

区块链技术赋能行业应用的新突破

作者 董蒙蒙

7月16日，上海魔橙网络科技有限公司与复旦大学、上海海事大学、上海海洋大学联合推出的区块链赋能跨境贸易暨“跨境贸易风险监测与可信溯源”平台的新闻发布会，在上海嘉定新城科创加速器顺利召开。众多区块链技术领域的专家学者、企业代表、行业用户以及投资界人士见证了该平台的顺利上线，并分享和探讨了区块链技术和商业实践经验。

魔橙科技作为一家领先的区块链底层技术公司，与复旦大学、上海海事大学联合研发的跨境贸易风险监测与可信溯源平台，借助应用区块链、大数据和人工智能技术，通过面向出入境查验的风险预警与可信溯源关键技术与系统，形成了智慧口岸区块链及风险预警平台。并且，该平台已应用于上海出入境检验检疫部门，平台聚焦并赋能大宗商品供应链等领域。

区块链能否解决“信任”这个核心问题，又如何为区块链赋能“跨境贸易”带来商用导向和打造全新的商业增长模式？《企业观察报》专访了复旦大学李银胜副教授。



李银胜：复旦大学副教授、博士生导师，电子商务交易技术国家工程实验室复旦大学负责人

企业观察报：请李教授介绍一下您的职业经历以及您和您的团队在这个项目中主要负责的部分？

李银胜：我们团队是复旦大学联合

创新团队，一向强调顶天立地与产学研结合，推出的旅游集散中心调度系统、虚拟仿真实训沙盘、数字教育区块链、数字助教系统、快件出入境智能查验及远程可视化查验等产品，均为创新产品且产生实际效益和影响，成为行业正式标准、龙头产品，这次与魔橙合作研发的跨境贸易区块链平台，以及自制信用评估系统、穿透式风险识别系统（“包打听”）、跨境供应链堵点分析及策略仿真等支撑产品，已经在上海口岸、大宗商品领域产生巨大影响。

企业观察报：您和您的团队在此次和魔橙推出的“跨境贸易风险监测与可信溯源”平台中的主要负责领域是哪部分？以及取得了哪些成果和突破性的进展？

李银胜：针对这个平台，复旦大学除了魔橙以外，还与上海海事大学、清华大学、西安交大这些做技术的研究单位进行了合作，我们团队主要负责的是区块链系统架构，包括自制信用制度和风险评估模型、溯源的信息规范、以及策略仿真。在成果方面的话，取得了4项发明专利、6个软件著作权以及也达到了两个行业标准。

企业观察报：您认为在区块链赋能行业应用时，需要从哪几个方面去衡量其可行性？

李银胜：区块链在赋能行业应用时，要考虑到这五个方面：一是要论证其必要性，即存在传统信息化技术难以达到的功能或性能；二是创新性，也就是说区块链思维而非传统互联网思维；三是先进性，比如与云大物智等前沿技术等结合；四是有效性，是指参与者可以看得见、摸得着的效益；还有最后一点就是可推广性，比如技术成熟度和用户体验。

企业观察报：您能具体介绍一下自治信用制度吗？

李银胜：自治信用与传统信贷涉及的信用评估、网络信用评估等有根本区别，一方面自治信用是面向具体的交易、为交易决策提供支撑，会考虑交易环境、交易主体关联关系。其次，自治信用通过区块链实现征信、评估的自治

性，涉及的数据存在缺失、稀疏、动态的特点，需要处理，但是这些都是可以被解决的。

企业观察报：您的团队在区块链应用系统设计方面的核心贡献是什么？

李银胜：区块链应用系统设计方面，核心贡献是实现不可信环境中的可信交易，所以区块链加固应该根据环境的不可信程度设计对应的节点注册、参与政策、安全政策，企业内和企业间、国内和跨境交易，涉及的不可信环境就不一样，所以区块链架构也不能一样。

企业观察报：区块链天然具备数据层的公信力，那在您看来区块链存在的主要问题是什么？

李银胜：在我看来，区块链存在的主要问题是，虽然在数据层通过巧妙的数据结构及存取政策设计实现了数据自主及不可篡改，系统层通过节点及共识机制实现了参与者身份对等，通过智能合约实现了系统自治，但是在应用层存在由于坏人加入、虚假交易导致的“真的假信息”“假的真信息”，因此需要从准入、监测、惩戒形成系统化的信用环境。

企业观察报：区块链在运营层，还缺少信任机制，那么请问这种系统化的信用环境的问题应该如何去解决？那您和您的团队在此次和魔橙推出的“跨境贸易风险监测与可信溯源”平台中，从哪些方面进行了创新及研究开发？

