

# 「J10 個人信用評分資訊」 現況與改版方向

賴柏志 / 金融聯合徵信中心風險研究組

聯徵中心所研發之「J10 消費者個人信用評分」產品（以下簡稱J10），自2006年4月推出後，迄今已有4年的時間；自J10上線以後，國內消費金融市場發生信用卡與現金卡循環信用之市場危機，即所謂之「雙卡事件」，後續相繼引發金融相關法規之修訂，以及金融機構信用風險管理政策的改變；在2008年下半年又有次級房貸風暴的影響，顯示金融市場的變動是更趨劇烈且頻繁。上述環境之變動，皆造成國內金融信貸市場出現結構性的改變，聯徵中心為因應環境的變動，J10模型亦適時進行兩次微調及一次正式改版，目前則正在進行第三版信用評分模型改版之建置。

在歷經上述之金融事件後，各界對信用評分的相關角色定位及發展方向，皆有更深層的討論，本文嘗試以J10為基礎，針對聯徵中心評分產品之特性及定位進行說明，再介紹J10改版的原因與目標，最後介紹目前改版之主要方向，冀望能使會員機構對聯徵中心J10產品能有更進一步的了解。

## 「J10消費者個人信用評分」之產品特性

### （一）J10評分是通用型信用評分 （Generic Credit Score）

聯徵中心評分模型係綜合所有聯徵中心有關個人信用之資料發展而成，包括各型態之個人貸款及信用卡使用情況，並未侷限於某項消費金融業務，是針對消費者本身之整體信用狀況進行評分，此方式與會員機構是依業務需求為出發點，開始發展評分之方式有所不同；聯徵中心系統是屬於由上而下（Top-down）、會員機構則多屬於由下而上（Bottom-up）方法建置。因此，在應用之廣度上，J10較具廣泛彈性，在個別消費金融業務（如房貸、消費性貸款、現金卡等），或各階段信用管理（如行銷、核貸、訂價、監控甚至催收等）皆有其參考價值；會員機構則偏向客製化評分，對單一產品屬性及深度能有較精緻的處理。

### （二）J10的評分範圍涵蓋性較廣

評分模型很容易產生偏誤的主要原因，是因為金融機構很難利用到所有申請客戶

(Through-the-door) 資料進行模型的建置，婉拒客戶的資料及其未來信用狀況表現之資料，金融機構蒐集此類相關資料的成本較高或無法收集，相較之下，聯徵中心的評分在資料的涵蓋面上就較具廣度，由於J10是針對消費者進行評分，因此，消費者僅需在任一業務與任一金融機構有信用往來，即屬於J10之評分範圍中。在此種資料的特性之下，使得J10評分適合作為標竿 (Benchmark) 指標，會員機構可藉由評分資訊所提供的百分位區間，建立起信用光譜表，利用所有客戶信用評分的相對位置進行風險控管。

### (三) J10評分具有高度的延續性

會員機構建置的評分模型常會因授信策略或市場行銷的業務調整而改變，相對而言，聯徵中心J10評分受此類事件的影響性較小，因此評分的穩定度較高，評分跨期間的對照亦較具參考性，可作為長期趨勢變動觀察的參考指

標。

雖然會員機構可直接查詢其所有客戶於聯徵中心資料進行評分模型建置，但是，因為模型建置樣本客群的差異，以至評分結果所呈現的效果不同。J10評分由於具有上述之特性，評分結果可協助解決會員機構內部評分建置經常面臨的困境 (詳下表二)。

此外，由於聯徵中心評分樣本數充足，允許在區隔分析上進行較細緻的處理，加上聯徵中心研究人員對資料長時間的接觸，因此，聯徵中心的J10仍較會員機構直接查詢其所有客戶於聯徵中心資料進行評分模型建置，具有許多資料面上的優勢。但是，由於會員機構內部評分與聯徵中心J10評分，兩者本質不同，因而具有互補的效果，會員機構內部評分是偏向業務導向，可客製化依目的隨時調整、建置；而聯徵中心J10評分則涵蓋穩定度及全面性之考量，所以，在整合運用上<sup>1</sup>，會員機構內部評

表一 評分配之光譜表

Low-end	Sub prime	None prime	Near prime	Prime	Super prime
---------	-----------	------------	------------	-------	-------------

表二 J10評分與會員機構內部評分的差異比較

會員機構內部評分建置面臨之困境	J10評分所呈現之方式
評分樣本常因市場策略不同而產生偏移	評分樣本是涵蓋跨機構資料，較不易受單一機構的策略影響
無法觀察婉拒客群的特性	J10的婉拒客群是指完全被金融機構排除的客群，相對之影響較小
當違約樣本過少時，模型建置較困難	違約定義是採任一業務在任一金融機構出現信用不良者，違約樣本數較充足
發展新產品時，無相關歷史資料可參酌	評分樣本是涵蓋跨機構資料及跨業務別，無歷史資料相對較少
機構內不同業務有不同評分結果，難以進行比較及整合	評分是針對「人」進行整體信用狀況衡量，因此可跨業務進行比較

