

2021年度 业务风控洞察报告

出品方：小盾安全



CONTENTS

申明/开篇

业务安全篇

(一) 总体概况:	02	(四) 行业热点解读:	19
(二) 网络欺诈形式:	04	热点一:个人信息保护提上全新高度	19
1、杀猪盘	04	热点二:反电信诈骗持续高压	21
2、网络赌博	05	(五) 典型案例分析	25
3、裸聊欺诈	05	案例一:茅台抢购	25
4、杀鱼盘	05	案例二:瓶盖扫码	27
5、杀鸟盘	06	案例三:任务变现	29
6、流量欺诈	06	(六) 后疫情时代风控趋势	31
7、疫情诈骗	06	趋势一:黑产作弊方式由专业团伙转为众包	31
(三) 网络欺诈分布:	07	趋势二:传统品牌商加快数字化转型	32
1、行业分布	07	趋势三:欺诈识别将更加依赖机器学习/知识图谱/情报	33
2、场景分布	08		
3、风险手机号分布	09		
4、风险IP分布	13		
5、风险设备分布	15		
6、团伙分布	17		

内容安全篇

(一) 总体概况	37
1、现状分析	38
2、内容安全全景图	39
3、溯源分析	42
(二) 内容安全分布	42
1、整体行业风险占比	42
2、不同载体关键违规信息热力图	44
3、主流内容安全解决方案	45
(三) 行业热点解读	46
1、热点一：未成年人网络保护提上新的高度	46
2、热点二：违反《广告法》违法行为持续增加	48
3、热点三：短视频侵权问题成为高发	50
(四) 典型案例分析	51
1、案例一：欧洲杯博彩	51
2、案例二：侮辱英烈	54
3、案例三：应援乱象、劣迹艺人	55

跨境安全篇

(一) 出海现状	59
(二) 行业介绍	59
1、跨境电商	59
2、出海游戏	59
3、泛娱乐	59
4、跨境支付	59
(三) 跨境风险分布	60
1、风险分类	60
2、风险特征	60
3、不同地区风险分布	61
3、不同地区风险偏好	61
4、使用自动化工具导向	64

关于小盾

(一) 解决方案全景图	66
(二) 风控成熟度模型	67
(三) 案例墙	69

申明

数据周期

本报告数据采集时间为：2021.1.1-2021.12.31

版权申明

本报告为小盾安全制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。

没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合小盾自有监测产品数据，通过小盾安全专家分析获得，为市场和客户提供基本参考。

受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为行业参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



开篇

2021年,世界在新冠疫情之下步入动荡变革期,百年大变局加速演进,大国力量对比加速调整,全球性挑战呼唤全球治理,全球抗疫催生多极新格局。我国加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

疫情常态化引发全球经济复苏预期降低和产业链重构难题,国务院在《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》中指出土地、劳动力、资本、技术、数据五大生产要素的改革方向和相关体制机制的建设要求。标志着数据将成为新时代新的生产要素,将在提升经济社会发展的能力中扮演重要角色。

2021年随着《个人信息保护法》《数据安全法》的陆续发布与之前的《网络安全法》一起构成了我国网络信息世界三驾马车,保障我国网络信息产业长效发展。

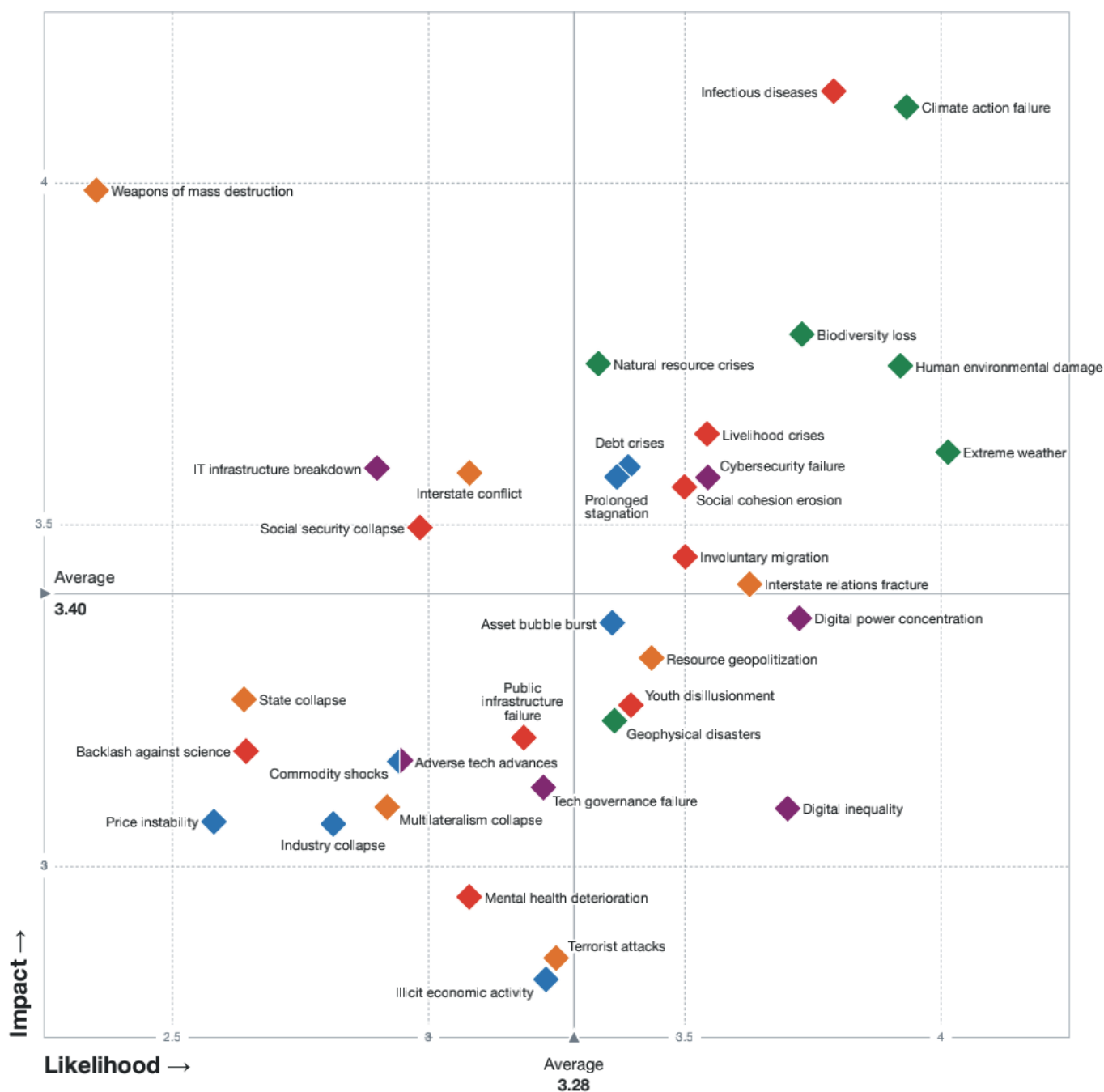
小盾安全作为国内全栈式业务风控解决方案专业厂商,在2022开年之际发布《2021年度业务风控洞察报告》,小盾安全通过对2021年全年国内外近千个网站、数千亿次的网络请求分析、结合监管治理动态分别从业务安全、内容安全、跨境安全三个维度对2021年典型欺诈场景和案例进行了深入剖析,并预测未来风险演变趋势。在此次年度报告中,我们希望与业界一同分享过去一年来的业务风控领域的风险变革与未来机遇。



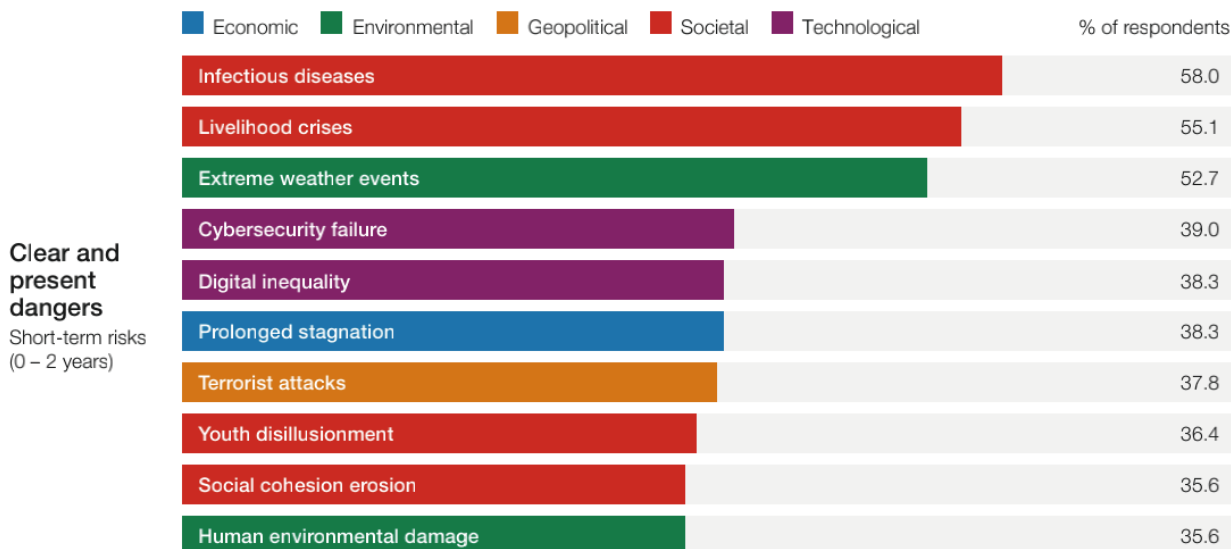


(一) 总体概况

2021年1月,世界经济论坛发布《2021全球风险报告》第16版,报告深入探讨了社会、经济、技术、环境、地缘政治及其彼此之间的互动对全球风险的影响。网络安全措施失败(2021版报告将网络攻击和数据欺诈合并为网络安全措施失败),成为短期风险中仅次于传染性疾病、民生危机和极端天气事件的第四大全球性威胁。



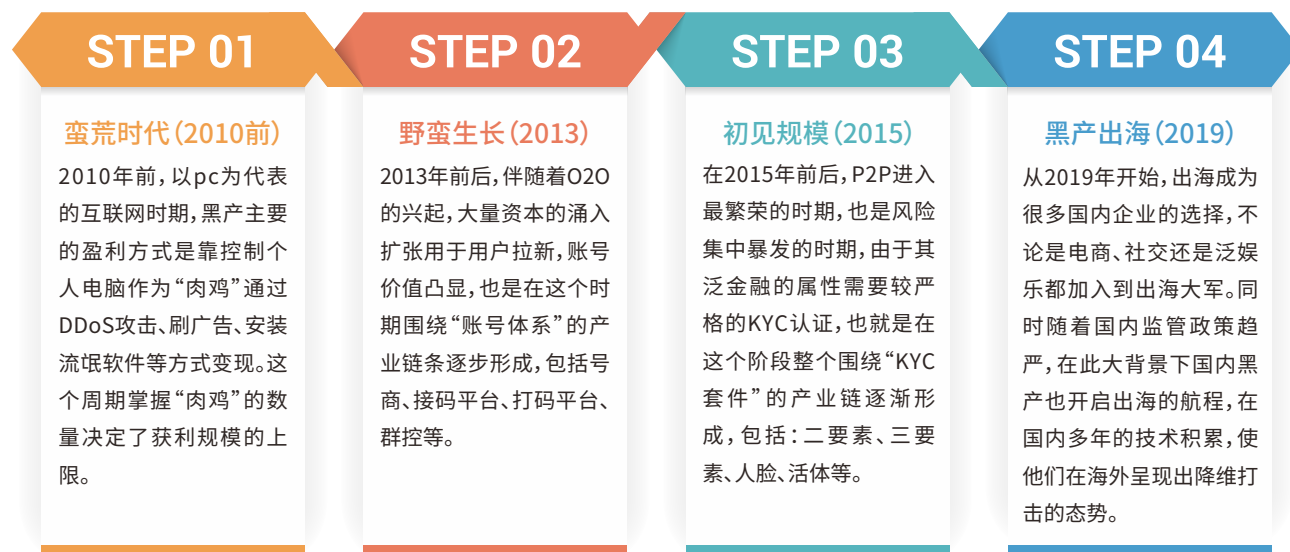
When do respondents forecast risks will become a critical threat to the world?



数据来源:《2021年全球风险报告》

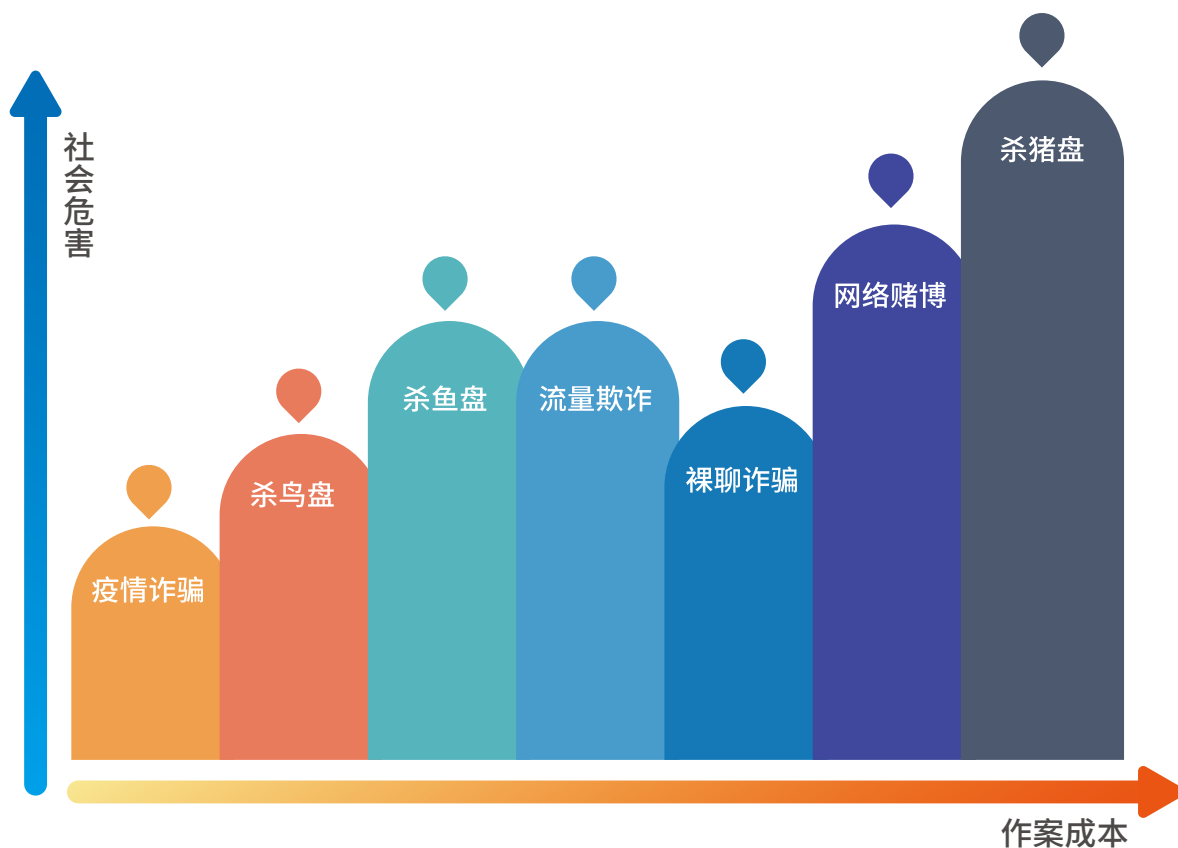
疫情的常态化加速了数字化转型的进程,一方面,疫情的影响使得线上经济与线下经济结构性转变日趋紧迫,社交、短视频、阅读、办公、教育等线上内容迎来爆发性的增长。随着疫情缓解以及经济的恢复,互联网行业展现出了强劲的韧性与爆发力,同时非接触式的网络欺诈也日趋严峻,欺诈风险成为企业数字化转型和线上业务发展的重大挑战,信息倒卖、盗卡盗刷、薅羊毛、电信诈骗、信贷欺诈每年为行业带来超千亿经济损失。

整个黑色产业链由来已久,互联网时代以来我们将黑产的演变分为4个阶段。



(二) 网络欺诈形式

随着疫情向着常态化趋势发展,民众对线上数字化服务依赖性持续增强,近年来网络欺诈也呈现高发态势。



1. 杀猪盘

“杀猪盘”也叫交友投资诈骗,是指诈骗分子利用网络交友获取受害者信任后,诱导受害人投资、赌博的一种电信诈骗方式。“杀猪盘”是“从业者们”(诈骗团伙)自己起的名字,是指放长线“养猪”诈骗的过程,养得越久,诈骗得越狠。一般分为找猪、养猪、杀猪几个环节。有以下几个特点:

1、组织专业化

杀猪盘的团伙人员都在尼日利亚、柬埔寨、缅甸等国家,团伙规模一般都在百人以上,内部分工明确、脚本专业,取证办案难度较大。

2、作案过程隐秘性强

一般整个“杀猪”的过程持续几个月甚至几年,通过和受害者长期的接触,营造出几乎完美的人设,满足受害者对完美爱情所有的幻想,直到最后骗取钱财后失联的一刻,往往才幡然醒悟。

3、社会危害性大

受害人得知被骗后自杀的事件屡屡发生。因为整个诈骗过程在给受害者造成巨额经济损失的同时,使受害者在情感层面也受到了极大的背叛,在其人生中落下挥之不去的阴影。

2.网络赌博

近年来,网络赌博形式多样,不止能够提供传统的在线扑克、麻将“捕鱼”等,还开创了“轮盘”“百家乐”等境外流行的博彩页面,特别是网站宣吹“即时注册、随时提取、赢率高达97%”等蛊惑性标语。网络赌博的团伙一般服务器都设置在国外,例如:菲律宾、马来西亚、越南、柬埔寨、缅甸等博彩合法的区域。国内吸纳部分中高层代理,层层下发分包。利用网络互动性强、隐蔽性强、支付方便、证据保全难等特点开展博彩活动,并通过衍生出“跑分平台”“话费支付”“虚拟货币支付”增加警方的办案难度。由于线上博彩本身的特性、概率可以由庄家操控,每年国内有大量人员陷入“庄赢客输”“十赌十输”的骗局。

3.裸聊诈骗

裸聊诈骗是近年来色情产业一种新型的诈骗方式,一般作案流程为:

- 1、诈骗团伙伪装成美女身份通过公开社交软件认识男性用户
- 2、诱导男性用户通过二维码下载外部裸聊app
- 3、植入木马程序的app会获取用户手机通讯录
- 4、保存男性用户裸聊视频,作为威胁诈取钱财,否则群发给通讯录好友
- 5、受害者为“避免社死”而买单

裸聊敲诈有三个关键点,一是录制不雅视频,二是盗取通讯录,三是话术敲诈。裸聊敲诈犯罪团伙习惯昼伏夜出,作案时间一般在18点后,活跃时间在23点到凌晨4点。团伙中有专人提供账号,这些账号经过精心包装,伪装成美女身份后,活跃在各类网聊平台,对男性“设套引诱”并实施敲诈。

4.杀鱼盘

“杀鱼盘”是一种以不特定人群为目标的电信诈骗案件,诈骗金额较小,针对的目标人群较广,主要以“明星应援”“HPV疫苗预约”“申请贷款”“信用卡提额”“黑户洗白”为诱饵的一种贷款诈骗手段。骗子通过网络发布信息,来吸引受害者上钩。随后发布虚假链接,以收取手续费、服务费等名义诱导受害者付款。

杀鱼盘套路:

撒鱼饵:“钓鱼手”通过社交游戏等各大网络平台注册大量账号并发布“提升额度”“办理贷款”等虚假广告诱骗他人。此类有资金周转需求的人就是骗子眼中的“鱼”。

钓鱼:“鱼儿”一旦动心,“钓鱼手”就开始试探。“钓鱼手”先让“鱼儿”提供银行卡余额或花呗额度,看看能骗多少钱。随后以提额失败为由,让“鱼儿”完善交易流水记录。

杀鱼:等“鱼”上钩之后,“钓鱼手”就会把“鱼”转给“杀鱼手”。“杀鱼手”让链接手(通常为专业的技术人员)为“鱼儿”量身打造虚假付款链接,然后以服务费、手续费的名义要求受害者转账汇款,完成“杀鱼”。

5.杀鸟盘

“杀鸟盘”，取“笼中鸟”之意，指无稳定工作，收入不高，长期生活在家中或相对封闭空间的人员，例如宝妈、全职太太、学生等群体。该群体与外界接触较少，又想通过互联网来获得一定的收入，因此“杀鸟盘”大多是指利用“刷单返佣”这样的高回报诱惑，让你入套。“杀鸟盘”的套路一般为：以帮助受害者赚取佣金的名义，前期下发小额刷单任务，受害者快速回收本金和佣金从而建立信任。后期下发大额刷单任务受害者付款后，诈骗团伙拒绝返回本金，骗取受害者钱财。刷单商品多为数码产品、黄金、茅台、奢侈品等硬通货商品，便于诈骗团伙快速变现。

6.流量欺诈

流量欺诈是一个较广泛定义，包括广告欺诈、恶意注册、恶意爬虫、脚本抢购、自动化程序等业务问题，是互联网行业最普遍的欺诈形式，一般要求技术门槛相对较高，产业链分工完善，团伙作案对企业造成危害巨大，需要持续对抗，企业风控投入成本较大。

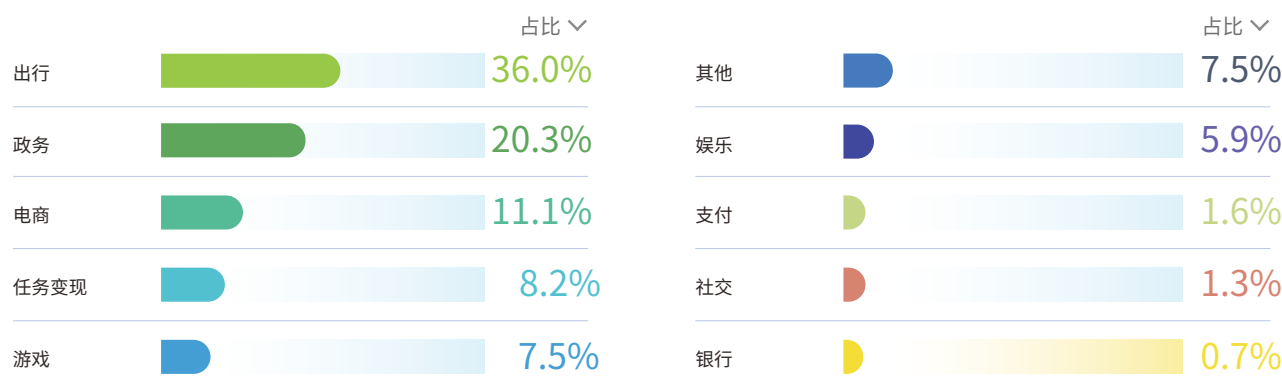
7.疫情诈骗

近年诈骗方式中出现了通过新冠防疫相关信息诈骗的案例，一般分为两种：

- 1、诈骗份子冒充家长加入公开的班级群、通知群，潜伏一段时间后，在班主任不在线的时间段冒充班主任（头像、昵称）发布防疫相关缴费通知，收款后逃之夭夭。
- 2、冒充疾控中心群发疫苗预约短信，在短信链接里面套取用户个人、银行卡信息进行诈骗。

(三) 网络欺诈分布

1. 行业分布



欺诈流量行业分布 (数据来源:小盾安全)

解读:

