

普通高等教育经管类专业“十三五”规划教材

信用管理

(第3版)

刘澄 张峰 主编

鲍新中 程翔 刘祥东 副主编

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书以实用性为主线,涵盖了信用管理领域的全部知识内容。全书共分七章,包括从信用理论到信用制度和信用监管,从信用风险计量技术到具体的企业信用、政府信用、个人信用、银行信用等管理制度。通过对信用管理知识体系简洁明晰的阐释,为读者提供了信用管理的全景概览。

本书具有阐述简明、知识体系完备等特点,便于组织教学,适用于高等院校信用管理、企业管理、会计、金融等相关专业的课程教学,同时也可供企业管理人员,尤其是信用管理人员培训和自学之用。

本书提供完整的教学课件,可从 <http://www.tupwk.com.cn/downpage> 网站免费下载。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

信用管理 / 刘澄, 张峰 主编. —3 版. —北京: 清华大学出版社, 2020.6

普通高等教育经管类专业“十三五”规划教材

ISBN 978-7-302-53425-9

I. ①信… II. ①刘… ②张… III. ①信贷管理—高等学校—教材 IV. ①F830.51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 179417 号

责任编辑: 崔 伟 马遥遥

封面设计: 周晓亮

版式设计: 思创景点

责任校对: 牛艳敏

责任印制: 杨 艳

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 北京富博印刷有限公司

装 订 者: 北京市密云县京文制本装订厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm 印 张: 17.25 字 数: 445 千字

版 次: 2010 年 3 月第 1 版 2020 年 7 月第 3 版 印 次: 2020 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 55.00 元

产品编号: 083352-01



前言

诚信——诚实守信，社会交往与经济活动中的道德规范和行为准则；信用——诚信精神与原则的应用，是为自己积累的重要社会资本。市场经济就是信用经济。一个民族不能缺乏信用观念；一个国家不能缺乏信用制度；一个社会不能缺乏信用体系；一个企业不能忽视信用管理；一个人不能忽视自己的信用生命！

信用缺失的危害性已经为全世界所认同，信用管理在发达国家已经成为新的社会管理制度。中国历来有诚实守信的传统，诚信在社会道德体系中扮演着至关重要的作用。但是，在当今社会，由于忽视信用教育，以及法律制度的不健全，毁信、乱信行为屡见不鲜，信用危机严重影响着社会经济秩序的正常运转，建立健全信用制度尤为重要并迫在眉睫。党中央、国务院高度重视信用建设，明确提出建设诚信社会、培育信用文化的具体要求。强化信用高等教育，加速信用人才培养首当其冲！有鉴于此，高等院校开设信用管理课程，乃至开设信用管理专业成为新的潮流。本书希望通过对信用管理知识全面、系统的介绍，为普及信用知识、提高信用从业人员信用管理能力尽微薄之力。

本书共分七章。导言部分通过具体的事例描述了信用的力量和失信的危害，强调了加强信用管理的重要性。第一章为信用管理概述，主要阐释了信用和信用管理的概念、信用分类、社会信用体系等内容。第二章集中介绍信用评级体系以及具体的信用风险计量方法，是全书的理论基础，以后各章凡涉及信用风险计量的部分不再重复讲述。第三章介绍企业信用管理，主要讲授企业信用管理制度，以及企业客户管理、赊销管理、应收账款管理的具体方法；本章对企业信用管理制度进行了比较详细的阐述，为节约篇幅，以后各章凡类似的信用管理制度不再详细阐述。第四章阐述政府信用管理，主要介绍政府信用管理体系和公债信用管理办法。第五章阐述个人消费信用管理，主要介绍消费信用分类和形式、消费信用管理内容、消费信用评级体系和个人信用报告等内容。第六章阐述银行信用管理，介绍了银行信用管理体系、银行信用产品、银行信用风险管理和授信管理制度。第七章阐述信用监管，介绍了信用监管制度、政府信用与个人信用监管、信用管理法律体系、信用监管配套体系等内容。

本书具有以下几点鲜明的特征。

(1) 实用性。本书在体系设计、内容取舍、行文方式等方面都试图突出实用、简洁的特色，便于实际应用。通过大量翔实流程阐述与案例分析引导学生快速掌握信用管理的精髓，便于教学的组织。

(2) 全面性。以实用性为主线，本书几乎涵盖了信用管理领域的全部内容。具体内容涵盖从信用理论到信用制度和信用监管，从信用风险计量技术到具体的企业信用、政府信用、个人信用、银行信用等管理制度。本书通过简洁明晰的阐释为学生提供了信用管理的全景概览。



(3) 知识性。本书通过案例、专栏等形式为学生提供了大量信用领域的背景知识和实际应用,一方面可以激发学生的学习兴趣,另一方面为提高学生的分析解决问题能力提供相应的知识储备。

本书是在第2版内容的基础上,结合近年来的教学实践,历经5年修订而成。与上一版相比,本次修订比重约占60%,增补了三分之一的案例,对相关章节的定义和阐述进行了精简;结合信用理论和实践的发展,重点修订了第一章、第三章、第五章到第七章的相关内容,使教材的逻辑性和实务性进一步增强。参与编写的有刘澄、张峰、鲍新中、程翔、刘祥东等,全书由刘澄定稿。

由于编者水平所限,文中错误和遗漏在所难免,恳请读者批评指正。

刘 澄

2020年5月于北京



目 录

导言 信用的力量	1
一、守信的力量	1
二、失信的代价	3
第一章 信用管理概论	4
第一节 信用与信用管理概述	4
一、信用：社会学视角	4
二、信用：经济学视角	6
三、信用与法律和道德的关系	6
四、信用发展历程	7
五、信用分类	8
六、信用风险	9
七、信用管理的含义及步骤	10
第二节 信用的经济学分析	11
一、经济学理论与信用	11
二、信用的经济表现形式	16
三、信用的作用	16
四、信用对市场经济的作用机制	17
第三节 社会信用体系	18
一、社会信用体系概述	18
二、社会信用体系建设	19
思考练习题	21
第二章 信用风险计量	22
第一节 信用评级	22
一、信用评级概述	22
二、信用评级发展历程	24
三、信用评级制度	25
四、信用评级程序	27

五、信用评级原则	29
六、信用评级方法	29
七、信用评级机构	33
第二节 征信概述	40
一、征信的内涵	40
二、征信法治环境	40
三、信用数据	41
四、征信渠道	42
五、企业征信调查	43
六、个人征信调查	45
第三节 信用风险计量模型	46
一、古典信用风险计量模型	46
二、现代信用风险计量模型	53
思考练习题	67
第三章 企业信用管理	69
第一节 企业信用管理概论	69
一、企业信用风险	69
二、企业信用管理内容	71
第二节 企业信用管理制度	72
一、企业信用管理模式	72
二、企业信用管理机构	74
三、信用政策	82
四、信用调查	86
五、赊销跟踪	86
六、信用重估	87
七、信用危机管理	87
八、信用管理成功要素	91
第三节 企业客户管理	92



一、客户管理概论	92	三、消费信用特点	173
二、客户信用评级	99	四、消费信用原则	173
三、信用报告	102	五、消费信用分类	173
四、客户信用档案	104	六、消费信用形式	175
第四节 企业赊销管理	106	七、消费信用作用	177
一、赊销的必要性	106	八、消费信用服务机构	177
二、赊销成本分析	107	第二节 消费信用管理概论	178
三、赊销政策制定	110	一、消费信用风险	178
四、赊销调查	111	二、消费信用管理的定义及内容	178
五、授信管理	111	三、消费信用监管体系	179
六、债权保障措施	123	四、消费信用风险防范	180
七、信用管理部门的考核	124	第三节 消费信用评级体系	182
第五节 应收账款管理	124	一、消费征信模式	182
一、应收账款管理概述	124	二、消费信用评分概述	183
二、应收账款账龄分析	129	三、消费信用评分模型构建	184
三、应收账款催收内容	132	四、消费信用信息数据库	188
四、应收账款催收技巧	139	五、个人信用报告	189
思考练习题	147	六、提高个人信用等级的途径	192
第四章 政府信用管理	153	思考练习题	193
第一节 政府信用及信用管理		第六章 银行信用管理	194
概论	153	第一节 银行信用及信用管理	
一、政府信用的概念	153	概论	194
二、政府信用的思想	154	一、银行信用的内涵	194
三、政府信用的作用	155	二、银行信用风险	195
四、政府信用危机	156	三、银行信用管理概述	198
五、政府信用管理概述	158	四、银行信用管理体系	200
第二节 公债信用及信用管理		第二节 银行信用产品	202
概论	161	一、银行传统信用产品	202
一、公债信用的内涵	161	二、银行信用衍生产品	206
二、公债信用风险	164	第三节 银行信用风险管理	211
三、国家信用评级	164	一、银行信用风险管理程序	211
四、公债信用管理概述	166	二、银行信用风险管理要素	211
思考练习题	170	三、银行信用风险内部控制	213
第五章 消费信用管理	171	四、银行客户信用评级	216
第一节 消费信用概论	171	五、信贷风险识别与评估	220
一、消费信用的内涵	171	六、银行贷款的定价	221
二、消费信用理论	172	七、银行信用风险的管理方法	222

