

个人信息的财产权保护

刘德良*

内容提要：个人信息是指那些据此能够直接或间接推断出特定自然人身份而又与公共利益没有直接关系的私有信息。个人信息财产权是主体对其个人信息的商业价值进行支配的一种新型财产权，它能且只能存在于对个人信息进行商业性使用的条件下。在信息时代，个人信息具有潜在的商业价值故而都应该受到财产权的保护；对个人信息进行确权应该根据其体现的价值而定，当其维护主体人格利益时，应该给予其人格权的保护；当其维护主体财产利益时，就应该给予其财产权保护。

关键词：个人信息 人格权保护 财产权保护

随着信息技术和互联网络的发展，个人信息越来越显示出其商业价值，被商家用于市场营销而广泛获利，逐渐成为被许可使用而直接获得经济利益的客体。但由于对于个人信息可否成为财产权的客体、其权利归属如何等问题各国立法并没有明确的规范，因此，个人信息所蕴涵的财产价值往往在事实上由商家独占。这种现象既不利于个人隐私的保护，也对作为弱者的消费者个人十分不公平，还会影响个人信息交易市场的健康发展。为此，有必要从理论上探讨对个人信息进行财产权保护的必要性与可行性。

一、个人信息保护的法律现状及其分析

（一）个人信息保护的法律现状

当前对于个人信息保护的立法模式，大体上可以分为三类：

一类是狭义的个人信息保护立法，为我国和大多数国家与地区所采用。这一类型仅仅针对姓名、肖像、隐私等部分个人信息分别进行立法，只对那些对于维护人格尊严有直接关系的个人信息给予人格权保护，而基本上不承认主体对这些个人信息的财产利益。

另一类是广义的个人信息保护立法，它以 1995 年欧盟指令为代表，^{〔1〕}针对计算机和网络技术对个人信息保护的挑战而产生，其保护范围包括姓名、肖像、隐私等直接关系到人格尊严的个人信息，还扩大到一般个人信息。这类立法将个人信息分为敏感个人信息^{〔2〕}与琐碎个人信息。对于前

* 北京邮电大学网络法律研究中心研究员，中国人民大学民商法在职博士研究生。

〔1〕 这类立法除了欧盟各成员国外，还包括北欧各国、东欧部分国家及俄罗斯 2006 年通过的个人信息法、日本 2003 年的个人信息保护法、韩国 1994 年的个人信息保护法等。

〔2〕 所谓敏感个人信息包括种族或民族出身、政治观点、宗教或哲学信仰、商业组织成员身份、健康或性生活等信息。See EC Directive of the Protection of Individuals with regard to the Processing of Personal Data and on the Free Movement of Such Data (以下简称为 EC Directive), art. 8.

者,除非获得主体的明确同意或基于法定情形,否则禁止对其的收集、加工、传播或使用;对于后者的收集、加工、传播、使用等则相对宽松一些。同时,该类立法也规定了数据主体的基本权利,包括知情权、进入权、反对权等。^[3]不过,这些权利在内容上也并不具有任何财产权的属性,所以该类立法赋予信息所有人的本质上仍然只是人格权保护。^[4]这样,信息所有人对自己的个人信息并不享有积极性的财产权,仍不能对自己的个人信息的商业价值进行支配。不仅如此,该类立法也不承认主体对其个人信息的商业价值的正当利益。^[5]

第三类立法则以美国为主要代表。^[6]其关于个人信息的法律保护问题缺乏一个综合的统一立法,而由宪法、制定法、普通法等内容混同组成。首先,在宪法和制定法内容中,其针对的主要是政府或公共机构滥用个人信息的行为,只有少数涉及金融服务、娱乐、通信服务等私人市场领域内的个人信息利用问题。^[7]因此,除了少数州在基因信息保护立法上承认了个人对其基因信息享有财产权外,在制定法上,尤其是联邦制定法,对个人信息的保护基本上也是实行人格权保护模式。^[8]其次,在普通法上,关于个人信息的保护,主要是通过侵权法和合同法来实现的。^[9]但依照传统侵权法,与个人信息商业价值有关的侵权情形只有基于商业目的滥用他人名字、形象等行为。其构成要件是必须将这些名字或形象展现于公共场所用以暗示原告赞成被告的产品或服务,因此,商家未经用户同意擅自将其个人信息出售给第三人(如广告商的行为),往往并不能构成这种隐私侵权。^[10]而在合同法上,信息披露者向收集者披露特定个人信息,作为对价,信息收集者应向披露者支付一定报酬。但如信息收集者在合同范围以外再次使用,尤其是向第三人披露或许可使用时,即使有诚实信用原则的制约,信息所有人的正当利益也无法根据合同获得充分的保护。^[11]

[3] EC Directive, art. 10, 11, 12, 14, 15.

[4] 参见[德]卡尔·拉伦茨:《德国民法通论》,王晓晔等译,法律出版社2003年版,第165页以下。关于这一点,我们也可以从欧盟指令第1条有关立法目的的规定上得到验证。

[5] 根据欧盟指令第22、23条的规定,任何数据主体有权就一切非法加工个人数据所遭受的损失获得赔偿;除非数据控制者能够证明该损害不是由其引起的或他不应该对此负责。可见,这里所谓的“损失”指的是由于数据收集、加工等行为所造成的间接损失,而未包括直接损失——个人数据本身的商业价值的流失。也就是说,以指令为代表的该类立法并不承认数据所有人对其个人数据所蕴涵的商业价值的财产利益要求。Also see Detlev Zwick, Nikhilesh Dholakia, *Models of Privacy in the Digital Age: Implications for Marketing and E-Commerce*, available at <http://ritim.cba.uri.edu/Working%20Papers/Privacy-Models-Paper%5B1%5D.pdf>.

[6] 值得注意的是,在美国法中,“隐私”的概念比我们一般的隐私概念范围广泛得多,与“个人信息”没有太大的区别,其对欧盟表述计算机时代的个人信息的范畴——“个人数据”,就称为“信息隐私”(Information Privacy)。

[7] See Vera Bergelson, *It's Personal But Is It Mine? Toward Property Rights in Personal Information*, 37 U. C. Davis L. Rev.

