



金融信息采编

COMPILATION OF FINANCIAL NEWS

2021年第11期总第860期

合肥兴泰金融控股集团 金融研究所

咨询电话：0551—63753813

服务邮箱：xtresearch@xtkg.com

公司网站：<http://www.xtkg.com/>

联系地址：安徽省合肥市政务区

祁门路1688号兴泰金融广场2209室

2021年02月09日 星期二

更多精彩 敬请关注

兴泰季微博、微信公众号



宏观经济	2
习近平：把乡亲们更好团结凝聚起来 让日子过得越来越红火	2
李克强：快递业了不得 是经济活动的大动脉.....	2
2020年23城GDP超万亿 西安增速第一.....	2
1月乘用车零售销量216万辆，同比增25.7%.....	2
欧洲：疫苗供应不足 将目光投向中、俄疫苗.....	3
美国：在符合美国利益情况下与中方开展合作.....	3
货币市场	3
央行：保持好正常货币政策空间的可持续性.....	3
央行开展1100亿元逆回购.....	3
监管动态	3
央行上海总部：地方法人银行不得开办异地存款.....	3
加强内幕交易综合防控 证监会去年新增立案66件.....	4
金融行业	4
央行：不宜靠发展消费金融来扩大消费.....	4
1月全国期货市场交易规模下降.....	4
热门企业	4
特斯拉：全面加强自检自查，落实消费者权益保护.....	4
华为申请注册“花瓣翻译”商标.....	5
地方创新	5
北京：春节期间北京影院上座率不超过50%.....	5
河南：春节期间文娱场所按75%限流开放.....	5
石家庄：恢复高速公路通行 省际、市际长途客运暂不恢复	5
深度分析	6
大型互联网平台消费者金融信息保护问题研究.....	6



宏观经济

习近平：把乡亲们更好团结凝聚起来 让日子过得越来越红火

近日，国家主席习近平回信勉励河北省平山县西柏坡镇北庄村全体党员强调，在全面建设社会主义现代化国家新征程上，希望你们坚决响应党中央号召，充分发挥先锋模范作用，把乡亲们更好团结起来、凝聚起来，心往一处想，劲往一处使，让日子过得越来越红火。

李克强：快递业了不得 是经济活动的大动脉

2月7日，国务院总理李克强考察山西运城中通快递分拨中心表示，快递业了不得，是经济活动的大动脉。古诗讲“家书抵万金”，现在是“快递暖人心”。要响应国家号召，不打烊、不休网、不积压，把群众生活的必需品及时送到客户手中。

2020 年 23 城 GDP 超万亿 西安增速第一

随着各地近期陆续公布经济年报，2020 年 GDP30 强城市名单已揭晓。2020 年有 6 个城市新进入 GDP 万亿俱乐部城市行列，总数增至 23 个，其中有 6 个城市超过了 2 万亿元；从增速来看，西安在 30 强中排名第一，且强省会表现十分突出。从区域分布来看，东部沿海地区占据了 22 个，占比超七成，其中 11 个普通地级市全部位于东部沿海地区；中西部共 7 个，全部为省会城市和直辖市；东北地区只有 1 个城市，即位居第 29 位的计划单列市大连。

1 月乘用车零售销量 216 万辆，同比增 25.7%

2月8日，乘联会公布数据显示，1月份，狭义乘用车零售销量合计 216 万辆，环比下降 5.6%，同比增长 25.7%，批发销量合计 2020.8 万辆；广义乘用车零售销量合计 218 万辆，批发销量合计 204 万辆。新能源汽车方面，1月新能源乘用车批发销量达到 16.8 万辆，同比增长 290.6%，环比 12 月下降 20.5%。其中，插电混动销量 2.7 万辆，同比增长 173.0%；纯电动的批发销量 14.1 万辆，同比增长 325.8%。

