社科书架

征信大数据的必要性和影响力

《征信大数据:理论与实践》
姚前 等著
中国金融出版社
2018年3月

朱晨凯

有人类的时代，即有数据。上古社会“结绳记事”，殷商时期“唯殷先人，有典有册”，均是鲜明写照。而征信，是指依法收集、整理、保存、加工自然人、法人及其他组织的信用信息，并对外提供信用报告、信用评估、信用信息咨询等服务，帮助客户判断、控制信用风险，进行信用管理的活动，主要目的是解决交易双方信息不对称的问题，进行信用风险管理。

征信与数据，有着天然的联系， 征信的业务都是围绕着数据展开。随着时代发展，征信大数据成为“金矿”，对它的“挖掘”，有助于现代化经济体系的建设和国家治理现代化水平的提升。

征信大数据的必要性，体现在互联网行业发展催生征信需求旺盛。以互联网金融为代表的新型互联网服务行业的快速发展，将带来大量新的征信需求，包括P2P网络借贷、电商金融等互联网金融行业，以及以淘宝为代表的电子商务行业和以滴滴打车为代表的O2O服务行业等新型行业。对于P2P网络借贷等互联网金融行业来说，需要借助信用信息共享来防范信用风险、降低交易成本，这就需要大数据征信的实时分析技术，来随时甄别和防范可能发生的风险。对于电子商务行业来说，电商消费者的精细化营销、个性化服务和批量化处理将成为主要的运营模式，这对于大数据征信技术来说，要求更加准确地把握消费者的消费习惯、风险偏好和信用状况。

遗憾的是，当前征信大数据方面的研究尚处于空白状态。鉴于此，中国人民银行科技司副司长、数字货币研究所所长姚前等专家学者进行了这方面的尝试。本书从宏观经济数据挖掘、宏观经济预测和宏观经济政策评估等角度，介绍了征信大数据在产业经济分析中的应用，并通过征信大数据对中国产业结构变迁进行分析，为征信数据在宏观经济分析中的应用提供了比较系统的参考。

大数据时代的来临，将对经济发展、社会生活和国家治理产生重大影响。征信大数据对推进政府管理和社会治理模式创新，实现政府决策科学化、社会治理精准化、公共服务高效化，有着重要的作用。书中指出，征信大数据最大的问题在于监管体系与监管政策亟待完善。目前对于大数据征信的监管还相对薄弱，监管方式与手段较为单一，同时监管从业人员的知识结构以及对大数据征信的熟识程度也亟待加强。此外，大数据征信行业自律方面也远未成熟，目前尚没有行业联盟或者自律性组织协调相关从业机构规范经营，恪守底线，保护金融投资者和消费者的隐私及相关信息。

全书分为理论和实践两部分。理论篇全面研究了大数据概念、国外发展动态、我国发展现状和未来发展趋势，揭示了征信大数据的特征、经济分析的重要意义以及可探索的方向。实践篇对征信大数据的应用进行了四方面探索，分别是个人征信权益保护、研究人口迁徙、评估城市信用和产业经济分析。

【精彩书摘】

■运用征信大数据会带来三个好处

一是征信服务高效化。征信大数据有助于进一步提升征信在金融机构信用风险管理中的作用，有效解决信贷市场的信息不对称问题，提高社会融资便利，缓解实体企业“融资难、融资贵”问题。

二是社会治理精准化。比如在个人征信权益保护方面，基于征信大数据分析的异常查询实时监测模型，可以对个人征信系统的违规查询行为产生威慑作用，倒逼查询机构加强内部管理，合法使用信用信息，以保障信息主体的权益，促进征信市场健康发展。

三是政府决策科学化。征信大数据可以应用在分析和预测信贷市场整体发展状况和趋势、信贷市场结构和资产质量变化情况、重点行业的信贷业务、区域间信用经济发展和信贷活跃人口变迁情况等方面，从而为货币政策、产业政策和金融监管提供更加全面、实时和更有政策涵义的决策依据。

