

声音

用大数据技术抵御跨国支付欺诈

访睿思飞全球CEO伊多·盖尔

电子商务和在线交易反欺诈公司睿思飞(Riskified)于2013年创立于以色列,2020年年底进入中国市场,2021年在美国上市,是以色列知名的初创企业。睿思飞为跨境电商提供反欺诈解决方案,通过自身技术,筛选出欺诈订单,为企业提供更好的经营体验。

海外支付场景更复杂

当出现这种拒付争议情况时,通常意味着商家在支付的风险控制方面出现问题,没能及时地识别某种类型的欺诈,而欺诈者会一遍又一遍地重复这种交易。

《中国经营报》:中国的跨境电商发展迅速,但是对安全支付的问题提及较少,中国的跨境电商企业对于安全支付的需求如何?

伊多·盖尔:我非常确信会有越来越多的中国企业对国际化支付安全有需求。最开始中国是以中国制造闻名的,在过去的业务模式中,中国企业只负责生产,国际大牌在这些产品上贴上自己的商标。

但现在,越来越多的中国企业并不只想做代工生产,他们从建立品牌的第一天就意识到,自己可以成为一个国际化的品牌。他们对整个生产制造链条有着控制权,从制造、库存管理、物流、履约、品牌传播到销售,包括支付环节等。我认为荣耀的出海就是很好的例子。

在过去的10年中,睿思飞专注于与全球市场当中的大客户进行合作,并取得了非常瞩目的成绩。大约两年前,公司成功上市,现在是全球领先的支付风控反欺诈解决方案提供商。

《中国经营报》:睿思飞如何实现企业现有能力的“锦上添花”?

伊多·盖尔:睿思飞的优势在于能够与某些公司在特定的地理区域和垂直领域进行合作,我们拥有覆盖全球市场的网络效应优势和全球市场经验,这是单个商家所缺乏的。因此我们非常期待跟这些电商公司在特定的地区或者特定的垂类进行合作。

我认为中国国内的支付市场相

保障数据更安全

一般来说,像虚拟产品,比如数字礼品卡和数字货币,这些是风险最高的。因为它们更容易被变现,一旦被窃取,可以在几分钟内将其转售为现金。所以从整体情况来看,虚拟商品的风险更高。那些非常容易以高价转售的商品,像一些电子产品或是高端时尚品,也都是高风险的。历史数据显示,从地域上来看,拉丁美洲和中东的某些地区一般来说风险较高。

《中国经营报》:睿思飞为中国企业提供的解决方案是拒付包赔,它的原理是什么?

伊多·盖尔:在大多数国际支付方式中,比如信用卡,商家要对信用卡的安全和风险负全责。如果这笔交易后来发现是欺诈性交易的话,损失在商家这边。

在睿思飞的拒付包赔解决方案下,会告诉合作的商家,如果在我们接受了一笔交易之后,被证实这笔订单是欺诈性的,您收到了拒付订单,我们会为此支付退款。如此一来,商家会更信任我们,能够把对接

应对诈骗技术迭代

睿思飞的优势就在于此,我们的反欺诈技术也在不断地更新,并且技术团队一直是睿思飞中最大的团队,使命就是不断努力构建一个更好、更快、更准确地识别欺诈的全球性的电子商务反欺诈平台,确保让所有的优质客户都顺利通过审核,维护商家的利益。

《中国经营报》:睿思飞如何保证自己的技术始终处在比较领先的状态?