八、银行信用风险评级制度	229	一、政府信用监管概述	246
九、不良贷款预警与处置	234	二、政府部门信用监管职责	247
第四节 授信管理	236	第三节 个人信用监管	249
一、授信管理概述	236	一、个人信用监管的定义	249
二、授信管理机制	237	二、个人信用监管的特殊性	249
三、授信审查	237	三、个人信用监管机构	249
四、授信操作流程	239	四、个人信用监管内容	249
五、授信限额确定	241	第四节 信用监管法律体系	250
思考练习题	242	一、法律在信用监管中的地位和作用	250
第七章 信用监管	244	二、国外信用监管的法律体系	252
第一节 信用监管概论	244	第五节 信用监管配套体系	255
一、信用监管的概念	244	一、信用文化建设	255
二、信用监管主体	244	二、失信惩戒机制	257
三、信用监管目的	245	三、信用保险制度	259
四、信用监管特征	245	四、信用增级制度	262
五、信用监管内容	246	思考练习题	264
第二节 政府信用监管	246	参考文献	265



导言

信用的力量

一、守信的力量

(一) 诚信是中华民族的传统美德

中华民族历来倡导仁、义、礼、智、信，纵览先秦儒、法、道、墨、兵各家学说，无不肯定了“信”在治人、治兵、治国、治世方面的功用。墨家强调“志强智达，言信行果”；兵家认为将者必须具备“智、信、仁、勇、严”五德；道家的老子认为“信者，吾信之；不信者，吾亦信之，德信”；孔子一句“人而无信，不知其可也”更是表明，诚信是基本的社会行为规范。

秦末楚将季布，曾经使刘邦吃足了苦头，刘邦誓杀之以雪耻。后来，西楚霸王项羽战败自刎，刘邦重金悬赏捉拿季布。奇怪的是，虽有千金利诱，严刑威逼，人们仍然把季布保护起来，甚至还有胆大者到刘邦那里为季布求情。这是为什么呢？当时有句俗语：“得黄金千两，不如得季布一诺。”季布因为讲信用，以守信而闻名天下，免得一死。

唐太宗李世民曾下令年龄不满 18 岁，但体格健壮的男子也要应征入伍。因为他认为，有些“奸民”会为逃避兵役而谎报年龄。谏臣魏征说：“陛下常说自己以诚信待天下，要人民不可诈欺，可你心里却先失去诚信，所以才会疑心人民诈欺。”李世民深以为然，立即收回成命。

(二) 诚信行为可以提高企业竞争力

诚信是企业家的生命，是企业最为宝贵的无形资产。真正的企业家十分重视维护自己的信誉。

中国企业在历史上就非常注重信用的培养。商人把关公的信义当作至关重要的商业信用、信条予以崇奉。

清朝晋商的票号遍布全国甚至海外，当时只要简单的手续费就借出去了。辛亥革命时晋商

的票号很多钱压在武汉的企业，企业因革命爆发无法还钱，票号为信守承诺，只好倾家荡产偿付给债权人。

同仁堂药店内的一副对联传达着他们的信念：“品味虽贵，必不敢减物力；炮制虽繁，必不敢省人工。”正是靠着这份承诺，同仁堂历经 300 年风雨而不倒，从一家普通的家族药铺发展为国药第一品牌。

日本松下电器的创始人松下幸之助说过“偷税比破产更可耻”，决不为公司的利益去损害国家的利益，做一位诚实的企业经营者，充分体现了企业家的高尚品德。

南宋洪迈在《容斋随笔》中记述了陈策追骠的故事。陈策买到一头不能加鞍使用的骡子，不忍心把它转售给别人，便在野外的茅屋里养着，待其自灭。陈策的儿子与狡猾的经纪人商量后，磨破了骡子的脊背，炫耀这骡子能驼东西，成功地将它卖给过路人。陈策知道后，赶紧追上那位官人，把骡子不能加鞍使用的实情相告。对方却怀疑陈策舍不得卖这个骡子。没办法，陈策现场示范，结果骡子的脊骨高高的，一整天都加不上鞍子，官人这才感谢地退回了骡子。市民百姓对“信”信奉到这种程度，确实是宋朝人的骄傲。

信用管理是企业成功的助手。绝大多数企业在谈到“信用风险”这个话题时，都把责任推向社会，似乎企业无力改变现状。不能否认社会道德水平、经济秩序和社会信用制度的发展对防止“信用风险”的重要性，但是，对企业来讲，更重要的却是企业自身的信用管理水平。

企业在经营中，借助赊销行为可以达到节约资金、加快资金周转的目的。由于企业赊销比例的不同，经营中占用资金的比例必然差距悬殊。

据统计，美国企业赊销使用比率为 90%，中国企业赊销使用比率为 10%；与之形成鲜明反差的是，美国企业只占用 10% 的资金，而中国企业占用 90% 的资金。仅资金一项，中美两国企业差距巨大。以图 0-1 所示某企业使用赊销前后其销售额、利润率、流动现金、客户数量的数据为例，从中可以发现，信用行为能够起到加快资金周转、提高企业竞争力的作用。

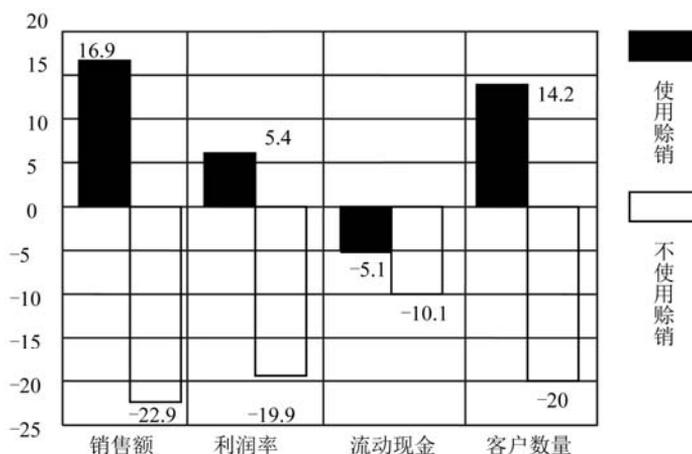


图 0-1 某企业使用赊销的前后效果对比

为何我国企业不偏好赊销行为？非不为也，实在是不能也，源于我国的信用环境恶化和企业信用管理能力低下，导致在国际上广泛使用的赊销行为反而在我国很少使用。

20 世纪 60 至 70 年代，当美国刚刚度过经济危机，步入繁荣的时候，美国企业也面临着高坏账率、高逾期账款率的状况，很多企业因此破产、倒闭，更多的企业在泥潭里挣扎。此时，

企业信用管理被高度重视起来。每个美国企业都建立了科学的信用管理机制，成立信用管理部门，规范赊销行为。不到5年时间，美国企业的平均坏账率和逾期账款率大幅度下降，同时，赊销比例也节节上升。在美国企业建立内部信用管理制度时，美国国内的经济环境并没有什么改变，美国企业取得的成绩完全是企业自己创造的。美国企业能做到的，我国企业同样也可以做到。

世界上没有一家知名公司是靠弄虚作假撑起来的，也没有一个著名的企业家不视诚信为企业的生命。要创下企业的百年基业，必须脚踏实地，扎扎实实做好企业的经营管理，既要诚信之人，更要做诚信的企业家。

