

证券行业标签体系建设研究

【摘要】

本课题聚焦证券行业标签体系建设，针对当前证券行业数据资产应用困境与标签应用问题，综合运用多种研究方法进行全面调研与深入剖析，提出一套系统的标签类目体系建设方法论，涵盖对象、类目、标签三个核心层面，并对每个层面的构建和管理进行详细阐释。通过证券公司个人客户和从业人员监管两个代表性的标签应用场景实践予以验证，为证券行业标签体系建设提供理论与实践指导，助力证券行业提升标签管理和业务应用水平。

关键词：证券行业；标签；类目体系；数据资产应用

目录

一、引言	1
(一) 课题研究背景	1
(二) 证券行业标签建设现状	2
1.数据资产应用过程中的困局	2
2.标签在证券行业的应用现状及问题	4
二、研究方法	7
(一) 标签建设现状调研方法	7
(二) 标签体系建设研究方法	9
三、研究结果	11
(一) 对象	11
(二) 类目	14
1.类目划分遵循原则	14
2.标签类目构建方法	15
3.标签类目设计思路及问题	19
4.标签类目设计的问题	23
5.前后台标签类目体系	25
(三) 标签	25
1.标签设计的两大前提	26
2.标签设计思路	26
3.标签管理	27
4.标签评价	32
(四) 标签体系建设步骤	32
(五) 证券公司个人客户标签实践	34
1.客户标签应用场景	35

2.客户标签类目体系设计和实践.....	36
(六) 从业人员监管标签实践.....	40
四、研究结论与建议.....	43
(一) 研究结论.....	43
1.标签体系建设方法论的构建.....	43
2.对象分类的明确与细化.....	43
3.类目体系的科学设计.....	44
4.标签设计与管理的规范.....	44
5.标签体系建设步骤的明晰.....	45
6.实践案例的验证.....	45
(二) 建议.....	45
1.持续优化方法论.....	45
2.加强行业内推广与应用.....	46
3.深化与技术创新的融合.....	46
4.强化数据治理与合规管理.....	46
5.培养专业队伍.....	47
6.推动跨行业合作与交流.....	47
参考文献.....	47

图目录

图 1 标签类目体系建设方法论形成过程	10
图 2 标签类目结构示意图	11
图 3 对象划分	12
图 4 证券业主体对象	12
图 5 证券公司内部主体对象	13
图 6 物体对象	13
图 7 初始版本的标签类目体系示意图	16
图 8 逐渐完善的标签类目体系示意图	17
图 9 单侧生长的标签类目体系示意图	18
图 10 局部截取的标签类目体系示意图	19
图 11 标签类目建设步骤流程图	34
图 12 个人客户标签类目体系结构图	36
图 13 个人客户基础属性二级类目	37
图 14 个人客户交易信息二级类目	38
图 15 个人客户资产账户二级类目	38
图 16 个人客户行为习惯二级类目	39
图 17 个人客户生命周期二级类目	39
图 18 个人客户营销活动二级类目	39
图 19 个人客户价值特征二级类目	40
图 20 从业人员标签类目结构图	41
图 21 从业人员基础信息标签类目	41
图 22 从业人员从业经历标签类目	42
图 23 从业人员诚信记录标签类目	42

一、引言

（一）课题研究背景

在大数据时代背景下，证券行业正面临前所未有的挑战和机遇。随着业务规模的不断扩大和复杂性的增加，传统的数据处理方式越来越无法满足当前市场的需求。为了更好地服务客户，提升市场竞争力，证券行业必须通过提高数据挖掘能力，增强数据的标准化和复用性，来实现对数据价值的深入挖掘和有效利用。

标签是面向业务的数据资产组织方式，是从原数据加工而来，能够直接为业务所用并产生业务价值的数据载体，也是数据资产的最佳呈现方式。从本质上讲，标签本身也是一种数据（或映射指向数据），它是对物理层数据信息项的业务化封装，是数据资产的一种良好组织形式，具有可阅读、易理解的特点。若要全面刻画某一对象，形成画像，就必须充分梳理出标签。当标签达到一定的规模时，就需要有一种对标签进行分类管理的方法。在数智化进程中，标签及其类目体系的建设就显得尤为重要。

然而，目前证券行业在标签类目体系建设方面缺乏统一的标准和规范，各家证券公司都在自行探索和建设。这种分散和非标准化的标签体系，不仅影响了数据的共享和复用，也制约了行业对数据应用的发展，影响客户服务水平的提升。因此，建立一套科学、系统的标签类目体系建设方法论，对于推动证券行业标签建设的标准化、规范化发展，具有重要的现实意义和长远的战略价值。

华福证券结合自身的丰富实践经验，正着手研究和建设一套标签类目体系建设方法论。通过这一体系的建设，提高数据的整合能力，优化业务流程，提升服务质量，增强市场竞争力。同时，通过申报研究课题，借助外部专家的智慧 and 力量，对自身的标签体系建设经验进行深入的研究和系统的提炼，形成一套具有普遍适用性和指导意义的研究成果，为整个证券行业的标签体系建设提供参考和借鉴。

基于证券行业在大数据时代下对数据价值挖掘的迫切需求，以及当前标签体系建设缺乏标准化、规范化的现实挑战，华福证券提出了证券行业标签体系建设研究这一课题，不仅能够推动自身标签体系的建设，也将为整个行业的标签体系建设提供理论指导和实践参考，从而提升整个证券行业的数据管理和服务水平，增强其在激烈市场竞争中的核心竞争力。

（二）证券行业标签建设现状

1.数据资产应用过程中的困局

数据作为第五大生产要素，其重要性不言而喻，数据必须要得到合理的利用，才能发挥其价值。然而在数据资产的应用过程中，普遍存在着一系列问题，由于证券行业的特性，有些问题显得尤为突出。

1) 数据孤岛难以打通：由于证券行业业务的多样性和监管的严格性，证券公司普遍需要维护大量 IT 系统，数量往往超过百套。然而，技术限制、不完善的管理制度以及对数据价值认识不足、

数据观念落后等因素，导致了数据孤岛现象的普遍存在。不同系统间的数据库和存储方式缺乏有效的互通性，进一步加剧了这一问题。此外，部门间的数据共享机制也不够健全，影响了信息的流通和利用效率。

2) 系统林立、资源浪费：业务部门因各种原因，独立建设数据存储和处理系统，虽然在短期内可以快速响应特定业务需求，但长期来看，却造成大量重复投入和资源浪费。随着时间的推移，不同系统之间的技术差异越来越大，使得整合和升级变得更加困难和昂贵。分散的 IT 架构还限制了数据分析的深度和广度，也造成数据治理难以成功，信息通道割裂。

3) 数据标准与口径不一致：不同业务条线因其独特的业务逻辑，往往采用不同的指标计算方法，这导致同一指标在不同部门或系统中可能呈现出不同的结果。此外，指标的计算口径可能会因业务发展或监管要求而发生变更，这种频繁的变化不仅增加了数据处理的复杂性，也对数据的准确性和可信度构成了挑战。

4) 数据与业务沟通不畅：证券行业的数据工作者通常专注于数据的收集、处理和分析，他们对数据的技术细节和潜在价值有深刻的理解，由于业务的复杂性和多样性，数据工作者对业务逻辑的理解往往不够深刻。业务人员更关注业务目标和市场动态，他们需要数据来支持决策和策略制定，但对数据的存储、加工和分析却一知半解。两者之间存在的沟通障碍可能导致数据工作者无法充分理解业务人员的具体需求，限制了数据价值的充分发挥。

5) 数据治理面临挑战：数据治理的复杂性源于数据的多样性

和不断变化的业务需求。在证券行业，数据不仅包括金融交易数据、客户信息、市场分析报告等，还涉及复杂的法规和风险管理数据。这些数据的类型、结构和用途各不相同，要求数据治理专业人员具备广泛的知识和技能，以确保数据的准确性、完整性和安全性。此外，数据治理的持续性意味着它是一个持续的过程，需要不断地评估、监控和改进。随着业务的发展和技术的进步，数据治理策略和实践也需要相应地更新和调整。这要求组织持续投入资源，包括人力、技术和资金，以保持数据治理的有效性。数据治理是一个长期而复杂的过程，难以一蹴而就，它要求组织具备前瞻性的规划、持续的投入和专业的技能，以确保数据资产的有效管理和利用。

6) 数据部门难以摆脱成本中心定位：在证券行业，监管机构对 IT 投入提出了明确要求，尽管数据部门通过提供数据产品和分析服务，为业务发展提供了坚实的数据支撑，但数据部门仍然被视为成本中心，没有创造利润。这种观念导致数据部门在推动项目和争取资源时面临挑战，对数据的处置权也常常受限于业务部门的决策。数据部门的贡献往往难以量化，同时数据部门的考核也取决于业务部门的评价，这不仅限制了数据部门的影响力和自主性，也限制了数据部门在数据管理和分析方面的创新能力。

2. 标签在证券行业的应用现状及问题

课题调研过程中发现众多证券公司已经充分意识到标签的价值，并着手将其应用于客户管理、风险控制、市场分析等关键业务领域。标签的使用正在成为行业的一种趋势，它们在精准识别

和分析数据、提高决策质量和效率等方面都发挥巨大作用。但与此同时，随着标签的广泛应用，证券公司在标签的构建、管理和应用上仍面临着一系列挑战，如果不加以解决，可能会影响标签的准确性和可用性，无法实现标签资产的最大价值。

标签作为数据资产的最佳呈现方式，本应成为数据资产的高效组织工具，通过精确的分类和易于理解的描述，帮助用户快速定位和利用数据。然而，在实际应用中，标签本身也变得复杂和难以管理，标签的创建和应用缺乏统一的标准和管理，导致标签出现命名不规范等种种问题，使得数据的检索和分析变得更加困难。此外，随着数据量的不断增长，标签系统的维护和更新也成为一个大挑战，旧的标签不再适用，而新的标签未能及时添加或更新，进一步加剧数据资产应用的困局。标签管理的这些问题不仅未能简化数据管理，反而增加了用户的认知负担，影响数据的可用性。

1) 缺乏统一规划。建设标签时缺乏统一的规划和标准，导致标签的建设零散、随意，没有形成系统化的类目体系，标签数据的一致性、准确性等问题更加凸显，加剧数据资产应用问题。

2) 标签管理分散。标签的零散地分布在多个业务系统和平台之间，缺乏集中化的管理和维护，这不仅导致了数据孤岛的产生，还催生了烟囱式的建设模式，造成资源浪费。此外，这种分散的管理策略也给数据治理带来了严峻的挑战。它削弱了标签的高效使用和维护更新的能力，使得信息的整合和流通变得复杂且低效。

3) 标签类目建设不科学。标签类目的建设缺乏科学性和严谨

性，标签类目的划分不够合理，无法快速准确响应业务需求。

4) 缺乏持续更新机制。标签类目建设缺乏持续更新和优化的机制，不能随着市场环境和业务需求的变化及时调整和更新。

5) 标签命名没有标准。标签的命名在数据管理和应用中至关重要，它是确保数据准确性和可访问性的关键。然而，当前的实践中，标签命名缺乏统一的标准和规范，这导致业务和技术开发人员在创建标签时过于自由，常常根据自己的理解随意命名。这种做法不仅容易引发混淆，还可能引起数据解读上的错误，严重时甚至会影响业务决策的准确性。命名的随意性削弱了标签的可用性，用户在查找和使用标签时可能会遇到障碍，难以快速准确地定位到所需的数据。此外，不一致的命名也增加了数据维护和更新的难度，导致数据治理的成本上升。

