

“看门神器”可能侵犯隐私权

据新华社电“红外夜视高清广角”“门外世界清晰呈现”……近年来，一种被称为“看门神器”的智能可视门铃在市场上热销。与传统门铃相比，这种门铃配备广角镜头和24小时自动摄录功能，甚至可以人脸识别，受到不少消费者青睐。

本是求安全的可视门铃，却引来一些邻居对自身安全的担忧。在自家安装的可视门铃会对其人生活安宁带来什么影响？下面的案例或许能给你一些思考。

一个门铃引发邻里纠纷

2020年初，家住上海青浦区的邵某出于安全考虑，在自家户门上安装了某品牌的可视门铃。记者从该可视门铃的广告上看到，“超清摄像”“远程监控”“AI人脸识别”等功能被作为核心卖点突出展示。

然而，邵某此举引发了同一小区相邻楼栋的住户杨某等人的强烈不满。杨某表示，双方所在楼栋南北相对，楼间距较小，邵某安装的可视门铃将自己家庭生活、个人隐私完全暴露在“监控”之下。

2020年4月，杨某等人多次找到邵某协商拆除门铃，居委会、物业、社区民警也曾上门居间调停，但遭到邵某拒绝。随后，杨某等邻居以侵犯隐私权、安宁生活为由，对邵某提起民事诉讼。

对此，邵某辩称，自己安装可视门铃是为了保障居家安全，不存在以刺探、侵扰等方式损害原告隐私权的过错行为；此外，虽然原告房屋的南面与自家户门正对，不可避免成为门铃录制的部分，但受门铃的硬件限制，视频成像十分模糊，无法辨认室内陈设、人员活动和外貌特征等情况，未达到侵犯杨某隐私权的标准。

法院判决被告拆除门铃

为了查明情况，2020年10月中旬的一个晚上，彭丽颖专程来到该小区进行实地勘查。彭丽颖要求原告将卧室、客厅及阳台的灯光打开，窗帘拉开，被告通过手机操作门铃录制视频。“从录制的视频中，可以看到原告在阳台处拉动窗户，家中人员抱着小孩走动等室内动向，面目较为模糊。但原告楼下住户因位置更低、灯光较原告家中更暗，室内陈设及人员活动更为清晰。”她说。

彭丽颖还发现，在被告房屋的门栋入口处、入户电梯处以及大门外的消防通道内，物业已经安装有监控摄像头。“该小区已经为保障业主安全采取了一定的措施，而通过现场勘查的情况，亦有能兼顾原告隐私的改良方案，被告在入户门上安装涉案门铃并非必要。”

2020年12月，本案第二次公开开庭进行了审理。法院经审理认为，邵某安装可视门铃的目的在于保障家庭安全，具有相应合理性；然而可视门铃能通过人脸识别、后台操控双模模式启动拍摄，并可长期录制视频并存储，加之原、被告长期近距离相处，都为辨认影像提供了可能。虽然该被告主观上无窥视原告方活动的想法，但综合考虑门铃的性能、安装位置，该门铃对原告的个人隐私确实构成现实威胁。法院判决邵某拆除安装于户门处的可视门铃。



新华社发

隐私权究竟包括哪些内容？

我国民法典对此明确：隐私是自然人的私人生活安宁和不愿为他人知晓的私密空间、私密活动、私密信息。同时规定：自然人享有隐私权。任何组织或者个人不得以刺探、侵扰、泄露、公开等方式侵害他人的隐私权。

但随着信息技术发展，公共空间与私人空间的界限逐渐模糊。以可视门铃的纠纷为例，楼道、电梯口等区域，是否属于隐私权的保护范围？

一些法律界人士认为，对居民出入公共通道、进出电梯

的活动进行视频监控，会对居民的心理自由感造成一定的束缚。此外，如果门铃采集的图像泄露，采集人还要承担法律责任。

“居民基于自身安全保障的需要，安装具有摄录、存储等功能的可视门铃，本身无可厚非，但自由不能建立在侵害他人合法权益的基础之上。”彭丽颖表示，民事主体在维护自身合法权益时，也负有不妨害他人合法权益的义务，要在维护居住安全和尊重他人隐私权之间做好平衡。



实力+运气+心态好 男子擒足彩头奖216万



生活报讯（许褚）5月23日，王先生来到甘肃省体彩中心，领走了属于他的216万元大奖。足球胜负彩第22061期全国开出9注一等奖，单注奖金216万元，其中一注落户甘肃兰州。

据王先生介绍，自己有着多年的购彩经历。多年来，每期都会投注，并有自己独特的投注技巧。虽然之前也经常中奖，但面对这样的大奖还是非常激动。王先生说：“足球胜负彩中奖主要靠实力+运气，最重要的是心态要好，一定要量力而行。”他表示，今后会一如既往地支持体育彩票事业，为社会公益事业贡献自己的力量。

网络成非法售烟新渠道 需加强监管堵漏洞

据新华社电（记者吕梦琦 陈志豪 申峰）5月31日是世界无烟日。数据显示，我国吸烟人数超3亿，每年因吸烟死亡人数超100万。记者调查发现，一些网络平台主播以各种暗号为掩饰，直播销售各种款式的手卷烟，生意十分火爆。未经许可在网上卖烟，不但违反了相关法律，也不利于未成年人保护。

业内人士建议，对网络违法售烟行为加强监管，相关平台要及时清理这类账号。

烟丝叫“猫粮” 暗号有“猫腻”

记者调查发现，在一些网络平台上，一些网络主播以各种暗号为掩饰，直播卖手卷烟。这些直播间里往往只摆放着一些标着数字、颜色不同的色卡，从外观上根本看不出在做什么。大多数主播只闻其声不见其人，通过观看“弹幕”与粉丝对话。

