

# 苏州版数字人民币红包有何突破

## 线下首试“双离线支付”

随着“双12苏州购物节”大幕拉开,数字人民币再一次引爆了全网。作为继深圳之后第二个面向公众开放数字人民币试点的城市,此次苏州试点,无论是在红包数量、技术突破还是场景扩围上,都有明显进阶。

试点中,苏州面向所有符合条件的苏州市民共发放了总计2000万元的数字人民币红包,每个红包200元,红包数量共计10万个。与此前深圳不一样的是,苏州数字人民币试点首次面向少数中签者开放了“双离线支付”体验,成为了业内的热议点。

北京商报记者了解到,此次试点的10万名中签者中,有1000名以内的少数中签者可尝鲜“双离线支付”,即在无网或弱网条件下,用户交易或者转账时,不连接后台系统,而是通过在钱包中验证用户身份、确认交易信息并进行支付的方式完成交易。

以一名中签者的操作为例,其将手机关闭网络或者切换为飞行模式后,打开数字人民币钱包上滑付款,选择碰一碰的支付方式;与此同时,商户也可在同样操作下点击下滑收款,选择碰一碰的方式。双方手机轻碰一下,即可完成收款。不过,这一操作对中签者手机设备也有要求,目前,中签者需使用指定型号手机终端,并安装具备离线支付功能的App才可完成。

“碰一碰”简单,但背后要达到的技术要求可不小。一手手机厂商技术负责人告诉北京商报记者,双离线支付是全球范围内一项较大的技术突破,利用了手机里面的安全芯片和新兴的区块链技术,做到了安全快捷的离线支付,也突破了网络等客观限制条件,可极大地方便用户支付和丰富支付场景。

不过苏宁金融研究院金融科技中心主任孙扬认为,10万人中选1000人体验,还是比较慎重的。尽管在线的风控技术已经成熟,但离线的风控还有待摸索,所以刚开始不易扩大规模。目前,双离线支付在任何识别恶意盗刷方面,仍面临多个挑战,后续或可通过手机端的边缘离线计算风控来进行约束,但这需要手机厂商的配合,以及构建安全可靠的双向

继深圳之后,苏州版“数字人民币消费红包”也来了。2000万元10万个红包发放、1000人可尝鲜双离线支付、创新试水“钱包推送”线上支付,购物节狂欢的背后,逐一实现的系列技术突破,也成为业内的热议点。在分析人士看来,苏州地区此次数字人民币试点在技术突破和参与热情等多方面可圈可点。后续,数字人民币试点将进一步扩宽城市、银行范围以及丰富应用场景,尤其是在跨境支付、供应链金融等领域的应用值得期待。



终端验证机制,确保数字人民币在线下的安全消费。

麻袋研究院高级研究员苏筱芮则进一步指出,关于双离线支付,最重要的是要关注安全防护网。第一是额度,与风控相关;第二是追缴,与体验相关。实际上这是一个典型金融科技模型,需要金融层面与技术层面的高度配合,既依赖于技术的安全高效,也需要传统金融的风控授信手段,共同为构建双离线支付的可信机制保驾护航。”

## “钱包推送”破平台垄断

除了“双离线支付”外,此次苏州试点也在线上支付场景取得了进一步突破,其中,“钱包推送”功能被业内评价为是本次测试另一个有趣的创新。

据了解,此次数字人民币试点中,京东数科成为首个与六大行均开展合作并接入数字人民币电商平台消费试点场景的科技公司,包括工、农、中、建、交以及邮储银行均可使用京东App。

从具体操作来看,区别于以往通过电商平台开通不同的支付方式,本次线上支付试点场景中,消费者需要在数字人民币App向商户主动推送数字钱包“子钱包”,才可使用数字人民币支付。此外,当支付金额超出200元时,需要用户向数字钱包充值后,才可完成支付。

一位中签者向北京商报记者介绍道:“打开数字人民币,右上角有个子钱包推送,绑定京东后就可以消费了,只要是自营的都可以用数字人民币付款,整体操作很简单流畅。”