1 其他相關的細部作法可詳林思惟，「從信用風險管理談信用評分之整合與應用」，金融聯合徵信雙月刊，2009年8月。

分可著重於發展具內部業務特性的評分模型或區隔結果，再搭配聯徵中心的J10評分，即可建立更全面且具有彈性的風險管理策略。

## J10改版主要原因

從聯徵中心每季發送會員機構的評分監控報告內容，顯示目前J10信用評分模型至最新時點仍舊維持良好之區隔能力，惟聯徵中心仍持續修訂評分模型主要原因如下：

### (一) 近期評分樣本分配出現較大之變動

依一般實務之慣例，評分模型於正式上線後，原則上會因應外在環境的變化而會不定期進行改版。在過去幾年，國內消費金融市場環境持續變化，金融機構之徵審條件亦隨之調整，此現象使評分分配產生較大之變動。從衡量評分樣本穩定性指標PSI值的變化可發現，雖然J10評分模型之區隔能力皆維持穩定，但評分樣本的分配自2009年3月開始，出現較大幅度的移動，顯示評分樣本已受影響。若觀察其中細部變化，可發現整體評分樣本逐漸向右偏移，表示整體樣本之平均信用評分增加。其主要原因可能是目前的J10評分版本使用到部分雙卡事件期間的資料，但自雙卡事件後，金融機構之授信徵審條件趨於保守，信用卡發卡也不再是以追求市場佔有率為主要目標，以致核發新卡條件較為嚴謹，此一現象可從聯徵中心查詢變數中新業務查詢次數逐漸下降加以印證，而使新進客戶之信用品質較佳。因此，在此時點下，使用較新的資料對評分變數進行調整，確有其必要性。

### (二) 新資料可提供模型建立新變數

聯徵中心新版授信餘額月報於2005年開始請會員機構報送；新版信用卡戶信用資料亦於2006年開始請會員機構報送，可以建立更完整的信用資訊，此兩種新資料迄今已累積足夠之資料長度與品質，可創造與衍生新的變數供發展模型之用。此次評分模型之改版，將加強對此類變數之測試與應用，提升信用評分模型整體區隔能力。

### (三) 發展信用評分之技術與觀念之演進

信用評分的發展歷史雖然已超過50年，但相關的建模技術與觀念隨著金融環境的變遷及電腦科技的發展，亦持續有所進展。例如：發展信用評分模型之國際領導機構FICO公司，於2008年推出新的FICO Score；美國三大信用報告機構亦合作推出對抗FICO Score之新評分產品VantageScore。徵信機構之信用評分亦因消費者保護議題、增進信用取得機會議題、非傳統信用資料（alternative data，如：水費、電費之繳費記錄資料）取得之議題等，引發諸多討論與評分模型的改進。聯徵中心持續關切國際上有關消費者信用之重大議題，亦積極參與信用評分相關之各類型國際研討會，希望吸取最新之技術與觀念，進而運用於聯徵中心的評分模型上。

此外，聯徵中心自評分產品推出後，藉由每季舉辦之評分監控報告與專題討論，與會員機構密切交流，會員機構對在評分之應用需求與建議，以及消費者查詢其信用報告時，對信用評分之反應與問題回饋，皆為評分模型改版

之重要參考。

綜合上述分析，目前聯徵中心個人信用評分產品雖維持良好之區隔能力，但仍有一定程度之改善與進步空間，值得聯徵中心再投入人力，針對評分產品進行改版，以提供給會員機構更為精緻且實用的評分產品。

## J10改版主要目標

本次模型改版的三大目標為：模型具有更高區隔預測能力（More Predictive）、增加評分模型的穩定度（More Stable）、會員機構及消費者更能接受評分結果（More Acceptable）。

### （一）具有更高區隔預測能力 （More Predictive）

自J10評分產品推出後，對整體樣本，以及各類消費金融之主要業務別，皆維持良好的區隔效果，此次改版除須持續維持此信用評分的基本功能外，新版J10評分希望能夠更進一步針對各種小眾客群，提供一定風險區隔效果之評分結果，因此，在新版模型之區隔上，會較目前之評分模型(7張評分卡)增加5個評分區隔(12張評分卡)，以提升整體模型之區隔力。