二、失信的代价

从前，一个放羊的孩子在离森林不太远的地方放羊。村民们告诉他，如果有危险发生，他只要大声呼喊救命，人们就会来帮他。有一天，这个男孩想和村民们开个玩笑，给他们制造一点麻烦，以便从中找乐。于是他就一边向村边跑，一边拼命地大喊：“狼来了，狼来了。救命啊！狼在吃我的羊！”善良的村民们听到喊声，立刻放下手中的农活，拿着棍棒和斧头赶过来打狼。可是他们并没有发现狼，于是就回去了，只剩下放羊的孩子看着他们气喘吁吁的样子捧腹大笑。第二天男孩又喊：“狼来了，狼来了！救命啊！狼在吃我的羊！”人们又纷纷赶来，这次仍然没有看到狼的影子，只得摇了下头又回去了。第三天，狼真的来了，闯进了羊群，开始吃羊。男孩惊恐万分，大叫：“救命！救命！狼来了！狼来了！”村民们听到了他的喊声，但他们想放羊娃可能又在耍什么花招，于是没有人理睬他，也没有人来救他。

在《狼来了》的故事中，男孩因为说谎毁掉了自己的信用，并为此付出了生命的代价。

近年来，我国信用状况堪忧，信用缺失现象频发，危害着市场经济秩序的建立和规范。由于失信行为的泛滥，相继引发了个人信用危机、企业信用危机、商业信用危机、金融信用危机、政府信用危机，治理信用环境已成为我国经济生活中的当务之急。

信用危机造成了投资经营成本和生产成本的增加，导致了金融风险的增加和交易方式的倒退，阻碍了生产、交换的正常进行，直接结果是信用功能的发挥受到很大限制，交易方式向现金交易、以货易货等原始方式退化，大大提高了市场交易成本，降低了交易效率和经济活力。

信用危机降低了企业竞争力。西方企业把信用赊销当作主要的销售手段和竞争手段，而我国企业由于惧怕被拖欠，很少采用赊销。美国的企业坏账率是0.25%~0.5%，我国企业平均坏账率是5%~10%，相差10倍到20倍；美国企业的账款拖欠期平均是7天，我国平均是90多天。我国企业管理费用、财务费用和销售费用占销售收入的14%，而美国只占2%~3%。

信用危机可以毁掉一个企业，甚至一个行业。保健品行业就是典型的因为部分企业的不诚信行为，导致了社会对保健品行业的普遍不信任。

如果说上述的信任危机毁掉的只是一个行业，而那些体现社会公信力的权力机构的信任危机所毁坏的则是经济和社会生活的基本秩序和运行基础。广泛的失信行为毁掉了政府机构和中介机构的公信力，导致市场经济秩序混乱，投资风险增大，使得社会资源配置失当，严重影响地方经济发展。

一个充满前景的行业会被毁掉，经济生活运行的基础会被毁掉，社会秩序的基础会被毁掉，这就是信任危机对我们提出的挑战。

信用，已成为目前我国最为稀缺的资源。市场经济是信用经济，没有信用就没有现代经济。



第一章 >>>

信用管理概论

学习目标

- 了解信用概念和信用发展历程;
- 掌握信用分类形式,了解信用缺失的危害;
- 重点掌握社会信用体系的架构。

第一节 信用与信用管理概述

一、信用：社会学视角

(一) 社会学意义上的信用概念

国内外对信用的定义多种多样：英语中的“credit”源于拉丁语 bonalldes 和 credere，意为信任；汉语中“信用”一词，从词源上考查，《说文解字》称“信，诚也，从人言”，意思是指诚实守信，言行一致。按照《辞海》的定义，是指“遵守诺言、实践成约，从而取得别人的信任”。信用首次出现于《左传》的“宣十二年篇”，王曰：“其君能下人，必能信用其民矣。”

历史上，我国儒家文化有许多对君子的行为规范，如“言必信，行必果”“君子一言，驷马难追”等，这反映了信用的社会伦理属性。

中国传统伦理中，“诚”与“信”最初是两个分立的德目。

第一，“诚”首先是一种个人美德。《周易·乾》云，“修辞立其诚，所以居业也”，讲的是君子要以诚立业。后孟子进一步把“诚”提升为“天道”，将“诚”之意识撮升为“人道”。《孟子·离娄上》中曰：“诚者，天之道也；思诚者，人之道也。至诚而不动者，未之有也；不诚，未有能动者也。”在《礼记·大学》中，“正心、诚意”被视为儒家伦理之核心理念系统“八条目”中的两个关节和德目，其重要性不言而喻。

第二,“信”同样为儒家伦理所看重。孔子讲“民无信不立”(《论语·颜渊》),从社会政治伦理的层面强调民信之于社会国家秩序的重要作用。孟子讲“朋友有信”(《孟子·滕文公上》),将“信”作为“五伦”之一,其伦理地位已经非常显要。在荀子及稍后的管子那里,“诚”与“信”被当作一个社会伦理美德的整体。荀子相信:“诚信生神,夸诞生惑。”诚实守信才有力量,而虚假浮夸则导致人心不定,社会混乱。管子则把诚信的美德看作天下伦理秩序的基础,其曰:“先王贵诚信。诚信者,天下之结也。”在中国传统伦理看来,作为“天下之结”的诚信美德,根源于人心,心正则诚,且只有内诚于心,方能外信于人。政治家以诚取信于民,作为道德典范的君子则以诚取信于人。

总结起来,社会学意义上的信用是指一种价值观念以及建立在这一价值观念基础上的社会关系,是一种基于伦理的信任关系。信用源自一种社会心理,是一种社会关系,具有伦理特征、文化特征和时代特征。

(二) 社会学意义上的信用特征

1. 信用源自一种社会心理

信用是以信任为前提和基础的。对受信人的信任实际上是授信人对信用关系所具有的安全感。作为一种社会心理,这种安全感并非凭空产生,而是依赖于受信人的信用水平,取决于授信人的理性判断。信用因其“信任内涵”而成为一种特殊的社会心理现象。

2. 信用是一种社会契约关系

信用不是个体行为,而是发生在授信人和受信人之间的社会契约关系。随着信用的发展,信用内涵及其表现形式愈加丰富,信用作为一种社会关系也愈加复杂。在现代社会,信用关系逐步深入社会生活的每一个角落,尤其是经济领域。现代市场经济实质上是由错综复杂的信用关系所编织而成的巨大网络。

3. 信用具有伦理特征

信用属于伦理学范畴,体现为一种约束人们行为的道德准则。信用不仅是一种社会关系,也不仅仅是一种交易方式,它更是人类社会的一种价值观。诚实守信的人会得到大家的推崇和信任,失信的人则将受到谴责和孤立。当人们都认同并遵守这种价值观和道德准则的时候,社会的信用环境就会优化,失信的行为就会减少。

4. 信用具有文化特征

东西方的文化差异也表现在对信用的理解上。在中国,长期以来借债都被人们认为是在不得已的情况下做出的选择。人们常常将债务称为“饥荒”,意思是只有到了饥荒的时候才可以借债。在消费习惯上,东方人更将“寅吃卯粮”看作恶习,主张禁欲节俭和量入为出。在西方,情况则大为不同,人们对透支习以为常,超前消费成为普遍现象。尽管信用的产生是人类社会发展的共同规律,“诚实守信”是人类普遍认同的美德,但是不同的文化对信用的理解却具有差异,体现出信用的文化特征。

5. 信用具有时代特征

随着时代的发展,信用始终处于发展变化之中。不同的时代,信用有不同的表现形式,人们对信用也有着不同看法。在当今社会,传统的信用观念发生了急剧的变化,人们对信用



的理解不断深化。信用前所未有地影响着经济发展和社会生活,成为一种越来越重要的社会关系。

二、信用:经济学视角

(一) 经济学意义上的信用概念

在《新帕格雷夫经济大辞典》中,对信用的解释是:“提供信贷意味着把对某物(如一笔钱)的财产权给予让渡,以交换在将来的某一特定时刻对另外的物品(如另外一部分钱)的所有权。”

《牛津法律大辞典》的解释是:“信用,指在得到或提供货物或服务后并不立即而是允诺在将来付给报酬的做法。”

信用是建立在授信人对受信人偿付承诺的信任的基础上,使受信人不用立即付款就可获得商品、服务或货币的能力。这种能力受到一个条件的约束,即受信方在其应允的时间期限内为所获得商品、服务或货币付款或付息。这个时间期限必须得到授信方的认可,具有契约强制性。