2021年恶意流量分布最多的三个行业为出行、政务、电商。

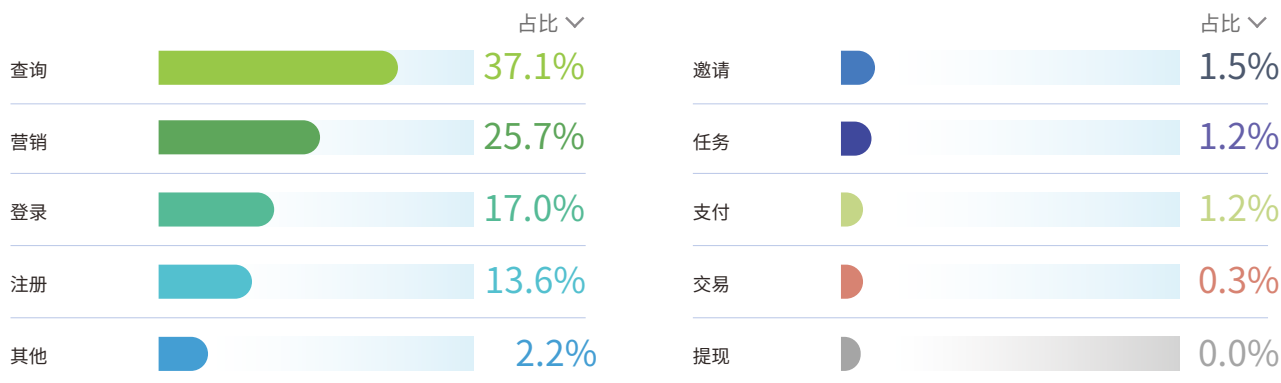
出行行业位居第一,主要欺诈流量集中在航司和铁路票务系统。OTA、二级代理商对于航司航班价格接口持续的查询,极大增加了航司的服务器压力,很大程度上导致航司查订比超过中航信规定标准;市场上形式多样的抢票软件不间断的对铁路票务系统的请求也是出行行业主要的恶意流量来源。

政务网站排名第二,随着近年来“云上政务”的大背景,加之新冠疫情的突发事件,倒逼加速政务信息化进程,大量政务数据可以通过网络实时查询,在极大惠及民众的同时也成为爬虫的主要战场,许多平台利用爬取的政务数据外加一定的包装使其成为商业化产品,为了提升入库效率普遍采用大规模的机器爬虫,有些政务网站流量中超过95%都为爬虫流量。

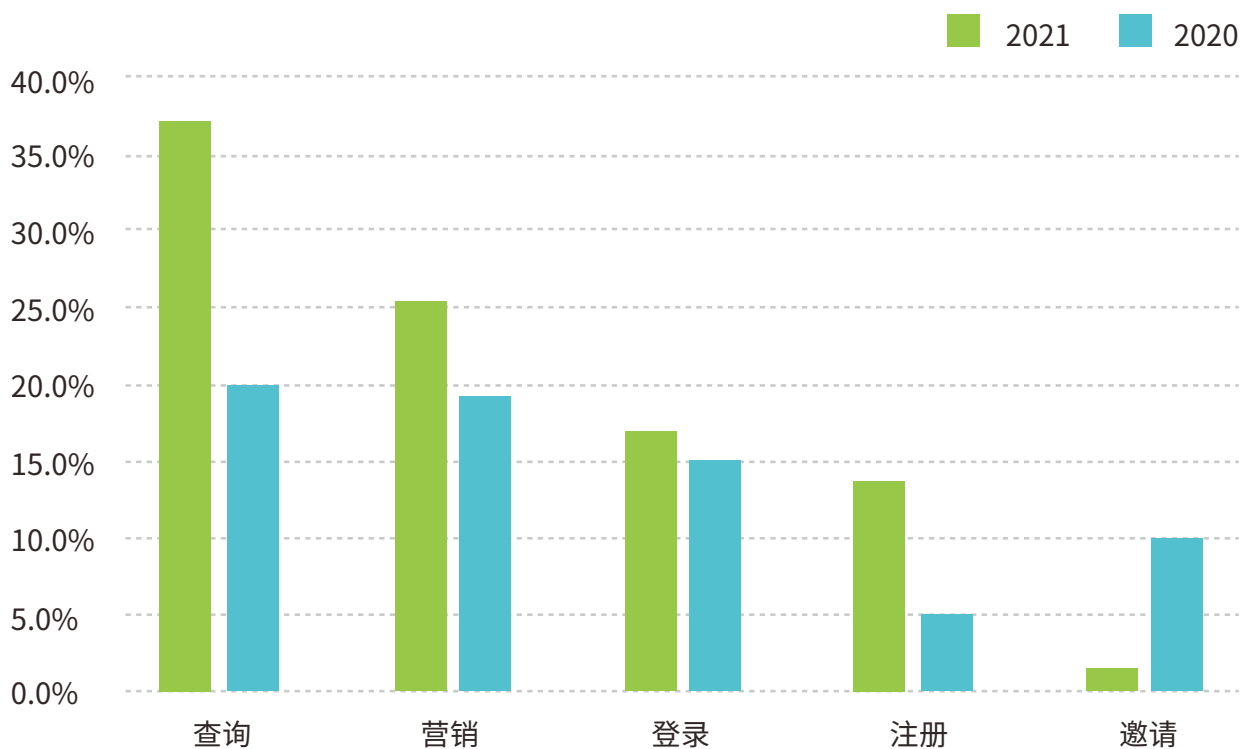
电商行业排名第三,2021年“双十一”电商平台GMV又创新高,接近万亿规模。一方面各种营销活动层出不穷(茅台秒杀、大额优惠券补贴、新手活动等)都充斥大量黑产流量;另一方面,比价平台/竞品之间对于各家电商的价格、评论、库存的持续爬虫流量。

在2021年值得一提的是任务变现行业排名进入前四,2021年以来,一些头部的广告聚合平台加大了对任务变现行业的扶持,出台了很多优惠补贴政策,帮助其快速分发广告流量。加之此行业的业务模式相对简单、开发周期短、变现快速的特点,使得整个任务变现行业重新火热起来。但是大部分任务变现平台缺乏有效防控黑产手段,导致大量自动化恶意流量进入,利用“按键精灵”类的软件自动化完成平台任务骗取奖励。

2.场景分布



欺诈流量场景分布 (数据来源:小盾安全)



主要场景欺诈流量对比 (数据来源:小盾安全)

解读：

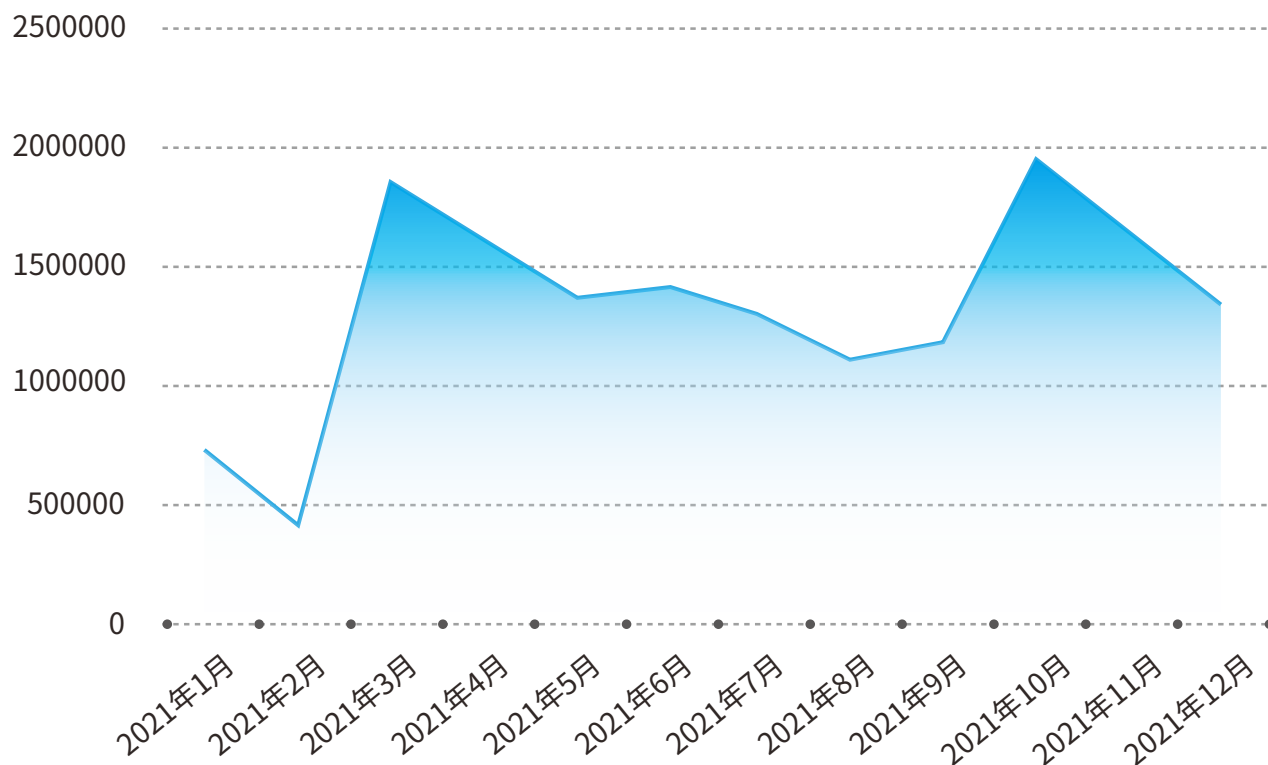
场景依托于行业，是线上利益具像化的呈现方式，也是企业方和灰黑产对抗的焦点。绝大多数企业通过线上策略规则、模型实现在场景中对欺诈行为进行实时判断与处置。

相比2020年，2021年中查询、营销、登录仍排名前三。查询，尤其是非登录状态下的查询作为线上资源获取的最重要环节，在2021年同比有所上升，欺诈流量占比超过1/3。

相比2020年，邀请场景的风险数据占比下降明显，和整个市场背景下新用户拓展乏力，用于拓新的费用投入减少，更加重视存量客户价值挖掘的现状有关。

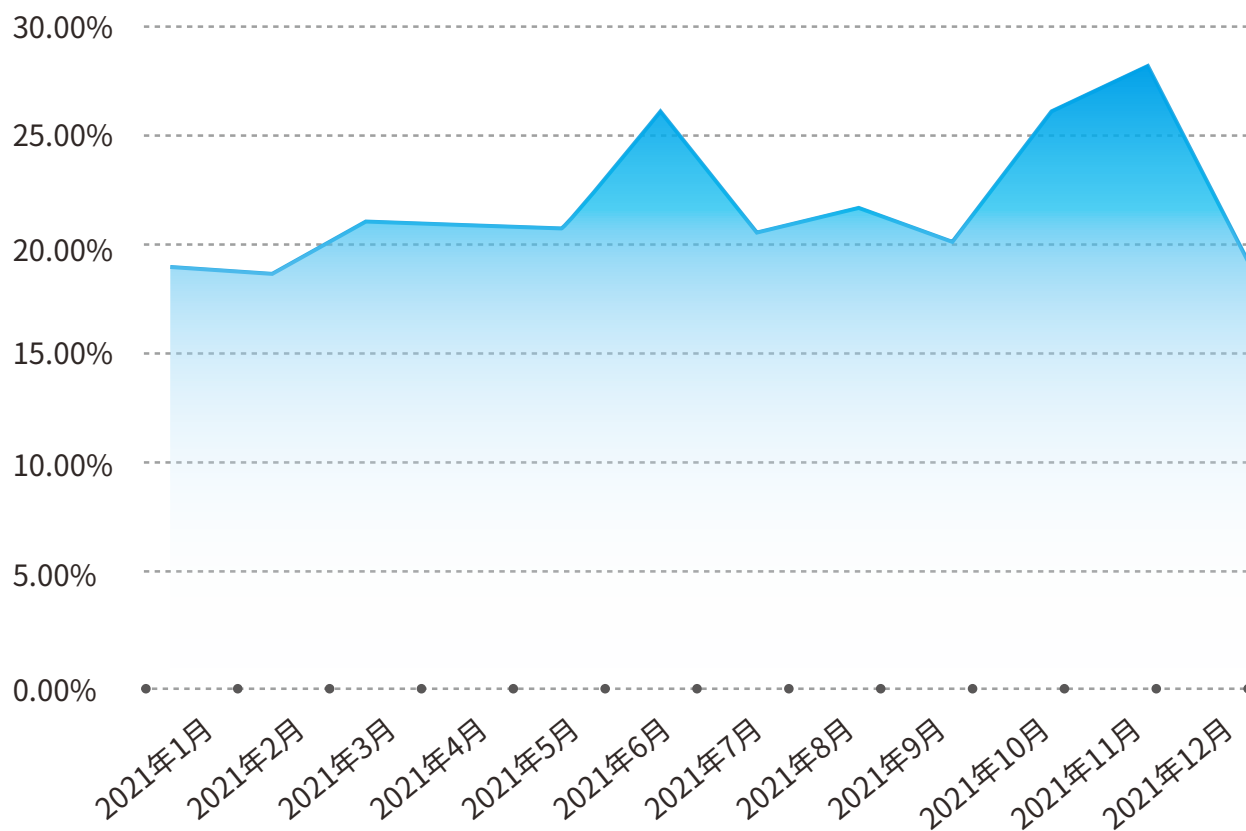
3. 风险手机号分布

小盾情报显示，从3月以来主流接码平台手机号入库量一直维持在月均百万以上，其中虚拟号段占比超过60%，号码大多用于提前注册养号场景，随着“断卡行动”的持续深入，2021年手机号入库量级同比去年下降超过50%。



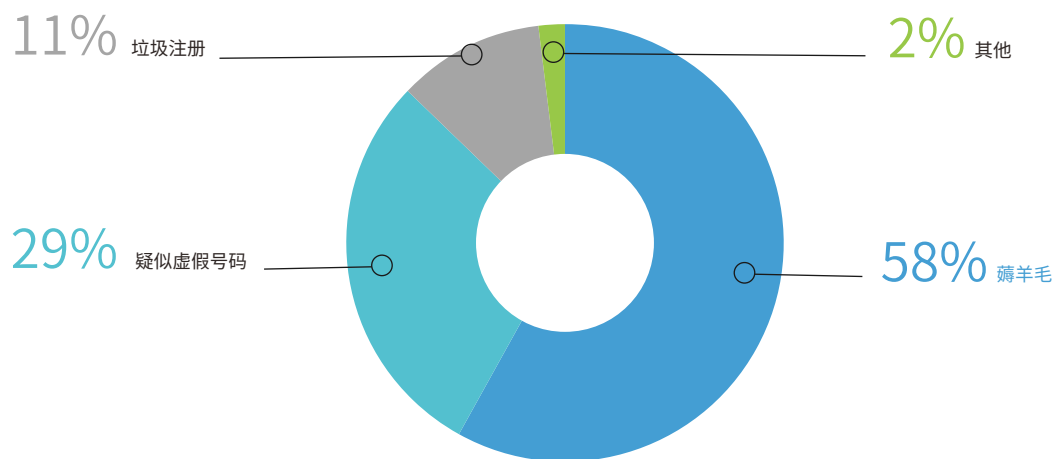
接码平台入库号码分布 (数据来源:小盾安全)

2021年手机号维度全年风险趋势中,风险两次波峰出现在6月和10-11月,集中在两次“电商大促”活动期间。从10月开始到双十一周期内,手机号画像命中风险环比增长28.6%,从10月初开始风险上升表现尤为明显,因为当前各家平台的营销周期拉长的原因,并未像往年数据一样呈现出明显的集中时间波峰表现。



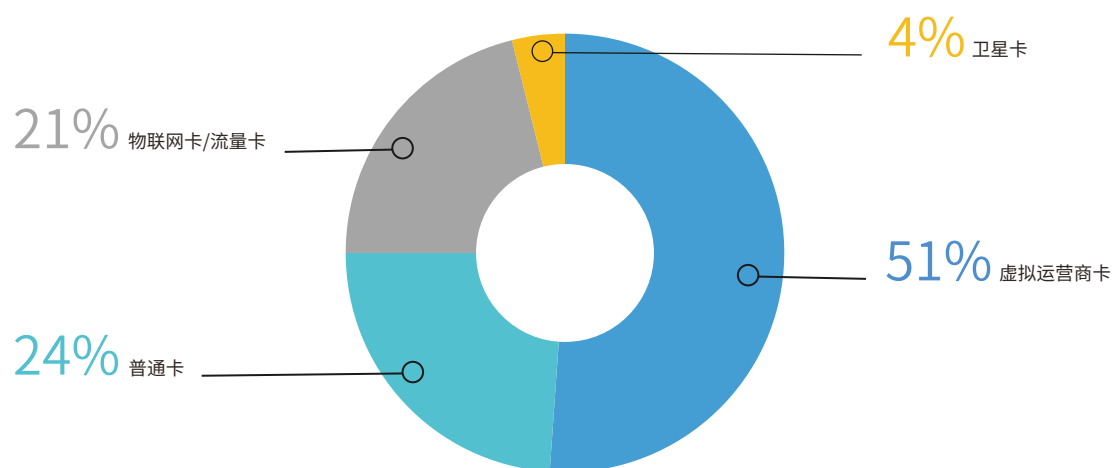
风险手机号命中率分布 (数据来源:小盾安全)

整体风险标签命中占比中薅羊毛标签占比超过50%，其次为疑似虚假号码、垃圾注册。



风险手机号标签分布（数据来源：小盾安全）

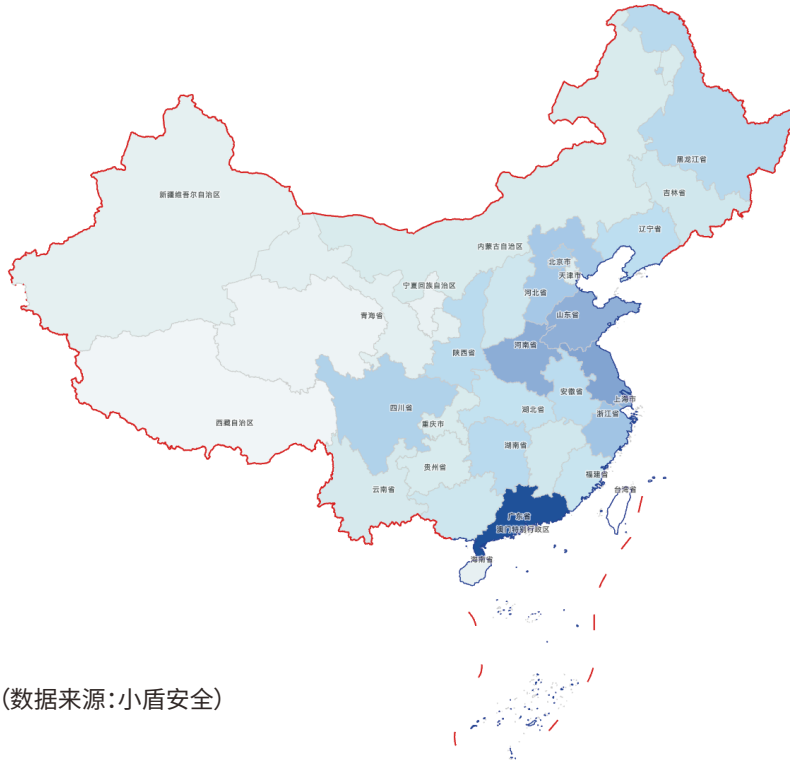
风险手机号类型分布，其中虚拟运营商卡占比位居第一和2020年保持一致，其他标签对比2020年未有特殊异常变化。



风险手机号类型分布（数据来源：小盾安全）

国内分布(中国地图)

风险手机号国内分布, 广东、江苏、河南位列前三



风险手机号国内分布 (数据来源:小盾安全)

世界分布

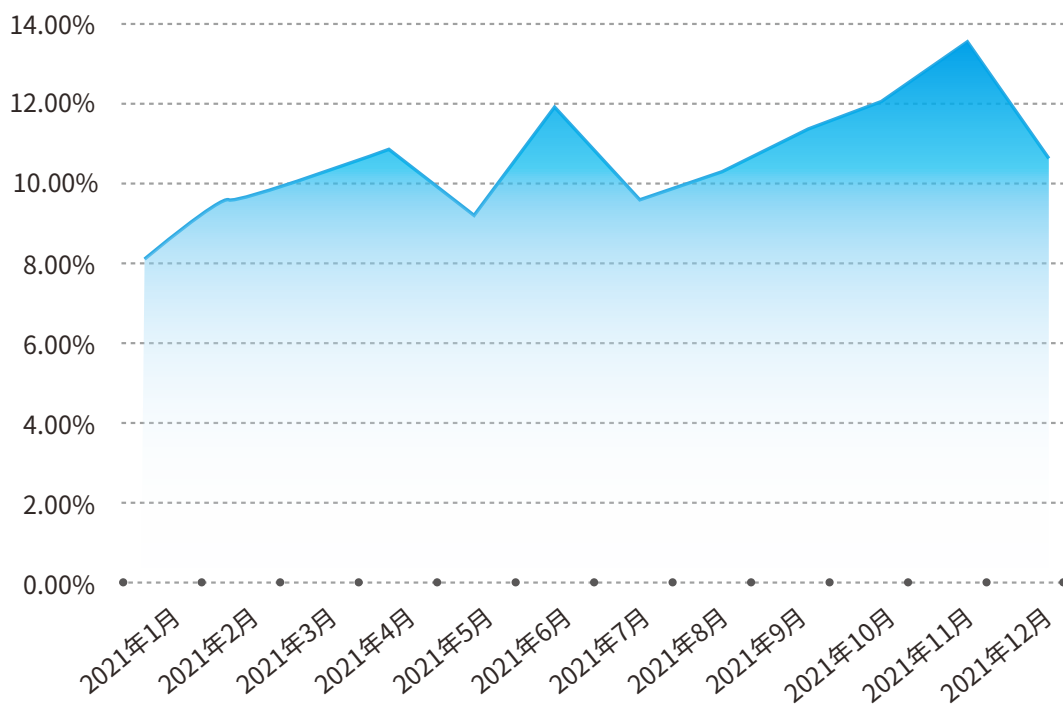
国际地域分布来看, 美国、俄罗斯、英国位列前三



风险手机号世界分布 (数据来源:小盾安全)

4. 风险IP分布

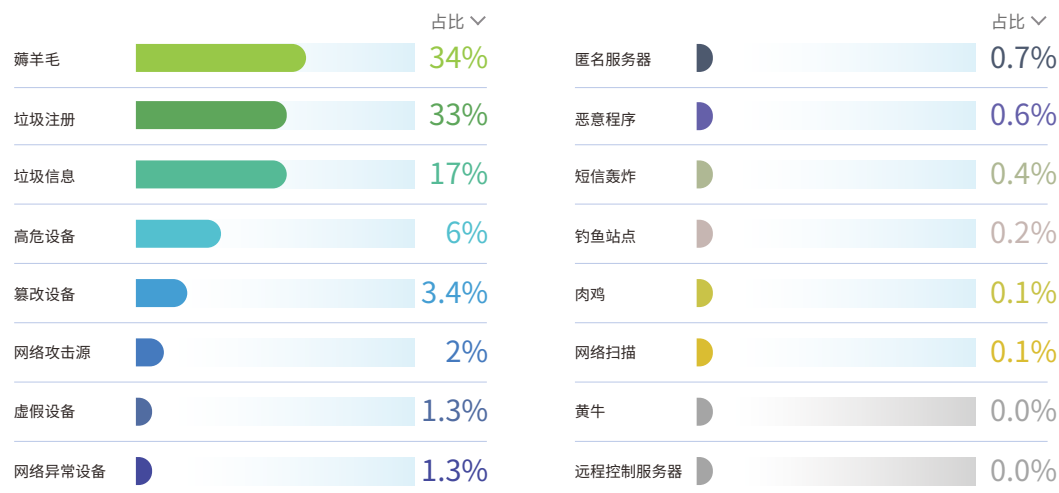
2021年IP维度全年风险趋势和手机号维度风险相对保持一致，两次波峰出现在6月和10-11月，集中在两次“电商大促”活动期间。



