

论 P2P 平台社会网络属性

宋玉颖¹(博士), 刘志洋²(博士)

【摘要】 随着 P2P 平台参与者的增加,人与人之间的社会关系将成为维持互联网金融市场运行与发展的重要一环。在 P2P 市场中,人的相貌都会成为决定借款成功与否的主要因素之一。另外,团体信贷模式则是适应 P2P 平台发展而出现的缓释信用风险的主要模式,其能够有效运行的前提是每个人都处在社会关系网络中,因此每个人为了维护这种社会关系会最大限度地提供准确的信息,降低借款成本和违约率。

【关键词】 P2P 平台; 团体信贷; 社会网络

【中图分类号】 F830

【文献标识码】 A

【文章编号】 1004-0994(2016)11-0107-3

一、引言

金融机构的信贷类型可以分成两种:一种是关系型信贷,由于借款人与金融机构关系密切,金融机构了解借款人内部信息,进而发生的信贷关系;一种是正常流程信贷,即金融机构根据正规流程对借款人发放的贷款。互联网技术在金融领域的运用使得网络金融体系逐渐形成,传统金融中介的重要性有所降低,因为许多交易可以通过互联网直接完成。随着 P2P 市场的发展,有关传统信用中介是否会消失的争论此起彼伏。Gartner 公司 2008 年预测,在未来若干年后,以 P2P 平台为代表的社交网络信贷平台会占据世界零售信贷市场以及理财规划市场 10%左右的份额。Bruene(2007)预测,到 2017 年,美国 P2P 借款总量将达到 100 亿美元。然而不可否认的是,由于存在样本选择偏差,相对于传统信贷市场我们确实无法完整说明 P2P 平台是否促进了信贷的可获得性。平台借款人可能本身就是自身信用水平低、被传统金融机构拒绝的借款人。Agarwal 和 Hauswald(2008)认为小企业主会进行自我选择,主动进入 P2P 平台借款,因此无法直接比较小企业主在 P2P 平台与传统金融机构的借款成本。

以 P2P 平台为代表的互联网金融的发展进一步增加了金融的社会属性,使得金融的普惠性更为突出。P2P 平台将更为广泛的社会群体纳入复杂的、充满信息不对称的金融体系中。人的社会属性与金融交易信息不对称性的叠加使得 P2P 平台的社交网络性更加突出。因此有必要从社会属性的角度研究 P2P 平台的发展路径,以期为我国 P2P 平台的健康发展

提供理论参考。

二、人的相貌特征与平台借款成功率和利率的关系

人的本质属性是社会的,人的相貌特征是每个人在日常交往中被关注的主要外在特征。人的相貌在金融交易中是通过增加相互信任度来影响最终交易结果的。在信贷市场中,个人外表特征与个人信用水平密切相关(Stein, 2002)。社会心理学家研究表明,人们会根据陌生人的长相来形成对其的最初印象。社会学家认为,人的长相可以预测其未来的行为结果。Rivina(2008)指出,借款人的相貌和外表是否显得可信度高、是否超重以及借款人照片效果如何都会影响借款人是否成功获得资金。Rivina(2008)认为借款人外表特征对借款成功率影响很大,比如在同等条件下,相貌平平的借款人要比仪表出众的借款人的借款利率高 146 个基点。Rivina(2008)测算表明,借款人提供自身较好的照片能够提高融资成功概率 0.7 个百分点,降低利率达到 82 个基点;如果是女性借款人或者借款人照片显得信用可靠,则成功融资概率会分别提高 1.37 个百分点和 1.69 个百分点;如果一个人超重,成功融资概率会提高 5.2 个百分点;照片戴领带以及发一张家庭合影对融资成功率和借款利率没有影响,但发工作场景照片有助于降低利率。

借款人的相貌、照片和自我描述也会影响贷款人的决策。Herzenstein 等(2008)研究了 2008 年 6 月 Prosper 平台 5000 笔贷款的数据,发现借款人的财务状况和长相会影响借款是否成功。Rivina(2008)使用 2007 年 3 月 12 日~2007 年 4 月 16