(二) 信用构成要素与影响因素

1. 信用构成要素

(1) 信任。即授信人对受信人的信任。

(2) 时间。即授予信用和偿还信用的时间限制。

信用是以信任为基础、以按期偿还为条件的交易关系和价值运动方式。

2. 信用影响因素

从受信人的角度看,信用受以下两个因素影响。

(1) 履约能力。履约能力是受信人在特定期限内实现付款或还款的经济能力,与受信人的经济状况有密切联系。

(2) 履约意愿。履约意愿是指受信人在特定的期限内保证付款或还款的主观意愿,与受信人的道德品质有直接关系。

失信意味着受信人由于履约能力和意愿上的限制对授信信任和时间约定的违背。

三、信用与法律和道德的关系

(一) 概念的界定

信用是授信人对受信人所做的承诺或双方约定的信任。狭义的信用实质上是一种经济关系,属于经济范畴;广义的信用包含狭义信用和诚信两种内涵,兼有经济和伦理两种属性。

法律是国家意志的体现,是由政权机关建立起来并具有强制性的社会行为规范。法律是上层建筑,属于政治范畴。

道德是社会群体普遍接受和认同的内在行为规范和准则。道德是一种社会意识形态和价值体系,属于伦理范畴。

（二）信用与法律的关系

1. 法律是信用的保证

健全的信用法律体系是信用交易发展的制度性前提。

社会信用意识的提升不能仅仅依靠道德和舆论的力量，更要以信用法规强制诚实守信。

在法律和道德、外力和内力的共同作用下，诚实守信的社会风气才能形成。

2. 信用是法律的补充

法律对各种社会关系、经济关系做出了强制性的规定。然而，经济主体之间的关系复杂而又富于变化，法律不能完成协调所有经济关系的任务。很多影响市场经济正常秩序的行为在法律上并没有清晰、明确的界定，或者这些行为是在法律允许的范围之内，法律对此没有直接的效用。以法治手段协调经济关系要发生很高的社会成本。法治手段具有事后性，它只能在问题出现以后才发生作用。

信用是一种管理手段。它以信用技术对市场主体进行管理，以经济手段对各种“未必违法但却失信”的行为进行防范，以市场机制对失信行为进行惩戒，维护社会公平，避免资源浪费。信用具有道德内涵，以道德的力量提升全社会的信用意识，使诚实守信变为自觉的行为。

信用是法律和道德的“中间地带”，只有信用、道德和法律的综合运用才能提高社会管理水平和经济运行效率。

3. 信用是信用管理法律规范的立法依据

信用法规是以法律规定对信用问题做出的制度性安排，是国家法治体系中的一个必要而重要的组成部分。信用法规在制定过程中要面临复杂的信用专业环节，需要有专业的信用理论、知识和技术为其支撑和依据。只有具备充分的专业性依据，才能保证信用法规的科学性和有效性。

（三）信用与道德的关系

广义的信用包括两个基本内涵：狭义的信用和诚信。狭义的信用是指市场主体之间的交易关系和价值流动的特殊方式。诚信反映的则是受信人的可信赖程度，与受信人的道德水平和价值观念有关。从狭义上理解信用，信用与道德无关，是纯粹的经济学概念，明确地属于经济学范畴。然而，从广义上理解信用，信用的“诚信”内涵必然使信用被纳入伦理范畴，具有道德属性。

信用的两个重要因素是履约能力和履约意愿。其中，履约意愿是受信人偿还信用的主观态度，涉及受信人的道德意识和社会责任感。这种道德意识和社会责任感实际上属于道德和伦理的范畴。因此，广义的信用所蕴含的“履约意愿”和“诚信”内涵，构成了信用与道德的部分“重合”。这一部分“重合”决定了信用的伦理属性和道德内涵，信用是道德在经济领域的延伸和表现形式，是道德伦理的社会性外延之一。

四、信用发展历程

（一）第一个阶段

信用是一个古老的经济范畴，是随私有制和商品经济的出现而产生、发展起来的。

信用产生的前提条件是私有制和社会分工。私有制出现以后，社会分工不断发展，大量剩



余产品不断出现。私有制和社会分工使得劳动者各自占有不同的劳动产品, 剩余产品的出现则使交换行为成为可能。随着商品生产和交换的发展, 商品流通出现了矛盾, “一手交钱、一手交货”的方式由于受到客观条件的限制经常不易实现, 一些商品生产者出售商品时, 购买者却可能因自己的商品尚未卖出而无钱购买。于是, 赊销, 即延期支付的方式应运而生。

(二) 第二个阶段

赊销意味着卖方对买方未来付款承诺的信任, 意味着商品的让渡和价值实现发生时间上的分离。这样, 买卖双方除了商品交换关系之外, 又形成了一种债权债务关系, 即信用关系。当赊销到期、支付货款时, 货币不再发挥其流通手段的职能而只充当支付手段。这种支付是价值的单方面转移。正是由于货币作为支付手段的职能, 使得商品能够在早已让渡之后独立地完成价值的实现, 从而确保了信用的兑现。整个过程实质上就是一种区别于实物交易和现金交易的交易形式, 即信用交易。

(三) 第三个阶段

信用交易超出了商品买卖的范围, 作为支付手段的货币本身加入了交易过程, 出现了借贷活动。从此, 货币的运动和信用关系联结在一起, 由此形成了新的范畴——金融。现代金融业正是信用关系发展的产物。在市场经济发展初期, 市场行为的主体大多以延期付款的形式相互提供信用, 即商业信用。

(四) 第四个阶段

私有制出现以后, 在市场经济较发达时期, 随着现代银行的出现和发展, 银行信用逐步取代商业信用, 成为现代经济活动中最重要的信用形式。

信用交易和信用制度是随着商品货币经济的不断发展而建立起来的; 信用交易的产生和信用制度的建立促进了商品交换和金融工具的发展; 现代市场经济发展成为建立在错综复杂的信用关系之上的信用经济。

五、信用分类

(一) 信用类型分类

1. 按受信主体分类

按受信人的身份, 可以将信用分为公共信用、企业信用与私人信用。

公共信用是指社会为了帮助政府成功实现其各项职能而授予政府的信用, 其核心是政府的公债。

企业信用是指企业为了满足其生产的需要, 向债权人举债组织生产, 形成企业信用。

私人信用包括消费者信用与商业信用。消费者信用又可细分为零售信用、现金信用与房地产信用。商业信用可分为商品信用和金融信用。

2. 按授信对象分类

按授信对象分类, 可以将信用分为公共(政府)信用、企业(包括工商企业和银行)信用和消费

者个人信用。其中，政府信用是社会信用体系的核心。

3. 按设立信用期限分类

按设立信用的期限，可以将信用分为短期信用、中期信用和长期信用。

(二) 主要信用类型介绍

下面按授信对象的分类标准来介绍主要的信用类型。

1. 公共信用

公共信用也称政府信用，是指一个国家各级政府举债的能力。政府为对人民提供各种服务，如国防、教育、交通、保健及社会福利，需要庞大的经费支出。但是政府税收的增加往往赶不上支出的增加，因此每年会出现庞大的赤字。为弥补财政赤字，政府发行或出售各种信用工具，这些信用工具代表政府对持有人所做出的将来偿还借款的承诺。这种偿还债务的承诺来自公共机关，因此称为公共信用。

2. 企业信用

企业信用泛指一个企业法人授予另一个企业法人的信用，其本质是卖方企业对买方企业的货币借贷。它包括生产制造企业在信用管理中，对企业法人性质的客户进行的赊销，即产品信用销售。在产品赊销过程中，授信方通常是材料供应商、产品制造商和批发商，而买方则是产品赊销的受益方，它们是各种各样的企业客户或代理商。买方以自己企业的名义取得卖方所授予的信用。企业信用涉及商业银行、财务公司、其他金融机构对企业的信贷，以及使用即期汇款付款和预付货款方式以外的贸易方式所产生的信用。

银行也是一种企业，而且是专门经营信用的企业。银行信用是由商业银行或其他金融机构授给企业或消费者个人的信用。在产品赊销过程中，银行等金融机构为买方提供融资支持，并帮助卖方扩大销售。商业银行等金融机构以货币方式授予企业信用，贷款和还贷方式的确定以企业信用水平为依据。商业银行对不符合其信用标准的企业会要求提供抵押、质押作为保证，或者由担保公司为这些企业做出担保。后一种情况实质上是担保公司向申请贷款的企业提供了信用，是信用的特殊形式。

企业信用取决于企业履行自身承诺的能力与意愿。这里有两层含义：一是企业是不是有积极的履行承诺的意愿，从而使企业一直保持着良好的信用记录；二是企业是不是具备保持良好信用水平的能力，对这个能力高低的判定，是信用评级机构所做的工作。