■当下征信大数据面临四大挑战

一是现行法律规制与大数据征信不匹配。近年来，国务院相继出台《社会信用体系建设规划纲要(2014—2020年)》《征信业管理条例》和《征信机构管理办法》，初步形成了征信市场的法律框架。但是上述法律规范的调整和规制对象主要是传统金融机构，面对互联网金融，其是否适应互联网金融行业特别是大数据征信的要求，尚待有效验证。

二是大数据征信面临技术性难题与应用困境。大数据的获取难度较大，随着互联网带来的广泛数字化潮流，全社会的基础信息搜集和信息共享机制有所改进，但仍不足以支撑全面的大数据征信，一方面以水、电、煤气为代表的基础信息、教育、住房、司法系统信息尚未完全联网，底层数据缺乏；另一方面支付信息和社交信息呈彼此封闭、割裂的状态，市场上的电商、社交平台对于信息共享问题同样非常谨慎，进而导致大范围内的数据获取存在障碍，数据获取成本过高。

三是所建构的大数据模型的可信赖性有待检验。征信数据模型的精度提升必须建立在大数据有效、充分抓取以及处理的基础上，需要不断的实践反馈和反复修正。由于应用时间较短，缺乏历史数据参考，现有的大数据模型大都基于规则制定，其中带有大量的传统征信规则，还是一种中间形态，大数据征信的优势难以突显。

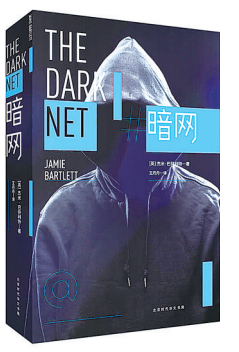
四是大数据征信的应用范围不够宽泛。大数据征信中的数据信息大多来源于互联网，实际上已把较少使用或者不曾使用网络服务的群体排除在外。

■为何说国家和企业都需要它们

于企业，数据是运行基础。有了不同来源和渠道的各种数据，如人力资源数据、财务数据、客户数据、市场数据、经济数据等，企业才可能进行合理的生产经营、投资、销售和管理决策。数据是生产要素，对数据进行加工、分析和挖掘，可以得到有价值的知识，不仅能为企业的经营决策提供数据化的科学参考，还能让企业快速响应市场变化，提高管理效率，优化企业流程。信息化和数字化，已成为企业经营的基本战略。

于国家，就像《商君书·去强》所言：“强国知十三数：竟内仓、口之数，壮男、壮女之数，老、弱之数，官、士之数，以言说取食者之数，利民之数，马、牛、刍藁之数”。秦国之所以能统一六国，在于秦律，而秦律成功运行的基础则是绵密细致的国情统计体系。出土的秦简显示，秦国各级官府设有“计”的职位，专门负责数据统计，人口、田地、畜牧、天气等均记录在案，定期更新，并及时送往咸阳留存，于是中央集权足不出户，即可知天下。因此，“佚而治，约而详，不烦而功，治之至也。秦类之矣”(荀子·强国)。后续的王朝更替似乎也印证了《商君书》的警示：“欲强国，不知国十三数，地虽利，民虽众，国愈弱至削。”历史学家黄仁宇将近代以来中国的落后归咎于缺乏数目管理，认为这是阻碍中国现代化转型的重要症结。

【周边图书】



《暗网》
[英]杰米·巴特利特著 北京时代华文书局
二〇一八年六月

什么是暗网？潜伏在暗网背后的人们在做些什么？作者认为，网络生活的变化如此之快，在你读到本书的时候，里面提到的某些网络行为可能早已不存在，一些网站会关门，亚文化会不断发展出新的形态，新的相关法律条文会出台。但是本书的核心思想——人们会在匿名或自以为匿名的世界里做些什么——永远不会改变。