[8] 同上文。目前,美国立法明确承认个人对其基因信息享有财产权的有阿拉斯加、科罗拉多、佛罗里达、佐治亚、路易斯安那五个州, See <http://www.ncsl.org/programs/health/genetics/prt.htm>。另外,俄勒冈州1995年通过的基因信息保护法也承认个人对其基因信息和DNA样本享有财产权,后来由于制药业的强烈反对和人们对法律本身之含糊不清的批评,在基因研究咨询委员会(GRAC)的建议下,2001年该州第114法案又推翻了该法,代之以用刑法惩罚那些滥用DNA信息的行为。See Rachel Greenstadt and Michael D. Smith, *Protecting Personal Information: Obstacles and Directions*, *Proceedings of the Fourth Workshop on the Economics of Information Security* (WORM2005), Nov. 2005.

[9] 侵犯隐私权的情形主要包括打扰宁静、披露私人事情、虚假曝光、基于商业目的滥用他人的名字、形象等。See William Prosser, *Privacy*, 48 CAL. L. REV. 383, 389 (1960)。在合同法上,根据诚实信用原则,当事人则负有“不得滥用和向他人披露对方个人信息”的义务。See Patricia Mell, *Seeking Shade in A Land of Perpetual Sunlight: Privacy As Property in the Electronic Wilderness*, *Berkeley Technology Law Journal*, Vol. 11, 1 (1996)。

[10] See *Shibley v. Time Inc.*, 341 N. E. 2d 337, 339 (Oh. App. 1976)。

[11] See Seth Safier, *Between Big Brother and the Bottom Line: Privacy in Cyberspace*, 5 Va. J. L. & Tech. 6 (2000)。最近在加利福尼亚州发生的一个关于基因信息财产权的案例中,地方法院认可原告对自己个人信息的财产权主张,而上诉法院则在极有争议的情况下推翻了地方法院的这一判决。不过,上诉法院并没有否认在理论上承认个人信息财产权的可能性与合理性,而认为如果社会公众能够接受,承认个人基因信息财产权是没有理论障碍的,并敦促立法机关尽早对此做出明确的规定。See *Moore v. Regents of the University of California*, 793 P. 2d 479 (Cal. 1990)。

为此,有些法院逐渐承认了个人对其医疗信息和测谎记录享有财产权。^[12]第三,在美国,还存在一种在普通法和制定法上都得到承认的公开权,这是一种以个人名字、形象等个人信息为客体的财产权,但这种权利一般只存在于将名字、形象等个人信息使用于特定的商品或服务上的情形,以暗示权利人对该商品或服务的支持。由此,一般情况下以商业目的买卖他人的名字、形象等个人信息也难以归入公开权的保护。^[13]由此可见,这类立法的特点是,个人信息以人格权保护为主,但在特定情形下可以获得普通法甚至是制定法上的财产权保护,尽管其范围十分有限。

(二)对个人信息法律保护现状的分析

总体来看,目前在处理信息所有人与信息收集、加工、使用者之间的私法关系问题上,美国采取的是基于市场机制的自我规制模式,而前两种模式均采取了法律强制的规制方法。^[14]二者差别的形成,乃在于其理论基础和背景的不同。

欧盟指令建立在将隐私与个人数据保护问题视为一项基本人权与自由问题的基础上,主体对自己个人信息的控制被认为是一种基本权利和自由。相应地,在私法理论上,这种立法模式坚持传统的隐私(权)观念,将个人信息视为隐私的组成内容。在此理念下,个人信息不是被理解为一种可以由主体所有、在市场上自由交易的个人财产,相反,它被认为是一种内在于主体、攸关主体人格尊严、不具有经济属性、不可转让的基本人权。换言之,以欧盟指令为代表的立法模式是将个人信息视为一种人格权的客体来规制。^[15]

而在美国法背景中,言论自由或信息自由是至关重要的,它被认为是民主和法治的基础。相比之下,隐私虽然也受保护,但从宪法上看,它主要针对的是政府等公共权力机构的侵权行为,地位不如言论自由那么重要。^[16]由此,对个人信息的保护并不是视其为一种攸关主体人格尊严的基本权利,而是将其放在促进电子商务和信息经济发展的理念之下。而电子商务和信息经济的发展客观上需要将包括个人信息在内的一切有价值的信息作为商品来看待,允许其像其他商品一样自由交易。这样,美国法的模式就可能在理念上默认个人是其个人信息的所有者,从而可以将其个人信息作为商品在市场中自由交易。^[17]

尽管如此,这种理念上的承认并没有使美国的个人能够作为信息的所有者对其个人信息的商业价值直接主张财产权,立法在绝大多数情况下对此都没有明确,美国的个人信息交易市场仍是以信息收集者作为所有者,使个人信息所蕴涵的商业价值被商家所吞噬,而作为观念上所有者的消费者

[12] 对于医疗信息的财产权确认,见 *Bishop Clarkson Mem'l Hosp. v. Reserve Life Ins. Co.*, 350 F. 2d 1006 (8th Cir. 1965); *Pyramid Life Ins. Co. v. Masonic Hosp. Ass'n of Payne County*, 191 F. Supp. 51 (W. D. Okla. 1961); *Bennett v. Heidinger*, 507 N. E. 2d 1162 (Ohio Ct. App. 1986). 对于测谎记录的财产权确认,见 *Bennett v. Heidinger*, 507 N. E. 2d 1162 (Ohio Ct. App. 1986).

[13] 目前在美国,至少有25个州的普通法或制定法承认公开权(See Russell J. Frackman and Tammy C. Bloomfield, *The Right of Publicity: Going to the Dogs?* available at <http://www.gseis.ucla.edu/iclp/rftb.html>.) 但一般认为,公开权保护的主体限于名人,保护的对象主要是名人的个人名字、形象、声音等少数类型的个人信息,因此,可以简单认为,公开权保护名人的个人信息财产权。前引[9], Patricia Mell 文。See *Heights Community Congress v. Veterans Administration*, 732 F. 2d 526 (6th Cir. 1984); Reidenberg, *Setting Standards for Fair Information Practice in the U. S. Private Sector*, 80 Iowa L. REV. 497 (1995); Reidenberg, *Privacy in the Information Economy: A Fortress or Frontier for Individual Rights?* 44 Fed. Comm. L. J. 195 (1992).

[14] See Ann Cavoukian, *Privacy as a Fundamental Human Right vs. an Economic Right: An Attempt at Conciliation*, *Information and Privacy Commissioner/Ontario*, available at <http://www.ipc.on.ca/images/Resources/up-1pr-right.pdf>.

