

一些消费者在互联网投诉平台上主动吐槽——

小心!“套路贷”套路深

本报记者 何欣禹

“无抵押”“低利息”“秒放款”……互联网上，这些随处可见的贷款广告，你一定不会陌生。它们看上去实惠诱人、处处为消费者着想，背后藏着的却是“转单平账”“空白合同”“暴力讨债”等一系列套路，令人防不胜防。有些消费者甚至被环环相套，无法自拔，背上了沉重的债务直至财产被榨干。这些贷款都有一个共同的名字——“套路贷”。

百变套路，防不胜防

借款2万元，不到半年还款金额变成了75万元；合同金额是借款额的10倍，个别最高利息竟达100%；一到还款日，还款账户对不上，还款人也联系不上，只能眼睁睁看着贷款逾期并偿还高额利息；为还款被迫签下多份借款合同，借新还旧，转单平账，陷入借了还、还了借的怪圈……以上遭遇就是典型的“套路贷”。

近年来，民间借贷交易活动日趋频繁，各种借贷平台应运而生。可“套路贷”并不是真正意义上的民间借贷，而是假借民间借贷之名，以各种手段达到非法占有他人财产的目的。犯罪嫌疑人通常会打着所谓“无抵押”“低息”甚至“免息”“放款快”的旗号吸引客户，通过发放贷款小广告、拨打骚扰电话等方式推销贷款产品。一旦有人相信广告内容并与之取得联系，便正式落入了“套路贷”团伙的圈套。

“套路贷”隐蔽性极强，套路颇多，令人防不胜防。据广东省人民检察院检察官介绍，在犯罪嫌疑人锁定目标对象后，会主动要求与被害人签订借款合同，制造借贷假象。签订借款合同也有很深的套路。首先，以收取“保证金”的名义虚高借款金额。明明只借10万元，合同上却变成20万元，这其中包含所谓的保障借贷资金安全的保证金。

其次，以“空白合同”“阴阳合同”“口头约定”的方式掩盖非法高利贷。合同签订后，犯罪嫌疑人会以行业规矩为由，收取“砍头息”（即首月利息）、上门服务、放款折扣等费用，被害人实际取得的借款额只有约八成，支付逾期利息时则要以本金为基数。在被害人无力按时偿还的情况下，犯罪嫌疑人会加紧催收，并会“按约”加收所谓的“罚息”、违约金等。



徐 骏作 新华社发

此时，催债的嫌疑人再让同伙来“接单平账”，即介绍被害人向同伙举借更多的债务来清偿前一笔债务，以此进一步垒高借款金额，而在此过程中，催债的嫌疑人还要收取一笔不菲的中介费。

移花接木，给你挖坑

记者发现，如今，在“聚投诉”“黑猫投诉”等互联网投诉平台上，有越来越多的消费者主动曝光自己被“套路”的经历，不知情被贷款、平台方逾期以及恶意催收等情况比比皆是。遭遇“套路贷”者，轻则投诉举报，重则拿起法律武器，将不法者送入公安机关。

2月12日，兰州警方破获了一起特大网络“套路贷”案件。他们利用开发的网

贷平台和APP（应用程序），非法收集公民信息，采取“砍头息”、逾期高额收费的方式，向受害人放贷，套路如出一辙。此外，在这次特大网络“套路贷”案件中，犯罪团伙利用移花接木的手段，使自己的网贷APP隐身于正常APP之中，难被辨别，消费者难逃其坑。

这类网贷APP被警方称为“AB面”APP。消费者本是为了获取做菜、旅游、天气、阅读等资讯类内容而下载的，但有时这类APP会突然布满“网贷”链接，原本的内容消失得干干净净。而什么时候让用户看到A面，什么时候切换到B面，全都根据后台的大数据分析结果来定。给什么用户看A面、给什么用户看B面，都是根据受害人信息“精确计算”得出的。

甘肃警方破获的“套路贷”案件显示，“套路贷”公司拿到借款人的隐私信息后，会根据手机通话记录列出与借款人关系亲密者的排名。这些数据都会上传后台，催收公司获得授权后可登录查看，以此决定拨打借款人哪位联系人的电话或者采取哪种方式催收。

