



普通高校经济及管理学科规划教材

金融学

郭金刚 姜月香/主编



经济科学出版社
中国铁道出版社

普通高校经济及管理学科规划教材

金 融 学

郭金刚 姜月香 主编

经济科学出版社
中国铁道出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

金融学/郭金刚, 姜月香主编. --北京: 经济科学出版社, 2010. 1

ISBN 978 - 7 - 5058 - 8980 - 4

I. ①金… II. ①郭…②姜… III. ①金融学 IV. ①F830

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 002003 号

责任编辑: 纪晓津

责任校对: 徐领弟 王肖楠

版式设计: 代小卫

技术编辑: 董永亭

金 融 学

郭金刚 姜月香 主编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京欣舒印务有限公司印刷

华丰装订厂装订

787 × 1092 16 开 16.75 印张 290000 字

2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

印数: 0001—3000 册

ISBN 978 - 7 - 5058 - 8980 - 4 定价: 28.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

普通高校经济及管理学科规划教材 编审委员会

主任委员

齐二石 天津大学管理学院 院长 教授 博士生导师
教育部管理科学与工程专业教学指导委员会 主任委员

常务副主任委员 (按汉语拼音顺序排序)

安 忠 天津理工大学经济与管理学院 教授
天津市企业联合会、企业家协会 执行理事
郭 宇 中国铁道出版社 副总编辑 编审
纪晓津 经济科学出版社 副主任 编审

副主任委员 (按汉语拼音顺序排序)

陈彦玲 北京石油化工学院经济管理学院 党委书记 教授
李长青 内蒙古工业大学管理学院 院长 教授
李向波 天津工业大学管理学院 副院长 教授
刘 岗 山东大学管理学院 副院长 教授
刘家顺 河北理工大学管理学院 院长 教授
刘 克 长春工业大学管理学院 副院长 教授
吕荣杰 河北工业大学管理学院 党委书记 教授
彭诗金 郑州轻工业学院经济与管理学院 院长 教授
乔 梅 长春大学管理学院 副院长 教授
邵军义 青岛理工大学管理学院 院长 教授
魏亚平 天津工业大学工商学院 院长 教授
徐德岭 天津师范大学经济与管理学院 副院长 教授
尹贻林 天津理工大学经济与管理学院 院长 教授 博士生导师
教育部管理科学与工程专业教学指导委员会 委员
张国旺 天津商业大学管理学院 院长 教授
张 璞 内蒙古科技大学经济管理学院 院长 教授
张英华 天津财经大学商学院 院长 教授 博士生导师

总 序

人类社会已经迈入 21 世纪。追溯 20 世纪，管理理论与实践得到了飞速发展，研究领域不断拓宽，从初期的经验管理到后期的科学管理，从工业化时代的规模经营管理到信息化时代的基于信息基础的企业再造，从注重等级和控制的“金字塔”式组织模式到基于网络和知识的“柔性”组织模式，这些，无论是在管理的理念、方法上，还是在管理的技术、实践上都发生了巨大变化。在我国实施改革开放政策以来，社会各界掀起了一浪高过一浪的管理热潮，管理学界相继发生了一系列重大的变革。1994 年教育部批准在 9 所重点高校试点举办工商管理（MBA）硕士研究生教育；1996 年国家自然科学基金委员会管理学科组升格为管理学部；1997 年在教育部学科专业目录调整过程中，管理学同经济学并列成为独立的一级学科；2002 年管理学界的专家首次当选为中国工程院院士。这些重大的变革标志着管理学科的重要地位得到了我国社会各界的认可。

随着我国市场经济体制的不断完善，以及中国正式加入世界贸易组织（WTO），中国经济需要面对国际大市场，企业要参与国际化的激烈竞争。经济及管理教育如何迎接 21 世纪的挑战，适应变化的需要，已经成为学术界亟须研究与探讨的焦点问题之一。著名管理学家彼得·F·德鲁克（Peter F. Drucker）曾经指出：“对我们的社会来说，管理是一种最显著的创新。”另一名著名管理学家亨利·明茨伯格（Henry Mintzberg）也曾指出：“彻底重塑传统管理教育的时代已经来临。”在这种社会呼唤“管理教育创新”的背景下，组织一套适应 21 世纪要求的经济及管理类学科规划教材是非常必要和及时的。