6) 缺乏标签评价机制。在标签的建设与管理中，缺乏有效的标签评价机制。标签建设完成后没有持续追踪其使用情况，难以衡量每个标签的质量和重要性，不仅阻碍对高价值标签的资源倾斜，也无法及时淘汰不重要或使用频率低的标签。标签管理变得无序，缺乏主次之分，影响标签的应用效率，也对整个标签系统的管理和优化构成了挑战，影响整个数据资产的价值。

课题通过对当前证券行业标签应用中存在的问题进行细致的分析，结合证券行业的数据特征，借鉴其他行业标签建设的优秀经验和成功实践，在前期数据治理和标签建设的基础上，总结了一套标签类目体系建设方法论，旨在提供一个结构化和系统化的框架，为证券公司在标签的规划、开发、管理和应用等方面提供

参考。通过这套方法论的推广和应用，不仅能够解决目前证券行业在标签建设上遇到的具体问题，还能够显著提升整个行业在数据管理和应用方面的整体水平，从而推动数据驱动的业务创新和增长。

二、研究方法

（一）标签建设现状调研方法

标签主要面向数据应用的业务端，其核心意义在于解答数据如何使用以及资产价值所在的关键问题。要构建出实用且高效的标签类目体系和标签，深入调研是不可或缺的环节。

调研的首要目标是全面摸底现状，对证券行业当前标签建设的整体情况形成清晰、准确的认识。这包括了解不同规模、不同业务类型的证券公司在标签建设方面所达到的水平，例如已有的标签数量、覆盖的业务范围、标签数据的质量状况等。同时，要深刻洞察业务应用标签的真实需求和痛点。证券业务复杂多样，不同业务场景对标签的需求差异很大，通过调研，了解各个核心业务环节中的业务人员如何使用标签，关注使用标签过程中所遇到的困难。

其次是深入挖掘标签建设和管理存在的不足和难点，这涉及到标签的创建流程、更新机制、数据来源管理以及权限控制等多个方面，在构建新的标签类目体系和标签时，需要有针对性地设计解决方案，避免重蹈覆辙。

为实现上述调研目标，本课题主要采用线上问卷、线下访谈、

文献调研等多种方法。

线上问卷的设计充分考虑了证券行业的多样性和专业性。问卷内容涵盖了证券公司的基本信息、标签建设现状、业务应用标签的情况、对标签建设和管理的评价等多个维度。通过广泛的渠道向证券行业的各类机构和专业人员发放问卷，确保样本具有足够的代表性。在问卷回收后，运用专业的数据分析方法对问卷结果进行深入分析，提取出有价值的信息。

线下访谈则侧重于深入了解和挖掘。本课题选取了证券行业内具有代表性的单位，包括监管单位、大型综合券商、专注于特定业务领域的券商等，与不同层级、不同业务部门的人员进行面对面的交流。访谈内容包括了他们在实际工作中对标签的具体使用案例、遇到的问题以及对标签建设的期望，获得了丰富、生动的一手资料，能够更直观地感受到业务端对标签的真实需求和痛点。

文献调研是本课题调研的重要组成部分。课题在开展过程中广泛收集国内外关于证券行业数据建设的学术论文、行业报告、监管文件等各类文献。通过对这些文献的梳理和分析，了解到国内外先进的标签建设理念和方法，以及行业内普遍存在的问题和发展趋势，借鉴其他行业先进的经验，为课题的研究提供了宏观的视野和理论依据，使课题能够站在更高的角度审视和指导标签体系建设的工作。

这些调研方法的综合运用，为标签类目体系和标签的建设提供了坚实的数据支持和实践依据，确保课题的研究成果能够真正

满足证券行业的实际需求。

（二）标签体系建设研究方法

在本课题的研究过程中，标签体系建设方法论的设计是一项核心内容。课题在进行过程中充分参考并借鉴了证券期货业数据模型的抽象模型设计方法，这一方法为标签体系建设提供了坚实的理论基础和设计思路。

为确保标签体系能够精准贴合证券行业的实际情况，课题对证券业务标准规划、证券公司逻辑模型以及监管机构逻辑模型进行了深入研究。通过细致的分析和解读，对证券行业的业务逻辑、监管要求以及数据流转有了全面且深入的理解，并在此基础上，展开对证券行业监管和业务所涉及各类数据和标签的全面梳理工作。

课题在研究过程中运用了多种先进的理念和方法，包括线分类法、三层分类法以及多维树结构等。线分类法以其简洁明了的特点，提供了一种按照一定的顺序将数据和标签逐步细分的思路，使得分类过程有条不紊。三层分类法则进一步深化了分类的层次结构，明确了不同层次之间的关系和界限，有助于提高分类的准确性和系统性。多维树结构则从多个维度对数据和标签进行组织，使得整个体系更加立体和全面。

课题通过这些方法的综合运用，将证券行业标签划分为对象、类目、标签三层结构。这一结构具有清晰的层次关系和明确的功能定位。每个对象都将梳理出一颗标签树，其中，对象作为标签

树的树根，具有至关重要的地位，它从根本上决定了标签树的类型，如同树根决定了树木的品种一般。类目作为标签树的枝干，起到了承上启下的作用，它将对象的宏观属性进一步细化和延伸，为标签的挂载提供了具体的分支路径。而标签则是标签树的叶子和花，它们是最具体的数据呈现形式，承载着丰富的业务信息，如同树叶和花朵展现了树木的生机与活力。当所有对象的标签树组合在一起时，便构成了证券行业的标签森林，这片森林完整地涵盖了证券行业监管和业务所涉及的所有数据和标签，形成了一个有机的整体，为证券行业的数据分析、业务决策等提供了有力的支持。

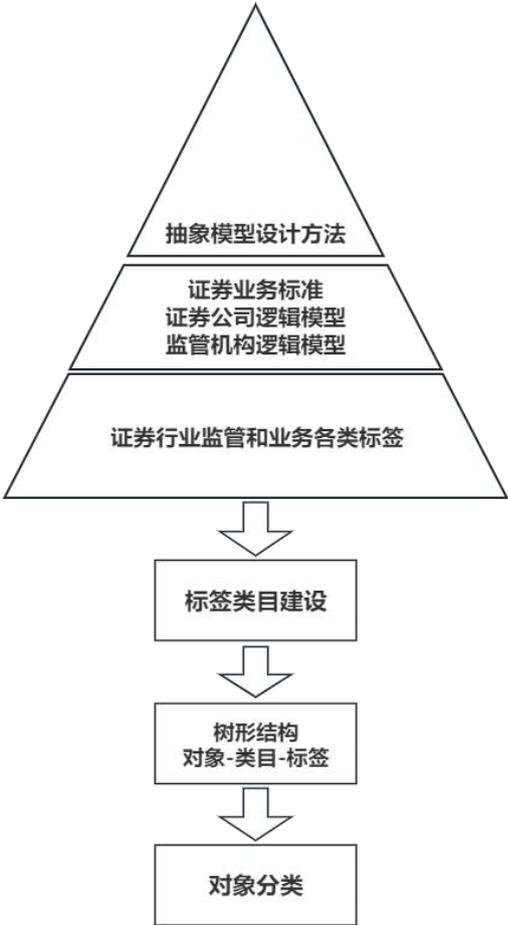


图 1 标签类目体系建设方法论形成过程

用树状结构构建标签体系有以下优点：

- 1) 上下层次关系一目了然，有利于标签的理解和归类；
- 2) 便于同层次标签对比，有利于标签粒度对齐、标签的合并和拆分，明确标签含义；
- 3) 便于拓展，能灵活适应行业新形势新变化。

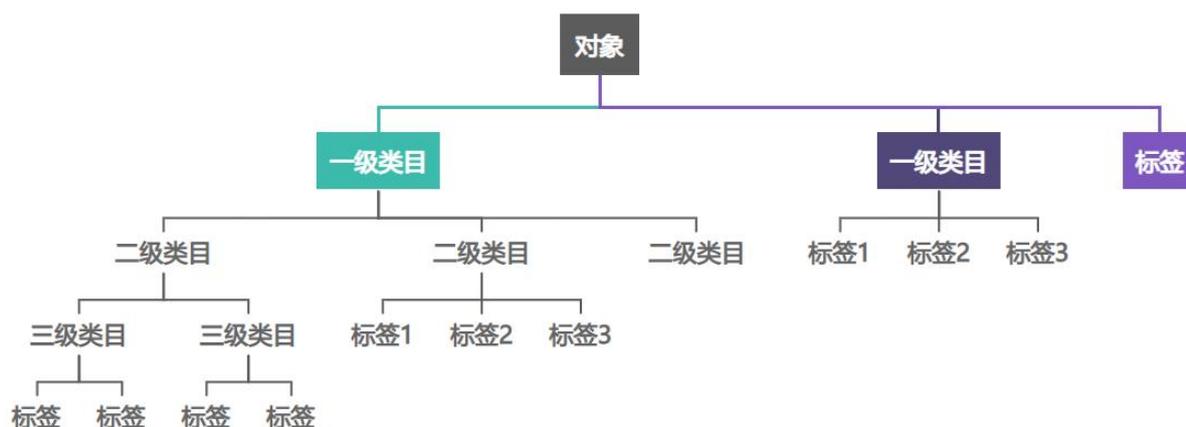


图 2 标签类目结构示意图

三、研究结果

(一) 对象

在证券期货业抽象模型设计方法的梳理成果基础上，深入研究证券公司逻辑模型的八大数据域成果，同时结合监管机构逻辑所涉及的数据范围，通过归纳数据特征，提炼得到数据共性，进而对证券行业的对象进行归类。划分对象的原则是对象的属性和行为是否相似，相似则为一个对象，否则就拆分为多个对象。