风险IP分布 (数据来源:小盾安全)

IP风险标签分布

在风险标签分布中薅羊毛、垃圾注册、垃圾信息占比排名前三，侧面反映出电商行业的高强度对抗现状

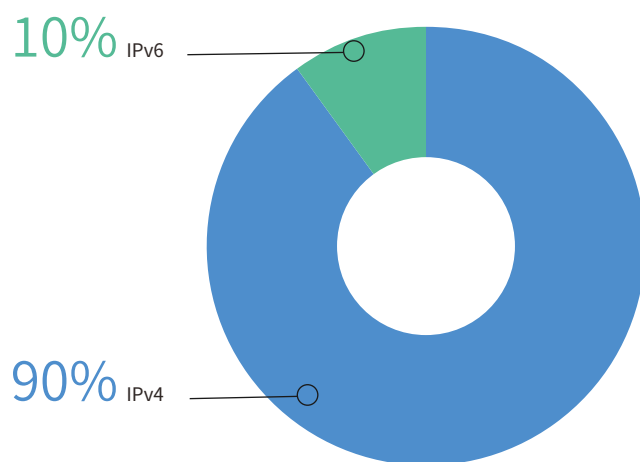


IP风险标签分布 (数据来源:小盾安全)

IP类型分布

随着全球IPv6的逐步普及,在整个2021年有近于10%的攻击来源为IPv6地址,同比2020年提高两个百分点,黑产对于IPv6的使用,势必在未来的1-2年内将攻防态势拉到一个新的高度,因为这意味着:

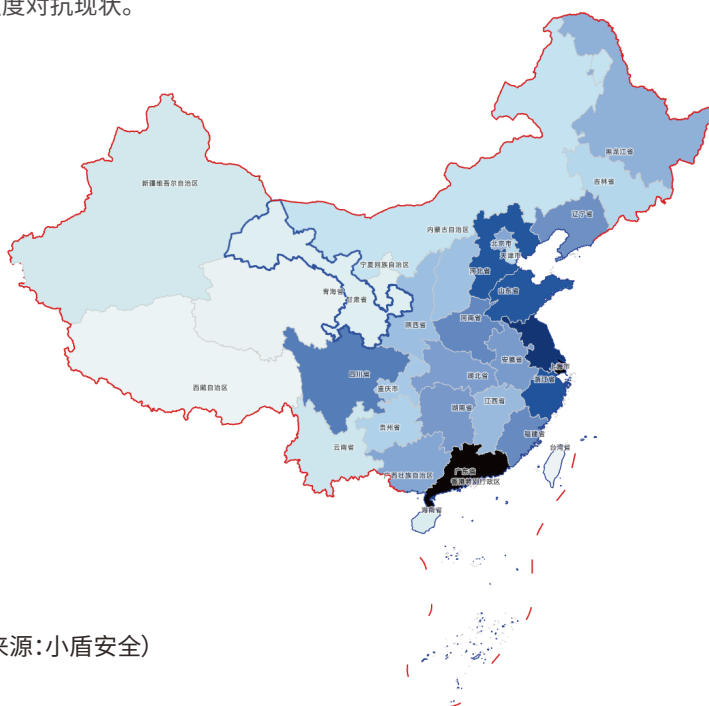
- 1.黑产将拥有比起IPv4来说取之不尽的资源池
- 2.行业多年积累的风险库以及丰富的标签将逐渐失去作用,各平台需要重新构造



IP类型分布 (数据来源:小盾安全)

国内地域分布

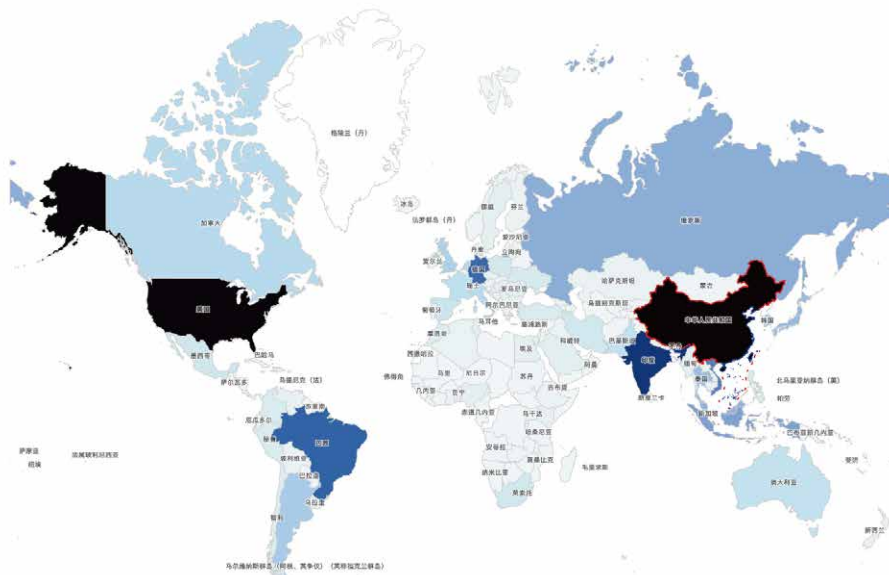
解读:2021年机器流量国内的分布,与去年发生较大差异,广东、上海、江苏排名前三,去年为:吉林、江西、福建排名前三,侧面反映出电商行业的高强度对抗现状。



风险IP国内分布 (数据来源:小盾安全)

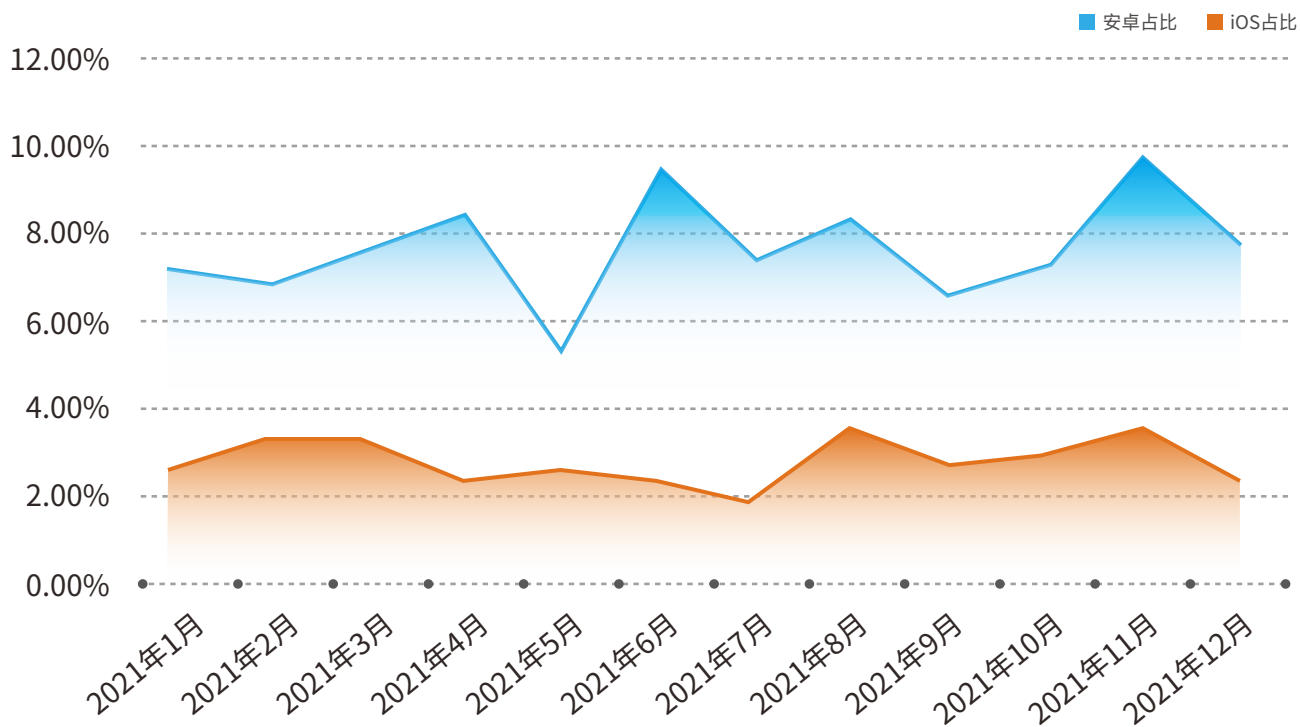
世界地域分布

解读:当前全球机器流量分布,亚洲占比超50%,其次是以美国为代表的北美洲以及欧洲地区。



风险IP世界分布 (数据来源:小盾安全)

5.风险设备分布

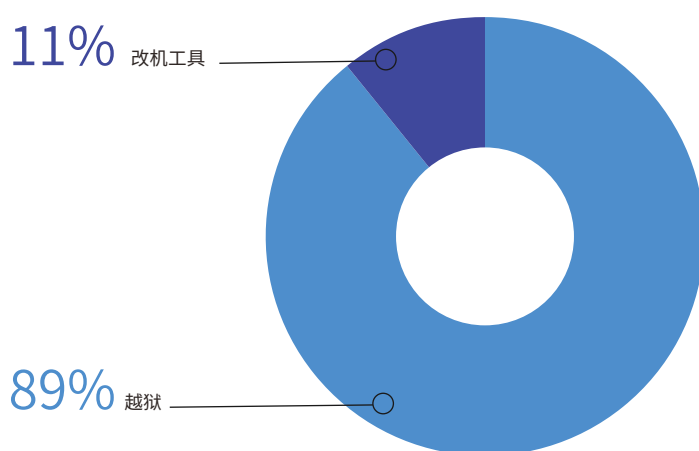


全年风险设备趋势分布 (数据来源:小盾安全)

由于底层生态安全系统和价格因素的不同,且基于Android的开源特点,作弊工具的开发和刷机技术难度低,大部分黑产采用Android设备进行作弊,Android设备不论从黑产保有量还是活跃度都远超于iOS设备,其中安卓系统端,华为、小米、OPPO较低端机型占比较高。

iOS风险分布

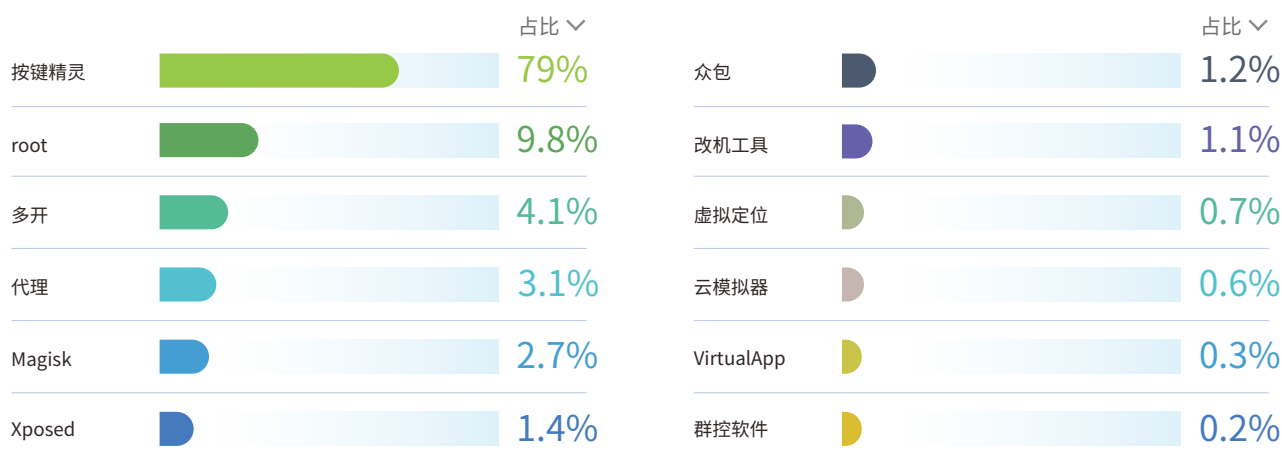
解读:iOS设备风险分布中越狱比例占比最高,因为其本身更加封闭的系统,所以安全性相比安卓设备更加良好,对应的破解方法也屈指可数。



iOS风险分布 (数据来源:小盾安全)

安卓风险分布

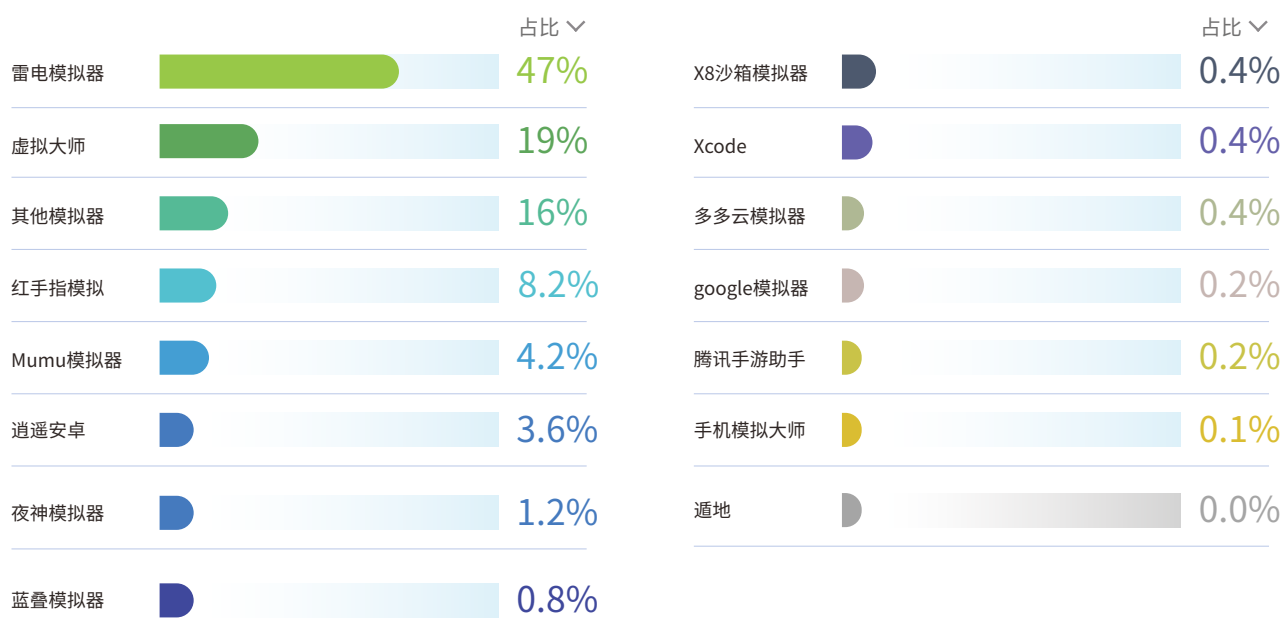
解读:安卓设备风险分布中按键精灵、root、多开占比最高,与2020年保持基本一致。



安卓风险分布 (数据来源:小盾安全)

模拟器分布

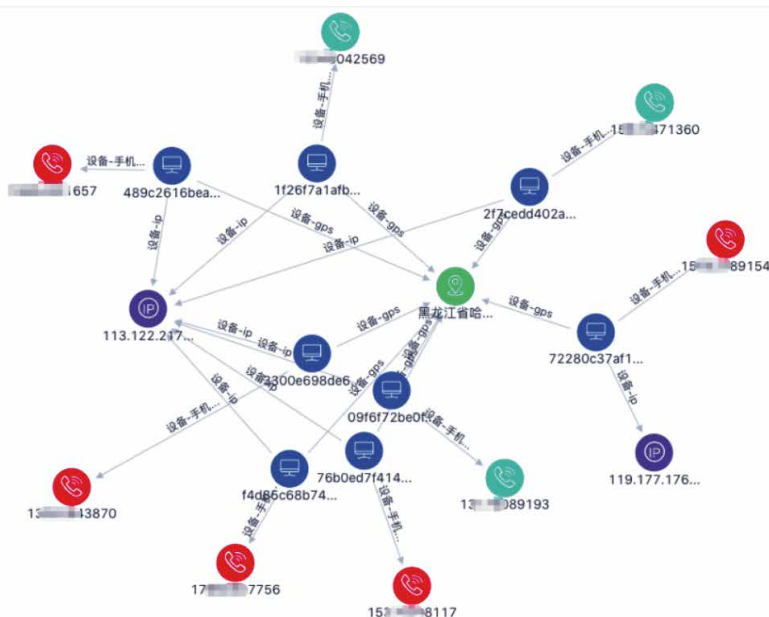
解读:据小盾安全统计,市面上针对安卓设备的模拟器有上百款,一般有专业技术人员维护,更新速度快、性能稳定,是黑产提高效率、规模化作业的常用工具,雷电模拟器在黑产使用率上连续两年排名第一。



模拟器分布（数据来源：小盾安全）

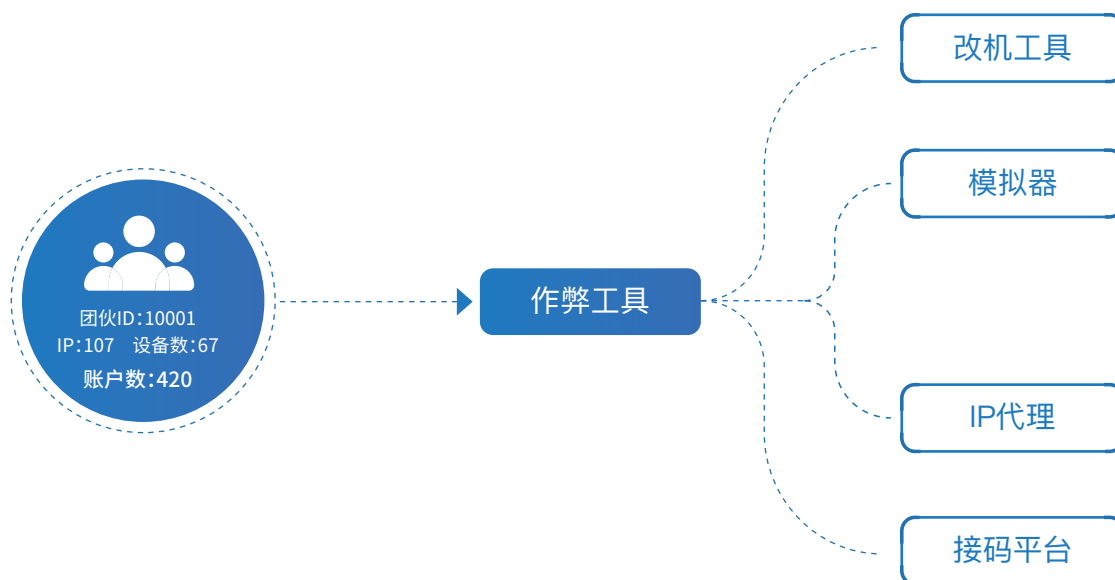
6. 团伙分布

2021年全年,小盾安全共检测到9381个团伙作案行为(注:团伙特指在账号、设备、ip、地理位置等维度呈现明显关联关系的聚集性作案群体)

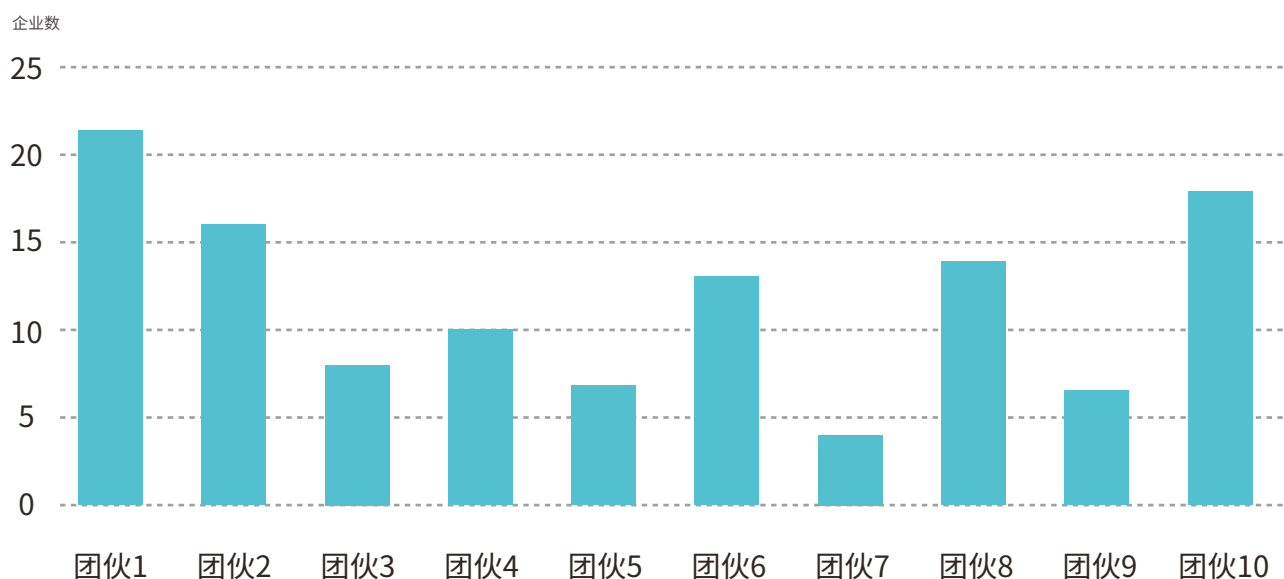


团伙分布 (数据来源:小盾安全)

平均单个团伙账户数量在500左右,一般为专业工作室模式,利用自有群控设备或者租用云控服务,配合改机工具、模拟器、ip代理、接码平台、打码平台等完成批量化作弊行为。



专业的黑产团伙由于前期软硬件投入成本、对平台业务的分析成本、账号被封禁的时间成本的存在,往往都会同时或者在一定周期内对同业平台或者相似平台作案,以2021年度网赚行业来说,小盾安全检测到某个团伙在三个月内对业内12家平台发起作弊行为,企图在新人福利和邀请场景非法获利。小盾安全选取十个典型团伙覆盖企业数如下:



团伙覆盖企业个数 (数据来源:小盾安全)

(四) 行业热点解读

1. 热点一：个人信息保护提上全新高度

现状分析

近年来，随着互联网特别是移动互联网蓬勃发展，丰富多样的应用形态已深入社会生产、人民生活的方方面面，在带来诸多便利的同时，也暴露出一些违规收集使用个人信息、不合理索取用户权限等侵害用户权益的突出问题，国家各部委聚焦群众反映强烈的APP违规处理用户个人信息、设置障碍、骚扰用户、欺骗误导用户等问题，纵深推进APP侵害用户权益整治行动。工业和信息化部召开《“十四五”信息通信行业发展规划》新闻发布会上介绍，截至2021年11月中旬，已组织检测21批次共244万APP（2021年第12批），累计通报2049款违规APP，下架540款拒不整改的APP，当前APP检测趋势日趋严格，由工信部、各地通信管理局、网信办、国家计算机病毒应急处理中心，应用商城等多部委或者机构参与。