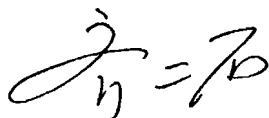
普通高校经济管理类专业教学协作会，是由辽宁、吉林、黑龙江、内蒙古、河北、河南、山东、山西、广东及北京、天津的数十所高校经济管理学院系自发形成的教学协作组织。协作会成立 16 年来，

以团结友谊、精诚合作、优势互补、共同发展的精神，坚持在管理理论的创新与实践、学科建设与发展、教材规划编写，以及人才培养与校际交流等方面进行了探索，取得了丰硕成果。此套规划教材的组织编写，是协作会面向 21 世纪经济及管理教育创新的又一力作。

为了保证规划教材的质量和水平，我们成立了由国内外知名专家、教授及管理学院院长、出版社的领导、专家组成的编审委员会。各门教材（包括专业教材、专业基础教材和基础教材）将采取合作的方式由具有丰富教学与研究实践经验的教师主编，相关院校参加编写。规划教材的编写力求博采众家之长，把握管理前沿，注重理论与实践相结合，使之成为具有科学性、规范性、创新性、实用性并举的精品教材及新教研成果。

由于经济及管理是一个不断变化和发展的重要学科，新的理论、技术和方法将会大量引用。鉴于我们的水平所限，规划教材在编写过程中难免存在疏漏与不足之处，敬请各位专家批评指正。

天津大学管理学院院长、教授、博士生导师
教育部管理科学与工程专业教学指导委员会主任委员



2008 年 7 月于津

目 录

第一章 货币	1
第一节 货币概述	1
第二节 货币制度	9
第二章 信用与利息	25
第一节 信用与信用形式	25
第二节 信用工具	32
第三节 利息与利息率	35
第三章 金融市场	44
第一节 金融市场概述	44
第二节 货币市场	48
第三节 资本市场	51
第四节 投资基金市场	60
第五节 外汇市场	66
第四章 金融机构体系	76
第一节 金融机构概述	76
第二节 西方国家金融机构体系	77
第三节 我国现行的金融机构体系	82
第四节 国际金融机构	89
第五章 商业银行	98
第一节 商业银行概述	98

第二节	商业银行的组织形式	102
第三节	商业银行业务	105
第六章	中央银行	116
第一节	中央银行概况	116
第二节	中央银行的性质与职能	119
第三节	中央银行业务	123
第四节	中央银行的金融监管	127
第五节	中央银行的独立性	132
第七章	货币的供给与需求	142
第一节	货币需求	142
第二节	货币供给	149
第三节	货币供求均衡	163
第八章	通货膨胀与通货紧缩	171
第一节	通货膨胀及其度量	171
第二节	通货膨胀的成因	176
第三节	通货膨胀的社会经济效应	180
第四节	通货膨胀的治理	185
第五节	通货紧缩	188
第九章	货币政策	197
第一节	货币政策目标	197
第二节	货币政策工具	202
第三节	中央银行货币政策传导机制与中介指标	209
第四节	货币政策效应	215
第十章	金融抑制与金融深化	224
第一节	发展中国家的金融抑制	224
第二节	发展中国家的金融深化	228

第十一章 金融创新与金融危机	236
第一节 金融创新	236
第二节 金融危机	243
参考文献	256
后 记	257

第一章

货 币

《内容提要》在当今社会中，货币已经成为一个不可或缺的基本构成因素，对社会经济运行的各个环节都发挥着极大的作用。鉴于货币在社会经济中的重要性，各国均制定了用来稳定和规范货币流通的法令法规，其最终目的是建立能够由政府直接控制的货币制度。本章将探索货币的产生和发展过程，并从国家管理货币和货币流通的角度介绍货币制度的发展历史和基本内容。

《学习目标》通过本章学习，要求达到以下目标：

1. 了解货币的起源和货币形态的变迁过程。
2. 掌握货币的职能，了解各职能之间的相互关系。
3. 掌握货币制度的基本内容、构成要素及形成过程。
4. 了解国际货币体系的演变过程及我国现行的货币制度。

