

国家“十二五”重点规划图书

产品质量诚信体系建设的 理论与实践

周莉 叶如意 咸奎桐 王岩峰 著

 中国质检出版社

国家“十二五”重点规划图书

产品质量诚信体系建设的 理论与实践

周 莉 叶如意 咸奎桐 王岩峰 著

中国质检出版社

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

产品质量诚信体系建设的理论与实践/周莉,叶如意,咸奎桐,王岩峰著. —北京:中国质检出版社, 2012

国家“十二五”重点规划图书

ISBN 978 - 7 - 5026 - 3655 - 5

I. ①产… II. ①周…②叶…③咸…④王… III. ①产品质量—信用—体系—研究 IV. ①F273. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 173067 号

内 容 提 要

本书汇集了多年来在质量信用领域的研究成果,对与产品质量诚信体系密切相关的质量信用基础理论、质量信用评价技术、企业质量信用管理、质量信用监管和服务、我国产品质量诚信体系建设设想等重要问题进行了详细的分析和阐述。

本书可作为质量信用工作人员的培训指导教材,也可作为政府质量信用监管和企业质量信用管理的参考手册。

中国质检出版社出版发行

北京市朝阳区和平里西街甲 2 号 (100013)

北京市西城区三里河北街 16 号 (100045)

网址: www.spc.net.cn

总编室: (010)64275323 发行中心: (010)51780235

读者服务部: (010)68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本 787 × 1092 1/16 印张 17 字数 356 千字

2012 年 10 月第一版 2012 年 10 月第一次印刷

*

定价 48.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 68510107

前 言

信用作为公共管理的重要内容，构成了我国现代市场经济的基石。如果企业在生产经营活动中，制假售假、以次充好、搞虚假宣传、从事质量欺诈、假冒伪劣产品充斥市场，那么，市场经济就会变成一种无序的混乱经济。因此，当信用关系遭到破坏时，市场经济赖以存在的基础将不复存在，整个社会的经济秩序就会出现混乱。可以说，没有信用，就没有秩序，市场经济就不可能健康发展，因此，市场经济在本质上就是“信用经济”。

社会信用体系是市场经济体制中的重要制度，建立健全社会信用体系，是党中央、国务院提出的重大战略决策。社会信用体系建设的重点在企业，对于企业而言，质量信用更是企业发展的生命，产品质量诚信体系建设是社会信用体系建设的重要组成部分。为进一步推动以质量信用记录为重点的企业质量信用分类监管机制，开展产品质量诚信体系建设的理论与实践研究的重要基础性作用显得尤为突出。

企业质量信用是指企业在生产经营活动中遵守质量法律法规、贯彻执行标准、兑现质量承诺的能力和程度。近年来，各种假冒伪劣、以次充好、虚假宣传、降低标准等质量失信行为屡禁不止，严重损害了消费者权益，扰乱了市场经济秩序，败坏了国家声誉。在质量失信及其危害性逐渐暴露之后，党和政府对质量信用建设尤为关注。国家“十一五”规划《纲要》明确提出“以完善信贷、纳税、合同履约、产品质量的信用记录为重点，加快建设社会信用体系，健全失信惩戒制度”。党的十六大报告提出“整顿和规范市场经济秩序，健全现代市场经济的社会信用体系”。此后党的十六届三中全会、十六届五中全会、十七大报告、国办发〔2007〕17号文……都对推进信用体系建设提出了明确的要求和指示。国家质量监督检验检疫总局（简称质检总局）从2002年就开始企业质量信用体系建设，目前已经取得了阶段性成果，2008年国务院新“三定”方案中明确提出由国家质检总局承担产品质量诚信

体系建设的职能。在2010年3月5日的政府工作报告中，温总理再次提出“整顿和规范市场秩序，努力营造便利、安全、放心的消费环境……切实加强市场监管和诚信体系建设，努力把我国产品质量提高到新水平”。

