

网络支付为人们带来巨大的便利,但它的安全性也一直饱受关注,病毒木马、钓鱼网站的肆虐使得很多人对于网络支付心存顾虑。在日前召开的“互联网 新金融——网络支付安全学术研讨会”上,多位专家针对网络支付安全问题献计献策。

专家建言网络支付安全

业内期盼建立风险承担机制



网络支付风险涉及金融稳定

网上支付用户的快速增长令人瞠目,截至去年12月,我国使用网上支付的用户规模达到2.21亿,使用率提升至39.1%。与2011年相比,用户增长5389万,增长率为32.3%。随着网上支付从新潮事物到进入亿万普通用户的生活,网上支付的风险管理也成为一个影响亿万用户的话题。

目前,腾讯Q币已经能够购买各种日用百货,Facebook币俨然有成为“第二美元”的苗头。公开数据显示,2011年美国虚拟货币交易额已经达到20亿美元,甚至超过了一些国家的交易规模。谢平表示,“互联网用户凭借虚拟货币换取某种商品,商家则通过虚拟货币换取用户数据,在这个过程中虚拟货币已经完美地实现了法定货币的功能,法定货币则被排除在外,央行自然也不会统计到这类交易行为”。

谢平警示,网络支付和网上商店的存在和迅速发展,其中的风险可涉及物价稳定、金融稳定、支付安全,尤其是网络支付具有匿名特征,这给国内金融监管当局带来了挑战。



国务院发展研究中心金融研究所副所长巴曙松

防风险不能牺牲效率和客户体验

网络支付具有互联网和金融的双重特征,风险管理策略跟传统线下支付有所不同。传统线下的支付风险管理特点是高进入门槛和日常监控,需要支付介质、面对面交易,所需成本较高,但最可信。而网络支付是无支付介质的,不可能面对面交易,而且准入门槛较低,在风险管理方面更强调基于行为特征的风险实时监控与风险识别。

巴曙松在演讲中表示,“传统金融机构通过增加交易成本来减少风险损失,这同时也降低了交易成功率。在网络支付的风控中,效率与安全的平衡至关重要,风险控制不能以牺牲效率和客户体验为代价。如果牺牲效率换来安全,产业链上的收入无法覆盖成本,企业和服务很快就会在竞争中被淘汰”。

巴曙松建议,参照国际惯例建立一个能充分保障消费者权益的风险承担机制;同时希望政府能够建立一套打击相关网络犯罪的有力机制。



支付宝大安全副总裁江朝阳

应建立保障消费者风险承担机制

网络支付发展多年,第三方支付企业IT安全厂商投入巨大,从技术角度讲在安全上已经能够有所保证。江朝阳表示,网络支付带来的各种安全威胁,最主要矛盾在于互联网环境本身的复杂性、信息安全保护的不足。如果去掉钓鱼木马、信息泄露和第三方欺诈等带来的损失,纯粹由于第三方支付机构的安全问题而造成的损失几乎可以忽略不计。从全球范围的网上支付欺诈率看,中国网上支付的欺诈率为0.01%,远低于国际1%-2%的平均水平。

江朝阳呼吁,应建立一个能充分保障消费者权益的风险承担机制,切实保护消费者的资金安全。据他介绍,支付宝从2005年开始就自行研发了一套支付宝账户及交易的智能风险实时监控系统。有效地识别账户风险,及时提醒用户防范。同时在发生风险情况时,能及时报警及对可疑行为做出处理,为用户账户提供7×24小时保护。在国内,支付宝对用户推出了余额赔付和快捷赔付服务。如万一用户由于账户被盗等受到经济损失,支付宝会对用户进行赔付。 北京商报记者 孟凡霞

· 话说典当 ·

“80后”到典当行淘钻石



春节假期已过,结婚旺季即将到来,不少年轻情侣开始着手置办婚礼。“80后”已成为“婚潮”的主要生力军,除了在生活中精打细算,筹备婚礼同样如此,现在越来越多的“80后”开始到典当行淘钻石。

陆先生和张女士打算今年“五一”结婚,其他的都准备好了,就差这一枚钻戒。经朋友介绍,两人来到宝瑞通典当行。“这两天我们转了很多家商场,发现0.30ct-0.50ct的都要两三万元,实在是舍不得,但是一辈子又只结一回婚,真的很纠结。”张女士表示,听朋友说典当行要比市场价格低,刚才转了转,没想到只有原价的五成。最终,二人花了一万多元购买了一枚18K、0.50ct的心形全新钻戒。