[15] 参见前引[5], Detlev Zwick 等文。

[16] 关于这一点,我们可以从美国宪法对第一修正案言论自由和第四修正案隐私权的有关规定上得到证明。其宪法并没有明确规定隐私权,对隐私权的宪法保障,一般认为只能从宪法第四修正案关于行政机关行使权力的正当程序的有关规定中推演出来。

[17] 参见前引[5], Detlev Zwick 等文。

却仅仅成为利益相关者。^[18] 同样,前两种模式,特别是以指令为代表的立法模式,尽管在保护内容上非常广泛,但由于其立法基础与传统隐私权保护立法模式的技术背景之间并没有本质的区别,没能反映出信息时代个人信息商品化的事实,拒绝承认个人对其个人信息中所蕴涵的商业价值的财产权。^[19] 因此,就保护个人对其信息的商业价值而言,这些立法在实际效果上并没有太大的区别。

在个人信息的法律保护上之所以会出现上述状况,是因为认识上长期存在的一个基本前提:所有的个人信息都与人格尊严有关从而与财产利益无涉,给予主体个人信息财产权保护不仅有悖于人格权理论和公共产品理论,而且还构成对信息自由或言论自由的威胁。

二、个人信息财产权保护的障碍及其分析

(一) 人格权理论及其评价

在法学上,否认个人信息财产权的最主要的理论就是人格权理论。人格权是指主体对自己的人格要素如生命、健康、姓名、肖像、隐私等享有的一种与主体不可分离的非财产性权利。人格权的独特之处在于没有主体本身之外的客体,是针对主体人身的姓名、身体、荣誉和名誉、私生活、肖像等要素的权利。^[20] 在传统民法理论上,由于其目的及客体上的特点,一般认为,人格权是主体所固有的、不可剥夺、不可抛弃、不可转让的且没有财产属性的消极性或防御性权利。^[21] 据此,学者们认为,诸如姓名、肖像、隐私等人格权的客体只能内在于主体,与主体之间不可分离;一旦承认对这些客体享有财产权,则无异于将这些内在于主体的人格因素财产化,从而导致主体客体化,同时将导致更加广泛的隐私侵权现象,不利于隐私权的保护,因此,是不可以接受的。^[22]

笔者认为,以人格权理论为基础反对给予个人信息财产权保护的基本逻辑是:大前提——人格权的客体都内在于主体,与主体不可分离;承认人格权的客体可以外在于主体,与主体分离,将导致主体成为被支配的对象,从而有损于主体的人格尊严。小前提——个人信息也是人格权客体,故而也内在于主体、与主体不可分离。结论——承认个人信息财产权将会导致主体成为被支配的对象,从而有损于人格尊严,因此,个人信息只能成为人格权的客体而不能成为财产权支配的对象。但是,该逻辑推理的前提以及以之为基础所得出的结论都可商榷。基于人格权理论并不能否认个人信息财产权,具体理由如下:

首先,从正面来分析,“人格权的客体都内在于主体、与主体不可分离”并不完全正确。在主客体严格区分的近代法律理念下,人的存在被抽象地神圣化了,他似乎只能而且永远应该作为一个整体与客体相对应,以另一范畴——主体的身份去支配客体,而其任何一部分都不能成为被支配的对象或客体。诚然,作为“人”的组成的生命、身体、健康等物质型人格要素只能为权利人自己所支配,而不能成为任何他人(权利)支配的对象或客体,否则将会有损人格尊严。但是,按照现代认识论,世界是由物质、信息和能量三要素组成的,生命、身体、健康等自然属性并不能构成一个社会人的全部,一个完整的社会人的存在还需要姓名、肖像、隐私等因素的提示。在这些构成要素中,人的身体及其组成部分属于“物质”;而姓名、肖像、隐私等则属于“信息”,构成了姓名权、

[18] US. Department of Health, Education and Welfare, *Records, Computers and the Rights of Citizens*, MIT Press, Cambridge, Mass., 1973.

[19] See Kenneth C. Laudon, *Market and Privacy*, *Communications of the ACM*, 39 (9), 92-104.

[20] Philippe Malaurie, *Droit Civil, Les Personnes, Les Incapacités*, Edition Cujas, 1992, p. 99. 转引自王利明:《人格权法研究》,中国人民大学出版社2005年版,第9页。

[21] 同上引,王利明书,第13页以下。

[22] See Jessica Litman, *Information Privacy/Information Property*, 52 Stan. L. Rev. 1283; 前引[5], Detlev Zwick 等文; Arthur R. Miller, *Personal Privacy in the Computer Age: The Challenge of a New Technology in an Information-oriented Society*, *Michigan Law Review*, Vol. 67, No. 6. (Apr., 1969), pp. 1107-1108.

肖像权、隐私权等精神型人格权。^[23]这就是说,与作为物质型人格权客体的生命、身体、健康等不同,姓名、肖像、隐私等精神型人格权客体并不是物质实体的人的直接组成部分,而是对主体进行描述和反映的外在符号或信息,并不是“内在于主体、与主体不可分离”的。

其次,从反面来观察,既有法律的规定为肖像付费使用等现实存在的现象提供了合法性,出现了一种“肖像利用权”的权利保护,这就意味着在一定程度上,肖像被承认有了财产权的属性。现实生活中几乎也无时无刻不在发生基于信息所有人的个人意志同意而进行的个人信息收集和买卖行为。从理论上推演,这些都意味着主体成为了被他人支配的客体,违反了主体客体区分理念。而其现实存在的合理性就促使我们反思这一抽象理论预设,承认“人格权的客体都内在于主体、与主体不可分离”这一认识仅仅建立在对物质型人格权客体属性的认识基础上,在现代社会是有所偏颇的,并非所有的人格权客体都内在于主体、与主体须臾不可分离。

我们还可以抛开上述逻辑命题而实证地思考个人信息财产权保护的正当基础。在法律上,权利是与资格或可能性联系在一起的,法律权利的性质和功能是由其客体的属性和功能所决定的。同样,在对个人信息提供何种权利保护的问题上,我们也应该根据个人信息对主体所具有的价值或功能来决定:个人信息发挥维护主体人格尊严的价值或功能时,应该给予其人格权保护;个人信息发挥维护主体财产利益的价值或功能时,应该给予其财产权保护;如果个人信息同时发挥维护主体人格尊严和财产利益的价值或功能,就应该给予其人格权和财产权的双重保护。因此,只要个人信息具有维护主体的财产利益之功能,我们就应该承认主体对之享有财产权。在建立人格权理论的传统时代背景中,由于受技术的限制,个人信息的财产价值没有被发现,其主要发挥的是维护人格尊严的功能,法律只给予了它人格权的保护。但是,随着信息和网络时代的到来,个人信息事实上已经发挥出维护主体财产利益的功能,此时,法律和理论要做的就是承认主体对这些个人信息享有财产权。否则,一个作为所有人的个人却不能对其可支配的信息享有财产价值,按照自然法的基本理念,其人格尊严又何在呢?