工业和信息化部下架的应用软件名单						
应用类别	序号	应用名称	应用开发者	应用来源	应用版本	所涉问题
出行服务类	1	驴妈妈旅游	上海景域文化传播股份有限公司	应用宝	8.7.50	超范围收集个人信息
	2	全能航班	快玩科技(厦门)有限公司	vivo应用商店	1.0.9	欺骗误导强迫用户
餐饮外卖类	3	中国餐饮网	泰州创拓文化传媒有限公司	OPPO软件商店	1.1.0	APP强制、频繁、过度索取权限
	4	急先锋	海南添逸网络科技有限公司	App Store	3.0.3	APP强制、频繁、过度索取权限
	5	喜茶GO	深圳美西西餐饮管理有限公司	App Store	2.2.7	APP强制、频繁、过度索取权限
地图导航类	6	图吧导航	北京四维智联科技有限公司	360手机助手	10.3.4e0bleaf	违规收集个人信息 超范围收集个人信息 APP强制、频繁、过度索取权限
实用工具类	7	掌心天气 (原真实天气)	上海微道信息技术有限公司	应用宝	3.3	欺骗误导强迫用户
	8	极速WiFi精灵	广州爱得深互娱网络科技有限公司	快手	1.1.1	APP强制、频繁、过度索取权限 欺骗误导强迫用户 应用分发平台上的APP信息明示不到位
	9	北瓜电话	南京乐知信息技术有限公司	百度手机助手	3.0.0.33	违规收集个人信息
	10	飞速清理大师	重庆爱得威科技有限公司	VIVO应用商店	2.19.3.4	违规收集个人信息 欺骗误导强迫用户 应用分发平台上的APP信息明示不到位
	11	出国翻译官	北京七彩拇指科技有限公司	360手机助手	3.4.4	违规收集个人信息
	12	GPS实时海拔	福州乐迅网络科技有限公司	360手机助手	1.73	APP强制、频繁、过度索取权限 欺骗误导强迫用户

图片来源（工信微报公众号）

整体趋势

小盾安全认为,未来关于APP个人信息问题呈现两个趋势

1.检测颗粒度更加细分

除了APP主体检测以外,还会对APP内嵌三方sdk进行检测,以下为2021年10月15日,工信部在APP侵害用户权益专项整治行动的内容截取,第一次对三方SDK进行通报。

截至2021年11月中旬,尚有96款APP未按时限要求完成整改。此外,检测发现字节跳动“穿山甲”SDK、腾讯“优量汇”SDK、快手广告SDK问题较多,分别占问题总量比例的37.4%、29.9%、8.0%。

2.“双清单”模式将会成为标准参考

11月15日,工业和信息化部印发《关于开展信息通信服务感知提升行动的通知》,决定自2021年11月至2022年3月,开展信息通信服务感知提升行动(简称“524”行动)首次明确“双清单”具体落实细节。

一是建立已收集个人信息清单。为更好的保护用户知情权,要求相关企业简洁、清晰列出APP(包括内嵌第三方软件工具开发包SDK)已经收集到的用户个人信息基本情况,包括信息种类、使用目的、使用场景等。

二是建立与第三方共享个人信息清单。使用第三方SDK及其他第三方服务,已经成为APP开发、运行过程中常见的技术手段,其在帮助APP功能服务快速实现的同时,也引发一些侵害用户权益的问题。用户经常反映“在某一APP上浏览、购买产品,而其他APP会推送相关内容”,用户对个人信息被共享到何处不知情,容易造成恐慌。为了让用户清晰掌握个人信息在APP、SDK及其他第三方的共享情况,我部在前期APP专项治理行动基础上,进一步要求企业在二级菜单中列出APP与第三方共享的用户个人信息基本情况,包括与第三方共享的个人信息种类、使用目的、使用场景和共享方式等。

监管政策

2021年3月,国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部办公厅、国家市场监督管理总局联合发布《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》,为贯彻落实《中华人民共和国网络安全法》关于“网络运营者收集、使用个人信息,应当遵循合法、正当、必要的原则”“网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个人信息”等规定,明确移动互联网应用程序(App)运营者不得因用户不同意收集非必要个人信息,而拒绝用户使用App基本功能服务。规定明确了常见类型App的必要个人信息范围。

《中华人民共和国个人信息保护法》历经三次审议及两次公开征求意见后,于2021年8月20日由第十三届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议通过,并于2021年11月1起正式实施《个人信息保护法》作为个人信息保护领域的基础性法律,其出台解决了个人信息层面法律法规散乱不成体系的问题,与《数据安全法》、《网络安全法》共同构建了我国的数据治理立法框架。明确了个人信息处理的范围以及原则问题:

个人信息的处理包括个人信息的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除等。

第五条 处理个人信息应当遵循合法、正当、必要和诚信原则,不得通过误导、欺诈、胁迫等方式处理个人信息。

第六条 处理个人信息应当具有明确、合理的目的,并应当与处理目的直接相关,采取对个人权益影响最小的方式。

收集个人信息，应当限于实现处理目的的最小范围，不得过度收集个人信息。

第七条 处理个人信息应当遵循公开、透明原则，公开个人信息处理规则，明示处理的目的、方式和范围。

同时第六十六条明确了法律责任，对于严重违法行为明确了更加严格的处罚方式：

第六十六条 违反本法规定处理个人信息，或者处理个人信息未履行本法规定的个人信息保护义务的，由履行个人信息保护职责的部门责令改正，给予警告，没收违法所得，对违法处理个人信息的应用程序，责令暂停或者终止提供服务；拒不改正的，并处一百万元以下罚款；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上十万元以下罚款。

有前款规定的违法行为，情节严重的，由省级以上履行个人信息保护职责的部门责令改正，没收违法所得，并处五千元以下或者上一年度营业额百分之五以下罚款，并可以责令暂停相关业务或者停业整顿、通报有关主管部门吊销相关业务许可或者吊销营业执照；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处十万元以上一百万元以下罚款，并可以决定禁止其在一定期限内担任相关企业的董事、监事、高级管理人员和个人信息保护负责人。

2021年9月，第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十九次会议通过的《中华人民共和国数据安全法》开始正式施行，在数据安全保护义务方面，《数据安全法》要求：开展数据处理活动应当依照法律、法规的规定；开展数据处理活动以及研究开发数据新技术，应当有利于促进经济社会发展；开展数据处理活动应当加强风险监测等。

第三条对于数据处理进行了明确的定义

第三条 本法所称数据，是指任何以电子或者其他方式对信息的记录。

数据处理，包括数据的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开等。

数据安全，是指通过采取必要措施，确保数据处于有效保护和合法利用的状态，以及具备保障持续安全状态的能力。

热点二：反电信诈骗持续高压

大量诈骗犯罪团伙为逃避打击不断向境外转移，特别是东南亚地区已成为此类犯罪的主要聚集地，2020年以来，受全球疫情持续蔓延及部分东南亚国家疫情增长迅猛等因素影响，国内办案单位无法出境开展联合打击，境外电诈窝点快速增长，针对我国公民实施电信网络诈骗犯罪活动日益猖獗。国内各部门集中开展多项措施，保持对电信诈骗的高压态势。

现状分析

截至2021年10月下旬，全国公安机关共打掉“3人以上结伙”非法出境团伙9419个，破获刑事案件4160起，抓获犯罪嫌疑人33860名，其中，组织招募者931名，运送接应者等黑灰产人员913名，非法出境人员32016名，串并破获电诈案件1021起，挖出境外电诈窝点100个、金主82名。

针对一些涉“两卡”重点地区突出问题，开卡地围绕可疑不开卡、开卡不涉案、涉案必追究的目标，建立多部门联动机制，全面提升风控能力。山东青岛建立警银快速联动机制，成功打掉一个流窜多地的特大洗钱团伙。湖北武汉、广东深圳建立黑名单共享机制，加大办卡管控力度，新开卡涉案数大幅下降。同时，国务院联席办进一步加大宣传曝光力度，公布典型案例，揭露犯罪手法，充分发动群众，在全社会营造浓厚舆论氛围。国家反诈中心官方政务号累计发布视频1500余条，各地各部门开展主题宣传活动1.5万场次，发送公益短信36.2亿条，切实提升了人民群众防范意识和能力。

整体趋势

1, “断卡行动”效果显著

自2020年10月全国“断卡”行动开展以来，各地各部门迅速行动，密切协作，打击惩戒治理多管齐下，集中打击犯罪团伙，清理电话卡、银行卡，从根源上有效遏制电信网络诈骗案件快速上升势头，2021年6月至9月全国电信网络诈骗犯罪发案连续4个月实现同比下降，随着“断卡”行动深入推进，电信网络诈骗团伙获取“两卡”的寄递贩卖通道受阻，诈骗窝点用于作案的“两卡”严重不足，大量涉案资金被冻结，一些诈骗分子甚至直接利用本人银行账户转账洗钱，犯罪团伙作案成本大幅提升，对电信网络诈骗活动实现重创。

2, “断流行动”成果凸显

“断流”专案行动进展顺利、成效初显，有力推动了地方党委政府源头治理工作，有力促进了滞留境外涉诈高危人员劝返工作，截至2021年10月下旬，全国各地共拦截偷渡出境人员1.9万余名，教育劝返境外高危涉诈人员6.9万余名，组织偷渡境外实施电信网络诈骗犯罪活动的高发态势得到了一定遏制。为了劝返境外从事电信诈骗人员回国，各地出台多项严厉政策，包括：

- 取消其家属一切政策性优惠、福利补助
- 冻结、注销户籍，在规定时间内拒不回国的，依法注销户口
- 依法依规从严审核其家庭成员入团、入党、参军、考录公职人员等情形

宜宾市南溪区打击治理电信网络新型违法犯罪工作联席会议办公室关于劝返滞留缅甸北部人员的 告 知 书

南溪区广大人民群众：

近年来，我区极少数市民铤而走险，偷渡缅甸北部地区（含缅甸老街市、九谷市、帮康市、木姐市等，俗称缅北）非法务工，有的沦为电信诈骗犯罪分子或者诈骗黑灰链条的帮助犯，有的为诈骗窝点犯罪人员“吃、住、行、消、乐”提供条件，不仅成为缅北诈骗窝点的“帮凶”，自己也易成为被绑架、拘禁、伤害、强迫卖淫等不法侵害的受害人。

当前缅北社会动荡，自治政府、民团武装冲突频发，新冠肺炎疫情形势严峻、诈骗赌博窝点林立，已成为治安洼地，秩序异常混乱。

为严厉打击整治中缅边境跨境违法犯罪活动，保障广大人民群众生命财产安全，全力劝返滞留缅甸北部人员，现将有关事项告知如下。

一、凡是滞留缅甸北部的南溪籍人员，务必于2021年5月31日前，向当地申报入境，通过正规渠道回国。至少提前7天通过电话向宜宾市公安局南溪区分局刑侦大队（0831-8766080;8766081）或户籍地派出所报备。

二、滞留缅甸北部人员主动回国，并如实供述违法犯罪行为的，可以依法从轻、减轻处罚；情节轻微的，可以免于处罚。

三、对于拒不回国人员，公安机关将依法从重从严打击；村（社区）将根据相关规定进行惩戒，取消滞留缅甸北部人员及其家属一切政策性优惠、福利、补助等。构成犯罪的，将依法追究其刑事责任。

四、滞留缅北人员已返回云南边境进行疫情防控隔离的，要服从当地警方、卫生防疫门及我区驻云南边境民警指挥，如实说明在缅北工作生活情况，接受盘查，出示务工证明、身份证明，并组织有序返回南溪，开展多频次核酸检测，防止无症状感染者将病毒带回我区。

五、全区广大人民群众应主动规劝滞留境外亲友，珍惜机会、主动回国、如实报备。同时，积极检举揭发滞留缅甸北部人员。凡提供有效线索经证的，按相关规定予以100-2000元的奖励。举报途径：拨打110或到各镇（街道）派出所进行举报。

特此告知。

宜宾市南溪区打击治理电信网络新型
违法犯罪工作联席会议办公室

2021年5月7日

政策监督

2021年4月,中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平对打击治理电信网络诈骗犯罪工作作出重要指示并强调:近年来,各地区各部门贯彻党中央决策部署,持续开展电信网络诈骗犯罪打击治理,取得了初步成效。要坚持以人民为中心,统筹发展和安全,强化系统观念、法治思维,注重源头治理、综合治理,坚持齐抓共管、群防群治,全面落实打防管控各项措施和金融、通信、互联网等行业监管主体责任,加强法律制度建设,加强社会宣传教育防范,推进国际执法合作,坚决遏制此类犯罪多发高发态势,为建设更高水平的平安中国、法治中国作出新的更大的贡献。

中共中央政治局常委、国务院总理李克强作出批示指出,依法打击电信网络诈骗犯罪的成效要继续巩固并深化,更好维护人民群众财产安全与合法权益。

2021年6月,工业和信息化部、公安部联合发布《关于依法清理整治涉诈电话卡、物联网卡以及关联互联网账号的通告》,对电话卡、物联网卡以及关联互联网账号的违法犯罪行为提出新的要求:

- 一、凡是实施非法办理、出租、出售、购买和囤积电话卡、物联网卡以及关联互联网账号的相关人员,自本通告发布之日起,应停止相关行为,并于2021年6月底前主动注销相关电话卡、物联网卡以及关联互联网账号。对通告发布后仍然进行上述非法行为的人员,将依法依规予以惩处。
- 二、电信主管部门、公安机关将持续深入推进“断卡行动”,以零容忍态度,依法严厉打击非法办理、出租、出售、购买和囤积电话卡、物联网卡以及关联互联网账号的行为,全力清理涉诈号卡资源。

2021年6月,最高人民法院、最高人民检察院、公安部联合发布《关于办理电信网络诈骗等刑事案件适用法律若干问题的意见(二)》明确了电信诈骗犯罪地域归属,进一步依法严厉惩治电信网络诈骗犯罪,对其上下游关联犯罪实行全链条、全方位打击。

电信网络诈骗犯罪地,除《最高人民法院、最高人民检察院、公安部关于办理电信网络诈骗等刑事案件适用法律若干问题的意见》规定的犯罪行为发生地和结果发生地外,还包括:

- (一)用于犯罪活动的手机卡、流量卡、物联网卡的开立地、销售地、转移地、藏匿地;
- (二)用于犯罪活动的信用卡的开立地、销售地、转移地、藏匿地、使用地以及资金交易对手资金交付和汇出地;
- (三)用于犯罪活动的银行账户、非银行支付账户的开立地、销售地、使用地以及资金交易对手资金交付和汇出地;
- (四)用于犯罪活动的即时通讯信息、广告推广信息的发送地、接受地、到达地;
- (五)用于犯罪活动的“猫池”(Modem Pool)、GOIP设备、多卡宝等硬件设备的销售地、入网地、藏匿地;
- (六)用于犯罪活动的互联网账号的销售地、登录地。

(五) 典型案例分析

案例一：茅台抢购

茅台抢购依然是2021年各大电商的常规营销方式，2021年10月，上海市消保委呼吁抢购平台信息应公开透明，包括预约人数、投放量、实际销售量等。随着越来越多平台获得茅台授权资格，茅台酒在二级市场的价格也水涨船高。

小盾安全情报显示：目前飞天茅台溢价在1500元左右，10月最新报价：

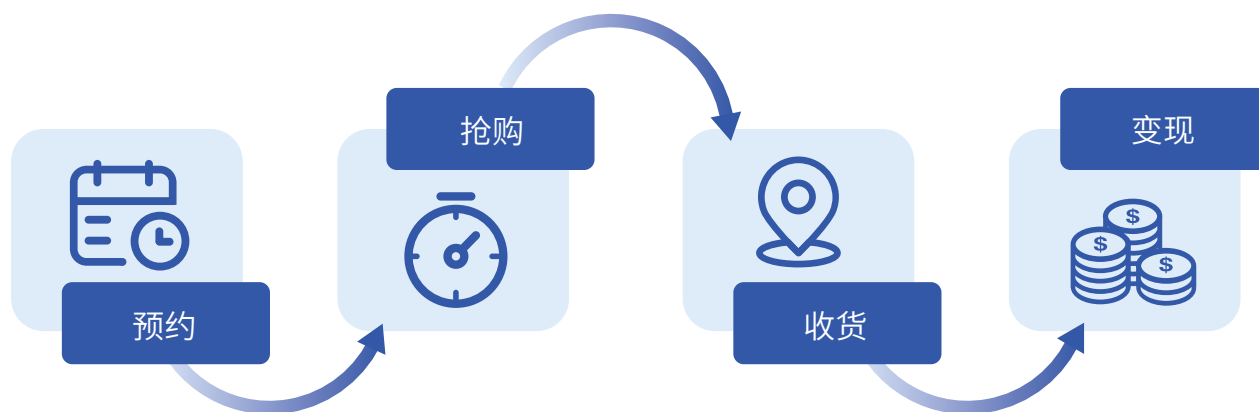
飞天茅台53度500ml (2019年) 3130 (+1631)

飞天茅台53度500ml (2020年) 2930 (+1431)

飞天茅台53度500ml (2021年) 2780 (+1281)

由于巨大的利润空间，公开数据显示，专职黄牛可年入百万。目前已经形成了成熟的茅台抢购产业链，包括外挂软件制作、软件售卖、收徒教学、账号买卖、分销变现等多个环节。小盾安全情报显示：某电商平台实名半年账号（有茅台抢购资格）价格近一年来一直在140元-160元左右。

整个茅台抢购环节可分为预约-抢购-收货-变现四个环节，黑产作弊也是围绕这四个环节来进行的。



养号/买号、特定时间预约、特定资格预约（实名认证、购买记录、会员办理）数量限制、周期限制

时间调整、账号信息同步、协议破解

地址欺诈、虚假地址、相似地址、暗号地址

线下实体店（名烟名酒、酒类回收）、线上社群、闲鱼

抢购工具分析

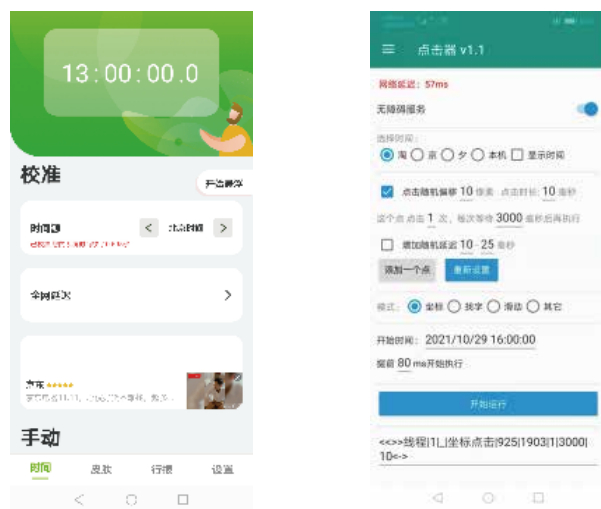
辅助类

通过不同地区时间在毫秒级的差异,使“拼手速”的瞬间快人一步



点击器类

可计算客户端-电商平台服务器延时、录制坐标实现自动化抢购



python脚本类

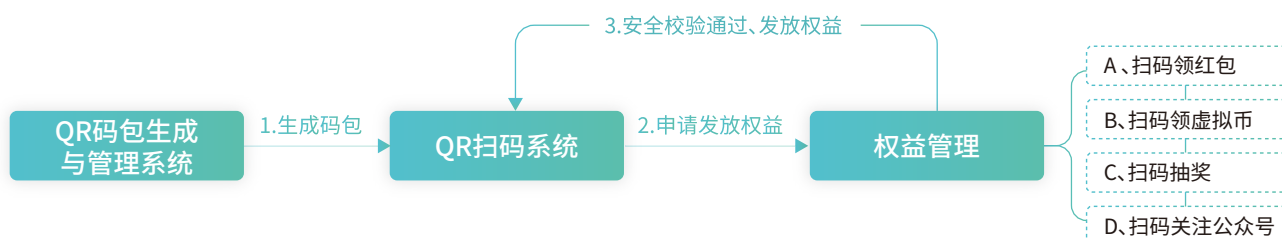
全自动化操作,脚本可自动获取本地到电商平台服务器延时、sku-id、只需要提前绑定账号预约信息即可



案例二：瓶盖扫码

随着零售行业的数字化转型，快消品行业营销活动也纷纷由线下向线上转型升级，曾经风靡全国的“再来一瓶”逐渐退出历史舞台，取而代之是各种类型的“瓶盖扫码”，扫码抽奖、扫码领红包、扫码关注公众号、扫码查看产品溯源……品牌商通过扫码活动达到从线下到线上营销的闭环。

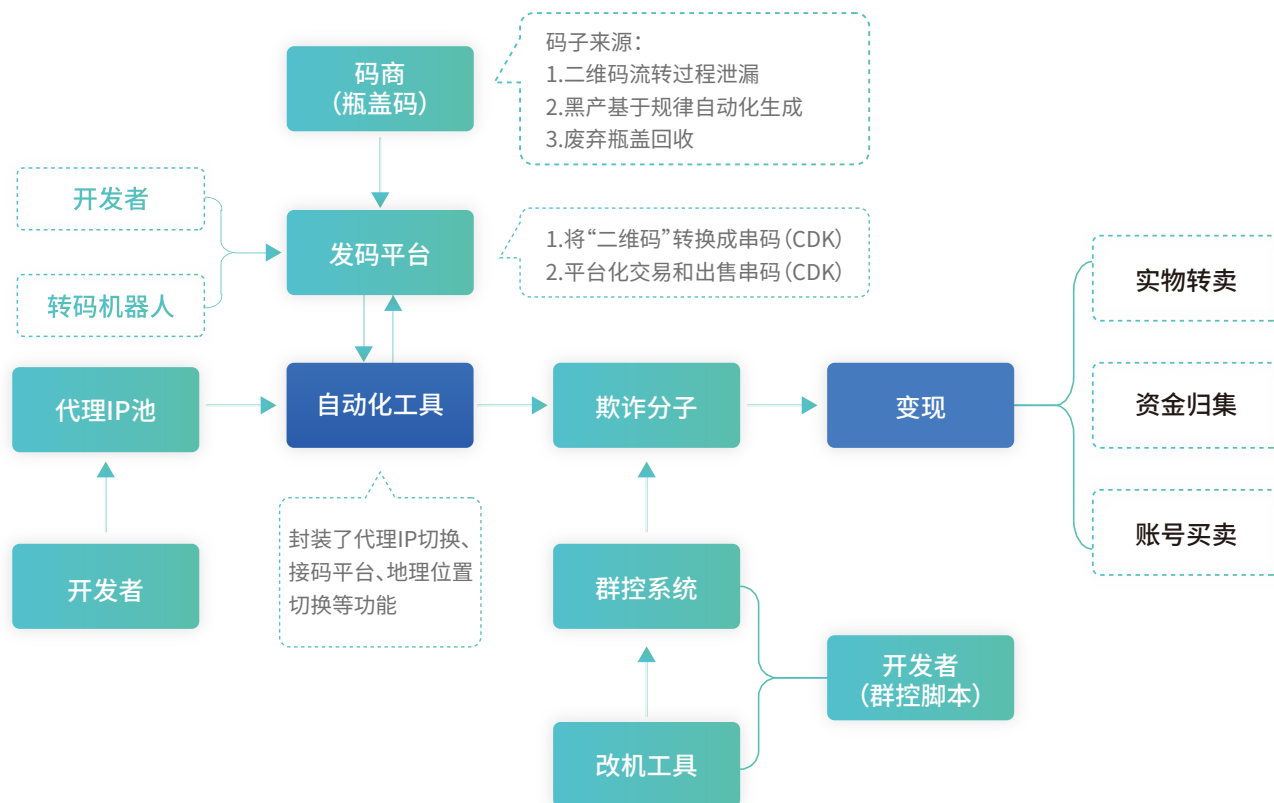
但与此同时，其实是黑产的狂欢，品牌商在瓶盖扫码营销活动中的投入少则千万，多则亿级，而整个行业每年营销费用损失多达50%。小盾安全对这一业务场景做了详细调研分析。



