

# 互联网金融下的信用体系建设

王晓鹏

(胶州市地方金融监督管理局 266300)

**摘要:** 互联网金融具有高速发展与风险突出并存的特点,建设具有较高控制管理职能的信用体系是互联网金融稳定发展前提。本文在阐述互联网金融与信用体系内在联系的基础上,就现阶段互联网金融系统体系建设问题展开分析,并指出全新信用体系建设的主要策略,期望期能进一步提升互联网金融信用体系的建设水平,促进互联网金融产业的发展。

**关键词:** 互联网金融;信用体系;金融服务

信息时代下,互联网金融产业发展迅速,作为一种依托于互联网技术而发展起来的全新金融形势,互联网金融实现了融资、存储、投资等业务的数据化和网络化管理,这有效地提升了金融产业的覆盖范围、服务管理效率,促进了金融产业的高效发展。与此同时,互联网金融本身具有风险性较大、安全级别较低的特点,基于此,有必要构建与之适应的信用体系。

## 一、互联网金融与信用体系的内在联系

互联网金融受到网络基础自身特征的深刻影响,其对于良好社会信用环境体系的依赖性较强,有必要进行信用体系的不断建设和完善。“十三五规划纲要”中提出要“规范发展互联网金融”,并且在实际发展重要要“加快金融体制改革”和“丰富金融机构体系”。基于此有必要加强互联网应用级服务领域的信息建设,建立网络信用信息在多个领域的交换共享机制,以此来促进金融发展和资金流动,促进国家经济发展。这为我国互联网金融产业信用体系的建设指明了方向<sup>[1]</sup>。从建设过程来看,互联网金融与信用体系关联表现在三个层面:

一方面,建立完整的公共联合征信系统,能实现个人信用信息的有效整合和分享;另一方面,通过互联网金融信用体系能实现用户信用的查询,这不仅有助于提高国民整体素质,而且对于提升社会信用程度具有积极作用。此外,全新的信用体系实现了资产与信用的挂钩,有效地保证了用户资产的安全性。新时期,依托大数据技术进行个人信用的量化管理已经成为社会信用体系建设的重要形式,这有助于互联网金融产业稳定发展,创造更加丰富的社会经济财富。

## 二、互联网金融下的信用体系建设问题

### 1、互联网金融自身问题较为突出

相比传统的金融发展模式,互联网金融具有高效率、高增长、高收益的特点,这有效地带动了金融市场的繁荣,促进了社会经济的发展,并给人们的生活带来较大便利。但不可否认的是,互联网金融在发展中仍然面临着较多,其一,现阶段的互联网金融缺乏政策和法规监管,近年来,我国对于互联网金融的监管范围进一步扩大,既有的政策和法律局限于第三方支付等层面,而互联网金融产业的业务形式不断丰富,有较多业务仍未能纳入监管体系,这使得互联网金融运营过程风险较大。其二,互联网本身具有开放性的特点、黑客攻击、网络病毒等都会对互联网金融的发展造成较大影响,有必要进行互联网安全的系统管理。其三,网络环境具有复杂性的特点,这使得当前互联网金融发展中还面临着金融犯罪和身份认证困难的问题,这些问题容易造成资金流失,给互联网金融的发展带来的严重的负面影响。

### 2、信用体系建设支撑力度不足

随着国家对互联网金融监管力度的加大,我国社会信用体系初步建成。然而现阶段的社会信用体系仍存在一定问题。一方面,虽然国家已经初步建成了社会新信用体系,然而现阶段的社会信

用体系覆盖面较窄,未能实现网络金融产业发展的全覆盖。另一方面,现阶段,用户的信用数据没有进行有效地统计和整理,并且信用的分布较为分散,同时我国个人信用数据由政府部门管理,这使得社会信用数据的应用较少,互联网金融平台缺乏可靠的渠道对用户进行信用评估,给金融商业带来一定风险。其三,现阶段,我国专门从事社会信用体系建设的人才相对缺乏,相关专业设立和人才培养不能满足社会需求,这使得主管部门和学界对于社会系统信用体系的研究和应用实施不够深入,致使现阶段信用体系建设的基础不牢靠,建设进程不及预期。

