

金融机构应

【力】助民营经济发展壮大。金融是国民经济的血脉，金融机构是金融体系的重要组成部分。《中共中央关于支持民营经济发展的意见》《中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于支持民营企业融资拓宽信用渠道的意见》》明确了金融服务民营企业的目标和重点，强调要从民营企业的融资需求特点出发，着力畅通信贷、债券、股权等多元化融资渠道。

金融机构服务民营企业，关键要“读懂”民企，避免误读。以银行信贷为例。商业银行放贷的底层逻辑是，确保收益能够覆盖成本加风险。因此，银行会结合企业的资质、还款来源，判断企业的风险等级，并据此决定贷款的价格、额度与期限。部分民企之所以融资难、融资贵，除了自身风险原因，还与银行误读有关，银行难以全面、客观、准确地研判民企的信用状况。既然拿不准，“一刀切”不放贷就成了最简单的做法。

金融机构误读民营企业的原因之一，是金融机构工作人员缺乏对实体经济相关领域的专业认知。金融是国民经济的血脉，金融机构工作人员不能只具备金融知识，还要深刻理解实体经济的运行规律。如果仅从短期金融逻辑入手，信贷服务几乎无法进入科技领域，前者价格波动大，后者产业稳定性强。但如果从长期着眼，从行业发展前景入手，信贷服务农业、科技领域天地广阔，大有可为。

金融机构误读民营企业的原因之一，是信用信息共享机制不完善。众所周知，民营企业的主体是小微企业，它们通常缺乏抵押物等“硬信息”。这时，银行需要借助水、电、发票、专利等“软信息”来判断企业的资质以评估其信用状况。据笔者调研，目前多数银行在获取小微企业的水、电、发票等信息时，仍不主动与银行建立了解企业的渠道有限。

如何解决？一方面要深入实体经济，跳出金融做金融。金融机构工作人员要摒弃典当行思维，深刻理解实体经济的运行规律，准确把握民营企业的融资特点与需求，切实提升服务的专业性、有效性与精准性。从具体操作层面看，可继续探索、推广“特色支行”模式。此前已有多家商业银行探索设立科技支行、小微特色支行等，持续深耕相关领域并取得了一定成效。接下来，金融业可进一步完善机构设置、人员配置，让专业人做专业事，持续加深对实体经济的认知与洞察，真正做到读懂民企、服务民企。

另一方面要完善民营企业信用信息共享机制。通知明确提出，健全中小微企业和个体工商户信用评级和评价体系。其中，要推动水、电、工商、税务、政府补贴等涉企信用信息在依法合规前提下向银行业金融机构开放查询，缓解信息不对称。下一步，金融管理部门、金融机构应继续形成合力，加强与工信、科技、市场监管、税务等部门的沟通协作，推动相关数据通过地方征信平台与银行业金融机构共享。与此同时，要想办法解决不同部门之间的“数据壁垒”，个别部门不应将自己掌握的信息变成做生意的资本，不可因一己之私损害社会公共利益。

财金观察

生活服务软件为何扎堆“求借钱”

随着移动互联网的普及和金融科技水平的提升，在线支付、线上借款等金融服务在公众日常生活中的触达率越来越高。几年前，普通人想获得一笔消费贷，只能通过银行或消费金融公司的APP获取。而近两年，就连一些提供购物、外卖等生活服务的APP都在想方设法推出借贷服务。这给用户带来了哪些困扰？为何各种APP扎堆“求借钱”？互联网金融服务又该如何发展？

警惕借贷推广“陷阱”

点外卖时，平台提示可以领取优惠券，点进去发现要完成借款才能领取；看短视频时，左下角的小弹窗不断地提示点击链接即可贷款；哪怕是打车时想领折扣券，都要授信贷款后才能领。许多网友忍不住吐槽：“如今各种APP都像在催我借钱一样，真怕自己不留神就欠债了。”生活类软件为贷款服务“引流”究竟有多夸张，才会引发用户有这种评价？为此，记者下载了一些APP一探究竟。

