

基于大数据技术的消费金融风控策略研究

吴焯芳

(阳光农业相互保险公司, 黑龙江 哈尔滨 150000)

摘要: 伴随着社会经济的快速发展, 人们生活水平得到极大改善, 消费需求也因此大幅增长。在此背景下, 消费金融产业也快速兴起。消费金融公司在简化用户贷款申请材料、提高客户体验的同时, 也会因材料信息不充足而出现信息不对称的异常现象, 进而出现信用风险, 若消费金融公司未能对其进行有效管控, 则业务发展将陷入困境。本文对基于大数据技术的消费金融风控策略进行初步分析与探讨, 希望能为市场提高经济效益、避免风险起到促进作用。

关键词: 消费金融; 大数据技术; 消费金融风控

中图分类号: F832.4

文献标识码: A

DOI: 10.12230/j.issn.2095-6657.2022.32.040

消费金融是以日常消费为核心, 为满足个人消费行为而出现的贷款类金融服务。伴随着人们生活水平的不断提高, 消费需求也在快速增长, 消费金融产业已经成为当前金融体系中的重要组成部分。与传统金融服务相比, 消费金融服务对象以次级客户群为核心, 客户群年轻化, 其整体收入水平相对较低、财务风险意识淡薄且自身收入不稳定。现如今, 我国信用工具体系尚不健全, 针对次级青年客户群的信用风险很难做出准确判断, 加之消费金融自身存在信息不对称现象, 消费金融公司的业务发展风险重重。

1 消费金融行业的主体对象

1.1 商业银行

现如今, 我国市场经济已全面进入“互联网+”时代, 消费金融产业的发展进程不断加速, 各类商业银行更是逐步成为消费金融行业的主体对象之一。中国银行、交通银行、招商银行等金融企业财力十分雄厚, 而且客户信息资源相对充足, 可为信用良好的出资人提供前期资金, 并为其建立消费金融运营框架。消费金融企业前期成本投入相对较低, 其主要面向房地产、家装以及建材等行业, 可进一步加大贷款吸收力度, 为消费者提供相对充足的资金保障, 并刺激市场消费的良性发展^[1]。

1.2 电商平台

历经数年来发展, 我国电商平台经济基础已十分雄厚, 并积累了一大批消费客户群体, 客户各项数据信息相对完备, 因此, 部分电商平台也在加快金融产品服务发展进程, 依照当前可获取到的全部信息, 帮助消费者承担一部分贷款金额, 并同时刺激消费服务的发展。对于电商平台而言, 其资金获取渠道十分丰富, 其中消费金融贷款服务方向主要以商品分期付款为主, 分期形式主要有3期、6期、12期等。对于消费者而言, 其在电商平台使用消费金融服务, 初期支付额度相对较低, 且

不需要进行任何担保, 如京东白条、蚂蚁花呗等, 多样化的分期付款形式, 能有效缓解消费者的经济压力^[2]。

1.3 消费金融公司

依照我国现有的《消费金融公司试点管理办法》, 我国多个城市正逐步加快消费金融产业建设工作。消费金融公司无需消费者进行任何抵押, 可向中国境内满足条件的客户群提供贷款, 满足其消费需求。消费金融公司受银保监会监管, 且审查过程十分严格, 主营业务以日常生活消费为主, 不包含车贷与房贷等大额贷款, 因此, 消费金融公司初始成本投入很低, 且呈现出垄断态势。此外, 消费金融公司的经营业务十分丰富, 日常消费的各个环节均可融入, 如数码家电、家装设计、教育培训以及外出旅游等^[3]。

1.4 实体产业经营

近些年, 伴随着金融产业逐步走向正轨, 部分实体企业不断加大金融服务投资力度。部分实体企业自身财力相对充足, 可满足互联网金融领域发展的基本需求, 因此, 相关企业可在现有实体业务体系的基础上, 在银保监会的审查下开展消费金融服务。实体企业实施消费金融服务可创造更高的盈利空间, 企业自身积压的商品库存可快速清理, 并可对客户群体的消费模式有更深入的了解, 进而创造出更有利的消费金融发展策略。

2 消费金融产业存在的问题

消费金融服务注重效率与便捷性, 行业门槛很低, 且客户群体广泛, 客户无需经过抵押与担保环节, 即可快速完成贷款申请, 但因环节过度简化, 消费金融公司面临着信息不对称风险, 这种风险带来的影响也愈发深远。此外, 伴随着互联网技术的快速发展, 消费金融服务也在快速延伸, 申请流程愈发简洁, 客户只需一部手机, 即可在十几秒内获取贷款, 全程线上申请, 审核过程也由程序自动判断, 无需传统人工审核机制,

客户体验感更为良好。但是,消费金融公司自身受行业规范限制,客户群体准入门槛很低,企业无法有效获取客户资金状况以及身份信息的关键资料,无法完成面向客户的审查与追踪,最终导致消费金融公司无法准确判断客户是否具备足够的还款能力,其自身的资金流向是否存在问题,最终导致信用风险的出现^[4]。

