

互联网消费金融风险管理研究

周 阳

(安徽财贸职业学院 财税金融系 安徽 合肥 230601)

[摘 要] 互联网消费金融是以信息化手段进行的消费信用形式,是“互联网+”浪潮下的新兴市场,其优势在于利用互联网平台进行快速业务处理和数据分析,大大提升了消费金融的效率。但是,由于金融市场的特殊性和互联网信用的不完善性,互联网消费金融存在着技术、市场、信用等多重风险,影响着互联网金融市场的健康发展,因此,对于互联网消费金融的风险监管仍是当下亟待解决的重要问题。

[关键词] 互联网消费金融; 风险管理; 大数据分析

[中图分类号] F830.589

[文献标识码] A

[文章编号] 1009-9042(2016)06-0039-03

所谓互联网消费金融,是以互联网技术为媒介向消费者提供的信用金融服务,相较于传统的线下消费金融,互联网消费金融更加快捷、分散和小额。但是,互联网消费金融在给人们带来便捷服务的同时,也存在着一定的风险和隐患。尤其消费金融行为经过互联网化和信息化的放大,金融市场的风险爆发系数也随之加大。如何规避和降低互联网消费金融的风险,是互联网金融研究的重要课题。本文主要探讨互联网消费金融的特点及风险,并就规范互联网消费金融的发展提出建议。

一、互联网消费金融模式及特征

目前主流的互联网消费金融模式有电商平台模式、P2P平台模式、信用卡模式、消费金融公司模式。

(一) 电商平台模式

如淘宝、京东等电子商务公司以自有平台为依托,向平台消费者提供“花呗”、“京东白条”等消费信贷业务。此类业务一般以客户在平台的消费记录、偏好、退换货信用、投诉率等信息为借贷依据,借贷金额较小。其优势在于电商平台客户具备较强的粘性,围绕平台消费,很容易刺激消费者通过信用方式进行提前消费。

(二) P2P平台模式

消费者首先通过P2P平台筹资,获得资金后再进行消费,多为无抵押无担保小额信贷。与其他模式相比,该模式的信息量大,用户自主性强且借贷效率高,但同时风险也比较大。

(三) 信用卡模式

消费者线上消费时,可以使用信用卡结算,通过

透支和分期付款行为进行消费融资。银行信用卡线上结算,是目前互联网消费信贷的主要方式,其特点在于手续便捷、资金充裕、有完备的风控措施。

(四) 消费金融公司模式

消费者在线上消费场景消费时,可通过消费金融公司互联网平台或移动终端申请信贷。这些公司的固有缺陷在于都是依附于银行,导致现有产品与银行产品类似,缺乏特色,也存在资金成本问题。

二、互联网消费金融风险分析

上述各类互联网消费金融模式不仅存在着各自的业务短板,还面临着各种特定风险,包括基于互联网平台的技术风险、基于金融业务的信用风险、基于充分竞争的市场风险等。本文将从以下几个方面来分析互联网消费金融模式所遭遇的常见风险类型。

(一) 技术风险

目前,线下的消费金融机构基本可以利用央行、银监会所提供的多个征信渠道和实地考察,来从事消费金融业务,通过公信监管和实物信息进行风险规避。但是,有别于线下的实物征信,互联网消费金融的业务接收、信用调查、贷后控制基本上都是依赖于互联网平台,信用过程中大量地使用网络手段和网络信息,因此,存在着一定程度的互联网技术风险。这些技术风险涉及到互联网平台的网络安全体系、大数据分析体系、客户资源库建设体系等多个互联网构建元素以及技术难题。