第一节 货币概述

一、货币的产生与发展

货币的产生是商品内在矛盾运动及其发展的必然结果。货币是解决商品内部矛盾的产物，商品内部使用价值与价值的对立必然发展为商品与货币的对立。货币是商品内在矛盾外在化的表现形式。因此，分析研究货币的产生，一方面要从对价值形式的发展考察中，科学地了解货币的起源；另一方面要从商品交换的矛盾运动中进一步分析货币的形成。只有这样才能真正理解货币的起源——它“怎样从最简单的最不显眼的样子一直发展到炫目的货币形式”。也才能更准确的回答“困难不在于了解货币是商品，而在于了解商品怎样、为

什么、通过什么成为货币”。

商品是使用价值与价值的辩证统一，因此一切商品都具有两种表现形式：一种是商品使用价值的表现形式及自然形式，如商品的形状、大小、规格、颜色等，它们可以被人们直觉感觉到；另一种是商品价值的表现形式即价值形式，它体现着一定的经济关系，是商品的社会属性，它看不见，摸不着，必须借助人们的抽象力。因此，一种商品的价值，就不能由其自身来表现，只有通过另一种商品相交换时，才能相对地表现出来。价值的这种相对表现形式，叫做价值形式。在市场经济中，商品的价值是通过商品和货币的交换关系，从而通过商品价格的形式表现出来。

在交换的发展过程中，商品的价值表现经历了4种形式。马克思第一次考察了这4种价值形式的演化过程，从而揭示了货币的起源和本质。

（一）简单的或偶然的价值形式

最初的商品交换只是原始公社之间偶然地把剩余产品用于交换，因此商品价值的表现也带有偶然的性质。一种商品的价值只是简单或偶然地通过与其交换的另一种商品表现出来。这种价值形式就是简单的或偶然的价值形式。用公式表示为：

$$1 \text{ 只绵羊} = 2 \text{ 把石斧}$$

这种价值形式的胚胎形式，看似简单，但它确是价值形式发展的起点和基础。

在“1只绵羊=2把石斧”这个简单的价值形式中，虽然它只是个别商品与另一种商品偶然发生交换关系，作为相对价值形式的只有一种商品，其价值形式表现不充分，仅是一种胚胎形式，但作为等价形式的商品，已开始孕育着货币形态所具有的基本特征，它是货币的胚芽。

（二）总和的或扩大的价值形式

总和的或扩大的价值形式，就是一种商品的价值已不再是偶然地表现在另一种商品上，而是扩大了范围，表现在其他一系列商品上，取得了扩大的相对价值形式。作为等价形式的商品，不再是一种商品而是一系列商品。所以总和的或扩大的价值形式是简单价值表现的总和或扩大。

扩大的价值形式与简单价值形式相比较，其特点是：

（1）它使商品的价值第一次真正表现为同一的人类抽象劳动的凝结，商品的价值表现与其使用价值的自然形式无关。因为绵羊的价值之所以能够通过

一系列商品得到表现，是由于它们都包含着等同的人类抽象劳动。

(2) 商品交换的社会关系扩大了。绵羊可以同一系列各种商品进行交换，而不再是只同两种商品发生社会关系，而是同整个世界发生关系，并且是商品的价值量调节着商品的交换、比较。

(3) 处于等价形式上的商品不是一种，而是一系列商品。因此，扩大的价值形式是交换过程的一个进步。

其缺点是：

(1) 商品的相对价值表现是未完成的。因为它的表现永无止境，每当有新的商品出现，就会使这个系列延长。

(2) 商品的相对价值表现是不统一的。每种商品的相对价值形式都可能有一个不同于其他商品的相对价值形式的无穷尽的价值表现系列。

(3) 反映在等价形式中，作为等价物的商品相互排斥，还没有获得统一的表现形式。同时由于各个等价形式的商品相互之间不能直接表现它们的价值，必须通过各自本身扩大的价值形式来表现，因而使交换过程迂回复杂，造成了商品交换的困难，这就要求过渡到一般价值形式。