李银胜：区块链共识机制、隐私、效率，以及数字化过程的真实性等方面都有很多问题需要研究、提升，但是这种提升并不能完全保障其安全、可信，是一个魔高一尺、道高一丈的长期迭代过程。在区块链应用方面，应该从技术、系统、业务、法规全面出发，满足应用目标所需的可信程度和安全程度。基于以上判断，该链在制度、模型、技术、服务模式方面进行了创新及研究开发；以及在形成基于自治信用的供应区块链，全要素可信度评估模型、穿透式风险识别引擎、可视化策略及布控服务、开放式云服务，创新及技术指标达到国

际先进水平。

企业观察报：您的团队尝试过哪些技术和方案对海量数据进行清洗和预处理，以保证数据的质量？

李银胜：在原则上，虽然在这里面的创新点不算很多，但是技术是非常的成熟。在数据的采集和处理方面，第一，我们在2013年比较早的时候就拿到授权专利，就是在互联网环境下面自动地去定位找到这个数据所在的网页，用这个网页做自动的分析，然后再把需要的数据提取出来，这是很有价值的。相比其他绝大多数同类和大公司仅做了告诉他数据在哪个网页上、哪一段是描述价格的、这是图片、这是什么，他才能知道。但是我们做到的是可以自动发现这个网站、自动找到你、自动定位你、自动把这个数据提取出来，这是我们的一个特色。第二，在算法方面，传统的信用都是基于你的实力和历史分析的，但是在我们这个评价算法里面，我们发现同样一个信用的人，所处的社会环境和法律环境这些外界环境对他的信用有不同的影响。比如，这个人在淘宝上他就作假，但是在京东上他就不作假了，这是跟他的交易环境有关系；如果这个信用评价模型只考虑它的实力和历史，他以前没犯错误，或者他在上海没犯错误，他到了乡下就不犯错误了吗？所以在我们的

信用评价模型里面考虑和加上了各种环境因素。另外，在风险评估算法模型里面，我们还增加了很多关系，比如他的社会关系和商业关系。除了事情本身风险之外，这个人、这个事还有把他关联的事考虑进来。比如，这个人他不办坏事，不代表他和其他几个人凑在一起不办坏事，那这几个人是什么样的人；再比如，这个人跟上汽打交道的时候不办坏事，但是不代表着他和其他小公司打交道的时候不办坏事，所以，这就需要把他的商业关系和社会关系搞清楚。基于这些去分析他这个人，从事这项交易，会不会产生风险。

企业观察报：区块链赋能“跨境贸易风险监测与可信溯源”平台是否具备商业化和市场化？

李银胜：2020年6月27日，由复旦大学和上海魔橙网络科技有限公司主导，以及在上海交通大学、同济大学、上海财经大学、上海海洋大学、上海海事大学的教授组成的专家测试组的共同见证下，我们该平台对跨境区块链及应用系统进行了非常完善的系统测试，测试结果显示，“面向智慧口岸的风险预警与可信溯源”课题所研究开发的系统，其主要功能及技术指标均达到项目任务书参考指标要求，证明该平台已经具备商品化和市场化。[5]

测试结果：

“面向智慧口岸的风险预警与可信溯源”（18DZ1200803）课题所研究开发的系统，其主要功能及技术指标均达到项目任务书考核指标要求，现提交专家验收组审核。

测试组长：[签名]
测试组成员：[签名]

2020年06月27日

“优车通”智能评估助推汽车消费新增长

作者 何秋红

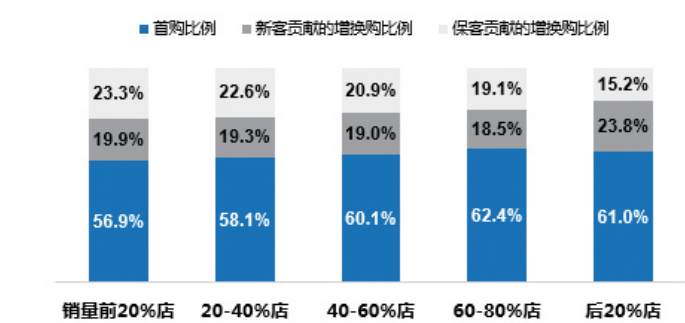
日前，国内著名咨询公司零点有数的一项研究显示：扩大消费是激发经济发展活力的重要着力点。汽车作为传统大宗商品，相关消费已占我国限额以上社会零售总额25%以上，因此，汽车行业是当前积极稳定、鼓励消费的重要领域。