“本次苏州试点,数字人民币联合京东等线上消费场景,首次推出‘子钱包’功能服

务。”一位接近商业银行的人士告诉北京商报记者,使用子钱包付款具有三大特点:一是方便快捷,二是安全保障,三是隐私保护,即商户无法获得用户个人敏感信息,保障用户隐私无泄露。

北京商报记者也从京东数科方面了解到,通过主动推送的方式,用户不用记自己的卡号,只要点一下按钮,输入密码和验证码就可以完成支付,未来,京东数科也会进一步和央行、运营机构一起探索创新方法,满足用户需求。

“钱包推送功能可以破除平台经济的垄断,用户只要同意推送数字人民币钱包,那么平台就是要支持的,不能只是使用平台推荐的支付方式。”孙扬向北京商报记者说道,数字人民币账户始终是央行系统里面,推送子钱包,其中会涉及到推送信息的安全加密事宜,还有测试平台方数字人民币账户和央

行数字人民币系统进行对接结算的事宜。由数字人民币App向京东推送子钱包,既保护了消费者在线上平台交易的客户隐私,同时也有利于央行数字人民币系统和场景运营方对接的完善。

## 试点或扩至跨境支付等领域

当前,苏州数字人民币红包试点仍在进行中,无论是首次引入线上消费场景,还是开展双离线支付体验测试,多个技术突破及丰富场景,都将市民、机构、商户等多方的参与热情推至新一轮高潮。

多位人士指出,后续,数字人民币试点将扩宽城市、银行范围并进一步丰富应用场景,尤其是在跨境支付、供应链金融等领域的应用值得期待。

上海对外经贸大学人工智能与变革管理研究院区块链技术与应用中心主任刘峰指出,目前从深圳和苏州的测试来看,关于数字人民币的基本功能、创新支付功能等相关场景测试已基本完成。下一步应该会提升测试量,如测试更大的业务压力场景,瞄准金融业务来提升安全性。另外,从测试领域来看,可能会突破现有的零售端场景,不乏从部分行业的供应链进行全程测试。

“现有的线上支付、线下消费场景还会深入地测试下去。”孙扬进一步指出,预计数字人民币会在几个跨境的区域尝试跨境数字人民币消费和结算,也有可能进入到供应链金融领域,用于核心平台企业和供应商、分销商的结算。还会有可能进入数字政务缴费、资本市场投资等领域。

苏筱芮则认为,预测后续将在线上使用场景上得到更大突破,从此前央行数研所的合作名单中推断,未来数字人民币会逐步渗透出行、电商、短视频等零售场景。

北京商报记者从多方了解到,后续,数字人民币试点城市将进一步扩围,另在机构参与上,无论是蚂蚁、京东等互联网巨头,还是华为、OPPO、vivo等手机厂商,或是美团、滴滴等场景推广方,多个参与方有望开启新一轮角逐。北京商报记者 岳品瑜 刘四红

## 招商拓补银行获批背后 直销银行的加减法

继百信银行之后,全国第二家独立法人直销银行近日获批筹建。时隔多年,行业即将新增一张独立法人直销银行牌照,为市场传递出了积极信号。但积极信号的另一面则是直销银行发展多年却面临“叫好不叫座”的尴尬境遇,多家银行对直销银行业务与手机银行合并整合,在服务渠道上不断“做减法”。接下来,直销银行“向左走”还是“向右走”,也成为市场关心的话题。

### 聚焦个人及小微业务

招商银行12月11日发称关于独立法人直销银行获准筹建的公告称,该行当日收到银保监会批复,公司获批在上海市与网银在线(北京)商务服务有限公司(以下简称“网银在线”)共同筹建招商拓补银行股份有限公司(以下简称“招商拓补银行”),招商银行与网银在线入股比例分别为70%、30%。天眼查显示,网银在线系京东数科100%控股的全资子公司。