消费者：扫码可领取现金红包、优惠券、抽奖、实体礼品等

平台：用户信息获取、线上引流、二次复购、裂变拉新、全员营销

黑产“扫码开奖”产业链分布流程图：



瓶盖码收集/转换：

- 正常用户购买饮品后的扫码率仅在30%左右，因此会有大量的未扫码瓶盖被丢弃（废品码），该部分瓶盖成为黑产获取码源的一个主要渠道，废品码的回收价格在0.3~0.5元不等。
- 企业内部的管控问题，导致部分工厂码包泄漏

码商收集到的码子有两类：

- 1、瓶盖上的二维码；
- 2、串码，通过分拣、测试，拍照上传、转为电子码等流程将全部码子转为串码也叫“CDK码”，方便进行统一管理和后续交易，每个流程均由不同的人员进行分工处理。

发码平台：线上分发

线上分发是瓶盖流通的核心环节，黑产自建发码平台，进行资源整合和线上流通，并提供自动化转码服务，线上分发渠道包括各种线报群、论坛，以及黑产自建的发码平台，根据品牌、可用率、中奖概率、红包力度的不同，不同品牌的瓶盖会在平台贴出不同的报价，几毛钱不等，在用户购买码子时会提供绕过风控的方法指导（如扫码频率、手机定位等），并且在购买码子后提供自动化批量转码服务。

自动发货	特价【...-百分30-50可用】-废码不站占次数-介意勿拍-一天45...	0.10元 销量20.81万	0.09元 1000个起	9782个	购买
自动发货	★...少废不补★不需要定位全国可万 中随机0.3-2 -每天10次...	0.20元 销量17.36万	0.19元 1000个起	8956个	购买
自动发货	★...别废不补★0.5不必中定位吉林市 四平市 铁东区-经度 ...	0.17元 销量21.8万	0.16元 1000个起	1164个	购买
自动发货	★...无使用★吉林省四平市铁东区-不必中0.5中奖率高50%-70...	0.17元 销量4.82万	0.16元 1000个起	0个	缺货
自动发货	【...-废品货特价不售后】-...必中-介意勿拍-一天45次一周115...	0.03元 销量60.03万	0.03元 1000个起	60235个	购买
自动发货	★...费马没补★-介意勿拍每天10次活跃号玩 必中0.3	0.15元 销量7.65万	0.14元 2000个起	11299个	购买
自动发货	★...费马没补★-随机大包内蒙测试试玩-介意勿拍每天10次活跃...	888.00元 销量1.15万	888.00元 100个起	19877个	购买
自动发货	★...无使用★定位吉林-磐石区-不必中0.3-0.6随机包上限就晚...	0.11元 销量6.16万	0.10元 1000个起	5860个	购买
自动发货	★备课无使用★需要转码扫 不能囤 每天10次必中0.3以上 存入钱...	888.00元 销量11.93万	888.00元 1000个起	11810个	购买
自动发货	★...无使用★不能囤 先买1个测试帐号 要定位广东 小程序...	0.12元 销量3.23万	0.11元 1000个起	2453个	购买

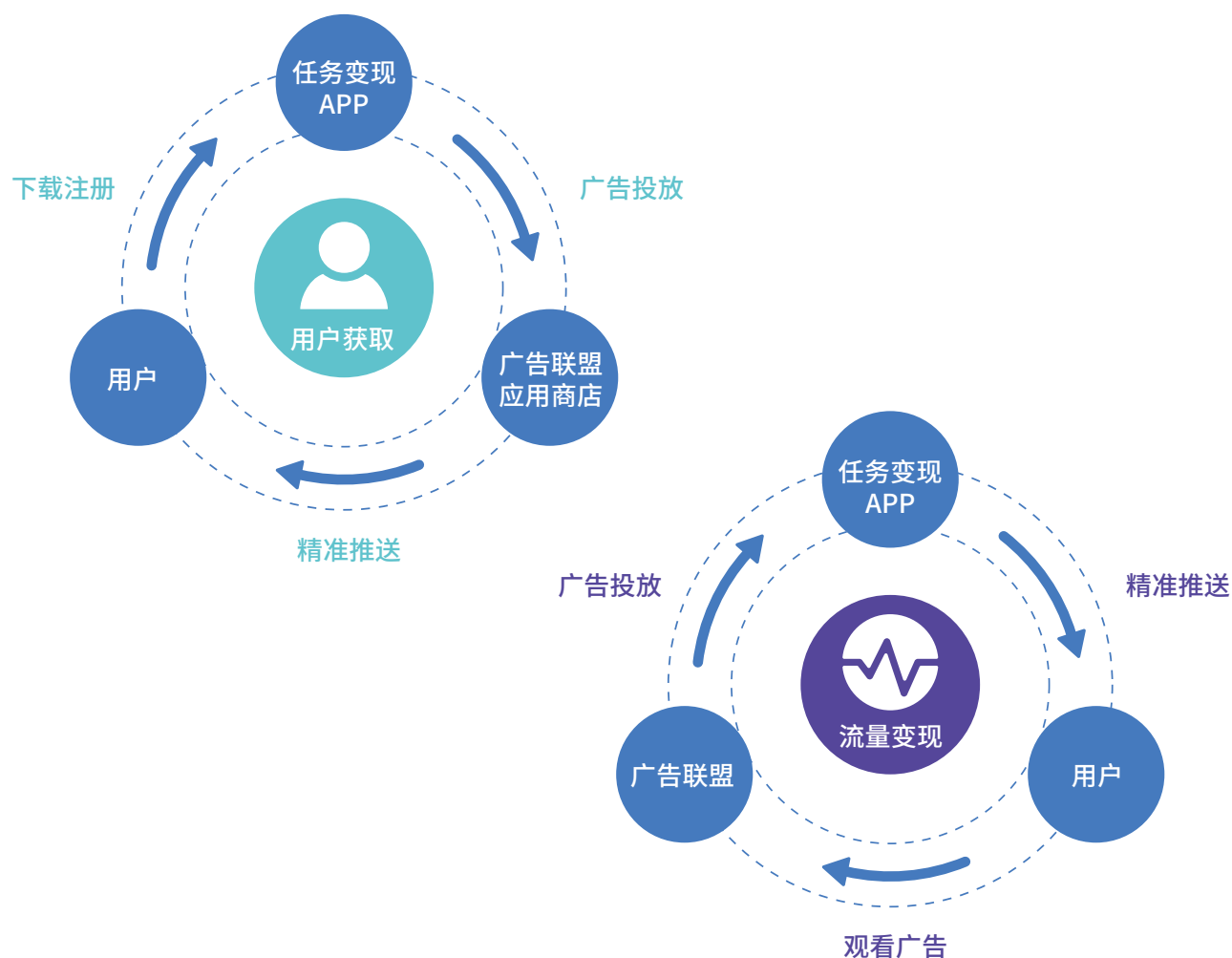
变现：

专业的软件开发者提供对应攻击工具软件，工具中封装整个活动逻辑，通过写入openid，CDK 自动完成扫码过程，且软件开发者会实时洞察平台业务逻辑及风控措施进行软件版本动态更新（迭代周期接近每天）。

案例三：任务变现

“看新闻读小说就能赚钱，每天可领20多块！”“玩游戏就送游戏道具，还送现金，能提现！”“注册就送10元现金，边刷视频边赚钱”等等类似于这种在常规业务模式上增加激励任务现金奖励的新型业务模式我们统称为任务变现。近年来任务变现行业发展相对迅猛，因为其简单的业务模式、可快速复制推广的成熟框架、盈利结算周期较短的特点，引得很多头部厂商也纷纷入局，所谓的“xxx极速版”就是各家厂商的任务变现业务排头兵。

截至2021年10月，任务变现平台/APP超过1500个，用户规模超过2亿，整个行业平均APP生命周期在6-8个月左右，导致生命周期短的原因主要有两个：一是整个行业用户激励政策往往是新用户任务更加简单、获利金额相对较高，越往后任务和奖励获得越难。同时主线业务、任务对于用户粘度普遍偏低，导致绝大多数用户都是趋利而来，当利润变少、任务难度变高后普遍会流失到其他同类平台。二是行业内成熟的黑产得不到有效防控，会导致整个“正常用户-任务变现APP-广告聚合平台-广告主”的商业模式难以持续，黑产的假量一方面会导致平台在任务提现出口的成本大量流失，另一方面则导致广告聚合平台对于当前任务变现APP的用户质量评价大打折扣，从而影响到广告结算，形成恶性循环。基于以上两个原因任务变现行业经营者往往会扮演APP制造工厂的角色，同时或者在固定时间差内推出大量同类型APP上线，来对冲用户流失的风险。



站内广告收入主要靠外接第三方广告聚合平台来结算,需要部署聚合平台的sdk完成,一般按照cpm(千次曝光)结算,一般一个cpm根据用户优质程度可以结算十几元到几十元不等,判定是否为优质用户的标准是三方广告聚合平台自有device-id的标签返回;三方广告聚合平台sdk内置部分风控能力和对渠道用户的转化跟踪,来评估最终结算时的费用(帐期业内一般都是延时1个月),结算一般会有一定比例的扣量存在,少则3-5%多则20%左右,如果用户中判定黑产占比过高可能面临关闭投放渠道的风险,广告聚合平台具有绝对的话语权。



重点风险1:

在获取客户环节,这个环节是客户自己买量进来的场景,客户需要对不同渠道进来量的质量做区分或者涉及到客户和买量渠道的结算扣量问题,是任务变现平台重要支出的部分。

重点风险2:

邀请环节,邀请一种变相的买量营销行为,只不过费用是通过邀请任务给到用户。一般任务变现平台都是一度邀请关系,同时在邀请环节给到的激励会比较大,是作弊的重灾区。

重点风险3:

提现环节,提现场景一般是任务变现客户的底线场景,也是风险决策分数拦截最多的场景,涉及到成本流出的最后一个环节,同样也是黑产变现的最后一个环节。

重点风险4:

任务环节:任务环节是用户操作最频繁、时间花费最久,同样也是广告曝光最多的环节,一般任务变现平台在这个环节只做风险标记,不做拦截处理,毕竟黑产也贡献了cpm。

重点风险5:

内容安全,是否存在内容安全风险和客户业务有关,类似与视频、资讯类有ugc场景的任务变现平台会涉及到内容安全风险。通用内容安全解决方案就可以覆盖,视频类任务变现平台可能会涉及到logo识别的要求,防止视频直接搬运。

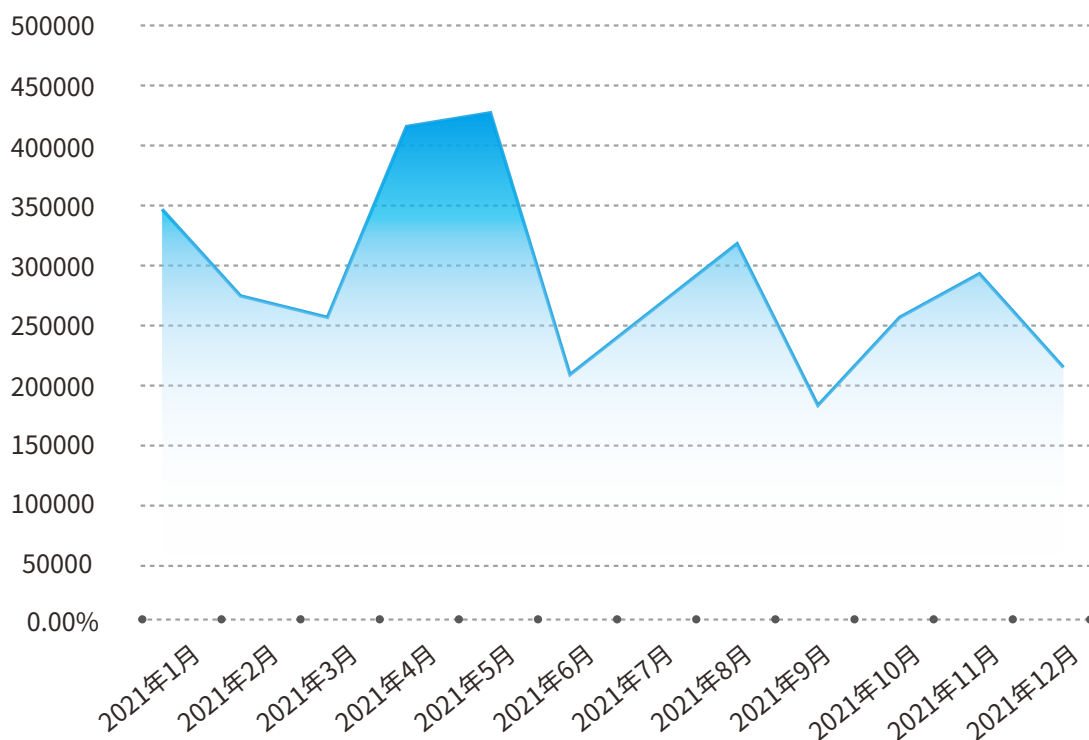
(六) 后疫情时代风控趋势

趋势一：黑产作弊方式由专业团伙转为众包

业务模式

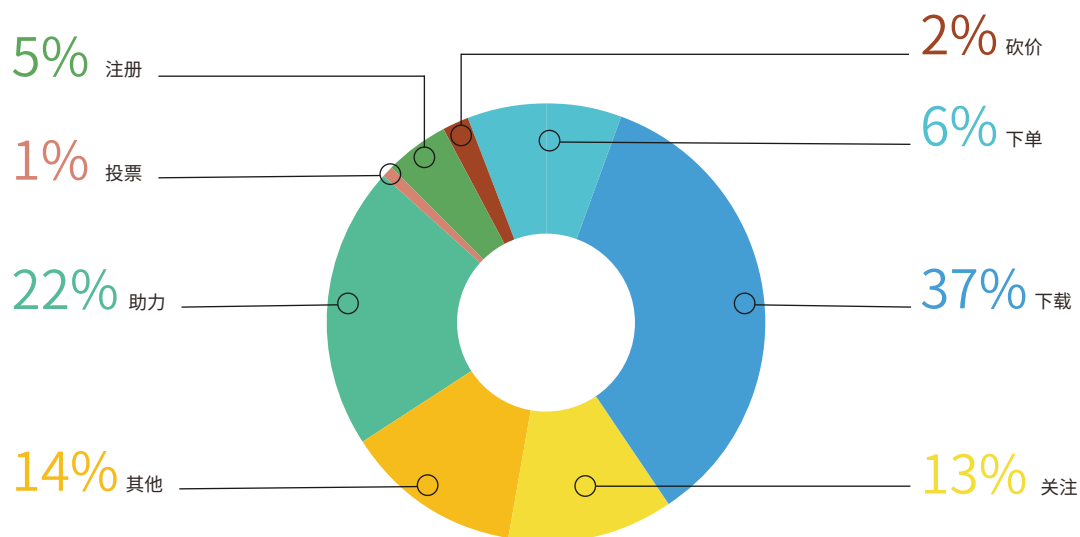


当前作案方式整体呈现由团伙作案逐渐向众包发展，由于疫情以及后疫情阶段的影响，越来越多的普通用户加入到众包人群之中，靠领取任务获得佣金。由于众包模式人群分布离散，设备资源信息相对正常，极大增大了风险识别的难度。小盾安全情报对主流十余家众包平台（包括：悬赏猫、牛帮、众人帮、全民赞、赏乐帮、趣闲帮、小白赚钱、蚂蚁帮扶等）持续监控，全年任务量趋势如下：



众包任务量趋势（数据来源：小盾安全）

通过对10余家众包平台分析,任务类型占比如下,其中下载、助力、关注占比最高,对应场景为应用商城APP下载刷量、泛行业的邀请任务作弊套现奖励、社交电商账号关注增加账号权重



众包任务类型占比 (数据来源:小盾安全)

众包风险对于传统风控而言面临两个主要问题:

- 1、识别难度高,因为众包人员使用设备、手机号、ip等工具多为正常工具且分布相对离散,传统风险识别逻辑很难保证有效的召回。
- 2、识别后处理边界模糊,解释成本较高,面对客户投诉很难应对。

趋势二:传统品牌商加快数字化转型

新冠疫情的持续发展加速了第四次工业革命的进程,近年来我国数字经济的顶层设计不断优化,注重从全局高度科学谋划经济数字化转型与高质量发展的关系,切实契合了全球经济数字化转型发展新趋势。从国家层面来看,坚持以供给侧结构性改革为主线,加快发展数字经济,推动实体经济和数字经济融合发展,已经成为主动顺应国际发展潮流的客观要求。经济数字化转型既为当下加快培育数据要素市场实现新突破,促进要素自主有序流动,提高要素配置效率等方面具有重大意义。

自主可控的数字化销售体系成为趋势

当人口红利消失，市场进入饱和竞争，简单地铺货+促销已经失效，深度分销已经走到尽头。在过去，虽然部分头部品牌商已经不同程度地在构建信息化系统，但往往只是触达到经销商层面，管货、管人。渠道各环节中仍然存在着多处信息割裂的局面，没有实时在线，促销费用的投放、市场的效果反馈严重滞后。

品牌商必须升级分销打法，将深度分销进化为精准分销，精准打击，以数据为支撑提高商品分销动销的效率。目前品牌商必须要具备通过渠道数字化实现对“消费最后一公里——场所”的连接能力，继而构建自主可控的数字化销售体系。

国潮崛起势不可挡

在过去的2021年，由于国家对疫情的有效防护，“动态清零”、“精准防控”的政策方针成为世界典范、HM抵制新疆棉等事件，河南水灾鸿星尔克捐款等事件，国民的爱国意识和民族自豪感空前高涨，进一步促进了国潮崛起，李宁、鸿星尔克为代表本土品牌逆势增长，直播带货直播间一度“一货难求”。

在整个转型过程中往往存在：专业人才匮乏、技术盲点普遍、核心关键技术能力不足，信息基础设施相对薄弱，尤其在数字营销环节往往是大手笔投入，由于风控识别风险能力不足导致大量营销费用落入黑产口袋。需要加速建设自己的风控体系，让自己的投入最大限度的投入到对消费最后一公里的争夺，通过连接终端，实现库存在线，精准营销。

趋势三：欺诈识别将更加依赖机器学习/知识图谱/情报

流量迁移导致数据采集维度减少

移动应用程序（APP）总数持续下降。截至2021年10月末，我国国内市场上监测到的APP数量为272万款，比9月末净减少2万款。其中，本土第三方应用商店APP数量为136万款，苹果商店（中国区）APP数量为136万款。10月份，新增上架APP数量11万款，下架应用13万款。数据来源：《工信部-2021年1—10月份互联网和相关服务业运行情况》。

小程序流量，2020年全网小程序已超600万。其中，微信小程序数量超380万，日活跃用户超4亿，MAU为8.3亿，人均单日使用时长超1200s，微信小程序的交易规模更是突破2万亿。轻量化的小程序发展成为大势所趋，对于传统风控而言，采集的数据维度决定了风控效果的上限，由于微信生态限制搜集到的数据极少，对风控决策提出更高要求。

众包风险无法有效识别

由于疫情影响近2年内众包平台、参与众包的人数激增，由于其设备、手机号、ip多为正常状态且分布相对分散，传统风控方式很难识别。

数据采集合规性要求日趋严格

2021年3月，国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部办公厅、国家市场监督管理总局联合发布《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》，规定App不得因为用户不同意提供非必要个人信息，而拒绝用户使用其基本功能服务。同时明确了三十九类常见APP必要个人信息范围，截取《规定》第五条部分内容如下：

第五条 常见类型App的必要个人信息范围：

(一) 地图导航类，基本功能服务为“定位和导航”，必要个人信息为：位置信息、出发地、到达地。

(二) 网络约车类，基本功能服务为“网络预约出租汽车服务、巡游出租汽车电召服务”，必要个人信息包括：

1. 注册用户移动电话号码；
2. 乘车人出发地、到达地、位置信息、行踪轨迹；
3. 支付时间、支付金额、支付渠道等支付信息（网络预约出租汽车服务）。

(三) 即时通信类，基本功能服务为“提供文字、图片、语音、视频等网络即时通信服务”，必要个人信息包括：

1. 注册用户移动电话号码；
2. 账号信息：账号、即时通信联系人账号列表。

(四) 网络社区类，基本功能服务为“博客、论坛、社区等话题讨论、信息分享和关注互动”，必要个人信息为：注册用户移动电话号码。

(五) 网络支付类，基本功能服务为“网络支付、提现、转账等功能”，必要个人信息包括：

1. 注册用户移动电话号码；
2. 注册用户姓名、证件类型和号码、证件有效期限、银行卡号码。

(六) 网上购物类，基本功能服务为“购买商品”，必要个人信息包括：

1. 注册用户移动电话号码；
2. 收货人姓名（名称）、地址、联系电话；
3. 支付时间、支付金额、支付渠道等支付信息。

用于欺诈用户识别的数据采集维度相对较广，往往属于非必要采集字段，需要用户单独授权。

在以上大背景下未来的欺诈识别将更加依赖机器学习/知识图谱/情报的能力输出。

探索创新技术,构建多维决策体系,提升风险决策效率和效能。企业可利用机器学习模型,对历史数据进行特征分析,如利用逻辑回归、随机森林、SVM、GBDT、XGBoost等不同算法进行模型训练,并将训练后达到要求的模型投入运行,机器学习模型主要应用于异常登录注册、异常交易支付等风险场景。

企业还可利用知识图谱从全局关系视角分析和发现问题,知识图谱在事前环节提供了实时关联风险传导、黑产团伙挖掘、风险群体分析、风险群体报告以及风险关联指标输出;在事后环节提供了可视化图关联分析手段,可为风控人员提供案件可视化关联分析及风险追溯、时序分析等风险关联反查服务。知识图谱在现有个体视角风控体系之上,补充了群体关系视角风控手段,主要应用于监控新兴互联网渠道“非面对面、难以追溯”的团伙集团化欺诈。创新技术的应用为构建智能风控体系提供了强大的技术支撑。

黑产情报可以针对黑产团伙采用的新型欺诈模式、技术手段甚至是绕过防控体系的技术细节重点关注和布控情报体系。如果在黑产团伙刚开始验证或小范围使用某种欺诈技术时就被情报体系捕获,就可以在黑产团伙利用这个技术开始进行大规模欺诈之前部署策略,提前止损。

02

内容安全篇



2021年11月19日,由中央网信办、中央文明办和中共北京市委、北京市人民政府共同主办的首届中国网络文明大会在北京国家会议中心举办,主题为“汇聚向上向善力量,携手建设网络文明”。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平发来贺信。习近平在贺信中强调,网络文明是新形势下社会文明的重要内容,是建设网络强国的重要领域。近年来,我国积极推进互联网内容建设,弘扬新风正气,深化网络生态治理,网络文明建设取得明显成效。要坚持发展和治理相统一、网上和网下相融合,广泛汇聚向上向善力量。各级党委和政府要担当责任,网络平台、社会组织、广大网民等要发挥积极作用,共同推进文明办网、文明用网、文明上网,以时代新风塑造和净化网络空间,共建网上美好精神家园。

党的十八大以来,中央网信办、公安部、全国“扫黄打非”工作小组办公室等部门持续开展网络专项整治行动,坚决打击各类网络犯罪活动,集中整治网上各类违法和不良信息,重点清理网上对未成年人具有不良影响的负面内容,持续开展“清朗”“净网”“护苗”等专项整治行动,有力净化网络生态治理取得显著成效。