3. 消费信用

消费信用是指消费者以对未来偿付的承诺为条件的商品或劳务的交易关系。消费信用作为市场经济中的交易工具已经有很长的历史了，为了推销商品，设计出了许多创新推销方式，如分期付款、赊购证、信用卡等。消费信用的出现扩大了市场的规模，使消费者可以提前享受到他们所要的东西。

六、信用风险

信用风险一般泛指信用关系的一方因为另一方没有履约而导致的可能的损失。



由于对信用风险损失的不同理解，信用风险的概念一般有狭义和广义之分。

（一）狭义的信用风险

狭义的信用风险是指当违约实际发生后，信用资产发生的损失。在此之前，债务人信用状况的变化并不直接影响信用资产的价值，即违约模式(default model, DM)。在这种模式下，只存在两种状态，即违约发生，资产遭受损失；违约不发生，信用损失为零。信用损失取决于违约是否发生。狭义风险也被称为信用违约风险。

狭义的信用风险定义已经被普遍接受，国际证监会组织和巴塞尔委员会都使用这一概念。

（二）广义的信用风险

广义的信用风险既包括直接违约发生的资产损失，也包括违约可能性的变动给资产带来风险。即使债务人不发生违约，只要其信用状况降低，信用资产的价值也会相应减少，这样信用损失在违约之前也会发生，即盯市模式(market to market, MTM)。在盯市模式下，不同的状态损失是不同的，违约只是其中的状态之一。这种由于信用质量变化带来的风险称为信用级差风险。

随着现代风险环境的变化和风险管理技术的发展，使得对信用风险损失的盯市衡量成为可能。

（三）信用风险特征

1. 信息的不对称性

信用的提供方即卖方提供信用是建立在对买方的信任的基础上的，而这个信任又是建立在对买方了解的基础上。在信用交易中，信息对买卖双方来说永远是不对称的，信用的提供方所获得的信息越多，发生风险的概率越小。

2. 信用风险的累积性

信用风险具有不断积累、恶性循环、连锁反应、在一定的临界点可能会突然爆发而引起经济危机的特点。

3. 信用风险的内源性

造成信用风险的因素是多方面的，不是完全由客观因素驱使的，含有主观的，无法用客观数据、事实证实的因素以及很难进行有效管理的，含有明显的行为因素，出于多种目的，公司或个人可以操纵其信用状况。

七、信用管理的含义及步骤

（一）广义的信用管理

广义的信用管理是指信用活动的参与者利用管理学的方法来解决信用交易中存在的风险问题。信用管理的主要职能包括识别风险、评估风险、分析风险，并在此基础上有效地控制风险，并用经济、合理的方法综合地处理风险。

(二) 狭义的信用管理

狭义的信用管理是指授信者对信用交易进行科学管理以控制信用风险的专门技术。其主要功能包括五个方面：征信管理(信用档案管理)、授信管理、账户控制管理、商账追收管理、利用征信数据库开拓市场或推销信用支付工具。

(三) 信用管理的步骤

1. 风险识别

即识别可能产生风险的因素，确定风险存在的环节。

2. 风险衡量

即通过确定的标准衡量潜在的损失概率与损失程度。

3. 风险管理办法

即开发并选择适当的用于控制风险的各种管理方法。

4. 风险监督与控制

即实施所选定的风险管理方法，持续地对风险管理方法和风险管理战略的实施情况及适用性进行监督。

5. 风险调整

风险调整也称风险调整业绩，即通过特定的测量方法对机构内部、产品和客户之间的收益进行衡量，将可能的损失和收益进行科学匹配，为机构找到风险平衡的可行办法。

第二节 信用的经济学分析

一、经济学理论与信用

(一) 信用功能理论

经济学对信用功能典型的理论阐述主要有三种：信用媒介论、信用创造论和信用调节论。

1. 信用媒介论

信用媒介论又称自然主义信用理论，创始于18世纪，盛行于19世纪前期。其主要代表人物有亚当·斯密、大卫·李嘉图、约翰·穆勒等人。

信用媒介论认为，信用是将资本从一个部门转移到另一个部门的媒介，信用不是资本，也不创造资本；信用可以节省流通费用、促进利润率平均化，也可以促进国家财富增加；信用对物价和商业危机有影响；银行创造信用是有限的。

亚当·斯密认为，银行通过贴现和放款，只起着将死资财转化为活资财的作用，而不能额外增加一国的资本。货币在商品交换中只不过起媒介作用，银行通过信用方式以纸币代替金属货币流通，也只能起着媒介工具的作用。大卫·李嘉图认为，信贷可以用来购买机器，但不可能创造机器，信用能够使资本转移，能够改变资本的用途，这种改变既可能是有利的，也可能



是有害的。

2. 信用创造论

该理论创始于18世纪,发展于19世纪末20世纪初,盛行于现代。主要代表人物有约翰·劳、亨利·桑顿、麦克鲁德、熊彼特·韩、C. A.菲利普斯等人。

信用创造论认为,信用创造资本,信用就是货币、财富、生产资本;通过这种生产资本的扩张,即信用量的增加与扩展可以创造社会财富,繁荣商业,使国民经济具有更大活力;银行具有无限创造信用的能力。

约翰·劳认为,国家拥有的货币多,创造就业的机会就多,就能增加国家财富。亨利·桑顿认为,商品的价格决定于商品的供求比例和通货的供求比例,商品增多便对银行券的需求扩大,而银行券增多又对商品的需求扩大,所以当银行券增多而商品对银行券的需求未扩大时,就必然使物价随之上涨。物价上涨,工资缺乏弹性,一方面刺激生产,另一方面抑制消费,从而造成作为资本的商品增多。

麦克鲁德认为,信用就是货币,货币和信用都是财富,信用是生产资本,能带来利润,而银行是信用的创造者,银行所能创造的资本取决于它的存款准备率。

信用创造资本理论是现代西方社会最有势力、最有影响的信用理论,为以后许多经济学家理论体系的形成奠定了基础。

3. 信用调节论

该理论始于20世纪二三十年代,盛行于现代。主要代表人物有R.G.霍曲莱、凯恩斯、阿尔文·汉森、萨缪尔森等人。

信用调节论是在资本主义经济进入垄断阶段以后产生的,认为资本主义经济危机能够通过货币信用政策去治理,资本主义各种矛盾能够通过货币制度的机制去消除,主张扩张信用,促进经济增长。

霍曲莱认为,经济周期变动的规模与长短是由信用的发展决定的;控制经济周期变动的方法在于短期利率,信用调节的直接对象应当是商人,而不是生产者。

凯恩斯认为,经济危机和失业的主要原因是有效需求不足。货币需求的主要动机来自三方面:交易动机、预防动机和投机动机。他主张国家以宏观货币政策去作用于需求管理,企图通过银行信用调节而扩大信贷,增加货币供应量去避免资本主义危机。

汉森从国家运用宏观财政政策来干预经济生活的角度,提出中央银行要制定执行“补偿性金融政策”,在宏观上采用信用调节与直接信用管制相结合政策,在微观上采用选择性信用控制与间接信用管制相结合政策。

(二) 信息不对称理论与信用

2001年度诺贝尔经济学奖被授予三位美国经济学家——约瑟夫·斯蒂格利茨、乔治·阿克洛夫和迈克尔·斯宾塞。他们获奖主要是因为他们在30多年前提出了信息不对称理论。

信息不对称理论是指在市场经济活动中,各类人员对有关信息的了解是有差异的,掌握信息比较充分的人员往往处于比较有利的地位,而信息贫乏的人员处于比较不利的地位。该理论认为,市场中卖方比买方更了解有关商品的各种信息,掌握更多信息的一方可以通过向信息贫

乏的一方传递可靠信息而在市场中获益；买卖双方中拥有较少信息的一方会努力从另一方获取信息；市场信号显示在一定程度上可以弥补信息不对称的问题；信息不对称是市场经济的弊病，要想减少信息不对称对经济产生的危害，政府应在市场体系中发挥强有力的作用。

信息不对称理论通常根据非对称信息发生的时间进行划分，把非对称信息发生在当事人签约之前的称为事前非对称，研究事前信息不对称的理论称为逆向选择模型。把非对称信息发生在当事人签约之后的称为事后非对称，研究事后信息不对称的理论称为道德风险模型。其表现为签约之后有违背合同、不守诺言、造假、偷懒、偷工减料等的可能，这就是道德风险效应。

