

商业透明度晴雨表：

为廉价数据时代的终结做准备

赞助方：



目录

- 1 研究背景和鸣谢
- 2 概要
- 4 简介 数据需求高涨
- 6 专项分析 I 商业透明度晴雨表：评估未来数据隐私监管的影响
- 7 第 1 章 监管之路：数据隐私法律的挑战和机遇
- 9 专项分析 II 个人被攻击：探索数据隐私与信息安全之间的关联
- 10 第 2 章 数据弥散：谁应该拥有您的个人数字信息？
- 12 专项分析 III 与巨头合作：大公司与小公司的数据隐私管理
- 13 结论 隐私和适宜性：在数据驱动的世界管理不确定性
- 14 附录 I 调查对象的人口统计信息
- 17 附录 II 晴雨表读数

研究背景和鸣谢

《商业透明度晴雨表：为廉价数据时代的终结做准备》是经济学人智库 (The Economist Intelligence Unit/EIU) 在蚂蚁金服 (Ant Financial) 赞助下撰写的一份报告。本报告作者为 Kim Andreasson, 编辑为 Michael Gold。Scott Aloysius 为本报告提供了数据分析支持。该报告主要基于 2018 年 10 月至 12 月对 250 名高级管理人员进行的调查。每位受访者都代表着一家主要从事 B2C 业务的公司, 而且在很大或一定程度上参与其所在公司的用户数据收集运营。

受访者来自中国、美国、西欧和东南亚, 每个国家或地区至少选取了 60 名受访者。在所有受访者中, 有一半人担任“C 级别”高管职务, 另一半则为其他高管和经理级别。科技、金融服务和零售是受访者来源最多的几个行业。受访者主要涉及的职能包括 IT 和技术、综合管理和市场营销。在所有高管中, 一半来自全球年收入超过 5 亿美元的公司, 一半来自年收入低于这个数字的公司。受访者的完整人口统计信息详见附录 I。

为了更好地了解不断变化的数据隐私环境带来的机遇和挑战, 我们采访了顾问委员会的专家, 并辅以广泛的案头研究, 为高管调查提供信息。在此感谢以下顾问委员会成员的宝贵时间和洞见:

- Daniel Castro, 信息技术与创新基金会 (Information Technology and Innovation Foundation) 副总裁
- Ann Cavoukian, 加拿大瑞尔森大学 (Ryerson University) 隐私保护设计卓越中心 (Privacy by Design Centre of Excellence) 杰出驻场专家
- J Trevor Hughes, 国际隐私专家协会 (International Association of Privacy Professionals) 总裁兼首席执行官
- 罗嫣, 科文顿·柏灵律师事务所 (Covington & Burling) 顾问
- 周汉华, 中国社会科学院法学教授

此外在调查结束后, 我们还对受访者进行了深度访谈, 从中获得了更多洞见。衷心感谢以下人士提供的帮助:

- Andrew Ballen, 上海艾卫迪文化传播有限公司 (AVD Digital Media) 创始人兼首席执行官
- Simon Chesterman, 新加坡国立大学法学院院长兼教务长
- Gus Hosein, 隐私国际 (Privacy International) 执行董事
- Mohan Veloo, F5 Networks 亚太、中国和日本地区技术负责人
- Steve Wood, 慧与科技 (Hewlett Packard Enterprise) 旗下公司 Aruba 亚太区副总裁

概要

数字社会产生的数据量快速增长，导致个人数据越来越多地被收集和用于商业目的。许多大型跨国公司利用数据销售精准广告和服务，而较小的组织也可能收集此类信息，出售给其他企业，或用于其他目的。例如，数据收集可以降低成本，帮助优化现有服务，并为创新提供机会，例如收集地理位置信息以匹配特定区域的供需，比如共享出行。

与此同时，收集个人数据的行为越来越受到监管机构和普通公众的质疑，具体问题包括企业可以掌握的个人数据的类型和数量，以及企业可以如何使用这些数据。这在很大程度上源自隐私和信息安全方面的担忧。

本报告发现，企业已经意识到数据隐私的重要性，并且正采取各种措施，以适应公众更关注隐私的新现实。但是，不同地区、不同规模的公司在做好的准备和采取的措施方面存在着差异。主要调查结果如下：

- 面对不断涌现的诸多担忧，数据隐私对组织越来越重要。当今，数据隐私话题几乎每天都占据国际新闻头条；在亚洲、欧洲和美国的受访者中，近100%的受访者同意，目前数据隐私对他们所在的组织很重要。认为未来三年内数据隐私将变得更重要的受访者占比为91%。

- 与西方国家的高管相比，中国和东南亚的高管更有可能将数据隐私实践与良好的企业治理联系起来。几乎所有的中国高管(98%)都认为，数据隐私是良好企业治理的重要组成部分，这与中国企业不重视隐私的普遍观念截然相反。
- 对信息安全的担忧将是制定更有力数据保护策略的首要驱动因素。从最近数据泄露的频率和范围可以看出，在我们的调查中，高管们对数据相关的主要担忧是信息安全漏洞导致的数据泄露风险。加强企业治理和不断提升的用户需求分列第二位和第三位。
- 美国的高管认为，相比于其他地区的公司，他们公司在应对监管方面准备更充分。为本研究构建的晴雨表显示，企业普遍做好了准备，并且愿意采取措施应对不断涌现的挑战；但不同地区呈现的结果存在差异：欧洲所做的准备落后明显，而美国遥遥领先。随着公众对数据隐私的关切日益提升，为企业，特别是跨国公司，营造公平竞争环境的监管法规将是种受欢迎的举措。

