

## 老人、学生、农民工最易受骗

# 支付宝“扫雷行动”进村开课

近日,国家金融与发展实验室发布了《金融消费者教育现状与展望》报告,该报告指出目前我国有大量消费者金融素养不足,近65%的消费者意识到自身金融知识不够。消费者难以识别金融风险是非法集资、欺诈销售、电信诈骗等事件频发的诱因之一。

2018年9月25日,蚂蚁金服董事长兼CEO井贤栋宣布升级“支付宝天下无贼”计划,除了延续13年前的“被盗全赔”承诺,还将新增两项内容:针对消费者金融安全教育的“扫雷行动”,以及协助监管机构、警方打击互联网犯罪的“天朗行动”,力求从用户教育、行业共治、保障兜底三方面入手全面保障金融消费者安全。

据井贤栋回顾,从支付宝成立第一天起,安全和消费者保护就是公司的生命线。在2005年网络购物在中国刚刚兴起时,支付宝就率先推出了“天下无贼 你敢付我敢赔”的承诺。随着移动支付的兴起和普及,后又将其升级为“你敢扫我敢赔”,线下商家收钱码被调换或者用户线下扫码被盗窃导致的资损都将获得全额赔付。

井贤栋表示,“被盗全赔承诺”可以坚守13年的原因是支付宝自主研发的智能风控系统支持。该系统自2005年上线以来不断优化升级,目前已是第五代(AlphaRisk),可实现0.1秒之内进行风险预警、检测和拦截等各种复杂的工作,实现风控领域的“无人驾驶”。目前,支付宝的交易资损率不到千万分之五,远低于国际领先支付

机构的千分之二。

此外,支付宝还联合保险公司推出了账户安全险百万赔付保障服务,被盗全赔承诺组成双保险兜底机制,目前账户安全险已覆盖超过4亿用户。

相比兜底保障,通过事前教育,让消费者提高安全意识更为重要。《金融消费者教育现状与展望》报告显示,大学生、大中专生,城市外来务工人员,老年人以及农村地区人群四类群体的金融风险识别能力最为不足,是电信诈骗、金融骗局的重灾区。

针对金融行业乱象,井贤栋总结了两类情况,一是伪科技,一是伪创新。有些人只是挂了一根网线,或者凭借一个服务端,就设置了一个个庞氏骗局,让老百姓血本无归,这是典型的伪金融科技;区块链兴起之后,ICO大行其道,有人以此发了各种各样虚拟的“空气币”,实则为了疯狂“割韭菜”,这是伪创新。

因此,支付宝和网商银行、媒体志愿者将在未来两年内,通过“扫雷行动”金融消费者保护计划,把金融知识送到100个乡村、100个工厂、100所学校和100个社区,通过对公众提供金融安全教育,降低其遭遇金融犯罪的风险。

中国人民银行金融消费者权益保护局副局长尹优平在“扫雷行动”启动仪式上表示,金融消费者权益保护工作非常重要,做好新时代的金融消费者教育意义深远。他强调:“金融消费安全教育是一项长期的系统性工程,应从下面三点来开展工作。第一,坚持金融为民,教育



蚂蚁金服董事长兼CEO井贤栋

为先;第二,坚持多措并举,注重实效;第三,坚持多方联动、久久为功。中国人民银行消保局成立以来,特别注重金融消费者权益保护工作,已开展了一系列丰富多彩、层次多样和有针对性的宣传教育活动,现在已经形成了集中性教育和阵地化教育相结合,线上线下一体化的格局。近期,中国人民银行联合银保监会、国家网信办举办了‘提升金融素养、争做金融好网民’活动。金融知识普及月活动已开展五年,今年的活动是首次联合三部委共同举办,宣传效果深入人心。除此之外,更需要社会各界携手聚力,真正把金融消费者权益保护的各项工作宣传工作覆盖到更广泛的人

群,发出消保好声音,讲述消保好故事,弘扬金融正能量,共创消费好环境。”