信用是市场经济的基础，但在当前市场经济环境下，信用越来越成为社会的稀缺资源。信用缺失败坏了社会风气，导致市场配置资源的低效率，严重阻碍了社会的消费与投资行为，如果任其发展，必然会危及整个经济基础。

信用缺失与信息不对称紧密联系。由于人们获取信息的能力、社会条件及所处的交易地位不同，因此信息不对称在现实经济生活中普遍存在。微观经济学认为，人是自利的、理性的，每个人都会追求自身利益的最大化，处于信息优势的一方采取有利于自己，甚至有损于处于信息劣势一方的行为决策就在所难免。由于信息不对称，不能履约的也敢承诺，承诺的也可以不履约，造成履约率低，这是信用缺失滋生和赖以生存的土壤。

下面以产品市场、资本市场和保险市场为例，具体分析信息不对称对信用缺失的影响和传导作用。

1. 产品市场

在产品市场上的信息不对称表现为：在产品的质量、性能、生产工艺、成本等方面，卖方(厂商)处于信息优势，而买方(消费者)则处于信息劣势，因而对产品难以准确估价。这种信息不对称可能导致的结果是：不断提高产品质量的厂商因成本提高造成价格上升，消费者的需求降低，而失去市场；以次充好、偷工减料的厂商因成本低占有价格优势，在信息不对称的情况下可能赢得市场，这就出现经济学中所讲的“格雷欣法则”，即“劣币驱逐良币”现象。产品市场上的这种信息不对称造成市场上假冒伪劣产品增多，消费者担惊受怕，这是产品市场上商家的信用缺失。结果会导致需求不旺，产品市场萎缩，这就是“逆向选择”效应。产品市场上的信息不对称还表现为：在买方(消费者)的支付能力和信用信息方面，卖者(厂商)处于信息劣势，而买方(消费者)处于信息优势。于是在交易活动中，买方在赊销、延期支付等交易方式中可能有机可乘，逾期不付使厂商更喜欢一手交钱一手交货或以货易货的原始交易方式。这是产品市场上由于信息不对称造成的买方的信用缺失。其最终结果是大大提高交易成本，导致市场交易行动减少，市场萎靡不振，甚至波及个人消费信贷的发展。

2. 资本市场

在资本市场上的信息不对称表现为：贷方(银行)对借方的信用度、偿债能力、生产经营状况、资金真实流向、违约的概率等缺乏充分信息，而借方比银行拥有更多的信息。这种信息不对称可能使借方获得贷款后，在高额投资利润的诱使下从事高风险活动，即出现道德风险问题，违约的概率增加。一旦投资决策失误，无法按期偿还银行债务就会失信于贷方(银行)。一次失信成功未被其他的参与者发现，就会有第二次失信，不良的示范效应造成恶性循环。资本市场上的这种信息不对称可能导致的结果是：贷方担心借方的隐藏活动而惜贷，借方由于道德风险



效应而失信, 导致贷方宁可降低风险不贷, 或不得不提高贷款利率以减少损失; 真正有潜力的借方因缺乏资金而失去发展机会, 造成资本市场的效率不高。

3. 保险市场

保险市场中存在典型的信息不对称, 表现为: ①投保前的信息不对称。投保人比承保人拥有更多的信息, 风险越大的人入保的可能性越大, 风险越小的人入保的可能性越小(逆向选择效应)。例如, 病入膏肓的人可能隐瞒病情而积极投保人身健康险。②投保后的信息不对称。一旦保险后, 投保人减少了谨慎行动来规避风险和节省开支的动力(道德风险效应), 麻痹大意以致增加风险发生的概率, 甚至故意制造事故以骗取保险赔偿, 更有甚者把保险作为投机活动, 造成保险市场的信用缺失。保险市场中的信息不对称, 会导致承保人为了弥补投保人隐瞒私人信息而造成的损失, 被迫提高保险费率, 这时会排除部分出于偶然性风险而投保的人。为了维持保险公司的发展, 保险公司又被迫继续提高保险费率, 部分原来想投保的人又被排除出保险市场, 如此下去, 最终将导致保险市场的萎缩。

信息不对称是市场经济中客观存在的经济现象, 是直接导致信用缺失的原因之一。在经济转型期, 如何针对不同市场领域的信息不对称现象, 寻找防范信用缺失的措施, 是一项长期且艰巨的工作, 它有赖于政府、商家、个人的共同努力, 有赖于人们道德水准的提高及完善的法律环境和完整的市场规则, 才能保证市场经济的健康发展。

(三) 交易成本论与信用

交易(transaction)是指交互影响的活动。美国经济学家康芒斯把交易分为三种: 买卖的交易(bargaining transaction), 即平等的人之间的自愿交换关系; 管理的交易(managerial transaction), 即契约规定的上下级之间的关系; 配额的交易(rationing transaction), 即法律意义上的上下级之间的关系, 主要是政府对公民之间的关系。

交易活动至少要有两个人才能发生, 包含了人与人之间的利益冲突, 根据经济学中的理性人假设, 交易活动可看作理性人之间的博弈, 交易活动比生产活动更具有不确定性和复杂性, 交易活动中存在的交易成本(以下称交易费用)比生产活动中需要的生产费用更具不确定性。对于交易费用(transaction cost)的定义, 西方新制度经济学派的代表人物诺斯认为, 交易费用是在交易活动中由衡量所交换物品的价格属性的成本、保护权利的成本以及监察与实施契约的成本组成。范恒森(2000)把交易费用概括为: “交易费用就是为进行交易活动所投入资源的价值情况进行了解, 这是交易前所必须支付的成本。”事后的机会主义的存在则要求对交易双方未了事宜进行检查和监督, 防止可能的违约行为。从环境因素看, 由于交易环境复杂, 即不确定因素的存在, 特别是信息不对称会增加交易的不可控因素, 从而增加交易费用。

制度通常被理解成人们为达到一种目的并节省交易费用而提出的行为规则。美国经济学家舒尔茨在《制度与人的经济价值的不断提高》一文中认为, 信用制度(credit system)是用于降低交易费用的制度之一, 是以信用为纽带建立的各种制度因素的总称。借鉴新制度经济学关于制度构成的理论, 可将信用制度分为社会认可的非正式信用制度、正式信用制度和信用制度实施机制。非正式信用制度是人们在长期交易行为中形成的靠非正式约束来维持并具有持久的生命力的行为规则。即使在现代, 非正式制度仍起到很大的作用, 但由于非正式制度缺乏强制性的实施机制, 就可能出现违约现象, 以致交易费用增加, 从而使复杂的交易难以进行。正式信用

制度是管理当局有意制定的一系列有关信用方面的契约规则、政策法规及其各种组织形式。它事实上是以规范的方式界定人们在信用领域内可以干什么、不可以干什么的规则。信用制度的实施机制是确保信用制度真正实施的配套机制。离开了实施机制,任何制度将形同虚设,因为“有法不依”比“无法可依”更糟糕。信用制度的实施机制是否有效主要看违约成本的高低,当违约成本大于违约收益时,人们就倾向于守信用。

(四) 博弈论与信用

古典经济学家亚当·斯密认为,以追求个人利益最大化的每一个理性经济人通过其“自私自利”的经济行为将导致社会福利的最大化。经济博弈理论认为,在非价格因素和博弈双方信息不对称的情况(更贴近现实生活的情况)下,个人的理性行为选择的结果往往是非理性的。

博弈理论认为,改变竞争规则是赢取博弈的根本出路。通过重复博弈对信用建设做出合理的制度安排规范博弈双方行为,可以使理性经济人降低交易成本、合理配置社会资源,使其“自私自利”的行为最大限度地增进社会福利。

重复博弈之所以能产生上述效果,因为它解决了以下两个问题。

一是重复博弈使得博弈双方都在更大程度上了解了对方的信息,使得更多的私人信息变为博弈双方的公共信息。二是重复博弈使得“以牙还牙”式的报复得以实现。“以牙还牙”式的报复指的是博弈一方永远不先背叛对方,而且还会在下一轮中对对手的前一次合作给予回报,但它也会采取背叛的行动来惩罚对手前一次的背叛。

对于信用问题可以做同样的类比分析,如果甲乙两厂商做的是一次性买卖,双方都选择违约绝对是他们的最佳选择;如果这两厂商是长期的合作伙伴关系,一方面他们有足够的时间来对失信行为进行以牙还牙式的报复,使失约方明白博弈中失信行为最多只能占一次便宜,而且这一便宜是以长期损失为代价的。一般而言,只要失信行为的短期利益小于长期利益的话,作为理性经济人的厂商便不会做这种决策。另一方面他们也有着相当长的时间来表达自己的诚意,树立自己的信誉,减少道德风险,降低交易成本,从而以较低的边际成本获得较高的边际收益。因而以彼此间的信任为基础进行的重复博弈所形成的合作关系终究会维持下去。

