。

“该案的处理,依托了我院搭建的粤港澳首个在线多元化解平台,在全国首次实现粤港澳三地在线跨域解纷,让法官及香港调解员跨地域、跨法域、跨语言联动解纷。”广州互联网法院院长张春和介绍,本案香港调解员参考了广州互联网法院之前示范性诉讼确立的裁判规则,引导双方就公开赔礼道歉问题协商一致。随后法官通过庭审对无法达成调解意向的赔偿数额进行当庭宣判,全程用时不到3小时。调判后,双方当事人均表示满意,实现案结事了。

技术应用推动诉讼模式深层变革。互联网法院依托电子诉讼平台,有效实现起诉、调解、立案、举证、质证、庭审、宣判、送达、执行等诉讼环节全流程在线完成,大多数案件当事人足不出户即可完成诉讼,实现诉讼流程从“线下”到“线上”的转变。

互联网司法的深入发展是推动诉讼制度从工业化时代向信息化时代转型的强大动力。2018年9月,最高法院制定印发《关于互联网法院审理案件的若干规定》,有效明确了身份认证、在线立案、电子证据、在线庭审、电子送达、电子卷宗等在线诉讼规则。

值得注意的是,在区块链领域,最高法院已建设“人民法院司法区块链统一平台”,完成超过1.94亿条数据上链存证固证,利用区块链技术分布式存储、防篡改的特点,有效保障证据的真实性,极大

减轻了法官认定证据的难度。

据了解,北京互联网法院联合国家工业信息安全发展研究中心、百度、信任科技3家建设单位形成共建联盟,建设“天平链”电子证据平台。目前“天平链”已完成跨链接入区块链节点19个,完成9类25个应用节点数据对接。

互联网法院“网上案件网上审理”的审判模式,要求案件真正在网上“跑起来”,当事人需要将起诉状、证据材料等全部诉讼材料上传至电子诉讼平台。张雯认为,借助联盟链可管可控的特点与跨链互信、隐私保护、高安全性的技术优势,秉持强中心、多点维护的建设理念,以区块链技术赋能司法审判。

2019年3月,最高法院在12个省(区、市)开展“移动微法院”试点,依托微信小程序打造电子诉讼平台,将部分诉讼环节迁移到手机移动端办理,实现线上线下有机融合、无缝衔接,让当事人和法官充分感受指尖诉讼、掌上办案的便利。截至2019年10月31日,移动微法院实名注册用户达116万人,注册律师7.32万人,在线开展诉讼活动314万件。

“目前传统法院和传统诉讼模式仍是解决纠纷的主要渠道,对于不会使用、也不想使用互联网打官司的老百姓,完全可以按照传统模式,进行全流程线下诉讼。同时,我们还通过打造线上线下并行的混合诉讼模式,为当事人提供线上线下可转换方式诉讼的便利。”最高法院司改办主任胡仕浩说。

胡仕浩表示,最高法院将积极研究在线诉讼新模式对诉讼理念、诉讼原则、诉讼规则带来的深刻影响,推动从制度层面构建完善适应互联网时代要求的在线诉讼规则体系。条件成熟时,推动立法机关制定专门的“电子诉讼法”,实现诉讼制度的创新与飞跃。

牢牢守好南大门

——广东“国门利剑2019”联合专项行动纪实

本报记者 张建军 通讯员 王 浩

今年以来,广东省打击走私战线持续保持高压态势,通过打团伙、破大案、摧网络,开展打击走私“国门利剑2019”联合专项行动。1月至9月,广东共查处各类走私案件16220余宗,涉案金额510余亿元,破获了一批走私贩私大案,有力遏制了走私违法犯罪势头。

