

轻量佩戴无负担,方便以第一视角随时记录生活,但也暗藏偷拍偷录风险

当智能眼镜成为“行走的摄像头”,隐私边界如何守住?

本报记者 王美茹 本报实习生 李彦仪

作为集拍照、翻译、导航、提词等诸多功能于一体的“AI助手”,智能眼镜正以前所未有的速度嵌入到人们的生活之中。商务部商务大数据显示,上半年,重点平台智能眼镜销售额增长1.5倍。

从日常生活中的即时记录,到机场、课堂、医院等多种场景下的专业辅助,智能眼镜勾勒出一幅“抬眼即知”的使用图景。然而,由于智能眼镜佩戴在面部,镜头更贴近使用者视线,拍摄行为也更难被察觉。产品越接近普通眼镜,第一视角记录越自然,偷拍的风险也愈加不可忽视。

当智能眼镜成为“行走的摄像头”,“记录”与“偷拍”的边界该如何划定?在“技术创新”和“隐私保护”之间又该如何实现平衡?对此,记者进行了采访。

市场升温,智能眼镜加速融入日常

“出门钓鱼时记录中鱼提竿的过程,比掏手机、架相机方便太多了。”1个月前,来自浙江温州的用户赵梓豪购入了一款智能眼镜。在他看来,这款产品的独特价值在于将录像功能与时尚墨镜相结合,可以实现轻量化佩戴。

除录像外,赵梓豪还经常使用智能眼镜的语音交互、内置麦克风及扬声器功能。他注意到,不少短视频博主已经把智能眼镜当作高效的内容创作工具,“一位朋友常用来记录派对和生活素材,效率确实更高”。

主流产品镜片透光率提升至85%以上,重量压减到50克以下,续航长达9小时左右……在技术持续迭代的推动下,智能眼镜

阅读提示

当前,智能眼镜正加速进入人们的生活。在方便随时记录日常的同时,智能眼镜也因为拍照、录像等功能遭到滥用而产生偷拍偷录风险。在“技术创新”和“隐私保护”之间实现平衡,需要行业自律,也需要厘清法律责任边界,实现全流程监管。

市场不断升温。2026年,智能眼镜首次被纳入全国消费品以旧换新补贴品类,入门级产品叠加补贴后实际到手价可跌破千元,进一步激发了消费者的购买热情。

供给端的持续创新与需求端的政策利好形成共振,共同推高了智能眼镜的市场热度。国际数据公司IDC发布的数据显示,2025年,全球智能眼镜市场出货量达1477.3万台,其中中国智能眼镜市场出货量为246万台,同比增长87.1%,增速远超全球44.2%的平均水平。该公司预测,2026年中国广义智能眼镜出货量有望达491.5万台,同比增长77.7%。

隐蔽拍摄,“第一视角”面临滥用风险

在智能眼镜功能不断强化、市场持续火热的同时,对技术的滥用也屡有发生。有大学生在期末考试中佩戴智能眼镜,并利用眼镜的拍照搜题功能作弊,致使学校在考试前增加安检环节。今年高考前,教育部发布2026年高考预警信息,明确提醒考生携带智能眼镜进入考场即构成作弊。

偷拍偷录更是智能眼镜遭到滥用的“重灾区”。今年6月,一乘客在登机时使用智能眼镜偷拍空乘人员并公开发布,引发广泛关注。赵梓豪告诉记者,自己曾在公共场合佩戴智能眼镜记录与他人的交流过程,但未公

开发布,设备在录像时有明确的指示灯提示,周围人可以据此判断拍摄状态。他表示,使用智能眼镜时,感受到身边一些人会对此保持警惕,“有一次室友问我是否在录像,但没有引发严重冲突”。

记者调查发现,即使很多智能眼镜配备了拍摄指示灯,但仍存在被绕开的可能。在电商平台上,一些商家公开销售用于遮挡指示灯但不影响拍摄的“遮光贴”,仅需几元钱,就能实现隐蔽拍摄,其中一款销量高达6000件,并公然标注“拍摄无光、不触发警报”。