对于为何单设一家独立法人直销银行,招商银行方面12月13日回应北京商报记者称,设立招商拓补银行是招商银行把握创新驱动发展趋势、积极探索普惠金融和未来银行形态的重要举措。可有效降低银行运营成本,对现有业务模式和客群进行差异化补充,并可通过风险隔离将创新风险限制在可控范围内。

招商拓补银行主要有两方参与,一方是资金方,即招商银行;另一方为场景方,即大型科技公司京东数科。招商银行素有“零售之王”之称,而从招商拓补银行聚焦的客群可以发现,仍深耕于招行擅长的个人及小微领域,同时辅以京东的线上流量及场景等资源支持。

对于招商拓补银行未来的发展考量,招商银行方面对北京商报记者表示,招商拓补银行拟运用数字科技创新服务模式,为个人及小微企业提供更高效率的普惠金融服务。

### 直销银行“做减法”

作为传统银行机构向互联网金融生态延伸的代表,直销银行具有纯线上、无线下网点的特性,属于典型的数字银行,与个人网银相比,直销银行突破了本行账户局限,可向他行用户开放,这也使得直销银行在新生时颇受行业追捧。

2017年11月,中信银行联合百度打造的百信银行开业,成为国内首家独立法人直销银行。此后,光大银行、华夏银行、民生银行等多家银行均曾表示将设立独立法人直销银行,但一直未有新批消息。国内其他直销银行仍作为母行下部门的形式存在。

然而,随之而来的产品体系单一、同质化严重等问题,也让直销银行陷入了尴尬的发展瓶颈期。华夏银行今年11月公告表示,该行直销银行与手机银行将于12月5日合并;南京银行在2019年12月将手机银行和直销银行进行了合并升级,升级后原直销银行App停止对外服务;再早之前,浦发银行和平安银行也将直销银行融入到了手机银行中。

银行业资深分析人士王剑辉指出,此前传统的直销银行业务更多像手机银行、网上银行的一种技术层面的延续,而不是模式的延伸。随着新技术不断涌现加上跨行业第三方机构竞争加剧,直销银行拓展能力受到了一定的制约,与手机银行、网上银行的同质化特性日趋严重。同时,作为银行的下属部门独立性不足也给直销银行的发展带来诸多阻碍。

“目前直销银行发展似乎没找到特别好的着力点,所以当前各家银行在直销银行业务上可能整体呈现收缩态势。只有独立法人独立核算,有自己的奖惩机制、研发团队,探索新的拓展方式等才有可能在直销业务中真正找到自己的立足之地。直销银行不管从资产管理、保

值增值、风险控制等都应该跟传统银行有较大的区别,经营模式上需要有革命性的突破,这还有较多的探索工作要做。”王剑辉强调。

### 联手互联网场景方

“此次招商拓补银行的获批筹建向市场传递出了积极信号,停滞已久的直销银行牌照批设有望迎来开闸期。”金融科技行业专家苏筱芮如是说。

在苏筱芮看来,直销银行牌照的开闸是适应数字经济时代发展需求的战略举措,一方面,银行可以借助大型科技公司的力量加速数字化转型,通过大型科技公司的场景更好地服务实体经济;另一方面,大型科技公司与银行携手后可以拥有稳定的资金来源,涉金融业务的合规性也能够由此得到大幅提升,对银行和大型科技公司而言可谓“双赢”。

“大的科技公司为了流量变现不断向金融业务渗透,搭建金融生态圈,银行需要场景发展消费金融业务,双方都存在诉求。银行与大科技公司搭档单打独斗更具优势,前期百信银行的平稳发展也摸索出了一条发展道路,适时开放直销银行牌照资源也会让市场更加有效率,或能为后续机构的人局产生示范效应。”苏筱芮如是说。