9月11日,是刘某、沈某经营3年走私业务的黑色一天。深圳海关缉私局联合上海海关缉私局,在深圳、上海两地公安机关协助下,两地同步开展“使命2019—18”打击奢侈品走私专项行动。缉私部门捣毁了这个通过旅检渠道“水客”行李夹藏、国际快件渠道伪报品名走私奢侈品犯罪团伙。抓获犯罪嫌疑人9名,累计案值3.2亿元,涉税620千克,冻结涉案账户、资金200余万元,查扣财务账册、电子数据等证据资料一批。该案查证涉嫌走私燕窝约20.4吨,案值约2.4亿元。

2016年至今,以刘某、沈某为首的

上海优某公司通过微信等形式接受国内货主订单后,组织人员到意大利、美国等境外购买名牌服饰、箱包等奢侈品并存放在该公司的香港仓库,再以伪报品名、低报价格等方式通过快递直接发送给内地客户,或雇请“水客”团伙以行李夹藏方式从西九龙站、罗湖口岸走私入境,后以快递发送给内地客户。

该走私燕窝系列案源于年初汕头海关缉私局对关区内经营燕窝企业调查时发现,销售的燕窝没有溯源码,存在重大走私嫌疑。经查证,2017年4月以来,以邵某、黄某等为首的国内货主团伙在印尼、马来西亚等国大量订购燕窝后,委托王某、金某等揽货,通关团伙从越南走私至广西凭祥、南宁等地再发快递,货主收货后在国内销售牟利。

鸡爪、鸡软骨、鸡翅、猪耳、猪肚、猪手、猪鼻……9月26日,1000余吨远渡重洋的走私冻品,被广东海警堵在南沙海域,保障了人民群众舌尖上的安全。

当日12时许,广州海警局根据线索,派出执法艇在广州南沙附近巡查,通过搜寻,最终在该海域发现并查获一艘涉嫌走私货船。

经依法登临检查,发现该船船员已弃船逃离,船舱装有货柜36个,柜内装有涉嫌走私的鸡爪、鸡软骨、鸡翅、猪耳、猪肚、猪手、猪鼻等冻品,冻品外包装均有明显的外文标识,执法人员依法将涉案船舶及货物进行扣押。

据调查,该批涉嫌走私冻品来自多个国家,还有部分无任何标签标注。如果该批冻品未经检验检疫流入市场,将对群众健康造成威胁。

今年以来,广东省相继组织开展了“蓝天2019”“海啸2019”,打击冻品走私、打击濒危物种及其制品走私等专项行动,对各类走私犯罪活动实施精准打击。

法治论坛

边看直播边“剁手”,已成为很多年轻人的网购新方式。“所有人,买它!”一时成为2019年电商营销新标配,网红带货直播平台则成为主播宠粉专属。然而,网红带货并非法外之地,也要坚守底线红线。

有关数据显示,2018年淘宝直播平台带货已超千亿元,同比增速近400%,创造了一个全新的千亿级增量市场。今年“双11”期间,超过10万商家开通直播。“明星+主播”双重流量效应加大了电商直播的吸金力度。

“带货江湖”并非风平浪静。直播带货“翻车”事件频发,直播成交额屡曝单造假,低价商品卖完就下架毫无售后服务,有的还因生产、销售假药触犯刑法。

在网红带货商业活动中,带货主播既有广告代言人身份,又有生产者、销售者的身份。不同的角色,在法律上所要履行的义务和承担的法律责任是不同的。例如,有关广告代言人的法律规定主要集中在广告法中;自产自销型和囤货自销型的带货主播一旦带货翻车,就要承担更多的民事赔偿责任、市场监管部门给予的行政处罚,更有甚者要承担刑事责任。例如,欺诈消费者的“三倍赔偿责任”,违反食品安全标准的“十倍赔偿责任”。

对于网红直播行为的规范早已引起相关部门关注。2019年6月,市场监管总局联合发改委、公安部等7部委展开2019网络市场监管专项行动(网剑行动),重点打击网络虚假宣传、互联网售假侵权、电商平台“二选一”行为。11月,国家广播电视台发布通知,要求“双11”期间加强规范网络视听电子商务直播节目和广告节目服务内容,网络视听节目要文明、规范,不得夸大其词,不得欺诈和误导消费者。