(三) 一般价值形式

所谓一般价值形式，简言之就是一切商品的价值都共同表现在从商品世界中分离出来的、充当一般等价物的商品上。一般价值形式是价值形式发展的第三阶段，也是具有决定意义的阶段。它同总和的或扩大的价值形式相比较，发生了根本性的变化。第一，相对价值形式上的一切商品的价值，不仅表现在唯一商品上，而且表现在同一商品上，形成了一般等价物。这就说明，整个商品的价值作为与绵羊等同的东西，现在不仅与它自身的使用价值相区别，而且与一切使用价值相区别；第二，在一般价值形式上，一切处于相对价值形式的商品，在与另一个处于等价形式的商品发生价值关系中，不仅表现为是同价的，而且表现为是等量的。因为一切商品都通过同一个表现材料来反映自己的价值量，所以它们彼此之间也可以互相反映价值量。所以，一般价值形式的出现，在一定程度上克服了扩大价值形式中商品交换的困难。

从商品世界中分离出作为一般等价物的商品，已不是普通的商品，而是起着货币作用的商品，是货币的原始形态，即通常所说的实物货币。但是，在一般价值形式上，作为一般等价物的商品，这时还没有完全固定在某一商品上。由于在不同时期和不同地区充当一般等价物的商品是不同的，这就妨碍了不同地区之间商品交换的进行，不利于商品交换的进一步发展。因此，这时充当交

换的一般等价物的商品，虽然成了货币商品，执行货币职能，但是，这种特殊商品还不是真正的货币，只有当黄金夺得了一般等价物这个特殊地位，价值形式才由一般价值形式过渡到货币的形式。

（四）货币形式

货币形式是指一切商品的价值固定地用一种特殊商品来表现的价值形式。

从一般价值形式过渡到货币形式，本质上没有什么变化，所不同的只是黄金代替了绵羊来充当一般等价物，“金银天然不是货币，但货币天然金银”。一般价值形式过渡到了货币形式，从而使价值形式转化为价格形式。价格是价值的货币表现。

二、货币的职能

货币的职能是由货币的本质决定的，是货币本质的具体体现，也是理解货币现象和问题的基础。马克思认为货币有价值尺度、流通手段、贮藏手段、支付手段和世界货币五种职能。其中价值尺度和流通手段是货币的基本职能，其他三种职能是在商品经济发展中陆续出现的。

（一）价值尺度

货币在表现和衡量其他一切商品价值时，执行着价值尺度职能。货币发挥价值尺度职能，把商品的价值表现为同名的量，使它们在质上相同，在量上可以相互比较。

货币通过与商品相交换，把商品的价值表现为一定的货币量，这一定的货币量就是商品的价格。价格就是商品价值的货币表现。在货币价值不变的条件下，商品价值的大小是通过货币量即价格的变化来表现的。商品价值量大，表现的货币量就多，价格就高；商品价值量小，表现的货币量就少，价格就低。所以商品价值量的大小是通过价格的高低变化来区分的。

商品的价值有大有小，各不相同，表现为货币的数量也就有多有少。要比较不同的货币量，就需要确定货币本身的计算单位。各种商品货币本来就分别具有衡量各自使用价值的单位，最初的价格单位同衡量商品货币使用价值的自然单位是一致的。如中国曾以两（16两为1斤）、铢（24铢为1两）作为货币单位，它们既是自然单位（重量），又是价格单位。后来货币单位与自然单位逐渐分离了。其主要原因是：第一，外国货币的输入。如中国的白银很长时

间以两为单位流通。明末外国货币流入中国，外国货币单位是“元”，“废两改元”以后，中国的货币单位正式改称“元”，而不再用重量单位“两”，使重量单位与价格单位分离。第二，由于币材的改变。原来货币单位名称不变，但它实际所包含的重量已经变化了。币材从贱金属变为贵金属，但货币单位名称仍保留原贱金属的货币单位名称。如英国 18 世纪以前主要是白银流通，当时的价格标准“镑”就是指币材白银的重量单位名称，当 1816 年英国正式采用金本位制后，货币单位名称未作变更，沿用至今。第三，国家铸造重量不足的货币，也使货币单位与自然单位脱离。中国历史上曾有一种铜币“五铢钱”，最初其重量就是五铢，后来曾出现过含铜不足二铢的“五铢钱”。