伊多·盖尔:电商欺诈的技术其实一直在迭代,它永远不是一个一劳永逸的问题。我们解决了一种欺诈行为,新的欺诈形式就会很快出现,所以这是一个不断更新的状态。

睿思飞的优势就在于此,我们的反欺诈技术也在不断地更新,并且技术团队一直是睿思飞中最大的团队,使命就是不断努力构建一个更好、更快、更准确地识别欺诈的全球性的电子商务反欺诈平台,确保让所有的优质客户都顺利通过审核,维护商家的利益。

我们在数据科学、数据分析和工程领域拥有数百名员工,他们共同合作构建我们的机器学习解决方案。分析师是了解电子商务欺诈行

睿思飞创始人、全球CEO伊多·盖尔表示,“我们认为每家电子商务公司都单独组建庞大的团队来解决欺诈问题,效率较低,所以我们就想要做一家专门为商家解决此类问题的公司。因为这样既可以帮助商家节省资源,还将获得更好的网络效应和更多的资源,与自建团队

对于国际市场来说,更加简单、安全,并且普及率非常高。基本上每一个消费者手机上都会安装一到两个非常主流的支付APP。商家也不用太担心,因为整个支付环境和流程都很简单,并且很安全,这是中国支付市场的情况。

相反,我们看到的国际支付市场情况跟中国完全不一样。商家在进入每个市场时,他们需要接受新的支付方式,比如在德国,消费者会用Open Invoice(未结清发票),即消费者可以在收到产品及随附的发票后,通过转账到零售银行账户的方式支付货款。巴西有货到付款,还有法国的借记卡等,每个地区都有完全不一样的支付体系和支付工具。因此,从监管、本地化的支付体验以及风险角度来看,相比中国支付环境,海外情况更加复杂。

特别是我们看到有很多企业出海的速度非常快,并且规模也非常大。如果要能匹配得上这种速度和规模的话,需要快速解决海外支付难题,不然就会成为企业出海发展过程中一个非常严峻的瓶颈问题。

《中国经营报》:海外在线交易在什么情况下会对企业信誉造成影响?

伊多·盖尔:巴西是拉美市场最大的电商市场之一。我们有个客户在进入巴西市场之后,收到了大量的拒付订单。拒付,意味着商家接受了使用盗刷信用卡进行的交易,真正的持卡人打电话给银行说,这个交易不是我完成的,我的银行卡

受交易的控制权限交给我们,因为他们知道,我们肯定要把握好这一关,否则损失就在我们这边。

这与其他解决方案非常不同。其他解决方案会向商家推荐交易判定,比如建议商家是否接受这笔交易,但最后商家还是要自己去担这个责任。也就是说,在这种情况下,如果提供欺诈筛查的供应商出现错误,导致欺诈交易发生并让商家遭受数千万美元的损失,商家仍然要自己负责。

《中国经营报》:商家的交易中,哪些数据项目和地域风控风险会比较?

为的专家,数据专家也对此有一定的了解,他们在统计分析和机器学习建模方面是非常擅长的,工程师团队则负责将所有元素整合在一起,进行平台系统搭建。

捕捉或识别到欺诈攻击或欺诈集团的第一笔交易是具有挑战性的。系统的复杂性在于,在关注到第一次欺诈交易后,观察它们随后的交易并理解它们之间的联系,分析或识别出这样的行为模式以及新的速度。睿思飞的解决方案能够在几秒钟内对数百万个数据点进行分类、跟踪和分析,并在几秒钟内对其进行阻止。

《中国经营报》:如果你的客户自己组建一个网络支付安全团队,和使用你们所提供的服务,在成本上和效率上能节约多少?

伊多·盖尔:我们的观点是,对

的公司相比,我们能更好地解决这个问题。”

到目前为止,睿思飞已经审查了数以亿计的交易,并为众多全球顶尖品牌和各行业快速增长的企业审批了数十亿美元的收入,睿思飞客户名单上不仅包括沃尔玛、百思买、Chewy、Booking、Gu-



被盗了。

当出现这种拒付争议情况时,通常意味着商家在支付的风险控制方面出现了问题,没能及时地识别某种类型的欺诈,而欺诈者会一遍又一遍地重复这种交易。这时会影响到商家在银行的信誉和评分情况,银行会认为这个商家经常会发生这种拒付情况,最终影响到银行和商家之间的合作关系,让商家的整个业务接收能力面临风险。