3 大数据技术背景下我国消费金融行业存在的运营风险

3.1 P2P 网贷体系

P2P 网贷是一种小额贷款模式,其可快速满足不同类别人群的贷款与消费需求,以点对点的形式,快速完成小额资产的汇集,并同时依照不同人群的实际需求,快速完成贷款发放。P2P 网贷发展初期,市场相对稳定,各类消费金融企业财务流动性良好,且市场相对公平、公正。但是,伴随着消费金融产业的爆发式增长,P2P 网贷平台也在急速增加,最多时已超过 1000 家,但是,很多 P2P 网贷平台出现了提款困难、企业卷款跑路、企业非法集资等多种问题,最终导致 P2P 网贷平台被打上欺诈标签。此外,P2P 网贷体系自身抗风险能力十分薄弱,平台之间的相互竞争、担保机构的权利影响以及黑客攻击等问题都会造成 P2P 网贷平台发展受限,加之很多平台自身管理水平过低,存在经营不合理或账目造假等情况。

3.2 第三方支付模式

第三方支付服务以第三方独立机构为基本点,而这些机构往往实力雄厚且保障水平很高,可借助与互联网对接的方式快速完成交易,并可在交易双方之间建立公平协议,实现线上交易与消费。现如今,我国第三方支付模式已十分成熟,如支付宝、微信支付等,这些平台可以快速完成各项金融服务、快速完成不同额度的交易过程。但部分第三方支付平台存在一定的风险,消费者自身权益难以保障。首先,消费者的个人信息早已被第三方支付平台收录,一旦信息出现泄漏,客户自身的资金安全将无从保障,客户群体信息存在安全隐患与风险;此外,很多第三方支付平台缺少完整的风控体系,平台内部存在众多造假信息,进一步增加了不法分子洗钱、套现的概率;同时,第三方支付平台多以移动支付形式存在,而很多消费者缺少必要的资金安全意识,平台风险控制效能很低,平台缺少安全保护系统,金融审查不准确,最终造成资金损失。

3.3 互联网消费金融平台

近些年,我国互联网消费总金额连年攀升,大量商品交易活动极大地刺激了市场经济的发展,而互联网金融市场也在庞大社会需求的支持下,取得了突破性进展。但是,诸多互联网消费金融平台的征信形式与征信流程不够完善,系统内部获取到的用户数据信息相对匮乏,用户的信用评分不够准确。此外,很多互联网消费金融平台的风控水平很低,对于用户的监管不

够严格,一旦部分用户无法按期偿还款项,平台资金供应秩序将出现混乱,最终造成严重的资金损失。

4 借助大数据技术进行消费金融风控的途径

4.1 数据获取

数据获取是执行大数据分析的基础,在消费金融产业内部,数据获取也是完成风险监管与评估的重要内容。大数据的多样性特征十分明显,不同维度的客户信息需进行必要的整理,如客户信用属性信息与非信用属性信息等,重点关注信息之间的关联,避免消费金融风控失去平衡。当前市场条件下,消费金融公司的数据获取策略可分为两种。

(1) 直接获取

直接获取是在用户授权的前提下,对用户的各类属性信息进行收集,如设备信息、位置信息、社交信息、购物信息、通信信息等。

(2) 外部数据源

外部数据源需接入外部信息数据库,并从中查询到特定用户的特定属性信息,如传统的征信信息、身份信息、学历信息等。

4.2 风险指标池的创建

风险指标池关系到消费金融风控体系的成败,而在风险指标池的构建环节,工作人员可将不同类别的数据进行整合处理,如客户的各类基本信息、资产信息、设备信息、社交信息、网购信息、交通信息等,这些不同类别的信息可有效反映出某个用户群的具体特性,最终构成风险指标池。风险指标池并不固定,其各项参数与指标将伴随市场发展以及消费者行为特征的变化而发生改变。

4.3 风险模型构建

风险指标确定后,技术工作者应采用特定的统计方法与算法,如线性回归、逻辑回归、基因算法、专家系统等,完成风险识别模型的创建。模型应以数据为核心,并同步做好异常数据清洗与剔除,确保算法整体的稳定与效率。模型使用期间,相关人员也要考虑是否存在重要变量未能衍生或是未被加入模型中,从实际应用角度入手,不断提高模型的整体价值。

4.4 风险模型应用

风险识别验证完成后,企业即可将这些数据信息用于用户信用风险验证。客户申请后,平台借助用户授权的各项信息,快速完成数据指标的加工与处理,自动完成风险等级判定,并随后对用户申请作出反馈,尽量减少客户的等待时间,提高客户的体验感。

5 大数据时代我国消费金融行业风险控制措施与完善策略

5.1 全面引入信息化风险控制系统

信息化风险控制系统可借助相对完整的风险评估数学模型

以及风险评估数据,全面整合与用户相关的交易与消费数据信息,从而判断出用户的消费水平与偿还能力。在此背景下,信息化分享控制系统的管理人员也要对数据信息的真实度进行必要管控,进一步完善风险控制模型,优化管理控制框架。