从严监管，谨防被“套”

如今，以分期付款为主流的消费金融处于极速扩张期，车贷、房贷、购物贷款……年轻一代拥有更加开放的金钱观念，超前消费需求日益上升。与正规贷款机构规范的审核流程和对贷款人的严格要求相比，不法网络贷款机构利用了消费者的侥幸心理和旺盛的消费需求，形成“生长”的空间。包括“套路贷”在内的不法网络贷款对个人、家庭和社会均造成了严重危害，各方呼吁加强对民间借贷的监管。

2018年8月，最高人民法院下发《关于依法妥善审理民间借贷案件的通知》，要求各级人民法院充分发挥民事审判工作的评价、教育、指引功能，妥善审理民间借贷纠纷案件，严格区分民间借贷行为与诈骗等犯罪行为，切实提高对“套路贷”诈骗等犯罪行为的警觉，防范化解各类风险。

业内人士建议，打造一套规范而有效率、兼顾灵活性与前瞻性的监管制度才是有效监管网络金融的治本之策。一方面高位阶上位法应尽快出台，为全国范围内监管建章立制；另一方面各部门应以更有担当的态度、更为自觉的协作，尽力回应网络金融的新风险、新难题。尤其应尽快通过互联网企业与相关部门通力合作，搭建有效、有力的非法金融活动风险防控平台，把非法网络金融行为消灭在萌芽状态。

我们身边的孩子有多少名叫“子墨”“浩宇”“一诺”“诗涵”？

起个好名字?大数据来帮你

张 文

那个超过30万人叫“张伟”的时代，已经渐行渐远。

近日，姓名大数据报告《2019姓名全景报告》发布，该报告首次通过深度挖掘姓名大数据，对中国人的起名品质进行了量化揭示，并从时代、地域、性别进行了多角度审视。

名字越来越多样了

“报告显示，‘80后’的名字集中度高达43%。但到了2018年，名字集中度降幅达到30%。这个降幅意味着2018年新生儿的起名多样性达到历史新高，意味着对名字求新求变、追求更多元化的表达，越来越为新时代的父母所推崇。”主导该报告大数据分析的起名通创始人陈俊说。

据介绍，该报告由清华大数据产业联合会发起方之一、清华大学“幸福科技实验室”支持项目“起名通”，基于其平台2010年到2018年期间4340万条新生儿起名意向及2008年以前的部分历史数据制作完成。

“作为人口大国，几千年来，我们拥有的名字不计其数。对特定群体起名品质的宏观衡量，从前一直是一个难题。我们在姓名大数据的研究中，设计了‘名字集中度’，作为衡量名字品质的宏观量化指标。在考察群体的文化水平达到一定程度后，名字集中度越低，代表名字的多样性越好。”陈俊说，起名品质提升的背后，是中国人受教育水平和思想开放程度提升，以“90后”为代表的新一代父母中，上过高等院校的比例已达30%以上。

生肖对起名影响很大

作为家长，总想给孩子起一个有寓意又好听的

名字。据报告显示，2018年，新生儿名为子墨、宇轩、浩宇的排行男宝宝热名前三，一诺、梓涵、诗涵排行女宝宝热名前三。

当然，同一个时代，最受家长欢迎的起名用字，通常都会比较趋同。但每年新生儿起名，也会有各自的特点。报告显示，2014马年，快速崛起的是“骏腾”“骏驰”“子骏”等名；2015羊年则流行“梓洋”“沐阳”“梓芄”等；2016猴年，“梓林”“宇森”“森”很时髦；2017鸡年，姓名中最受欢迎的字是一批别开生面的“米家军”：米、禾、籽、粒；到了2018狗年，备受家长青睐的是“鑫、鑫源、鑫泽、锦哲”等名以及“心、沁、忻”等字。

“生肖对老百姓的影响非常大，从报告可以看出，每年起名潮流最大的变量就是生肖。但生肖的本质是一种动物纪时法，并不是说生在什么年份，就跟当年的生肖有什么相似之处。至于网上的生肖起名宜忌，更是牵强附会，没有任何科学依据。”陈俊说。