伊多·盖尔:在很多时候,如果对本地区支付方式掌握的风控数据较少,对商家来说风险较高。因此,在这种场景下,我们睿思飞更具优势。

我们可以看到商家的交易数据。但有时,很多大客户只会把一个板块给我们,一个板块可以是特定的地理区域或特定的产品线。我们会按照要求进行操作,然后随着时间推移逐步扩展范围。

举个具体例子,我们与Booking(线上差旅预订平台)这样的大型商家合作,它的营业额数量非常庞大,涉及到多个产品线,涵盖不同的地理区域,

于出海商家来说,自行建设风控系统不是使命的关键,他们在业务发展过程中应该有许多其他优先事项需要关注,而不是投资时间和精力再建立一个欺诈预防团队。

另外,作为一个专业的支付风控反欺诈解决方案公司,我们拥有一个自建团队无法比拟的优势,那就是我们的网络效应,网络效应基于我们服务过的全球商家的数量规模和类别广泛度,睿思飞拥有为全球线上交易商家处理超过10亿笔交易的历史精细数据,没有任何单个商家可以实现这种类型的网络效应,这使我们能够提供更高水平的准确性。因此不论从效率来看还是效果来看,选择与专业的团队合作都是更好的选择。

当然我想强调一下,这并不是二元的选择,要么是内部团队,要么

cci、Farfetch和Wayfair等国际知名企业,还包括携程、安克、荣耀等中国品牌。

面对日益扩大的跨境电商市场,国际安全支付的需求正在快速增长,中国企业应该如何防范支付风险?日前,《中国经营报》记者专访了伊多·盖尔。

在这种情况下,商家需要自行发展能够在该市场上识别交易风险的能力,这是昂贵、复杂且耗时的,并且结果不一定专业。另外一个解决方案就是,与睿思飞这样专业的支付风控解决方案公司合作。睿思飞已经具备了相应能力,并且我们有非常强大的商家数据网络,能够帮助商家客户识别可能的欺诈风险,并且无缝地、实时地接受无欺诈风险的订单。

比如航班、住宿、酒店等。在与此类客户合作时,我们最开始通常会从一个板块或者一个地区的交易开始处理。

一般来说,像虚拟产品,比如数字礼品卡和数字货币,这些是风险最高的。因为它们更容易被变现,一旦被窃取,可以在几分钟内将其转售为现金。所以从整体情况来看,虚拟商品的风险更高。那些非常容易以高价转售的商品,像一些电子产品或是高端时尚品,也都是高风险的。历史数据显示,从地域上来看,拉丁美洲和中东的某些地区一般来说风险较高。

是睿思飞。很多时候,我们是跟他们内部的反欺诈风控部门携手一起完成支付风控的。比如前面提到的情况,我们会负责某些地理区域和市场细分,客户自己则负责其他地区和细分;有时我们处理一定比例的交易量,而他们处理剩余的交易量。双方各自擅长的领域不同,应该发挥各自的长处。

《中国经营报》:什么类型的中国企业是你下一步要发展的目标客户?

伊多·盖尔:目前我们的客户名单中有游戏等数字商品的商家,有销售高端奢侈品的商家,有销售快时尚服饰的商家,有票务、旅游、电子产品等来自不同行业的客户,多样性是非常强的。前五大或者前十大中国的电商平台,它们都是我们想要去进一步发展和合作的公司。

老板秘籍

中国国内的支付市场与国外的支付市场的差别在哪?

我认为中国国内的支付市场相对于国际市场来说,更加简单、安全,并且普及率非常高。基本上每一个消费者手机上都会安装一到两个非常主流的支付APP。商家也不用太担心,因为整个支付环境和流程都很简单,并且很安全,这是中国支付市场的情况。

相反,我们看到的国际支付市场情况跟中国完全不一样。商家在进入每个市场时,他们需要接受新的支付方式,比如在德国,消费者会用Open Invoice(未结清发票),即消费者可以在收到产品及随附的发票后,通过转账到零售银行账户的方式支付货款。巴西有货到付款,还有法国的借记卡等,每个地区都有完全不一样的支付体系和支付工具。因此,从监管、本地化的支付体验以及风险角度来看,相对中国支付环境,海外情况更加复杂。

特别是我们看到有很多企业出海的速度非常快,并且规模也非常大。如果要能匹配得上这种速度和规模的话,需要快速解决海外支付难题,不然就会成为企业出海发展过程中一个非常严峻的瓶颈问题。

海外在线交易在什么情况下会对企业信誉造成影响?