(1) 用户全信用评价

信息化风控系统运行使用期间,相关管理人员需借助大数据同步完成用户的分类与统计,以消费金融平台为核心,完成高净值客户、高级客户与次级客户的判断,进而为后续专项服务的开展提供必要支持。例如,信息化风控系统可将次级客户群体的用户群体特征标注为“大学生、高中生以及工薪阶层群体”,并在信用统计阶段采取更严谨的数学模型,避免出现服务隐患与风险。工作人员可对次级客户群体的上网习惯进行整合分析,借助这些信息,以客户群体消费特点为依据,对次级客户进行多样化划分,并建立起多维度评级机制。此外,消费金融服务平台亦可借助微博等社交媒体的大数据信息,进一步判断客户的整体信用情况。

(2) 安全防范措施

对于客户群体而言,安全防范措施要点在于处理黑客入侵问题。消费金融企业可聘请专业技术人员,针对常见网络攻击问题进行处理,进一步消除数据安全隐患对消费金融平台客户信息的威胁。此外,信息化风险控制系统使用期间,工作人员也要更科学地落实防诈骗工作,尤其是系统整理出的黑户以及各类高风险客户群体,应将其纳入风控重点关注群体,全面实施更有效的预防机制,避免出现用户逾期、欠款以及骗贷等问题,保护企业财务安全,保护客户群体的资金。此外,大数据技术条件下,信息化风控系统可对用户资金支出情况进行筛选分析,将存在问题的用户标注为风险用户,排查其不良贷款情况,并按规则削减其放款额度,适当增设审查环节。与此同时,信息化风控系统管理人员可借助IP监测系统对客户手机、电脑等智能设备的联网情况进行对比监控,切实有效地获取用户贷款申请的具体情况,并对该客户在社交软件中的关系网络进行梳理,最大限度减小平台自身的漏洞空间。

5.2 建立更规范且完整的法律法规制度

相关部门应针对消费金融行业的发展态势与未来需求,建立更有效的法律保障体系,有效应对当前市场内部存在的诸多违法行为,结合消费金融行业的实际运营情况,对其管理规则与管理模式进行改造,强化对市场整体的监管力度,逐步减少非法P2P企业的数量。此外,相关企业应对消费金融市场发展规律进行深入分析,明确当前技术条件下的监控要素,并依照当前互联网市场的特点与银保监会的实际要求,创建可行性更高的项目实施制度,针对金融规划、消费管理以及场景模拟等具体内涵进行深度探讨,寻找更有效的管控机制,形成系统化风险管控策略,避免因管控不规范而引发的安全风险。此外,

消费金融企业自身也要同步设定最低管控线,明确借贷、金融等不同层面存在的管控缺陷,结合自身业务经营现状以及财力情况,创建更有效的安全运维体系,强化人员管控,避免不良作风与不良行为影响企业的发展潜力。企业内部监管应保证公平、严格,应对各类违法人员进行严惩,避免企业与消费者的利益受到影响与侵害。

5.3 全面落实市场准入监管模式

现如今,消费金融企业准入门槛非常低,用户风险无处不在,针对这一现状,监管部门应借助大数据技术,全面统计企业与用户的实际情况,建立更有效的信用评分模型,注重资源的收集与整合利用,为每一位消费者提供更可靠、更稳定的平台服务。此外,监管部门也要落实好市场准入监管模式,在传统金融行业监管经验与问题的基础上,对监管体系进行改造,面向整个市场,统计所有企业推广的各类金融产品,便于消费金融产业工作人员了解不同产品的发展状况。项目运营服务环节,监管部门也要对监管方式进行改造,建立动态化监管体系,重点分析不同机构的资金、收入与风险,若某些项目存在发展隐患、项目实现难度较高,应对其进行必要审查。市场运维氛围方面,银保监会也要秉持公正、严谨的工作态度,强化对不同平台与不同机构的资质审核,隔绝不法分子,营造安全的市场环境空间,建立起自由且平等竞争的市场发展机制,并为各类高质量服务的推进创造良好条件。

6 结语

综上所述,以大数据技术为基础,消费金融企业可建立起更有效的风险控制系统,完善服务与管理机制,解决因信息不对称而出现的运维保障难题。监管部门也要针对市场现状与未来发展形势,摸索并应用更有效的干预措施,优化消费金融市场发展秩序,提高经济效益,避免因风险而造成市场混乱。

参考文献:

- [1] 罗鸿雁.基于大数据技术的广西消费金融风险控制研究[J].商展经济,2021,(23):42-44.
- [2] 罗舟.基于大数据技术的消费金融风控策略研究[J].今日财富(中国知识产权),2020,(11):39-40.
- [3] 李旭.基于大数据技术的消费金融风控策略研究[J].现代经济信息,2020,(14):124-125.
- [4] 解向南.试论基于大数据技术驱动下的互联网消费金融[J].现代营销(下旬刊),2019,(07):34-35.

作者简介:吴炆芳(1994-),女,辽宁建平人,大学本科,中级会计师,主要从事金融风控策略研究。