

IBM 宣布放弃人脸识别 不做种族主义帮凶，还是业务不行取悦民众？

作者 刘俊寰 牛婉杨

弗洛伊德事件持续升温，并且这只蝴蝶翅膀，正在技术领域掀起一次海啸。

6月9日，IBM 首席执行官 Arvind Krishna 宣布，由于“人脸识别技术可能存在于种族和性别歧视”，IBM 将不再开发和提供人脸识别技术以及相关服务。

在一封公开信中，Krishna 对 IBM 放弃人脸识别这块“大蛋糕”进行了解释：

IBM 坚决反对并且绝不容忍任何将技术（包括其他供应商提供的人脸识别技术）用于大规模监视、种族歧视、侵犯基本人权和自由或任何与价值观和信任原则不符的行动中。我们认为，现在是时候开始关于国内执法机构是否以及如何使用面部识别技术的全国对话（national dialogue）。

IBM 没有明确表明正式退出人脸识别领域的公布时间，但是 Krishna 告诉国会议员，应该就使用面部识别服务这一话题进行一次全国对话。

日前，美国反种族主义抗议正在进行时，在信中，Krishna 也对一项旨在减少警察暴力和增加问责制的新法案表示支持。而 IBM 的这一行为将种族歧视这一顽疾再度引向舆论高潮，网友对此也议论纷纷，有人表示，“总会有人取而代之”。

也有网友表示，“这才是领导力”。在人脸识别领域，IBM 的市场份额并不大，但是 IBM 的主要客户之一是政府机构，此次 Krishna 的说法也将对政

府业务产生一定的影响。

IBM：不做种族主义的帮凶

以人脸识别为代表的信息隐私在技术领域内也曾引起多次讨论。

比如去年，亚马逊就针对面部识别技术的使用进行了股东投票，结果显示，24%的股东投票赞成在隐私和民权方面禁止向政府机构出售该技术。

如今，弗洛伊德事件成为又一“导火索”，IBM 也加入到对技术伦理的探讨中。根据一位知情人士透露，IBM 的这项决定与弗洛伊德事件有着直接关系。但即使如此，要放弃投资已久并且市场前景火热的人脸识别业务，也显得有些因噎废食了。

不过，Krishna 在公开信中所写到的，“AI 是一个强大的工具，可以帮助执法机构保护公民安全。但是 AI 供应商和用户应该共同肩负起责任，对 AI 进行偏见测试、审计和报告，尤其是在执法中使用”。

这样的发言也可以视为对人脸识别领域的一次郑重的诀别了。

迎合民意，IBM 顺水推舟裁掉业务线？

但作为一家科技公司，IBM 的目的可以这么单纯吗？

这位知情人士还透露道，IBM 的这项决定和人脸识别给公司带来的收益太少也有很大关系。

对于 IBM 来说，人脸识别技术还处于起步阶段，就公司内部的长远发展而言，人脸识别技术的应用场景也并没有

意料之中的丰富。仍以亚马逊为例，亚马逊的 Rekognition 虽然已经被不少执法机构使用，但是在该领域内似乎没有很被看好。

这也是 IBM 现在的处境，如果只是用质量勉强过关的产品在市场进行竞争，这对 IBM 来说没有什么好处。

目前还无法猜测未来 IBM 将沿着怎样的路线进行 AI 研究。不过，根据路透社的报道，IBM 的视觉技术将限制在视觉对象检测上，而不是用于人脸分析和识别。

IBM 曾创建百万人脸数据库 用以防止偏见

去年 IBM 还建立了一个更多样化的，包含百万人脸图像的数据集，希望能够更好地减少 AI 的偏见，尤其是种族方面，IBM 将重点放在了编码方案上。

关于如何区分 Ethnicity 和 Race，创建了这个数据集的 John R. Smith 解释道：Ethnicity 和 Race 通常可以互换使用，尽管前者更多是与文化相关，而后者主要与生物学有关。两者之间的界限都不明显，如果用标签的话，会面临主观和杂乱的问题，就像在之前的工作中发现的那样。取而代之的是，我们选择专注于可以可靠确定并具有某种连续规模的编码方案，从而可以提供多样性分析。我们可能会回到这些主观的范畴。