(一) 总体概括

现状分析

《中国互联网发展报告2021》显示,截至2021年6月,我国网民规模达到10.11亿人,互联网普及率达到71.6%。工信部最新数据显示截至2021年10月末,我国第三方应用商店在架应用分发总量达到20394亿次。其中,游戏类、日常工具类、社交通讯类、音乐视频类下载量均超2000亿次,分别达2924亿次、2792亿次、2545亿次和2310亿次,纷繁复杂的内容构成了在互联网的毛细血管,这个时代每个人都是内容汲取者同时也是产生者,在互联网内容井喷式爆发的背景下各种问题也开始凸显。截止2021年12月已有超过百款APP因为内容问题被通报下架,各类违法和不良信息的审核处理成为各个平台所面临的红线问题。



有关部门陆续颁布《互联网用户公共账号信息服务管理规定》《关于进一步压实网站平台信息内容管理主体责任的意见》《网络短视频内容审核标准细则》等多项规定、建议要求运营平台、账号主体深入落实主体责任、保证内容安全，维护清朗网络空间。

内容安全全景图

小盾安全内容团队，通过多年行业深耕、累计服务数千家客户，日均审核违规内容数千万级别，发布内容全景图，以不同媒介载体为大类标准，对于不同风险问题进行了详细分类，涵盖所有主流业务场景下内容安全问题。



图片				
涉政				
领导人相关	英雄烈士	邪教迷信	落马官员	历史铭感事件
地图完整性	国徽国旗	臂章/旗帜	政治映射	建筑物
涉黄				
性行为	裸露	儿童色情	情趣用品	色情性器官
卡通色情	性分泌物	SM		
暴恐				
恐怖组织旗帜	恐怖组织名单人物	暴恐标示	血腥场景	暴恐场景
武器/装备	管制刀具	暴恐服装	毒品相关	
价值观				
抽烟/喝酒	广告识别	广告法	劣迹艺人	logo识别
	二维码/联系方式	效果识别	劣迹艺人不同年龄图片	竞品logo
头像				
	留言/评论	视频截帧	IM通讯	

音频				
涉政				
领导人相关	英雄烈士	邪教迷信	落马官员	历史铭感事件
敏感相关				
涉黄				
性行为	情趣用品	色情性器官	性分泌物	娇喘
ASMR	色情公众事件			
暴恐				
恐怖组织名单人物	恐怖组织名单	国际通缉要犯名单	恐怖组织口号/宣言	毒品相关
违禁品相关				
广告识别	广告法	劣迹艺人	红歌识别	辱骂识别
联系方式/竞品导流	程度极限词汇	劣迹艺人名称	国歌/涉政歌曲	侮辱/谩骂/诋毁
语种识别	人声识别			
多国语言/方言	性别/年龄			
语音聊天室	音频直播	在线音乐	IM语音	

视频				
涉政				
领导人相关	英雄烈士	邪教迷信	落马官员	历史铭感事件
地图完整性	国徽国旗	臂章/旗帜	政治映射	建筑物
涉黄				
性行为	情趣用品	色情性器官	裸露	儿童色情
卡通色情	性分泌物	SM		
暴恐				
恐怖组织旗帜	恐怖组织名单人物	暴恐标示	血腥场景	暴恐场景
武器/装备	管制刀具	暴恐服装	毒品相关	
价值观	广告识别	广告法	劣迹艺人	侵权识别
抽烟/喝酒	二维码/联系方式	效果识别	劣迹艺人/相关影视剧	logo/水印
主播监测	人像监测			
黑名单主播	挂机黑屏			

溯源分析

当前涉及内容安全问题的原因如下：

1. 恶意引流, 常见模式为：

常规业务引流, 在竞品网站/app内通过大量灌水、私聊发送广告的形式引导用户迁移

博彩/色情引流, 在垂直平台通过大量垃圾灌水方式, 发布网址或者联系方式, 提高曝光, 吸引用户。例如博彩代理在体育直播平台通过弹幕的方式进行大量广告灌水, 吸引用户。

2. 竞品恶意竞争, 无良竞争企业在同行平台恶意发布涉政、邪教等红线内容, 通过举报恶意伤害同行声誉。

3. 平台运营人员自身安全意识薄弱, 常见为宣传不实, 违反广告法, 对于敏感事件、地图完整性等缺乏常识性安全意识。

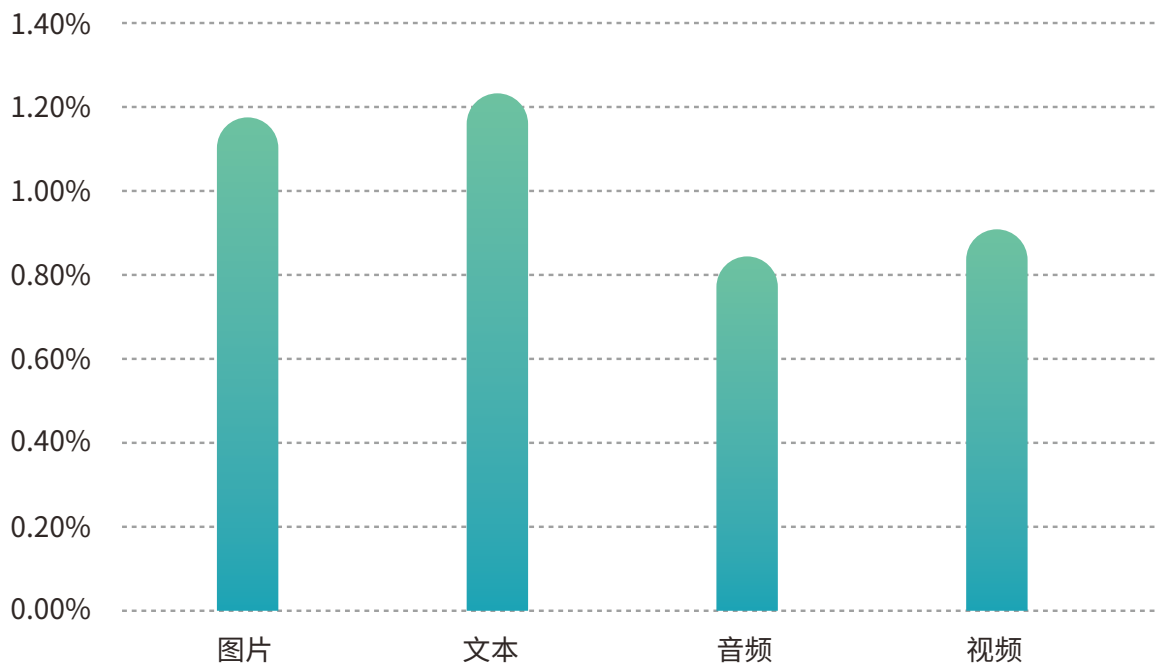
4. 个人哗众取宠行为, 恶意发布涉政内容, 在敏感节日、特殊历史事件等时期恶意发布政治敏感内容、诋毁领导人/历史英烈、国家方政等。

(二) 内容安全分布

整体行业风险占比

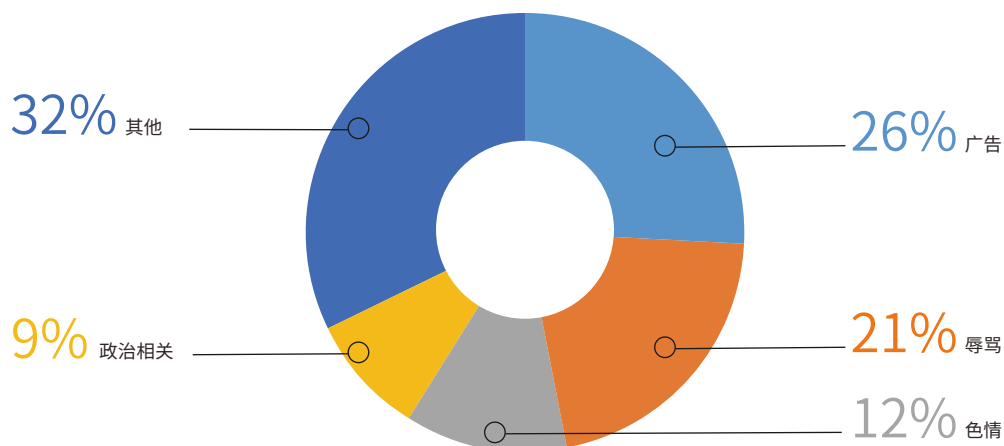
小盾安全通过对数百亿的样本数据分析, 数十家行业领袖调研, 2021年全年不同载体下违规内容分布如下：

注: 各行业对违规内容的判定标准存在一定的差异, 但是整体差异量级不超过违规样本的1%, 这里数据为并集计算的结果



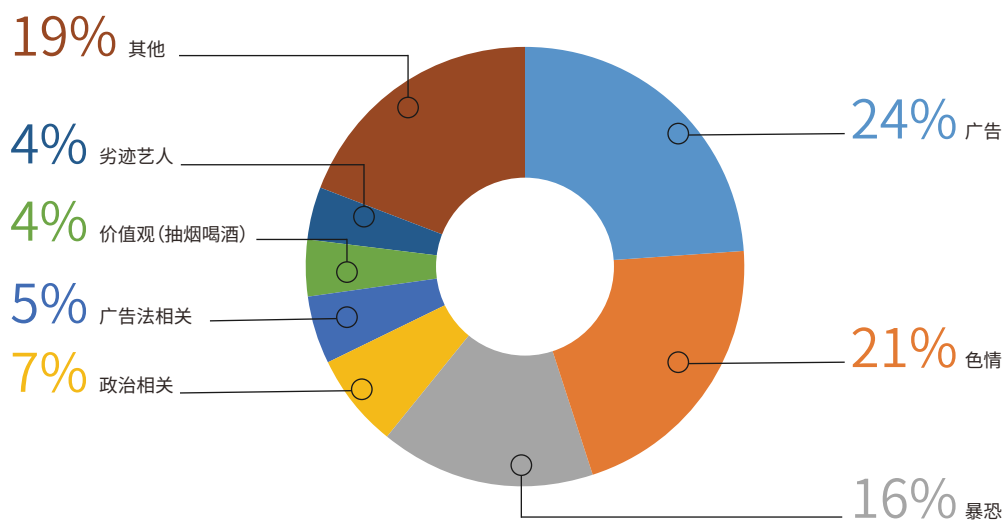
不同载体违规比例分布 (数据来源: 小盾安全)

因文本和语音底层检测机制统一 (除娇喘/呼麦等特殊场景), 故合并为文本类统一计算分布



文本类违规内容分布 (数据来源:小盾安全)

因图片和视频底层检测机制统一,故合并为图片类统一计算分布



图片类违规内容分布 (数据来源:小盾安全)

解读:

- 2021年全年违规内容整体占比超过1%
- 不同载体层面文本是违规最高发场景
- 广告在所有违规内容中占比最高
- 色情内容倾向以图片形式传播
- 涉政违规内容较少,但多为红线
- 在图片场景中,广告违规更多使用二维码方式
- 涉政、色情内容多由个体生产
- 非法广告内容多为团伙生产
- 英文中辱骂违规类型占比最多

不同载体关键违规信息热力图

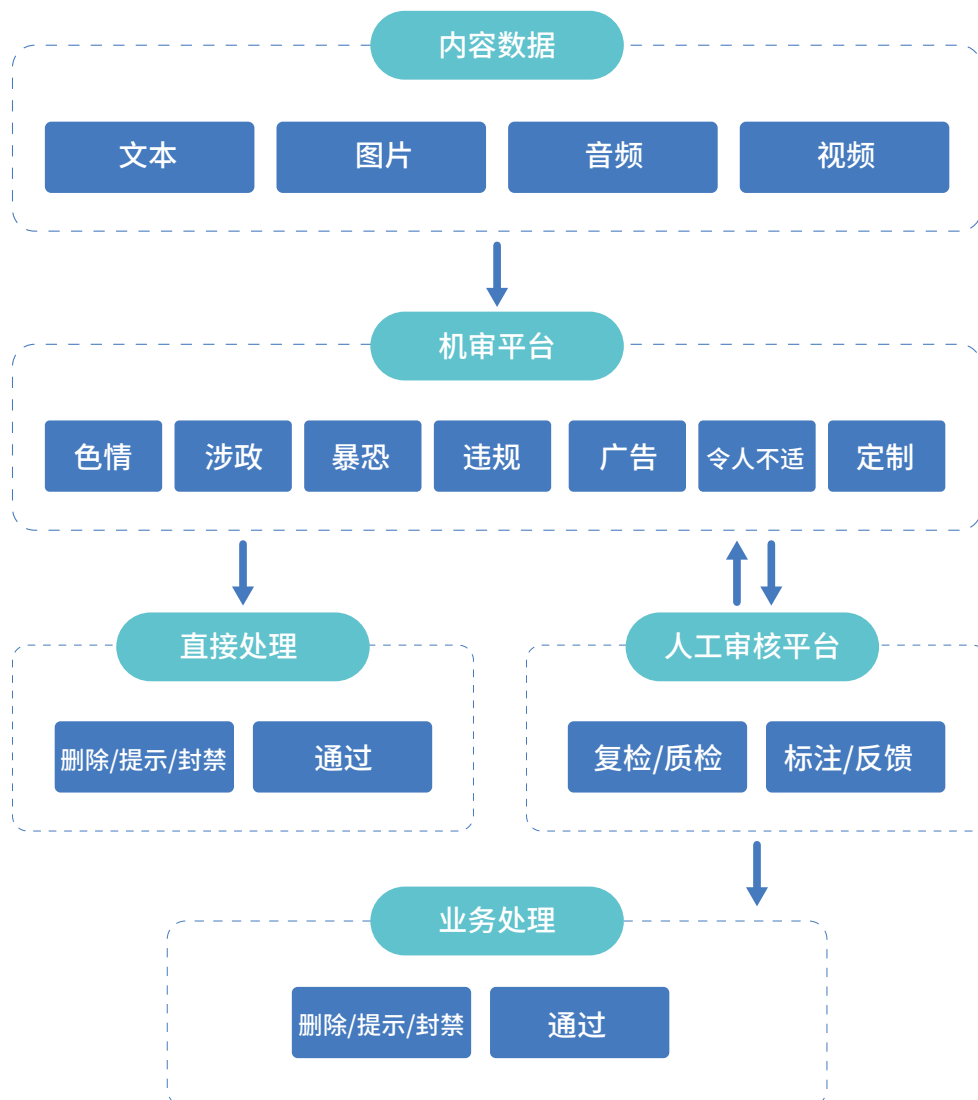
约* 加微信 搜索 乂*
私信我*P
*你妈 啪啪啪 裤袜
进群 吃*

文本/语音违规内容热力图top10

武器【暴恐】
虚假宣传【广告法】
暴乱【暴恐】 着装【暴恐】 政治人物【涉政】
特殊符号【暴恐】
广告 【劣迹艺人】 【色情】
性感

图像/视频违规内容热力图top10

主流内容安全解决方案



关于人审，人审是多年以来一直存在的岗位，从互联网进入信息大爆发时期各个平台就有人审岗位的存在，曾经被媒体广为宣传的“鉴黄师”就是人审群体的一个分支，目前的人审职位领域已经非常完善包含：标注、审核（通用类内容审核、垂直类内容审核、初审、复审、三审等）、质检、策略标准等多个岗位类别。按照DAU大于1000万，审核人员大于1000人的行业基本现状来看，目前国内从事审核的人员将近100万，是一个数百亿级别领域。

关于机审，随着互联网内容指数级的增长，人审成本逐年增长，机审成为大家共同的选择主要是通过黑样本库、OCR、语义识别等技术和机器学习模型对违规内容进行打分预测，机审模型实时性高、可以节省大量人工成本，但是非通用类内容准确率仍有提升空间。

目前内容安全领域主流的方式均为“机审+人审”结合的方式，机审前置准确解决大部分常见违规内容，人审侧重于复审、质检、垂类审核、标准等工作，形成立体化审核机制，保证平台内容安全。

(三) 行业热点解读

热点一：未成年人网络保护提上新的高度

法律法规

新版的《中华人民共和国未成年人保护法》开始实施

2021年6月1日新修订的《中华人民共和国未成年人保护法》开始实施，在原有基础上增加“网络保护”“政府保护”两章，为未成年人的健康成长提供全方位的保护。

第六十四条 国家、社会、学校和家庭应当加强未成年人网络素养宣传教育，培养和提高未成年人的网络素养，增强未成年人科学、文明、安全、合理使用网络的意识和能力，保障未成年人在网络空间的合法权益。

第六十五条 国家鼓励和支持有利于未成年人健康成长的网络内容的创作与传播，鼓励和支持专门以未成年人为服务对象、适合未成年人身心健康特点的网络技术、产品、服务的研发、生产和使用。

第六十六条 网信部门及其他有关部门应当加强对未成年人网络保护工作的监督检查，依法惩处利用网络从事危害未成年人身心健康的活动，为未成年人提供安全、健康的网络环境。

第六十七条 网信部门会同公安、文化和旅游、新闻出版、电影、广播电视等部门根据保护不同年龄阶段未成年人的需要，确定可能影响未成年人身心健康网络信息的种类、范围和判断标准。

《中华人民共和国未成年人保护法》第五章网络保护部分截取

国务院办公厅关于成立国务院未成年人保护工作领导小组

2021年4月27日为贯彻落实《中华人民共和国未成年人保护法》等法律法规要求，进一步加强对未成年人保护工作的统筹、协调、督促和指导，更好地保护未成年人身心健康、保障未成年人合法权益，国务院决定成立国务院未成年人保护工作领导小组，作为国务院议事协调机构。

“护苗2021”专项行动

中国“扫黄打非”办公室组织开展的“护苗2021”专项行动。行动时间2021年3月起至11月底。

● 一方面，组织执法力量定期检查校园周边重点市场点位，集中清理夹杂“黄暴毒”、宣扬邪教迷信等有害内容的少儿出版物；深层清理网上对未成年人具有诱导性的不良内容；督促网络平台实施“青少年模式”并切实发挥作用，推进重点互联网企业专设“护苗”工作站。

- 另一方面,打造“护苗”品牌,开展“护苗”系列正面宣传教育活动,打造“护苗”教育基地,推动学校、家庭严格管理学生使用手机等智能终端产品。

热点新闻

王者荣耀被指侵害未成年人权益,被告上法庭

北京青少年法律援助与研究中心认为腾讯运营的“王者荣耀”手机网络游戏侵害未成年人权益,向北京市第一中级人民法院提起未成年人保护民事公益诉讼。该中心认为“王者荣耀”存在大量不符合“12+”适龄等级的内容及设定,潜在的诱导性沉迷设定增加了沉迷风险,严重侵害了未成年人合法权益。

少儿动画片被指少儿不宜,责令整改

少儿动画片《精灵梦叶罗丽》被指存在成人化内容惹争议。网友指出,该动画片以保护环境、讴歌友谊立意,内容却充斥着主角配对、同学间吵架互撕、攀比陷害等情节,担心对未成年人造成不良影响。石家庄市文化广电和旅游局回应称,已经要求该动画出品公司进行核查整改。随后,精灵梦叶罗丽官方发布声明致歉。

主流平台抖音措施

抖音官方头条号发布消息称,为加强未成年人正向引导、保护未成年群体权益,抖音直播即日起开展针对“诱导未成年用户充值打赏”违规行为的重点治理,进一步加大对诱导未成年人用户进行充值打赏行为的处置力度。对于违规用户,将视情节严重程度给予相应处罚,情节严重者,将予以账号永久封禁处理。

“清朗·暑期未成年人网络环境整治专项行动”启动 严禁16岁以下未成年人出境直播

中央网信办启动“清朗·暑期未成年人网络环境整治专项行动”。此次专项行动聚焦解决7类网上危害未成年人身心健康的突出问题:

- ①直播、短视频平台涉未成年人问题
- ②未成年人在线教育平台问题
- ③儿童不良动漫动画作品问题
- ④论坛社区、群圈等环节危害未成年人问题
- ⑤网络“饭圈”乱象问题
- ⑥不良社交行为和不良文化问题
- ⑦防沉迷系统和“青少年模式”效能发挥不足问题

趋势解读

随着一系列未成年保护相关的法规陆续颁布,“双减”政策的深入落实,对于未成年人的保护在2021年达到新的高度,随着互联网内容的指数型增长,内容鱼龙混杂,在监护人需要不断提高内容分辨能力的同时,网络平台也需要进一步担起主体责任:

- 1.提供未成年人专属账户,督促网络文化市场主体提高识别未实名认证未成年人用户账号能力,通过用户观看内容分析、行为特征研判等方法,强化对未成年用户的识别、引导和管理。要求网络文化服务提供者不得为未满十六周岁的未成年人提供网络直播发布者账号注册服务。
- 2.严格保护未成年人信息,平台应建立健全未成年人个人信息保护机制,提供服务时应当遵循合法、正当、必要和诚信原则,有效落实《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国个人信息保护法》关于处理、更正、删除未成年人信息的要求。
- 3.坚决阻断有害内容,平台应加强网络内容建设,探索建立未成年人不适宜接触内容的审核判断标准,持续提升违法违规内容机器审核模型识别能力,提高人工审核专业性和有效性,及时有力屏蔽、清理涉邪典、色情、非法传教、危险行为、不良价值观等有害内容。
- 4.规范“金钱打赏”行为,平台不得以打赏排名、虚假宣传等方式炒作网络表演者收入,不得以虚假消费、带头打赏等方式诱导未成年人用户消费。

热点二:违反《广告法》违法行为持续增加

法律法规

2021年4月29日第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议通过对《中华人民共和国广告法》等八部法律修改决定。

- (一) 删去第二十九条中的“并向县级以上地方市场监督管理部门办理广告发布登记”。
- (二) 删去第五十五条第三款、第五十七条、第五十八条第三款中的“吊销广告发布登记证件”。
- (三) 删去第六十条。

热点新闻

笑果文化被罚20万

上海笑果文化传媒有限公司近期因违反《广告法》,发布广告妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚,罚款20万元,没收广告费用,责令停止发布。

叮咚买菜关联公司因广告表述不清被罚2.5万元

叮咚买菜关联公司上海壹佰米网络科技有限公司新增行政处罚,处罚事由为违反广告法第八条第一款规定,处罚结果为罚款2.5万元。

《中华人民共和国广告法》规定:

广告中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的,应当准确、清楚、明白。

索尼中国被罚100万元

索尼(中国)有限公司因违反《广告法》第九条第一款第(四)项被罚款100万元。6月30日晚上,索尼中国发布预热海报,表示将于7月7日22:00发布新款相机。之后@索尼中国发布道歉微博,宣布取消相关活动安排。

《中华人民共和国广告法》规定:

广告不得有损害国家的尊严或者利益,泄露国家秘密的情形。

趋势解读

互联网公开数据显示:从违法的广告形式来看,线上广告占据比例为65.7%,线下占34.3%,各品牌方的自媒体、印刷品、官网及网店排名靠前,品牌方自有的媒体是违法广告的重灾区,可以看出品牌方对广告法的认识有待提高,为吸引流量的擦边球广告宣传并不可取,线上广告也不是法外之地,皆在政府机构的监测范围内。

由此可见,各个行业都有可能触碰广告法的禁区,但是一贯宣传高大上的房地产,经常提到效果的医疗和保健品,还有以专利技术为噱头的工业制造等等都是常见行业。

各个行业都有各自宣传的词汇和语境,在适应现在大环境的情况下,如何保证广告效果,需要各品牌和广告公司的思考和提出了更加专业化的要求。需要各大平台、品牌商具备专业的人工审核能力,以保证上线广告的合规合法。广告碰到红线,不仅品牌方及广告公司会受到处罚,更致命的是错过了广告宣传的时效而导致品牌及销售的受损。