### （二）增加評分模型的穩定度 （More Stable）

在歷經此次次級房貸風暴的衝擊，評分模型之效用遭受到極大的質疑與挑戰：評分結果在景氣衰退時，能否持續具有風險區隔的效果？受外在環境的巨大變化影響下，評分所代表之風險意義應進行何種調整？評分結果之使

用者應如何因應？諸如此類問題，在在凸顯出評分模型穩定度的重要性。因此，對於聯徵中心信用評分於風險管理上之角色定位，以及如何在區隔的預測力及穩定度上取得平衡，以協助會員機構因應外在環境的持續變化，在徵審判斷條件上的調整，是本次評分模型改版與應用持續努力的重要方向。

### （三）會員機構及消費者更能接受評分的結果 （More Acceptable）

會員機構在風險決策時使用評分，或消費者在得知其信用評分後，無可避免的必然會以其知悉之資訊與經驗，對信用評分結果之合理性作一個主觀的判定。當消費者自認本身信用狀況良好，但信用評分結果卻無法反應時，對信用評分的接受度與認同度便會下降；會員機構使用評分產品時，有太多案例是屬於違例（Override），或評分結果、低分理由不符合授信實務之直覺，必須進行高分拒絕或低分核准情況時，對信用評分的信任度便無法提昇，因此如何在評分的設計規劃上，考量此類因素，增加使用者對信用評分的接受程度，亦是改版的重要目標之一。

## J10改版主要方向

在評估評分模型之現況後，為持續達成上述之目標此次評分模型改版，主要的重點方向分為下列幾點：

### （一）整合企業與個人信用資訊

聯徵中心的資料內涵，相較於與其他國際徵信機構，其中最大的特色即是聯徵中心資料

庫同時擁有企業與個人的信用資訊。相關研究顯示，此兩種資訊之交叉運用，對於借款人(不論是企業或個人)信用之評估，有顯著之邊際效用。所以，此次模型改版中我們嘗試將各類型的企業負責人，獨立區隔進行評分卡建置，並尋找具區隔能力、有合理性且為會員機構及受評對象可接受的企業變數納入評分變數中。例如，獨資合夥企業主須對該企業負無限責任的情況下，其相關企業資訊對個人信用好壞將產生直接影響，此類企業相關資訊對個人違約與否，若具有風險區隔效果，變數亦符合經濟直覺與合理性的情況下，即可考慮納入評分變數。

## (二) 針對特殊客群進行精緻化處理

在J10的評分樣本中，有部分客群是屬性較特殊的族群，如「固定評分」及「暫時無法評分」客群，此類客群我們嘗試研究，如何將更多相關的風險訊息加以在評分產品中進行揭露。此外，針對「純信用卡使用者」客群，亦將嘗試進行獨立區隔建卡，此類客群與金融機構往來的信用資訊相對而言較少，在歐美若干國家，由於消費者與金融機構的往來相當普遍與密切，信用資料較少的客群通常是信用取得較困難的族群，例如新移民者、離婚或初就業者，以至社會邊緣者，因此，其信用評分通常不高。

J10評分目前的做法是針對信用資料較少的客群，尋找具類似特性但有較多信用資料的客群，將此兩客群間的特性及評分變數進行對應比較後，針對信用資料較少客群在缺失資料部分之變數，給予中立的信用分數。因此，在

目前的評分模型中，我們假設此客群若後續去進行借貸行為時，其信用表現類似於一般人之平均表現，亦即是平均之風險程度。但經內部研究分析及觀察後，發現此作法過於保守，由於國內消費者與金融機構往來的特性與西方國家並不相同，許多信用資料較少客群是屬於信用狀況極佳的客戶，因此，此次改版嘗試將此類客群獨立進行分析後，再決定給予較合理的信用評分。

除上述的改版重點外，我們依舊會重新對區隔條件進行測試，決定是否予以調整，並將長期使用信用卡循環信用客群與長期使用現金卡客群，正式區隔後，分別獨立建卡，初步規劃新版個人信用評分模型會擴增至十二張評分卡。此外，聯徵中心為因應金融市場的快速變化，不斷更新及增加會員機構資料報送的欄位，本次改版將針對新增之信用資料報送欄位，進行變數之衍生與合理性之分析；同時持續進行變數精緻化之嘗試，創造更準、更穩、更合理的解釋變數。

## 結論

聯徵中心個人信用評分的持續改版，將透過不斷更新與充實資料庫內涵；精進資料加值技術；持續蒐集與諮詢會員機構之使用意見，設計出更為精緻之消費者通用評分產品。期望提供予會員機構一個長期穩定、區隔能力強且精緻化程度高之風險排序工具；相關未來細部修訂之內容，同時會於後續相關期刊及評分監控報告會議中，向會員機構進行說明。