- 受访高管普遍认为，人们愿意用数据隐私交换更好的服务。在我们的调查中，四分之三的美国高管认同这一观点，超过了三分之二的平均水平。与此同时，中国高管对这一观点的认同比例是 67%，这再次表明，人们应更仔细地审视对隐私问题的地区性成见。
- 在为应对监管所做准备方面，小公司落后于大公司。“一刀切”的监管策略可能会扼杀创业公司的创新，而大公司则可以运用所掌握的丰富资源处理合规问题，这一论点得到了我们调查小组的支持。



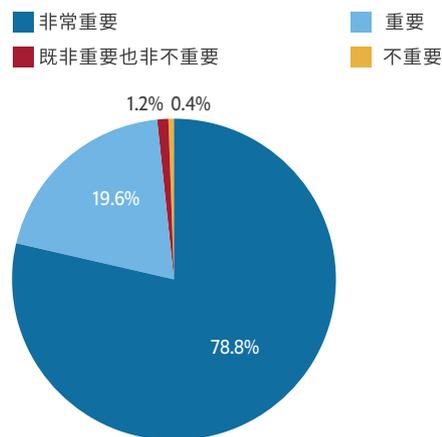
简介 数据需求高涨

不论以何种标准衡量，产生的数据量都在迅速增加，而这些数据的广度和深度也给收集数据的组织创造了巨大的价值。《经济学人》在 2017 年的一篇文章标题中称，“世界上最宝贵的资源不再是石油，而是数据。”¹ 其国际平台提供商，例如搜索引擎和社交媒体公司，使用数据（通常是个人数据）销售精准广告，并基于数据分析形成创新的解决方案。例如，《纽约时报》近期刊登的一篇文章指出，随着移动设备的日益普及，许多公司使用移动应用收集用户的地理位置信息，制作基于位置的广告，其市场规模在 2018 年达到了 210 亿美元。²

保护隐私的倡导者反对这种自由放任的做法，作为回应，许多政策制定者为数据收集和数据隐私制定了新的指导规则，例如欧盟的《通用数据保护条例》(GDPR)。该条例于 2018 年 5 月生效，也适用于在欧盟开展业务的外国公司。³ 违反《通用数据保护条例》者将面临最高 2000 万欧元 (2280 万美元) 或全球年营业额 4% (以两者中较高者为准) 的罚款。⁴ 在全球范围内，企业获取和使用个人数据的方式从未像现在这样受到如此严格的审查，这使得优化数据隐私策略成为企业的首要任务。来自国际隐私专家协会 (International Association of Privacy Professionals) 的 J Trevor Hughes 表示：“不仅是风险的范围，风险的复杂程度也在大大上升，这是我们面临的第一个挑战。”他指出，在改变公众对隐私理解的技术创新方面，以及在全球各地诸多法律法规和更高期望方面，变化的速度之快让组织倍感压力。

无论是在监管层面还是更广泛的层面，企业都注意到了形势的变化。在本报告进行的调查中，约四分之三的受访高管表示，如今数据隐私对其组织而言“非常重要”，另五分之一高管认为该问题“重要”。

图 1. 保护“新的石油”
目前数据隐私对贵组织有多重要？



信息来源：经济学人智库

大多数 (54%) 高管还表示，数据隐私在未来三年内将变得更加重要。

1 “The world’s most valuable resource is no longer oil, but data”, 《经济学人》, 2017 年 5 月 6 日

2 Jennifer Valentino-DeVries, Natasha Singer, Michael H Keller and Aaron Krolik, “Your Apps Know Where You Were Last Night, and They’re Not Keeping It Secret”, 《纽约时报》, 2018 年 12 月 10 日

3 EU GDPR Portal

4 Ibid

高管们越来越关注数据隐私的原因之一在于，他们认为数据隐私对未来实现良好的企业治理非常重要。近九成 (88%) 的高管认同这一观点；而在受访的中国高管中，这个比例达到 98%。造成这种差异的一个原因可能是，中国高管对数据隐私监管的理解有所加深。总体而言，83% 的受访者认为他们对此类法律的认识在过去三年有所提高；在中国这个数字是 92%。另一个原因可能是信任的重要性，在中国，数据收集者（企业和/或政府）和数据提供者（个人）之间的互信程度可能比其他地区更高。⁵ 上海艾卫迪文化传播的 Andrew Ballen 表示：“中国能够理解，在线上基本的信任在共享经济中有多重要。”