热点三:短视频侵权问题成为高发

法律法规

70家传媒单位及企业联合抵制短视频侵权

2021年4月9日,中国电视艺术家协会、中国电视剧制作产业协会等协会,爱奇艺、腾讯视频、优酷、芒果TV、咪咕视频等视频平台以及正午阳光、华策影视、柠萌影业、慈文传媒、耀客传媒、新丽传媒等影视公司等70家影视传媒单位及企业发布保护影视版权的联合声明,共同呼吁广大短视频平台和公众账号生产运营者尊重原创、保护版权,未经授权不得对相关影视作品实施剪辑、切条、搬运、传播等侵权行为。上述权利人也会采取切实有效的措施,追究侵权人的法律责任,共同遏制公众账号生产运营者未经授权使用影视作品的行业乱象。联合声明如下:

- 1.对目前网络上出现的公众账号生产运营者针对影视作品内容未经授权进行剪辑、切条、搬运、传播等行为,将发起集中、必要的法律维权行动;
- 2.呼吁短视频平台和公众账号生产运营者切实提升版权保护意识,真正尊重他人的知识产权,在对影视作品进行剪辑、切条、搬运、传播等行为时,应检视是否已取得合法授权,避免误入侵权泥潭;
- 3.呼吁社会各界积极对侵权内容予以举报、删除、屏蔽,共同预防、抵制侵权行为,共同维护影视行业的合法权益。

冬奥官方严格维护奥运版权,短视频盗播为监管重点

北京时间2021年11月底,北京冬奥组委市场开发部、法律事务部与北京市市场监管综合执法总队签署了《北京2022年冬奥会和冬残奥会市场监管执法合作备忘录》,卡路里体育曾因在其公众号文章中“蹭冬奥热度”而被罚款5万,双奥冰雪也曾未经许可发布含有北京2022年冬奥会会徽图形标识的宣传内容,最终被责令停止侵权行为,并处以30万罚款。奥运会不仅是体育盛会,也是对外形象展示的窗口。本届冬奥会具有促使北京成为双奥之城、带动3亿人参与冰雪运动的独特意义,严厉打击侵犯奥运版权的行为,不但对奥运会转播进程的合理维护,也能展现国家尊重知识产权的形象。

热点新闻

坚决整治“XX分钟看电影”等短视频侵权盗版行为

国家电影局针对比较突出的“XX分钟看电影”等短视频侵权盗版问题,配合国家版权局继续加大对短视频侵犯电影版权行为的打击力度,坚决整治短视频平台及自媒体、公众账号生产运营者未经授权复制、剪辑、传播他人电影作品的侵权行为,积极保护广大电影版权权利人的合法权益。

字节起诉快手侵权《亮剑》获赔4.5万

字节跳动发现快手大量传播《亮剑》作品内容,严重侵犯了自身的合法权益,向法院提起诉讼。法院认为,快手的审查和采取措施时间明显超过合理期限,构成帮助侵权,应承担连带责任,判决快手赔偿字节4.5万元。

腾讯视频起诉抖音侵权《扫黑风暴》索赔1亿

电视剧《扫黑风暴》火热开播后，腾讯视频以侵犯著作权及不正当竞争为案由起诉抖音。腾讯视频诉称，抖音未经授权对《扫黑风暴》搬运剪切，请求法院判令抖音停止侵权《扫黑风暴》的行为，并赔偿1亿元。

趋势解读

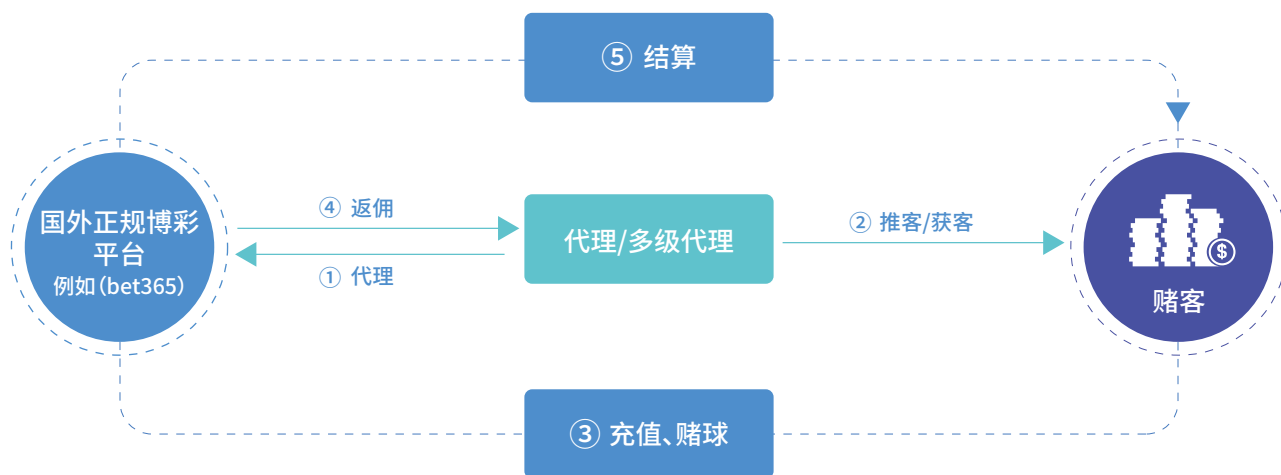
短视频凭借时长短、传播快、制作门槛低以及公众参与性强等特征，迅速获得了大量网民的青睐。短视频已经成为公众生活中不可或缺的一部分。长期以来，短视频平台上的众多公众账号通过对知名经典电影、热门电视剧以及综艺节目（以下简称“影视作品”）进行剪辑、解说、评论，制作和传播短视频，获得了大量用户的关注，并谋取流量经济。但是，这种依托于他人原始内容之下的二次创作或者改编的行为，却极少获得原始内容著作权人的许可。未经著作权人许可，也无著作权规定的限制事由，不得擅自传播他人作品，这是著作权法确定的法定规则。

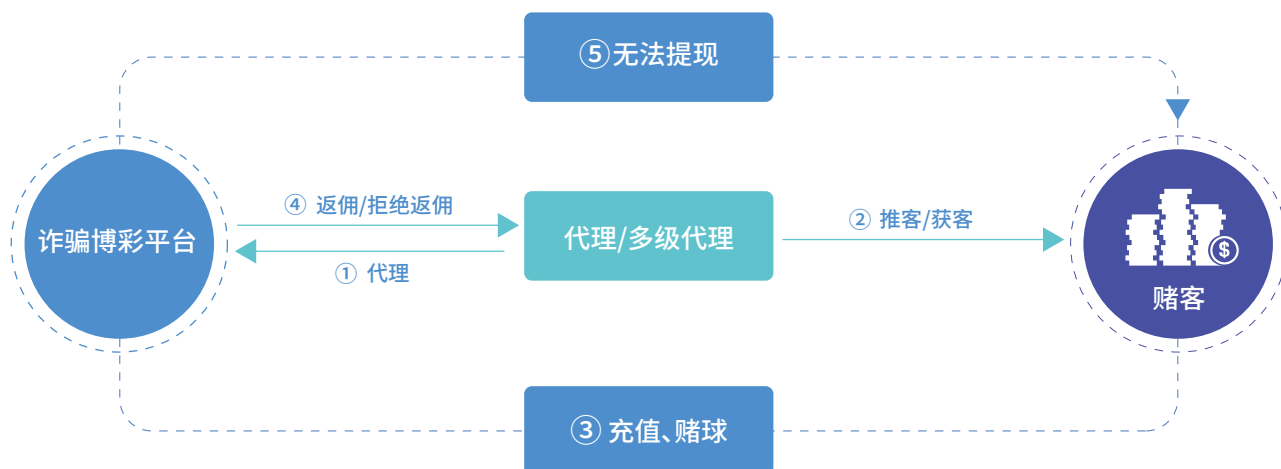
随着视频版权意识的逐步提升，类似侵权投诉事件会越来越频发，作为平台方需要增强内容监管意识，在原有内容审核机制的基础上增加原创垂直类审核机制，严格把控侵权问题。

(四) 典型案例分析

案例一：欧洲杯博彩

在2021年举办的“2020欧洲杯”将带着特殊的历史意义载入足球史册。这场迟到一年的狂欢盛宴点燃了数以万计球迷的激情，同时也点燃了外围赌球的热情，纵观历届赛事，凡是大型足球赛事除了球迷狂欢，也是整个博彩业最活跃的时间段。参与赌球的用户往往抱着“别墅靠海”幻想，得到的却是“天台排队”的结果。除了“十赌九输”亘古不变的规律以外，赌球更是充斥着大量诈骗的行为。





图片来源:小盾安全-常见博彩各环节流程

涉嫌诈骗的博彩平台,往往利用高额的代理分成比例吸引代理入驻,最高的分成比例高达赌客充值额度的50%以上,来激发代理投入大量成本获取用户充值,在大量用户充值参与赌球后往往设置各种门槛限制用户提现,而代理在返佣结算时也会面临同样的问题,博彩平台成为最大赢家。

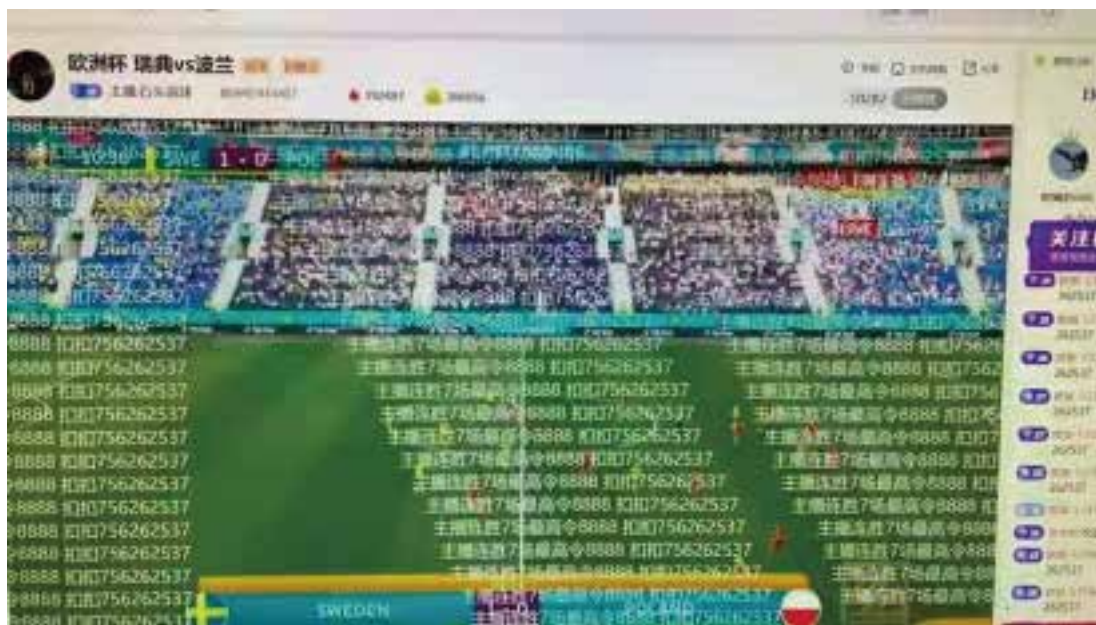
本届欧洲杯小盾安全检测多种引流方式,多为专业团伙通过注册大量平台账号高频发布文本类广告信息,提高曝光度来吸引用户。

垂直社区/论坛评论



直播平台弹幕

目前转化率较好的一种方式, 客户群体相对精准



整个对抗是一个持续的过程, 黑产手段的快速变化对我们也提出了更高的要求, 以引流内容识别为例: 黑产试图用不断对变形字、大小写、字母、跳词等组合方式绕过我们的模型策略, 在如此强对抗的场景下, 需要策略专家制定更加实时的优化模型, 缩短迭代周期。



案例二:侮辱英烈

中纪委:让侮辱英烈者付出应有代价

2021年10月8日,中纪委发文《让侮辱英烈者付出应有代价》,针对2021年10月微博大V罗昌平的言论作出评论:英烈为国家、人民和民族作出了重大牺牲和贡献,山河无恙,离不开英烈的鲜血浸染。长津湖战役中,志愿军战士们在极度严寒的雪地里,直至牺牲仍保持着战斗姿态。年轻的生命,铸成了冰雕,在雪地中立起一座精神的丰碑。“冰雕连”已经是抗美援朝战争中不可磨灭的符号,亦是志愿军捍卫祖国和人民利益、国家和民族尊严的象征。对他们的敬重与尊崇,是每一个中国人最基本的历史态度,是中华民族的情感底色。极个别人将民族英雄、革命先烈污名化,肆意歪曲历史、亵渎英雄先烈,影响大众认知、伤害公众情感,这种抹黑英雄的劣行决不应该,也决不容许。

2021年10月6日罗昌平在微博上转发了对志愿军烈士的羞辱性内容:将志愿军“冰雕连”称为“沙雕连”,钧正平、共青团中央、解放军报先后发博声讨了这种行为:究竟良心何在!英烈不容戏谑!不可污名!不能侮辱!目前,罗某平因涉嫌“侵害英雄烈士名誉、荣誉罪”被刑事拘留。

诋毁戍边英雄

2021年2月,仇某明用微博账号“辣笔小球”发表恶意歪曲事实真相、诋毁贬损5名卫国戍边英雄官兵的违法言论,也是迅速被南京市公安机关刑事拘留。经调查,仇某明对博取网民关注,在微博上歪曲事实、诋毁贬损5名卫国戍边英雄官兵的违法行为供认不讳。目前,南京警方已对仇某某以涉嫌寻衅滋事罪刑事拘留。

文中提到的5名卫国戍边英雄在2020年6月,和悍然越线挑衅的印军交涉和激烈斗争中,团长祁发宝身负重伤,营长陈红军、战士陈祥榕、肖思远、王焯冉英勇牺牲。中央军委授予祁发宝“卫国戍边英雄团长”荣誉称号,追授陈红军“卫国戍边英雄”荣誉称号,给陈祥榕、肖思远、王焯冉追记一等功。

金山毒霸事件

2021年10月12日是邱少云烈士牺牲69周年,然而有微博网友反映,金山毒霸在今天推送了“阴险小人被当成英雄写进课本”并配以邱少云烈士图片,涉嫌侮辱抗美援朝烈士,引发不满。事后金山毒霸微博发文道歉承认内容审核工作失职:



对这种通过发布污蔑英烈、篡改历史既定事实而哗众取宠、博取眼球的行为，以及由于审核人员疏漏导致巨大社会影响的行为，作为平台主体应该加强内容审核力度；在特殊事件、时间周期内严格把控内容尺度；对于审核人员加强培训，提高风险意识，可以通过设立复审机制规避风险流出。

近年来，我们纪念英烈、表彰先进、慰问英模，健全党和国家功勋荣誉表彰制度等，推动全社会形成尊崇英雄、尊崇英烈的浓厚氛围。同时，国家完善法律法规制度，以国法护卫英烈之名。2021年3月1日起施行的刑法修正案（十一）明确将侮辱、诽谤英雄烈士的行为纳入犯罪，规定侮辱、诽谤或者以其他方式侵害英雄烈士的名誉、荣誉，损害社会公共利益，情节严重的，处三年以下有期徒刑、拘役、管制或者剥夺政治权利。此前制定实施的《中华人民共和国英雄烈士保护法》第二十二条也对相关行为作出规定，禁止歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士事迹和精神，公安、文化等部门应对违反规定的行为依法及时处理。如今捍卫英烈的法律武器在查处的个案中从条文规定转变为具体实践，更充分彰显法律的威严，彰显国家尊崇、保护英烈的坚定意志和有力行动。

案例三：应援乱象、劣迹艺人

2021年对于整个娱乐圈也是不平凡的一年。

一方面“饭圈乱象”问题频频成为舆论焦点，2021年5月，网友上传的一段“为明星打投倒牛奶”的视频曝光。这个由粉丝买奶、打投明星、倒奶、再买奶打投而诱发的全新“产业”，迅速引发社会和相关重点部门的重点关注，“饭圈乱象”也在无数次声讨中再次浮出水面。几天后，与之相关联的养成综艺宣布暂停录制。5月8日，在国新办举行的2021年“清朗”系列专项行动发布会上，“饭圈”乱象正式列入2021年“清朗”系列专项行动的治理重点。

另一方面，数位明星接连“塌房”，随着“吴亦凡事件”、“李云迪事件”、“霍尊事件”、“张哲瀚事件”的相继爆出，多起极端“追星”言行再次挑战法律道德底线，走火入魔的“饭圈”文化引发众怒。粉丝通过控评大量灌水为自己“哥哥”洗白，引起舆论哗然。国家有关部门协同各家运营平台出台多项政策法规严厉整治艺人违法失德、低俗炒作、流量至上、畸形审美等乱象问题。

小盾安全梳理了2021年相关政策及专项行动如下：

实施日期	法律法规/专项行动	颁布主体	主要内容
2021年5月	公布网络表演(直播)行业主播警示名单(第八批)	中国演出行业协会	李某等40名主播涉嫌从事违法违规的网络表演活动,列入主播警示名单
2021年5月	关于进一步加强网络综艺节目管理工作的通知	北京广电局	严禁任何机构和个人以“花钱买票”“集资打投”等形式进行数据造假,干扰节目选拔各网络视听节目服务机构要严把网络综艺节目人员关,为青少年提供良好示范
2021年6月	“清朗·饭圈乱象整治”专项行动	国家网信办	全面清理“饭圈”粉丝互撕谩骂、拉踩引战、挑动对立、侮辱诽谤、造谣攻击、恶意营销等各类有害信息
2021年7月	关于严厉打击利用灾情恶意炒作的警示公告	中国演出行业协会	会员单位联合抵制利用灾情恶意炒作、制造热度,以此来博取关注的主播行为
2021年9月	关于进一步加强文艺节目及其人员管理的通知	国家广播电视总局	进一步加强管理,从严整治艺人违法失德、“饭圈”乱象等问题
2021年9月	关于开展文娱领域综合治理工作的通知	中央宣传部	对明星天价片酬、“阴阳合同”、偷逃税、低俗信息炒作和劣迹艺人管理等不断加大整治力度
2021年11月	公布第九批网络表演(直播)行业主播“警示名单”	中国演出行业协会	包括吴亦凡、郑爽、张哲瀚等演艺人员在列
2021年11月	关于进一步加强娱乐明星网上信息规范相关工作的通知	中央网信办	加强对明星、经纪公司(工作室)、粉丝团(后援会)、娱乐类公众账号、MCN机构等账号和主体的管理,从源头上规范娱乐明星网上信息,同时要求网站平台建立健全涉娱乐明星网上舆情监测、处置和引导机制
2021年11月	北京局组织纪录片行业协会向从业者发出职业道德和行风建设倡议	北京广电局组织纪录片行业协会	倡议提出,不给劣迹艺人曝光机会,对有明星或网红参与的纪录片项目,严格管控商业投资

各大社交媒体平台也纷纷相应出台一系列整改措施

微博

由于近年来部分明星粉丝群体非理性应援、刷榜等问题愈演愈烈，与健康的星粉互动生态产生偏离，微博决定将“明星势力榜”下线，进行多维度改造升级。

抖音

抖音开展专项整治行动：打击无底线追星行为，清理有害信息，重点整治“诱导未成年人无底线追星”行为，净化网络环境。专项整治期间，抖音加强打击水军刷榜行为，重点清理诱导未成年人打榜应援行为；清理谩骂互撕、挑动对立、刷量控评等不良行为和现象；加强整治黑粉僵尸号、恶意营销账号。

快手

快手开展饭圈乱象专项整治行动：重点治理诱导未成年人高额消费，投票打榜等行为；互撕谩骂、拉踩引战、造谣攻击、人肉搜索、侵犯隐私等行为；鼓动“饭圈”粉丝攀比炫富、奢靡享乐等行为；以号召粉丝、雇用网络水军、“养号”形式刷量控评等行为；通过“蹭热点”、制造话题等形式干扰舆论，影响传播秩序等行为。

03

跨境安全篇



(一) 出海现状

2021年以来,一方面随着疫情驱动全球消费需求加速转往线上,数字化重构国际贸易运营模式成为发展趋势。另一方面随着“一带一路”、国内国际双循环的新发展格局的不断深入,国内企业出海成为打造新经济增长点的重要突破口,一批以电商、游戏、泛娱乐、支付为代表的企业利用自身的平台、技术、服务等优势跨境出海,在传统以欧洲、北美为主要市场的基础上逐渐覆盖拉美、非洲、东南亚、中东等地区,在众多新兴市场迎来发展机遇。

(二) 行业介绍

1. 跨境电商

改革开放以来中国持续进行制造业的转型与升级,拥有全球领先的上下游整合完备的供应链网络,成为中国跨境电商的核心竞争力。跨境电商作为推动外贸转型升级、打造新经济增长点的重要突破口,政策也不断加持跨境电商的发展。网经社电子商务研究中心发布的《2021年(上)中国跨境电商市场数据报告》显示,2021上半年中国跨境电商市场规模6.05万亿元,预计2021年市场规模有望达到14.6万亿元。

2. 出海游戏

随着国内游戏市场用户规模以及用户时长接近饱和,加之日趋严格的审核制度,如果中小型游戏公司想要冲出重围,出海成为众多游戏厂商的选择。Google&AppAnnie年移动游戏出海洞察报告显示:截止2021年上半年,海外用户在中国游戏支出增长约47%,同时中国游戏开发商在海外头部游戏市场份额超过23%,成为全球第一。

3. 泛娱乐

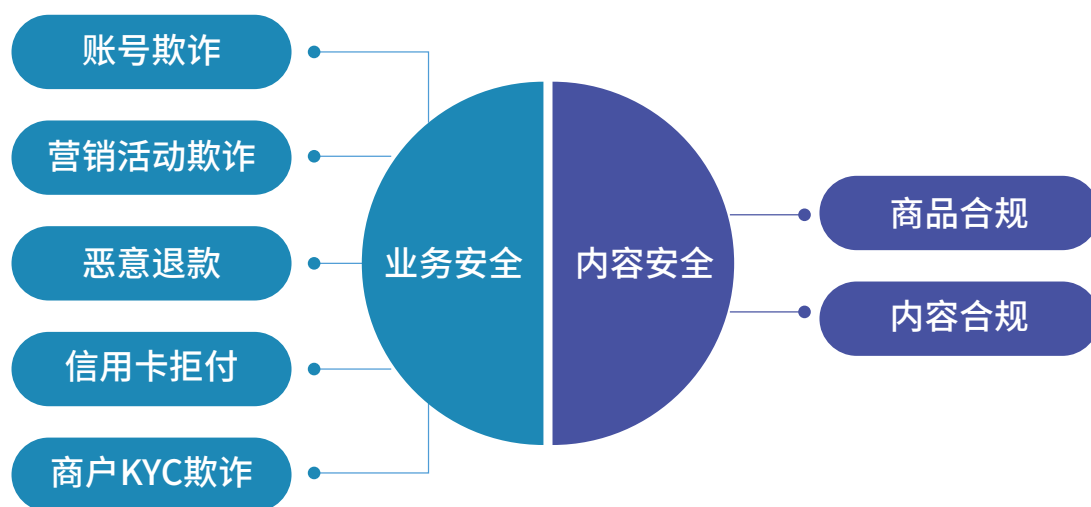
伴随着疫情的爆发,如社交、短视频、音乐、音频、网络小说和漫画类App总数在全球呈几何级数上升,泛娱乐类App的出海已成为国内成熟app开发商必不可少的战略计划之一。大批国内的泛娱乐应用已经在海外取得了相当不错的战绩,2020年LGBTQ交友应用Blued、中东语音社交平台Yalla先后成功在美上市;BIGOLIVE和TikTok两款社交娱乐APP多次位列中国出海应用月收入30强。国内泛娱乐出海进入快车道。