【基金项目】 吉林省社会科学基金项目“吉林省依托互联网金融发展小微金融对策研究”(项目编号:2015BS32); 东北师范大学自然科学基金项目“互联网金融风险与监管研究”(项目编号:2412015KJ029); 吉林省教育厅项目“吉林省依托互联网金融发展小微金融对策研究”(项目编号:2015-542)

日 Prosper 平台 12000 笔贷款的数据进行实证分析,发现长相更好的借款人会更加容易获得贷款,成本也更低。贷款人之所以如此在意借款人这些“软”信息,是因为他们认为这些“软”信息所传递的信息与还款能力密切相关。比如在同等条件下,相貌好的人在劳动力市场中工资会更高,因此还款能力会更强(Hamermesh 和 Biddle, 1998)。同时社会心理学研究也表明,人们更偏好于将相貌好与更可信、社交技巧更强、健康和更有竞争力联系起来,而不管事实如何。

三、P2P 平台社会属性的重要体现——团体信贷模式

P2P 市场存在去中介化效应。对于市场来讲,中介的作用在于促成买卖双方的交易,主要体现在:第一,提供交易完成服务;第二,提供专业知识服务;第三,增加产品和服务的可交易性。然而随着互联网技术的发展,买卖双方接触更为容易。即使交易比较复杂、充满不确定性,互联网仍然能够通过降低信息不对称和交易成本促进交易的直接完成,从而导致了传统交易中介地位的降低。因此许多学者预测,P2P 借贷市场会威胁传统金融中介的生存,借贷市场会出现去中介化,但现实并非如此。Sarkar, Butler 和 Steinfeld(1998)以及 Hagel 和 Singer(1999)在互联网与金融融合之初就指出,互联网与金融的结合会产生新的中介形式。P2P 市场给新型中介的产生创造了机会。尽管在 P2P 市场上信贷关系可以直接发生,但新型中介也一定会出现。这种新型中介形式可以称之为“信贷团体(Groups)”。

贷款人不断地从市场学习的机制是 P2P 平台不断降低自身交易成本的有效机制。如果每个人都在不断从市场中学习,则会出现 Ray(2006)指出的预测金融市场会产生非常准确的信息,即这些准确的信息是集体智慧的结晶。Malone 等(2009)认为,集体的猜测在信息无法清晰获得的情况下能够获得最优的结果。Golub 和 Jackson(2010)指出,在特定的社会网络中,集体的思维也会与个人具有相同之处。他们进一步指出,由于 P2P 平台具有很大的不确定性,借款人信息难以获得,投资者的专业性有限,因此 P2P 平台的经营环境符合上述集体决策的场景。

P2P 信贷交易市场中,金融中介会以新的形式出现并发挥作用,尤其会通过降低信息不对称水平改善借款人的信用状态,进而给借款人带来价值。P2P 市场中的新型信用中介的主要贡献在于审查借款人。授权审查借款人有助于借款人成功融资,因为新型金融中介所给出的信用评论会向市场发出信号,表明借款人的信用水平。同时如果该中介也对该借款人发生竞标行为,则更有助于降低借款人的利率水平。

P2P 平台是沟通借款人与贷款人的桥梁。P2P 平台的交易者大多数是个人,机构借款人占比相对较少。在 P2P 平台上,信贷交易发生在使用虚拟名称的个体之间,因此借款人和贷款人之间一定存在信息不对称。且 P2P 平台借款人往往不提供抵押品,贷款人面临的违约风险极高。尽管是匿名交

易,P2P 平台还是会列出借款人的相关信息。贷款人可以使用这些信息对借款人的信用水平进行定量和定性的分析。虽然这些信息的准确性、完整性以及一致性值得怀疑,但仍然有助于贷款人的决策。同时平台一般要求借款人提供其自身背景、家庭资产负债状况以及贷款使用用途等信息。这些“软”信息是人为要求的,其准确性也需要验证。因此在这种情况下,借款人有动机粉饰自身的信用水平。