保客营销已成热点趋势

当前，中国车市整体呈现持续下行态势，从增量转向存量市场。集客难、成交难已成行业通病，保有客户在增换购和转介绍过程中的重要作用凸显。

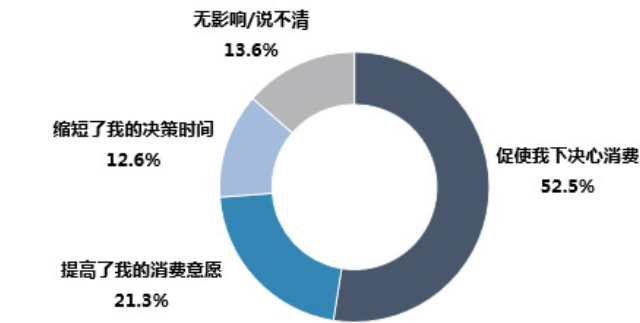
首先，保客贡献了超半数增换购销量，是当前拉升汽车消费的主要驱动力。自2016年以来，增换购进入快速提升通道，截至2019年，在新车销量中占比已超40%，正逐步取代首次购车成为市场主流。其中，主流企业获得的增换购销量超半数来源于自有保客。零点有数智能评估数据显示，同品牌下销量领先的经销商，增换购比例及保客增换购贡献率均远超平均水平。保客忠诚度与销量表现的关联性日益凸显，已成为业内共识。

其次，保客的转介绍和口碑传播，



增换购及保客贡献率对销量的影响。

数据来源：零点有数



转介绍对购车决策的影响。

数据来源：零点有数

是低成本、快速获客的必由之路。作为高价低频消费的典型场景，当前购车客户对熟人的信任程度依然高于企、店短期建立的维系，78.5%的人购车前会征求身边亲友的意见，且上述意见通常显著影响购车决策。数据显示，近九成客户认为，亲友转介绍对促进消费起正向作用，凸显了口碑的力量。

保客营销的“一点两面”模式

由于保客的重要性，零点有数重新梳理了企业与客户的关系，并围绕保客营销提出“一点两面”的模式和价值主张。

保客营销的立足点是优良的在店服务体验。绝大多数客户与企业的首次接

触发生在店内看车/保养过程。在汽车产品成熟度、生产一致性越来越高的今天，服务是打造差异化体验的关键赛道，也是客户建立认知与情感的前沿阵地。数据显示，20.6%客户越过了产品，将消费决策完全归结于服务因素本身。

最优服务的提供应建立在个性化洞察和先进经验积累之上，打造给予客户惊喜体验、并被感知和牢记的旅程触点，成为长期关系的基础。负面体验易直接诱发贬损和流失，需及时、针对性修复。这类修复通常受到不满客户的欢迎，80%客户会授权服务方联系自己，其中61.9%最终恢复与品牌积极、正向的沟通。

保客营销的显性面是场景化、轻量

化的沟通方式和内容。移动互联的普及伴生了碎片化空间和时间，因此，给予客户充分自由度、随时随地的交互模式成为发展的必然。上述交互基于对保客行为流的识别自动触发，并实时调用场景化的交互内容，如在客户预约进店的节点进行优惠推送，并在出店节点征询服务反馈。同时，轻量化的渠道和内容带来轻体验、轻愉悦，即用即走的小程序、灵活的H5，都可搭载心声实时送达。

保客营销的隐形面则是客户多维信息的集成存储和分析。通过记录企业在

销售、售后及维系过程中与客户发生的各种交互行为，结合客户态度及行动特征（消费行动、沟通行动、推荐行动等），不断强化客户理解、优化对客户的标定，从而完善并提升策略匹配的精准度，最终实现研究分析与行动间的正向循环：越交互，越理解，越维系。

作为零点有数在保客营销领域的实践工具，“优车通”智能评估系统已实现全部客户、信息、数据流在单一体系中的顺畅流转：基于标准化接口技术和多元交互设计，在前端实现对客户的充分交互，鼓励客户回忆并再现服务触点，基于百万级客户真实反馈，打造网罗先进做法的服务对策库；在后端致力于实时低满预警，在获得授权后，一键将客户详情传达给服务主体并敦促其及时修复。

零点有数研究人员表示，促进消费将成为车市的长久主题，深刻理解客户并重构保客营销的逻辑，是一项艰难的挑战，但回报也极为丰厚。拥有忠诚客户的支持，车企才能长久立于不败之地。[5]