

中国人民大学经济学院以研究生毕业同等学力

申请硕士学位论文写作报告

姓 名： 李晓

资格证号： 810405815

专业名称： 网络经济学

拟定学位论文题目：

反欺诈手段对互联网消费金融公司用户授信通过率的影响

报告日期： 2021-12-26

一、选题依据

|  |
| --- |
| 1.目的及意义（800字以内）（主要内容：阐述选题要解决什么问题，选题有何理论和现实意义）  2018年互联网消费金融产品监管标准也逐渐清晰，很多退出P2P网络借贷业务公司，释放出大量借贷需求的客户，头部公司抓住了机会，将这部分释放出的用户流量快速吸引到自己的平台上，随之而出现的问题底层资产也下降和良好的资产收益降低，面临着头部资产方资产质量变差的问题，开始重视个人消费金融业务风控。受监管政策影响，中小流量平台加速出清，流量向头部资产方加速集中。现在，消费金融时常优质的流量进一步集中在小量头部企业。其次，一带一路”“互联网+”等顶层政策引导互联网抱团出海。内外兼修,多元化发展,使得中国企业能更好的抵御金融风险。全球的互联网人口红利已经从欧美和中国转移到印度尼西亚、菲律宾，马来西亚等新兴市场国家.其中印度尼西亚是世界排名第四的人口大国，有数据显示，印尼活跃互联网用户达1.5亿人，占总人口的56%，其中移动活跃互联网用户高达1.4亿人。被很多人看来比国内增长潜力更大的市场，移动互联网的红利、人口规模效应以及传统金融服务的不完善都与几年前的国内市场如出一辙，所以越来越多的金融公司将国内比较成熟的消费金融业务模式复制到东南亚国家，本文以印度尼西亚为研究对象，分析针对印度尼西亚移动互联网用户电商购物场景，消费金融公司为用户提供分期付款的金融服务，对消费金融公司面临着印度尼亚国家文化，移动互联网用户习惯经验不足，数据缺失，市场投放不精准导致获客成本高，用户授信通过率低的问题。  获客成本高的原因除了投放成本，另外的主要原因消费金融业务**骗贷成本低**现在许多互联网电商平台额度都比较低，常常是几百元或者几千元以内，常常催收和法律的成本都常常都难以覆盖掉骗贷的成本。针对这种情况消费金融公司通过制定严格的欺诈地址拦截手段，“一刀切”可能存在误据正常借贷用户，造成用户授信通过低。授信通过用户数量减少，导致可以使用消费分期业务的人减少，最终造成企业不良率较高。  理论依据：  马克思的消费理论和信用理论，马克思虽然没有用专门的篇幅和章节对消费问题进行集中的论述，但是，消费的相关理论和思想分散在马克思不同的作品当中。 马克思将消费分为生产消费和个人消费。关于生产消费，马克思指出：“工的消费有两种。在生产中他通过自己的劳动消费生产资料，并把生产资料转化为价值高于预付资本价值的产品，这就是他的生产消费。同时这也是购买他的劳动力的资本家对他的劳动力的消费。关于个人消费，马克思指出“另一方面，工人把购买他的劳动力的资本家而支付给他的货币用于生活资料；这是他的个人消费。”马克思是把消费放在了生产、分配、交换和消费的整个社会再生产总过程中进行研究的。马克思认为消费是社会再生产的终点也是最终目的。“最后,在消费中,产品脱离这种社会运动,直接变为个人需要的对象和仆役,被享受而满足个人需要。因而,生产表现为起点,消费表现为终点。”在《资本论》中，马克思将消费资料分为必要消费资料和奢侈消费资料。马克思认为（a）消费资料是“进入工人阶级的消费，但因为它们是必要生活资料，所以也构成资本家阶级的消费的一部分，往往和工人的必要生活资料不同”。（b）奢侈消费资料是“只进入资本家阶级的消费，所以只能和花费的剩余价值交换，而剩余价值是绝对到不了工人手中的。”此外，马克思提出劳动者需要更多的自由时间去丰富精神生活和进行精神消费，提高消费层次和消费质量，促进人的身心健康和全面发展。  马克思的信用理论。马克思的信用理论主要体现在《资本论》中，是以 19 世纪英国信用制度为基础而对信用问题展开了详细的论述，从而形成了较为丰富和完整的马克思信用理论。马克思指出，资本主义商业信用是职能资本家通过赊购和赊销而形成的一种借贷关系，“随着商业和只是着眼于流通而进行生产的资本主义生产方式的发展，信用制度的这个自然基础也在扩大，普遍化和发展。”而银行信用是通过银行资本家为职能资本家提供货币贷款而形成的一种信用关系。马克思认为信用能够加快商品流通和资本循环与周转的速度，“一切节省流通手段的方法都是以信用为基础，”马克思同时认为，信用有利于资本竞争中资本的集中和积累，“信用制度因此成为庞大的实现资本集中的社会机构。”  解决的主要问题：  互联网消费金融业务发展变化非常快，  本文设计关于反欺诈手段对互联网消费金融用户授信通过率的影响着重解决一下几个痛点问题   1. 消费金融公司面临着印度尼亚国家文化，移动互联网用户习惯经验不足，数据缺失，欺诈手段不熟悉的情况下如何快速识别欺诈模式 2. 积累获取足够的用户数据，结合印度尼西亚金融监管机构官方信用数据，如果制定合理的反欺诈方案，精准有效拦截真实的欺诈用户   互联网消费分期业务兴起，伴随的信贷欺诈案件层出不穷，目前印度尼西亚大数据征信制度尚未完全建立，众多消费金融从业机构及工作人员风控意识淡薄，风控机制缺失，消费金融领域欺诈成风，给消费金融公司造成了较大的损失。欺诈频繁发生，成为消费金融行业高不良率、高亏损的重要原因之一。  现实意义：  为了缓解消费金融公司遇到的消费金融欺诈案件中参与诈骗的主体身份多样，欺诈情形较为复杂，本文研究了消费金融公司在掌握欺诈案件的基础上，做好授信环节的制定相应的反欺诈方案和风控审核，有效精准拦截欺诈用户，降低消费分期业务公司的不良率，复制到相同场景的消费金融公司。 |