为了降低借款过程中的信息不对称,贷款人必须对借款人的信用水平进行甄别。即使在 P2P 网站中发布大量有关借款人个人信用信息的指标,但贷款人如何运用这些指标得出正确的信用水平评估,对其来讲仍是一个大的挑战。在此背景下,P2P 市场仍然需要一个中介来评估和缓释信用风险。一个好的做法就是,所有借款人都可以申请加入某个团体。团体的负责人负责制定入团标准,管理该团体成员的行为。在 P2P 借贷市场中,会存在大量的这类团体,每个团体就是一个小的社区,成员之间的关系可以为同事、朋友、同学,甚至是有共同爱好的人。此团体能够降低信用风险的核心机制是:当人们属于某一团体时,其行为方式会更有责任,要为团体内其他成员考虑,从而其有动机最大限度地降低违约率。团体负责人的主要工作就是对团体中每个人的信用水平进行评估。在此团体内,成员相互说明各自的收入状况,可以将无法对外界公开的信息汇报给团体负责人,团体负责人运用这些无法公开的信息对借款人的信用进行公正的评估。团体负责人甚至可以与团体中借款人的雇主确认该成员的准确收入,以便评估信用风险。

团体负责人对成员信用水平的评估是非常消耗时间的,对每个成员往往需要花费几个小时做尽职调查。但形成团体并成为负责人也有其内在的激励机制。内部的机制在于奉献所得到的心理享受,或者从领导一个团体中可以维持一种社会关系。外部激励在于经济上的激励,最典型的就是对团体负责人给予奖励。自从 2007 年 9 月 12 日起,Prosper 平台就允许各团体负责人收取一定的中介费用。而借款人向团体负责人披露其信息的主要动机在于低成本得到资金支持,团体负责人要监督借款人的还款过程。一旦某借款人违约,Prosper 平台会通知此团体负责人,由其负责催促还款,或者进入集体还款环节(Community payments),由此团队成员对该借款人进行一些资金支持。从这个意义上讲,团体负责人是借款人与贷款人之间的中介。虽然 P2P 平台降低了传统存款性金融机构的地位,但无数团体负责人却成了新的信息中介。团体负责人承担了润滑资金流转的作用,其机制就是提供信息担保,降低信息不对称性,并监督还款流程。

四、以团体负责人为代表的新型金融中介的价值

中介的作用主要是解决交易成本和信息不对称问题。P2P 市场会产生多个中介,借款人应该关注这些中介的声誉,因为声誉代表着借款人信用评估的水平。虽然对于借款人来

说会存在中介费用,但可以通过降低借款利率的方式进行弥补。逆向选择和道德风险问题的存在使得市场解决信息不对称问题存在很大局限性。许多贷款人同时监督一个借款人的成本是非常高昂的,同时也会存在免费搭车的问题。作为“委派的监督者(Delegated monitors)”,Diamond(1984)认为金融中介可以解决信息不对称的问题。在P2P市场中,由于许多贷款人向同一借款人发放贷款,贷款人又面对着无数的借款人需求,因此贷款人需要中介帮助识别借款人没有公开的私人信息,帮助评估信用风险和确定借款利率。此项工作费时耗力,因此需要团体负责人作为中介处理本团体中借款人的私人信息并向市场提供。此种中介形式的存在实现了信息提供的规模效应。由于借款人往往不愿意向公开的借贷市场提供太多的私人信息,因此需要中介对这些信息进行加工后再提供给市场,即此类型中介的存在有助于信息的分享(Bhattacharya 和 Chiesa, 1995)。

形成团体给借款人带来的好处如下:

第一,属于某一团体的借款人的借款利率会更低。在金融市场中,借款人可自愿披露私人信息。当借款人属于某一团体时,借款人可以根据自身财务状况向团体负责人提供私人信息,由此避免私人信息大量外泄。团体负责人则根据借款人提供的这些“软”信息来评估借款人的信用等级,并将这些信息保存下来。当形成团体时,借款人的信用评估会更为准确,因此借款利率会更低。此外,团体负责人不仅仅负责贷前信用风险评估,还要负责贷款还款监督,尤其是当多个贷款人贷款给一个借款人的时候。一旦借款人违约,Prosper平台会通知此团体负责人,由其负责催促还款,或者进入集体还款环节(Community payments),由此团体成员对该借款人进行一些资金支持,即形成了共同保险机制。总之,团体负责人降低了贷款人的信用风险,因此借款人的利率应该会更低。

