



# 第七届“强网杯”战火再燃

## 系列活动13日~14日在郑州举行

强网争锋,火力全开!1月13日~14日,第七届“强网杯”系列活动将在郑州高新区正式拉开帷幕。本次活动由中央网信办、河南省人民政府指导,信息工程大学、河南省委网信办、河南省教育厅、郑州市人民政府主办,教育部高等学校网络空间安全专业教学指导委员会协办,郑州高新区管委会、信息工程大学网络空间安全学院、郑州市委网信办、郑州市公安局、郑州市教育局承办。



位于郑州高新区的国家网安馆

### 网络安全挑战赛总奖金至少500万元

“强网杯”系列活动是发现培养网信领域优秀人才,促进网络安全技术交流,提升全民网络安全意识的国家级“品牌”盛会。作为国内一项融合赛事、论坛和展会的大型活动,“强网杯”系列活动已经成功

举办了6届,并于2020年永久落地郑州高新区。本届活动将通过全国网络安全挑战赛、强网论坛、强网科普“三重奏”,多维度打造网络安全盛宴。

其中,“强网杯”全国网络安全

挑战赛是网络安全竞赛领域的标杆品牌,内容主要围绕网络安全和系统安全中的现实问题进行设计,固化“线上赛、线下赛、精英赛”的竞赛模式,设立总奖金至少500万元。本届大赛涵盖线上赛、线下

赛、青少年专项赛三部分内容,截至目前,全国网络安全挑战赛的线上赛、青少年专项赛已于2023年12月16日至17日举办,线下赛将于2024年1月13日至14日在网络安全科技馆举行。

### 国内网络安全领域院士、知名专家、行业精英将参加“强网论坛”

“强网论坛”作为网信领域的一次盛会,也是本届活动交流合作、主题报告、高端对话的重要环节。持续2天的“强网论坛”设置一个主论坛和6个分论坛,其中主论坛以“新时代、新空间、新高度”为主题,邀请国内网络安全领域院士、知名专家、行业精英参会,围绕网络安全

高端战略、人才培养、前沿技术等方面开展高端对话。6个分论坛涵盖网络空间战略、网络空间安全学科专业建设与人才培养、漏洞分析技术、网络空间测绘和态势感知、密码前沿理论与技术、量子信息技术等6个主题,交流最新研究成果,研讨发展趋势。

强网科普包含开展强网夏令营、网络安全知识科普等2项活动,已于2023年7月及网安周期间举办。其中网络安全夏令营主要面向河南及周边省份,采取“定向邀请+自主报名”的形式遴选优秀高中生,实地参观国家一流网络安全学院、观摩网络安全挑战赛、聆听

院士专家授课指导,激发探索网络安全世界的内驱动力。网络安全知识科普,以漫画网络信息新技术科普丛书、知识科普宣传单为载体,面向社会民众多维度开展主题科普活动。

正观新闻·郑州晚报记者 刘地/文 马健/图

## 《2023巨量引擎年度治理报告》发布

# 全年封停冒用资质广告账户3000余个

遇到虚假宣传、虚假资质、不良导向、涉及底线问题的广告,你的第一反应是什么?有没有办法让广告内容真实且好看?一起来听听平台企业如何破局。

1月11日,由巨量引擎主办的“商业安全开放日”在浙江杭州举办。会议现场,巨量引擎重磅发布了《2023巨量引擎年度治理报告》。报告总结,2023年巨量引擎在商业内容治理、用户信任指标建设、商家教育、隐私合规、反电诈等多方面均有明显成果。其中,前置拦截了4万余条涉及贩卖容貌焦虑的违规广告内容;前置拦截约13万条涉及贩卖教育焦虑问题的广告。

据了解,作为抖音旗下综合的数字化营销服务平台,巨量引擎持续致力于保障平台商业生态安全及用户体验。本次年度报告的发布首次面向公众系统性梳理了当前广告行业的新特点和新规律,重点展示了平台广告治理理念与全年重点治理成果。



巨量引擎风控策略专家 李世泽



巨量引擎风控策略专家 贺延波

### 向虚假广告宣传说“不”

#### 已封停冒用明星达人资质广告账户500个

对于虚假宣传这种最为普遍的不良内容,具体表现为有些产品被夸大其词;有些广告宣传的产品成分与实际不符;有些服务宣称免费或低成本,但实际上需要消费者支付更高费用等。报告表示,将结合相关法规要求及商业经营实际情况,不断整合投放规则,以统一、清晰的标准压实内容真实责任,引导商家如实宣传。

还有个别商家通过伪造明星签名或身份证信息,使消费者误以为明星或达人与商品存在联系的这种情况。活动现场,巨量引擎风控策略专家贺延波

介绍说,将会严格把关,防止商家资质冒用。“2023年已累计封停冒用明星达人资质广告账户500个,封停冒用高校资质宣传广告账户2900个,清退违规商家200+”。

对于涉及底线问题的广告,报告声明将会对底线问题严卡,黑灰产绝不妥协。“一方面全流程风险防控,加强实时检测;另一方面处置全面升级,提高黑产资金成本。对于已确定的黑产账户加入黑名单、永久封停并冻结账户资金,同时配合相关机关进行线下抓捕打击”。

### 全链路建设提升用户购物体验

#### 购物类广告后链路投诉率下降超过75%

什么是可信任的广告生态?巨量引擎风控策略专家李世泽现场表示,可信任的广告生态主要包括三方面:放心的购物体验、安心的线下服务和安全的APP下载。

2023年以来,用户观看广告后除了到抖音电商或其他传统电商平台购物外,到电商小程序购物也呈现出迅速的发展态势。然而在这一链路中,平台收到用户对于部分第三方电商小程序出现无法查询订单、商品质量问题、无法退换货等售后问题反馈。李世泽表示,巨量引擎将联合电商小程序上线购物弹窗功能,引导用户明悉购物渠道;对小程序电商中的售后问题,平台提升全链路风险管控能力。

报告显示,针对电商购物广告后链路可能产生的潜在风险问题,巨量引擎在已有的平台内投诉、举报、差评等用户反馈信号的基础上,增加广告转化后评价指标、随机及定向抽样,以及接入电商平台“三率”指标,综合评定对商家表现,通过对劣质商家限制投放广告等方式优化广告受众用户的购物后体验。

此外,报告同时提到,巨量引擎对涉及人身安全、易引人误解、对未成年人群体产生不当影响的种类采取禁止投放或优化投放规则,进一步提升广告投放商品品类的合规和满意度。目前,在巨量引擎的敦促下,购物类广告后链路投诉率下降超过75%,用户评价满意度提升超12.6%。

正观新闻·郑州晚报记者 刘地/文 头条供图