

构筑“防火墙”,守护好老百姓的“钱袋子”

拒绝套路,反诈防骗有新招

本报记者 金 晨

近年来,新型电信网络诈骗手法不断翻新,给社会带来危害。中国互联网络信息中心公布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至今年6月,遭遇网络诈骗的网民比例为17.2%。对此,全国各地公安机关和民警频出新招,通过网络直播等方式宣传反诈,并依托“国家反诈中心APP”等技术手段从源头防范诈骗,提高人们的反诈防骗意识,守护好老百姓的“钱袋子”。

网络诈骗新花样

近日,陈女士遭遇了网络诈骗。几天前,网上一名陌生人突然添加陈女士为好友,声称只需关注公众号刷流量就能赚点零花钱。陈女士觉得方法简单,便按对方要求尝试了一下,果真赚到佣金,前后有几百元。

后来,对方又联系陈女士做投注任务。“他给了个软件的链接,在软件上投注金额,不到一定金额不能提现。”陈女士说,她在对方忽悠下坚信做完任务就能拿钱,直到被家人制止才恍然大悟,但为时已晚。

“刷单、投注、佣金、提成,只要跟这些关键词沾上边,肯定就是诈骗。”侯齐耘是一名高校校园安全宣传志愿者,他告诉记者,陈女士遭受的是刷单类诈骗。骗子通常以刷信誉、刷销量为由让受害人进行网络刷单,承诺交易后返还费用并额外提成佣金,但最终都会以各种理由拒不退款,甚至要求受害人继续刷单或缴纳保证金,骗光受害人钱财。

“起初都能尝到甜头,等到后面投入的金额越滚越大,受害者就只有苦头吃了。”侯齐

耘说,除了刷单类诈骗,“杀猪盘”类诈骗和贷款类诈骗也是十分常见的电信网络诈骗形式。令人担忧的是,这些骗术越来越会伪装,更有诈骗团伙将黑手伸向了受众更广的短视频平台。

《抖音网络诈骗打击治理报告》公布的数据显示,抖音今年上半年封禁的涉嫌诈骗账号超80万个,拦截下架涉嫌诈骗的视频内容超100万条。不仅如此,根据中国信通院发布的《移动数字广告与互联网反欺诈蓝皮报告》,2020年全国因欺诈造成的财产损失高达5150亿元,规模呈现出不断上升的趋势,反诈防骗刻不容缓。

智能“卫士”显神通

在强大的技术支持下,由公安部刑事侦查局开发的“国家反诈中心APP”今年初正式上线,成为反诈防骗的智能“卫士”,在防范诈骗工作中发挥了重要作用。

记者下载体验后发现,“国家反诈中心APP”主要提供3项功能:一是针对网络陌生的来电、短信以及APP进行实时的预警;二是对不明网址和来电进行实名举报;三是



▲9月5日,河北省秦皇岛市公安局海港分局反诈民警陈国平在直播中。
曹建雄摄(人民视觉)
▲湖北省十堰市郧阳区融媒体中心志愿者在包联社区指导居民安装“国家反诈中心APP”。
曹忠宏摄(人民视觉)

提供一些常见的网络诈骗。此外,“国家反诈中心APP”还为用户提供风险查询和身份核验功能。通过风险查

询,用户可直接输入将要付款的账号,查询其曾经是否涉诈。在“身份验证”功能区,用户输入可疑的手机号就能要求对方登录

“国家反诈中心APP”进行人脸核验,双方都可查看核验结果。开启来电预警功能后,用户遇来电还能收到预警提醒,从源头封堵诈骗发生。

“骗子的最终目的都是骗钱,无论他们的手段多‘高明’,收款账户和手机号码总会露出马脚。”侯齐耘说,骗子们为了隐匿身份躲避警方追查,通常都会使用非法获得的手机号码联系受害人,收款账户一般也存在风险。“‘国家反诈中心APP’恰好抓住了骗子的两处要害,收款账户和手机号码都不能通过验证,用户大概率就能判断出对方是骗子。”

截至今年6月,“国家反诈中心APP”的全国注册用户已超过6500万,向用户发送预警2300万次,接受群众举报涉诈线索65万条,为人民群众构筑起一道反诈防骗的“防火墙”。

民警“连麦”为反诈

“我是反诈主播,请问对方什么主播?”近日,河北省秦皇岛市公安局海港分局民警陈国平在短视频平台进行反诈宣传的故事引起广大网民关注,网红民警“连麦PK宣传反诈”迅速成为热议话题。

一身警服、一个敬礼,外加一句标志性的“您下载国家反诈中心APP了吗?”——在陈国平的直播间里,反诈防骗是主题。有些主播为了应对老陈的“灵魂拷问”,提早打印好“国家反诈中心APP”的下载链接二维码,主动“交作业”。还有的主播讲述自己或朋友的受骗经历,让网友们引以为戒。

“我就算浑身是铁,一年能破几个案子呢?”陈国平曾在直播时表示,电信网络诈骗案件侦破难度很大,即便有的案子破了,老百姓的钱也早被犯罪分子挥霍干净了。所以与其追着骗子跑,不如多向群众宣传反诈知识,至少要让大家都下载“国家反诈中心APP”,从源头上做好防范。

一晚上6个小时的直播,直播间最高78万人同时在线,观看量超过8000万次,陈国平不仅成为反诈直播界的“顶流”,还助推全国各地掀起一股反诈宣传的新潮。在广东深圳,只要市民现场下载“国家反诈中心APP”,就可以和威武又可愛的警犬拍照互动;在湖南邵阳,民警们用推销广告的形式拍摄反诈广告,实景还原受害人被騙的惨痛教训,让防骗反诈的观念“入脑入心”。

