

## 小心信息“陷阱”！互联网时代的金融信息披露亟需规范

杨涛 时间：2017-11-02 来源：中新经纬

近日，中国互联网金融协会先后发布了个体网贷和互联网消费金融的信息披露标准——《互联网金融信息披露个体网络借贷》(T/NIFA 1—2017)团体标准和《互联网金融信息披露互联网消费金融》(T/NIFA 2—2017)团体标准，引起了各界广泛关注。与去年《互联网金融信息披露个体网络借贷》(T/NIFA 1—2016)标准相比，新版标准信息披露项为 126 项，较原标准增加了 30 项。其中，强制性披露项由原来的 65 项增加至 109 项，鼓励性披露项由原来的 31 项减少至 17 项。

我们看到，信息披露是金融产品创新与发展中的内在需求。尤其是随着我国金融市场发展进一步深化，提高金融透明度不仅有助于强调金融机构的自律，更加有利于同公众的沟通，减少市场和公众的损失。作为不断完善和开放的金融市场，充分的透明度可以使投资人更准确地度量和评估风险，从而更加活跃地进行交易，发现投资机会，树立市场信心。

与虽仍存不足、但在不断完善的传统金融体系相比，互联网金融行业在此方面的短板更加明显。事实上，近年来互联网金融创新中，所暴露的最突出问题就是信息不对称。例如，在网络借贷发展中，存在债务人提供虚假信息、平台故意隐瞒真实信息、监管部门未及时披露违规信息等人为因素造成的信息“黑洞”，使投资过程中充斥着风险。应该说，无论对于互联网金融企业还是投资人来说，加强信息披

露都具有极为重要的意义，既有助于保护投资者的合法权益，也是促进互联网金融企业持续健康发展的必要前提和保障。

尤其需要注意的是，在互联网金融创新过程中并非要无原则地降低门槛、提高风险容忍度，而是从业机构需要有业务门槛、制度门槛和技术门槛，金融消费者投资人也需要有门槛。在实践中，许多互联网金融创新针对长尾人群拓展业务，同时需注意长尾人群的风险承受度或许又比较脆弱，这就又有长尾风险在那里。考虑到众多“长尾人群”的专业性程度低、容易受到误导，因此与此前监管部门和业界强调“卖者尽责、买者自负”的理念有所不同，对于互联网金融和金融科技活动，正如互金协会会长李东荣近期强调的，应当注意“卖者有责，进而推动买者自负”。

据研究表明，面对新技术影响下的金融创新，各国都体现出几方面的监管导向：(1)关注金融业务本质，根据其业务属性，纳入现行金融监管框架，进行归口监管；(2)重点关注是否存在募集公众资金、公开发行证券、从事资产管理和债权拆分转让等行为；(3)根据匹配性监管原则，按照法律授权对小额、有限范围募资活动适度简化监管程序；(4)针对互联网特点，更加注重信息披露和投资者保护。由此可见，信息披露已经成为监管模式进行适应性优化的重中之重。

互联网金融活动的信息披露虽然有一定特殊性，但其具有的金融本质并没有变化，这就需要符合现有对金融业的相关规定。如央行发布的《金融消费者权益保护实施办法》，其中第十五条就指出，“金融机构对金融产品和服务进行信息披露时，应当使用有利于金融消费

者接收、理解的方式。对涉及利率、费用、收益及风险等与金融消费者切身利益相关的重要信息，应当根据金融产品和服务的复杂程度及风险等级，对其中关键的专业术语进行解释说明，并以适当方式供金融消费者确认其已接收完整信息。”这些阐释了金融信息披露的基本原则，就是“让人明白”、“不把简单的东西讲复杂”。

对此，央行副行长易纲近期也透露，央行正在考虑提出“负责任的金融”理念，要让金融消费者获得合适的金融服务，并且承担适当的金融风险。“把信息告诉消费者，要让他们知道他们承担了什么样的风险，要让他们知道他们的金融行为和金融服务的后果。”

当前，在推动互联网金融信息披露的过程中，为了避免扭曲和误导，就要把标准作为重要的依托，从而保证披露形式、渠道、方法、内容的规范性。我们看到，前期央行等五部委联合发布的《金融业标准化体系建设发展规划(2016-2020年)》，明确了金融业标准化工作的四项主要任务和五项重点工程。金融业标准是金融治理体系和治理能力现代化的基础性制度。

通过推动信息披露的标准化，可以帮助消费者识别金融产品或服务销售中可能的信息“陷阱”，如：虚假、欺诈、隐瞒或引人误解的宣传；损害其他同业信誉；冒用、使用与他人相同或者相近的注册商标、字号、宣传册页，有可能使金融消费者混淆；对业绩或者产品收益等夸大宣传；利用金融管理部门对金融产品和服务的审核或者备案程序，误导金融消费者认为金融管理部门已对该金融产品和服务提供保证；对未经金融管理部门核准或者备案的金融产品和服务进行预先

宣传或者促销；非保本投资型金融产品营销内容使金融消费者误信能保证本金安全或者保证盈利；未通过足以引起金融消费者注意的文字、符号、字体等特别标识对限制金融消费者权利的事项进行说明。

此外，为了更好地推动互联网金融的信息透明，一方面是构建从制度到技术进行约束的、围绕金融提供者的主动披露机制，并且确定相应的违规处罚原则。另一方面，还需完善依托政府、监管部门、行业协会实行的被动披露机制，集中性地向公众传递特定信息，使得金融消费者能够对行业或企业存在的问题，有更加全面的认识 and 了解。

最后，加强金融消费者保护不仅需要有效的信息披露，也离不开更加深入的金融消费者教育与专业知识的普及。因为，披露只是保障老百姓能够准确、及时获得金融产品的所有相关信息，但是如果没有任何足够的信息分析识别能力，也会影响到其行为的合理性，损害其利益。所以，只有各方共同努力，下大力气推动金融知识、自我保护意识、理性投资文化的普及，才能从根本上改良金融发展与服务的“最终用户土壤”。