

3C周刊

反偷拍、致盲AI、盗指纹

反顶级“黑客”这场演练让大家好“慌”

如何快速发现房间里隐藏的偷摄像头?最被看好的人脸识别技术为何也会出错?你的智能音箱为何突然胡言乱语?

10月24日,2019国际安全极客大赛(GeekPwn2019)上海赛事全面升级,火花四溅。大赛分为设置挑战场景的命题专项赛和不设限制的非命题开放赛,其中,命题专项赛包括CAAD对抗样本攻防赛、隐私安全之反偷拍挑战赛、青少年机器特工挑战赛和云安全挑战赛等等。

GeekPwn大赛发起创办人王琦提出,要承认数字化世界带给我们的美好,也要承认数字化世界带给我们的不美好。GeekPwn和极客们的使命,就是消灭那些不美好的事物。“完美的未来必然是安全的未来。”王琦认为,对极客来讲,消灭更多不安全的问题,我们才有更安全的未来。

■新快报记者 郑志辉



■CAAD 隐身挑战赛的选手参与挑战

AI变“脸盲” 傻傻分不清

作为GeekPwn的传统项目,让AI犯错依旧是比赛的大热门。

在“CAAD CTF图像对抗样本攻防赛”现场,多个战队成功利用图片对抗样本针对图像分类器发起攻击,导致分类器出错,骗过AI图像识别。其中,TSAIL战队在第三关“人脸识别攻击”中用图片成功欺骗Clarifai人脸识别系统,让AI将黄健翔识别成了别人,并最终以229.77分的累计得分,成功拿到GeekPwn2019 CAAD CTF图像对抗样本攻防赛的第一名。

除了让AI“脸盲”,参赛者们还可以让AI“失

明”。在比赛现场,Hiding Cat,NISLER,TSAIL三支战队选手通过一张“图像对抗样本”,并让现场观众将样本举在胸前,成功躲过了检测系统的识别完成挑战。而值得一提的是,此次比赛选手全部攻破的是被视为“目标检测网络的巅峰之作”的YOLOv3系统。

挑战失败!

高手尽出也找不到全部偷摄像头

在与全民联系紧密的“反偷拍挑战赛”中,参赛选手化身侦探,在起居室或房间等密闭空间中,仅依靠自制的设备、不靠眼睛寻找房间内隐藏的近二十个针孔摄像头。为了避免人为因素干扰,所有物品(包括针孔摄像头)统一由布帘覆盖。

GeekPwn希望利用极客的智慧为广大群众解决实际问题,用技术让普通人也拥有检测偷摄像头的能力。尽管参赛选手采用的技术手段五花八门,令人脑洞大开,但没有一支战队攻克全部隐藏的摄像头,本年度的挑战以失败告终。

关于保护个人隐私安全,大赛专家做出如下提示:首先需要注意最容易藏匿偷摄像头的常用物品种类,如打火机、烟灰缸、卡通挂件、插板插座等;其次,可以利用偷拍所需视角、隐秘程度、镜面反射、偷拍设备所需电源等思路排查重点区域;再者,利用摄像头玻璃镜头反光,无线网络设备节点分析,无线电波磁场检测,热成像原理等对偷摄像头进行识别和查找。

美团升级“美业店 美团芯”计划 “以人为本”助力美业供给侧数字化

新快报讯 记者郑志辉报道 10月29日,在广州举行的2019丽人行业高峰论坛上,美团丽人业务升级数字化新美业发展计划,聚焦美业消费者和从业者两大群体,助力行业完成数字化转型。

“90后消费者成为消费主力,美业商家员工年轻化,美业(包括美容、美发、美甲等服务)核心消费群体和从业群体开始新一轮迭代。在此过程中,美团丽人正集合平台优势,运用科技手段,以人为本,进一步推进线上线下深度融合,希望可以解决当下需求侧和供给侧数字化发展不平衡问题,加速产业数字化进程。”美团丽人业务部负责人张伟表示。

聚焦数字化会员管理 助力美业商家转型升级

在需求侧,新一代美业消费者伴随着中国互联网消费长大。据美团研究院发布的《2019年中国生活美容行业发展报告》,美团APP和大众点评APP用户数据显示,2019年上半年,20~40岁年龄段的美业活跃用户占比为92.1%。其中,30岁以下(含30岁)活跃用户占比超过55%。以90后为代表的新消费群体更关注个性化、多样化、体验式的享受型服务,喜欢通过手机寻找美业店铺,筛选服务,提前预约并完成购买。

然而,美业在供给侧的数字化进程才刚起步。目前,大多数传统美业店会员信息尚未实现电子化,更难以系统化管理,这成为美业商家提高经营效率和



■美团丽人业务部负责人张伟在峰会上发言。

管理会员消费周期的一道难题。

会员管理好坏是商家经营成败关键,很多时候是关店的根本原因。《2019年中国生活美容行业发展报告》指出,美业商家经营面临的第一大难题就是客流少。其实早在2018年,美团就推出了供给侧数字化综合解决方案——“美业店 美团芯”计划,通过推动美业商家数字化经营,尝试帮助商家解决“获客难”问题。

今年,美团丽人升级“美业店 美团芯”计划,提倡以“人”为核心,“店”为工具,聚焦美业店的会员管理能力升级。具体来说,通过将平台积累的线上会员数据与传统美业店线下会员信息打通,商家通过手机或电脑就可以完成会员管理,根据消费者的不同需求提供更优质、个性化的服务。

其次,通过商圈流量分析、会员评论分析等一系列大数据应用能力以及智能导购、收银、SaaS系统等软硬件,帮

产教融合

培养新一代数字化美业服务者

除了服务好消费者,要深耕美业,从业者是另一切入点。峰会上,美团大学旗下的美业学院启动了“美业数字化人才培养计划”,针对不同的美业从业者,开展初级、中级、高级培训课程,尝试阶梯式的美业数字化人才培养计划。

同时,美业学院将通过与商家、院校等共建“产教融合”培训模式,为在校学生提供课程培训和相关实习机会,帮他们树立职业信心,提高综合技能水平,增强实践经验,为行业输送高质量的数字化美业服务者。从美业学生、手艺人、分店长、到连锁店管理者,都能够在美业学院找到相关课程,这是传统职业技术教育和通识教育目前还不具备的优势。

毕业于江苏徐州丰县中等专业技术学校的李成正是“产教融合”模式受益者之一。半年前,他通过公益计划进入江苏知名美发机构红馆发院实习,为期3个月的店铺内训让他快速完成从学员到从业者的转变。目前,他已成为红馆发院正式员工,顺利开启人生美业梦。

美团到综事业部总经理张晶认为,服务业核心在于人。数字经济时代,美团通过提供数字工具带给消费者更好的体验,也要为垂直行业从业者,提供更多适应新需求、更细分的机会,帮助他们掌握数字化技能,打通职业发展长期通道,最终助力整个产业升级。这既是平台的机会,也是平台应该承担的社会价值。