## 三、互联网金融下的信用体系建设策略

### 1、完善互联网金融信用体系法律规范

建立系统完善的政策及法律规范,能为互联网金融信用体系的建设和应用提供指导<sup>[2]</sup>。新经济形态下,互联网金融的发展受社会信用影响强烈,在这一背景下,建立金融信用体系法律规范,能进一步巩固征信体系在经济发展中的地位,这大大提升了征信制度的约束力和可靠性。对于征信体系法律制度建设,应考虑一下要点:一方面,对于信用体系政策法律的建设,应考虑互联网金融的自身发展规律,确保政策法律的针对性、指导性;另一方面,应充分保证互联网金融信用体系政策法律的完善性,实现互联网金融多业务形态的全面管理。

### 2、注重信用体系信用信息的整合应用

整合社会公众的信用信息是互联网金融信用体系建设的基础。新时期,对于用户信用信息的整合,还应注重互联网技术的有效应用。即社会信用体系建设管理人员应在线下信用信息数据整理的基础上,从社会公众的网络交易数据、社交信息等层面统计个人征信信息,以此来实现个人征信水平的全方位多维度评估,确保信用评级的可靠性。另外,应加大对信用信息的应用,即应在社会信用体系数字平台建设的基础上,完善个人征信查询功能,继而是的个人征信融入社会生活、生产的各个方面,通过征信与金融挂钩的形式,为互联网金融的发展创造有利条件。值得注意的是,对于信用信息的整合应用,还应突出试点示范作用。即金融机构应在“四个全面”战略布局的指导下,选择有条件的地区或平台开展试点,同时以促进信用体系建设为核心,以信用记录、共享和应用为主线,建设金融信用工程,并形成具有可复制、可借鉴、可辐射的工作模式,为金融体系的信用管理提供指导。

### 3、加大征信监管和对失信人员的惩戒

树立征而有信理念能有效地提升社会公众的整体道德水平,继而为互联网经济的发展创造良好条件。一方面,从社会层面来看,要营造诚实守信的社会环境,使得征信意识深入人心。另一方面,要注意扩大征信数据的覆盖范围,通过征信系统对互联网金融交易双方行为进行全方位监管,以此来减少互联网金融经营管理中的自身风险。此外,在完成社会整体体系建设后,还应

重视社会征信体系的有效应用,即应通过相应的正向激励措施,引导人们树立征信意识,提高人们诚信守信的积极性,另外对于失信的人员,应公布黑名单并进行惩戒,以此来提高失信成本,进而形成警示效应。

#### 4、借助金融科技手段加强互联网金融监管

金融科技是促进互联网金融产业发展的重要支撑,新时期,要进一步完善金融信用体系建设,还应注重金融科技手段的应用。从本质上讲,金融科技送金融机构在互联网技术应用的基础上,从支付缴费、授信审批、跨境金融、投资理财等业务层而展开的全方位线上金融服务体系。新时期,针对金融科技在互联网金融监管中的应用,一是要倡导正确理念,坚持需求引领,确保互联网信息技术应用的规范性,二是要架起那个风险防范,进行多远治理,在实际治理中,应依托金融科技,实现法律、行政、行业、机构、社会五个层面的衔接,继而在技术中立中,实现监管职能的强化。其三,要进一步强化金融技术监管职能,还需要不断的进行金融技术研究,在确保金融技术前瞻性、先进性的基础上,实现新兴技术与金融监管的结合,其四,在金融技术应用中,还需要优化管理机制,即应在确保互联网金融稳定的情况下,建立试错、容错、查错、纠错的包容性创新管理机制,这样不仅能为金融技术的创新提供发展空间,而且能进一步金融风险,促进互联网金融的稳定发展。

#### 5、发挥互联网金融科技产业联盟及协会的监管职能

新时期,要实现互联网金融体系的有效建设,还应注重互联网金融科技产业联盟或协会的有效建设,这样能在加强自律,同时形成信息、业务、技术等要素相互借鉴、支持的共同体,为互

联网金融有序健康推进营造良好的环境。互联网金融科技产业联盟或协会能聚集各方力量,进一步维护网络金融的经营秩序,防范互联网金融风险。在其建设中,应注重以下要点管理:一方面,互联网金融科技产业联盟及协会建设有助于互联网金融信用体系的构建,在实际加速中,还应将信用信息数据作为关键,不断提升用户的使用体验。另一方面,在互联网金融科技产业联盟及协会建设中,应关注打击治理网络黑灰产业、智能风控体系建设、人脸识别应用等安全热点问题,进一步深化共识,促进互联网金融产业的有序发展。