对象划分为实体（Entity）和关系（Relationship）。其中，实体对象还可以区分为“主体”和“物体”。

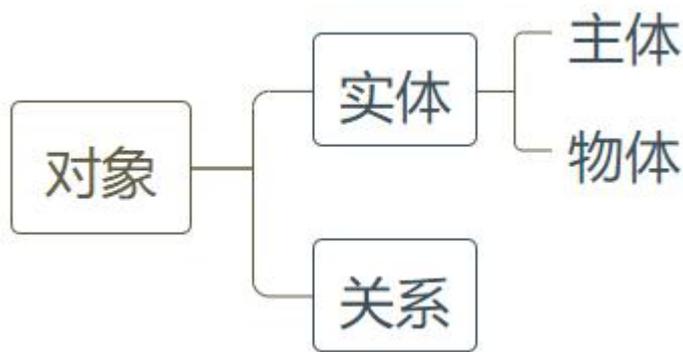


图 3 对象划分

“主体”指的是具有主动性和智慧，能主动参与证券业务的，发挥推动作用，是关系的发出者。常见的有投资者，上市公司等。

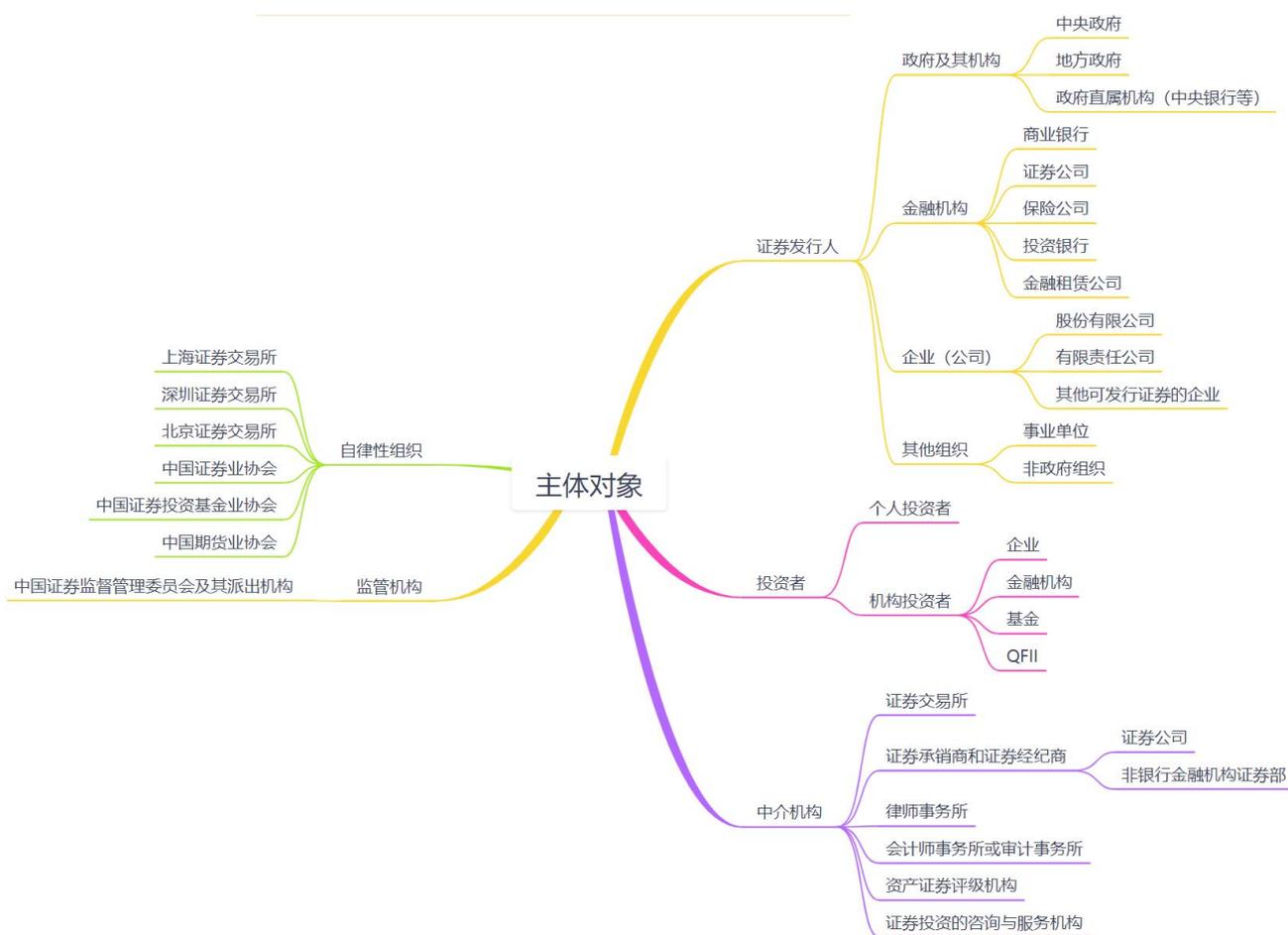


图 4 证券业主体对象

证券公司内开展标签建设时，可构建的属于证券公司内部的

主体对象如下图所示。

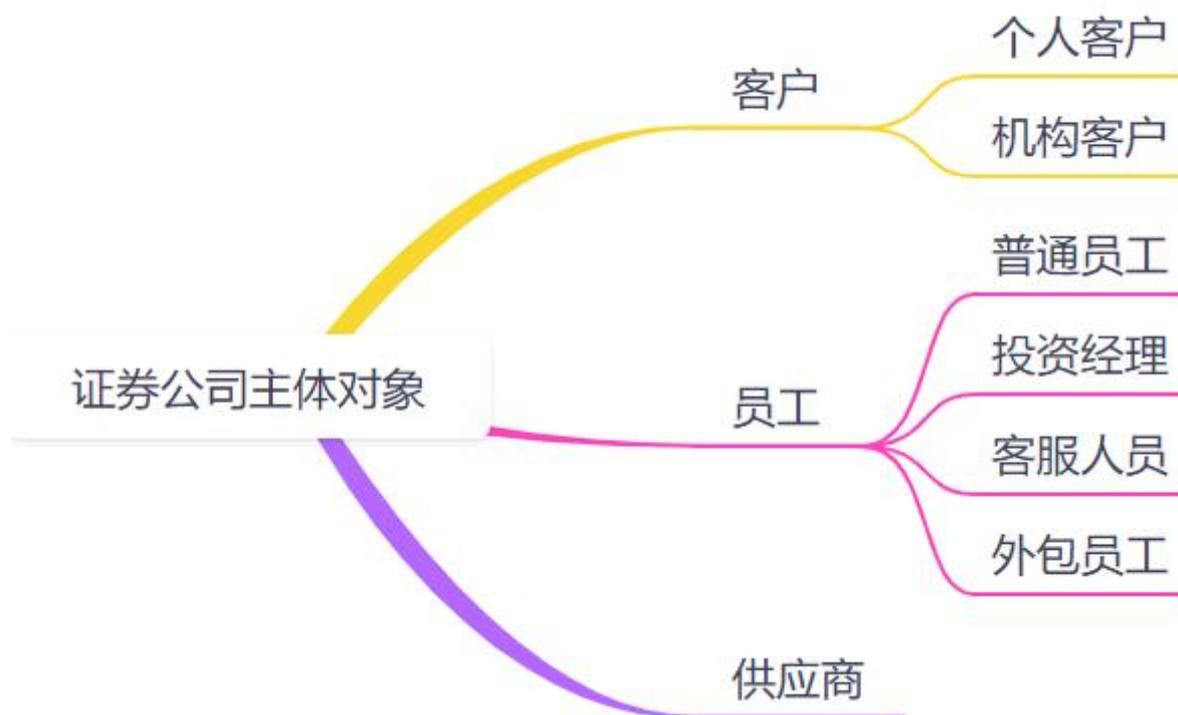


图 5 证券公司内部主体对象

“物体”是关系的接收者，是证券活动中的被动方，如股票、基金等产品。

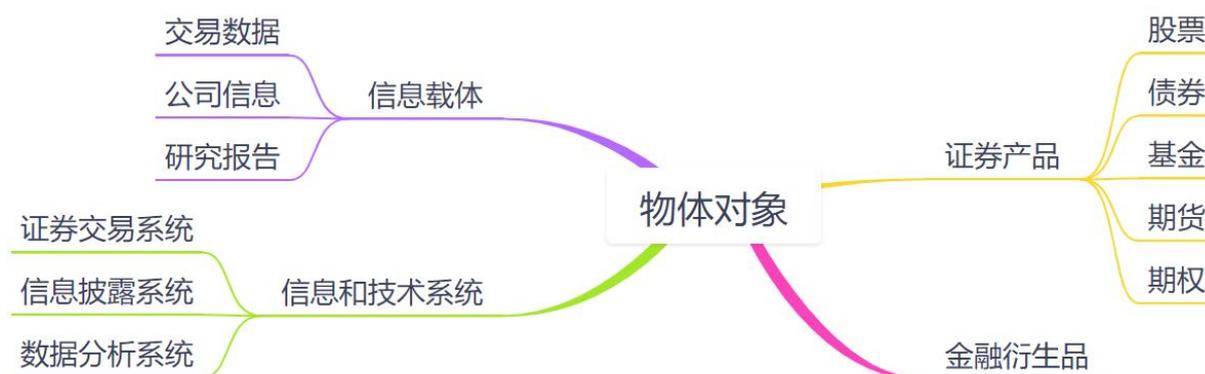


图 6 物体对象

“关系”是一种虚拟对象，是两两实体对象之间产生的某种连接。证券活动中存在大量按“流程”关系组织的数据，因此需要将“关系”提升为研究对象，进行充分的属性刻画和研究。常

见的有“营销关系”、“开户关系”、“委托关系”、“合同关系”等。

（二）类目

类目体系是标签的分类、架构组织方法，决定了标签的归属。类目有层次之分，一级类目、二级类目等，类目之间有集成关系，一般以树的形式展示，最下一层类目是叶子类目，只有叶子类目下可以挂标签。

类目结构的分层设定没有强制规定，可以根据企业和机构自身需求设定，但建议遵守类目划分原则。

1. 类目划分遵循原则

1) MECE 原则。各部分之间相互独立，意味着问题的细分是在同一维度上，并有明确区分、不可重复的。所有部分完全穷尽，意味着全面、完整，没有遗漏或缺失。

2) 相似集成原则。属性相似的标签划分在同一类目下，每个类目需要有明显的分割。

3) 数量适当原则。类目一般不宜超过 3 层，下挂标签数量较多时，可将类目深度转化为类目广度，增加横向分类数。叶子类目下挂的标签数量应适当，建议一个子类目不超过 20 个标签，不少于 3 个标签。某一类目下标签过多时可适当进行拆分。

4) 结构优化原则。类目分层分级要尽量考虑到未来的实用性，不建议频繁修改类目结构。设置类目时要考虑到一定的延展性，并注意并列类目的颗粒度是否一致。

但类目结构也不是一成不变的，标签类目应随标签使用情况共同成长，根据使用反馈对类目适当拆分、合并、移动等结构优化，对错误类目进行修正。

2. 标签类目构建方法

一个对象的标签类目树的最终形态必然是适应数据和业务需求不断生长后形成的，但仍然可以提前规划一个较为完善的类目树初始形态，并随着业务发展一同生长进化。初始形态的标签类目树不仅有助于理解标签类目树的概念，同时也能发挥标签在数据资产应用过程中应有的作用。

因此，当企业需要构建某一对象的标签类目体系时，可以基于一个已沉淀好的行业标签类目体系模板，如投资者标签类目体系模板，并快速进行规划设计和修正优化。根据数据资产建设的目的和节奏不同，有两种模式可供参考借鉴。