对于用智能眼镜进行摄录的边界,中国人民大学法学院讲师卢煜彤表示,根据民法典规定,即便在公共场所,利用智能眼镜偷拍他人肖像、私密活动,也构成对肖像权、隐私权的侵犯。

这类纠纷的维权难点往往在于发现和举证。卢煜彤分析,偷拍行为较为隐蔽,被拍摄者可能直到影像传播后才察觉;而一旦内容被转发、下载或再次加工,信息流向则更加难以追踪。

厘清责任,建立全流程监管体系

被拍摄者的隐私保护之外,使用者的数据安全同样值得关注。智能眼镜要实现语音助手、手势识别等功能,通常需要采集用户的声纹、视线轨迹等深度生物信息。在卢

煜彤看来,根据个人信息保护法,声纹、视线轨迹属于敏感个人信息,处理时必须具有特定的目的和充分的必要性,并取得个人的单独同意。而目前厂商普遍采用的“一揽子授权协议”,未给用户提供针对不同类别信息分别授权的空间。

今年6月,在2026人工智能眼镜生态大会上,工信部信息通信管理局指导编制的《AI眼镜可信视界自律公约》正式对外发布,雷鸟、华为、中兴等10家头部企业联合签署自律公约。该公约旨在为隐私保护与数据利用之间搭建公开透明的护栏,倡议全行业严守数据安全底线,重视用户隐私保护,坚持算法公开透明。

行业自律之外,法律责任的划定也需进一步厘清。卢煜彤表示,厂家作为信息收集处理的关键主体,泄露个人信息造成损害且不能证明自己没有过错的,应承担侵权责任;若产品设计存在缺陷,如因缺乏防篡改的拍摄提示灯、系统存在严重安全漏洞等问题造成他人损害的,应承担相应的产品责任。

此外,有专家认为,内容分享平台应完善授权核验、投诉和下架机制,及时处置明显偷拍、侵犯他人权益的内容;电商平台应加强对遮光贴等规避拍摄提示商品的审核。使用者进入课堂、医疗机构、更衣室等场景前,也应主动确认规则,不得以“公开场所”为由忽视他人权益。

卢煜彤建议,监管部门应加快制定针对智能眼镜等新型智能终端的细化标准,明确信息采集权限、拍摄状态提示、敏感信息加密等要求,建立全流程监管体系。她强调,既要为技术创新留下空间,也要守住人格权益保护的法治底线。



暑期亲子游市场持续火热

8月11日,不少家长带着孩子来到北京巧克力博物馆参观体验,动手学习巧克力制作工艺。

随着新学期开学临近,众多家庭抓住暑期的“尾巴”踏上旅程,亲子游市场持续火热。

本报记者 董鲁豫 摄

上半年规上互联网企业业务收入超万亿元

本报北京8月11日电 (记者王凤仪)今天,工业和信息化部发布2026年上半年互联网和相关服务业运行情况。数据显示,上半年,我国规模以上互联网和相关服务企业(以下简称互联网企业)完成互联网业务收入10675亿元,同比增长10.1%,增速较1月~5月回落0.3个百分点,互联网业务收入增速保持平稳。

根据统计,上半年,我国规模以上互联网企业利润总额增速加快。规模以上互联网企业实现利润总额989.9亿元,同比增长16.6%,增速较1月~5月提高6.9个百分点。

研发经费投入稳定增长。上半年,我国规模以上互联网企业共投入研发经费595.5亿元,同比增长14.1%,增速较1月~5月回落1.2个百分点。

分地区运行情况看,东部地区互联网业务收入占全国的90.5%。京津冀地区互联网业务收入同比增长14%,长三角地区互联网业务收入同比增长8.3%,两个地区互联网业务收入占全国的比例分别为33.6%和30.7%。上半年,全国互联网业务收入实现正增长的省(区、市)有16个,北京、广东、上海、浙江和贵州互联网业务收入居全国前五。

市场监管总局打击食用植物油非法添加行为

本报讯 (记者蒋蕊)记者近日从市场监管总局获悉,为筑牢食品安全防线,有力打击食用植物油非法添加行为,该局发布《食品补充检验方法 食用植物油中乙基麦芽酚的测定》(BJS202604)。