|  |
| --- |
| 2.文献综述（3000字左右）（主要内容：做文献梳理和研究动态的综述，归纳已有的研究所做的工作，形成了哪些共识？列举出在哪些问题上仍未形成共识？各种不同的观点是什么？针对目前的研究，你发现了哪些问题想要继续研究？）  2.1国内文献综述  张雪《论我国互联网消费金融的现状和趋势》（2016）将互联网消费金融运作模式分为基于电子交易平台的模式、银行的消费金融模式和 P2P 网贷模式。黄捷（2015）等以工商银行为例，介绍如何通过大数据来完善金融交易反欺诈体系。罗宁（2017）则指出，互联网企业在开展支付业务的同时，也开始向网贷业务方向发展，由于缺乏贷后监管和风险控制，导致不良贷款增加，使得企业无法正常运营。随着消费金融的爆发式增长，我国对消费金融的研究有所增加，主要侧重于消费金  融行业及各类消费金融公司的发展趋势、运营问题。汪涛、郭宁在其发表的文章中讨论  了设立消费金融公司的必要性，分析了消费金融公司运营模式的选择因素，以及对潜在  风险的管理。在消费金融的风险防范研究方面，随着移动互联网及大数据的应用日益普及，中国的场景消费金融快速发展，程雪军从场景消费金融发展与欺诈风险防范的视角，对消费金融的风险进行分析并指出我国消费金融公司面临信用风险、流动性风险以及欺诈风险例如套现风险等，并对上述风险防范提出了加强事前、事中、事后的场景消费金融监管机制，促进行业的自律规范。谭燕芝、唐文娟、毛章勇认为消费金融公司的风险主要来源有三项，一是我国缺乏全面的征信体系，对客户了解不足，容易造成信用风险；二是消费金融公司设立时间较短，风险管理体系不完整，不良贷款收回面临较大的挑战；三是消费金融产品同质化严重，同业竞争风险较大；因此提出加强应用大数据识别客户，完善消费贷款利率风险定价机制，以及欺诈风险识别能力。  2.2国外文献综述  Kregel研究了消费金融的发展趋势，发现互联网消费金融企业的发展必须充分考虑当前市场中的法律环境、金融市场及消费者行为因素等，互联网消费金融与国家金融体系的发展现状有直接关系。花旗集团下的 Feedzai 公司使用的反欺诈系统通过大数据和人工智能技术为银行和企业提供反欺诈服务，数据显示该系统最早可以提前十天检测出异常账户，并且能识别60%以上的欺诈误报。  本文主要研究的是针对印度尼西亚电子商务平台中消费分期场景的金融欺诈风险识别与拦截的风险管理，提高欺诈风险防范率，促进消费分期业务的快速发展。 |