1) 完整规划，由浅入深

当企业构建资产的目的是形成数据资产的完整规划，并指导数据收集、整理、加工、挖掘等各阶段工作，同时愿意花费较大的时间精力来实施数据资产的整体规划，则推荐选择这种模式。

a) 枝干生长，选取对象经典类目树中最经典的基础枝干部分，并根据企业自身情况按需添加标签，形成初始版本标签类目树。

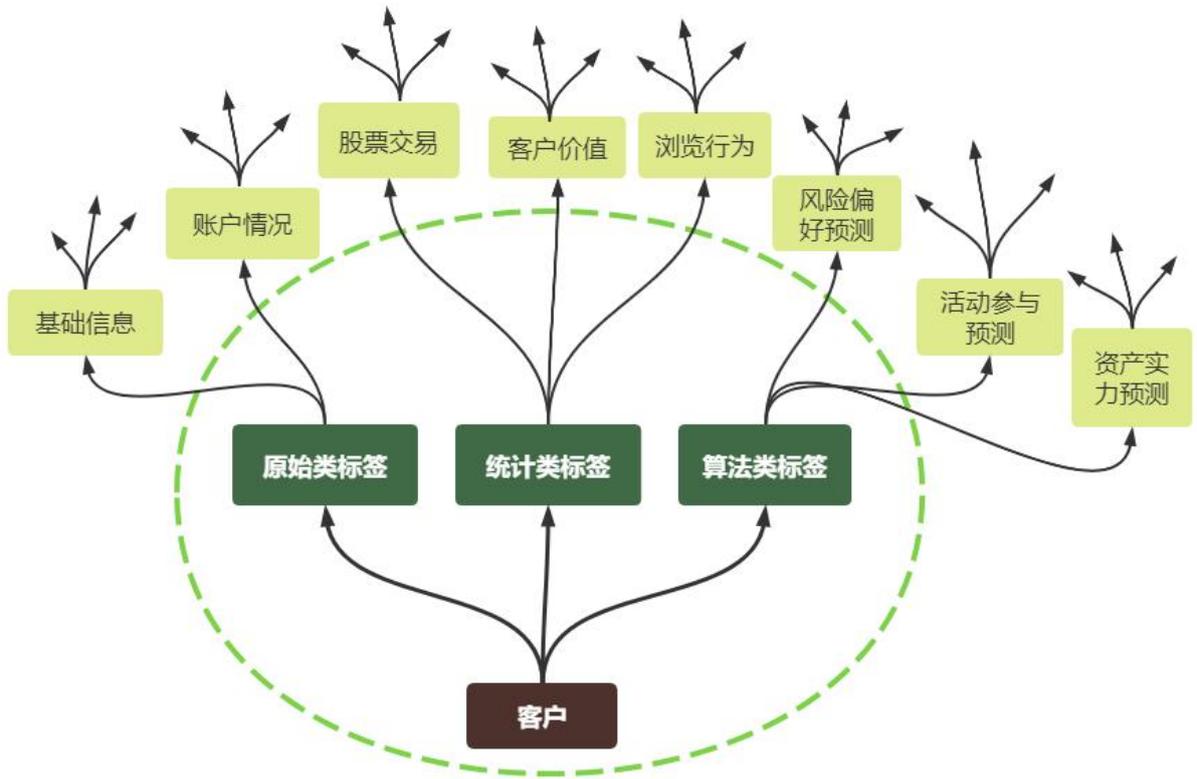


图 7 初始版本的标签类目体系示意图

b) 全面生长，根据业务发展需要对类目树进行中圈、大圈等全面扩展，标签类目树逐渐生长，适用于类目众多，标签丰富的情况。

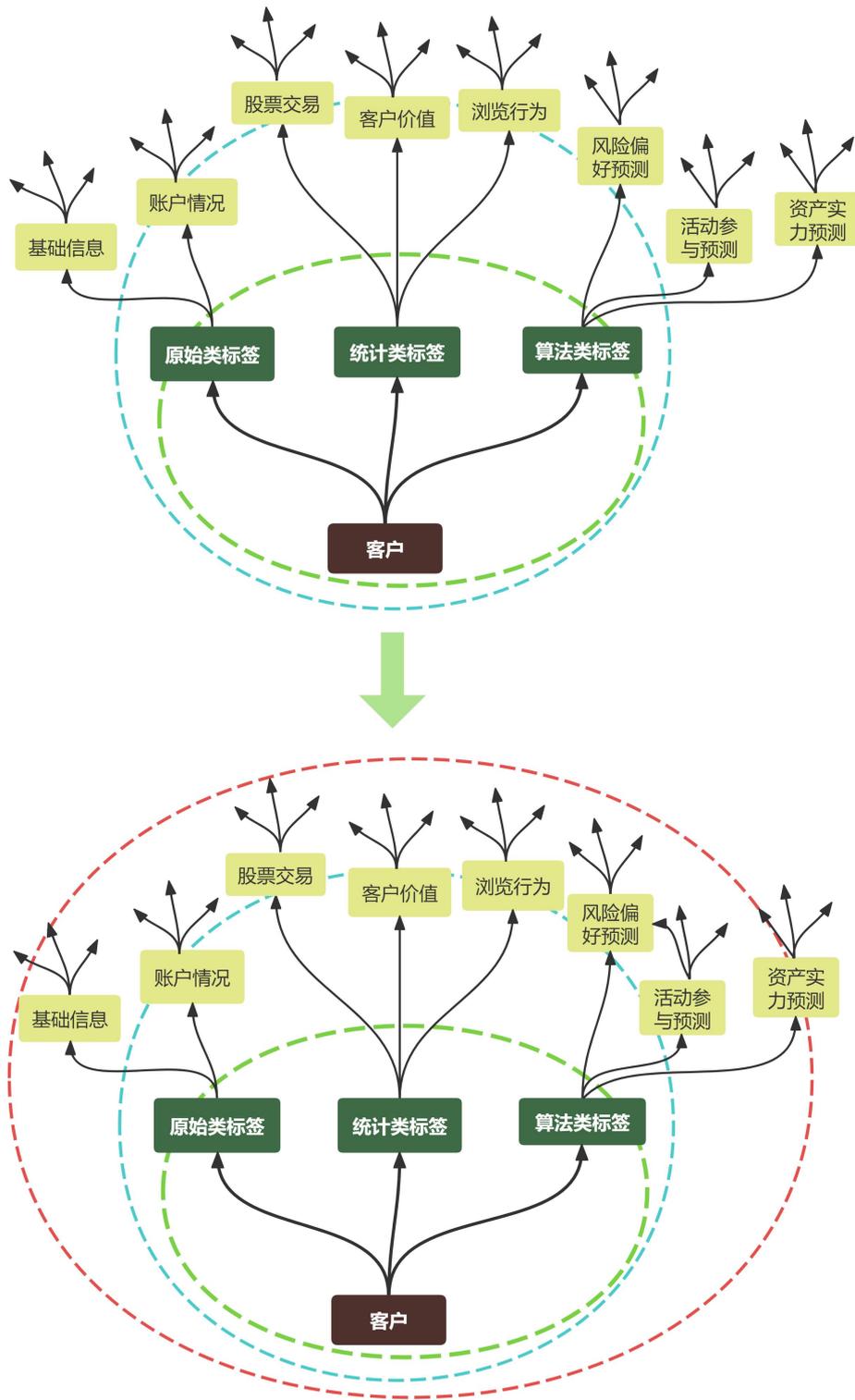


图 8 逐渐完善的标签类目体系示意图

c) 单侧生长，当存在数据比较单一或业务发展较为单一，或某一业务发展迅速、滋养某一类标签快速生长时，可能出现标签

类目树单侧生长的情况。

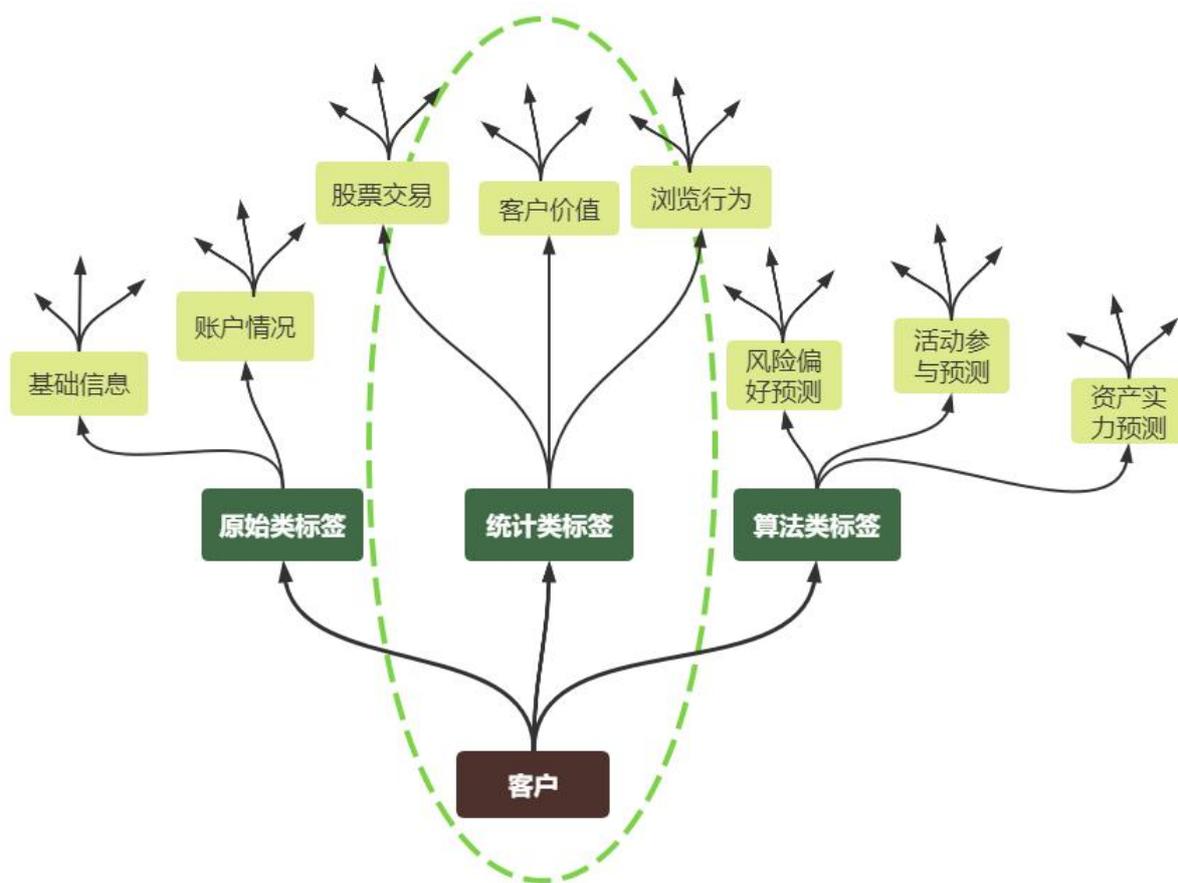


图 9 单侧生长的标签类目体系示意图

无论采用以上哪种方法，都需要从根部到基础树干，到细分枝干，再到树叶，体现的是一种整体规划思路。这种模式的优点是全面规划，面向未来，可以指导企业在数据端的全面布局；缺点是建设周期长，见效慢，因此会遇到的阻力也很大。

2) 纵深打穿，从局部直接选取

如果企业构建资产的目的是支撑业务场景，特别是使多个业务场景间能快速复用标签资产，需要快速见到数据成效，那么可以选用这种模式。

直接从对象经典类目树上任意部分截取所需的部分分枝，拼

装上根与叶子即可。标签类目体系是一种分形结构，整体和局部具有同构性，任何一个局部分支都可以剪切出来作为独立的类目树。极端情况可以只保留经典树的根，将标签直接挂入根中，省略分支类目，这种方式适用于标签数量少于 20 个的情况。