工信部：2020 年建材工业增加值同比增 2.8%

2月8日，工信部发布 2020 年建材行业经济运行情况。数据显示，2020 年，建材工业增加值同比增长 2.8%，与整个工业增速持平。工信部表示，2020 年，面对极其复杂的国际形势和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，特别是突如其来新冠肺炎疫情的严重冲击，建材行业运行短期受到较大影响。在党中央国务院的英明决策部署和坚强领导下，建材行业统筹推进疫情防控和复工复产取得积极成效，全年行业运行总体平稳，质量效益全面提升。



欧洲：疫苗供应不足 将目光投向中、俄疫苗

欧洲疫苗供应不足导致接种率低，目前，欧盟和欧洲经济区会员国分配到的疫苗约有 1287.7 万份，与预先订购的 14.1 亿份疫苗相比，远远不足，开始将目光投向中国和俄罗斯生产的疫苗。

美国：在符合美国利益情况下与中方开展合作

2 月 4 日，美国总统拜登发表就任以来首次外交政策演讲。拜登将中国称为“重要竞争对手”，声言将应对中国给美国带来的“挑战”，同时提出将在符合美国利益的情况下，与中方开展合作。

货币市场

央行：保持好正常货币政策空间的可持续性

2 月 8 日，央行发布 2020 年第四季度中国货币政策执行报告。报告指出，稳健的货币政策要灵活精准、合理适度，坚持稳字当头，不急转弯，把握好政策时度效，处理好恢复经济和防范风险的关系，保持好正常货币政策空间的可持续性。完善货币供应调控机制，把好货币供应总闸门，保持流动性合理充裕，保持货币供应量和社会融资规模增速同名义经济增速基本匹配，保持宏观杠杆率基本稳定，同时根据形势变化灵活调整政策力度、节奏和重点。

央行开展 1100 亿元逆回购

央行 2 月 8 日公告称，今年春节前居民提现需求明显少于往年，同时节前财政支出增加较多；为维护春节前流动性平稳，周一以利率招标方式开展了 1100 亿元 7 天期逆回购操作，中标利率 2.20%。因当日有 1000 亿元逆回购到期，全天净投放 100 亿元。

监管动态

央行上海总部：地方法人银行不得开办异地存款

2 月 7 日，人民银行上海总部召开视频会议。会议要求，各金融机构“一把手”要承担领导责任，全面传达部署，坚决强化存款管理。一是地方法人银行要回归服务当地的本源，不得以任何方式开办异地存款。二是要继续加强对不规范存款创新产品的监测管理，维护存款市场竞争秩序，守护好老百姓的钱袋子。三是上海利率定价自律机制要及时发现违规行为，进一步强化自律管理。



加强内幕交易综合防控 证监会去年新增立案 66 件

近日，证监会发布《关于上市公司内幕信息知情人登记管理制度的规定》，进一步规范上市公司内幕信息知情人登记和报送行为，加强内幕交易综合防控。证监会通报的 2020 年案件办理情况显示，内幕交易案件仍多有发生，法定内幕信息知情人涉案占比依然较高。2020 年，新增内幕交易立案案件 66 件。

最高检：对各类涉疫经济犯罪保持“零容忍”

2 月 7 日，最高人民检察院第四检察厅厅长、知识产权检察办公室主任郑新俭在接受网络访谈时指出，近期，国内疫情局部暴发，境外疫情蔓延扩散，形势仍然十分严峻。对于经济犯罪检察部门而言，要进一步提高政治站位，坚持底线思维，前瞻研判，主动作为，对各类涉疫经济犯罪保持“零容忍”的高压严惩态势，特别是要全力保障疫苗安全，充分发挥经济犯罪检察职能，紧盯生产、销售、运输、出入境等环节，依法严厉打击制假售假、非法经营、走私疫苗犯罪，以及以疫苗为幌子进行的网络诈骗等犯罪，切实维护疫苗研发生产流通使用秩序，全力维护民众健康安全和秩序稳定。