(二) 市场风险

传统消费金融机构主要是商业银行和消费金融公司,商业银行受到银监会严密监管,资金充分、业

收稿日期: 2016-03-17

基金项目: 安徽省教育厅高等教育振兴计划项目(2013zdjy173)。

作者简介: 周 阳(1981-),女,安徽合肥人,安徽财贸职业学院财税金融系讲师,硕士,主要从事互联网金融、商业银行研究。

务规范;消费金融公司作为新型金融业态的尝试,用途专一、数量较少。这两类金融机构,互为补充。然而,借助于互联网平台应运而生的消费金融平台,与传统金融企业相比,门槛较低。电子商务企业、P2P企业甚至典当公司、小贷公司都蜂拥而至。市场繁荣的同时也产生了市场混乱的现象,各类互联网消费金融产品定价不等、操作不规范、产品创新失败等屡见不鲜,若是长此以往,会加剧互联网消费金融市场的波动,降低互联网消费金融产品的公信力,市场发展陷入低迷。

(三) 信用风险

消费金融是为居民耐用消费品的购买提供消费信贷,此类信贷金额较小、还款期限较短。在商业银行信贷对象中,消费信贷的比重较小,即便发生逾期或坏账,也不影响商业银行的整体信用风险。互联网消费金融所提供的消费信贷往往是非抵押非担保的信用类贷款,利用互联网手段审核的时间较短,不能充分考察客户的信用记录,且难以做到全部项目的贷后追踪。虽然单笔业务金额较小,但是缺乏相应的资产担保或保险制度,一旦发生信用风险的集中爆发,会给金融市场带来连锁反应。

(四) 监管风险

2015年7月18日,《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》正式对外发布,其中首次提及互联网金融的概念,同时还规定了互联网金融应当遵守的基本业务规则。作为低成本创业方式,互联网金融的诞生恰好符合政府引导新型就业、创造经济利润新增长点的政策目标。但是由于互联网天然的虚拟隐蔽性和扩散性,其风险传播也极为迅速,特别是“e租宝”等P2P平台类案件的爆发,使得互联网金融成为了金融风险的“风口”,政策监管开始进入了限制管理期。由于互联网消费金融属于新型金融形态,对于该类金融行为的监管还属于摸索阶段,还未形成成熟合理的监管方式,难以避免政策的反复和波动。

三、互联网金融风险管理策略

针对上述风险,若要建立完善安全的互联网金融市场,应构建多维度的风险管理体系,其中,既包含内部风险管理措施,也包含外部风险监管政策。

(一) 平台技术风险管控

为了降低互联网金融平台的技术风险,一是需要为平台建立安全的自我防御系统,加强软件方面的防火墙等防御体系的建设,防止被病毒或者其他不良分子所攻击。同时,做好计算机、服务器、

机房建筑等硬件设备的维护,避免受到意外事故、自然灾害和人为故意破坏;二是互联网消费金融的业务网络可采用综合性的网络管理系统,将消费金融流程变为一体化网络服务,通过协调和调度网络资源,实现消费金融过程中的资源速配管理、排查筛漏管理、自我优化管理、安全恢复管理等,以便使得互联网消费信用过程更加高效和安全;三是建立互联网消费金融行业的网络安全工程,提升互联网消费金融企业的网络外部环境,在各个平台之间,由政府或行业监管机构建立共享资源渠道,设立网络资源的兼容标准、网络审核的安全权限、行业监管的稽核制度等;四是建立平台技术风险应急处置预案,该预案应包括互联网消费金融企业、保险公司、行业监管机构、网络资源提供机构等多方参与,尽力降低风险损失。

(二) 客户风险管控

鉴于客户资源的多样性和复杂性,在进行客户信用风险的管控时,主要从以下几点进行考量:一是加强客户的风险教育,对客户进行正面合规的互联网金融知识宣传,提醒客户应负有的权利义务及可能产生的风险后果,不夸大互联网金融的服务效果,不隐瞒互联网金融产品的重要信息,包括利率、期限、罚息及信用条件等;二是利用大数据资源,互联网金融的重要特征是网络化和信息化,大数据分析是互联网信用信息的主要来源。在进行大数据分析时,互联网金融企业不仅仅要采用本身平台提供的大数据信息,广泛采集客户行为和大数据,还应综合多个平台数据来源,进行多维度分析和评估;三是与传统征信手段相结合,传统征信手段包括央行个人征信系统、资产状况、工资薪金证明等,通过网络数据和传统征信数据为客户进行资信等级划分,为决策和审批做依据;四是设立客户准入制度,设置最低信贷客户门槛,筛选优质客户,按照客户资信等级实行分级利率和分级信贷额度。