二、研究方案

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1.论证方法及数据来源（主要内容：说明论证拟采用的方法，如数理模型法、计量分析法等等，以及需要用到的数据及其来源）  1论证方法  1.1文献研究法  依据本文选题，利用、电子资源数据库以及网络报刊等媒介查找获得相关文献资料，初步了解了消费金融行业在国外公司对授信用户反欺诈策略的使用，如何精准拦截欺诈用户前提提高用户通过率以及在中国消费金融公司授信欺诈风险把控的情况，同时形成了对消费金融公司自身运行特点的初步印象。  1.2比较研究法  比较研究方法在本文获得了充分的运用。首先本文在介绍国内外消费金融公司发  展实践的基础上，分别就授信用户来源，欺诈类型，欺诈人年龄、位置、性别，反欺诈手段等方面进行了国内外实际情况的综合比较。其次，在差距分析部分，其实也是运用比较法分析了我国  与国外消费金融公司欺诈识别，反欺诈手段的优缺点，在此基础上提出本文的结论  1.3理论联系实际  理论联系实际的研究方法。论文是在马克思的消费理论和信用理论、亚当·斯密的消费理论和以习近平为代表的第五代领导人有关消费金融的思想和理论的支撑下展开的，把这些经典的理论与当下的互联网消费金融联系了起来，作者对我国互联网消费金融的风险防控问题的研究，不仅介绍了互联网消费金融的概念、运作模式、特征等知识，并重点介绍了我国互联网消费金融的欺诈风险识别及应对的反欺诈策略，帮助有真正有借贷需求的用户完成授信，同时降低企业坏账风险，在授信环节精准识别出恶意骗贷的欺诈团伙或个人。  2数据来源  数据来源某消费金融公司印度尼西亚消费金融业务用户授信真实数据  1）回归算法  2）SWOT分析法  印度尼西亚   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | 日期 | 花费总金额（人民币） | 申请成本  （人民币） | 授信成本  （人民币） | 授信率  （人民币） | | 2021.09.12-2021-10.12 | 16803.61 | 7.87 | 15.97 | 56.17 | | 2021.10.13-2021-11.13 | 15296.85 | 7.22 | 15.41 | 57.38 | | 对比 | -8.97% | -8.26% | -3.51% | 2.15% | |
| 2.核心观点（主要内容：初步阐述可能得到的观点及结论）  文章首先介绍了当前互联网消费金融公司情况，引出了电商场景消费业务的不断发展到海外市场，提出了电商购物场景下消费金融业务的欺诈风险识别应用场景，指出本文要解决的核心问题是欺诈风险识别，即在授信审批环节精准、高效的识别用户的欺诈风险，并阐述了消费金融领域反欺诈技术在国内外的发展现状。  对于消费金融信贷行业而言，建立统一、共享的征信体系和反欺诈“黑白名单”成为风险防范的重要举措，通过此举以提高对欺诈、违约用户的惩戒力度，有效避免欺诈风险。 |
| 3.创新之处（主要内容：简要阐述创新点，比如方法创新、方向创新、观点创新等等）  基于对已有文献的梳理，本文可能的创新点如下：  论文不仅有对互联网消费金融的概念、特征、运作模式和理论基础等理论方面的论述，还有以大量真实数据和案例为支撑的对互联网消费金融发展现状、趋势、欺诈风险及原因的分析和论述，做到了理论与实际的紧密结合。  首先，选题视角创新。消费在中国经济进入新常态后逐渐成为拉动经济发展的主要“马车”，并且国家一直在大力倡导培养新的消费热点，进行消费升级和创新。而新兴的互联网消费金融正好是新型的、有利于促进消费升级的，涵盖大量新的消费热点的金融服务方式，行业发展迅猛也存在一系列风险，给不法分子造成金融欺诈的漏洞可循，本文提出互联网消费金融业务欺诈的主要特点，结合欺诈特征分析总结出反欺诈有效的方法  其次，立意具有新意,近几年互联网消费金融“出海”热，越来愈多的国内消费金融公司业务做到印度尼西亚国家，鲜有文章研究海外消费金融公司的风险控制。本文作者针对费金融公司面临着印度尼亚国家文化，移动互联网用户习惯经验不足，数据缺失，欺诈手段不熟悉的情况下，提出获取哪些用户的有效信息，如何合理利用印度尼西亚国家监管部门公开的信用数据，识别欺诈用户，降低消费金融公司的不良率，做到了立意的创新。 |