金融行业

央行：不宜靠发展消费金融来扩大消费

2 月 8 日，在央行发布的《2020 年第四季度中国货币政策执行报告》中，央行发表题为《合理评估居民部门债务风险》的专栏文字。央行称，加快构建新发展格局，要注重需求侧管理，坚持扩大内需这个战略基点，激发国内消费潜力，但不宜靠发展消费金融来扩大消费。要坚持金融创新在审慎监管的前提下进行，更多从促进就业、完善社保、优化收入结构、改善消费环境等方面发力，始终把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合，增强消费对经济高质量发展的基础性作用。

1 月全国期货市场交易规模下降

近日，中国期货业协会最新统计资料显示，1 月全国期货市场交易规模较上月下降，以单边计算，当月全国期货市场成交量为 607.21 百万手，成交额为 46.23 万亿元，同比分别增长 130.60%和 127.48%，环比分别下降 21.41%和 16.05%。

热门企业

特斯拉：全面加强自检自查，落实消费者权益保护

2 月 8 日，对于市场监管总局等五部门的约谈，特斯拉方面表示：诚恳接受政府部门的指导，并深刻反思公司在经营过程中存在的不足，全面加强自检自查。特斯拉



将严格遵守中国法律法规，始终尊重消费者权益。特斯拉称，目前公司正在政府主管部门的指导下，强化内部工作机制和流程，全方位加强内部管理。对于消费者集中反映的问题，将系统排查，切实落实消费者权益保护工作，进一步落实企业质量安全主体责任，有效维护社会公共安全，未来更好地助力中国新能源汽车市场良性健康发展。

华为申请注册“花瓣翻译”商标

近日，根据数据显示，华为技术有限公司已申请注册“花瓣翻译”商标，申请日期为 2 月 2 日，国际分类涉及科学仪器、研究、教育娱乐，商标状态均为“注册申请中”。

雷军：小米今年研发投入增加 30%-40%

小米创始人、董事长兼 CEO 雷军在近日透露，2021 年小米将扩招 5000 个工程师、增加研发投入 30%-40%。小米平板业务已重启，今年将发布。另外，小米近期完成了互联网、软件业务架构调整，软件与体验部将统一负责系统互联互通体验。

松下计划今年下半年为特斯拉量产 4680 电池

松下日前对外表示其计划今年下半年在特斯拉美国内华达州超级工厂量产 4680 电池。4680 电池不仅将为特斯拉汽车带来更长的续航，同时还将进一步降低整车成本、提高寿命。特斯拉 CEO 马斯克日前也表示，特斯拉对供应商的电池的采购不会减少，甚至会增加。

地方创新

北京：春节期间北京影院上座率不超过 50%

近日，北京市疫情防控最新要求，春节期间（2 月 11 日至 2 月 17 日，年三十至初六）北京各影院观影上座率不得超过 50%。

河南：春节期间娱乐场所按 75%限流开放

近日，河南省政府消息，2021 年春节期间，该省将全面落实预约、限量、错峰要求，严格执行公共文化场馆、旅游景区最大接待量 75%的上限规定。

石家庄：恢复高速公路通行 省际、市际长途客运暂不恢复

石家庄市疫情防控指挥部办公室发布通知，决定自 2021 年 2 月 8 日起，调整石家庄市市域交通管控，有序恢复高速公路通行。经国家有关部门批准后，恢复铁路客运



服务。民航客运和省际、市际长途客运暂不恢复。

深度分析

大型互联网平台消费者金融信息保护问题研究

文/中国人民银行金融消费者权益保护局课题组

文章来源：央行研究

摘要：党的十九届五中全会明确提出要加快数字化发展，保障国家数据安全，加强个人信息保护。大型互联网平台是我国信息技术创新的重要力量，也是信息和数据的关键使用者，对推进金融科技进步和数字普惠金融发展发挥了积极作用。但现阶段，大型互联网平台消费者金融信息保护总体状况不容乐观，尤其是某些头部互联网平台在格式条款、信息收集和使用、营销宣传方面存在一些问题和争议。建议综合运用各种监管手段，实现穿透性监管，督促大型互联网平台树立负责任金融的理念。在借鉴域外信息保护立法与监管经验的基础上，从我国实际出发，依法将大型互联网平台的金融业务全面纳入监管，增强业务信息披露全面性和透明度，有效控制共债风险，不断完善金融信用信息基础设施建设，严格规范金融营销宣传行为，切实保护金融消费者长远和根本利益。