除了支付宝“借呗”、微信“微粒贷”等较为熟悉的贷款产品外，就连电商类、生活类、出行类，甚至与金融毫不沾边的工具类APP都开始提供贷款业务。“我就用美图秀秀修个图，哪需要跟它借钱啊。”这波操作让不少用户哭笑不得。

不仅如此，这些APP为了“帮助”客户成功借钱也是煞费苦心，各种奇葩操作层出不穷。不少用户反映在使用APP时容易无意间触发借款。“有时候付款就显示贷款业务的广告，而且点击‘关闭’的地方特别小，手滑碰到别的地方就跳转到借款界面了。”“家里老人刚学会用智能手机打车，但是有时候稀里糊涂地就点到借款了，借完了她也不知道，还是后来我们接到电话才赶紧帮她关了。”

随处可见的“借钱”入口，确实给部分人群提供了便利。通常情况下，在银行等金融机构贷款时，借款人要提交各种证明材料，有时还不一定能通过。相比之下，在APP上贷款就轻松多了，点个“同意开通”、刷个“人脸识别”，没多久钱就借到手了。这种灵活性为紧急情况下需要资金支持的用户提供了实



际帮助，不失为备选方案。需要注意的是，APP里的贷款通常是信用贷款，虽然利率比消费贷款低，但是如果逾期，产生的利息却比银行的抵押贷款高很多。业内人士提示，各种APP里的贷款产品以低息吸引用户，等到用户填满各种个人信息后，年利率就会上涨，一年利息上涨至少10%，更高的甚至超过20%，而这些企业融资的成本往往只需要2%至3%。

记者在咨询某外卖平台客服时得知，其贷款资金由注册在重庆的2家小贷公司提供，日利率为0.02%至0.065%。客服称大多数用户的利率普遍为0.05%，转换成年利率就是18%。虽然利率不算低，但是在国家规定的受保护年化利率范围内。谈及用户逾期如何处理时，客服表示会有3天缓冲期。借钱逾期后，将从逾期之日起计收逾期罚息，按每日0.05%收取，直到还清为止不再计收，逾期时间越长、逾期本金越大，所产生的利息就越高。

流量变现的重要方式

为什么现在的APP都热衷于“借钱”给用户？专家表示，简单来说，在金融变现的潮流和趋势下，这是平台获客后流量变现的重要方式。

中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏认为，金融活动都要纳入监管并有牌照准入，没有牌照准入从事金融服务本身就

是违规，金融消费者权益得不到保障。金融机构通过互联网渠道提供金融服务，需要建立专门渠道，机构合作时也需明确合作范围并严格遵守。

小米集团创始人雷军在2017年曾表示，将来所有的商业巨头都是互联网公司，也都是金融公司。如今日新月异的竞争环境促使各平台不断寻找创新的业务模式，其中引入贷款产品成为各大APP的新尝试。业内人士认为，这一举措的背后涉及多方面因素，从资本运作到用户体验再到市场竞争，这些因素共同构成了各类软件引入贷款产品的复杂动机。

首先，引入贷款产品能够更有效地进行资本运作。通过提供贷款服务，平台可以将其海量的用户群体转化为潜在的借款用户，从而增加资金流动性。这种运作方式有助于平台更好地应对市场波动，提高盈利水平。同时，通过贷款产品，外卖平台可以借助用户的还款利息等方式实现多元化的盈利模式，减轻对单一业务的依赖。

其次，引入贷款产品可以增强用户黏性。以外卖平台为例，通过为用户提供贷款服务，将自身从简单的食品配送提供商转变为全方位生活服务平台。这对平台来说，不仅意味着更高的用户留存率，还可以拓展业务范围，进一步巩固市场份额。

然而，这一举措也带来了一系列影响。对用户而言，外卖平台与金融产品结合可以为其提供更为便捷的贷款渠道，满足一些紧急或非计划性的资金需求。然而，这也可能导致用户过度借款或无意间触发借款，增加金融风险。对外卖平台而言，引入贷款产品可以带来额外的盈利渠道，但同时加强其在竞争激烈的市场中的立足点。但是，这也使得平台需要承担更多的金融责任，包括贷款逾期风险和监管合规等方面。

