

# 审慎“上新”，征信系统建设稳健前行

本报评论员 韩辐超



这不是一次单纯的系统优化升级,还让征信系统提升了权威和公信,为社会征信体系的未来建设提供了较为成熟的思路和模板。

据1月19日《新京报》报道,中国人民银行征信中心于1月17日启动二代征信系统切换上线工作,自1月19日起,征信中心面向社会公众和金融机构提供二代格式信用报告查询服务。与一代征信系统相比,二代征信系统在信息采集、产品加工、技术架构和安全防护方面,均进行了优化改进。

作为中国人民银行建立的国家金融信用信息基础数据库,一代征信系统于2006

年运行,截至2019年底,系统收录了10.2亿自然人、2834.1万户企业和其他组织的信息。2019年,个人和企业征信系统累计查询量分别为24亿次和1.1亿次。如今,经济社会的发展,对增加征信有效供给、提升征信服务水平提出了新要求,金融科技的发展也为进一步提升征信系统服务能力提供了技术支撑。征信系统的更新换代、优化升级,顺应了客观形势,比较全面地回应了公众关切。

首先,新系统在信息展示上有增量,让征信体系更充实和完善。比如将增加展示“共同借款”“个人为企业提供担保”“就业状况”“国籍”“联系电话”等信息,个人还款记录新增了“最近2年的逾期金额”;企业信息增加展示“上级机构”“企业规模”“所属行业”等。

其次,新系统更尊重被采集主体的知情权,更加注重信息安全。比如针对先前公众关心的是否将水电费缴纳情况纳入征信的问题,新系统只是预留了个人水电费缴费信息的展示格式,未来在数据源单位取得信息主体授权同意,并确保数据质量和安全后,才会进行采集和展示。再如客户一旦发现信息被滥用,可在征信报告上发布“反欺诈警示”,以

提醒金融机构,对客户和金融机构起到保护作用。

第三,新系统兼顾效率与公平,堵上了可能的漏洞。比如新系统上线后,各机构需在采集时点T+1天向征信中心报送数据,而之前征信数据的更新可能需要1个月甚至更久,这意味着以后想利用这段时间差申请贷款将行不通。再如新系统还将增加展示“已销户贷记卡近5年还款记录”,如果想通过还清欠款后销户的方式“洗白”征信报告,5年内都不可能。

轮胎于金融领域的征信体系,如今已经越来越多地被应用到广泛的社会生活领域,包括开始作为一种监管利器,用来破解社会治理难题。然而一段时间以来,一些部门、机构随意扩大征信范围,引发舆论质疑。征信这把“尺子”究竟该量些什么、怎么量,哪些事项才能名正言顺地与“信”字挂钩,一度成为热议话题。如何既在纳入事项、应用场景上有所节制,又使系统本身及时得到细化和扩容,满足经济社会发展的需求,其中尺度、分寸的拿捏尤为关键。

此次征信系统“上新”,最大程度地避免了征信系统的滥用和误伤,既与时俱进,又不

失稳妥与谨慎,因而收获了一众网友的点赞。某种意义上说,这不是一次单纯的系统优化升级,还让征信系统提升了权威和公信,为社会征信体系的未来建设提供了较为成熟的思路和模板。

征信系统的建设和发展绝非一劳永逸之事,当前仍存在不少待解问题。比如,在将某种行为尤其是负面行为纳入信用报告前,是否应把通过法律途径解决未果作为前置条件?一些地方和部门在联合激励和惩戒过程中,措施和标准如何统一?在央行征信系统外,一些正规的市场化征信机构初具规模,各地也推出了如福州的“茉莉分”、郑州的“商鼎分”等本地版的个人信用积分系统,如何避免重复建设,厘清各自定位和应用范围,实现相辅相成?这些问题都需要相关制度和法律法规予以进一步规范。

社会征信与每个人的生活息息相关。眼下我国已经建立了全球规模最大的征信系统,如何在充分调研、倾听民意的基础上,科学、谨慎决策,将与信用相关的信息用对、用好,考验着职能部门的智慧和能力。期待这一系统在不断探索和调整中日渐完善,以更过硬的应用效率,发挥理想的治理效能。



王瑜

这两天,河南开封一家开张10年只招聋哑人工作的面馆温暖了网友。店里除老板之外,7个厨师和服务员全是聋哑人。店面的招牌上写着:无声的服务,有爱的世界……您的到来为聋哑人提供了一份工作、一份收入和一份对正常世界生活的追求。