食用植物油是群众日常膳食的必需品,其质量安全直接关系到群众身体健康。乙基麦芽酚是人工合成的食品增香添加剂,长期摄入违规添加的乙基麦芽酚,存在食品安全风险。

根据我国食品添加剂使用标准规定,乙基麦芽酚严禁在食用植物油中添加使用。但是,在高额利益驱动下,不法商家在劣质植物油、过期翻新油脂中非法添加乙基麦芽酚,掩盖油脂氧化变质产生的哈喇异味,伪造芝麻油、花生油等高端油品的醇厚香气,达到以次充好,以假乱真,获取高额不法收益的目的。

新发布的补充检验方法优化了检测流程,适配大豆油、花生油、芝麻油等主流食用植物油品类,具备检出限低、抗干扰性强、结果稳定可靠的优势,可实现对乙基麦芽酚的精准定性与定量检测。

时尚百强企业去年营收增长超10%

本报北京8月11日电 (记者杨召奎)中国连锁经营协会(CCF A)今天发布的“2026年中国时尚零售与时尚消费TOP100”(以下简称时尚TOP100)显示,2025年,时尚TOP100企业营业收入合计约9163亿元,同比增长10.1%。

中国连锁经营协会有关负责人表示,时尚TOP100企业整体呈现“营收较大幅度提升、店铺数量稳步减少”的良性转变。这一转变是中国时尚零售与时尚消费头部企业正从规模扩张的外延式增长方式,向运营能力增强、单店效率提高、供应链优化等内涵式增长转变的阶段性成果。

数据显示,时尚TOP100企业中近六成企业实现营收增长,高增长企业(≥20%)16家,较快增长(10%~20%)14家,温和增长(0~10%)29家。其中,头部企业市场地位稳固,成长性品牌持续突围。时尚TOP10企业营收总额达4641亿元,占时尚TOP100企业总营收的50.6%。时尚TOP10企业中,黄金珠宝企业(5家)与运动户外企业(3家)合计占据八成,周大福、安踏、中国黄金连续两年以相同位次稳居前三。本年度泡泡玛特、老铺黄金分别从去年的第18位、第25位跃升至前十,这也是两家企业首次跻身前十。

青海出台19条措施扩内需促消费

本报讯 (记者那生祥)近日,青海省发改委、省商务厅、省市场监管局联合出台《关于扩大消费拓展内需增长新空间的若干措施》,从推动商品消费扩容升级、丰富多元消费场景业态等方面出台19条措施,多措并举提振消费信心、挖掘消费增量,拓展内需增长新空间。

在支持大宗消费方面,青海提质增效实施消费品以旧换新政策,优化补贴品类、补贴标准、组织实施方式,稳定和扩大汽车、家电、数码和智能产品销售规模。深化“新车上牌‘一件事’服务”,促进汽车消费流通。稳定住房消费方面,青海精准对接园区企业、学校、医院等职工购房需求,落实居民换购住房个人所得税优惠政策,鼓励各城市政府主体加大购房补贴力度,推动政策红利直达购房群众。

为丰富多元消费场景业态,青海打造特色消费场景。鼓励省内企业品牌化发展,依托5A级旅游景区、历史文化街区等资源,打造一批“青字号”首店品牌,培育“小而美”“专而精”特色店铺。同时,充分发挥省级选品中心、孵育中心服务功能,支持中小企业依托电商平台、社交媒体等实现经营模式转型升级。加快推动企业“智改数转”,梯度培育智能工厂,赋能产业链与消费协同发展。

盘活闲置资源 活用桥下空间

8月11日,家长带着孩子在云南省昆明市金星立交桥下的游乐区玩耍。

近年来,昆明市系统梳理城市桥下空间,充分盘活闲置公共资源,打造出一批具备生态景观、休闲游憩、健身运动功能的城市微空间,在持续优化城市空间结构的同时,不断丰富公共服务供给,为市民打造宜居便民的生活场景。