董希淼也表示，金融服务并非越下沉越好，金融机构、互联网平台应采取逐步开展。第一步在基础大模型之上，针对具体应用场景搭建场景提示工程，快速进行技术验证。第二步建立企业知识库，通过基础大模型、外挂企业知识库，再在具体场景下调整提示词，进而解决大模型事实问题回答不好的“幻觉”问题。第三步成本较高，但在具体的场景下把性能做到极致并开发出增量应用，即把领域知识注入大模型中形成领域大模型，同时把上层提示工程上升为人工智能应用开发平台。

金融监管要加力跟上

中央金融工作会议强调，要全面加强金融监管，有效防范化解金融风险。切实提高金融监管有效性，依法将所有金融活动全部纳入监管，全面强化机构

监管、行为监管、功能监管、穿透式监管、持续监管，消除监管空白和盲区，严格执法、敢于亮剑，严厉打击非法金融活动。

此前，原银保监会会同中国人民银行等部门发布了《网络小额贷款业务管理暂行办法（征求意见稿）》，其中第二十四条明确指出：经营网络小额贷款业务的小额贷款公司应当按照法律法规、国务院银行业监督管理机构和监督管理部门有关要求做好金融消费者权益保护工作。业务办理应当遵循公开透明原则，充分履行告知义务，使借款人明确了解贷款金额、期限、价格、还款方式等内容，并在合同中载明。禁止诱导借款人过度负债。禁止通过暴力、恐吓、侮辱、诽谤、骚扰等方式催收贷款。禁止未经授权或者同意收集、存储、使用客户信息，以及禁止非法买卖或者泄露客户信息。

今年，金融监管部门已完成互联网金融风险专项整治，近5000家P2P网贷机构全部停业。业内人士表示，不论是市民消费还是生产经营，网贷需求依然巨大。因此，商业银行、消费金融公司、各类互联网公司高度重视消费金融，并加大投入发展。

“平台在获取用户相关信息时，应坚持最小化原则。”董希淼认为，不该获取的信息坚决不获取，更不能未经用户授权就非法获取信息。如果贷款出现问题，要依法催收。同时，相关信息披露要全面、准确、及时，要充分真实地告知相关信息，如点击授权后信息要用于何处、贷款由哪家机构提供、贷款利率是多少、利率是日利率还是月利率、有没有其他服务费和担保费等。

同时，央行近期发布的《中国人民银行货币政策执行报告（2023年第三季度）》也指出，将继续加强金融监管和风险防范，完善金融监管的法律法规和制度规范，强化金融监管的协调和协作，提高金融监管的有效性和及时性；将继续防范化解金融风险 and 隐患，加强对金融机构、金融产品、金融市场的监测和评估，及时发现和处置金融异常及危机，保障金融市场的稳定和安全。

本版编辑 于泳 武亚东 美编 王子莹

金融机构积极布局大模型，专家认为——

潜力大但仍处起步阶段

本报记者 姚进

近期，多家金融机构公布大模型招投标信息。10月10日，工商银行披露了该行软件开发中心“NLP大模型产品新技术采购项目”入围信息。10月23日，招商银行也披露了“招商银行预训练基础大语言模型（千亿级）采购项目”结果。此外，建行、邮储等银行也于近期披露了与大模型相关的项目或招投标结果。

大模型是一种用于处理自然语言信息的大型人工智能模型。近年来，伴随着生成式人工智能在全球的迅速发展，我国相关创新和应用步伐加快，其在金融领域的价值潜力也被普遍看好。业内专家认为，金融行业数据资

源丰富、场景多元，拥有与大模型深度融合的前景。

“当前，大模型在金融业的应用仍处于起步阶段。”中关村科金技术副总裁张杰表示，眼下大模型在金融业的尝试仍以服务于内部需求为主，在此基础上再逐渐建立属于自己的体系。对于大模型在金融业的应用，业内人士认为，大模型可以读懂财经报道，读懂分析师撰写的年报等，并从这些内容里提炼出事实、事件和观点等，最后根据客户的个性化需求，有针对性地迅速生成专业性文章。