看到照片上聋哑人服务员快乐宁静的表情,我的心瞬间释然。关注报道残疾人领域十余年,最初某种“居高临下”,甚至不自觉带点优越感的态度,悄然发生转变。

从首位盲人女钢琴调律师陈燕到享誉国际的盲人钢琴家孙岩,从全国自强模范获得者王勇到连续两届残奥会冠军赵帅,从被遗弃的脑瘫女童到心智障碍的孩子,从盲人足球双胞胎运动员到高位截瘫的兄妹创业者,再到孤独症患儿家长……他们曾经都是我的采访对象。

我最深刻的沉淀是,他们并没有身处劣势之感,反而带给人一种活力、一种精神,一种不愿向命运屈服、扼住命运喉咙的勇气和力量。他们身上散发的自信、自尊和从容,让我深深震撼。

“只有障碍的环境,没有障碍的人群”,这是联合国倡导建设残疾人无障碍生活环境的理念。

不少在国外工作过的残障朋友对我说,一些发达国家无障碍理念和建设起步较早,发展较为成熟,残障人与健全人一起工作或残健融合的团队比较普遍。近些年,我国无障碍硬件环境建设进展迅速,在保障残疾人出行、工作、休闲娱乐等方面取得不错成效,但不少民众对无障碍理念的普及和认知尚存一定距离。

偏见是源于对残疾人群体缺乏了解。很多人想当然认为残疾人就是弱势群体,实则弱势与否与身体残疾并无直接关联。比如一度被公认为残障程度最重的孤独症患者中,居然有些孩子表现出超常的绘画天赋,被誉为“来自星星的孩子”。正如残疾人群体中那句流传甚广的话:上帝为你关上一扇门,同时也会为你打开一扇窗。

中国残疾人事业先行者邓朴方有句名言:人们对于残疾人不是不理解,而是不了解;不是不人道,而是不知道。

你可能想不到,4岁时因车祸失去左臂的赵帅,20年后能蝉联两届国际残奥会乒乓球单打冠军。他说这一切源于父亲当初的鼓励:相信他不会比任何一个拥有两只手臂的人差。

你可能不知道,如今已成行业旗帜的中国首位女性盲人钢琴调律师陈燕,独自摸索着入户调琴,很多人直到成为忠实用户才知道原来她是位盲人。陈燕说,她最欣慰的是做这份工作并非靠别人怜悯,而是别人对她专业技能的认可。

“没有残缺的身体,唯有残缺的心灵”。感恩报道对象——成千上万残疾人兄弟姐妹,是他们让我内心充盈,获得成长的力量,更让我远离心灵的残疾。

无声面馆里那群聋哑人,是残疾人群体的缩影。看到他们纯净的眼神、开朗的笑容,我们更有理由相信,没有存在障碍的身体,只有存在障碍的环境。相信随着越来越多的人们真正了解和尊重残疾人,他们的就业和生活将变得更为轻松,更加平等有尊严地融入社会发展。

# 只有障碍的环境,没有障碍的人群

## G图说



## 二维码讨薪

据江苏省电视台报道,为确保春节前涉及农民工工资案件及动态清零,江苏省人社厅开辟“根治欠薪”网上举报投诉专栏,在建设工地等农民工集中的地方张贴维权二维码,确保农民工投诉“有门”,维权有助;运用信息采集、数据共享和智能分析等方式,全方位掌握工资支付动态信息;并组织实施根治欠薪专项督导检查。

每到岁末,农民工工资能否按时足额发放牵动着很多人的心。一段时期以来,被欠薪成为年末农民工群体的心病,而少数恶意欠薪更是酿出过一些悲剧。为农民工及时讨薪、制度性治理欠薪,从国家层面到地方相关部门,都在不断探索。江苏此次的“二维码讨薪”方式,可谓互联网+治理欠薪的一次有益尝试。一方面,二维码如同贴在百姓门上的“门神”,一定程度上警示和震慑着欠薪行为;另一方面也畅通了举报途径,相关部门更可接诉即办、主动作为。治理欠薪是系统性工作,期待能有更多有益尝试共同发力。

赵春青/图 嘉湖/文

# 限塑再出发,啃硬骨头我们是认真的

有了明确的时间表。因此,意见一经发布就迅速成为公众关注的热点。

限塑令与百姓息息相关:有偿购物袋是继续收费还是取消?新版限塑令会影响生活的便捷性吗?由于曾经的“限塑令”效果并不明显,比如政策出台后,相关企业的产量差别不大,超薄塑料袋的生产死灰复燃等现象,因此公众对于新版限塑令的执行力难免也会产生疑问。