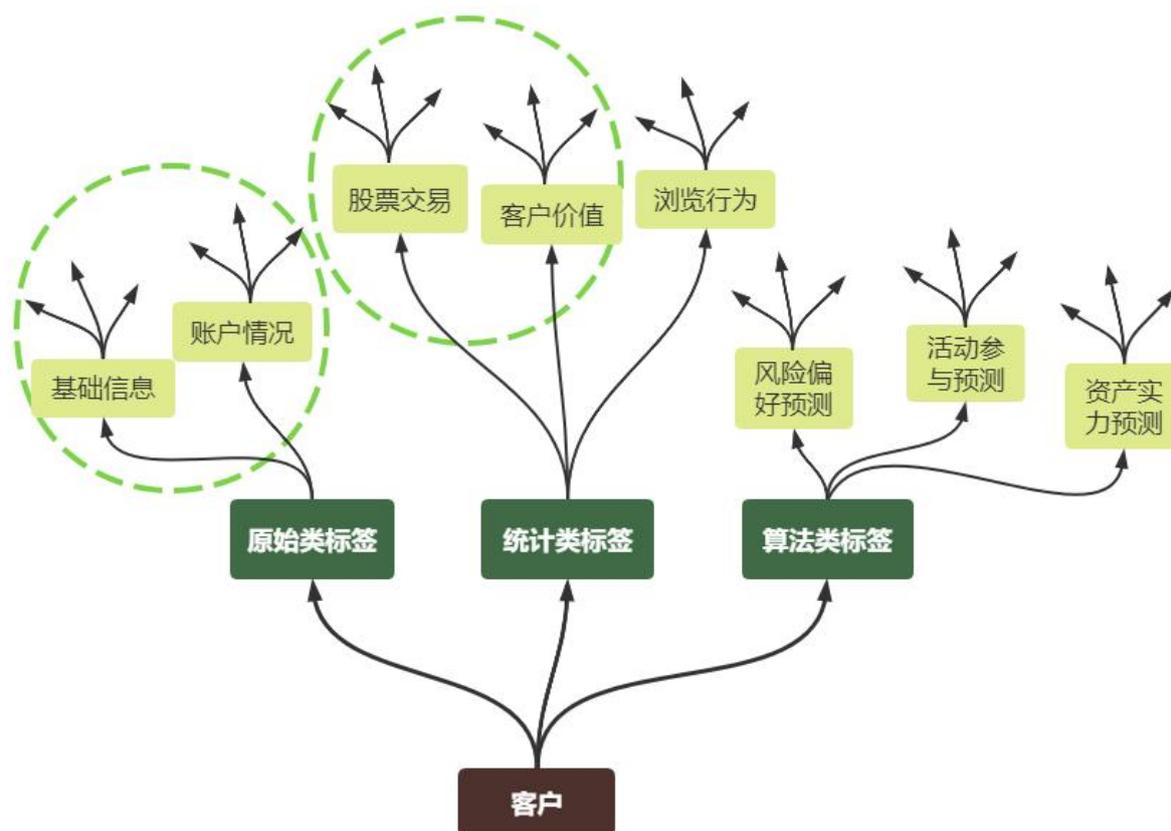


图 10 局部截取的标签类目体系示意图

不管哪一种构建模式，构建类目树初版时，都可以从经典类目树中进行选择组装，并根据自身情况进行调整，在使用过程中，不断优化，实现类目树的进化与迭代。

3. 标签类目设计思路及问题

标签类目体系设计是将标签采用类目体系的方法进行规划、分类、组织。类目体系的层级结构以用户容易理解的方式展开，其存在的核心意义即为方便用户快速查找、管理目标对象。

因此数据类目体系可以按照数据采集、存储、管理等系统原有体系进行划分，这样可以帮助数据管理者、数据开发者以他们的思维认知方式去匹配类目，找到所需数据。而标签类目体系则建议按照对象理解、价值场景等数据应用的角度进行划分，因为标签类目体系的意义是供业务人员、产品经理等数据资产使用者理解、查找、探索业务上所需标签，发挥数据资产价值。必须转变传统技术视角，以业务人员能理解的业务视角来组织标签。

需要正确认知到，不存在一套通用的、统一的标签类目体系结果能满足行业内所有公司、机构在各种业务、管理场景中的数据需求。不变的只有按照真实业务、管理需求来构建标签类目体系的思路方法。以下是各类对象标签类目设计的思路可供参考。

1) “主体”的标签类目设计思路

构建“主体”标签类目体系时，一级类目的考虑维度可以从原始类标签、统计类标签、算法类标签这几类标签出发。二三级类目构建思路则可以对上一级目录细分类型、内容、步骤、层次、过程、正反等。

例如，以公司作为主体，构建以事实类标签为主的一级类目“基本面”。细分二三级类目时，以类型细分包括上市公司、非上市公司；以内容细分时包括财务状况、行业地位、管理团队等；以层次细分包括宏观层面、中观层面、微观层面等。以上仅为示例，具体的类目树结构需要根据实际的业务场景和需求进行设计和调整。

沿着这种思考维度，根据业务场景需求，可以将“主体”的

类目树不断细化。如果数据应用场景较为简单，类目树不必设计太多层次，一层或两层结构即可。随着对场景中主体的理解加深，需要有非常多的维度去描绘、刻画一个主体时，就会不断增加类目的广度和深度。类目树要往哪些方向上生长、要长几级、长多远，视业务中的数据应用场景需求而定。

2) “物体”的标签类目设计思路

构建“物体”标签类目体系时，一级类目的设计可以从物体的基本属性、功能效用、主从关系、被动关系、价值评估等维度发散，二三级类目的构建可参考“主体”的构建思路。

例如某证券产品，其基本属性包括证券类型，发行主体，交易市场，交易币种等；功能效用包括投资目的，收益类型，风险控制等，价值评估包括估值方法，评级体系等。在估值方法下还可细分：市盈率、市净率、股息率、现金流折现等。

3) “关系”的标签类目设计思路

构建“关系”的标签类目时，一级类目的考虑维度可以有与该场景相关的主体和物体、关系准备层面（包括“关系”触发的契机、机制、准备条件等）、关系过程层面（时间、地点、渠道等时空条件）、关系过程（参与方、参与物、步骤、频率、程度、强弱、连接等过程行为）、关系结果（流程性的直接结果、各环节链路的转化、综合效果评估、拆分各因素端效果评估、优化推荐等各种维度）。

例如，客户（主体）类目体系通过交易（关系）这一行为，与证券产品（物体）产生连接，在这个过程中，客户基于其特定

的投资目标、风险偏好和资金状况，选择适合自己的证券产品进行交易。交易的契机可能源于市场走势的预判、投资策略的调整或是对某一具体产品的兴趣。

在关系准备层面，客户会进行市场调研、产品筛选和风险评估等准备工作，以确定交易的具体对象、时间和方式。同时，交易机制如交易规则、费用结构和结算方式等也会影响客户的交易决策。

在关系过程层面，客户会选择合适的交易地点（如线上交易平台或线下交易所），通过特定的交易渠道（如自助交易、电话委托或经纪人代理）进行交易。交易过程中，客户会关注交易步骤的顺利执行、交易频率的合理性以及交易程度的适当性等因素。

关系过程的行为特征包括参与方的互动、参与物的交换、步骤的推进、频率的调节、程度的把控以及连接的稳固等。客户与证券产品之间的连接通过交易行为得以加强，客户通过买卖证券产品实现投资目标，而证券产品则通过客户的交易行为实现价格的波动和市场的流通。

关系结果体现在交易的直接结果上，如客户的投资收益或亏损、持仓的增减等。同时，各环节链路的转化如资金流转、持仓调整等也会影响到最终的交易效果。

把“主体”的标签类目、“物体”的标签类目、“关系”的标签类目汇总后，可以得到行业或企业完整的标签类目结构图。

4. 标签类目设计的问题

1) 信息冗余问题

标签类目体系构建过程中，可能存在同一事件在不同对象处都形成标签的情况。例如交易这一个事件，会在交易记录（关系）标签类目体系中产生“每笔交易金额”标签，同时在投资者（主体）标签类目体系中产生“某次交易金额”标签，在产品（物体）标签类目体系中产生“某次被交易金额”标签。这些其实都是在记录同一个事件信息，但是会在事件相关的不同对象处都留有相关信息，看上去好像是同一个信息冗余了。

标签类目体系构建的核心目的是让业务人员尽可能快速找到想要的标签，并且简便快速地组合使用。因此当业务人员的业务需求是对“主体”进行分析、筛选、营销时，他们往往希望能在主体的标签类目体系中找到所有与主体有关的标签（包括事件类、关系类、行为类、所有物等标签），而不愿意或者不会想到去关系或物的标签类目体系中查找。

在梳理刻画主体的标签类目体系时，需要将主体相关的、业务上需要用到的所有标签（包括与主体有关的事件标签、关系标签、行为标签、所有物标签等）都尽量详尽地设计出来。按照这种思路梳理标签，业务人员在使用标签时，只需要先明确是对主体、物体、关系哪种对象进行业务研究使用，例如是找主体、找物体还是找关系记录。如果是找主体，就找到主体的标签类目体系，查找、选择业务所需的标签并灵活地配置使用，生成数据

服务接口或数据应用产品以供业务系统/业务人员使用，而不需要杂糅主体的标签、物体的标签、关系的标签。

因此在标签类目体系方法论中，建议按照各自对象去构建全面的标签，使得查找和使用标签时逻辑清晰。将关系、物体相关的属性转化后生成主体身上的标签，就可以形成较为完整的主体的标签类目体系，将复杂的问题（多对象）从逻辑上简单化（单对象）。

2) 标签超前设计问题

标签类目体系是基于现有数据基础、现在及将来可能的业务需求设计和规划而来，是可复用、有价值标签的全集，需要尽可能包含主体、物体、关系对象下的所有可用标签。因此会有部分标签当前暂未被数据应用场景所使用，但是不妨碍企业将其提前规划、设计、融入标签类目体系中。一方面方便业务人员在查看、理解各种标签时发现新的数据应用场景，另一方面也可以指导企业提前布局、采集数据或开辟新业务板块来补充新数据源。因此标签类目体系不仅解决客户当前需求，更是为企业将来场景化的数据需求而服务，解决的是未来的问题。

3) 标签类目体系结构变动问题

标签类目体系不是一成不变的，可以按照实际情况来决定设立标签类目体系的层次结构。构建初期，标签应用的场景较少或较为简单时，可以只涉及一级或两级的类目体系；随着数据来源、标签使用场景的日益丰富，类目会越来越多，就可以考虑构建多级的类目体系。标签类目体系需要根据具体应用场景的复杂度进

行合适的层级分类，并遵循标签类目划分原则。

5.前后台标签类目体系

为了平衡标签的灵活应用和稳定管理，还可以对标签类目进一步划分成前台类目和后台类目。前台类目主要是给业务人员展示的，便于根据场景重组使用，后台类目主要是给数据资产管理人用的，便于管理标签资产。

1) 后台类目

后台类目体系面向数据资产管理人，是标签数据资产的全集，一般放在公司的标签中台，按照标签类目体系方法创建的类目进行标签的挂载、查看、管理，由资产设计师或管理员进行创建、维护，业务人员只能查看使用，修改频率低、较为稳定。

2) 前台类目

前台类目是业务人员根据业务场景需要，从后台类目中选择标签并按照前台场景重新组织类目，形成前台类目体系，可以在标签中台进行相应操作，或者取数到下游系统中使用。前后台类目相互隔离，仅存在映射关联，不改变标签后台类目的物理位置，因此前台类目可以灵活多变，可以根据业务场景随时创建和下架。