（二）流通手段

货币在商品流通中充当交换的媒介。在货币出现以前，商品的交换是采用直接物物交换的形式，商品生产者进行商品交换时，既是卖者，又是买者，在卖出自己的商品的同时又买进了别人的商品。货币出现以后，商品交换方式发生了变化，每个商品生产者都要先把商品换成货币，即先把商品卖出去换回货币，然后用货币换取商品，即买进商品，商品的交换分离成了买卖两个阶段，货币在商品买与卖之间充当了交易的媒介。

执行流通手段职能的货币，不能是想象的或观念上的货币，但可以用货币符号来代替。因为，货币在交换中是转瞬即逝的，是交换手段而不是交换目的。所以只要有一种符号就可以代替或满足这种需要。作为货币符号的纸币，就是从货币的流通手段职能中产生的。

（三）贮藏手段

是货币退出流通领域被人们当作独立的价值形态和社会财富的一般代表保存起来的职能。贮藏手段职能是在价值尺度和流通手段职能的基础上产生的。货币作为价值尺度，是其他一切商品的价值代表，流通手段职能可以使货币购买其他一切商品，因此货币才能作为社会财富的一般代表，才具有了贮藏的价值。

随着货币形式从足值货币发展到信用货币，货币贮藏的形式也在变化，从以足值货币金银的形式贮藏价值到当今以信用货币——价值符号的替身作为价值贮藏的典型形态。金银的价值高，性质稳定，不会因贮藏时间而减少价值，因此，即使现在金银已经不再是货币了，人们仍用贮藏金银的形式贮藏价值。当今流通中已经没有金属货币，而是以银行券、存款货币为主的信用货币作为

一般等价物的代表,发挥货币的各种作用。因此,人们便以银行券和存款货币的方式来贮藏价值,这也是货币形式发展的结果。当然,信用货币执行这一职能是有条件的,即必须以币值稳定为前提。

(四) 支付手段

当货币不是用作交换的媒介,而是作为价值的独立运动形式进行单方面转移时,就执行着支付手段职能。货币这一职能的产生发展是和信用关系的产生和发展密切相关的。随着商品流通的发展,在现金交易基础上往往产生商品的让渡与价格的实现相脱节的情况,于是买卖关系变成了债权债务关系。货币的这个职能直接产生于以延期付款方式买卖商品的活动之中。在商品以赊销方式买卖时,买卖行为完成后,经过若干时间,购买者才向销售者支付货币,在此以前,卖者变成了债权人,买者成了债务人,随着信用交易方式的出现,货币在偿还债务或作其他支付时,执行支付手段职能。

在现代商品经济中,货币作为支付手段发挥的作用越来越大,首先是由于大额交易的增多,而大额交易大部分是采用延期付款方式进行的。其次是在财政、银行方面的运用,财政的收入和支出、银行的存款和贷款都是货币发挥着支付手段职能。此外,在支付工资和各种劳务报酬时,货币也在发挥支付手段职能。

(五) 世界货币

当商品流通越出国界,扩大到世界范围,货币的职能作用也随之发展。货币超越国内流通领域,在国际市场上充当一般等价物,就执行着世界货币职能。

世界货币职能具体表现为:①作为国际间的支付手段,用于平衡国际收支差额。②作为国际间的购买手段,用于购买外国商品。③作为社会财富的代表,由一国转移到另一国。如支付战争赔款、对外援助等。

三、货币的形态

从货币的产生和发展过程可以看出,最早作为货币的物品与该物品作为非货币的用途具有同等的价值,以后用替代物,发展到目前的信用货币、电子货币。根据这样一条线索,我们将货币分成以下类型:实物货币、代用货币、信用货币、电子货币。

（一）实物货币和金属货币（统称为足值货币）

实物货币是货币形态发展的最原始形式。它是指任何货币，如其作为非货币用途的价值与其作为货币用途的价值相等，则称为实物货币。实物货币可能由植物、动物、矿物等来充当。在人类历史上，各种商品如贝壳、家畜等都在不同时期内扮演过货币的角色。但这些实物货币都有其缺点。例如，许多实物笨重，不易分割，存在着量大值小的缺点，不便携带和运输，无法充当理想的交换媒介，不适合作为价值的尺度和贮藏的手段。因此，随着商品生产和商品交换的不断发展，实物货币逐渐被金属货币所代替。理想的充当货币的商品，应具备以下特征：①普遍接受性；②价值稳定；③价大量小；④耐久性；⑤均质性和可分性。随着交易的发展，人们逐步发现金、银等贵金属具备这些特征，从而贵金属就从商品界分离出来，固定地充当一般等价物，货币也就真正形成并固定下来了。