近期，有多家公司发布了可用于金融场景的大模型，如中关村科金发

布了国内首个企业知识大模型。在国际上，美国彭博社推出的大模型，涵盖了3630亿词元的金融文本和3450亿词的通用文本。在业内看来，这样大体量的金融知识库是在金融领域较为领先的尝试。

清华大学人工智能研究院常务副院长、欧洲科学院外籍院士孙茂松表示，未来我国金融领域不能没有大模型。据介绍，金融大模型属于垂直领域大模型，对算力和算法要求相对较高，但对金融专业知识和数据的要求较高。“通用基础大模型对数字不太敏感，但金融业对数字的精准性要求很高，而且图表较多。”孙茂松表示，这些

问题需要逐步解决。另外，当前大模型主要基于文本，但在行业领域，知识图谱更靠谱。如何将知识图谱在大模型的通用领域和专业领域的应用有机结合起来，仍然需要更多的研究和技术。

业内人士认为，企业在引入大模型或搭建企业知识中台的时候，可以用两种技术路线来组合：一种是领域大模型技术，另一种是外挂知识库技术。张杰建议，企业可以分三个步骤逐步开展。第一步在基础大模型之上，针对具体应用场景搭建场景提示工程，快速进行技术验证。第二步建立企业知识库，通过基础大模型、外挂企业知识库，再在具体场景下调整提示词，进而解决大模型事实问题回答不好的“幻觉”问题。第三步成本较高，但在具体的场景下把性能做到极致并开发出增量应用，即把领域知识注入大模型中形成领域大模型，同时把上层提示工程上升为人工智能应用开发平台。

邮储银行辽阳市分行 开展“金融知识进万家”宣传活动

为提升社会公众金融素养，有效防范化解金融风险，营造清朗金融网络环境，近日，邮储银行辽宁省辽阳市分行开展金融知识进万家系列宣传活动。

活动期间，辽阳市分行通过视频播放、现场讲解金融知识等方式，开展集中宣传日活动。结合“四深入、全覆盖”宣传活动，进社区、进商圈，根据地域、文化、受教育水平、年龄及职业等进行差异化宣传。进一步贴近金融消费者现实需求，切实增强宣传活动的有效性和针对性。

本次活动金融知识普及重点对象为老年消费群体，通过贴近老年人的形式多样的宣传活动，拓宽宣传教育活动受众面，重点针对老年人金融服务政策进行教育宣传，普及金融智能应用知识，促进老年人融入智能时代。提醒消费者注意防范非法集资、非法放贷、金融诈骗等非法金融活动侵害，提高老年人防骗意识和自我保护能力，提升保障自身资金财产安全的意识和能力，不断提升群众满意度。

通过此次宣传活动，使广大群众风险防范意识得到了增强，自我保护能力得到了提高，保障了群众合法权益，为打造诚信安全、健康和谐的金融环境奠定了良好基础。

·广告

邮储银行汉中市分行 打好征信为民“组合拳”

近年来，邮储银行汉中市分行坚守服务“三农”、城乡居民和中小企业定位，深入践行“征信为民 征信为企”服务理念，通过打好征信为民“组合拳”，全力以赴助力地方社会经济高质量发展。

强化农村信用体系建设。邮储银行汉中市分行强化科技赋能和数字化转型，围绕陕西省汉中市中心地方特色行业大力推进“整村授信、批量开发”模式，通过对农户进行信息采集、评级授信，搭建农村信用体系，推广线上信用贷款、“产业贷”等专属产品，拓宽“三农”融资渠道，将金融活水源源不断引向田间地头。截至10月底，在辖内已累计建设信用村超1300个、评定信用户4万余户，涉农贷款年增近7亿元。

推动征信赋能实体经济。推广中征应收账款平台，探索“政采贷”业务，截至目前，应收账款融资业务已实现辖内机构全覆盖，年度探索投放“政采贷”超1200万元。同时，加强“秦信融”省级地方征信平台推广应用，重点围绕制造业、科技创新、绿色金融、乡村振兴等领域，打造特色应用场景服务专区，充分发挥征信以及数据作为重要生产要素的价值和作用。