因此,承认个人信息财产权无损于维护主体的人格尊严,法律承认个人信息财产权也并不意味着否认个人对其信息本应该享有的人格权,而是给其提供了更多的选择自由。

(二) 信息自由与言论自由理论及其分析

有些学者认为,一旦承认个人对其信息享有财产权,就会威胁言论自由,与宪法规定的言论自由权相抵触。“由于信息是构成表达、自治政府和知识本身的基础,因此,一旦接受了财产权模式,就意味着信息可以为私人所有,信息的所有者有权对这些信息的利用进行限制。这样,宪法关于言论自由的原则就会受到伤害”。^[24]笔者认为,以言论自由来否认个人信息财产权,既有对言论自由的曲解,也有对个人信息财产权的误解。

首先,否认个人信息财产权的观点曲解了言论自由。虽然言论自由是一项基本人权,人人有权通过媒介自由发表意见,但是,正如任何其他权利和自由的行使都应受他人或公共利益的制约一样,言论自由也不是一项绝对的人权,它的行使应尊重他人的权利和名誉,保障国家安全、公共秩序、公共卫生或道德。^[25]实际上,在世界各国的司法实践中,因为言论自由而侵犯他人隐私权或名誉权的现象并不罕见。但由于我们对这些隐私或名誉享有人格权,在权利的冲突中,就不能以言论自由为借口而将其轻易否认。同样,我们对自己的个人信息的商业性使用价值享有财产权,在权利的冲突中,也不能以言论自由为借口而对它任意否认。

[23] 按照人格权与人体是否有直接关系,可以进一步将其分为物质性人格权和精神性人格权。参见张俊浩主编:《民法学原理》,中国政法大学出版社1997年版,第135页以下。

[24] 前引[22], Jessica Litman 文。

[25] 《联合国人权公约》第19条之2、3。

其次,认为承认个人信息财产权会威胁言论自由的观点也误解了个人信息财产权。承认个人对其信息拥有财产权,并不意味着信息的使用就可以不受任何限制。现代社会的一个基本特点就是,财产日益脱离其自然属性而受到社会全方位的规制,那种认为个人财产(地产)“上及天庭、下达地心”的财产观早已过时,取而代之的是认同在社会的复杂存在中私人财产受到的种种限制。在这样的财产观下,我们方能理解商业秘密何以受到保护,何以禁止刺探他人隐私。在这样的财产观下,正如任何权利都有限制一样,个人对其个人信息享有的财产权也受到所有应有的限制。这种限制首先体现在其客体范围上,个人信息财产权所要保护的并非是单纯的数字或与主体无关的信息,而只是与特定主体身份有关的信息;脱离与特定主体身份关系的信息不构成个人信息财产权的客体。这种限制还体现在个人信息财产权的行使条件上。个人信息财产权之所以产生的背景,是商家在对消费者个人信息的二次商业性使用过程中完全剥夺了后者的支配权,对于作为消费者的个人极不公平。换言之,个人信息财产权是在他人对所有人的个人信息进行商业性使用背景下产生的一种财产权,是主体对自己个人信息的商业性使用价值的支配权,因此,它也就只能存在于对个人信息的商业性使用背景下。一旦脱离这一背景,基于利益平衡的基本法律理念,个人信息财产权就应该受到各种权利包括言论自由等的限制,此时,以言论自由为基础而对个人信息的使用属于“合理使用”的范围,并不会威胁到信息的自由传播和言论的自由。

(三) 公共产品理论及其评价

在解释私人能够拥有什么或对于什么资源可以给予财产权保护这一基本问题的时候,人们通常以经济学上公共产品与私人产品的区分理论为依据。对于信息,学者们倾向于将其视为一种公共产品,或者认为其具有公共产品的某种属性——一个人对信息的消费并不影响其他个人同时对该信息的消费,无数个人可以同时共享某一公开的信息资源。^[26]由此,公共产品理论认为个人信息也应该被划入公共产品范畴,相应地,个人信息也就不能成为私人财产权的客体,否则,不利于充分发挥其效益。^[27]笔者认为,个人信息不是经济学上的公共产品,以公共产品理论为依据否认个人信息财产权的观点是经不起推敲的。

首先,按照信息的来源和反映对象,信息应该划分为公共信息和私人信息。私人信息是指那些与公共利益没有直接关系、仅仅反映私人身份及其他方面的信息。而公共信息,则是指那些处于公共领域,攸关公共利益,反映社会政治、宗教、经济、文化等领域的,与特定的个人没有直接利益关系的信息。一般来说,由于公共信息攸关整个社会公共利益,因此,对于这些信息的供给和需求关系是不能通过一般的市场关系来实现的,只能通过国家立法予以保障。对于私人信息而言,其事实上的私有性决定了如果不承认所有人的财产权,就会产生供给不足的问题。不仅商业秘密或技术秘密的供给及其保护可以说明私人信息的这一属性,而且,所有人基于自身利益的考量也会拒绝提供,从而使个人信息的供给减少。^[28]因此,只有承认个人对其信息的私有财产权,才能保障个人信息交易市场的供需平衡。由此可见,经济学上公共产品理论中关于“信息是公共产品”的命题中的“信息”只能是指公共信息。

其次,个人信息的商业性使用具有竞争性特点,个人信息的商业性使用价值应该被视为私有财

[26] See George J. Stigler, *An Introduction to Privacy in Economics and Politics*, The Journal of Legal Studies, Vol. 9, No. 4, The Law and Economics of Privacy. (Dec. 1980), p.623-644。另外,参见吴汉东:《关于知识产权制度的经济学思考》,《法学》2000年第4期;[美]罗伯特·考特、托马斯·尤伦:《法和经济学》,张军等译,上海三联书店、上海人民出版社1994年版,第152页。

[27] See Peter P. Swire, *Markets, Self-Regulation, and Government Enforcement in the Protection of Personal Information, on Theory of Markets and Privacy*, Available at <http://www.ntia.doc.gov/reports/privacy/selfreg1.htm>.