谈及直销银行的发展趋势,王剑辉进一步指出,目前的金融服务需求呈现出两极分化的特征,大客户向大银行集中,银行零售业务着力拓展的基本是中小型客户,这类客户还有较多新增业务的增长空间,直销银行也需瞄准其中机遇作为拓展领域。同时,尽管很多互联网公司对于银行牌照的获取具有较高的积极性,但是监管部门出于风险管控和风险外溢的考虑,会保持审慎的态度,未来直销银行的发展步伐可能更多以谨慎平稳为主。

北京商报记者 孟凡霞 马楠

## 虚假宣传“内鬼”频出 保险业反欺诈难题怎么解

北京商报讯(记者 陈婷婷 周蕾怡)保险欺诈一直是行业监管打击的重点对象。12月13日,北京商报记者发现,近期保险欺诈相关罚单频出,从险企夸大宣传诱导投保,到“内鬼”勾结外界进行利益输送不一而足。业内人士认为,险企内部风控体系建设应当加强;同时,如大数据等技术手段的应用,或许能为反欺诈体系的完善添砖加瓦。

北京商报记者梳理发现,保险欺诈主要存在两类情况。一方面,在销售端,保险可能采用夸大保险责任范围等诱导消费者购买保险,构成保险欺诈行为。比如,近期太平人寿保险有限公司枣庄中心支公司(以下简称“太平人寿枣庄中支”)被罚21.5万元,便因其存在欺瞒投保人、被保险人或者受益人,并唆使、诱导保险代理人进行违背诚信义务的活动等行为。

具体而言,太平人寿枣庄中支在2020年7月10日的客户活动中,将产品的历史最高收益或未确定利益,描述为保证收益;另外,该公司存在对保险代理人培训中使用的课件存在夸大保险产品收益、以限额限时为由进行宣传销售等销售误导内容的行为。

另一方面,在理赔端,投保人可能隐瞒标的物真实情况,向承保人骗取保险赔偿金,其中甚至可能出现“内鬼”勾结“外人”进行诈骗的情况,而使保险公司既被理赔又被罚。近期常州银保监局发布的罚单中,便描述了某财险公司武进支公司内,查勘员伙同外部修理厂及个人故意编造小额虚假人伤案件多笔,骗取保险金9.47万元,收取好处费3.73万元的情况;而类似的案件,仅11月之内,便在永安财险、太保财险等3家财险公司位于甘肃武威的分支机构中发生。

业内人士认为,这些行为有违最大诚信原则,可能损害保险行业公众形象,动摇保险业基石,因此对其中违法主体实施惩戒或是保险业风险防控的必然要求。

为何保险欺诈行为会如此高发?中国精算师协会创始会员徐昱琛分析称,首先,保险条款操作流程比较复杂,专业性要求比较高,所以对其理解存在一定门槛,控制也比较难;其次,由于保险产品专业性、复杂性和低频性,给管理带来难度,也为欺诈行为滋生提供了土壤。

而对于如何识别并防范承保端与理赔端的保险欺诈行为,徐昱琛也给出了建议。他指出,销售端存在的保险欺诈行为,基本是夸大自己或者贬低别人的产品服务。比如,在收益不确定的情况下,宣传最高的收益,或者一个可能实现的收益为确定的收益;不返本或者到105岁才返本的情况,宣传为必然返本等。同时他也指出了部分可供识别理赔端欺诈“陷阱”的行为特征,譬如投保出险后马上要求理赔,或者要求理赔金额过高等等。

对于如何防范保险欺诈行为,在销售端,徐昱琛表示,一般从两点着手:首先是提高专业水平,如通过保险教育等提高保险消费者、保险从业者等的专业认知;其次是保证留痕,通过录音录像等手段留存业务交流记录。

而针对理赔端的欺诈行为,徐昱琛建议,提升保险公司内部风控水平,如采用双人分权进行核保,并采用记录、留痕的手段,从程序上进行控制和防范。此外,徐昱琛还认为,可通过大数据等技术手段对“内外勾结”的情况进行识别,比如某特定医院或者医生的出险频率或者案件比较多,可采用大数据识别保险欺诈的可能性。