

新媒体在我国现代金融中的价值与责任思考

成 哲

中国传媒大学, 中国·北京 100000

【摘 要】新媒体技术和互联网科技的不断发展给各行各业带来了极大冲击,新媒体在现代金融中打破了原先单一的市场信息传播功能,以市场营销宣传渠道、电子商务、互联网金融等方式与现代金融不断融合。在此基础上,我国金融市场多样化的参与主体、不断衍生的新型金融产品、多变的交易模式等带来了更加复杂的金融风险,同时也激化了传统金融监管在新媒体相关金融中滞后的矛盾。本文以此为背景,分析新媒体在我国现代金融中角色转变的价值与风险并思考当前环境下,新媒体更应承担的责任所在。

【关键词】媒体金融; 媒体责任; 金融监管

Thinking on the Value and Responsibility of New Media in Modern Finance

Cheng Zhe

Communication University of China, Beijing 100,000, China

[Abstract] The continuous development of new media technology and Internet technology has brought great impact to all walks of life. New media has broken the original single market information communication function in modern finance, and constantly integrates with modern finance by marketing and publicity channels, e-commerce, Internet finance and other ways. On this basis, the diversified participants of China's financial market, the continuously derived new financial products, and the changeable trading modes have brought more complex financial risks, and also intensified the contradiction of traditional financial supervision lagging behind in the new media-related finance. Taking this as the background, this paper analyzes the value and risks of the role change of new media in China's modern finance and thinks about the responsibilities of new media under the current environment.

[Key words] Media finance; media responsibility; financial regulation

早期的媒体金融更被关注到的是其作为信息中介拥有的降低信息获取成本和信息不对称性的价值以及其传递信息过程中对投资者情绪、决策的影响意义。而现在,新媒体打破地域、时间限制的特性加倍放大,它不再仅仅是一个多元化信息交流的平台或是通讯、娱乐、社交的载体,更能参与甚至主导日常生活的衣食住行,使得其在金融市场中承担更加重要的经济角色。也就是说,其在原有基础上的价值被不断放大,甚至成为资本市场创新出的新金融模式并逐渐演变成为一种趋势。

虽然这一趋势正在逐步正向发展,但由于其发展时间较短以及背后牵扯到众多金融权利等原因,其风险和不足之处也更为凸显,影响范围也更广泛。因此,除了新媒体在金融市场所产生的经济效益外我们更应关注新媒体在融合过程中所承担的重要责任,更好地把握其在我国金融高速发展时期所带来的契机。

1 新媒体的经济角色转变与价值

1.1 从“信息传播中介”到“经济活动的直接参与者”

媒体作为金融市场信息的主要供给者与金融牵连甚久。相较于传统媒体,新媒体以互联网金融信息的传播范围之广、传播速度之快、影响之深、降低传播成本等特点丰富了其作为媒介的功能与意义。同时更因其背后能够打破时间与空间限制,流量聚集、交易快捷便利等优势为金融市场开拓了新的领域,利用新媒体开展经济活动更受到市场广泛接纳。

最近极流行的直播经济十分具有代表性。有关数据显示,截止到2020年6月本年度已累计直播量达1000万余场,每次直播观看人数高达500亿,直播带货商品超2000万。^[1]再以购物平台淘宝为例,618期间的直播成交金额同比增长超250%。直播的火热,给各行各业带来了新机遇。例如在传统银行,过去宣传销售一项理财产品需要长时间的周期,从介绍、宣传到

销售及后续服务耗费时间成本、人力成本巨大,且过程是点对点的,结果也常常不尽如人意。受直播热潮影响,中国银行、交通银行、工商银行等纷纷在其手机银行APP上线直播功能,不仅迅速同时期汇集大量客户资源,随时随地在线提供服务、增强客户间交流,更通过介绍理财知识、推出财经节目等特色新媒体活动更好为线上APP业务引流、进一步树立了品牌形象。

其次,是平台的搭建。从各大第三方支付平台的普及到如支付宝“花呗”、京东“白条”的信贷平台再到腾讯理财通、度小满金融、京东金融等互联网理财平台。这些平台往往关联方众多、业务涉及面广、功能齐全、资源聚合、服务多样化,更能全面满足客户需求,据了解,如京东金融已与银行、保险公司、基金公司等近千家金融机构合作,相继推出白条、基金、银行理财、小金库等近万只金融产品,涵盖理财、借贷、保险、分期四大业务板块。曾经线下需要对接不同机构才能进行的金融活动如今通过一个平台便可以完成。多媒体融合下的新媒体金融平台逐渐成为主流交易途径。