4. 跨境支付

近两年,中国跨境贸易不断攀升,众多企业争相出海。特别是2020年新冠疫情下,进一步提升了全球线上购物的需求,外贸成为许多企业的利润增长点,中国政府也在多个维度鼓励跨境贸易,除此之外,中国不断上升的留学生数量,也使得线上跨境支付规模不断上涨。在此背景下,银行、支付机构、初创公司都不断的加入到跨境赛道当中。

(三) 跨境风险分布

1. 风险分类



2. 风险特征

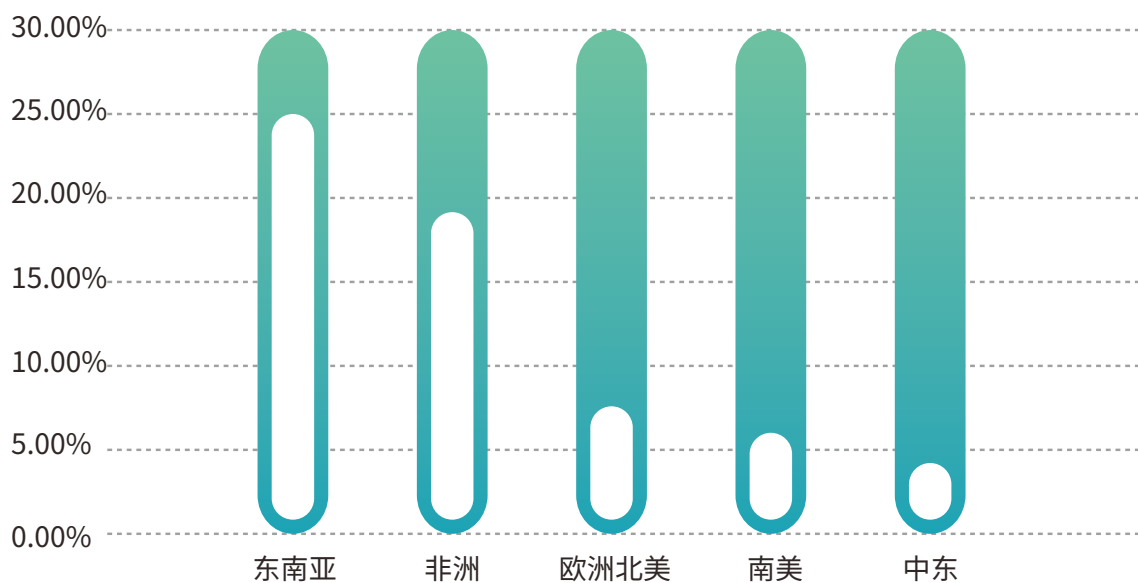
小盾安全通过对海外黑产长期的研究和持续对抗,认为目前海外业务风控安全呈现以下几个特征:

1. 海外黑产作弊手段相对简单,与国内成熟黑灰产业链相比,技术成熟度普遍不高

2. 黑产出海成为趋势,未来几年出海业务风险将日趋激烈

3. 作案方式多为个体薅羊毛行为,团伙作案占比很小

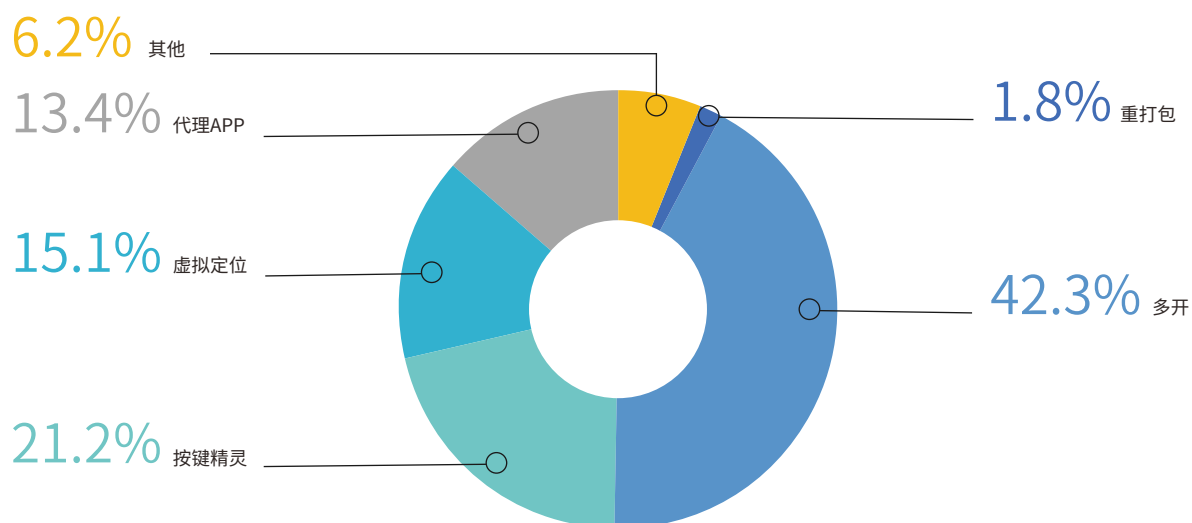
3.不同地区风险分布



4.不同地区风险偏好

东南亚设备风险分布

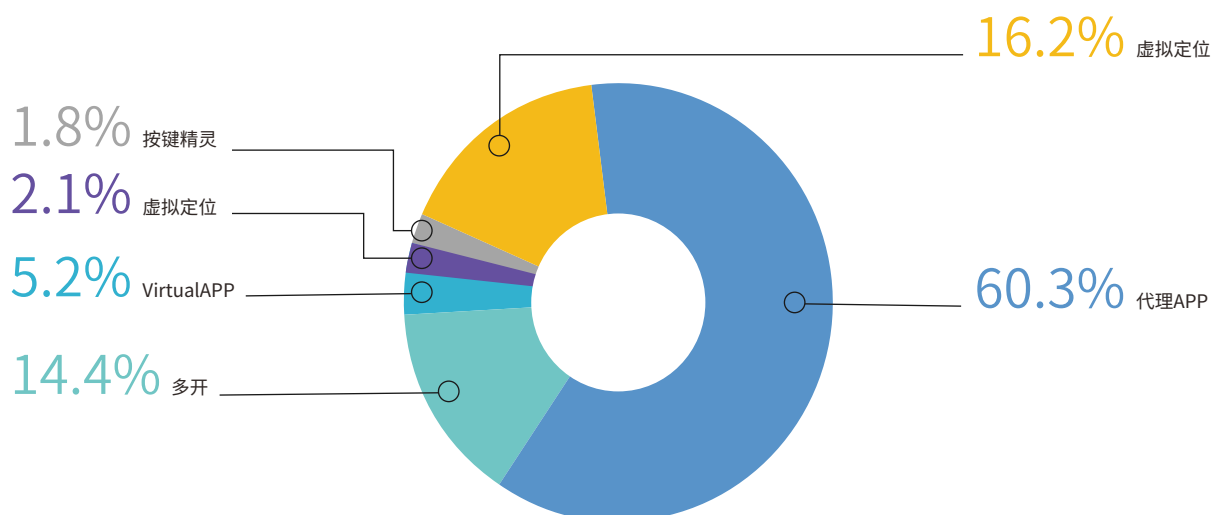
东南亚:风险偏好为薅羊毛, 东南亚因为和国内地域联系更加紧密, 成为最早一批国内企业出海的目的地, 同时黑产也更为成熟, 使用自动化工具也是主要出海地区占比最大的。很多工具例如: 多开、模拟器, 多为国内软件直接翻译为当地语言稍作修改就可直接使用。



东南亚设备风险分布 (数据来源: 小盾安全)

非洲设备风险分布

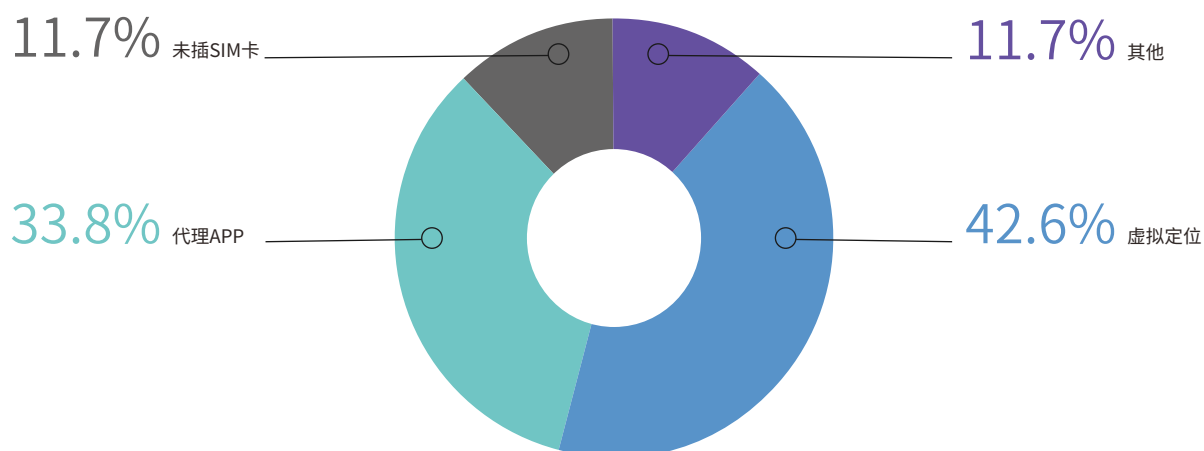
非洲：风险偏好为薅羊毛，近年来随着互联网的发展，非洲逐渐成为各大互联网平台提前布局、竞相争夺的地域，主要集中在尼日利亚、埃及、南非等少数几个互联网基础设施相对发达的国家地区。当地黑产更加倾向于人工薅羊毛操作，利用一台手机多个手机号码、或者多台手机多个手机号码的方式来薅取平台奖励，工具作弊行为整体占比不超过10%。



非洲设备风险分布（数据来源：小盾安全）

欧洲北美风险分布

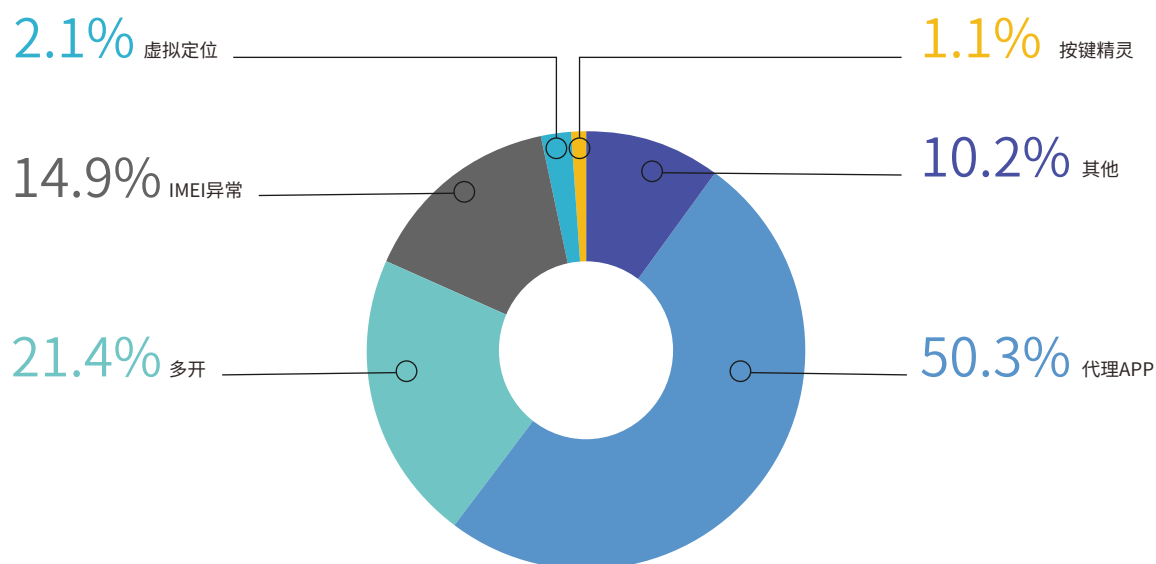
欧洲北美：风险偏好为交易欺诈，基于欧美国家信用卡体系相对成熟、商家为了提高支付成功率的因素，欧美大多数商家支持“非3D验证”的方式进行支付。这就给当地黑产以可乘之机，通过购买、收集信用卡信息，结合大量虚假邮箱、地址等进行盗卡盗刷作案。



欧洲北美设备风险分布（数据来源：小盾安全）

南美设备风险分布

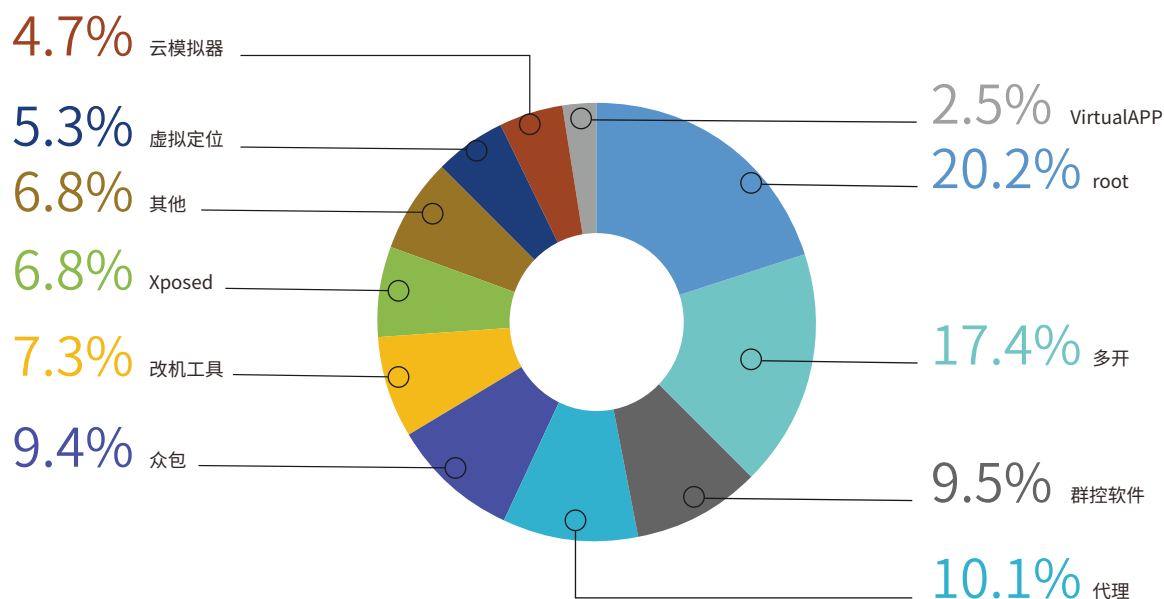
南美：风险偏好为交易欺诈，南美地区近年来的电商欺诈率一直维持在全球平均水平的3-5倍左右，尤其是在巴西存在很大部分收入不高人群靠交易欺诈来谋生。



南美设备风险分布（数据来源：小盾安全）

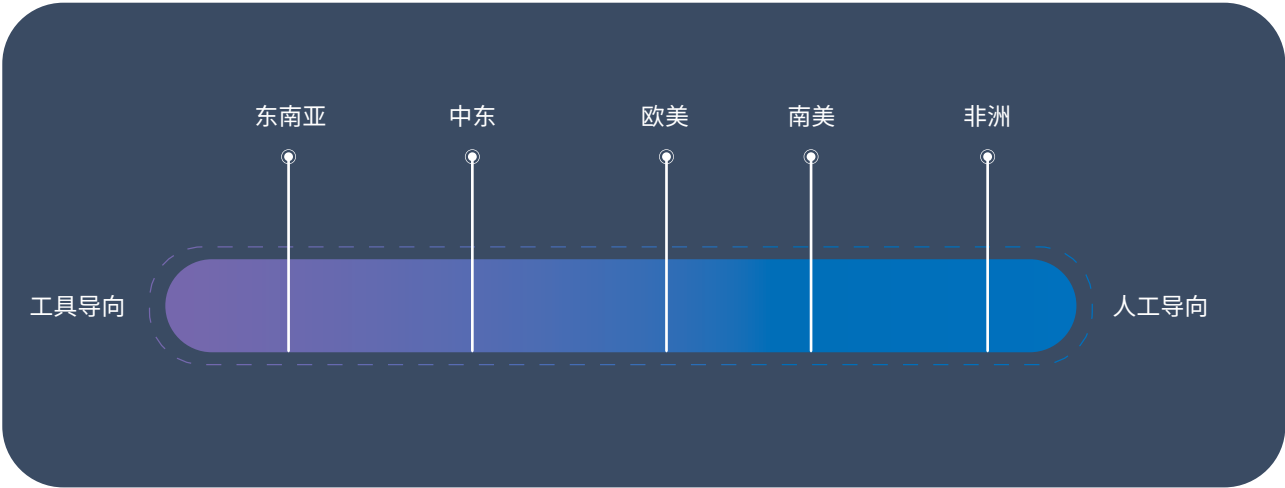
中东设备风险分布

中东：风险偏好为薅羊毛，当前出海企业在中东地区泛娱乐App居多，当地普遍付费能力较强。为了抢占这一市场，各家平台用于获取客户的投入较多、金额较大。当地羊毛多为国内出海黑产通过成熟的工具外加当地ip、手机号等基础信息所薅取。



中东设备风险分布（数据来源：小盾安全）

使用自动化工具导向



04

关于小盾

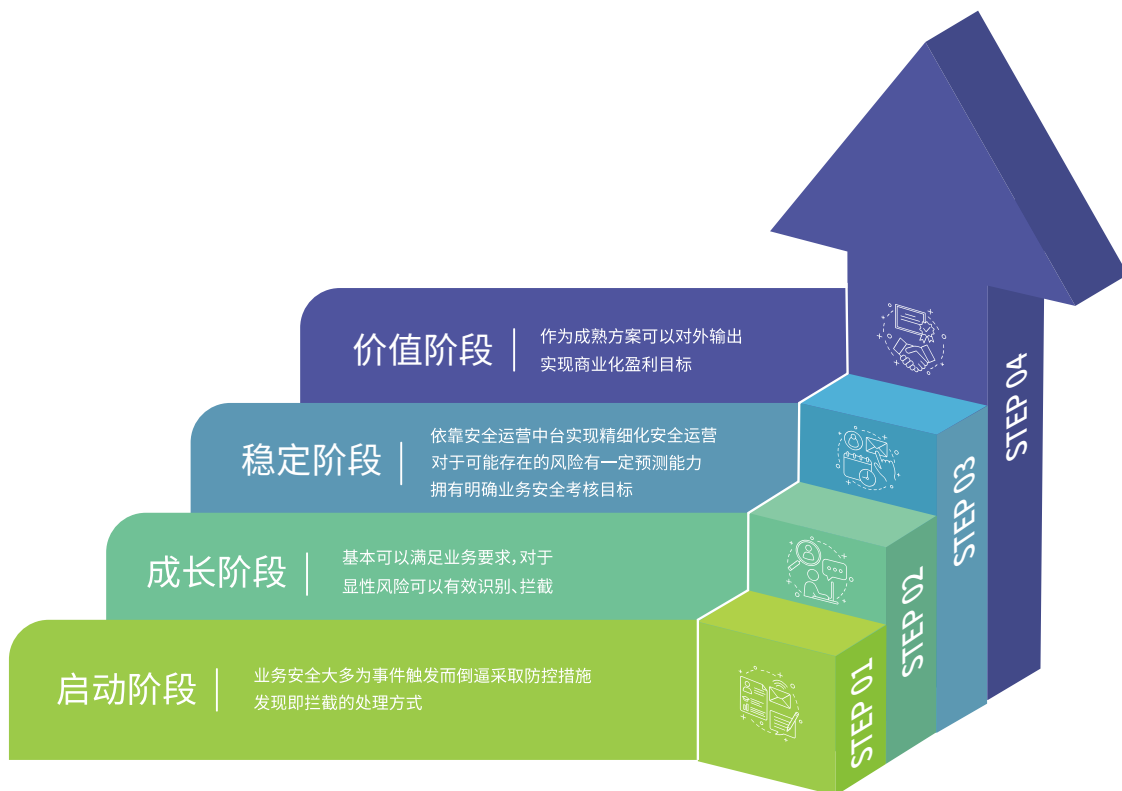


(一) 解决方案全景图

行业解决方案	金融 电商 跨境 航旅 社交 直播 游戏 媒体 教育
服务场景	渠道推广 签约绑卡 账户安全 交易支付 动账交易 充值支付 商户收单 营销活动 内容安全 反洗钱 赌博识别 电信诈骗
产品及服务	天策-业务安全 净朗-内容安全 风控工具 安全咨询 天策-标准版 净朗-标准版 多维数据风险画像 业务安全蓝军 天策-高级版 净朗-高级版 终端风险感知 风险建模咨询 净朗-高性能一体机 探真-全网风险情报 风险策略咨询 净朗-专家人审服务 识人-智能无感人机验证
底层技术	实时计算 决策引擎 知识图谱 终端态势感知 机器学习

(二) 风控成熟度模型

小盾安全靠多年在业务安全领域实战对抗,上千家客户的服务经验,通过对十余个维度的分析,全球首次提出业务安全成熟度模型的概念,帮助有业务安全需求的企业准确定位目前所处阶段,针对性的提升业务安全能力,快速建立满足业务需求的业务安全体系,减少业务损失。



企业安全成熟度模型 (BSMM,Business Security Maturity Model)

	启动阶段	成长阶段	稳定阶段	价值阶段
企业战略定位	无数据战略，纯业务驱动	开始通过数据支撑分析决策	开始积累数据，并通过数据分析建模，数据打通，联防联控结合外部数据进行分析决策	企业开始建设智能风控平台，持续运营优化，实现主动风险防御和企业赋能
数据积累情况	少量业务数据积累	注重业务过程中的数据积累和收集	各业务数据积累初具规模，数据量越来越大，内外部数据结合	随着数据闭环的构建，企业数据体量大，形成联防联控机制
风控监控维度	较单一	风险监控维度逐渐丰富	全域数据融合，风险监控维度和指标丰富	维度更加精细，完善
数据组织形式	数据无组织，各业务数据分散储存管理	以面向业务主题的指标体系为形式进行数据组织	开始涉及相关业务数据的汇聚，打通进行全域数据组织	建立数据应用闭环，持续优化
数据质量	无数据质量管控	开始实施数据质量管控，对相关数据进行清洗加工	开始进行数据标准化建设，对数据质量的管控更加严格	形成一套完整的数据质量管理规范和管理流程
风控技术工具	通过Excel或报表离线数据分析，无实时风险决策工具	通过风控决策引擎，结合设备指纹，利用规则进行实时拦截	通过风控决策引擎，结合设备指纹，生物探针，引入外部数据黑名单，规则+模型更加精准防御	实现风险数据的自动收集和处理，基于大数据平台，知识图谱等技术手段对交易数据进行孤立事件特征分析，持续优化模型，做到自动化感知，及时预警及主动防御
风控运营流程	无风控运营流程（风险识别、评估、处置、分析）或初步建立流程，不能进行实时风险防控	进行实时风险防控，风控处置方式较为单一	有完善的风控运营机制，多维度风险识别，风险监控和风险处置精细化，提升客户体验	建立一套智能风控体系，包括技术体系，数据体系，运营体系，服务体系，风控能力对外赋能
风控组织架构	无风控相关团队和职位，以业务部门的IT部门相关职位为主	有风控岗位进行风控运营，可能会设置风控建模等相关工位	有风控团队，设置风控产品经理，策略分析师，算法工程师等相关岗位	有风控部门，岗位设置全面
人员配置		小于5人	小于20人	大于100人

(三) 案例墙





Thanks

2021 年度业务风控洞察报告