



图为第一届互联网交易安全峰会现场

阿里联手20家互联网公司打击网络欺诈 共建互联网安全生态圈

6月25日,阿里巴巴集团与腾讯、百度、新浪、盛大、网易、亚马逊中国等21家国内互联网企业在杭州召开第一届互联网交易安全峰会。20多家互联网企业在公安部指导下,发起成立“互联网反欺诈委员会”,形成了电子商务生态圈联防联控战略合作框架。

抛开竞争 全网联手打击

据了解,阿里巴巴等21家互联网企业将启动统一的用户安全模型机制,建立统一模型及互通共享机制;形成联防联控机制,明确信息发布渠道、沟通渠道、交易渠道、支付渠道四大环节联防联控的权利义务,制定行动纲领,细化行动准则。最终在上述两大机制的基础上成立“互联网反欺诈委员会”,制定2013至2014年工作规划并付诸有效实施。

“21家互联网企业联手,是要非常清晰的向外界发出信号,在商业上各互联网企业间或许有竞争,但是对于触犯底线的互联网安全问题,各互联网企业会共同努力予以打击;同时也要告诉那些在互联网安全方面试图以身试法的人,今天互联网企业的携手是建立互联网防范犯罪安全体系的重要一步,在全社会的打击下,犯罪分子的成本在增加。”阿里巴巴集团首席风险官邵晓锋坦言:“在业务上大家会有竞争,但安全是不存在竞争的,就像环保一样,它关系到的是人家共同的利益,是互联网的基础,安全没有保险的社区,配套再先进,再完备,也会被用户所抛弃。”

事实上,每一个互联网企业都是网络诈骗这一“黑色产业链”中的一个重要关卡,也都是网络犯罪的受害者。为了所有用户利益不被侵犯,企业发展有良好的发展环境,互联网企业在防范网络犯罪领域相互之间结成联盟,发挥各自的资源和优势,层层设卡、联防联控,可以让网络骗子在互联网的世界中无处藏身。

作为一家有社会责任感和使命感的互联网公司,阿里巴巴针对网络诈骗势力的重拳打击就从未间断过,但就目前网络诈骗等犯罪行为跨平台、集团化分工作案,仅凭一家公司努力和打击力量是远远不够的。这也是阿里巴巴联手国内各大互联网巨头成立反欺诈委员会,推进互联网打击网络诈骗深度合作的目的。

网络欺诈产业化全网作案

值得注意的是,网络诈骗已经呈现出跨平台流窜作案的趋势,某一个平台上的防控做得好,犯罪分子就会“转行”到其他的平台上继续作案。网络诈骗成为互联网行业的公敌,如果不把这伙人打碎,互联网用户难有长久的安宁。

互联网欺诈发展到今天也已经不局限于常见的制假售假、侵犯知识产权等行为。目前最新型且打击难度最大的为“三方欺诈”。举个例子,犯罪团伙在各种微博、论坛发布兼职刷信用的信息,并通过搜索引擎、聊天工具等渠道大面积撒网。为避开电子商务平台的监控,犯

罪团伙会要求受骗者用QQ、YY等各种不同公司的工具传递信息,大大增加防范犯罪过程监督和取证难度。

当受骗者上钩之后,犯罪团伙展开连环骗局,分别以培训、实习、转正的理由要求他们拍下指定店铺的商品(主要集中QQ币、游戏装备等),犯罪团伙卷走这些虚拟物品后,会到一些游戏交易平台进行销赃,赃款又通过在线支付工具和线下取款机进行洗白。

由此可见,交易安全案件都体现出了产业化和生态化的趋势,不是个人在作案,而是有组织,分工明确,有专业欺诈公司为背景的产业化作案。显然,网络欺诈恶势力已经成为对互联网生态健康发展的巨大威胁,首先是给互联网用户造成的巨大损失;其次,对上下游企业造成直接或间接的负面影响,不仅给用户体验和品牌口碑上带来直接打击,用户信任度下降、用户流失、消费低迷等等连锁反应更将深层次威胁到各企业的生存和发展。