信息和数据是“信息时代的石油”，是一种重要的生产要素。在互联网和大数据技术蓬勃发展的大背景下，信息在经济金融领域的重要性越发凸显，信息利用场景呈现多元化、复杂化趋势，信息保护已成为金融监管的全新课题。党的十九届五中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》强调要加快数字化发展，建立数据资源产权、交易流通等基础制度和标准规范，保障国家数据安全，加强个人信息保护。

大型互联网平台是我国信息技术创新的重要力量，也是信息和数据的关键使用者，对推进金融科技进步和数字普惠金融发展发挥了积极作用。但同时也要看到，就现阶段而言，大型互联网平台消费者信息保护总体状况不容乐观，尤其是某些头部互联网平台在格式条款、信息收集和使用、营销宣传方面存在一些问题和争议，需要进一步认真审视和对待。

一、大型互联网平台在信息收集使用方面多见概括性授权条款

大型互联网平台获取庞大信息源的关键一环，就是通过信息收集使用的概括性授权条款采集消费者个人信息，通过技术手段将消费者信息物化为商品，弱化了消费者对个人信息的控制，使得消费者在大型互联网平台面前越来越成为“透明人”。

(一) 信息收集使用的“知情-同意”原则被弱化，金融消费者自主选择权受到限制。在消费者个人信息收集使用方面，《消费者权益保护法》与《网络安全法》均规定信息收集者应“明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者（被收集者）同意”，最新公布的《个人信息保护法（草案）》也提出处理个人信息应取得个人的同意，并且这种同意应当是个人在充分知情的前提下，自愿、明确作出的。这一规则理论上被称为“知情-同意”机制，但从实践来看，大型互联网平台往往通过概括性授权条款削弱了这一机制。

一方面，在互联网环境下，“知情-同意”机制通常表现为大型互联网平台以合同的形式发布相关条款及隐私权政策声明，消费者在手机客户端上点击“同意”，



视为同意授权。然而格式合同内容繁多复杂,大多数消费者少有耐心通读全部条款,甚至根本不会点开协议文本。即便全文阅读,消费者也很可能无法完全理解合同中使用的专业术语所表达的实际含义,所以点击同意时往往对于自己授权的具体范围并不清楚。目前人民银行正在制定的金融行业标准《资产管理产品介绍要素》中明确要求,相关产品合同应以具体格式将核心内容限定在相对固定的篇幅内,就是致力于缓解金融消费者阅读意愿低,保证金融消费者知情权的一个有益尝试。另一方面,即使消费者完整阅读了合同中所规定的授权范围,也不存在与大型互联网平台“讨价还价”的余地。消费者即使不同意自己的某些信息被收集、使用,也无法在合同上进行勾选,只能做出“二选一”(即“全部接受”或者“全部不接受”)的决定。由于“全部不接受”意味着无法获得相关服务,消费者往往只能全盘接受合同条款。因此,在消费者缺乏议价能力的情况下,大型互联网平台收集了大量消费者信息,而消费者对此也许并不真正“知情”,也并不真正“同意”。

除此之外,部分大型互联网平台的协议和合同文本只能在手机客户端查看,无法复制和下载保存。有的协议文本甚至嵌套隐藏在另一个协议的某一条款中,需要再次点击链接跳转到另一界面才能呈现相关内容。这些均不利于金融消费者反复阅读、全面理解、自行留存与其个人信息权利有关的合同文本。同时,由于大型互联网平台出于各种原因,会较为频繁地修改电子合同文本内容,导致发生纠纷时,金融消费者难以查阅签订合同时的原始文本。