(三) 市场风险管控

互联网金融市场是新兴市场,市场业态还处于建设阶段。在充分竞争市场中如何规避竞争风险、脱颖而出,主要在于企业自身的“内功”修炼。金融市场与其他市场相比,产品的同质性较为严重,各类金融机构提供的金融产品大同小异,虽然互联网金融为新业态,但实质上依然是互联网化的金融产品。因此,避免市场淘汰、陷入同质竞争的主要手段是要设计市场定位精准、特点鲜明的互联网消费金融产品,满足市场中各类客户的需求。产品设计应立足于对客户的消费行为和资信状况的全面分

析,综合考量产品风险系数,为目标客户量身打造。除此之外,互联网消费金融企业还应加强业务营运的效率,在业务流程、业务分工、资源采集、行业合作、人员配比上提升管理水平。

(四) 政府管控风险措施

互联网消费金融市场高速增长、潜力巨大,在众多企业竞相角逐的过程中,必然需要政府和监管机构的引导和规范:一是政府需要为互联网消费金融行业正名,提供促进其行业发展的有力政策;二是设立专门的互联网金融监管机构,目前进行互联网金融监管的机构主要是银监会,但是商业银行消费信贷业务与互联网消费金融业务相比,比较单一,管理手段不能满足市场当中多样化经营主体的需要;三是制定互联网消费金融的相关法律法规,对风险较大的各类行为和产品进行严格管理和限制;四是建立互联网金融从业人员的准入门槛,目前其他金融机构的从业人员都有相应的从业资格考试,由于互联网消费金融行业突发性地增长,相关行业考核还没有开展,以后可逐步设立考试制度、考试条件等要求。

四、小结

对于互联网消费金融市场中存在的风险问题,需要建立相关的风险管理制度,规范互联网消费金融行业的行为准则,形成透明、合规、活跃的市场氛围。互联网消费金融行业的兴起,对现有金融市场的风险管理制度和管理手段提出了新的挑战。这就需要从业企业和政府部门通力合作、共同发力,实现企业和政府的共赢局面。同时,理顺互联网金融行业关系,规范互联网金融行业行为,促进新兴市场作为宏观经济增长的新热点,对于我国经济发展也具有重大意义。

参考文献:

- [1]肖振宇,张杰,谷瀛. 互联网消费金融虚拟信用风险研究[J]. 牡丹江师范学院学报(哲学社会科学版), 2016(1): 42-44.
- [2]孔晓文. 浅谈互联网金融背景下消费金融的发展趋势[J]. 现代经济信息, 2016(1): 301.
- [3]张雪. 论我国互联网消费金融的现状和趋势[J]. 商, 2015(34): 202.

A Study on Risk Management on Internet Consumer Finance

ZHOU Yang

(School of Taxation and Finance at Anhui Finance and Trade Vocational College, Hefei Anhui 230601, China)

Abstract: Internet consumer finance is a type of credit consumption by means of information technology. As an emerging market in the wave of "Internet+", its advantage lies in fast transaction treatment and data analysis over the internet, which has increased the efficiency of consumer finance greatly. However, various risks such as technology, market and credit, etc. are also threatening the development of the internet finance market due to the peculiarities of finance market and the imperfection of internet credit. Therefore, risk control over internet consumer finance is still an issue of great importance needing urgent solution at present.

Key words: Internet Consumer Finance; Risk Control; Big Data Analysis

[责任编辑 张雷]