《创新的资本逻辑:用资本视角思考创新的未来》
田轩 著 北京大学出版社
二〇一八年六月

在书中,作者构建了一个崭新的框架体系,分别从微观企业、中观市场、宏观制度层面,探讨金融对企业创新的影响。风险投资、敌意收购者、做空者、政府、银行、对冲基金、金融分析师、国外机构投资者……这些跨越资本与商业市场的重要角色在书中一一登场,展示他们与企业之间的博弈与合作。在神秘的面纱之下,他们对企业的影响方式出人意料,影响力度超乎想象。

(图书信息由宁波市新华书店提供)

随思录

说一说“括号情结”

鹿 鸣

括号一般是文章中的注释部分使用的符号，这种注释是位于正文中间的夹注。文章写到某个地方，为了让读者了解得更透彻，有时需要加个注释。但现实中，括号却成了一种情结，不同括号的用法，有着不同的味道。

近期，中山大学学生会的干部任免名单引发网友热议。这份长达200人的名单里，按照秘书机构、组成部门、办事机构分成三个层级，各种名目的“官位”一一呈现。引人注目的是，多个副职特地用括号标明了“正部长级”，还有一个括号注明“主持常务工作，正部长级”，一股浓浓的官味扑面而来。

想想也不奇怪，大学本身也是社会的一部分，社会上有的现象，大学也不可避免，包括“官本位”思想的泛滥成灾，官员职务级别的高度细化，等级森严的各种待遇制度等。然而，人们之所以对此事非议多多，无非是觉得在大学生中搞这一套未免也太“着急”了，大学还是和官场作风保持一定距离为好。

仔细回忆一下，我们见过的各种政府通告、文件，甚至讣告，这样的括号不是司空见惯吗？譬如副总经理（主持工作）、副处长（本职位暂无处长）、调研员（正处级）、办公室主任（局务会议成员）、政协委员（享受处级待遇）、处长（享受副厅级医疗待遇）等等，不一而足。外人看了拍案惊奇，他们自己却很享受，感觉良好。这些括号的时髦和流行，固然有其存在的道理，也可以说是“工作需要”，但在笔者看来，恐怕还是“面子需要”，有金要往脸上贴。

名片也是各种括号大显身手之地。我们常能碰到这样的“名人”——名片上密密麻麻印了一大堆头衔，委员、理事、总监、名誉教授、特邀代表，等等。就这还不尽兴，还要加上若干括号来提升价码，如协会副主席（排名第二），主任编辑（资深），文化名人（国家级）等，让人眼花缭乱。

不过，也有人反其道而行之。著名剧作家沙叶新，在名片的括号里是这样写的：“我，沙叶新。上海人民艺术剧院院长（暂时的）；剧作家（永久的）；某某理事、某某教授、某某顾问、某某副主席（挂名的）。”他这样做，非但没有丝毫贬低自己，反而广受赞扬。因为他不仅很幽默，善于自嘲，更重要的他是个明白人。沙叶新说，有关我的报道，百分之五十是艺术夸张，百分之二十是凭空编造，只有百分之三十才是真实有据的，但也只说好，不说坏。如果那些惯用括号给自己涂脂抹粉、增加分量的人，能有沙叶新这种清醒与自律，大概就不会有括号的泛滥成灾了。

吴修龄的《围炉诗话》中记有这样一件轶事：苏州有个王阿奶，出身草根，但极爱慕虚荣。她去世后，家里找高人出一计谋，王阿奶的邻居中有个文渊阁大学士，出殡时，送葬队伍前头高擎的“铭旌”(旗幡)上面写着:“皇明少师文渊阁大学士申公间壁王阿奶之灵柩”，观者无不窃笑。这和当今诸多括号之滥用，何其相似乃尔。可见，爱慕虚荣者“代有传人”，括号情结各有花招，古今一理，于今为烈罢了。

说了括号的若干不是，但因为种种情况，方方面面的“括号”一定还将继续存在下去，但愿不要太多太滥，更不要招摇于校园中——当然，沙叶新那样的括号另当别论。

漫画角

“精准”营销 蒋跃新 绘

世象管见

企业“砸牌”说明了啥

吴启钱

“让严重违法犯罪者获刑入狱，把严重违法犯罪企业依法逐出市场”，这是前几天召开的国务院常务会议对问题疫苗事件的鲜明态度。长生生物公司，一家曾经那么“强大”的上市公司，就这样因为造假而轰然倒下，大众舆论除了叫好，没有任何惋惜。这样的情形，恰恰可以用那句我们反复在说的“搬起石头砸自己的脚”来形容，因为既不是市场风险，也不是经营不善，甚至也没有什么“情势变更”或“不可抗力”，而是自我砸牌。