(二)收集的“必要信息”范围过宽,大型互联网平台对信息收集范围掌握绝对“话语权”。在消费者金融信息收集、使用范围方面,《消费者权益保护法》与《网络安全法》都规定了“收集、使用(消费者)个人信息,应当遵循合法、正当、必要的原则”,目的是要求经营者在最小范围内收集消费者个人信息,避免过度收集行为危害消费者个人信息安全。

但在实际执行过程中,大型互联网平台往往使用“收集与本服务相关的必要信息”“在本服务相关的必要范围内对您的信息进行共享”“您同意我们将您的必要信息共享至以下主体”等表述,强调信息收集的必要性。然而其中所称的“必要信息”,全方位覆盖了身份信息、交易信息、资产负债信息、诉讼信息、履约信息及履约能力判断信息等。其中履约能力判断信息可能包含金融消费者在同属一个平台下的其他非金融信息,比如消费者的购物信息、浏览和搜索信息、消费水平信息等。此类信息是否属于开展所必须,尚无具体衡量标准。这反映出信息收集的“最少、必须”原则没有明确边界,在实践中均由机构端进行“自由裁量”,大型互联网平台倾向于尽可能多地将消费者各类信息认定为必要信息。

深化数据运用是金融科技发展的必然趋势,但消费者个人信息保护也是不容忽视的重要方面。2020年10月31日召开的国务院金融稳定发展委员会专题会议明确,要建立数据资源产权、交易流通等基础制度和标准规范,加强个人信息保护。因此,应当督促大型互联网平台树立起尊重消费者数据主体权利的意识,区分不同数据对于业务开展的必要性,不能片面认为信息一旦收集到手就“理所当然”地变成了平台的私有财产。

二、欧盟等主要经济体信息保护监管标准趋严,国内的信息保护监管力度也将进一步提升,大型互联网平台应成为重点关注对象

全球发达经济体对消费者金融信息保护的力度,一直在不断加强。典型代表为欧盟2016年通过的《一般数据保护条例》,该条例意味着欧盟对个人信息保护及其监管达到了前所未有的高度,堪称史上最严格的数据保护条例。2019年,英国航空公司就因为违反《一般数据保护条例》被罚1.8339亿英镑(约合15.8亿元人民币)。美国对个人信息保护的力度之大相比欧盟也毫不逊色。例如美国联邦贸易委员会(FTC)在



2019 年 7 月对脸书开出高达 50 亿美元的罚单，就是因为这家社交网站对用户个人信息处理不当，导致了信息泄露并被用于不正当用途。根据英国《卫报》报道，英国将在竞争及市场管理局（CMA）之下新设立数字市场部门，旨在集中监管大型科技公司，通过设立限制，让更多小型科技公司拥有发展空间，确保消费者、小企业等不会因科技巨头的行为而处于不利地位。在监管新规之下，大型科技公司须在使用用户数据方面保持公开透明。此外，数字市场部门将有权暂停、阻止和推翻大型科技公司的决策，并采取措​​施令大型科技公司遵从监管新规。如果大型科技公司违反新规或不听从数字市场部门的命令，将面临罚款。

我国《个人信息保护法（草案）》已完成向社会公开征求意见。可以预见，未来随着我国个人信息保护立法的逐步完善，监管力度必将进一步提升。在此趋势下，大型互联网平台更应未雨绸缪、主动布局，正视发展过程中的信息保护和消费者保护漏洞和短板，切实担负起与自身体量和影响力相当的社会责任。市场终究要交给消费者来“投票”，消费者要看自己的信息权利到底有没有得到应有的保护，有没有受到不应有的侵害。大型互联网平台的信息保护应当加强加强再加强，不能为了单纯追求经营的扩张而短视地选择一些所谓的“捷径”。