|  |
| --- |
| 4.参考文献（顺序和格式参考模板如下，参考文献应当主要是近5年的相关资料，填写时，删掉以下参考模板）  1.李明明.电商系互联网消费金融风险评估和对策研究——以蚂蚁金服互联网消费金融为例[D].硕士学位论文.兰州大学.2019  2.肖斌. 反欺诈模型在消费金融公司风险控制中的应用研究[D]，硕士学位论文，上海交通大学，2018  3.张浩.基于生成对抗网络的在线交易反欺诈方法研究[D].北京信息科技大学 硕士学位论文，2021  4. 王瑞.中国互联网金融风险管理现状及对策[J].合作经济与科技.2019-04-01  5. 秦傲.互联网金融冲击下的商业银行创新与风险管理[D].吉林财经大学 硕士学位论文.2019-06-01  6. 程雪军.我国互联网消费金融发展：问题、挑战与监管[J].财会月刊，2019.8.8  7. 王金龙.东南亚消费金融：中国模式输出催生的新兴市场[J].清华金融评论.2018-03-05  8. 董莉莉.中国金融科技“下南洋”[J]. IT经理世界.2018-05-05  9. 陶力.蚂蚁金服“拓荒”东南亚：移动支付出海方兴未艾[J].中国中小企业.2018-09-01  10.刘洋.互联网消费金融[M].北京大学出版社，2016-6-25  11.程雪军.李心荷.金融科技背景下的消费金融公司发展困境与出路探析[J].金融与经济.2020-08-31 |

|  |
| --- |
| 5.论文提纲（写到二级标题）  题 目：反欺诈手段对互联网消费金融公司用户授信成功率的影响  主题词：互联网 消费金融 反欺诈 授信 欺诈  第1章.绪论  1.1选题背景与研究意义  1.1.1选题背景  1.1.2消费金融反欺诈特点  1.1.3研究意义  1.2研究思路与研究方法  1.2.1研究思路  1.2.2研究方法  1.3创新点与不足  1.3.1创新点  1.3.2不足  第2章 关于消费金融欺诈识别与反欺诈方案的文献综述  2.1国内研究综述  2.2国外研究综述  2.3文献综述  第3章．互联网消费金融公司一般理论分析  3.1互联网消费金融公司与互联网消费金融公司  3.1.1 消费金融  3.1.2 消费金融公司  3.2 消费金融公司发展的理论依据  2.2.1 凯恩斯绝对收入消费函数理论  2.2.2 马克思的消费理论和信用理论  3.3 消费金融公司发展的理论意义  3.3.1 消费金融公司有利于扩大内需，促进经济增长  3.3.2 消费金融公司有助于调整消费结构  第4章． 识别盗用个人信息对消费金融业务授信成功率影响的实证研究  4.1数据的收集  4.1.1用户行为数据  4.2.2第三方机构数据  4.2实验设计  4.2.1变量的定义  4.2.2回归模型的构建  4.2.3模型的修正  4.3回归检验与结果分析  4.3.1评价指标  4.3.2 冒用他人证件信息的欺诈识别回归结果及分析  第5章研究结论与政策建议  5.1研究结论  5.2政策性启示  5.3研究局限性  5.4进一步研究展望  参考文献  致谢 |