[28] 即使不承认个人对其信息的私有性,但事实上个人却是其个人信息的最初提供者,所有人可以根据其对市场的判断决定是否提供及提供多少个人信息,这样,就可能产生个人信息市场供给的短缺问题。

产。实际上,人们所谓的“个人对信息的消费并不影响他个人同时对该信息的消费”的说法只有在消费目的为非营利性情况下才具有正确性。对于已经披露给特定商家的个人信息,商人的营利性和商业活动的竞争性决定了该商人势必会采取措施阻止其他同业商人对该信息的商业性使用。换言之,在某一行业里,特定个人信息的商业性使用价值是会随着其使用者的增多而递减的,即个人信息的商业性使用价值具有排他性或竞争性。^[29]同时,个人信息供给的私人性及其商业性使用价值的财产属性使得个人信息具有私人产品的特点——稀缺性。因此,在个人信息商业性使用条件下,商人的营利性使得个人信息供给与需求关系必须借助于私有产权配置才能实现正常的平衡。由此,建立在以“信息是公共产品”的基础上所得出“不应该给予个人信息以财产权保护”的结论也就没有说服力了。

(四) 侵权法保护观点及其分析

与上述几类观点不同的是,该观点虽然承认个人信息商业价值应该给予保护,但是,在保护方式上反对给予财产权方法,主张采取侵权法的保护方式。这种观点认为,如果我们不打算将某物转让,那么,根本没有必要在其上设立财产权。没有必要仅仅为了保护某种利益免受侵害而给予其财产权保护,侵权法就足以满足这种需要,比如,尽管身体、名誉等不被认为是财产,但是,侵权法同样保护其不受侵犯。因此,对于个人信息中的商业利益保护来说,采取侵权法就已经足够了。一旦承认个人信息财产权,将会鼓励我们在绝大多数情况下都不愿意看到的个人信息交易。而且,个人信息的可转让性及信息主体易于弃权也将使对个人信息控制权掌握在信息提炼者而非信息主体手中。^[30]这样,承认个人信息财产权不但不能有效地保护个人隐私,相反,它只能把问题变得更糟;而采取侵权法的保护模式,就可以避免财产权保护模式所预设的陷阱。^[31]

虽然侵权法保护的观点在某种意义上具有合理性,但是,选择侵权法的保护方法保护个人信息财产权将会遇到如下问题:

一是侵权法的保护方法过于消极,不利于主体积极行使权利,不利于促进信息产业的健康发展。财产权存在的理由在于通过赋予所有人支配客体的权利,明确财产权转让的条件,从而促进财产的交易,以实现社会财富的最大化。^[32]主张采取侵权法保护个人信息的观点实际上忽略了这样一个基本事实:对于个人来说,并非其所有个人信息都是秘密的、不希望别人知道的事实。有些个人信息是可以让他人知悉的,甚至有的还是主体希望他人知悉的信息。因为这些个人信息的公开和转让不仅不会有损于其人格尊严,还能够为其带来经济利益。个人信息已经并将继续成为重要的商品,个人信息的开发、加工和交易将成为信息产业和信息经济的重要内容。由于侵权法对合法利益的保护具有事后性、被动性或消极性,因此,在确定损害赔偿时,个人信息的商业价值通常是由法官而不是由主体和商家事前协商确定,这不利于个人信息主体将其个人信息中蕴含的财产价值最大化。如果承认个人对其信息商业价值的财产权,个人信息的价值则取决于当事人双方的协商,理论上其交易价格不至于使得任何一方当事人的处境因此变得更为不利,主体就可以根据市场和自己的需要主动对自己个人信息商业价值进行积极使用。^[33]同时,还可以促使商家在个人信息的收集、加工、开发和使用方面避免过度投资和浪费。

二是侵权法保护模式不能为个人信息保护提供一套明确、清晰、连贯如一的保护机制。由于侵

[29] 关于这一点,我们也可以从许多商家对其客户名单等信息的保密及可口可乐公司对其独特配方的保密程度得到证实。

[30] See Rochelle Cooper Dreyfuss, Warren and Brandeis Redux, *Finding (More) Privacy Protection In Intellectual Property Law*, Stanford Technology Law Review, forthcoming.

[31] 前引[22], Jessica Litman 文。

[32] 同上文。

[33] See Guido Calabresi & A. Douglas Melamed, *Property Rules, Liability Rules, and Inalienability: One View from the Cathedral*, 85 Harv. L. Rev. 1089 (1972).

权法保护是针对个案进行事后的、消极的救济方法,因此,它不能为社会公众和商家提供一套明确、清晰、连贯如一的行为规范,不利于规范和引导人们的行为。尤其是在网络环境和电子商务条件下,如果采取侵权法的保护方式,由于跨国交易中的法律适用问题,特别是各国侵权法的规定及司法对侵权行为的认定存在着很大的差别,将更加不利于实现预防和减少侵权行为发生的宗旨。^[34]而采取财产权保护方法,财产权规则的明确性、普适性、连贯性和不可侵犯性就可以使得它作为一种普适的行为规范而获得一致的遵守,进而可以避免侵权法保护模式的这些缺陷,更有利于对个人信息商业性使用价值的保护。

三是从制度经济学上讲,采取财产权保护模式更有效。对于个人信息商业价值的保护应该采取侵权法还是财产权保护模式的问题,制度经济学为我们提供了一种思考方法。根据科斯定理,在交易成本为零且双方都愿意交易的情况下,采取任何规则都是无关紧要的。交易成本越高,适用侵权法保护个人信息越有效,反之,则适用财产权保护的方法越有效。^[35]根据这种原理,在个人信息初级市场上,个人自愿向商家披露个人信息以换取某种利益而订立合同。理论上讲,商家可以使用信息收集技术清楚地说明需要收集的信息及信息将要使用的方式;而消费者也可以使用诸如 P3P 技术^[36]等接受或拒绝商家的信息收集和使用承诺;一旦选择拒绝后也可以很容易地浏览其他网站。在个人信息二级市场上,根据股票交易市场模式建立“国家个人信息交易市场”^[37]不失为一种可行的选择方法,如此,与现行的股票交易一样,个人信息交易成本并不能成为设立个人信息财产权制度的障碍。反之,在网络时代,对于个人信息的商业价值如果采取侵权法的保护模式,一方面由于会遇到不同法域的法律适用问题而增加了消费者的利益保护成本;^[38]另一方面,这种法律适用的不确定性也将导致商家对自己行为的放纵,从而造成更严重的信息侵权局面,加重消费者的个人信息保护成本。而如果采取财产权保护模式,则可以避免这些缺点。^[39]由此,利用财产权保护方法取代侵权法来保护个人对其个人信息商业价值的合法利益的做法正在成为一种趋势。