三、基于数据挖掘下的“精准营销”，容易诱导更多资信脆弱人群掉进超前负债消费的陷阱

数字经济繁荣发展背景下，个人信息作为生产要素在精准营销方面发挥了关键作用。正如前文提及的脸书被罚案例，就是与脸书合作的第三方公司向剑桥分析公司泄露了用户的个人信息，这些个人信息最终被剑桥分析公司用于精准投送使人们对某个参选人产生好感和信任的信息，以左右他们手中的选票。剑桥分析公司号称其参与了世界各国超过 200 场竞选，并利用同样的数据挖掘手段屡屡得手。这些商业机构在营销宣传方面对数据挖掘、渗透和控制的程度可见一斑。

部分大型互联网平台在商业利益驱使下，过分追踪与收集用户“数字足迹”，不当使用数据驱动式营销策略，侵占用户私人空间，引起消费者反感与不适。用户诸多“数字足迹”中，最具含金量的就是各类金融信息，包括账户信息、交易信息、信用信息等，这些信息可以构建起大型互联网平台的“信用”支柱。他们通过挖掘用户的金融行为，分析用户金融行为特征，大量推送金融营销广告，使“超前消费”“过度消费”“负债消费”的理念越来越被资信脆弱人群所接受。例如，某些大型互联网平台旗下的小贷公司、助贷公司发布的消费贷款广告经常设计一些广告剧情，将大学生攀比奢侈消费美化为“追求高品质生活”，宣传青年女性使用医疗美容整形就能“逆袭白富美”等。精准营销的另一大特点是诱导性极强，比如某互联网平台经常根据消费者的过往购物习惯，精准推送消费者曾经浏览或者关注过的商品，并标注“X 期免息”和“XXX 元起/月”。此外，部分小贷产品给消费者展示的基本是日利率，换算为年化利率后，息费均高于银行信用卡业务。当更多的高风险、低净值人群被吸引进入“无抵押消费贷陷阱”时，金融风险也就悄悄开始酝酿。

基于数据挖掘技术而生的精准营销几乎发生在我们生活中的每时每刻。大型互联网平台每天都会根据用户支付行为数据，向用户精准推送各类营销宣传信息。且其推送的营销信息绝大部分与平台旗下的其他关联公司相关，其余则为收取相关服务费用之后，为平台以外的合作第三方企业推送信息。最终导致用户时常处于被五花八门的营销信息“轰炸”的状态，难得安宁。虽然部分平台的 APP 客户端内设置了所谓关闭接收营销信息的功能，但往往无法实现简单快捷的“一键关闭”，用户必须对每个关注过的对象进行逐一操作才可以取消关注。这种通过技术手段干扰消费者营销信息退订权的手段屡见不鲜，说其是强制营销也并不为过。

对此我们应该高度警惕，务必要督促大型互联网平台树立正确的信息观、消费观，



在合法、合规、合情、合理、适度的前提下挖掘信息价值，促进消费升级。而不是薅信息“羊毛”，更不能是杀鸡取卵、竭泽而渔。要知道，信息的根本价值在于服务广大消费者、服务实体经济，而不应成为某些机构攫取超级利润的剪刀。

四、数字普惠金融发展不能脱离消费者保护和个人金融信息保护的根基

2016年，二十国集团(G20)领导人在杭州峰会上核准了《G20数字普惠金融高级原则》，其中第5条原则就强调“采取负责任的数字金融措施保护消费者，创立一种综合性的消费者和数据保护方法，重点关注与数字金融服务相关的具体问题。”同时对数据保护提出了4条具体的行动建议：一是明确“个人数据”的定义，该定义需考虑综合各类信息进行个体识别的能力；二是确保接受数字金融服务的消费者，能够对个人数据进行有意识的选择和控制；三是禁止以不公平、歧视性方式使用数字金融服务相关数据；四是制定指引以保障数据的准确性和安全性。2020年，G20财长和央行行长会议发布的《G20应对新冠肺炎疫情行动计划》中，明确将“在确保金融消费者权益得到保护的同时，采用常规和可靠的数字手段，持续提供可获得和可负担的金融产品和服务，促进普惠金融发展”作为行动和承诺的一部分。在实践中，各国尤其重视加强数据安全和个人信息保护，让老百姓充分信任数字普惠金融服务，可以真正放心地使用数字普惠金融服务。