根据经济博弈理论,重复博弈是走出信用建设悖论的有效途径。在现阶段,要重建社会信用,应该重视以下几个方面的问题。

(1) 理性经济人行为的长期化。信用体系的基础是各种具有民事行为能力的微观经济主体(自然人和法人)。微观经济主体行为的短期效应是经济中一个极为普遍的通病,正是在一锤子交易中,信用遭到了极大的破坏。经济主体行为,首先要求经济主体必须是自主的经济人,时刻以追求自身利益最大化为目标。对企业而言,明确产权关系、合理构架公司治理结构是首当其冲之事;其次要求法人不再掌握在寻求短期政绩的经理阶层和政府官员手中;最后要求政府行为长期化,在引导和调节市场时多采取一些放水养鱼的财政、税收和金融政策,切不可竭泽而渔。只有长期存在的理性经济人,才可能有永不间断的重复博弈。

(2) 建立包括所有社会成员(法人和自然人)在内的信用信息资料库并向全社会公开。大量私人信息存在和信息的不对称是“囚徒困境”产生的基本前提。让博弈双方拥有对方更多的公共信息,可以使重复博弈在合作的基础上进行得更久。

(3) 加强市场监督体系的建设,动员全社会力量来监督失信行为。对失信行为的监督惩罚



是信用建设极为关键的部分。在重复博弈中对失信行为的惩罚是通过“以牙还牙”式的报复来实现的,这毕竟会影响当事双方的经济效益。动员社会力量监督失信行为,则可以更有针对性地对失信者进行惩罚。

(4) 健全的信用法律体系是保证上述条件实现的重要前提。市场经济是法治经济,要规范经济主体的信用行为和信用关系,没有健全的法律作为保障都是不可能实现的。

二、信用的经济表现形式

1. 信用是一种交换方式

经济学意义上的信用最初产生于商品交换领域。信用引发了产品交换方式上的革命,以信用交易取代现金交易,成为现代市场经济中交换方式的主流。这种交换方式的最大特点是将供货与兑现两个环节在时间上进行分离,以提高效率、降低成本。这种交换方式由产品流通领域向资本流通领域扩展,便出现了银行信用。

信用带来了交换方式的变化,由此导致了信用风险所有的交易都应以兑现为终结,信用只是以基于信任的契约将兑现的时间加以延迟。兑现的延迟是有时间限制的,如果这一限制被打破,则意味着失信行为的发生,这将给授信方造成信用风险。

2. 信用是一种支付方式

为了经济运行效率的提高和交易成本的降低,赊销成为企业间贸易关系越来越重要的交易方式。在赊销过程中,授信方不是以现金而是以信用作为支付方式来取得授信方的商品或服务。然后,受信方要在一定期限内再以现金方式支付,这样,交易中商品的让渡和货款的现金支付就因信用的介入而发生了时间和空间上的相对分离。相对于现金支付方式而言,信用方式已经成为现代市场经济中占据主导地位支付方式。

三、信用的作用

1. 信用是维护市场关系的基本准则

现代经济中,信用交易之所以优于货币交易,货币交易又优于实物交易,就是因为交易成本的逐渐降低。信用交易是市场经济高度发达和完善的表现。

2. 信用可以促进资金再分配,提高资金使用效率

信用是促进资金再分配最灵活的方式。借助于信用可以把闲置的资金和社会分散的货币集中起来,转化为借贷资本,在市场规律的作用下,使资金得到充分利用。在信用活动中,价值规律的作用能得到充分发挥,那些具有发展和增长潜力的产业往往容易获得信用的支持。

通过竞争机制,信用会使资金从利润率较低的部门向利润率较高的部门转移,在促使各部门实现利润平均化的过程中,提高了整个国民经济的资金效率。

3. 信用有助于节约流通费用

利用各种信用形式能节省大量的流通费用,增加生产资金投入。

利用信用工具代替现金,节省了与现金流通有关费用;在发达的信用制度下,资金集中于银行和其他金融机构,可以减少整个社会的现金保管、现金出纳以及簿记登录等流通费用;

信用能加速商品价值的实现，减少商品储存和保管费用的支出。各种债权债务关系可以利用非现金结算方式来处理，节约了流通费用，缩短了流通时间，增加了资金在生产领域发挥作用的时间，有利于扩大生产和增加利润。

4. 信用有利于资本集中

信用是资本集中的有力杠杆。借助信用，可使零星资本合并为一个规模庞大的资本，可以使个别资本通过合并其他资本来增加资本规模。现代兼并收购活动很多都是利用信用方式来进行并完成资本集中的。资本集中与积聚有利于大工业的发展和生产社会化程度的提高，从而推动经济增长。

5. 信用可以调节经济结构

国家利用货币和信用制度来制定各项金融政策和金融法规，利用各种信用杠杆来改变信用的规模及其运动趋势。金融机构通过各种金融业务，有效地集中和输出货币资金，形成了一个良性循环的过程，能够为社会生产力的发展提供巨大的推动力，国家借助信用的调节功能既能抑制通货膨胀，也能防止经济衰退和通货紧缩，刺激有效需求，促进资本市场平稳发展。国家利用信用杠杆还能引导资金的流向，通过资金流向的变化来实现经济结构的调整，使国民经济结构更合理，经济发展更具持续性。

四、信用对市场经济的作用机制

信用不仅为市场提供了一种交易方式和支付手段，也提供了一种市场机制。信用是通过对信用风险的发生和发展的过程产生影响来发挥其作用机制的。将信用风险的发展过程按照时间顺序可分为三个阶段：谈判阶段、风险阶段和失信阶段。

(1) 谈判阶段，即信用交易发生之前，授信人与受信人进行关于交易契约的磋商阶段。

(2) 风险阶段，即双方签订合同并由授信人向受信人提供商品和服务之后到最终账款回收或确认损失之间的阶段。

(3) 失信阶段，即由于受信人失信，授信人最终无法全部收回欠款，形成呆账、坏账，风险成为现实的损失阶段。

在信用风险发展的不同阶段，信用对市场交易具有不同的作用机制。

1. 谈判阶段的风险揭示机制

交易谈判的任务除了双方对合同的诸多条款进行磋商之外，最重要的就是授信人要研究是否应该授予受信人信用、授予多少、是否需要担保和保险等问题，并依据研究结论做出科学的授信决策，以事前避免信用风险的发生。

信用交易的风险揭示机制核心是受信人信用信息的收集和信用状况的分析。授信人首先要全面深入了解受信人的经济状况，在占有信息的基础上利用信用评级技术对受信人进行信用评估，依据评估结果做出交易和授信决策。

风险揭示机制实际上是一种市场的优胜劣汰机制。信用状况不佳、信用级别低下的市场主体将失去信用交易的机会，而信用良好的企业和个人则可以更多受益。

信用的风险揭示机制不仅可以保护授信人的微观利益，也可以在整个市场经济活动中建立一种公平竞争的机制，鼓励先进、鞭策后进，促进市场信用环境的优化和市场经济的健康发展。



2. 风险阶段的风险管理机制

授信人要在合同期限内对受信人保持动态跟踪与监控，确保授出信用(账款、贷款、投资等)的安全，要在还款逾期以后使用商账追收等各种手段对逾期信用进行追讨，力求挽回信用风险，降低损失程度。

信用的风险管理机制主要依靠信用管理的各种技术手段。越来越多的企业和银行开始重视信用的风险管理机制，有的引进外部技术建立内部信用管理部门，有的以“外包”方式将信用风险管理委托给专业的信用管理公司完成。这些都有利于提高企业和银行的自身管理水平及风险化解能力，最终有利于维护市场经济的秩序。

3. 失信阶段的失信惩戒机制

失信惩戒机制是以市场手段对失信行为进行惩罚并对守信行为给予奖励的市场机制。失信惩戒机制以信息公开为前提，以市场调节为实现手段，是一种非正式的社会惩罚机制。失信惩戒机制是市场的基础性调节功能在信用方面的实际发挥。

失信惩戒机制通过向市场如实公开信用信息，降低市场交易过程中的信息不对称程度，使不守信用的企业和个人的信用状况得到曝光，并表扬那些“重合同，讲信用”的企业和个人。失信者将进入信用黑名单，受到其他市场主体的孤立，守信者将因受到广泛的认可而得到实惠。