新华社记者 王冠森 摄

保险业应对台风“白海豚”已赔付3409万元

新华社北京8月11日电 (记者张千千)今年第13号台风“白海豚”9日在浙江登陆。记者从国家金融监督管理总局获悉,截至8月11日12时,浙江、上海、江苏、江西等地保险机构共接报案近10万件,估损12亿元,已赔付(含预赔付)3409万元。

入汛以来,金融监管总局持续指导各地金融监管局和保险业切实增强责任意识,推动做好防汛救灾等金融服务工作。截至8月11日12时,针对近期多地区出现的强降雨、台风、地震、山洪等重大自然灾害,广西等22省份保险业累计接报案67万件,估损132亿元,已赔付76亿元,有力补偿重大自然灾害损失。

首例现场实名认证异地互认落地

京津冀政务服务协同发展再添新场景

本报讯 (记者张玺)近日,天津经济技术开发区一家企业的高管在北京经济技术开发区政务服务大厅完成现场实名认证,顺利办结跨区域企业高管备案业务。这是京津冀三地首例现场实名认证结果异地互认的成功实践,依托安全数据专线实现线上实时流转,真正实现“让数据多跑路,群众少跑腿”。

2026年5月,依据市场监管总局最新

登记材料规范,天津经开区进一步优化办事流程,细化现场实名认证配套材料与核验程序。然而,部分企业董事、监事、高级管理人员因异地办公、设备条件受限等情况,无法完成线上人脸识别实名认证,只能专程前往企业登记地采集信息,耗时又费力。

为破解这一堵点,提升跨区域政务服务

便利度,京津两地窗口单位主动对接,统一办事标准,依托安全数据专线,率先落地双向现场实名认证互认模式。注册登记地为天津经开区的经营主体,经办人可就近前往北京经开区政务服务大厅提交登记、备案相关材料,并同步完成线下实名认证;北京窗口完成核验后,通过专线同步实时推送实名信息至天津,天津窗口直接采信该核验结果

擦亮山地避暑、水上运动文旅名片,吸引省内外游客慕名打卡

贵州漂流:生态“凉资源”激发文旅“热活力”

本报讯 (记者李丰 田程)今年暑期,清凉戏水、峡谷漂流成为大众出游首选的旅游项目之一。依托得天独厚的山地生态与气候优势,这个暑期,贵州漂流持续升温,凭借清凉舒适的环境、惊险刺激的水上体验,吸引大批省内外游客慕名打卡。该省以“漂越贵州”省级户外IP为引领,整合优质漂流资源、迭代游玩业态、完善服务保障体系,推动漂流从单点火爆走向全域热销,持续擦亮山地避暑、水上运动文旅名片,让生态“凉资源”持续激发文旅“热活力”。

“山风凉爽,水面云雾袅袅,吸一口气都觉得身心舒畅!”来自重庆的游客李女士趁着暑

期携家人来到黔东南州镇远县高过河漂流景区,沉浸式体验山地漂流的独特魅力。她坦言,5公里河道、200米落差的天然赛道,急弯迭起、浪花飞溅,全程惊险刺激、清凉十足。

立足丰富的山地峡谷、河湖生态资源,2026年,贵州将“漂越贵州”列为全省十大山地户外重点产品,系统整合全域漂流资源,标准化、品牌化、产业化推动水上运动文旅发展。近日,2026“漂越贵州”首发仪式暨高过河“水上三项”竞技赛在镇远县启幕,创新推出皮划竞速、瀑布瀑降、桨板体验三大特色项目,打破传统单一漂流模式,丰富游玩体验。目前,高过河景区日均接待游客超5000人次,省外游客

占比高达90%。

与此同时,贵州各地漂流业态多点开花。安顺黄果树漂流凭借多险滩、大落差的天然河道优势,被游客誉为“山水间的速度与激情”;铜仁围绕“赛动黔景·漂起来”主题,打造超长周期水上运动季,覆盖碧江大梁河、江口太平河等五大核心漂流点,预计今夏可接待游客30万至50万人次……

贵州还盘活闲置资源、优化产品布局,延伸文旅链条,推动实现从“单一玩水”向“全域旅游”的转变。沉寂11年的黄平飞云大峡谷漂流全新升级回归,与野洞河漂流形成“一险一幽、动静互补”的差异化格局,精准对接青年探