(三) 标签

“标签”是指从原始数据清洗加工而来，能够为业务所用并产生价值的的数据资源，一般都需要结构化到字段粒度，保障服务化使用。它面向数据应用端，解答的是“数据怎么用”“数据的价值是什么”的问题。

1.标签设计的两大前提

一是数据可行性，标签不能凭空设计，必须考虑标签开发落地的数据可行性；二是业务需求性，标签必须是业务上需要的，能够帮助业务人员作出业务判断、支撑、帮助的数据项，实现业务价值。

2.标签设计思路

标签设计是一个将业务需求转化为数据驱动解决方案的抽象梳理过程，需要深入挖掘业务痛点，并将这些痛点转化为具体的数据方案，将数据方案中的数据资源拆解到字段粒度，就是标签的设计过程。在更发散的场景中，如数据资产的整体规划或为业务部门构建数据空间，不仅需要满足现有业务的需求，还必须具有前瞻性，能够预见并规划未来的数据应用，此时往往需要采用更发散的思维方式。

1) 从核心词属性角度发散。例如需要设计“交易”类标签，可以考虑交易有哪些属性。交易有时间属性、渠道属性、金额属性等，可以设计“交易时段偏好”“首次交易时间”“交易渠道偏好”“交易渠道数量”“交易金额区间”“日均交易金额”等标签。

2) 从包含、拥有角度发散。例如需要设计“账户”类标签，可以思考账户包含哪些具体的特征信息，再进行扩展设计。容易联想到账户应该包含具体哪些账户，账户资产，账户年限等信息，可以设计“是否开通两融账户”“是否开通信用账户”“是否开

“通港股通账户” “普通账户月日均资产” “普通账户开户年限”等标签。

3) 从详细内容角度发散。例如需要设计“产品推荐方案”类标签，可以从推荐方案会由哪些内容要素组成角度发散思考，进而可以设计出“推荐时间” “推荐渠道” “推荐逻辑” “推荐产品转化率” “推荐产品 ID” 等标签。

4) 从发展过程角度思考。例如需要设计客户在小福牛 app 上的“浏览行为”类标签，可以思考浏览行为的完整发展过程中所涉及的各项信息，进而可以设计出“浏览来源” “浏览路径” “浏览产品 ID” “浏览是否转化” 等标签。

5) 对相同类型事物的统一抽象。例如提到投资产品类型，很容易联想到股票、债券、基金等，这些名词既是产品类型，又都属于标签值的范畴。在这种情况下，就可以设计一个“投资产品类型”标签，将这些具体的产品类型作为这个标签的标签值。如果需要突出某一类产品类型，还可以将对应的类型转化为标签，为标签各取值加上“是否”前缀或“持仓金额”后缀，如“是否投资基金” “基金持仓金额”，经过这样处理后，对应的标签值都可以转化为标签。将这些同类型的投资产品类型进行同样的处理，就变成了一批投资产品类标签，这些标签都可以放入【投资产品类型】类目下。

3. 标签管理

标签设计开发后，还需要进行管理，形成开发管理规范，主

要包括以下方面。

1) 标签命名规范

标签命名规范的作用在于确保标签的识别性、一致性和清晰度，从而提高数据资产的可管理性和用户友好性。遵循语义清晰原则，避免误解和隐私侵犯，保障标签含义的准确传达。统一标签名称的使用有助于维护标签在不同上下文中的一致性，减少混淆，同时便于跨系统或团队的数据整合和引用。同类标签采用相同的语句结构，增强标签的可读性和易用性，使得用户能够快速理解和记忆标签的分类和用途。英文名可以作为标签的唯一标识，采用蛇形命名法，确保标签的唯一性和系统的规范性，便于编程和自动化处理。中文名的清晰表述和易用性原则，使得标签在用户界面上更加直观和易于操作。标签命名规范对构建一个高效、有序的标签系统至关重要，为数据的组织、检索、分析和共享提供坚实的基础，同时也满足数据治理和合规性要求。

具体来说，标签命名的基本规范如下。

a) 格式规范

同一个标签应归一为相同的标签名称，例如对于交易金额类的标签，原子标签都应该统一命名成同一种，不能一会儿叫“交易金额”，一会儿叫“交易量”。

同类标签使用同类语句结构，例如企业对统计类标签的命名规范为“时间维度+渠道维度+品类+原子标签”，那么具体标签命名就应该是“最近 1 天移动端股票交易总金额”，不要再使用“股票移动端最近 30 天交易总金额”这样的标签命名。

b) 用词规范

不使用歧视性用语，不使用“身份证”“轨迹”“定位”“追踪”“GPS”“用户习惯”“意图”等敏感词，容易引起不必要的关注和排查。

对于算法模型产出的标签，标签名称前增加“预测”二字，如“预测是否有房”“预测职业”“预测年龄”等。

用户爱好、意愿类的标签使用“偏好”结尾，例如“预测风格偏好”。行为习惯类标签中可单独使用“习惯”做动词，例如“习惯交易时间段”。

c) 内容规范

标签的数据必须合法取得或获得合法授权使用，不使用非法或灰色数据信息加工标签，具体情况参照国家和公司发布的个人信息保护法执行。

2) 标签命名模板

标签可按统计方式分为原始类、统计类和算法类三类，并采取对应的命名规范。

a) 原始类标签

原始类标签应与公司数据指标的标准保持一致，可以直接使用。

b) 统计类标签

统计类复合标签的命名可参考模板，由【原子标签】+【时空修饰】+【计算方法】构成一个最基础的统计类复合标签，并根据

实际需要添加【场景】和【可选修饰】。

首先找出【原子标签】。例如某“客户”在交易行为中有交易品种、交易金额、交易笔数、交易时间段等标签属性，这些都是原子标签。在原子标签的基础上，增加维度信息去详细刻画或扩展某一类属性，即将【场景】+【时空修饰】+【计算方法】+【可选修饰】等信息联合作为修饰词。

【场景】指的是某行为场景，例如小福牛 app 交易、线下交易、股票交易、场外交易等。

【时空修饰】指的是收缩到某时间维度、某空间维度下对原子标签的统计，时间修饰有最近 1 天、最近 3 天、最近 7 天、最近 14 天、最近 1 个月、最近 3 个月、最近半年、最近 1 年、历史累计、最近一次、最常等；空间修饰有福建区域、移动端等不同地域划分或渠道类型。

【计算方法】指的是不同的统计计算方法，常见的有求和、求平均、求最大值等。

【可选修饰】与该场景密切相关，例如按照客户类型可以划分“VIP 客户”“新客户”“流失客户”“忠诚客户”等。

将上述因素组合在一起，就可以生成统计类复合标签，例如“最近一个月小福牛 app 股票交易总金额”，“场外基金最近 7 天小福牛 app 交易总金额”，“最近 3 天福建区域最常交易时间段”。其中【原子标签】是基础，必须有；【时空修饰】和【计算方法】是必选修饰；【场景】和【可选修饰】可以根据实际需要添加。

c) 算法类标签

算法类标签可以【特征】+【关键词】格式命名，其中，【特征】指的是算法类标签对应的原子标签，【关键词】指的是目的、算法类型等，如“预测”，“偏好”，“评估”等，可作为标签名的前缀或后缀。

3) 元标签规范

元标签作为数据资产管理中的基础构件，承担着至关重要的作用。它们不仅定义了标签的基本属性，如所属对象、类目、名称、描述，确保了标签的可识别性和可理解性，而且通过标签加工类型、逻辑和值字典等元数据，明确了标签的生成和计算方法。取值类型和示例进一步阐释了标签的具体应用方式和预期输出，而更新周期和安全等级则指导了标签的维护和使用策略。适用场景和当前调用量提供了标签应用的上下文信息和使用频率，帮助评估其业务价值。质量分和价值分则量化了标签的性能和对业务的贡献度。表名、字段名、负责人和完成时间等信息，为标签的追踪、审计和管理提供了必要的参考，确保了数据的可追溯性和责任明确。元标签的这些作用共同构成了一个全面的数据标签框架，为标签数据的方便使用提供坚实的基础，体现标签数据的价值。

4) 标签生命周期管理

标签生命周期管理确保标签从创建、上下线、使用到最终退役的每一个阶段都得到有效的监控和优化，有助于提高数据质量，增强数据的一致性，遵守合规性要求，降低由数据错误引起的风

险，通过持续评估和维护，确保标签的准确性和高可用性，同时优化资源分配，集中关注最有价值的数字资产。

4. 标签评价

适当的标签评价体系对于评估和优化标签的质量和有效性至关重要，不仅确保标签能够精确地映射数字资产的特征和价值，而且为标签资源的分配和优化提供决策依据。通过评价标签的访问量、使用频率和质量等关键指标，可以有效地识别并强化对用户和业务流程具有高价值的标签，同时淘汰或改进表现不佳的标签。这样的评价机制不仅提升了数字资产的整体质量和可用性，而且确保为下游用户提供更加精准和高效的服务，从而在整个数字生态系统中建立起一种持续改进和优化的良性循环。

（四）标签体系建设步骤

1) 确认标签体系的对象：明确需要构建标签体系的目标对象，例如产品、服务或用户等。

2) 梳理对象相关的数据和业务逻辑并打通对象数据：分析目标对象所涉及的数据类型、结构以及业务流程，确保数据的一致性和逻辑的清晰。确保不同来源和类型的数据能够相互连接和整合，形成统一的数据视图。

3) 事物表达数据化：将现实世界中的实体和概念转化为数据形式，便于后续的标签化和分类。

4) 构建数据类目体系：根据数据的属性和特征，建立一个层次化的数据分类体系。

5) 构建标签类目体系：有两种方法：1) 自上而下法：从整体的数据和业务逻辑出发，逐步细化到具体的标签。2) 自下而上法：从具体的标签出发，根据标签的相似性和关联性构建类目。

6) 构建前后台标签类目体系：对象的后台标签类目体系构建完成后，可以根据业务需要，继续构建前台标签类目，便于管理和使用。

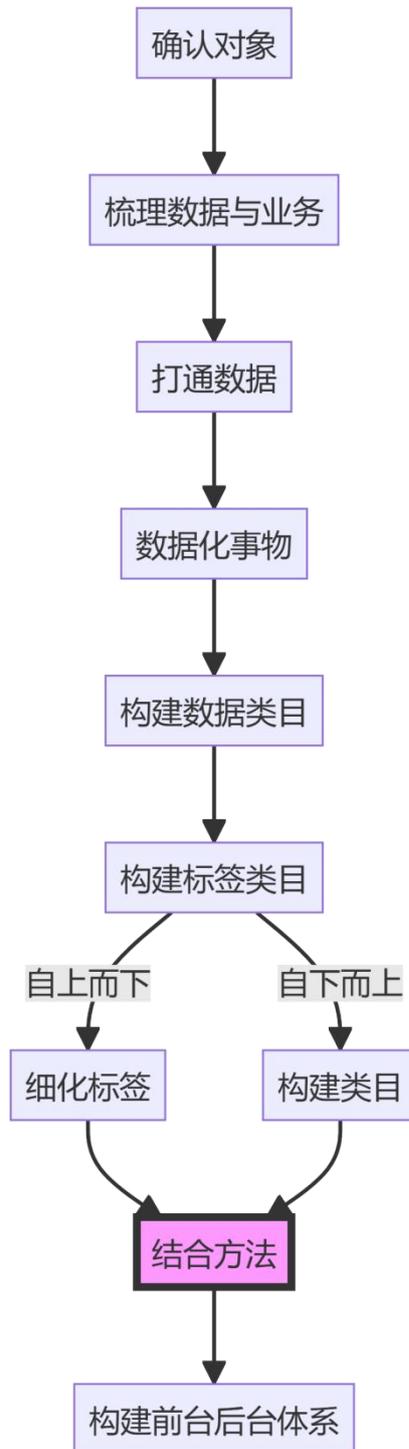


图 11 标签类目建设步骤流程图

(五) 证券公司个人客户标签实践

基于标签类目体系方法论可以设计、开发、形成标签资产，同时更重要的是将资产业务化，让标签为业务场景服务，生成稳

定的数据服务，形成数据应用，对业务产生价值，才能体现出标签的价值。

1. 客户标签应用场景

个人投资者在金融市场中占据了举足轻重的地位，他们不仅是市场最大的参与群体，更是证券公司直接服务的核心对象。对于证券公司而言，个人投资者不仅是其业务拓展的重要基础，更是其直接收入的重要来源之一。因此，如何有效地服务好个人客户，对于证券公司稳定其业务基本盘具有不可估量的重要性。