巴西是拉美市场最大的电商市场之一。我们有个客户在进入巴西市场之后,收到了大量的拒付订单。拒付,意味着商家接受了使用盗刷信用卡进行的交易,真正的持卡人打电话给银行说,这个交易不是我完成的,我的银行卡被盗了。

当出现这种拒付争议情况时,通常意味着商家在支付的风险控制方面出现问题,没能及时地识别某种类型的欺诈,而欺诈者会一遍又一遍地重复这种交易。这时会影响到商家在银行的信誉和评分情况,银行会认为这个商家经常会发生这种拒付情况,最终影响到银行和商家之间的合作关系,让商家的整个业务接收能力面临风险。

在这种情况下,商家需要自行发展能够在该市场上识别交易风险的能力,这是昂贵、复杂且耗时的,并且结果不一定专业。另外一个解决方案就是,与睿思飞这样专业的支付风控解决方案公司合作。睿思飞已经具备了相应能力,并且我们有非常强大的商家数据网络,能够帮助商家客户识别可能的欺诈风险,并且无缝地、实时地接受无欺诈风险的订单。

深度

要达到最大化订单量与最小化支付欺诈风险的平衡

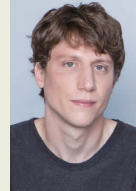
睿思飞的成立时间和电商兴起的时间差不多。随着电商的兴起,包括像信用卡盗刷这样的欺诈交易也随之出现了。在实际交易过程中,如果消费者的信用卡被盗刷,那么消费者可以给发卡银行打电话,随即交易取消,然后消费者就会得到赔付。但与此同时,这笔钱会从商家的账户扣走。在这种情况下,消费者虽然受到了保护,但商家的利益却受到了损害。

从商家的角度来看,他们为了应对这类麻烦,通常需要组建和管理一个庞大的内部团队,负责筛选并确定发生的交易是否属于欺诈交易。由于这些交易都是数字交易,并且商家自有的数据有限,因此这是一项非常困难的任务,需要大量的机器学习、技术和网络安全能力来实现。

睿思飞的优势在于能够与某些公司在特定的地理区域和垂直领域进行合作,这是单个商家所缺乏的。假设商家希望进军拉丁美洲或美国市场,他们对那里的信用卡交易经验较少,也不太了解当地的市场运作,与睿思飞合作就是最好的选择。

中国商家往往追求极致,要求欺诈损失为零。但伊多·盖尔给出的建议就非常现实,他说,“企业要确保在批准率和欺诈率之间取得良好的平衡。具体来讲,如果仅仅是要降低欺诈的概率,那阻止欺诈最简单的方法就是停止接受交易。换言之,如果商家拒绝了更多客户,商家就没有退款纠纷了,欺诈率为0。但从业务和收益上来看,这却是最糟糕的。因此,我们想提醒中国的商家,要优先考虑如何在各个地区实现最大化订单批准率,并且最小化支付欺诈风险,达到两者之间的平衡才是最重要的。”

本版文章均由本报记者索寒雪撰写



简历

伊多·盖尔是睿思飞联合创始人,目前担任全球CEO。在创立睿思飞之前,伊多·盖尔曾为Fraud-Sciences、Bill-Guard和Pay-Pal等创新金融科技行业领军企业开发自动化风险和身份识别解决方案,从业十余年,在该领域拥有丰富的经验。

自2013年与阿萨夫·费尔德曼共同创立睿思飞以来,两人将其发展成为一家在纽约证券交易所上市的公司(股票代码:RSKD),为全球数百个最知名的商业品牌在电子商务和在线交易反欺诈方面做出极大贡献。