在商品流通中，金属货币最初采用条状或块状形式，每次交易都要重新鉴定其成色和重量，相当繁琐。为了适应交换的需要和维护交易程序，由政府出面按一定的成色和重量把金属块铸造成金币或银币，其结果就出现了铸币。

（二）代用货币

代用货币是作为实物货币的替代物，本身所具有的价值，低于其代表的货币价值。代用货币通常是指由政府或银行发行的纸币，其代表的则为金属货币。换言之，纸币虽然在市面上流通，但都有十足的金银做准备，而且也可以自由地向发行机关兑换金币、银币，它是代替金属货币执行货币的职能。代用货币的优点在于：①印刷成本低；②易携带和运输，克服了运送的风险；③避免了金属货币在流通中的磨损和有意的削割。如在金币流通条件下，有些商人将十足重量或成色的金币进行削割，使得金币减值，然后再将其推出，在市面上流通。由于这些金币是法定货币，金币减值并不影响它的流通。代用货币的可兑换性在其历史发展过程中经历了完全可兑换、到部分可兑换、再到不可兑换的阶段。特别是在金本位崩溃后，纸币和黄金脱钩，纸币的发行彻底从制度上、名义上摆脱了黄金的束缚，纸币成为法偿货币。

（三）信用货币

信用货币是以信用作为保证，通过信用程序发行和创造的货币。信用货币是代用货币进一步发展的产物，而且也是目前世界上几乎所有国家采用的货币

形式。20 世纪 30 年代, 由于世界性的经济危机和金融危机接踵而至, 各主要国家先后被迫脱离金本位和银本位, 所发行的纸币不能再兑换金属货币, 因而信用货币便应运而生。信用货币本身价值不仅低于其货币价值, 而且也 and 代用货币不同, 不再代表任何贵金属。信用货币由一国 (或地区) 的政府或金融管理当局发行, 其发行数量受政府的控制。信用货币作为一般的交换媒介须有两个条件: ①货币发行的立法保障; ②人们对此货币具有信心。两者缺一不可。

目前人们所熟悉的信用货币, 可分为以下主要形态:

(1) 辅币。辅币多以贱金属铸造, 铸币权由政府独占。辅币的主要功能是提供小额或零售交易的支付手段, 在货币量中占很小部分。

(2) 现金或纸币。其发行权为政府或金融当局专有, 发行机关因各国的货币信用管理体制而异, 多数是中央银行或货币管理局发行。其主要功能是承担人们日常消费品的购买手段。

(3) 银行存款。存款是货币存在的一种形态, 是存款人对银行的债权, 对银行来说是银行的债务。在信用发达的国家, 交易总量的绝大多数采用银行账户间的相互转账或支票支付。银行存款是一种重要的信用工具。

(四) 电子货币

电子货币是以金融电子化网络为基础, 以商用电子化机具和各类交易卡为媒介, 以电子计算机技术和通信技术为手段, 以电子数据 (二进制数据) 形式存储在银行的计算机系统中, 并通过计算机网络系统以电子信息传递形式实现流通和支付功能的货币。

电子货币具有以下特点:

- (1) 以电子计算机技术为依托, 进行储存, 支付和流通;
- (2) 可广泛应用于生产、交换、分配和消费领域;
- (3) 融储蓄、信贷和非现金结算等多种功能为一体;
- (4) 电子货币具有使用简便、安全、迅速、可靠的特征;
- (5) 现阶段电子货币的使用通常以银行卡 (磁卡、智能卡) 为媒体。

电子货币就现阶段而言, 大多数电子货币是以即有的实体货币 (现金或存款) 为基础存在的具备 “价值尺度” 和 “流通手段” 为基本职能, 还有 “储藏手段”、“支付手段”、“世界货币” 等职能。且电子货币与实体货币之间能以 1:1 比率交换这一前提条件而成立的。

而作为支付手段, 大多数电子货币又不能脱离现金或存款, 是用电子化方