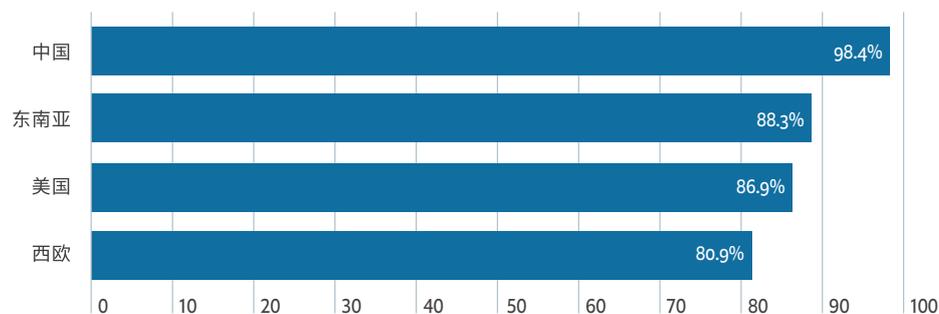


中国能够理解在线上基本的信任在共享经济中有多重要。

Andrew Ballen, 上海艾卫迪文化传播有限公司

图 II. 透明与信任

数据隐私对未来实现良好的企业治理非常重要（赞同者的百分比，按地区划分）



信息来源：经济学人智库

⁵ David Brooks, "How China Brings Us Together", 《纽约时报》, 2019 年 2 月 14 日

专项分析 | 商业透明度晴雨表：评估未来数据隐私监管的影响

在我们的调查中，我们要求受访高管，按照从 1 分到 10 分的范围，对他们为应对数据隐私监管所做的准备程度，以及他们采取各种应对措施的可能性进行评分。具体来说，准备程度问题（由五个子问题组成）询问了受访高管，他们的组织在应对监管的各个方面准备得如何，包括那些可能限制他们查看、分析、购买或出售用户数据能力的监管规定。可能性问题（由三个子问题组成）询问受访者，为了应对可能更严格的数据隐私监管，组织在发展过程中采取不同措施的可能性有多大，比如从某些司法管辖区撤出业务经营。

回答在 1 到 4 分之间被认为是低准备度/可能性，5 到 7 分表示中等准备度/可能性，8 到 10 分表示高准备度/可能性。考虑到每个类别的问题数量以及每个国家和地区受访者数量存在差异，为了能够用数字答案来体现各个国家或地区的准备度/可能性，我们对分数进行了加权处理。

主要调查结果

商业透明度晴雨表显示，调查受访者已经为应对监管做了相对较好的准备（7.36 分，总分 10 分），但采取不同应对措施的可能性相对较低（6.47 分，总分 10 分）。所有地区和类别的平均得分为 7.02。

不同地区之间存在较大差异。尽管美国各州和各行业的监管各不相同，但美国的高管们准备最充分（8.04）。关于尝试不同举措来满足监管要求，美国高管也最为积极（7.16）。相反，欧洲的高管们准备最不充分（6.69），也最不愿意尝试新方法（5.67）。中国和东南亚受访者的得分介于这两极之间。完整的晴雨表问题和按地区的调查结果详见附录 II。

图 III. 隐私先锋

商业透明度晴雨表总得分，按地区划分

	国家或地区				总体
	中国	美国	西欧	东南亚	
准备程度	7.35	8.04	6.69	7.42	7.36
可能性	6.58	7.16	5.67	6.56	6.47
总体	7.06	7.71	6.31	7.10	7.02

信息来源：经济学人智库

新加坡国立大学法学院的 Simon Chesterman 解释了这些地区差异。他指出，“欧洲受个人权利驱动，美国是受企业利益驱动，而在亚洲，政府一直试图使该地区成为‘安全’数据的归宿”，这指的是采用自上而下的方法，帮助用户保护信息，同时吸引大数据公司。

第 1 章 监管之路：数据隐私法律的挑战和机遇

毫无疑问，欧盟《通用数据保护条例》在围绕数据隐私监管的讨论中占据了中心位置。2019 年 1 月，法国数据保护监管机构法国国家信息与通信委员会 (CNIL) 依据《通用数据保护条例》对谷歌 (Google) 处以迄今为止最严厉的一笔罚款，金额高达 5000 万欧元 (5700 万美元)。⁶

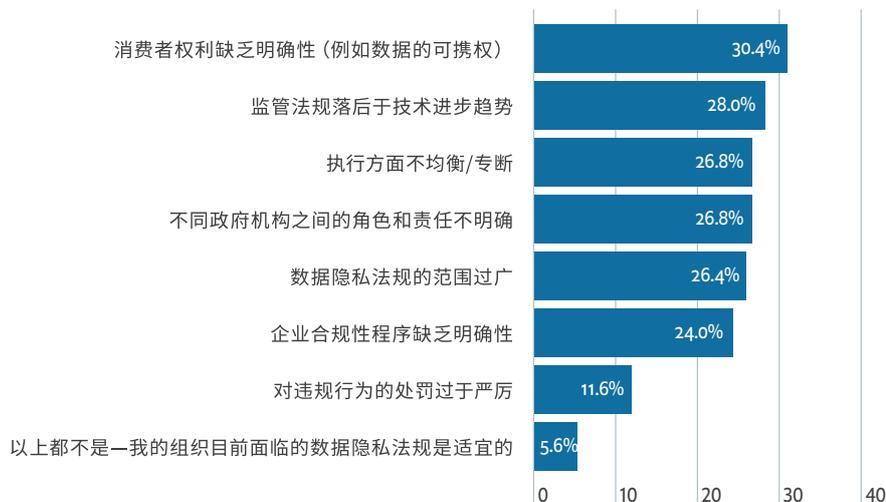
然而，《通用数据保护条例》的影响可能比许多人想象的要小。在我们的调查中，较少的欧洲高管认为数据隐私对他们的组织非常重要 (比例是 71%，而在全体受访高管中这个比例是 79%)。而且，较少的欧洲高管认为未来三年内数据隐私将变得更加重要 (比例是 38%，而在全部受访地区中这个比例是 54%)。正如商业透明度晴雨表 (见专项分析 I) 所显示的，导致这一结果的原因之一可能在于，欧洲的高管们正