然而，即使有 100 万张面孔，也不能保证这组面孔具有足够的代表性——所有群体和子集都有足够的面孔来防止

偏见。事实上，Smith 似乎确信事实并非如此，这是唯一合乎逻辑的立场：

在第一个版本的数据集中，我们不能保证这一点。但是，这是我们的目标。首先，我们需要弄清楚多样性的维度，从这个版本中的数据和编码方案开始，然后进行迭代。希望我们能在这个过程中带动更大的研究团体和行业。

性别、肤色，AI 偏见无处不在

尽管 IBM 在防止人脸识别的偏见上做出了不小贡献，他们也坚信未来人脸识别技术将会越来越主流，但是过去几周，IBM 内部不少员工仍然对公司人脸识别技术表示出了不同程度的担忧。

事实上，这项担忧不是全无道理。2017 年，Algorithmic Justice League 的创始人 Joy Buolamwini 对 IBM、微软、矿视 3 家专注于人脸识别领域的科技公司的相关算法进行了偏见测试。

虽然在整体上，3 家公司都达到了 90% 的识别准确率，但是当用“性别”“肤色”等标签进行分类查看时，效果也就没有那么尽如人意。

这就是 Buolamwini 所想要进行测试和验证的地方。

Buolamwini 收集到了来自 3 个非洲国家和 3 个欧洲国家的 1270 张人脸照片，然后将这些照片用不同的标签进行分类。

比如，在性别上，3 家公司的算法针对男性的识别率都要优于女性。

同时，可以想见，在肤色上，对深色人种的识别准确率要远低于白种人。

综合考察的结果是，对深肤色女性，3 家公司的表现都是最差的。不过值得注意的是，矿视在深肤色男性的识别准确率上却是所有分类中最高的。

具体到 IBM 来说，算法准确率的差距是最大的，浅肤色男性和深肤色女性的错误率相差达到了 34.4%。

在收到检测结果后，IBM 相关负责人当天就回复表示，他们已经着手对相关算法进行优化。

在这份报告中，Buolamwini 表示，在进行评估前，这 3 家公司都没有对其算法在性别、皮肤类型、种族、年龄或其他属性方面的表现进行过介绍。

但是，以人脸识别为例，如果想要创建适用于全人类的系统，那么产品的包容性测试和报告是十分必要的。不过，准确性也不是唯一需要考虑的问题，人脸识别可能被独裁政府、个人对手和掠夺公司滥用，因此在开发相关技术时，持续的监督和限制是必不可少的。

如今我们都知道，AI 并非如此前料想那般中立，在 AI 程序内部，反映的是那些塑造 AI 的人们眼中的优先级顺序、偏好和偏见，也就是所谓的编码的目光（coded gaze）。

如果沉浸在机器中立的错误假设下，不管是对于社会还是技术本身都将带来不良影响，虽然 IBM 即将退出人脸识别领域的竞争，但是弗洛伊德事件也再度敲响警钟，我们必须增加透明度和问责制度，确保技术能够在合理的地方发光发热。[E](#)

估值 20 亿英镑后，英国 Fintech 新贵的疫情自救故事

作者 笪洁琼

在伦敦的酒吧和咖啡馆里，你总会看到一张珊瑚色的卡片，这张珊瑚色卡片来自 Monzo 银行，人们可以通过 Monzo app 和 Siri，在手机上迅速完成支付。

如果只看移动支付和记账理财，你可以把这个英国互联网新贵公司理解为一只跟银行关系更密切的“支付宝”。不同的是，Monzo 还可以暂时冻结名下的银行卡，以及减免跨国线下取现（欧洲境内每月有 200 英镑的限额）的手续费。