#### 结论

信用体系建设对于互联网金融产业的发展具有深刻影响,新经济形式下,人们只有充分认识到互联网金融下与系统体系之间的关联,系统分析现阶段互联网金融发展问题和信用体系建设问题,进而有针对性的进行信用体系建设优化,以信息整合、业务融合为突破口,借助金融科技技术赋能监管和场景应用,构建跨平台、跨区域的互联网金融合作联盟体系,拓展互联网金融安全边际,这样才能有效地提升互联网金融信用体系的建设水平,保证互联网金融资金流通安全,促进互联网金融产业良性、可持续发展。

#### 参考文献

- [1]赵巧慧,张群.我国互联网金融下的信用体系建设研究——基于马克思信用制度分析[J].企业改革与管理,2019,346(5):62-63.
- [2]温家奇.互联网金融背景下征信体系建设问题探讨[J].广西质量监督导报,2020,232(4):147-148.

#### (上接第118页)

同步;树立与经销商共赢的目标,且制定详细的、分步的、可落地的执行措施,让经销商看到企业的诚意及发展的可能性,才能发生思路改变和起而行之的可能性。

培训是沟通理念、提高渠道素质及经营能力的有效途径。中小定制家具企业必须转变观念,着手构建系统的培训体系,帮助经销商学习销售、获客、服务及专业知识。市场形势瞬息万变,唯有学习才是应变之道。为经销商提供培训,正是企业携手合作伙伴共同发展的诚意之路和成功之路。

#### 2 赋能门店,构建家居生态链

为了适应新时代消费者对于整体家装的个性化、和谐统一性的要求,定制家具的终端门店必须实现从简单的销售功能转型为集销售、设计、服务、软装于一体的全能型终端。同时,门店还必须具备与房地产、水电工、装修公司设计师之间进行品类协同的能力,与企业共同构建家居生态链,实现定制业务的外延式发展。这就要求企业在渠道招商时设置更高的准入门槛,也要求企业对已有的渠道提出改进的建议:如配备驻店设计师,与导购相互配合成功压单;或培训门店导购学会使用设计软件如酷家乐等,使得门店导购成为导购+设计师,能够为消费者快速呈现家装设计方案,为成功抢单占取先机。同时线下门店还应具备管理客户信息的能力,通过数据挖掘与分析,为顾客提供更好的服务,形成与竞争对手差异化的服务体验。

#### 3 帮助渠道拓宽获客途径

中小家具定制企业在渠道中承担的不仅仅是产品制造者的角色,而是融品牌宣传、客户服务(客户既有最终顾客,要包括渠道经销商)于一体的助力器角色。企业可以通过构建官网、天

猫旗舰店、官方微信公众账号、官方微博、抖音官方账号等自媒体平台,打造专业的IP形象,获得消费者的信赖从而帮助门店进行引流,近年来,更是新添了直播的方式,可以帮助经销商增加促销的趣味性,获得更好的利润。因此,中小家具定制企业应紧紧跟随消费者的购买路径变化,努力利用各种途径宣传和推广自身的定制专家形象,扩大品牌的知名度和美誉度,从而为终端门店的获客和签单打下优良的基础。

定制家具行业正在迎来市场需求的巨大缺口,激烈的竞争也给予企业空前的压力。危机当前,当务之急并不是盲目跟风或投机钻营,而是认真反思不足,努力补齐短板,抱着看似陈词滥调实则经营真理的“全心全意为顾客服务”的宗旨,及时调整渠道经营策略,与经销商携手共进,树立百年企业的优质品牌形象。

#### 参考文献:

- [1]王誉静.新媒体时代家具建材的品牌广告与营销策略[J].林产工业,2020
- [2]朱诣凡,周橙旻.浅析家具行业的全渠道零售模式[J].家具,2019
- [3]吕亚琳.山东美咖家具制造有限公司营销策略研究[D].兰州大学,2019
- [4]孙伟华.欧派家居企业核心竞争力研究[D].电子科技大学,2019
- [5]安华贤.C家具公司网络渠道研究[D].陕西师范大学,2019
- [6]许卉.SA办公家具公司营销渠道冲突管理研究[D].浙江工业大学,2019

作者简介:李黎萍,(1973-),女,汉族,山东招远人,现为淄博职业学院工商管理学院市场营销教学部专业讲师。