在观望，监管在具体实践中如何发挥作用，以及是否还会继续开出巨额罚款。行业观察组织隐私国际 (Privacy International) 的 Gus Hosein 表示，除非得到实际执行，否则监管只是纸上谈兵。“执行显然才是更大的问题。”

确实，不平衡和/或武断的执行是最大的监管挑战之一，有略多于四分之一的高管提到了这点。相反，只有八分之一的受访者认为，对违规行为的处罚过于严厉。其他最棘手的挑战还包括，消费者权益，例如数据的可携带权不够明晰，监管法规落后于技术发展曲线，以及不同政府机构之间的角色和责任不明确。

图 IV. 制定法律

贵组织在监管方面面临的最大的数据隐私障碍是什么？



信息来源：经济学人智库

6 “The French fine against Google is the start of a war”, 《经济学人》，2019 年 1 月 24 日

判例说了算？

总体而言，将近六成 (59%) 的受访高管认为，其所在国家的数据隐私监管比其他国家更严格；然而，尽管事实上欧洲的监管似乎更严格，但美国的高管持这一观点的比例却更高 (71%)，导致这种现象的原因可能要回到执行层面。

Hosein 先生表示：“关于如何监管，《通用数据保护条例》强调的是‘监管’。但如果看看企业被起诉的频率，你就会发现，美国并不是‘蛮荒之地’。”他表示，这表明，两大地区的关键区别可能在于，欧洲企业往往可以向监管机构申诉，而在美国，被指控侵犯数据隐私往往需要通过复杂的法律程序来解决。

更严格的监管规则即将到来

有些公司担心，自己的业务会被数据处理行为可疑、但技术上并不违反法律条文规定的竞争对手抢走。对这些公司而言，加强监管可能会受到欢迎。Hosein 表示：“在这个领域，当违规行为在某些地方大行其道，或者根本没有规则，企业就很难做到遵守规则。”

与任何数据保护监管都会造成障碍的观点相反，跨国公司还在加大游说力度，希望通过协调一致的监管来提高透明度。这样的监管将创造公平竞争的环境，使数据能跨境流动。新加坡国立大学法学院的

Simon Chesterman 表示：“我认为，公众已经意识到，不一致的法律导致数据在不同司法管辖区之间转移变得复杂。许多司法管辖区要么没有数据保护法，要么在过去几年中才通过了一部这样的法律。”

事实上，全球最大的一些数据收集方正在呼吁立法者采取行动。2018 年末，苹果公司 (Apple) 首席执行官蒂姆·库克 (Tim Cook) 赞赏《通用数据保护条例》，并呼吁美国建立类似的全面数据隐私保护监管，以避免不良行为，维护对诚实的技术供应商的信任。⁷ 类似地，谷歌首席执行官桑达尔·皮查伊 (Sundar Pichai) 在 2018 年末曾告诉美国立法者，《通用数据保护条例》是“有着良好设计的立法”，他同时也指出了一致监管的好处。⁸ 其他许多美国互联网公司也已经在进行游说活动，推动建立联邦隐私法，取代庞杂的各州隐私法。IT 服务提供商 F5 Networks 的 Mohan Veloo 表示，在亚洲，人们也越来越意识到一致监管的好处，但该地区明显的多样性和规模使得这点在实践中更难操作。



在没有规则的情况下，在这个领域很难做到遵守规则。

Gus Hosein, 隐私国际 (Privacy International)

7 Tony Romm, “Apple’s Tim Cook blasts Silicon Valley over privacy issues”, 《华盛顿邮报》, 2018 年 10 月 24 日

8 Daisuke Wakabayashi and Cecilia Kang, “Google’s Pichai Faces Privacy and Bias Questions in Congress”, 《纽约时报》, 2018 年 12 月 11 日

专项分析 II 个人被攻击：探索数据隐私与信息安全之间的关联

在我们的调查中，受访高管们计划加强公司数据隐私策略的首要原因是信息安全（44%的受访者提到这点），远远高于排在第二和第三的选项——加强企业治理和不断增长的用户需求。