要真正做到服务好客户，并为客户创造更多的价值，证券公司首先需要对客户有一个全面而深入的了解。这种了解不仅仅停留在表面的交易行为和资金规模上，更需要深入到客户的交易习惯、风险偏好、投资目标等多个维度。只有深入了解客户，证券公司才能准确地把握客户的需求和痛点，从而为客户提供更加精准、个性化的服务。

为了实现对客户的深入了解，证券公司需要建立一套完善的客户标签体系。这套标签体系应该涵盖客户的基本信息、交易行为、资产状况、风险承受能力等多个方面。通过为客户打上这些详细的标签，证券公司可以更加清晰地描绘出每一位客户的画像，进而实现精准营销和个性化服务。

为了更好地服务个人客户并创造更多价值，证券公司需要建立完善的客户标签体系，对客户标签进行深度挖掘和分析，并借助大数据和人工智能技术对客户进行深入的分析 and 洞察。例如，

通过分析客户的交易数据，证券公司可以发现客户的交易模式和潜在需求；通过分析客户的资产状况和风险承受能力，证券公司可以为不同类型的客户提供定制化的投资建议和风险管理方案。只有这样，证券公司才能在激烈的市场竞争中脱颖而出，赢得客户的信任和支持。

2. 客户标签类目体系设计和实践

客户标签类目体系的梳理，要全面考虑客户与证券公司之间形成的各种关系，同时充分考虑业务开展的需要，基于方法论的原则，将标签分门别类，划分为适当的一级类目和二级类目。

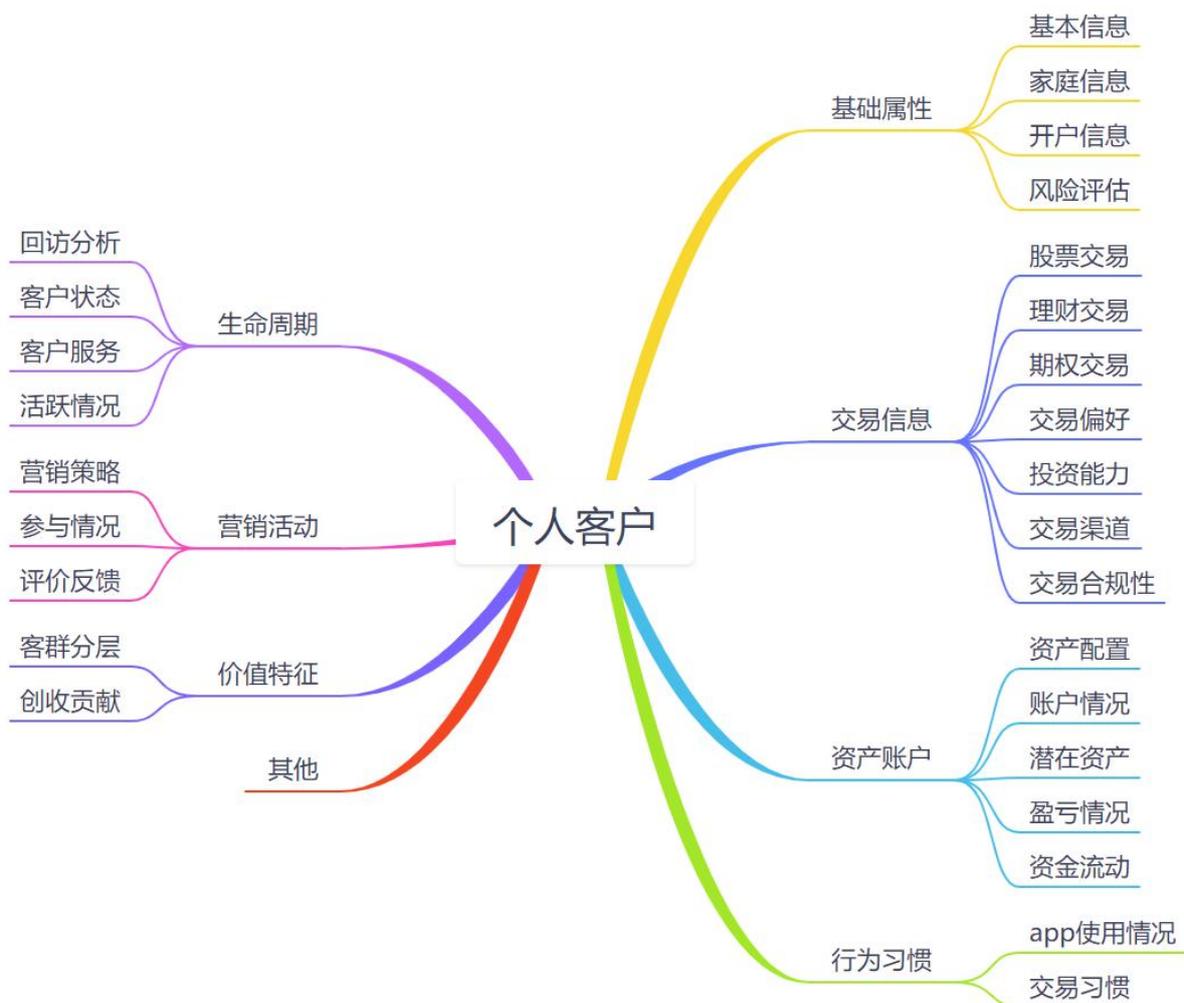


图 12 个人客户标签类目体系结构图

一级类目根据客户自身属性行为与公司交互情况，依据相似集成和数量适当原则，可以划分为基础属性、交易信息、资产账户、行为习惯、生命周期、营销活动和价值特征等，同时根据 MECE 原则，增加一个“其他”类目进行兜底，用于个别不能归入上述类别中的标签。

1) 【基础属性】描述客户自身的一些属性，信息相对固定，包括客户的基本信息、家庭信息，开户相关的信息以及风险评估等。

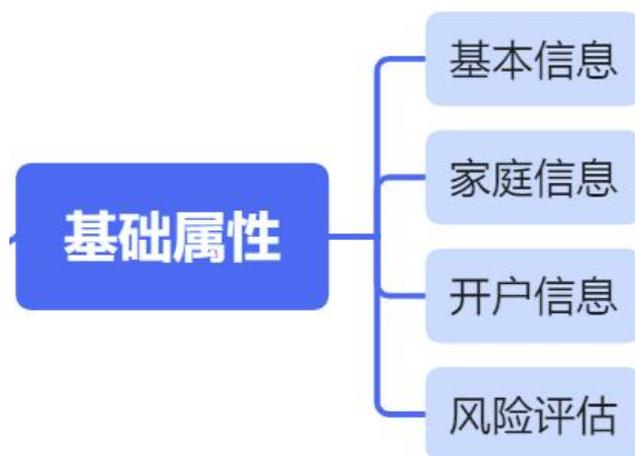


图 13 个人客户基础属性二级类目

2) 【交易信息】是客户交易相关的信息，包括交易的行为，如股票交易、理财交易、期权交易，交易的偏好，描述客户投资能力的信息，客户交易的渠道，交易行为是否合规等方面的描述。



图 14 个人客户交易信息二级类目

3) 【资产账户】是客户在证券公司最重要的信息之一，描述可客户的账户信息和客户资产相关的信息，【资产配置】是客户投资时在全类资产的分配情况，【账户情况】是客户证券、资金账户相关的信息，【潜在资产】是关于客户在公司外部的资产，是描述客户整体资产实力的重要部分，【盈亏情况】描述了客户的投资成果，【资金流动】是客户交易过程中资金的流转情况。

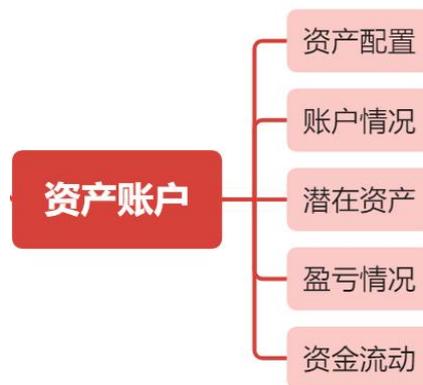


图 15 个人客户资产账户二级类目

4) 【行为习惯】是客户行为特征的描述，包括客户在 app 上的行为统计，客户交易时的习惯等。



图 16 个人客户行为习惯二级类目

5) 【生命周期】描述了客户在公司里经历从获客到注销各阶段的信息，包含客户回访、客户状态、客户服务和客户活跃情况等信息。



图 17 个人客户生命周期二级类目

6) 【营销活动】描述证券公司针对客户群体采取的营销策略，客户参与公司各种营销活动的情况以及评价反馈等标签。



图 18 个人客户营销活动二级类目

7) 【价值特征】描述证券公司对客户群体的分层分类情况，客户对证券公司的价值，对公司带来的创收等。

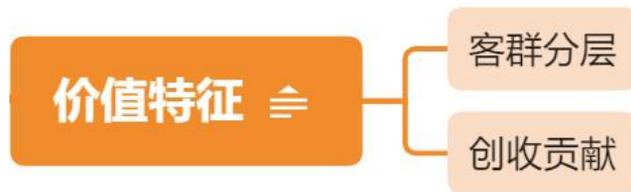


图 19 个人客户价值特征二级类目

标签类目设计完成之后，课题组依据课题总结出的方法论，对华福证券现有的一千多个客户标签开展分类工作。这些标签来源广泛、内容繁杂，涵盖了客户各个方面的行为和属性，业务流程的各个环节。在完成分类梳理后，我们在标签系统中进行开发实现，以此为业务提供稳定且准确的标签数据服务，保障业务应用在数据分析、客户画像、精准营销等环节能够高效、精准地运行，为华福证券的业务发展提供有力的数据支撑。

（六）从业人员监管标签实践

在监管场景的应用中，课题组选取了从业人员画像作为典型案例。通过对从业人员的相关信息进行细致刻画，形成标签类目体系，能够全面、准确地呈现从业人员的各项特征，方便监管机构对从业人员信息进行高效的查询与精准筛选，使监管机构能够更加便捷地掌握从业人员的动态情况，从而更好地履行监管职责，确保金融市场的稳定与安全。