同时参会的中国消费者协会副秘书长董礼礼在启动仪式上表示称,希望“扫雷活动”能够扫清消费者在消费过程当中的安全障碍,让消费者安心消费、无忧地消费。

“针对消费者教育,一是要帮助消费者丰富金融消费知识,让他们认识这些‘雷’,强化消费者的合同意识、审慎意识。二是要帮助消费者提高安全意识,使他们进一步增强辨别这些‘雷’的意识,做到防患于未然。三是要帮助消费者提高依法维权能力,消除这些‘雷’。”董礼礼说。

据统计,2017年支付宝做的各类线上安全教育课程已覆盖1亿人。井贤栋欢迎各位业界专家都来支付宝开号,参与到金融消费者保护进程中来。近期,支付宝还陆续推出了针对电信诈骗受害人群的“延时转账”服务,和一键识别诈骗电话、网址的“反诈真探”小程序。

据了解,与监管机构共建的“天朗行动”已与北京、浙江、上海、广州、天津、重庆、西安等9个省市合作风险大脑,运用AI等手段,提升科技监管能力,防范化解金融风险。今年以来,支付宝已与全国100多家公安机关全面合作,主动协助警方破获各类案件近300起,抓获犯罪嫌疑人2800多名。(李庆)

# 国内首款为社会组织定制的志愿者管理系统上线

随着人工智能、大数据、移动终端、云计算等技术的高速发展和深度应用,互联网技术与传统行业的有机结合已成为大趋势和行业潮流,更是各行业创新和升级十分热门亦至关重要的路径选择。在公益行业,以阿里巴巴公益的95公益周和腾讯公益的99公益日为代表,互联网平台的公益活动不断激发着全民参与公益的热情。“互联网”和“公益”的联袂,对中国公益慈善产生了巨大的推动力。

在此背景下,2015年《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》的发布,标志着“互联网+”上升至国家战略。而在近日,民政部正式印发了《“互联网+社会组织(社会工作、志愿服务)”行动方案(2018-2020年)》的通知,未来

三年依托“互联网+”推动社会组织发展的路径已清晰可见,这势必将对整个公益和志愿服务行业产生重大的影响。

在当下的志愿服务领域,众多企业、政府、社会组织等仍面临着以人工台账的方式管理志愿者,耗费大量时间、人力、经费且成效不彰,志愿者和志愿服务岗位供需的信息不对称无法有效对接,志愿者在安全、保险、培训、记录等方面得不到足够和有效的保障和激励的志愿服务管理现状。

可喜的是,目前已有多款志愿服务信息系统问世,这是良好的趋势。但是这些信息系统基本都采用平台式的模式,无法定制,不能满足个性化需求,一方面无法实现社会组织的独立宣传界面,另一方面,操作繁琐,志愿者进入本地组织

和志愿服务项目界面,需要进行多步操作。更重要的是很多社会组织存在数据安全性的顾虑,因为数据并未掌握在自己手中,更不能随时监测和处理相关数据。

在此背景下,为大幅度提升社会组织的志愿者信息化管理能力,和众泽益联合志多星科技于2017年推出了国内首款为社会组织专属定制的志愿者管理系统。

该系统覆盖全国范围,并且已经在多个地区落地。据悉,志多星平台着力打造十大功能优势,力图解决各类组织的志愿服务管理核心难题,并以嵌入微信服务号的方式,为政府、企业、社会组织实现快速、安全、便捷的在线志愿者项目、团队管理。同时,志多星平台可以通过个性化定制满足应对各种



不同的场景需求,且一站式提供保险、培训、记录、激励回馈等服务,信息无缝与官方数据平台对接,助力使用者轻松发起项目、组织志愿者参与、灵活打卡、成果心得交流分享并设定志愿激励回馈,并可随时查询、导出全部数据,有效提升公益项目管理与志愿者管理的协

同效率,更好地为公益提供高质量的服务与公益体验。

据了解,目前已经有近3000家组织和团队使用了志多星系统,普遍得到了用户的一致好评和认可。志多星期待通过专业引领和技术革新进一步为中国志愿服务事业作出更大的贡献。(张慧婧)