为了贯彻落实党中央国务院的指示精神，促进企业诚实守信，提高产品质量水平，引导企业诚信自律，增强质量诚信意识，营造“诚信经营、以质取胜”的社会环境，我们成立了《产品质量诚信体系建设的理论与实践》编写小组，基于多年来对企业质量信用的深入研究，以及参与产品质量诚信体系建设研究的科研成果撰写本书。本书主要从产品质量诚信体系建设的角度系统地介绍了质量信用相关基础理论、质量信用等级分类以及如何开展产品质量诚信体系建设等相关内容。

本书共分七章，第一章主要从社会信用的历史发展和内涵演变，现代市场经济中质量失信的表现、危害与根源分析等角度探讨产品质量诚信体系建设的重要意义；第二章论述了质量信用基本概念、经济学基础以及理论模型等质量信用基础理论；第三章分析了质量信用评价的重要性，并就质量信用评价技术、信息化管理技术以及标准化技术进行了详细阐述；第四章从企业质量信用管理的实际出发，论述了如何完善企业质量信用管理机制建设、加强企业质量管理工作等内容；第五章介绍了政府质量信用的管理和服務，包括政府质量信用工作职责与机构、质量信用监管和服务以及质量诚信宣传等；第六章讲述了质量信用信息平台建设的相关内容；第七章借鉴国外发达国家的信用体系建设经验，对我国产品质量诚信体系建设模式和建设思路进行了分析和展望。

社会信用体系在中国是新生事物，产品质量诚信体系建设更是具有典型的中国特色。“质量信用”最初是我国政府根据当前市场经济发展中出现的产品质量相关法律法规不健全、监管任务繁重、质量事故频发等问题的情况下提出的概念，是我国首次提出的一个专有名词。目前国内质量信用领域的研究，大部分偏重于实际应用，对于质量信用理论的基础研究，显得相当薄弱。在当前产品质量诚信体系建设和管理中，普遍缺乏一套行之有效的行为标准和评价标准，尽管许多机构对不同的市场主体提出了多种不同的解决方案和办法，但普遍存在标准不全面、权重设置不合理、评价打分过于随意和主观等问题，其根本原因在于缺乏充分的质量信用理论基础和实践研究作为依据和参考。

本书从开始撰写到形成完稿历时两年多，笔者为此付出了较多心血，但

因水平所限，一定存在较多不当和纰漏之处，敬请读者不吝批评指正。在本书的撰写过程中，国家质检总局质量管理司有关领导、中国标准化研究院汤万金副院长、质量分院刘碧松副院长等给予了精心指导和大力支持，中国标准化研究院黄庆、李向华等同志负责了大量图文的校对和整理工作，在此表示最诚挚的谢意！最后，我们真诚地希望本书的出版能为开拓质量信用领域的研究、完善产品质量诚信体系建设提供有益参考。

著 者
2012 年 1 月

本书的出版得到国家“十二五”科技支撑计划“企业社会责任与社会信用征信技术标准研究”（课题号：2012BAK27B04）课题的支持

目 录

第一章 产品质量诚信体系建设概述	(1)
第一节 社会信用的历史发展和内涵演变	(1)
第二节 现代市场经济中质量信用的地位和作用	(10)
第三节 质量失信的表现、危害与根源分析	(15)
第四节 产品质量诚信体系建设的背景和需求	(18)
第五节 产品质量诚信体系建设构想	(27)
第二章 质量信用基础理论	(31)
第一节 质量信用基本概念	(31)
第二节 质量信用理论综述	(34)
第三节 质量信用经济学内涵	(69)
第四节 质量信用理论模型	(81)
第三章 质量信用评价、信息管理与标准化	(85)
第一节 质量信用评价的重要性	(85)
第二节 质量信用评价技术	(86)
第三节 质量信用信息管理	(98)
第四节 质量信用标准化	(103)
第四章 企业质量信用管理	(108)
第一节 质量信用管理主体	(108)
第二节 企业质量信用管理机制建设	(110)
第五章 质量信用监管和服务	(120)
第一节 政府加强质量信用监管和服务工作的重要意义	(120)
第二节 质量信用监管职责与机构	(126)
第三节 质量信用监管	(133)
第四节 质量诚信宣传	(137)