1.2 从“辅助者”到“竞争优势”

新媒体的另一个显著价值就是比传统媒体更加深对公司决策的影响。曾经传统媒体因为公众信任度的高度凝聚,其报道的信息一定程度上影响着投资者行为和公司决定,在金融市场起到侧面推动的辅助作用。而现在,新媒体中的信息迅速、全面、公开透明,加上自媒体、社交媒体的盛行,俨然已成为信息来源的最常见途径。一方面,金融市场在新媒体上的信息引导、营销宣传成为最普遍的方式;另一方面,新媒体中“私域化场景”、“消费行为社交化”等特征使得占据新媒体资源、平台的企业的竞争优势更为明显。金融市场管理中的“媒体管理”早已不是简单的“信息管理”、“公关处理”,更

成为企业树立竞争优势不可或缺的一部分。

1.3 从“法外监督”到“监管推动”

媒体被广泛认可的另一重要价值就是对金融市场具有积极的法外监督作用。尤其是通过不良信息的披露曝光有助于维护公众利益并影响公司决策。新媒体的应用发展一方面加深了信息曝光的广度,进一步完善媒体舆论监督的功能价值,另一方面促进行政介入和法律法规的完善。如互联网金融中包含互联网和金融两大自身风险极高的行业,因此互联网金融从技术应用、信息来源与传递的安全、金融交易平台安全、隐私安全、种类繁多的新型金融产品等各方面都需要法律的监管保护。从这一角度看,相较传统金融行业各部门各司其职的监管模式,新媒体与金融的融合更促进多部门协调、共同监管,完善过去监管中的不足。

1.4 制造多种可能 创新金融理念

近年来,金融供给侧改革理念被提出,新媒体与金融融合更起到了积极促进作用。通过大数据测算等新媒体技术,生产商更能够精准定位市场需求、放大产品特性,推动定制化生产从而降低信息不对称性的弊端;同时,新媒体又倒逼产业实施智能化升级、完善服务,形成良性新型竞争,提供更多市场机遇,如许多应用数据挖掘、机器学习等技术的新型信息分析和预测服务商的日益崛起,给更多金融产品或交易提供新的思路,推动金融理念不断创新。^[2]

2 面临的不足与监管风险

新媒体与金融的融合还处于高速发展时期,存在的弊端除去新媒体与不同金融主体自身发展的不充分,还值得关注的是受众。党的十九届五中全会上,首次提出实施积极应对人口老龄化国家战略。尤其在我国的金融市场中处于市场主体、金融活动需求更多的是中年人,他们对新媒体金融的接纳程度、应用频率以及未来长期维护的客户黏性方式等都是新媒体金融当下值得思考的。

2.1 新媒体准入门槛低,质量参差不齐

新媒体的快速发展,需要更多的优质人才加入到新媒体的行业中,实际情况确是新媒体吸引了大量的从业人员,但是人员素质确是参差不齐,究其原因就是新媒体的准入门槛过低,这也给我国现代金融的发展造成了不良影响。以直播带货为例,直播带货的效果或者说能够实现最大利用完全取决于观看量和购买量,但是随着直播带货平台的增加,同类型直播内容的增加,而观众的时间、购买力有限,这就导致部分直播带货不能够吸引大量的观众观看,直播效果不佳,因此部分直播带货为了获得更多的流量另辟蹊径,博眼球、搞噱头,过度营销卖点,甚至恶意炒作,打色情擦边球,走黄暴路线,这样不仅无法取得预期目标,还会消解观众注意,起到反向效果。

因此,从新媒体平台层面来看,应该承担维持培养更多的优秀人才,重视人才的综合素质培养,在宣传时避免过度营销、软色情等直播乱象发生,在从事金融活动中,应该切实维护消费者利益。相关法律和监管部门要建立健全相关法律法规,防患未然,利用行政力量和法律力量引导新媒体在金融业的发展的正确方向。^[3]