可叹的是，这样自我“砸牌”的企业不止问题疫苗一家。比如说，某通信公司已经有过被处罚的先例，却为了一点蝇头小利而“明知山有虎偏向虎山行”，差点砸了8万名员工的饭碗，也砸出了一个耻辱——对方派监控小组进驻公司现场监督，而且还要给对方供吃供喝。这种“砸牌”，对企业是自作自受，对国家则是添乱。

有些“砸牌”行为，企业可能还认为是营销的“高招”，实际上是没有诚信意识的乱来。像“某帝”电器公司，承诺如果世界杯法国队夺冠则全额退款，结果法国队真夺冠了，企业知名度和品牌影响力迅速提升，甚至被人看作营销史上的经典之作。哪料，在退款时，却不那么干脆，甚至以“退卡”代替“退款”，完全没把之前的承诺当回事。这样的违约甚至毁约行为，初看企业可能会减少“损失”，可砸掉的是自己好不容易赢得的声誉与市场，最终失去的是消费者的信任。

有些“砸牌”行为，则触及了社会底线，是绝对不能容忍的。某航空公司某航班副驾驶员抽“电子烟”，导致飞机急速下降，幸亏应急处置还算及时，未酿成大祸，不过机组人员的工作全被砸了，该航空公司纳入了行政管理部门严厉处罚的视野。而最不可饶恕的“砸牌”行为，当属疫苗造假，不仅砸了一家企业，更砸掉了社会的底线。

在市场竞争中，一些企业为了搞垮对手，故意使坏去“砸场子砸牌子”。这样的行为，虽然违法但让人好“理解”，毕竟在竞争中有时候就是一种你死我活。然而，上述这几家企业，砸起自己的牌子来也一点都不客气，不手软，堪称疯狂！究其原因，笔者认为离不开“三不”：首先是不珍惜。员工不珍惜自己的工作岗位，企业不珍惜员工的饭碗，也不珍惜自己的劳动和创造成果，不爱惜自己的羽毛；其次是不尊重。不尊重顾客，不尊重市场，不尊重规则，不尊重契约，不尊重权威；第三是不敬畏。不敬畏人的生命，不敬畏企业的生命，不敬畏国家的法律。有这样的“三不”心理，就会随心所欲，任性妄为。这样一些“砸牌”行为之所以惹了众怒，就因为不珍惜不尊重不敬畏而有意为之，从法律上讲是一种主观故意。

一家企业从初创到发展壮大，企业家与员工要付出多少心血与汗水，国家和社会又给予了多少支持和帮助。但是自我砸牌，说倒就倒，正如多米诺骨牌，搭的时候极其不易，倒的时候只需轻轻一推。要让多米诺骨牌不倒，无非搭完后的动作小心一些，多些检查，多些防范。企业维护自己的牌子，道理和维护多米诺骨牌不倒是一样的。

对那些不珍惜不尊重不敬畏勇于自我“砸牌”的企业，无论是政府还是消费者都不要再心存“不忍”之“妇人之仁”，更不要试图以什么手段去挽救，而是应该施以法治的重拳，以“倾家荡产”的程度从严处罚，并将其彻底逐出市场，对于疫苗造假等极恶劣的自我砸牌行为负有责任的企业负责人和直接责任人，也要按照有关法律规定对其终身禁业。这也是供给侧结构性改革中的一种“出清”。这类企业“清”干净了，这样一些胡作非为的人员逐出去了，遵纪守法、诚实信用才会成为多数企业的行为准则，勤勉敬业才会成为企业经营者的自觉，市场秩序和消费环境才会有一个根本的改观。