

# 2018 Veritas 全球 消费者数据隐私报告



## 数据隐私：消费者对企业的信任度显著下降

**38%** 的消费者认为大部分企业并不了解如何保护个人数据。



## 消费者计划对未能妥善保护数据的企业采取惩罚手段

消费者计划对妥善保护个人数据的企业表示奖赏，同时通过转投其他品牌或打击品牌声誉等手段来惩罚未能尽到保护责任的企业。



## 惩罚措施

**62%** 的消费者拒绝从未能妥善保护个人数据的企业购买任何产品。

**48%** 的消费者会放弃选择该品牌，并考虑转向其竞争对手。

**81%** 的消费者会鼓励朋友和家人共同抵制该企业。

**74%** 的消费者甚至会向监管机构进行投诉。

**65%** 的消费者会选择在网上发布该企业的负面评论。



## 奖赏措施

**59%** 的消费者表示愿意对妥善保护个人数据安全的企业，加大消费力度。

**27%** 的消费者愿意增加**25%**的消费力度。



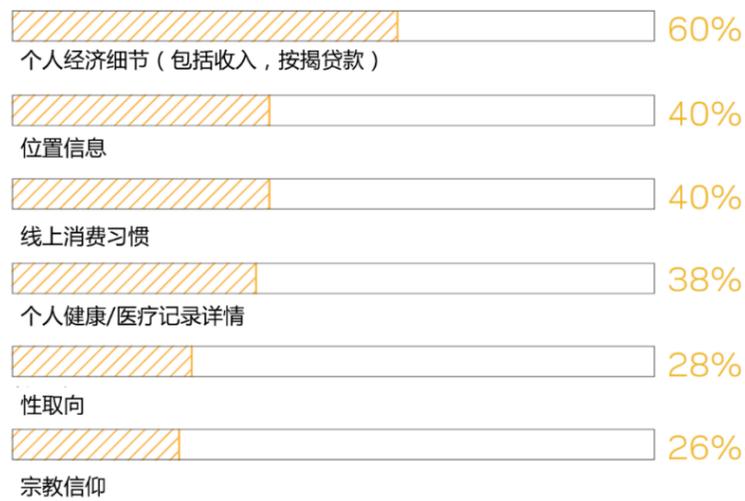
## 消费者对个人数据收集表现出强烈担忧

**92%** 的消费者对个人数据保护表现出强烈担忧。

**40%** 的消费者对企业使用或共享个人数据的方式一无所知。

**21%** 的消费者非常担心个人数据被盗。

消费者愈加担忧个人数据的使用和共享方式，尤其不愿将以下个人数据进行共享：



## 企业面对新数据隐私规范的出台

消费者要求企业提高数据隐私保护的透明度和责任感。在“新常态”下，消费者更愿意认可具有良好数据保护习惯的企业，同时远离那些未能妥善保护数据的企业。企业想要建立消费者公信力，必须树立起可靠的数据保管人形象。

Veritas 认为，全方位数据管理方式不仅能帮助企业满足如GDPR等数据保护条例的要求，还能够推动企业获取所需的敏捷性和创新能力。

如欲了解更多信息：<https://www.veritas.com/zh/cn/solution/digital-compliance>