此前的限塑令没有发挥出预期效果,一是因为公众的使用习惯和观念难改,塑料袋成了辅助消费的刚需用品;二是购物袋收费多是三五角,“经济限制”作用不明显;三是限塑令没能从源头上真正限制住相关企业的生产经营行为,相应的惩罚措施不足、力度不够。

发布新版限塑令有着更为现实的必要性。白色污染是环境治理领域中的一个极为

令人头痛的难点,塑料产品其难以自然降解,影响农作物吸收养分和水分,导致减产;焚烧则可能导致空气污染等二次污染,其产生的废气往往含有有害物质,影响人类和动植物健康,等等。

显而易见,新版限塑令考虑到了方方面面的诉求,设计了操作性较强的时间表——这是一种过程意识,解决问题不是一蹴而就的。正因有了时间过程这一缓冲地带,我们更应理性面对环境问题和思考自身的行为观念。

不可否认,限塑令会直接打击到一批研发生产能力不足的企业,但从长远看,“塑料革命”才刚刚起步。研发价廉的可降解替代材料、创新生产经营模式等,都为未来的材料学、化工产业等领域提出了新的命题,一点突破,都是飞跃。

对消费者而言,观念的革新往往是伴着痛苦的,正如当年限塑令出台后,塑料购物袋要花钱购买,让人一时不爽,现在也都习惯了,这客观上对环保产生了很大的作用。如今,新版限塑令若能严格执行,未来在买菜购物、收发快递等生活常见的场景中,必然会出现一定程度的不适应、不方便。但是,着眼于绿水青山的角度,观念的迭代也是一种必然——当我们为全面禁止进口洋垃圾而叫好时,当我们普遍接受并认可垃圾分类时,限制生产和使用某些类型的塑料产品,也应当成为一种必然选择,并为此形成共识。

当然,还应尽快完善支撑保障体系,建立健全法规制度和标准,将塑料污染防治纳入相关法律法规要求;更新发布塑料制品禁限目录;完善再生塑料质量控制标准,规范再生塑料用途;建立健全电商、快递、外卖等新兴领域企业绿色管理和评价标准等。

在短期的利益、便捷与未来的生存环境之间做选择,一点都不难。多一些期待与认同,共同为绿色生活发力,是我们每一个人的责任。

# 做大做强春节旅游,除了优惠价还可以有更多

余明辉

据媒体报道,2020年春节将至,旅游市场将迎来一波高峰,全国多地掀起景区门票降价潮,推出优惠政策吸引游客,莫高窟、千岛湖、布达拉宫等景区对公众免费开放,故宫、九寨沟等一大批知名景区门票下降。

新春来临之际,不少景区结合自身实际,推出不同程度的门票优惠措施,体现了经营智慧,对广大游客来说也是一个利好。但是,就做大做强旅游产业来说,还可有更多举措和探索。

首先,在“门票经济”仍高烧难退、门票整体水平已然不低的语境下,人们希望有更多景区能够免票或大幅优惠,而且不仅是短暂的免门票或打折,而是有更长远的优惠措施——有人来,且长期有人来,是一个地方发展壮大旅游产业的先决条件。

就国内现有景区免票或优惠的经验看,不管是长期免票的杭州西湖景区,还是一些开展季节性、区域性、特殊节点免票或优惠的景区,虽然直接的门票收入可能大减,但就其促进当地旅游人数增加、餐饮零售等相关的总收益看,不但没有减少,反而出现大幅增加。

其次,各地景区春节打折的直接目的是希望吸引游客。就以往实践看,这的确能够起到一定作用,但这种方式有式微趋向。比如,这种方式被越来越多的地方和景区效仿,已经不再具有差异化竞争的优势。最关键的是,随着游客需求越来越多元化,旅游体验的诉求多样化,景区单纯靠门票降价+不变的景观,不能有效满足游客需求。

然而,时下不少地方的景区虽然想到通过门票降价等方式吸引游客,但在提升游客的黏度、景区差异化特色、提升服务质量等方面却并没有太多的改观,缺乏足够吸引力。

做好春节旅游这盘“大餐”,让其有与众不同的“味道”和特殊吸引力,门票优惠乃至免门票,只是基本动作。更重要的是,提升景区的年味,以及提高服务水平。提升春节旅游经济活力,打造春节旅游品牌,不仅仅是景区自己的事,还关乎一个地方其他的政府部门的事,政策的倾斜、文旅宣传的创新等,都需要更加精细化。

对景区而言,推出春节旅游优惠迈出了可贵的一步,但接下来如何提升景区内在魅力,进而增强吸引力,无疑比出台门票优惠政策本身更考验智慧和决心,更值得思考和研究。