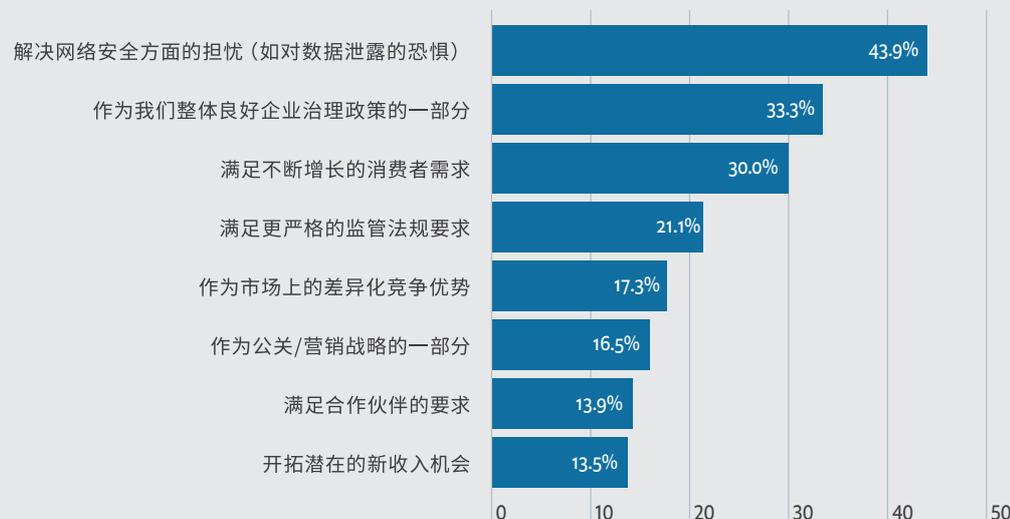
这表明，越来越多人意识到，收集和使用个人数据只是隐私公式的一部分：另一部分是确保这些数据的安全。数据泄露事件的发生次数和涉及的数据量日益增加，几乎成为每天的新闻素材，吸引了媒体的大量关注，也迫使企业更加关注这个问题。新加坡国立大学法学院的 Simon Chesterman 表示：

“数据泄露不是可能的问题，而是不可避免的问题。”他指出，信息安全行业流行一种新观点：在某些时候，人人都会被黑客攻击。

我们的调查进一步证实了这个观点。值得注意的是，对管理层进行有关数据隐私重要性的教育是企业加强当前数据隐私策略的最常见方式（56%的受访者提到了这点），这表明企业目前缺乏这方面的意识。同样的挑战也适用于信息安全：高管们往往认识到这个问题的重要性，但很难从商业角度理解它，因为这一问题往往过于技术性，数据量也过于庞大。⁹来自 IT 服务提供商 F5 Networks 的 Mohan Veloo 指出，亚洲的组织“刚刚意识到”信息安全入侵的威胁，而它们往往只会在遭遇入侵的时候被动采取行动回应。

图 V. 信息安全威胁

贵组织计划加强数据隐私策略的主要原因是什么？



信息来源：经济学人智库

⁹ Ramsés Gallego, "Security Think Tank: Communication is key to cyber security in digital era", Computer Weekly, 2016 年 12 月

第 2 章 数据弥散：谁应该拥有您的个人数字信息？

大约一半 (51%) 的受访者强烈同意，用户应该有权决定他们的数据被如何使用。然而，不同地区之间存在巨大的差异：大多数美国 (57%) 和欧洲 (56%) 的受访高管强烈同意这一观点；相反，持这种观点的中国受访者只占少数 (38%)。尽管我们调查获得的是高管而非用户的态度，但专家们承认，用户个人也并不总是把数据隐私放在首位。Chesterman 先生表示：“理论上，[人们] 会说自己注重数据隐私，但他们的实际行为却与此大相径庭。”

尽管 Facebook 这样的主流在线平台近期曾经在数据处理方面出现过问题，但却仍然很受欢迎，由此就可以看出这点。事实上，在我们的调查中，近三分之二 (65%) 的受访高管表示，用户愿意用数据隐私换取更好的服务。在中国受访者中，这个比例为平均水平，而在美国高管中，这一比例要高得多，这一发现也得到了近期其他研究的印证。2019 年 1 月美国华盛顿特区智库“数据创新中心”发布的一项调查显示，近六成美国受访者 (58%) 表示，愿意让第三方收集至

少一项敏感个人数据，如生物识别信息、位置或医疗数据，以换取服务或便利。这也许说明，这个自由国度的人更加偏爱便利。¹⁰

数字基础设施公司 Aruba 是计算机巨头惠普 (Hewlett Packard) 的子公司。该公司的 Steve Wood 表示，个人数据的激增意味着，人们已开始预期到，企业在与他们的互动过程中会掌握以往所没有的洞察。他表示，“人们预期，你已经开始了解你的客户”，以便为他们提供服务。

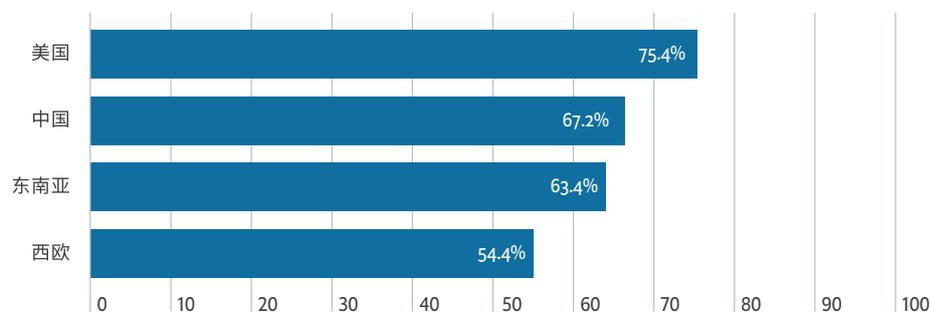


理论上，[人们] 会表示自己注重数据隐私，但他们的实际行为却与此大相径庭。

Simon Chesterman, 新加坡国立大学法学院

图 VI. 刷脸服务

在我的国家，用户愿意用数据隐私交换更好的服务 (认同百分比，按地区划分)