三、个人信息财产权保护的必要性与合理性

(一) 个人信息财产权保护的必要性

鉴于个人信息交易已经并将继续成为重要的商业形式及立法缺失的实际情况,有必要探讨个人信息财产权保护的必要性,从而为立法提供依据。

1. 公平正义与保护弱者理念的要求

一方面,公平正义的法律理念要求承认个人对其自身信息的财产权。在私法上,个人信息财产权所涉及的主体,主要是信息所有人和使用个人信息的商家。如果将个人信息的商业价值归属于商家,这将不仅与民法有关隐私权、姓名权、肖像权等人格权保护制度相矛盾,而且也可能导致个

[34] See Edward J. Jange, *Privacy Property, Information Costs and the Anticommons*, 54 Hastings L. J. 899; 前引 [7], Vera Bergelson 文。

[35] 前引 [33], Guido Calabresi 等文。

[36] P3P (Platform for Privacy Preferences) 的工作原理是:一旦用户在自己的终端上安装、运行该软件并选择自己的信息偏好后,该软件就会与浏览器链接起来。当用户在浏览网页时,每一个网站都可以向用户的终端设备发出一个可以被机器读取的 P3P 协议。如果网站的信息保护政策与用户的信息偏好一致,那么,就可以自动达成信息许可协议,而用户的浏览器就可以不间断地进入该网站访问;反之,如果网站的信息保护政策与用户的信息偏好不一致,就会获得提示并询问是否不顾这种与其要求不一致的信息保护政策而希望继续访问该网站。See Joseph Reagle & Lorrie Faith Cranor, *The Platform for Privacy Preferences*, available at <http://www.w3.org/TR/1998/NOTE-P3P-CACM/> (visited Jan. 20, 2007)。

[37] 前引 [19], Kenneth C. Laudon 文。

[38] 前引 [7], Vera Bergelson 文。

[39][40] 前引 [11], Seth Safier 文。

人信息人格权名存实亡或与之产生严重的冲突。^[41]同时也不符合人们关于财产分配的一般观念,严重违背法律追求公平、正义的价值理念。^[42]

目前的法律制度,由于不承认个人对其自身信息的财产权,个人信息市场则实际上是建立在信息收集者作为信息的所有人(而个人则最多是利益相关者而非所有者)的观念之上。^[43]因此,商家可以擅自收集、使用或买卖消费者的个人信息。只要这种信息不属于个人隐私,就很难从法律上对商家的这些行为做出评价,更不用说作为消费者的个人可以根据法律向商家主张对价或要求其赔偿经济损失了。即使商家擅自收集、加工、使用或买卖个人隐私,对于作为隐私权主体的个人而言,充其量也只能获得数量有限的“精神损害抚慰金”而已。其结果是商家不仅享有个人信息的使用价值,而且还几乎完全占有对个人信息的交换价值,而作为信息的真正所有者的个人,则基本上一无所获。而一旦承认个人信息财产权,就可以使消费者与商家之间就个人信息的商业价值问题进行公平的谈判,从而可以使消费者获得适当的补偿。^[44]

另一方面,保护弱者的现代法律理念也要求承认个人信息财产权。在商家与消费者之间,由于经济实力和信息优势之间的巨大差异,消费者往往处于弱者地位。如果不承认个人信息财产权,不仅会使本来已经处于弱势地位的消费者个人在经济实力强大的商家面前变得更加弱小,而且还将使得自工业社会以降法律所奉行的“保护消费者”的价值理念受到重创。

2. 法律体系内在价值追求的逻辑统一性要求

法律体系内在价值追求的逻辑统一性要求承认个人信息财产权。如果不承认个人对其私有信息的财产权,将会面临三个方面的逻辑问题:其一,无法解释为何既有法律承认商业秘密或技术秘密的财产权属性,而不承认个人信息的财产权属性问题。既然同样属于私有的信息,为何法律要在二者之间采取截然不同的态度,承认前者的财产权属性而拒绝后者?^[45]其二,无法解释这样的逻辑问题:既然法律奉行“私有财产或所有权神圣不可侵犯”的原则,给予有形物以财产权保护,却为何又拒绝承认个人对其信息的财产权?其三,既然法律对于个人信息中体现的人格利益予以保护,却又为何对个人信息中的财产利益不予理睬或将它让与他人?同样是个人信息,难道其中所体现的人格利益和财产利益应该分属于不同的主体?不承认个人信息财产权不仅导致法律内在价值体系的崩裂,而且在逻辑上也将难以自圆其说。^[46]

3. 预防、减少人格侵权行为和社会利益最大化的制度要求

法律经济学的研究表明,在侵权法上,要想有效地制止侵权行为的发生,加大侵权行为的成本是极其有效的办法之一。而在民事立法技术上加大侵权行为成本的方式主要是令加害人承担由此而

[41] 即使不从抽象意义上考虑人格与财产的关系,如果将个人信息的商业性使用价值视为商家而不是个人所有的,那么如何协调基于个人对其信息的人格权与商家对他人信息商业价值的财产权之间的关系将是一个无法逾越的难题。这是因为,商家行使其对那些攸关他人人格尊严的个人信息财产权时则往往会对他人的人格尊严造成损害,此时,如果法律以人格权优先的话,则这种财产权将名存实亡。

[42] 如果将个人信息所蕴涵的财产价值赋予商家,就无异于承认任何人都无权占有那些本来被认为应该属于他人的财产。其实,按照(与客体关系)最密切关联的原则,个人信息财产权应该赋予作为其所有人的个人而不应该是商家。

[43] 前引[19], Kenneth C. Laudon 文。

[44] 同上文; Carl Shapiro and Hal Varian, *US Government Information Policy*, May 28, 1997, available at <http://www.sims.berkeley.edu/hal/Papers/policy.pdf>.