母亲姓氏入名成潮流

除了名字多样性变化，该报告还分析了“母亲姓氏入名”背后传统观念与现代文明的碰撞、“网络游戏”等新兴文化潮流对姓名的影响。

“近些年，我们还可以看到一个新的现象在悄

然快速兴起。”陈俊介绍，“父姓+母姓”这种“新复姓”起名方式也是报告关注的内容。地域方面，“新复姓”走在最前面的是云南。京津冀、东三省、山东、河南这些区域，尝试比例则多年低于全国均值。

针对新复姓，报告还发现了一个特别现象。2014年到2017年，新复姓比例节节攀升，但到了2018年，无论男孩还是女孩，新复姓比例双双下降。报告认为，该现象与生育政策的变化有关：随着二孩政策全面放开，一些心态开放的家庭开始让其中一个孩子直接随妈妈的姓，从而导致新复姓的比例不升反降。

伴随着新复姓现象，四字姓名也在当下占有一席之地。

报告显示，四字名中，“王者荣耀”荣登男宝四字名榜首，明显是受到了“网游热”的影响，而“王子殿下”“兰博基尼”“谢主隆恩”的名字，受到网友调侃：“上学的时候，老师基本不会点名了吧？”

“大数据技术多用于用户画像、流程优化、医疗、金融等领域，我们的姓名大数据研究，是大数据技术在文化研究和应用领域的开创性探索。”陈俊表示，“中国有近14亿人口，姓名的研究和应用价值还只是开始。我们正在运用大数据技术和人工智能技术，从名字这个与每个人都息息相关的角度，帮助人们学习和提升现代育儿观和价值观。”

互联网大咖秀



奥米德·科尔德斯塔尼：

一位真正以人为本的运营商

海外网 赵 宽

在美国圣何塞州立大学一面布满黑金色牌匾的校友荣誉墙上，奥米德·科尔德斯塔尼的名字常被提起。当这里的学生们领取奖学金时，该校前工程学院院长贝尔·魏总爱举奥米德的例子，来激励年轻人追寻自己的梦想。她告诉学生：“只要你肯努力，在正确的地方做正确的事情，有一天你也可以像奥米德一样。”

奥米德1963年出生在伊朗德黑兰的一个中产阶级家庭。1980年，奥米德考入圣何塞州立大学，获得电气工程学位后，他在惠普公司找到了一份产品营销经理的职位。工作5年后，不安于现状的他，决定申请到斯坦福大学进行深造，并于1991年获得MBA（工商管理硕士）学位。辗转多家初创公司后，他加入了当时互联网的先驱网景通信公司（Netscape），领导其销售团队。

网景公司在面临收购之后，奥米德渴望继续攀登。1999年5月，他加入了谷歌。当时，谷歌的运营刚刚起步，模式的建立仍在摸索阶段。他作为其全球销售和现场运营高级副总裁，与同事们一起努力，将谷歌很快打造成了网络广告最热门的投放地之一。在短短18个月里，谷歌曾吸

引超过10万名广告商的投资。

几位前谷歌工作人员说，奥米德之所以这样出色，是因为他接受了当时独特的公司文化，并将其注入到整个销售团队中。比如，他建议同事们多去挖掘那些有潜力但并未受到太多关注的合作对象；同时，他眼光独到，能够知人善任。他招募的几名下属主管纷纷在日后挑起重担、独当一面。

奥米德曾提到，自己把人与人之间的信任看得很重。美国在线的蒂姆·阿姆斯特朗这样评价他：“奥米德是一个真正‘以人为本’的运营商，更是一个不可多得的好上司。当你和他交谈的时候，你们总能聊得很愉快。”

奥米德2009年4月离开谷歌，于2014年7月再度回归。回归谷歌后，他成为其高级副总裁兼首席商务官。2015年10月，他成为社交网站巨头推特公司的首席执行官。

在硅谷，奥米德始终备受欢迎与尊敬。声田公司（Spotify）的首席执行官丹尼尔·埃克曾把奥米德赞誉为了“下一代比尔·盖茨”——那个苹果和谷歌公司的幕后大师。