信息来源：经济学人智库

¹⁰ Daniel Castro and Michael McLaughlin, "Survey: Majority of Americans Willing to Share Their Most Sensitive Personal Data", Center For Data Innovation, 2019 年 1 月 22 日

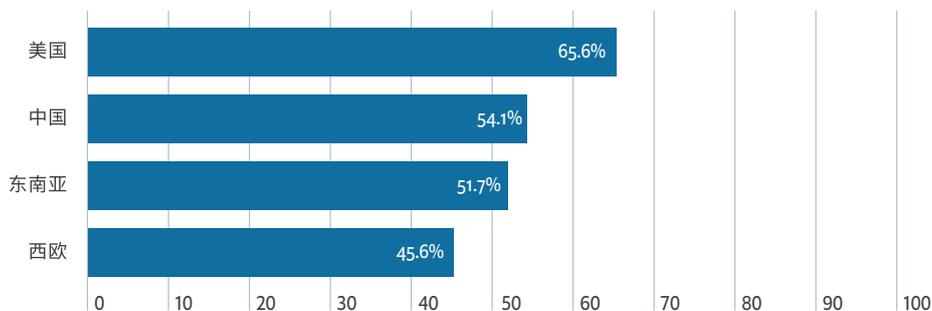
传统世界的问题？

人们通常认为，美国公司会比其他国家的公司更积极地发掘机遇，通过收集大数据进行创新，并提供更加精准的广告和其他服务。与之相反，在引领需要大量数据的革命性创新方面，欧洲公司被批评远远落后；欧洲明显缺乏目前从美国和中国等国家席卷全球的那种灵活的科技平台。可能正是由于这个原因，只有不到一半的欧洲受访者认为目前的数据隐私监管趋势会扼杀创新；而在美国，这个比例为三分之二；在中国和东南亚，这个比例分别达到了约半数。

一些人认为，这可能意味着欧洲在长远的未来将走向失败：美国智库“信息技术与创新基金会”（Information Technology and Innovation Foundation）等组织辩称，目前的数据监管威胁着欧洲在人工智能领域的潜在领导地位，人工智能的发展依赖于大量的数据。¹¹

图 VII. 创新国度

目前的数据隐私监管趋势可能会扼杀创新（认同百分比，按地区划分）



信息来源：经济学人智库

¹¹ Nick Wallace, “Europe is About to Lose the Global AI Race – Thanks to GDPR”, EURACTIV, 2018年5月25日

专项分析 III 与巨头合作: 大公司与小公司的数据隐私管理

根据商业透明度晴雨表, 与规模较大的公司相比, 规模较小 (营业额低于 5 亿美元) 的公司在应对数据隐私监管时没有做好准备。例如, 当被问及他们准备如何应对监管可能限制公司直接收集用户数据时, 只有 48% 的小公司高管表示他们的准备非常充分 (在 10 分制的晴雨表上得分在 8 到 10 分之间), 而大公司高管的这个比例为 62%。同样, 只有 50% 的小公司高管表示, 公司在应对可能限制公司间买卖用户数据的监管方面准备非常充分, 而大公司高管中这个比例为 64%。

小公司在改变业务模式以减少对用户数据的依赖方面, 可能性也更低 (比例为 38%, 而大公司这一比例为 63%), 在国家或国际层面游说政府改变数据隐私监管的可能性也更低 (比例为 32%, 大公司为 48%)。按公司规模列出的完整晴雨表结果详见附录 II。

图 VIII. 数据饕餮?

商业透明度晴雨表总得分, 按公司规模划分

	年营业额		总体
	低于 5 亿美元	5 亿美元或以上	
准备程度	7.09	7.63	7.36
可能性	5.88	7.06	6.47
总体	6.63	7.41	7.02

信息来源: 经济学人智库

连续三届担任加拿大安大略省隐私事务专员、来自加拿大瑞尔森大学 (Ryerson University) 隐私保护设计卓越中心 (Privacy by Design Centre of Excellence) 的 Ann Cavoukian 认为, 中小企业处境艰难, 最可能的原因是资金有限, 以及解决数据隐私问题的能力有限。“大公司有隐私专家、法务人员和 IT 人员 [来帮助他们应对挑战]。”她指出, 如果想要保护使用这些大公司服务的用户的数据隐私, 最佳方式是主动与它们合作, 而不是采取惩罚措施。



只有 50% 的小公司高管表示, 其公司在应对可能限制公司间买卖用户数据的监管方面准备非常充分, 而大公司高管中这个比例为 64%。

结语隐私和适宜性： 在数据驱动的世界管理不确定性

显然，数据隐私不仅仅是 Facebook 和谷歌等大型平台公司所关心的问题；由于新监管的出台，以及越来越普遍的大型信息安全事故，数据隐私已上升到各大公司议程的首位。企业已经注意到这些问题，普遍做好了充分准备，并且愿意改变业务惯例，但不同地区和不同规模的企业对这些问题的态度各不相同。