提供便捷征信查询服务。今年10月，在全市“自营+代理”网点超300台智能柜员机，均上线个人和企业信用报告查询及打印功能，有效满足不同客户的查询需求，操作流程简单便利。

加大公众征信政策宣传。聚焦“3·15消费者权益日”“6·14信用记录关爱日”等时间节点，通过多种方式开展征信知识普及活动，助力推动形成“学征信、懂征信、用征信”良好氛围，全面提升公众信息保护意识，推进社会信用体系建设。（数据来源：邮储银行汉中市分行）·广告

邮储银行锦州市分行 全力打造企业品牌文化

邮储银行锦州市分行积极践行“普惠城乡，让金融服务没有距离”的企业文化理念，发扬“有担当、有韧性、有温度”的企业精神，坚持以问题为导向，从科技、人员、渠道、平台等维度寻求解决问题的思路和办法，不断推进体制机制创新，深化战略执行，提升价值创造能力。

按照“产品组合个性化、理财团队专业化”的思路，锦州市分行大力配齐配强理财经理队伍，强化队伍能力建设，着力提升为客户专业服务的能力；通过有效的资产配置为客户创造价值，分行运用好CRM、综合营销绩效考核等系统，通过系统将客户分层分级维护落到实处，切实根据客户风险偏好精准推荐合适产品；加强科技赋能，充分利用移动展业机具“走出去”，主动提升客户综合服务质量，对非房贷客户进行主动授信，提升客户黏性，做大客户规模，并积极探索小额贷款平台合作，在“百亿送贷行动”中，不断提升送贷进企业、送贷进市场、送贷进乡村服务效能，助力缓解民营企业和小微企业融资难、融资贵问题，统筹考虑低效网点盘活和网点规划布局问题，在网点功能性和视觉性上做到有机统一，因地制宜叠加对公服务等功能，降本增效、增强网点盈利能力。

邮储银行锦州市分行作为深耕普惠金融的“国家队”，不断提高企业文化意识、加强品牌建设，致力打造一流大型零售商业银行品牌文化。锦州市分行将继续扎根和培育新时代企业文化，以企业文化彰显共同价值追求，为发展注入强劲动力。（数据来源：邮储银行锦州市分行）·广告

浙江省嵊州市下王镇 引导群众树立文明新风

今年以来，浙江省嵊州市下王镇高度重视精神文明建设，推动高质量发展，打通宣传群众、教育群众、关心群众、服务群众的最后一公里。

志愿服务有声有色。依托新时代文明实践阵地，积极发挥镇村2级17支志愿服务队作用，常态化开展理论宣讲、文明劝导、垃圾分类、志愿服务等新时代文明实践实践活动。结合春节、端午节等传统节日，开展“送福进万家”“喜迎亚运会浓情过端午”“浓浓敬老情”等我们的节日“活动7场。开展“富乐嵊州 村村有戏”主题活动，公益电影下乡24场。

典型示范有点有面。积极选树先进典型，深入挖掘好人事迹，1人被评嵊州好人。1户家庭入选并参加“我们的节日 端午”全省爱国诗词现场赏鉴交流流动。评选出“移风易俗示范户”等36户，以身边人身边事引导广大干部群众更新思想观念、革除陈规陋习、弘扬文明新风。2023年入选省级文明镇创建单位和省级农村文化礼堂建设示范乡镇，梅坑村文化礼堂被评为“五星级文化礼堂”。

移风易俗有序有力。以移风易俗试点乡镇为契机，因地制宜制定红白喜事参照标准和家宴中心准入制度，形成“一村一策”，推出特色菜单套餐。发放倡议书1.5万份，组建宣讲队，创新推出“微宣讲”，相关做法被媒体报道。开展“推进移风易俗 倡树文明新风”知识竞赛、承诺践诺等主题活动，编排快板剧目《移风易俗谱新篇》，引导广大群众转变观念、解放思想、破除陋习、树立新风。（数据来源：浙江省嵊州市下王镇人民政府）·广告