根据 Monzo 的最新数据，大约 80% 的客户积极使用他们的账户；其中 60% 的客户每周使用，40% 的客户每天使用。

并且在这 80% 的活跃用户中，有 30% 的人每个月在账户中存入 1000 英镑以上，这代表用户把该账户当做主账户，主账户的优势在于可以增加这些“粘性”用户，就能为 Monzo 赚钱。

打破传统，改变游戏规则

Monzo 从一个 Passion Capital 早期投资者办公室里的小团队，迅速发展成一家位于伦敦金融城中心、拥有 1500 名员工的公司，仅仅花了不到 6 年的时间。

2019 年 6 月，它以 20 亿英镑的估值成为英国第二大金融科技公司，仅次于 OakNorth，这两家公司后来在 2020 年 2 月被 revolt 的 55 亿美元估值超过 1。

在英国不仅仅只有 Monzo 一家互联网银行，而正是 Monzo 凭借着层出不穷的创意，颠覆了非常传统的银行业，并通过规模化的运营，已经拥有了超过 400 万名客户。

最具有特色的是，“他们改变了游戏规则。”金融咨询公司 IIF 研究主管萨拉·科恰恩斯基 (Sarah Kocianski) 表示，“技术就在那里，所以他们完全可以用低廉的成本运营，而且每个人的

口袋里都有一部手机。”

随着银行业市场变得越来越拥挤，要想脱颖而出，唯一的方法就是不断创新——让竞争对手猜测你下一步会做什么。

当其他银行开始开发类似产品时，Monzo 就引入新的功能，比如，如果用户怀疑借记卡丢失或被盗，可以选择暂时“冻结”，而不是注销。这点英国的主流银行，很快就学会了。

然后，Monzo 继续创新，在欧洲经济区的国家内不收取国际费用，而且在其它地方旅行时，顾客每月可以取 200 英镑而无需手续费。其它的传统银行在这块上还在收费。

2018 年，它推出了戒赌区，以帮助持卡人戒掉赌瘾，还有商业街分区（类似口碑网），以帮助人们可以在任意商店消费。Monzo 现在面临着一个重大挑战，这家初创银行还远远没有盈利，仍然依赖于外部融资。

其公司账户显示，在扩张过程中，公司一直在烧钱，2018 年亏损约 4720 万英镑，高于前一年的 3050 万英镑。

2020 年 5 月，该公司的估值下降了近 40%，原因是该公司试图筹集 7000 万至 8000 万英镑，以应对新冠疫情期间运营。

虽说层出不穷的创意可以打动用户，但创意过于分散，就可能让事情往相反方向发展。

2019 年 9 月，Monzo 终止了首次溢价服务 Monzo Plus。这个令人疑惑的附加功能和一系列额外津贴已经无法吸引用户。

更糟糕的是，当 Monzo 试图调整服务类别时，现有用户不清楚他们签署了什么协议，以至于该公司的论坛，因为愤怒的客户，而成为一个大型投诉现场。

原计划于 2020 年 3 月重新推出，但计划赶不上变化，由于新冠疫情的暴发，使全世界的经济陷入衰退，甚至导致许多公司破产。所以目前还未行动。

通过扩张来实现盈利

联合创始人布隆菲尔德 (Blomfield) 说，公司的计划是从一开始就是先投资基础设施，以非常低的成本运营账户，然后再增加更多的产品和服务。

他计划在未来两三年可以实现盈亏平衡，包括使用信用卡（当人们使用信用卡时，Monzo 可以通过手续费赚钱。交易完成后，由零售商的银行支付给持卡人的银行）和资产负债表贷款（贷款和信用透支）。但真正的盈利机会可能在保费账户、储蓄市场或保险产品。这不仅会产生更多的利润，还会留住现有客户和吸引新的客户。

通过这几块服务，Monzo 在每个客户那，可以获得 100 至 200 英镑的收入。

“传统的银行，它们每位客户的收入约为 400 至 500 英镑，但每位客户的成本几乎是 400 英镑。Monzo 目前的成本是每个客户 35 英镑左右，因为这都是基于现代先进的技术，以及雇佣了大约 1500 名员工，而不是像传统银行那样，拥有成千上万名员工。”

