

## 互联网消费金融征信风险不容忽视

互联网消费金融因其“低门槛”和便捷性而深受消费者的追捧。据人行大连普兰店市支行调查问卷结果显示，辖内 63.5%的居民使用过互联网消费金融，但是，其中超过五成的使用者并未认识到互联网消费金融与个人征信有关，互联网消费金融飞速发展背后存在的征信风险不容忽视。

### 互联网消费金融存在以下征信风险：

征信查询授权环节易被忽视。调查显示，50%的消费者并不知道在申请互联网消费金融产品时已经授权互联网金融服务机构查询、上报个人信用信息。征信查询授权环节易被忽视的主要原因是授权条款一般被穿插在交易协议或合同中，没有单独签署授权书的步骤，并且缺少引起信息主体注意的提示。调查发现未仔细阅读授权查询个人征信的相关条款的消费者占 43.51%，没注意到相关条款的占 12.98%。上述情况极易导致消费者产生个人征信异议。

过多征信记录将影响银行对个人的授信。调查显示，18.60%的消费者同时使用着 3 个以上互联网消费金融产品。然而，据商业银行工作人员介绍，由于通过银行端口查询的客户信用报告记录并不十分具体，互联网消费金融业务与常规的小额贷款公司借贷业务不易分辨。而部分银行表示，随着不良率的上升，对有多笔记录的客户信贷投放更为审慎。

互联网消费金融逾期风险较高。调查数据显示，有过互联网消费金融产品逾期的互联网金融消费者占 29.77%，其中经常发生逾期的占 6.11%。72.5%的消费者因为“忘记还款”导致逾期，“没钱还”导致逾期的占 20%。互联网消费金融产品逾期的主要原因，首先是消费主体对消费金融产品逾期后果认识不足，缺乏对个人信用的敬畏心理；其次是部分消费主体过度使用互联网消费金融产品。不断使用“无抵押”“手续便捷”的互联网消费金融产品，消费金融产品的过度使用与低水平收入之间的不平衡，增加了逾期产生的可能性。

存在个人信息泄露、倒卖的隐患。在互联网消费金融市场中，个人信用报告需求量激增，存在较大的泄露、倒卖个人信用报告的风险。2016 年，全国公安机关共侦破网络侵犯公民个人信息案件数量 2100 多起，查获公民个人信息 500 多亿条，抓获的犯罪嫌疑人 5000 多人。目前，越来越多的电商平台、持牌消费金融公司与金融信用信息基础数据库实现了对

接。一方面，相对银行来说，电商平台、持牌消费金融公司在征信工作的制度建立、人员管理、技防手段等方面存在缺欠；另一方面，一些因资质原因未能与金融信用信息基础数据库对接的电商、P2P 平台、消费金融公司为发展业务，相关人员在利益驱使下，容易发生违规查询、使用、泄露客户个人信用报告或者出售、出租征信系统查询用户的风险。

针对以上问题，如何有效促进互联网消费金融健康发展有以下几点建议：

进一步明确授权环节和授权内容。按照《征信业管理条例》第十八条及第十九条规定，互联网消费金融服务机构应进一步完善、规范征信授权形式和内容，征信授权书应与交易协议或合同分开，设置单独、醒目的界面，采取电子签名或指纹认证等方式进行签署，并通过电话或短信通知等辅助告知方式，引起信息主体的注意，授权书内容应更为详细、准确，被授权机构不得擅自转授权第三方。

进一步做好授信管理工作。商业银行信贷部门在审核客户信用报告时，应将审核重点从“贷款数量”转移到“偿还情况”上。互联网消费金融服务机构应严格把关，对于有多笔互联网信贷的客户应更为审慎，对于存在恶意逾期记录的客户应建立黑名单。同时做好金融产品的解读，提升消费者对互联网消费金融的认知度。

进一步提升居民征信意识和风险意识。应加强征信宣传工作，引导公众提高对个人信息及权益保护的重视程度。互联网消费金融服务机构应严格执行不良信息提供和告知制度，告知内容中应涵盖“逾期信息将被上报至金融信用信息基础数据库”“逾期记录将严重影响个人信用”等重要信息。居民应了解征信相关知识，提升对信息买卖、电信诈骗等违法行为的认知水平和防范能力。

进一步强化监管和自我管理。一方面，相关部门进一步加强对互联网消费金融服务机构的监管工作。不断完善准入机制、督促其合规经营、加大违规处罚力度，真正起到震慑作用。另一方面，互联网消费金融服务机构应重视征信风险防范工作，加强自我管理。增加科研投入力度、建立执行征信工作奖惩机制，对内部违规行为进行有效防范。

来源：中国反洗钱研究中心网站