# 在互联网金融背景下，如何将个人信用变现

## Outline

一 需求：

1. 学生：根据国家统计局发布的最新教育统计，2014中国在校大学生有2468.1万人。面对这样一个庞大的群体，其消费潜力是巨大的。但是银行对于学生的信用贷款是保守的。他们认为学生没有收入，还款信用难以得到保证。

但是，我觉的学生恰恰是信用级别很高的群体，他们和学校高度绑定，连接着学校资源，有在校记录，而消费金额每月都是有保障的（生活费），面对这样的群体，他们身上有这非常大的可挖掘的消费潜力。

1. 工作白领： 银行的信用贷款对于白领来说是福音。但是办信用贷款的手续麻烦，一旦还款延期，利息很高。对于银行这样的大环境来说，肯定不能对用户低头，也不会放宽对信用卡使用者的门槛，这就是以部门白领的存在的潜在消费力度。
2. 个体工商户：对于没有固定工作的个体工商户来说，他们很难想银行提供证明，以换取信用卡的使用，但是他们存在的消费能力并不低于其他的白领，他们会有更加丰富的生活方式，同样，带来更大的消费潜力。

二． 当前的背景和形势

1． 互联网金融业务的崛起：在2014年，仅仅是这一年，全国有P2P平台2000多家，中国P2P网贷交易规模爆发增长至5000多亿元，面对疯狂的互联网金融模式，像余额宝，京东白条，花呗等金融产品的诞生，为金融互联网化提供了历史最好的时期。

2． 中央文件-------征信： [央行](http://gov.hexun.com/pbc/index.html)1月5日印发《关于做好个人征信业务准备工作的通知》（以下简称《通知》），要求包括蚂蚁金服旗下的芝麻信用在内的八家机构做好个人征信业务的准备工作，准备时间为六个月，此举意味着国内的个人征信市场化的闸门正式开启。

1. 政府2015工作报告：中国总理李克强在2015年政府工作报告表示，要制定“互联网+”行动计划。 推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。国家已设立400亿元新兴产业创业投资引导基金，要整合筹措更多资金，为产业创新加油助力。

三． 个人信用的经济价值

1.传统信息信用价值： 在中国，每个人生来都有一个身份证，每个人都会有一个家庭地址，都会有父母，朋友，而能提供这些信息作为个人第一手的信用价值。

2.消费信用价值： 在今天的中国，很多人都是在网上购物，都有淘宝账号，支付宝账号，京东账号，微信，消费卡等需要实名认证的账号。而这些账号其实是可以作为个人的信用象征的。每个人在网上的每一笔交易都是有记录的，每一笔的消费行为也都是有记录，所以这些代表你个人的消费行为的信息，也是个人信用的价值的体现。

3.关系信息信用价值： 每个人都有朋友，有时候个人的信用价值并不能够为你带来可观的信用回报，但是你的朋友，亲人可以用他们的信用为你提供信用支持，有了他们的证明，我们就能知道你是好人还是“坏人”。这种关系纽带也是一种信用信息，同样存在一定的价值。

4.社会信用价值：每个人从小到大，都要读书，都有毕业的学校，对于学校的在校记录，毕业证，学校排名，专业排名，考试排名，好人好事，证书等对社会有贡献的事情，这些不能被数字化的社会信息，同样能够证明一个人的信用，为这个人的信用提供价值。

四．个人信用变现的可行性分析

#### 大数据背景下的数据挖掘：

#### 国家征信平台的建立和8家征信企业的行动实施：