第三节 社会信用体系

一、社会信用体系概述

社会信用体系是一种保证经济良性运行的社会机制，它以有关的信用法律法规为依据，以信用专业机构为主体，以合法有效的信用信息为基础，以解决市场参与者的信息不对称为目的，使守信者受到鼓励，失信者付出代价，保证市场经济的公平和效率。

若一个国家的社会信用体系比较健全，公正、权威的信用产品和信用服务在全国普及，信用交易成为其市场经济的主要交易手段，这样的国家通常被称为征信国家。在征信国家，信用管理行业的产品和服务深入社会的方方面面，企业和个人的信用意识强烈，注重维护信用，有着明确的信用市场需求。因此，征信国家的对外信誉较好，信用交易的范围和规模很大，可以获得更高的经济福利。

（一）社会信用体系功能

完善的社会信用体系是信用发挥作用的前提，它可以保证授信人和受信人之间遵循一定的规则达成交易，保证经济运行的公平和效率。

- (1) 社会信用体系具有记忆功能，能够保存失信者的记录。
- (2) 社会信用体系具有揭示功能，能够有效揭示和区分信用，扬善惩恶，提高经济效益。
- (3) 社会信用体系具有预警功能，能对失信行为进行防范。

（二）社会信用体系结构

一个完整的信用体系由一系列必不可少的部分或要素构成。这些部分或要素相互分工，相互协作，共同守护市场经济的信用圣地，促进社会信用体系的完善和发展，制约和惩罚失信行为，从而保障社会秩序和市场经济的正常运行。

1. 从纵向延伸的角度

社会信用体系能够正常运转，必须包括以下要素：信用管理行业和信用法律体系。信用管理行业和信用法律体系有机结合，维护社会信用体系的正常运转。

(1) 信用管理行业。信用管理行业是社会信用体系的“硬件”，拥有覆盖市场参与主体的信用信息数据库和训练有素的信用管理人员，为市场参与者提供各种信用信息产品和服务。

广义的信用管理行业包括：企业信用调查、消费者个人信用调查、资产调查和评估、市场调查、信用评级、商账追收、信用保险、国际保理、信用管理咨询等。

(2) 信用法律体系。信用法律体系是社会信用体系的“软件”，它为信用管理行业提供“游戏规则”。

2. 从横向分割的角度

社会信用体系包括公共信用体系、企业信用体系和个人信用体系。三者共同作用，构成了完整的社会信用体系。

(1) 公共信用体系。从社会信用体系的全局来看，公共信用体系是影响社会全局的信用体系，建立公众对政府的信任是建立企业和个人信用的前提条件。公共信用体系的作用在于规范政府的行政行为和经济行为，避免政府失信行为，提高政府行政和司法的公信力。

(2) 企业信用体系。企业是市场经济活动的主体，企业信用体系是社会信用体系的重要组成部分。企业信用体系的作用在于约束企业的失信行为，督促企业在市场上进行公平竞争。企业信用体系的关键环节是企业信用数据库，它动态地记录了企业在经济交往中的信用信息。

(3) 个人信用体系。个人是社会的基本单位，是信用的提供者和接受者，个人信用体系是社会信用体系必不可少的组成部分。个人信用体系是社会信用体系的基础，至少从两个方面对社会信用体系发挥作用：它为授信者的个人授信提供信用信息；弥补了公共信用体系和企业信用体系的疏漏。个人信用体系的关键环节是个人信用数据库，数据库的信息采集与营运模式和企业信用数据库基本相同，不同的是个人信用信息采集和查询受到更多的法律保护。

二、社会信用体系建设

1. 建立完善的信用法律法规体系

法制建设是信用体系的重要组成部分，对信用体系建设起到规范、引导、保障、推进的作用。我国的社会信用体系建设一定要立法先行。

信用立法包括政府信用的立法、企业信用的立法、金融信用的立法、消费信用的立法、信用中介服务的立法、信用信息的立法等。

专栏 1-1





2. 建立信用数据技术支撑体系

征信数据是开展征信服务的基础，是信用管理的基础，也是建立国家信用体系的基础。建立全国统一的国家征信平台，专门从事信用数据的采集和发布，可以实现信用信息全国范围共享。只有建立了国家征信数据库，才能为政府、企业、社会提供可靠的信用依据，社会信用体系才有可靠的基础。

3. 建立信用服务体系

信用服务业具有智力密集、技术密集、专业化程度高、市场集中度高的特点，承担着信用信息收集、加工、处理和传递的功能，在防范信用风险、促进信用交易方面发挥着重要作用，应大力培育和发展一批具备较高执业资质和道德水准的独立公正市场化运作的信用服务机构。

4. 建立信用产品市场体系

对信用产品经久不竭的需求，是支撑信用公司生产加工和销售信用产品的原动力，是巩固发展现代信用体系的深厚市场基础，也是信用产品不断创新的原因。因此，应通过政府立法、行业组织制定行规来引导全社会对信用服务的需求。政府有关部门要带头积极利用信用评级、信用评级报告等产品，对一些行业的市场准入规定提供信用产品的特殊要求。在登记注册、行政审批、经营许可、质量监督、政府委托中介机构承办事项、资质认定管理工作中，应明确规定要按照授权和规范流程查询企业信用报告或要求企业提供信用报告。金融和商业机构在与企业和个人发生信用交易、信用消费、商业赊销和租赁等业务时，应规定按照授权和规范流程查询当事人的信用报告或要求当事人提供信用报告。对上市公司发行股票、企业发行债券，以及上市公司的信用状况等，规定实行强制评级或评估。

5. 建立健全企业信用管理体系

企业是国民经济的细胞和最重要的市场主体，企业信用是整个社会信用的基础。加强企业信用管理，可以大幅度减少因授信不当导致合约不能履行，增强信用风险的防范能力；可以加强受信企业自我信用控制能力，加强履约计划管理，防范出现偿债能力不足、无法按时履约等情况；可以形成对失信企业和机构的市场约束机制，使其失去扩大参与市场经济活动和交易的机会。

6. 建立政府信用市场管理体系

这是建设社会信用体系的组织保证。与社会信用体系建设关系最为密切的行政执法和司法部门主要包括：市场监督管理、税务、海关、外汇、质量技术监督、人事、社会保障等行政执法和管理部门，公用事业部门(通信、供水、供气、供热)，公安、法院等司法部门，银行、保险等金融部门。

7. 建立社会信用教育体系

公民诚信道德对于市场经济建设至关重要，要通过宣传、教育、典型示范来打造“诚信为荣，失信可耻”的社会氛围。

政府部门要带头提高对信用重要性的认识，进一步加强对公务员的管理和教育，努力塑造政府诚信、勤政、廉政的良好形象，提高政府的公信力。新闻宣传部门要充分发挥舆论监督的作用，正确引导舆论导向，采取灵活多样的形式，大力宣传诚实守信的重要性，推动形成诚信

为本、操守为重的好社会风尚。教育部门要把诚信教育扩展到每个人，要把信用观念、信用意识、信用道德的宣传和教育贯穿到个人的成长过程，让所有人意识到讲信用是最起码的道德底线。

开展信用教育，可从以下三方面入手。

(1) 利用广播、电视、图书、报刊、网络等现代传播工具，大力开展宣传教育活动。

(2) 组织编写现代信用知识普及性教材，普及现代信用知识，开设面向政府、企业的多种类型的短期培训和在职教育。行业协会等中介组织可以组织信用服务行业从业人员的培训，提高信用服务从业人员的业务素质水平。

(3) 在大学开设信用管理的研究生或本科专业，培养高层次的信用管理专门人才。

8. 建立失信惩戒机制

这是社会信用体系正常发挥作用的保障。对失信者和失信行为不能给予及时、有力的惩戒，就是对失信者的鼓励，对守信者的惩罚。应综合运用法律、行政、经济道德等多种手段，使失信者付出与其失信行为相应的经济和名誉代价，直至被市场淘汰；使守信者得到各种便利和优惠，获得更多的市场机会，不断发展壮大。

专栏 1-2



思考练习题

1. 从经济学意义来看，什么是信用？
2. 简述信用的发展历程。
3. 简述信用与法律和道德的关系。
4. 分析信用在市场经济中的作用。
5. 结合我国信用状况，分析信用缺失的原因，讨论提高我国信用水平的措施。
6. 讨论如何在我国构建社会信用体系。