布隆菲尔德还不能放慢他对 Monzo 雄心勃勃的计划。

尽管 Passion Capital 或 y Combinator（y 孵化器）等投资者声称会长期投资，但在技术领域，对于没有盈利能力的增长的容忍度，已经在 Uber 和 WeWork 之后就归零了。

倘若一直没有回报，Monzo 在未来的几轮融资里将会陷入停滞不前。

随着英国的竞争变得越来越激烈，Monzo 的计划是从勇敢的挑战者转变为主流银行，进入庞大的美国市场，并最终实现盈利。

美国是世界上最古老、最复杂的金融市场。Monzo 的领导人认为选择美国最大的原因是，美国市场至今还在使用支票，美国人在 2017 年开出了 51 亿美

元的支票，一旦引入 Monzo，将会颠覆整个市场。

原本要在 2020 年 3 月进行引入的，但因为疫情和其它原因，目前是搁置状态的。

负责 Monzo 美国业务的是曾在渣打银行、花旗和 Capital One 工作过的金融服务业资深人士 Anil TS。他是从 Visa 加入 Monzo 的，在 Visa 担任全球支付主管和全球产品主管已超过 4 年。

今年 3 月，安尼爾在加利福尼亚州总部发表讲话时，对 Monzo 在美国的扩张计划持积极态度。他表示：“我们要做的最重要的事情将是启动这一进程。”“我们在美国已经处于试点状态，已经有一大批客户以及 2.5 万人排队进行等候。”该行在 4 月份申请了美国牌照，但在获得批准之前，可能需要 18 至 24 个月。

他承认，Monzo 在英国市场的做法，在美国可能行不通。“如果客户愿意的话，我预计在未来几个月，我们将以试点模式继续完善我们的产品。”

Monzo 没有把核心用户作为推广业务的目标，而是尝试在其美国体验用户中，纳入各种人口统计数据。布隆菲尔德表示：“我们的雄心和最终目标非常明确：为了满足数百万美国客户的财务需求。”

在 Monzo 推出后的五年里，传统银行已经推出了自己的 app，并意识到了数字服务市场的潜力。布隆菲尔德认为，Monzo 仍然是“最好的银行应用”，并声称其增长率为每月 95%，没有任何广告支出。

他的目标不仅仅是接触到 10 亿消费者，而是让 Monzo 成为人们可以管控养老金、保险、经常账户的地方——金融服务平台。

问题只是时机问题

有一种情况是 Monzo 的扩张计划不可能考虑到的：冠状病毒大流行，在报

道这一特点的过程中在英国暴发。

新型冠状病毒肺炎期间，Monzo 的总体规划被破坏，很多行动完全停滞了。

今年 5 月，该公司的估值受到了冲击，因为该公司寻求新一轮融资，以确保在 2021 年第二季度之前的现金状况，这笔交易将使其估值从 20 亿英镑降至 12.5 亿英镑，为了盈利进军美国的战略也受到影响。

迄今为止，对 Monzo 影响最大的是外国支出。布隆菲尔德解释说，当一个英国用户在英国花费 100 英镑购买他们的信用卡时，Monzo 会得到 20 便士；当他们在美国花费 100 美元时，Monzo 会得到 2 美元，因为国外的手续费更高。

高德纳公司负责银行和投资服务的研究副总裁阿利斯泰尔·牛顿说，冠状病毒正在催化变革，促使银行需要迅速做出决定，他表示：“你会看到金融科技领域出现一些整合，你会看到一些金融科技公司需要时间来开发自己的商业模式，但它们得不到时间，因此会走向破产。这可能会给其它市场带来更大的压力。

布隆菲尔德说，他表示：“我认为，我们的基本病例大约是 4 至 5 个月、4 至 6 个月的基本封锁期，其中包括不出国旅行，然后回归正常。”

“问题只是时机问题，等疫情过去，一切就会恢复。”[E](#)