由此可见，数字普惠金融服务的重要前提是“采用常规和可靠的数字手段”，目标是“持续提供可获得和可负担的金融产品和服务”。虽然大型互联网平台提供的信贷产品极大地提高了“可获得性”，但是却未能保证“可负担性”，对资信脆弱人群形成了更大的诱惑，甚至是风险。如果任其放大和扩散风险，给消费者造成损失，迫使消费者进入非正规融资渠道，加上数字鸿沟的存在，可能出现“金融再排斥”，使得普惠金融出现倒退。事实上，国内大型互联网平台当前的利润不少是来源于互联网消费贷款业务。与经营性贷款不同，消费贷款不会直接产生未来现金流，因此没有直接还款来源，容易产生过度负债问题。从国际上看，突破“可负担性”的数字普惠金融终将失去根基。其中最为深刻的例子莫过于美国次贷危机：在美国次贷危机爆发前，大量家庭和小微企业都可以轻易获得信贷，信贷普及率极高，配套的保险服务和证券化产品也很齐全。看似实现了高水平的普惠金融，但其缺失的最大一块就是金融消费者保护，让消费者承受了过高的风险，最终损害了整个宏观经济，消费者损失惨重，机构本身也不能幸免。

为此，国际社会提出了“负责任金融(Responsible Finance)”的理念，要求对消费者的风险承受能力开展尽职调查，而不是盲目扩张金融服务。相关经验教训说明，我国大型互联网平台亟须树立“负责任金融”的理念，而不是脱离信息保护和消费者权益空谈数字普惠金融，更不应将二者对立起来。

五、相关建议

总的来说，对大型互联网平台监管的当务之急是综合运用各种监管手段，实现穿透性监管，令其树立起“负责任金融”的理念。建议从我国实际出发，依法将金融业务全面纳入监管，根据同一金融业务，同一监管标准的要求，加强对大型互联网平台的监管，尤其是增强业务信息披露全面性和透明度，切实保护金融消费者长远和根本利益。

一是督促大型互联网平台树立“负责任金融”理念，切实履行消费者保护主体责任。在技术驱动金融创新、推进数字普惠金融发展的大背景下，建议高度警惕大型互联网平台过度逐利行为，尤其要注意其对低净值人群过度负债的诱惑，以及就此引发的风险。督促大型互联网平台恪守“负责任金融”理念，使其经营活动真正服务于实体经济发展。建立和完善消费者权益保护内控制度和工作机制，强化全流程管控，规范信息披露、信息保护、营销宣传等各类经营行为，切实履行消费者保护主体责任。



二是加强消费者金融信息保护相关立法保障和标准化建设。党的十九届五中全会明确提出要保障国家数据安全,加强个人信息保护,强化消费者权益保护。建议尽快出台《个人信息保护法》等相关法律法规。通过立法对数据权属认定加以明晰,制定数据资源确权、开放、流通、交易相关制度,完善数据产权保护制度、数据分类分级安全保护制度、数据隐私保护和安全审查制度;进一步明确规定个人信息收集使用的“知情-同意”“最少、必须”原则,推动大型互联网平台建立健全消费者金融信息保护机制。建议加强消费者金融信息保护相关标准化建设。完善数据基础通用标准和关键技术标准,建立国家数据资源目录体系,提高数据质量和规范性。推动《资产管理产品介绍要素》等金融行业标准的出台和严格落实,提高大型互联网平台提供金融产品和服务时的信息披露规范性,有效矫正金融消费者不愿阅读冗长合同协议文本的行为偏差。建议强化消费者金融信息保护。逐项列明信息收集与共享的内容、目的及范围,进一步细化“知情-同意”机制的执行要求,在保证效率的前提下,供金融消费者自主选择其信息是否能够被用于营销、用户体验改进与市场调查等特定目的,确保遵循消费者真实意愿。