[45] 一个似乎合理的解释就是:技术秘密或商业秘密包含有主体的创造性劳动,故而应该承认其财产权要求。但是,这种解释很难成立:一方面,创造性劳动并非取得财产权的唯一要件,物权、债权等诸多权利的取得即可证明这一点。另一方面,商业秘密中所包含的并非都是创造性劳动的因素,客户名单等事实信息作为商业秘密而获得法律的保护更使这种解释无法成立。

[46] 在现代民法哲学上,人格(权)并不是一个空洞的概念,没有任何财产的主体其人格很难独立。因此,承认主体的人格独立,不仅需要承认其人格权,也需要承认其本应该享有的财产权。这也是所谓的“无财产则无(独立)人格”。显然,从财产与人格之间的关系来看,承认个人对其自身信息的财产权对于维护其人格尊严是非常必要的。

引起的财产责任。对于商人而言,经济利益的驱动是其行为的主要动因,如果让侵权者承担相应的经济赔偿责任,以剥夺其因为侵权而获得的不正当经济利益,侵权者将会放弃或减少侵权行为的发生。这样,就可以实现预防和减少侵权行为发生的立法目的。因此,对个人信息的法律保护应该在制度上配置财产责任,从而增加人格侵权的成本,未经许可擅自对个人信息进行商业性使用,不仅可能构成人格侵权,而且还可以构成财产侵权。这样,就可以为受害人要求获得相应经济赔偿提供法律依据,并使侵权人预见到其侵权行为可能的成本及后果,最终达到预防和减少侵权行为发生的目的。

然而,由于目前的法律不承认个人信息的财产权属性,在个人信息人格权侵权案件中,加害人一般不需要承担财产责任,即使有时承担一定的赔偿责任,也只是精神损害赔偿,而且其数额往往有限,尤其是与侵权人获得的财产利益相比往往是微不足道的。换言之,在不承认个人信息财产权的私法制度下,针对个人信息人格权的侵权成本一般都是很低的,而加害人的收益却很大,这样,在客观上就会助长或纵容信息人格侵权行为的发生。

另外,从经济学上讲,承认个人信息财产权也可以迫使商家在收集、加工和使用个人信息的过程中避免浪费,从而可以将目前转嫁给消费者的成本内化。这也符合整个社会利益最大化的价值追求。^[47]

4. 信息时代社会发展的客观要求

在信息时代,信息技术的发展使个人信息的财产价值获得前所未有的提升,^[48]以至于有学者认为,个人信息就是在线电子商务中的新货币、网络经济的血液。^[49]尽管目前法律上不承认个人信息的财产属性,但个人信息交易或许可使用的现象却时有发生。^[50]

法律的使命是促进和保障社会的健康发展。信息时代客观上使得一切有价值的、可以为私人拥有或所有的信息都可以成为商品,并可以进行交换。商品交换的前提就是买卖双方彼此对交易标的都享有所有权或处分权。显然,既有的立法和司法实践不承认个人对其信息的财产权的做法有碍于个人信息合法交易和纠纷的妥当解决,有悖于信息社会发展的客观需要。因此,法律应该做的就是承认个人信息的财产权属性,从而为合法的个人信息交易和有关的纠纷提供相应的法律规范,以规范和促进信息产业的健康发展。

(二) 黑格尔的财产权理论与个人信息财产权保护的合理性

黑格尔的《权利哲学》^[51]集中体现了财产、人格与自由之间的关系。在黑格尔看来,以个体的人为中心,世界可以分为内部世界和外部世界。相对于外部世界来说,人是具有自由意志、个体特征(如精神)及规范特征(具有不得被侵犯的人格尊严)并可以将其自由意志体现于任何外在之物并使之成为财产的行为者。而客体之物则是外在于人、被人支配、不具有自由意志、不能享有权

[47] 前引[7], Vera Bergelson 文。

[48] See Pamela Samuelson, *Privacy As Intellectual Property?* 52 Stan. L. Rev. 1125 (2000); Jerry Kang, *Information Privacy in Cyberspace Transactions*, 50 Stan. L. Rev. 1193, 1198-99 (1998).

[49] See Paul Sholtz, *Economics of Personal Information Exchange*, volume 5, number 9 (September 2000).

[50] 比如在我国 2005 年末发生在网络上的 Uclou 网站公开叫卖个人信息案件。具体案情报道,参见 <http://tech.sina.com.cn/i/2005-12-24/1706801765.shtml>; 在美国和澳大利亚也都存在由商家通过给予消费者报酬而获得使用其个人信息的交易方式。See Roger Clarke, *Beyond the OECD Guidelines: Privacy Protection for the 21st Century*, available at <http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/DV/PP21C.html>.

[51] See G. W. F. Hegel, *Hegel's Philosophy of Right*, Translated by S. W Dyde Batoche Books Kitchener 2001, also available at <http://socserv.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/hegel/right.pdf>.

利的客观存在,因此,物是可以被转让的。〔52〕进一步说,作为理念意义上的人是具有独立自由意志的抽象人,只有当其意志作用于外在世界,即通过与外在物建立财产权关系,才能成为真正的、实在的自我。人有权通过努力超越和克服各种外在限制,将其意志体现在某个物中并且使之成为其财产,这样,才能赋予自己以现实性,并以此作为其实质性目的,这就是人格的体现及其完善和提升的过程。由此,对于特定的个人而言,一份财产就是包含着其个人意志的物;该意志就是财产的本质。〔53〕

黑格尔根据这种思想确立了其财产权规则:一是关于对财产权的静态规则。在这里,黑格尔将财产的“私有”与占有紧密联系起来。为了能够让他人识别出某物属于某人,该人必须通过“身体把握”、“给物以定形”或“给物做标记”来“占有”其财产。〔54〕二是关于财产权的动态规则。黑格尔认为,人可以充分自由地使用和转让其财产。在合同关系中,彼此承认对方对物的财产权,根据其自由意志,自由交换“个别外在物”。〔55〕三是关于财产权的排他性规则。在黑格尔看来,由于财产是个人意志体现,对财产的权利正是个人对生命和对自由的权利的来源,〔56〕因此,财产权应该得到尊重,违背所有人的意志对其财产进行占有或控制就是违法或犯罪。〔57〕