未来的道路上仍然有很多不确定性。Hosein 先生表达的观点与晴雨表读数不谋而合，他说：“[《通用数据保护条例》] 面临的现实状况是，现在就想知道它是否奏效还为时过早。仅仅通过一项法律没有太大意义，更重要的是看看监管机构会如何应对。”与此同时，全球范围内许多面向普通用户的数据和平台提供商都在呼吁监管在这一快速变化的领域态度更加明确，对开展跨境经营的企业而言尤其如此。这可能意味着“廉价数据”时代的终结，但它有望让未来的商业世界变得更加透明和可信。

信任是企业的“胡萝卜”

尽管数据隐私和优化服务之间的紧张关系不会很快缓解，连续三届担任加拿大安大略省隐私事务专员、来自加拿大瑞尔森大学隐私保护设计卓越中心的 Ann Cavoukian 表示，企业可以采取的简单补救措施之一是允许用户“选择是否参加”数据收集和处理，而不是迫使他们选择退出。Cavoukian 女士表示：“建立信任是一项艰巨的任务。如果从设计上就考虑隐私，你就能获得互信关系。”

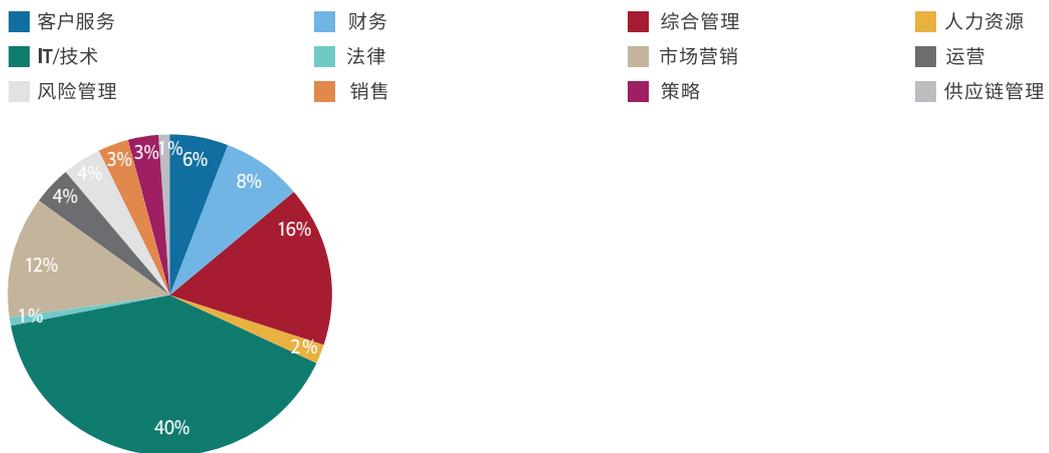
这种信任将不可避免地影响一家公司的声誉，在未来数据驱动的世界里，这很可能会成为竞争中一项关键的差异化因素。Cavoukian 女士总结说：“我们需要在所有领域树立这样的观念：隐私和商业利益可以实现双赢。”