三是加强对大型互联网平台的监管。鉴于大型互联网平台数据具有公共产品属性,建议将其纳入宏观审慎管理,按照公共产品提供者实施相应监管。对涉及金融业务或构成金融控股公司的机构实施准入管理,对具有系统重要性的机构实施严格监管,防范系统性金融风险。结合宏观审慎监管和功能监管措施,通过接入征信系统、设定居民债务收入比等多种手段控制共债风险。同时,由于大型互联网平台广泛覆盖多个业务领域,在金融领域之外,又通过其关联企业涉猎电商、物流、营销等领域,涵盖了购物、出行、住宿、支付转账、投资理财、生活、公益等数以百计的场景。若电商交易与金融场景结合,对信息交互环节的监管就会因监管领域的转变而被切断,使得监管部门难以掌握信息共享和使用的全貌。因此,建议加强信息共享,探索监管执法合作机制。充分发挥社会监督力量,及时发现大型互联网平台存在的问题和风险隐患,提升监管效能。

四是加强对大型互联网平台企业的反垄断审查。建议完善平台企业垄断认定方面的法律规范,将利用算法实施价格共谋、滥用市场支配地位不当收集和支配数据等行为纳入反垄断规制范围。完善大型互联网平台企业的并购审查制度,制定符合数字经济特点的营业额标准,增加交易价格相关标准,避免其通过高价收购竞争对手达成垄断目的。同时,将隐私作为非价格竞争的重要参数予以考虑,评估并购是否对高隐私偏好消费者的福利产生影响。

五是完善金融信用信息基础设施建设。建议进一步拓宽金融信用信息基础数据库接入机构范围,将全部从事放贷业务的机构接入数据库,全量报送借贷业务数据。加强对金融信用信息基础数据库接入机构的监管,从制度、业务、人员和技术等方面建立健全内控合规制度和问责机制。同时,引导并规范大型互联网平台的信息服务业务。重点关注大型互联网平台利用从集团内、外部获取的消费者金融信息开展个人评分、画像等业务,以及其为金融机构风控等提供信息服务的行为。按照“疏堵结合,先疏后堵”的思路,将有影响力的大型互联网平台的垄断信息予以整合,有序纳入征信服务和征信监管,变数据垄断为数据依法共享。依法加强对个人征信机构信息主体权益保护、信息合规使用、数据安全等方面的监管。

六是规范大型互联网平台金融营销宣传行为。大型互联网平台应当进一步贯彻落实《关于进一步规范金融营销宣传行为的通知》要求,规范金融营销宣传行为,构建金融营销宣传内控机制,强化对金融营销宣传的审核,不得做出劝诱低净值人群超前消费、过度消费等存在严重价值观导向问题的金融营销宣传。同时,为消费者提供简单便捷的营销宣传推送信息“一键关闭”功能,避免出现用户必须对每个关注商户/



功能进行逐一操作才可以取消推送的情况。建议相关管理部门借鉴国际经验,进一步优化、细化金融营销宣传监管规则,综合运用制定行为规范、构建行业标准、推动行业自律等方式,强化对大型互联网平台金融营销宣传行为的监测追踪,对违反相关法律法规的行为依法严肃查处。

免责声明

《金融信息采编》是合肥兴泰金融控股集团金融研究所推出的新闻综合类型的非盈利报告。内容以全球财经信息、国内财经要闻、行业热点聚焦和地方金融动态为主，并结合对信息的简要评述，发出“兴泰控股”的见解和声音，以打造有“地方金融”的新闻刊物为主要特色，旨在服务于地方金融发展的需要，为集团公司、各子公司和相关专业人士提供参考。

《金融信息采编》基于公开渠道和专业数据库资料搜集整理而成，但金融研究所对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。金融信息采编中的内容和意见仅供参考，在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。兴泰控股集团金融研究所不对使用《金融信息采编》及其内容所引发的任何直接或间接损失负任何责任。

《金融信息采编》所列观点解释权归金融研究所所有。未经金融研究所事先书面许可，任何机构和个人均不得以任何形式翻版、复制、引用或转载。