记者点进一个直播间，屏幕上不断出现“6.5”“8.0”“丝”“粉笔管”等字样。记者询问主播“什么是6.5”，很快便得到“6.5就是细支”的回答。记者随后点击屏幕下方的小黄车，看到里面有大量“碎纸机”“粉笔管”“钢丝球”，主页内还有多条介绍卷烟和卷烟机使用方法的视频。

不断询问后，记者确定这是销售手卷烟的直播。“碎纸机”是指手动卷烟机，“钢丝球”是指烟丝，“粉笔管”是指过滤嘴香烟。

记者在某平台上输入上述关键词，发现有大量卖烟直播，一般使用暗号交流。有的平台甚至输入“烟丝”“烟管”这类敏感词，也能搜到卖烟直播和相关视频。

“喜欢醇厚‘猫粮’”的老铁可以直接选择19号链接下单！”记者在某平台上搜索“烟丝”后进入某直播间。点击小黄车，里面显示的是“发孝猫粮（芙蓉味-中小）”“发孝猫粮（溪味-孝）”等产品，品种多达23种。短短几分钟，就有50名顾客进入这个直播间询价。有的顾客留言说：“这次抽顺了，以后就买你家的了。”

“马甲”不止一个 “硬货”瞬间秒杀

记者调查发现，这些主播很少直接说含有“烟”的关键词，也不提香烟品牌，交易暗号更是花样百出。

仅记者观看的网络直播间里，就有多种称呼：卷烟机叫“碎纸机”“订书机”“转笔刀”“切菜器”等，过滤嘴香烟叫“铅笔”“粉笔”“粉笔管”“空心管”等，烟丝叫“猫粮”“鱼饵”“饵料”“钢丝球”“清洁球”等，以此掩盖真相。

为迎合用户喜好，很多过滤嘴香烟被标上各种知名香烟品牌字样，几乎涵盖所有畅销的高端香烟品牌，价位、规格各不相同。

有的主播比较谨慎，面对记者有没有某个品牌香烟的询问，直接叮嘱“不要说烟名”，而是用“黄龙”“绿花”“黑管”等代替，并拿出相应的色卡向记者“能看懂吗”。

与此对应，烟丝也分为小劲、中劲和大劲。对于烟丝的品质，不少主播说，都是云南产的原丝，不添加香料，口感绝对醇正。不同烟丝价格每斤几十元到几百元不等，1200支“6.5香烟管”售价为80元左右，手动卷烟机价格一般在150元左右，可以单买，也可以买套餐。

有的直播间小黄车里虽然显示只有“碎纸机”“粉笔管”，但当记者询问有无烟丝和如何购买时，有的主播说：“有！想要可以加微信私聊。”

记者发现，很多主播一次直播时间往往长达几个小时，粉丝量从千余人到上万人不等。直播间里烟丝和烟具销售也很火，有些直播还没结束，一些款式的香烟管和烟丝就被抢购一空。

记者联系某短视频平台客服人员，询问是否可以发布香烟视频。这名客服人员回复“违反社区规定”，但并未说明会如何处理。

除了直播卖烟外，在一些社交平台App上输入“烟”“香烟”“烟管”，都能搜到大量推销香烟、香烟礼盒或其他与香烟有关的短视频。有的针对某款香烟口感进行测评，有的则直接推荐适合男生或女生抽的十款香烟。有的视频发布者还会在留言区置顶联系方式，方便消费者联系购买。当发现求购香烟的留言时，有的账号会回复“有货”。

此外，网络社交平台上还存在大量鉴别真假香烟的视频，看似是在科普，实际上是变相为一些香烟品牌做广告。许多市民表示，这种做法应该禁止，尤其是烟草公司和工作人员更不应该在网上发布这类视频。

直播卖烟危害多 线上线下一起打

中国控制吸烟协会公益法律专业委员会副主任委员李恩泽表示，从法律层面看，未经许可通过网络直播或短视频线上销售香烟是违法行为。

我国烟草专卖法规定，卷烟、雪茄烟、烟丝、复烤烟叶、烟叶、卷烟纸、滤嘴棒、烟用丝束、烟草专用机械都属于烟草专卖品。《烟草专卖许可证管理办法》第四十条规定，除了取得烟草专卖生产企业许可证或者烟草专卖批发企业许可证的企业依法销售烟草专卖品外，任何公民、法人或者其他组织不得通过信息网络销售烟草专卖品。

此外，网络卖烟也会诱导青少年吸烟，不利于未成年人保护。现在，许多青少年都有平板电脑或手机，很容易接触到卖烟直播和香烟短视频。一旦收看这类视频，相关平台就会不断推送相关内容，很容易强化青少年对香烟的印象。一些销售香烟的实体店还经常借情人节、中秋节等节日，在网络社交平台上发布各种香烟礼盒视频，看起来既浪漫又精美，很容易吸引青少年购买。

“虽然我国法律明确禁止向未成年人售烟，但社交媒体用户很难确定顾客是不是成年人。”李恩泽说。

业内人士表示，目前对网上香烟交易的监管仍存在很多漏洞。监管部门要和网络平台建立常态化联动治理机制，并加大线下打击力度，追溯相关烟丝烟具来源，从源头上切断网上销售香烟的利益链。

北京市控制吸烟协会会长张建权表示，关键是要形成有效监管，让网上卖烟无法露头，防止整治时收敛、过一阵又死灰复燃。

李恩泽建议，要加大处罚力度，除了依法追究法律责任外，相关网络平台也要采取封号、终身禁止重新注册等措施打击清理网上违法销售香烟的主播和商家。