此外,陈国平把以前办案时拍摄的短视频材料也传到网上,又拉上朋友拍摄反诈骗的小短剧,目前已累计制作20多部。陈国平透露,他已经组建起一个反诈连续剧的拍摄群。未来还计划拍摄反诈连续剧,把反诈知识告诉更多的人,朝着“全民反诈,天下无诈”的目标再进一步。

“能用”还要“好用”,切实解答客户疑问

让智能客服更“善解人意”

本报记者 王晶玥

而智能客服只用进行简单配置就能上岗使用,表现力也可达到统一服务标准,避免了人工客服的培训周期长、能力参差不齐等痛点问题。

基于这些因素,智能客服前景十分广阔。36氪研究院发布的《2020年中国智能客服行业研究报告》指出,未来智能客服市场增量有望突破300亿—600亿元。另一项有关数据显示,去年使用智能客服的注册企业数量是2018年的2倍。

一些智能客服形同虚设

然而现实生活中,智能客服常被用户诟病。“找不到解决方案,也找不到人工客服。”提起经常使用的某款视频APP,在广西工作的婷婷很是无奈。她说,自己打算完成一项名为“观看6个有效视频”的任务以便获得积分,由于不清楚何为有效视频,便在客服栏内查询。没想到,智能客服提供的所有问题里都没有相关说明,最后,婷婷通过社交平台的网友帖,才了解了观看规则,“所谓的客服系统还不如搜索引擎靠谱,完全是形同虚设。”

有些智能客服“回答”不了问题,有些智能客服则把“寻找人工客服”的皮球踢回给用户。家住北京的田女士想向工作人员咨询一款应用程序的某个操作方法,于是向智能客服发送“人工”“人工客服”“转接人工”等词汇,只收到“请输入其他关键词”的回复。田女士说:“一部分智能客服电话也不好问,要不就是因为打电话时周围环境嘈杂或说话口音重,系统不识别;要不就是根本无法对接人工客服。”

类似情况十分常见,江苏省消费者权益保护委员会日前发布的数据显示,参与调查的消费者中,71.2%遇到过智能客服答非所问等难题。而在受调查的48家常用APP里,47个APP设置线上客服,其中超过1/4的智能客服无法准确识别用户提问;八成以上在线人工客服“藏得深”,需

要一次或多次输入“人工”“转人工”才能转接。

这些都极大影响了消费者的日常生活。黑猫投诉平台上,关于智能客服的投诉内容有逾千条,例如联系智能客服后仍无法取消自动续费或退票退款等。专家指出,消费者智能客服不智能及其引发的一系列后果,侵害了消费者的合法权益。

与人工客服要互补

为用户提供人性化且周到便捷的服务、弥补人工客服的诸多不足,是智能客服发展的当务之急。在朱国华看来,可以提高算法效率,保证准确性与实用性;加强获取与表达复杂知识的能力,尝试把各种跨领域、多模态、动态知识整合起来,丰富数据。

针对智能客服中为人诟病的对话简单、易陷入“死循环”等问题,朱国华说,应提高闭环服务能力,打破现有数据来源的约束,开放、拓宽客服主动获取信息的渠道,这既是智能客服的发展方向,更是整个智能领域需要考虑的问题。

近来,老人、障碍人士等群体的使用需求也得到了高度重视。“十四五”规划纲要提出,要加快信息无障碍建设,帮助老年人、残疾人等共享数字生活;发展银发经济,开发适老化技术和产品。专家认为,智能客服应在设计环节把适于老年人、障碍人士使用作为重要的研发方向,为其提供更精准精细的服务。

值得注意的是,现阶段,人工客服仍扮演着不可或缺的角色。江苏省消费者权益保护委员会调查数据显示,47个设置智能客服的平台里,有4家设置了老年人可直接接通人工客服或一键进入老年人专线服务。江苏省消保委监督部主任赵鑫建议,希望更多平台能保证老年人跨过神智能客服,直接转接人工客服。智能客服系统“能用”,但更要“好用”,应“善解人意”,确保切实解答客户疑问。



近日,国家税务总局浙江省德清县税务局的“税务直播间”正式启用,税务干部们通过直播宣传税收优惠政策。图为9月15日,该局的税务干部在直播中。
赵宁摄(人民图片)

安瓦拉利·吉瓦:

利用技术加速数字化转型

海外网 陈菲扬



瓦拉利说。

与此同时,为满足客户不断变化的需求,里内达塔致力于持续的研发活动,通过创建强大的软件来简化客户操作,其工程师团队也在开发最新前沿科技。公司的人工智能和机器学习平台还会为客户提供运营风险的独特见解,并帮助其制定高效的缓解策略。安瓦拉利说:“人工智能正在深入改变我们的产品和服务,并为我们软件数据带来重要价值,让我们能够为客户提供尖端的建议和服务。”

此外,里内达塔还创办了实验室(Linedata Labs),将财务与专业知识相结合,指导客户进行数字化转型。安瓦拉利表示,公司将继续投资于人工智能和大数据等领域,并预计在2023年达成3个愿景目标:为客户提供最好的技术,以加速其数字化转型;提高运营效率,加快部署解决方案并保持竞争力;为员工提供在创造性环境中超越自我的工具和方法。

图片来源: Linedata 官网