构建反互联网犯罪体系

过去数年来,阿里巴巴集团建立了一整套从侵权商品信息、交易欺诈的发现、取证、确认、删除、处罚的处理体系。淘宝网从成立之初就建立了通过机器系统筛查和人工专业团队巡查等系列机制,公司拥有超过2000名的网络交易安全专职人员,并且通过主动打击、商品抽检等多种方式加强对商品信息的监管力度。从今年年初开始阿里巴巴集团就已经全面开展打击网络交易假冒伪劣,打击恶意欺诈的长期专项行动。其他各家互联网公司也在防范和打击网络犯罪上投入了大量的人力物力建立体系。

阿里巴巴在打击的过程中也发现,互联网不仅仅是虚拟的技术集合,更是现实社会的延伸。安全对互联网的价值比现实社会的意义更加突出。互联网上的犯罪行为与现实社会本质上是相同的,不同的是,不法分子利用了互联网这一工具。与传统的犯罪形式相比,互联网犯罪人使用更多的是知识和技术,而非暴力与凶残。

在传统意义的犯罪打击方面,社会已经构建起了比较完整的打击体系。但由于互联网是新事物,反犯罪体系还有待全行业在公安等国家执法机构的指导下携手一起来进一步完善,构建起社会化的防范犯罪体系。

“对于互联网犯罪的预防和打击,阿里巴巴如在座的人家一样,一直在努力的探索和尝试,也积累了一些经验和教训,阿里巴巴非常愿意和其他互联网企业一起分享经验和方法,共同为预防和打击互联网犯罪出一份力。”邵晓锋表示。

淘快报

支付宝发力线下O2O模式 手机就可玩转ChinaJoy

近日,中国国际数码互动娱乐展览会(简称“ChinaJoy”)与支付宝高调宣布全面合作,从售票、验票到场内娱乐购物,整个过程只需一部手机就可全部搞定。

“ChinaJoy”是继美国E3展、日本东京电玩展之后的又一同类型互动娱乐大展,尤以网络游戏为主,今年共第11届活动将在下个月登陆上海。

据了解,今年的ChinaJoy展览会门票将通过淘宝及支付宝销售,观众即日起可在ChinaJoy淘宝官方旗舰店购买,其中纸质门票将通过快递发送,电子门票将出现在新版支付宝钱包客户端内。如果在活动现场,观众可在场外用支付宝钱包客户端拍摄户外的门票二维码,直接通过手机完成购票。

“该创新服务深受欢迎,去年展会期间,不少参观者临时放弃排队,转而使用支付宝二维码方式购票。”ChinaJoy组委会表示,“这样不仅不易丢失、入场简单,还很环保。”此外,ChinaJoy也将与支付宝一起推动新的手机支付服务。场内将由支付宝布设12台声波售票机,观众可以使用支付宝钱包内“当面付”,使用声波购买饮料。

支付宝的相关负责人表示,这是迄今为止O2O模式在线下最大的尝试之一。



阿里西溪办公园区开放 1.2万员工将入驻淘宝城

今年8月底,阿里巴巴集团下属淘宝网、天猫等公司的12000名员工将从现租用的办公楼集体迁入新建成的阿里西溪园区“淘宝城”。5000元/张的办公椅、室内外篮球场、五星级酒店“大管家”……6月26日,西溪园区首次向媒体开放。

位于杭州余杭区五常街道未来科技城的阿里西溪园区,处于文一西路延伸段,建设用地330亩,总建筑面积为30万平方米,用地东西长约920米,南北纵深350米。西溪园区一期共建成6座大楼,想完整绕着逛一圈,1小时还走不下来。园区内大量河塘、沼泽地、竹林交错拼接,形成了江南独有的水乡生态空间,野趣横生。因离杭州市中心约10公里,周边配套尚不完善,阿里巴巴将银行、超市、邮局、图书馆、食堂、饭店、健身中心、报告厅都搬进了园区。