公众如何维护直播间里的消费者权益?分析可知,网红带货的火爆依靠的是低价商品和主播魅力,而作为理性消费者关心的应当是商品价格与商品质量,问题主要集中在价格欺诈和举证能力。现实中,消费者在电商直播间购物遭遇产品损坏时,往往由于无法证明产品损坏时间而面临退货难。

对此,消费者可以采取事先预防、购买中谨慎选择、遭遇损害后积极维权的方式,观看直播购物时,应及时固定相关证据,比如可截屏、录屏保留带货主播的承诺,包括商品质量、商品价格折扣等;贵重物品最好在快递员见证下当面拆封查验,拆封过程可以视频的方式保留;与商家和带货主播未协商一致的,根据消费者自身具体情况,选择适当的法律法规,向市场监管行政部门投诉举报,必要时到法院起诉。

对于网红带货这种大众喜闻乐见的商业广告活动,一方面,社会应为其创造良好的营商环境,鼓励其健康发展;另一方面,消费者应当擦亮眼睛理性消费,合理利用购物渠道,积极维护自身合法权益。网红主播也要主动学法懂法守法,防范法律风险,建立起信任才能更持久地“带货”。

《个人信息安全年度报告(2019)》显示:

APP专项治理成效明显

本报记者 袁 勇

12月5日,南都个人信息保护研究中心发布《个人信息安全年度报告(2019)》。该报告显示,自全国范围内组织开展APP违法违规收集使用个人信息专项治理以来,APP注销难、强制索权等问题得到明显改善。

2019年伊始,中央网信办、工信部、市场监管总局4部门联合发布《关于开展APP违法违规收集使用个人信息专项治理的公告》,决定自2019年1月至12月,在全国范围内组织开展APP违法违规收集使用个人信息专项治理。

南都个人信息保护研究中心就此次专项治理前后的常用APP个人信息收集使用情况与公众感知进行了测评与问卷调查,形成《个人信息安全年度报告(2019)》。

《报告》显示,95%受访者曾遭遇个人信息泄露,超过一半受访者在注册APP后收到骚扰或推销电话。随着公众个人信息保护意识的增强,近八成受访者会主动做相关隐私设置。超过半数受访者认为,可以接受基于浏览记录的广告推送,约三成受访者则愿意为隐私保护付费。

在测评环节,南都个人信息保护研究中心选择了购物导购、移动金融、教育文化、旅游交通、生活服务、社交交友、体育健身、新闻资讯、医疗健康、休闲娱乐10个行业共100款APP,从APP的隐私政策、权限获取和注销难易度3个方面进行测评。

结果显示,83%的受测APP隐私政策透明度在60分以上,53款APP透明度较高,100款APP隐私政策平均分为73.93分。但是,17款APP透明度不及格,其中5款没有隐私政策。

《APP违法违规收集使用个人信息自评估指南》要求,隐私政策中应当将收集个人信息的业务功能逐项列举,不应使用“等”“例如”字样。测评结果显示,九成左右的APP基本达到了上述要求,有的还使用了表格将场景、个人信息和权限一一对应,便于用户理解。

报告还显示,经过近一年的APP专项治理工作,过半受访者认为APP违法违规收集使用个人信息情况有所好转,超过76%的受访者认为APP账号注销、强制索取通讯录权限等有所改善。

针对公众关注度较高的移动金融类APP,南都个人信息保护研究中心选取100款下载量较高的APP,从是否超范围获取权限、是否详细告知申请目的以及对应的个人信息、用户拒绝某权限后是否频繁申请等方面展开测评。《报告》显示,超七成APP得分不及格,84款APP涉嫌超范围收集信息。其中,设备识别码是申请获取次数最多的内容,59款APP频繁调用设备识别码,个别APP调用频次超过每分钟6000次。在互联网广告领域,设备唯一识别码是用来追踪用户的最重要标识,精准广告和个性化推荐都要依托它实现。

「带货」需守规
网红要懂法

于中谷