可见,在黑格尔的抽象世界里,意志、自由、人格和私有财产是同一体的。其中,人格是自由和意志的载体;自由意志是根本,人有了自由意志,他就当然地享有权利;自由意志主要通过私有财产的所有权来表现。财产是被主体意志赋予了某种目的的客体物;这种能够赋予客体物以某种目的的权利是其作为人所应该享有的权利——人格权。黑格尔的这些思想对于承认个人信息财产权具有重要意义:首先,黑格尔关于人与客体、外在物和内在物的区分为确立个人信息财产权作了理论上的解释。按照黑格尔的见解,作为反映主体个人身份特征的个人信息,由于它本身并不是主体的身体、精神、意志等内在于主体的内在物,因此,应该属于一般客体与外在物的范畴;主体不仅完全可以通过将自己的意志体现在其个人信息之中而主张财产权,而且还可以根据其意志对其个人信息的商业性使用价值进行充分的使用和转让。

其次,黑格尔关于财产属于个人自由、是主体自由意志的外在表现形式的观点为个人对其信息的商业性使用价值享有财产权提供了正当性依据。由于个人信息是以主体个人自身的特征为表征内容的,因此,与有形的物或财产相比,它与主体的关系应该更加密切。按照黑格尔的见解,如果主体对其自身之外的东西——物可以享有财产权的话,那么,他自然也就可以对以其自身特征为表征对象的个人信息所蕴涵的财产价值享有类似于有形物的所有权。否则,其个人意志将是不自由的,其个人自由也将因此而受到很大的限制。个人对其个人信息的商业价值享有财产权实际上是其个人意志和自由的反映与体现。承认个人信息财产权不仅仅是一个简单的物与财产的问题,更重要的是一个对个人自由意志和人格的承认与尊重问题。个人与其个人信息之间存在着一种持续的关系,这种关系远比个人与外在有形物之间的关系更加密切,以至于它非常接近一个人的心智。无疑,这种

〔52〕 黑格尔认为,一般的物或财产指自然的东西以及动物,它们区别于人之处就在于它们缺乏自由意志,并且没有享受权利的能力。这种物的世界实际上是对现实的制度和人为自然的一个抽象。而个人的自身、身体及精神虽然也可以被视为其自己的“物”或“财产”,但是,由于人的身体和精神很直接地与人身联系在一起,内在于主体、与主体须臾不可分离,即属于人的内在之物,是构成其自身人格和自我意识的普遍本质,因此,这种“物”能且只能由主体个人所有和支配。与一般意义上的物或财产不同,个人对其自身、身体和精神的“财产权”是不可以出售、放弃或转让的,否则,个人将沦为奴隶。前引〔51〕,黑格尔书,第42、66段。

〔53〕 同上书,第44段以下。

〔54〕 同上书,第39段以下。

〔55〕 同上书,第65段以下。

〔56〕 See Peter G. Stillman, *Hegel's Analysis of Property in the Philosophy of Right*, *Cardozo Law Review* 10, nos. 5-6 (March/April 1989), pp. 1031-72.

〔57〕 参见〔德〕黑格尔:《法哲学原理》,范扬、张企泰译,商务印书馆1961年版,第48页以下。

关系可以为我们拥有自己个人信息的财产价值提供了正当化依据。

最后,黑格尔关于财产权的动态规则为个人信息财产权的实现提供了理论上的借鉴。按照黑格尔的见解,自由意志并非是一种孤立的存在,个人的自由意志必须建立在与他人的自由意志的关系之上才有意义。个人并非是孤立的私有财产所有者,而是与同样作为私有财产所有者之间保持着联系,这种联系可以通过交换、赠予、商品买卖等合同形式实现。就个人信息财产权问题而言,它也是一种协调权利人的自由意志和其他人自由意志冲突的工具,它是一种属于主体个人而非他人的“私”权,在本质上也是一种自由权,个人可以通过合同放弃或转让对自己的个人信息商业性使用价值的使用权。据此,在商家和消费者之间,如果商家是通过自由、合法的合同关系从消费者那里取得对其个人信息的商业性使用权,这种权利也应该得到保障,消费者个人也应该遵守自己意志选择的结果,即这是消费者对自己个人信息商业性使用价值的放弃或转让。从这种意义上讲,个人信息不再仅仅是一种抽象的人格权客体,而是一种可以由我们自由使用和处分的财产。将个人信息视为私人财产意味着个人信息不是仅仅基于市场效率而产生,而且从根本意义上讲,它是市场存在的前提。因为市场关系就是一种交换关系,而交换的前提就是有私有财产(权)的存在。归根结底,个人信息财产权是个人基于其意志和自由而应该享有的财产权。^[58]

四、余 论

个人信息财产权是指个人对其个人信息中所蕴涵的商业性使用价值而非人格利益的支配权,它能且只能存在于对个人信息的商业性利用环境之中。随着信息技术和互联网络的发展,个人信息的商业价值日渐突显。个人信息不仅被商家用于市场营销而获利,而且还越来越多地被直接作为许可使用而获得直接经济利益的客体。然而,我国正在起草的个人信息保护法的内容基本上是以欧盟指令为范本的,即没有区分地对所有个人信息均给与人格保护,而对个人信息的商业价值缺乏应有的财产权保护。^[59]这种建立在传统技术背景和理论基础上的消极、单纯的人格权保护模式无法适应信息时代社会生活的实际需要。因此,欧盟拒绝承认个人信息财产权的做法不值得我们借鉴。我国未来的个人信息保护立法必须考虑到个人对其个人信息商业性使用价值财产权的正当诉求。

Abstract: Personal information refers to any private information which refers directly or indirectly to the identification of certain natural person but has no immediate connection with public interest. Property right in personal information is a new kind of property right according to which the subject can control the commercial value of his personal information; therefore it is limited to the context of commercial utilization of personal information. In the information age, personal information gradually possesses potential commercial value thus it deserves to get proprietary protection. Theoretically, personal information shall be understood and protected based on the value it represents, i. e., to give it protection of personal right when it safeguards the subject's personal interest, and to give it proprietary protection when it safeguards the subject's property interest.

Keywords: personal information, protection of personal right, protection of proprietary right

[58] See Marco De Boni, Martyn Prigmore, *A Hegelian Basis For Privacy As An Economic Right*, <http://www-users.cs.york.ac.uk/mdeboni/papers/Hegelian-Basis-For-E-privacy.pdf>.

[59] 参见周汉华:《中华人民共和国个人信息保护法(专家建议稿)及立法研究报告》,法律出版社2006年版。