2.2 新媒体金融中的风险更应被重视,尤以监管风险最为显著

新媒体在金融中的广泛应用历时较短,方式多样。传统的金融监管体系在新媒体金融方面还有些滞后,如直播带货模式高度聚集,却也频繁出现问题。最典型的便是直播售假、产品质量问题堪忧。仅职业打假人王海这一月就相继曝光知名网红辛巴销售假燕窝与罗永浩直播贩卖假羊毛衫,掀起一系列网络热议。以罗永浩事件为例,售假被披露后,罗永浩团队与渠道贸易商、供货商互相甩锅、推脱责任,罗永浩团队与渠道商发布声明已同供货

方签署过相关质量保证协议,供货商又表示是发货出现纰漏,逃避售假行为成为网红个人的信任风险与商品质量风险的典型案例。网红通过直播间平台聚集流量,品牌更是瞅准机会依托平台、联合网红与价格优势刺激消费,新的营销模式受到市场欢迎却也给监管带来了困难。一方面,网络销售的产品无法像线下门店销售的产品那样经过层层把关,质量问题自然难以保证;另一方面,在网红带货过程中,网红的言行是否符合网络规范?网红的推荐行为是否属于销售?其对产品的描述是否属实?又是否有一个评定标准?售后又有哪些监管?类似事件是应当为网络监管还是商品交易相关部门监管?直播带货的问题并不少。

同时值得关注的还有对网络第三方支付平台的监管。第三方支付平台的普及相较直播带货模式有段时间了,因此已有相关监管策略。然而比如下发现,相关的政策并不够全面。如近年来频繁被举报和约谈的电商平台涉嫌资金“二清”问题,“二清”本身就是无证从事支付结算业务,相关研究显示,存在挪用客户资金、隐藏非法交易等显著风险。这些风险往往利用网络平台的监管漏洞,性质恶劣、危害较广。因此,相关监管亟待完善。

3 反思与启示

从金融行业整体趋势来看,未来金融科技将成为竞争优势,新媒体在金融行业起到的作用影响也会更深更广,对于新媒体行业来说,随着融合的不断深入,所承担的责任也就更重。

3.1 新媒体信息报道要依法依规

新媒体活动与金融活动都需要依法依规进行,这是原则性问题。尤其是在新媒体信息传播过程中,任何人的言论都能够被看到,任何信息都可能对金融行业产生影响。尤其是牵扯甚广的证券相关信息,在《中华人民共和国证券法》中也明确规定:“禁止国家工作人员、传播媒介从业人员和有关人员编造、传播虚假信息,扰乱证券市场。”因此,新媒体在信息报道、输出时应该对每条信息负责,进行反复认证与核实,确定信息的准确性,不能对大众与金融界予以误导,只有这样的新媒体才能获得良好的活动效果,才能茁壮成长。

3.2 新媒体要承担好舆论监督责任:

舆论监督一直是媒体的基本准则之一。正如十九大报告中提到的:“高度重视传播手段建设和创新,提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。”新媒体的舆论监督虽然并非是强制性的,但却对市场具有良好的监测、约束、反馈与警示功能。新媒体作为媒体的一种,依托互联网快速发展,其具有信息的时效性快与准确性高的双重优点,可以更好的履行媒体的舆论监督责任。近几年,广大金融主体纷纷在相关新媒体平台发布企业公告、声明等,一旦企业出现不良行为,新媒体的舆论反应最为迅速,这也促使企业时刻保持自省。

结语

新媒体是依托互联网产生的新事物,改变了我们原有的餐饮、娱乐、购物等方式,已经渗入到我们生活的方方面面,也直接影响着我国现代金融的发展,其更像一把双刃剑,促进了社会发展进步,也激发凸显很多社会矛盾,如何去合理规避新媒体引发的金融问题,需要社会各界的共同努力。新媒体应发挥媒体的舆论监督作用的同时要广泛应用其信息的时效性、准确性高的优势,为我国现代金融的发展提供新的方向。

参考文献:

- [1] 郑红斌. 直播带货: 眼球经济下的“商品美学教育”[J]. 人民论坛, 2020(18): 3
- [2] 武佳薇. 媒体与金融——一个理论与实务分析框架[J]. 投资研究, 2019, 38(2): 10
- [3] 宋玮. 浅析我国新媒体广告企业的融资困境和解决途径[D]. 复旦大学