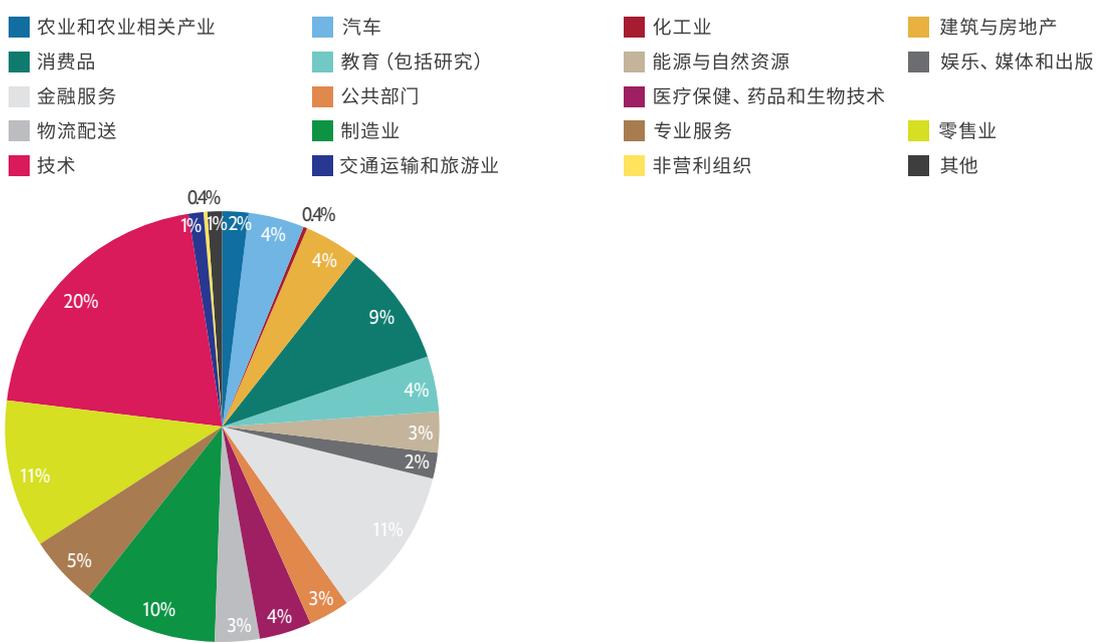
**如果从设计上就考虑隐私，
你就能获得互信关系。**

*Ann Cavoukian, 加拿大瑞尔森大学
隐私保护设计卓越中心*

D3. 您主要的职能是什么？

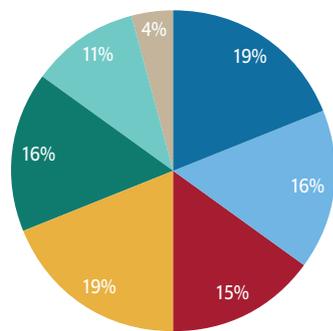


D4. 贵公司所在的主要行业是什么？



D5. 贵公司的全球年收入有多少？

- 低于 5000 万美元
- 5000 万美元到不足 1 亿美元
- 1 亿美元到不足 5 亿美元
- 5 亿美元到不足 10 亿美元
- 10 亿美元到不足 50 亿美元
- 50 亿美元到不足 100 亿美元
- 100 亿美元或更高



附录 II 晴雨表读数

按地区

问题	国家或地区				
	中国	美国	西欧	东南亚	总体
面对可能限制贵组织直接从用户处收集数据能力的监管，贵组织的准备程度如何？	7.26	8.11	6.82	7.35	7.37
面对可能限制贵组织查看或分析用户数据能力的监管，贵组织的准备程度如何？	7.20	8.03	6.76	7.47	7.35
面对可能限制贵组织向其他公司购买或出售用户数据能力的监管，贵组织的准备程度如何？	7.51	8.23	6.66	7.45	7.44
面对可能限制贵组织运用用户数据更有效地锁定客户能力的监管，贵组织的准备程度如何？	7.44	8.05	6.79	7.60	7.45
面对可能限制贵组织在不同国家间转移用户数据能力的监管，贵组织的准备程度如何？	7.33	7.75	6.43	7.25	7.17
准备度平均值	7.35	8.04	6.69	7.42	7.36
展望未来，国家或国际层面更严格的数据隐私监管导致贵组织从数据隐私监管过于严格的国家/司法管辖区撤出业务的可能性有多大？	6.46	7.00	5.62	5.75	6.19
展望未来，国家或国际层面更严格的数据隐私监管导致贵组织改变业务模式，以减少对用户数据依赖的可能性有多大？	7.26	7.43	6.01	7.15	6.94
展望未来，国家或国际层面更严格的数据隐私监管促使贵组织在国家或国际层面游说政府改变数据隐私监管的可能性有多大？	6.02	7.05	5.38	6.77	6.28
可能性平均值	6.58	7.16	5.67	6.56	6.47
总平均值	7.06	7.71	6.31	7.10	7.02

按公司规模

问题	年营业额		总体
	低于 5 亿美元	5 亿美元或以上	
面对可能限制贵组织直接从用户处收集数据能力的监管，贵组织的准备程度如何？	7.17	7.58	7.37
面对可能限制贵组织查看或分析用户数据能力的监管，贵组织的准备程度如何？	7.11	7.58	7.35
面对可能限制贵组织向其他公司购买或出售用户数据能力的监管，贵组织的准备程度如何？	7.16	7.72	7.44
面对可能限制贵组织运用用户数据更有效地锁定客户能力的监管，贵组织的准备程度如何？	7.20	7.70	7.45
面对可能限制贵组织在不同国家间转移用户数据能力的监管，贵组织的准备程度如何？	6.79	7.54	7.17
准备度平均值	7.09	7.63	7.36
展望未来，国家或国际层面更严格的数据隐私监管导致贵组织从数据隐私监管过于严格的国家/司法管辖区撤出业务的可能性有多大？	5.58	6.80	6.19
展望未来，国家或国际层面更严格的数据隐私监管导致贵组织改变业务模式，以减少对用户数据依赖的可能性有多大？	6.43	7.44	6.94
展望未来，国家或国际层面更严格的数据隐私监管促使贵组织在国家或国际层面游说政府改变数据隐私监管的可能性有多大？	5.62	6.94	6.28
可能性平均值	5.88	7.06	6.47
总平均值	6.63	7.41	7.02

LONDON

20 Cabot Square
London, E14 4QW
United Kingdom
Tel: (44.20) 7576 8000
Fax: (44.20) 7576 8500
Email: london@eiu.com

GENEVA

Rue de l'Athénée 32
1206 Geneva
Switzerland
Tel: (41) 22 566 2470
Fax: (41) 22 346 93 47
Email: geneva@eiu.com

NEW YORK

750 Third Avenue
5th Floor
New York, NY 10017
United States
Tel: (1.212) 554 0600
Fax: (1.212) 586 1181/2
Email: americas@eiu.com

DUBAI

Office 1301a
Aurora Tower
Dubai Media City
Dubai
Tel: (971) 4 433 4202
Fax: (971) 4 438 0224
Email: dubai@eiu.com

HONG KONG

1301 Cityplaza Four
12 Taikoo Wan Road
Taikoo Shing
Hong Kong
Tel: (852) 2585 3888
Fax: (852) 2802 7638
Email: asia@eiu.com

SINGAPORE

8 Cross Street
#23-01 Manulife Tower
Singapore
048424
Tel: (65) 6534 5177
Fax: (65) 6534 5077
Email: asia@eiu.com