宝瑞通典当行品经营中心总经理王德强表示:“如今,钻石的价格已经十分透明。商场售价在成本价基础上加价达到30%左右,部分知名品牌加价幅度达到了60%-70%甚至更高的‘潜规则’也众所周知。而在典当行,因为除去销售平台的中间环节、品牌费用等一系列附加值,售价只为市场价的五成,因此越来越受年轻人的喜爱,春节过后,钻石与黄金并列成为了销售热门。”

王德强提醒,客户可以依据钻石的重量、颜色、切工、净度的4C标准,选购关注重要性占比依次递减,四项全部要求高,价格肯定也低不了,建议以前两三项为主考虑,保证性价比。最后,提醒大家,投资钻石最好选择1ct以上、品质较好的,若在典当行购买钻石,排除“品牌溢价”,保值率会更高一些。

北京商报记者 闫瑾

京津理财风向标

银行理财产品收益率小幅回升

本周京津地区可购买的人民币银行理财产品,除结构性产品外,平均预期收益率为4.61%,较上周小幅上升0.07个百分点。

本周24款(占比13.6%)产品预期收益率在5.00%及以上;77.3%的产品预期收益率在4.00%-5.00%;13

款产品预期收益率在4.00%以下。

春节之后,市场资金充裕,受此影响银行理财产品预期收益率也出现小幅下滑,随着央行通过正回购回笼基础货币,以保持市场流动性处在合理的范围之内,将对银行理财产品的收

益率起到一定的支撑作用,本周银行理财产品的平均预期收益率小幅回升。从整个市场来看,绝大部分产品的预期收益率处在4.00%-5.00%的情况没有改变。

从资金投向来看,本周债券和货币市场类产品表现平淡,仅有两款产品

的预期收益率达到4.90%;组合投资类产品的预期收益率最高达到5.50%;结构性产品中,预期收益率最高的产品为招商银行发行的两款收益与黄金价格挂钩的产品,最高预期收益率为5.20%,投资期限90天。

北京商报记者 闫瑾

短期银行理财产品预期收益率榜单(期限3个月及以下)

| 产品名称 | 发行 | 投资期限 | 年化预期收益率 | 风险等级 | 申购门槛(万元) |
|------------------------|------|------|---------|------|----------|
| 焦点联动系列之黄金表现联动(看涨) | 招商银行 | 90天 | 5.20% | ★★★★ | 5 |
| 焦点联动系列之黄金表现联动(看跌) | 招商银行 | 90天 | 5.20% | ★★★★ | 5 |
| 非凡资产管理35天增利理财产品第067期02 | 民生银行 | 35天 | 4.80% | ★★ | 100 |
| 龙盈理财创盈1296号理财产品36天 | 华夏银行 | 36天 | 4.80% | ★★ | 500 |
| 阳光理财“T计划”2013年第八期产品6 | 光大银行 | 45天 | 4.80% | ★★ | 100 |
| 阳光理财“T计划”2013年第八期产品3 | 光大银行 | 52天 | 4.80% | ★★ | 100 |

中短期银行理财产品预期收益率榜单(期限3-6个月)

| 产品名称 | 发行 | 投资期限 | 年化预期收益率 | 风险等级 | 申购门槛(万元) |
|-------------------------------|-------|------|---------|------|----------|
| “丁香花理财”智赢201302号十一期B款 | 哈尔滨银行 | 93天 | 5.00% | ★★ | 100 |
| “聚财宝”强债A计划2013年29期人民币理财产品 | 平安银行 | 114天 | 5.00% | ★★ | 5 |
| “心喜”系列2013年第8期G011302075号 | 北京银行 | 177天 | 5.00% | ★★ | 50 |
| “心喜”系列2013年第8期G011302159号 | 北京银行 | 6个月 | 5.00% | ★★ | 10 |
| 中信理财之普惠计划稳健系列9号21期(A130A0073) | 中信银行 | 183天 | 5.00% | ★★★ | 5 |
| 中信理财之普惠计划稳健系列9号20期(A130A0072) | 中信银行 | 183天 | 5.00% | ★★★ | 5 |

注:以上信息由普益财富提供

张森/制表