对于从业人员信息，监管层主要关心从业经历和诚信记录等信息，因此构建标签类目体系时，一级类目划分为【基础信息】、【从业经历】、【诚信记录】和【其他】四个。



图 20 从业人员标签类目结构图

1) 【基础信息】包含从业人员的基本身份信息，如姓名、性别、出生日期、联系方式等。还包括教育背景，如学历、毕业院校、专业等，这些信息有助于了解从业人员的基础素质和专业知识背景。

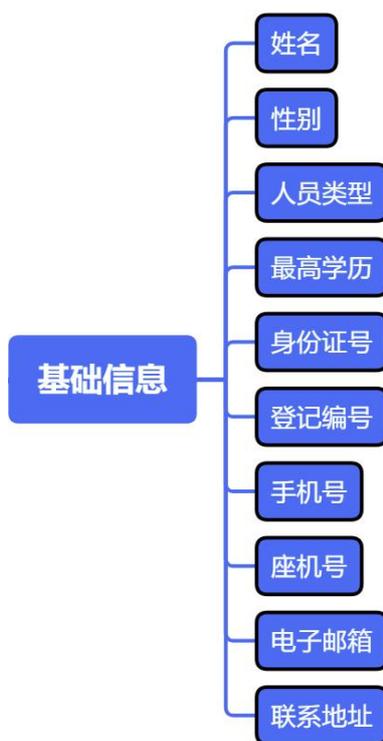


图 21 从业人员基础信息标签类目

2) 【从业经历】详细记录从业人员在各金融机构或相关行业的工作经历，包括职位、任职时间、工作职责等。这一部分的信息有助于监管机构评估从业人员的职业经验和专业能力，以及其在不同环境下的表现和适应性。

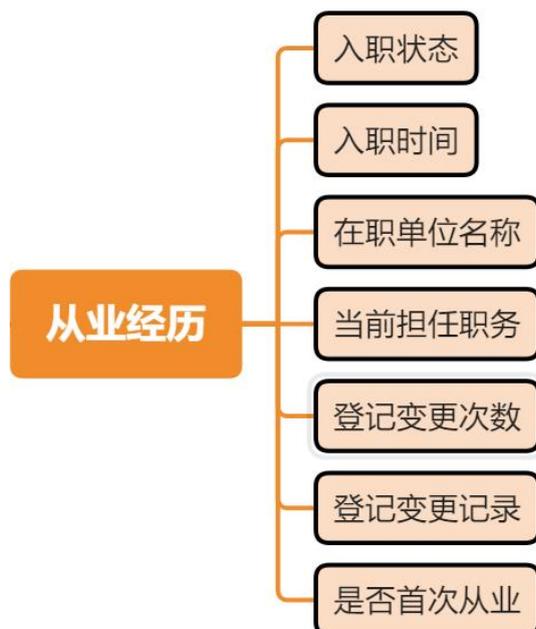


图 22 从业人员从业经历标签类目

3) 【诚信记录】涵盖从业人员在职业生涯中的诚信情况，包括是否有违规行为、处罚记录、投诉信息等。诚信记录是评估从业人员职业道德和合规意识的重要依据，对于维护金融市场的稳定和健康发展至关重要。



图 23 从业人员诚信记录标签类目

4)【其他】包含除上述三类之外的其他相关信息，如个人兴趣爱好、特长、社会活动参与情况等。这些信息虽然不是监管层的主要关注点，但可能在某些情况下对全面了解从业人员有所帮助。

通过这样的分类，可以确保标签类目体系既满足了监管层对关键信息的需求，又具有一定的灵活性和扩展性，能够适应未来可能出现的新情况和新要求。

四、研究结论与建议

经过一年的不懈努力，课题组在深入调研、全面总结与反复实践的基础上，对课题所涉及的问题进行了系统而深入的研究，取得了一系列具有实际应用价值的成果。

（一）研究结论

1. 标签体系建设方法论的构建

本课题构建了一套适用于证券行业的标签体系建设方法论，涵盖对象、类目、标签三个核心层面及其相互关系。通过对证券期货业抽象模型设计方法、证券公司逻辑模型以及监管机构逻辑模型的深入研究，结合先进的分类理念和方法，形成了具有清晰层次结构和明确功能定位的标签体系框架，为证券行业的标签管理和业务应用提供了坚实的理论基础。

2. 对象分类的明确与细化

将证券行业对象划分为“实体”（包括“主体”和“物体”）

与“关系”，明确了各类对象的定义和范围。“主体”涵盖投资者、上市公司等具有主动性和智慧的参与者，“物体”包括股票、基金等证券活动中的被动对象，“关系”则体现了实体对象之间的连接。这种分类方式有助于全面梳理和理解证券行业的数据关联，为后续标签体系的构建提供了清晰的逻辑起点。

3. 类目体系的科学设计

提出了类目划分的 MECE 原则、相似集成原则、数量适当原则和结构优化原则，确保类目体系的合理性和有效性。同时，设计了两种标签类目构建方法，即“完整规划，由浅入深”和“纵深打穿，从局部直接选取”，并阐述了各类对象标签类目设计的思路，充分考虑了不同业务场景和数据需求下的适用性。此外，还深入分析了标签类目设计过程中可能遇到的信息冗余、标签超前设计和类目体系结构变动等问题，并提供了相应的解决策略。

4. 标签设计与管理的规范

明确了标签设计的两大前提，即数据可行性和业务需求性，并从多个角度提供了标签设计思路，如核心词属性、包含拥有、详细内容、发展过程和统一抽象等，使标签能够精准反映业务痛点并转化为数据驱动解决方案。同时，制定了全面的标签管理规范，包括命名规范、命名模板、元标签规范和生命周期管理，确保标签的一致性、可识别性、可理解性和高效维护，从而提升数据资产的质量和管理效率。

5. 标签体系建设步骤的明晰

梳理出一套完整的标签体系建设步骤，包括确认对象、梳理数据与业务逻辑、打通数据、数据化事物、构建数据类目体系、构建标签类目体系以及构建前后台标签类目体系，为证券公司和相关机构在实施标签体系建设项目时提供了明确的操作指南，有助于提高项目实施的成功率和效果。

6. 实践案例的验证

通过证券公司个人客户标签实践和从业人员监管标签实践，验证了标签体系建设方法论的可行性和有效性。在个人客户标签实践中，展示了如何根据客户标签体系实现精准营销和个性化服务，提升客户满意度和公司竞争力；在从业人员监管标签实践中，体现了标签类目体系在方便监管机构查询筛选信息、履行监管职责方面的重要作用，确保金融市场的稳定与安全。

（二）建议

1. 持续优化方法论

随着证券行业业务的不断发展和技术的持续创新，数据特征和业务需求也将发生变化。因此，应持续关注行业动态，及时收集反馈信息，对标签体系建设方法论进行优化和完善。例如，进一步优化类目划分原则和标签设计思路，以适应新业务场景和数据类型的出现；加强对标签超前设计部分的研究，提高对未来业务需求的预测准确性；探索更灵活有效的标签类目体系结构变动管理方式，降低变动成本并提高适应性。

2.加强行业内推广与应用

积极推动标签体系建设方法论在证券行业内的广泛应用，提高行业整体的数据管理水平和业务创新能力。一方面，通过举办行业研讨会、培训课程等活动，向证券公司和其他相关机构宣传和普及标签体系建设的重要性和方法；另一方面，鼓励行业内企业分享实践经验，形成良好的交流与合作氛围，共同推动行业发展。同时，建立行业标杆案例库，为其他企业提供参考和借鉴，加速方法论的推广进程。

3.深化与技术创新的融合

密切关注大数据、人工智能、区块链等新兴技术的发展趋势，探索如何将这些技术与标签体系建设深度融合。例如，利用大数据技术提升数据采集和处理能力，丰富标签数据来源；借助人工智能算法实现标签的自动生成、智能推荐和动态更新，提高标签体系的智能化水平；运用区块链技术保障标签数据的安全性、可信性和不可篡改，增强数据资产的价值。通过技术创新的驱动，进一步提升标签体系在证券行业的应用价值和竞争力。

4.强化数据治理与合规管理

在标签体系建设过程中，应更加注重数据治理和合规管理。加强对数据质量的监控和管理，建立数据质量评估体系，确保标签数据的准确性、完整性和一致性。同时，严格遵守国家和行业相关法律法规，特别是在个人信息保护方面，确保标签数据的合法使用和安全存储。制定完善的数据治理和合规管理制度，明确

责任分工，加强内部审计和监督，防范数据风险。

5.培养专业队伍

标签体系建设涉及数据管理、业务分析、技术开发等多个领域的知识和技能，需要培养一支具备跨学科背景和专业素养的人才队伍。证券公司和相关机构应加强人才培养力度，通过内部培训、外部引进等方式，提高员工在标签体系建设、数据挖掘、业务分析等方面的能力水平。鼓励员工参与行业研究和学术交流活动，拓宽视野，掌握最新技术和方法，为标签体系建设提供有力的人才支持。

6.推动跨行业合作与交流

借鉴其他行业在标签体系建设和数据资产管理方面的先进经验，推动证券行业与其他行业的跨行业合作与交流。例如，与互联网金融、电商、电信等行业开展对标学习，了解不同行业在数据应用场景、标签设计思路、类目体系构建等方面的创新做法，结合证券行业特点进行移植和创新。通过跨行业合作，拓展标签体系建设的思路和方法，提升证券行业的数据管理和业务创新能力，推动行业的数字化转型和可持续发展。

参考文献

[1] JR/T 0176.1—2019 证券期货业数据模型 第 1 部分：抽象模型设计方法

[2] JR/T 0176.3—2021 证券期货业数据模型 第 3 部分：证券公司逻辑模型

- [3] 证券期货业证券业务标准规划（2022-2025）
- [4] 任寅姿，季乐乐.标签类目体系：面向业务的数据资产设计方法论. 机械工业出版社，2021.
- [5] 中国证券监督管理委员会. 证券公司和证券投资基金管理公司合规管理办法[Z]. 2020.
- [6] 中国证券监督管理委员会. 证券期货投资者适当性管理办法[Z]. 2017.
- [7] 中国证券监督管理委员会. 公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法[Z]. 2020.
- [8] 中国证券监督管理委员会. 证券公司股权管理规定[Z]. 2018.
- [9] 中国证券监督管理委员会. 证券投资基金托管业务管理办法[Z]. 2020.
- [10] Zhugexingyan. Construction of User Label System for Securities Industry Fine Operation. 2022.12.02.
- [11] Vaknin, Samuel. Facts and Fictions in the Securities Industry. Project Gutenberg.

课题负责人: 李宁	华福证券有限责任公司	首席信息官
课题成员: 翁国斌	中国证券监督管理委员会 福建证监局	副局长
陈青华	中国证券监督管理委员会 福建证监局	机构监管处三级调研员
徐光	中国证券监督管理委员会 福建证监局	机构监管处四级调研员
林立	中国证券监督管理委员会 福建证监局	机构监管处二级主任科员
蒋文胜	华福证券有限责任公司	数智赋能部数据中心副总经理
郑煜	华福证券有限责任公司	数智赋能部数据中心副总经理
陈友仙	华福证券有限责任公司	数智赋能部数据中心数据数据分析处处长
黄文超	华福证券有限责任公司	数智赋能部数据中心算法工程师
张家煌	华福证券有限责任公司	数智赋能部数据中心算法工程师