第二,团体负责人推荐借款人或者参与对某一借款人竞标与借款利率高低密切相关。由于存在有关借款人信用水平的信息不对称问题,贷款人使用的是公开的信号评估信用风险,而可观测的相关行为往往是主要的信号来源。在P2P市场中,团体负责人的推荐应该是关于借款人信用等级的重要信号。因此借款人有动机向团体负责人提供足够多的“软”信息,以争取获得团体负责人的推荐。而这种推荐行为会被市场中的贷款人认为是信用等级高的标志。然而需要注意的是,市场对团体负责人处理信息的能力还是存在怀疑的。因此,当团体负责人参与了其推荐的借款人的竞标,则市场应该认为团体负责人的推荐是可信的。所以,团体负责人参与竞标的行为会降低其推荐的借款人的借款利率。

第三,声誉水平高的团体有助于降低借款利率。为了有效解决团体评估的误差,P2P市场需要根据团体负责人对借款人评估的准确度给这些团体设定等级,以代表其声誉。等级代表了某个团体的还款表现,如果某个成员违约,就会降

低团体等级。因此,从这个意义上讲,团体的等级有助于约束个体的行为。同时此等级也代表了该团体负责人对借款人信用风险评估的准确度。团体声誉机制有助于防止团体成员与团体负责人形成共谋,从而避免借款人通过贿赂团体负责人来获取团体负责人的推荐和竞标。此机制有助于增加团体负责人行为的可信度,从而有助于降低借款利率。

第四,从属于大型团体有助于降低借款利率。当决定加入某个团体时,借款人需要决定到底加入哪个规模的团体。从关系信贷理论来看,规模小的团体成员之间关系更亲密,可能更有助于团体负责人了解每一个借款人。然而在P2P市场中,借款人会更偏好于大型团体,因为大型团体交易机会多,获取资金会更加容易。大型团体中信息共享充分,成员内的互相监督会增加成员的还款意愿。Armendariz de Aghion(1999)认为,团体规模越大,相互之间的监督作用就越强。在团体形式中,相互之间监督机制的加强有以下几个原因:成员的背景基本相同,比如属于同一家公司的雇员、同一个区域、同一所学校或爱好相同等。基于这些建立的一个社区,相互之间的社会关系存在Besley和Coate(1995)提出的社会制裁威慑。某人如果违约,大家会承担,此时个人债务会演变成集体债务,因此不仅仅是团体负责人会有或有负债。这些优势会被贷款人察觉,反应在借款利率的降低上。

五、总结

互联网金融形态的产生给金融体系带来巨大变革,但互联网金融并没有改变金融的本质。无论是在互联网金融业态下,还是在传统金融的服务中,由交易双方信息不对称导致的信用风险都会影响交易的顺利进行。以P2P平台为代表的新型借贷形式会将更为广泛的人群纳入金融交易中,而传统金融中介的信息处理作用将不再适合互联网金融业态。因此P2P平台需要靠人与人之间所形成的社会网络解决信息不对称问题,从而最大限度地降低信用风险。在此市场中,不仅人的相貌会成为决定借款成功与否的主要因素之一,人的其他社会关系也会影响借款的成功率和借款成本。团体信贷模式则是适应该潮流而产生的P2P平台缓释信用风险的主要模式,其能够有效运行的前提是每个人都处在社会关系网络中,因此每个人为了维护这种社会关系会最大限度地提供准确信息,降低借款成本和违约率。实践也表明,P2P平台此种运营模式能够缓解信贷市场中的信息不对称问题。我国P2P平台发展也应积极借鉴此模式,从而使得更多群众享受到现代金融所带来的方便与快捷。

主要参考文献:

Ray R.. Prediction markets and the financial wisdom of crowds[J]. The Journal of Behavioral Finance, 2006(1).

作者单位:1.中国农业银行长春培训学院,长春130012;
2.东北师范大学经济学院,长春130117