第六章 质量信用信息平台建设 (149)

 第一节 质量信用信息平台建设概述 (149)

 第二节 质量信用信息平台业务流程介绍 (155)

第七章 产品质量诚信体系建设展望 (195)

 第一节 我国产品质量诚信体系发展模式探索 (195)

 第二节 我国产品质量诚信体系建设思路 (206)

附录

 附录一 国务院办公厅关于社会信用体系建设的若干意见 (226)

 附录二 国家质量监督检验检疫总局关于加强企业质量信用监管工作的
 意见 (229)

 附录三 GB/T 22116—2008 企业信用等级表示方法 (235)

 附录四 GB/T 23791—2009 企业质量信用等级划分通则 (238)

 附录五 企业质量信用评价应用试点报告 (244)

参考文献 (259)

第一章 产品质量诚信体系建设概述

第一节 社会信用的历史发展和内涵演变

一、社会信用的历史发展

说到信用，人们会产生很多联想，比如诚信、信任、资信等相近的词语，还会联想到银行借贷、信用卡消费等经济金融活动。因此，可以说信用的内涵非常丰富。

信用起源于古代，在各个时代都有不同程度的表现，在现代得到了空前的发展。信用问题不是孤立的，它是以经济活动为目的，受到政治、经济、法律、伦理道德、文化修养、社会环境、信仰等诸多因素的影响。从历史上看，信用是属于社会伦理学范畴，是对人的行为的一种规范要求，通常是指人与人之间在交往中对对方的诚实守信。随着商品经济和交易市场的发展，信用被赋予越来越多的经济意义，信用的内涵被不断扩大，从简单的对行为规范的要求中演化出来，成为一种特定的经济行为方式。现代的社会已经发展到市场经济时代，而市场经济是信用经济，信用又成为市场经济运行的前提和基础。可见，信用具有悠久的历史，是伴随着人类社会的发展而发展的。

（一）古代的信用：主要表现在社会伦理道德层面

在原始社会生产力极度低下的情况下，人类群居而生，共同狩猎采集，个体完全依赖群体，从群体那里获得安全保障和生活资料。由于群体内部生活生产的需要，逐步产生了群体成员共同约定的行为规范，遵守这些规范成为每个成员的一种戒律，于是信用产生于原始群体内部和原始群体之间的生产、生活需要。信用作为一种行为规范，在人类社会的初期，作为一种传习存在并发挥着重要作用。传习使得信用得以延续和传承，信用传承潜移默化地影响着人类的信用意识的形成，社会群体的信用意识经过长期的积淀，逐步形成了一些传统、习俗和禁忌，构成了潜意识形态的信用规范，并用其评价人类的行为。因此，在原始社会，习俗、禁忌成为评价社会群体的信用标准。当然，原始社会的信用道德观念是模糊的、抽象的，还没有形成系统的伦理道德学说，但那种在生活经验中产生的信用观念，在人类社会的发展中发挥了重要作用，产生了不可忽视的历史影响。

随着生产力的不断发展，社会分工的出现，使社会生活日益复杂，人与人、人与群体

之间交往大量增加,人的思维能力不断提高,对事物、对世界认识的能力也不断深化,人类开始注重道德伦理,信用规范开始发展成较为规范的形态。人类社会进入奴隶社会和封建社会,可以说,人类开始真正步入到伦理道德的信用时代。我国古代的许多思想家,都将诚信作为修身立业之本,典型的如孟子、孔子等。孟子曰:“是故诚者,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。”也就是说诚信不仅是天道,也是做人的基本准则。另一个代表人物是我国春秋时期的孔子,孔子创立了儒家的道德规范,强调人不可无信,讲究信用足以教化民众,进而形成良好的风俗,使国家强盛。例如,孔子的学生子贡向孔子请教为政之道,孔子告诉他要抓好三件事:一是管理好农事,让老百姓吃饱饭;二是整治好军事,保卫百姓的安全;三是注重言传身教,取信于民。子贡问:“如果遇到特殊情况,这三件事不能同时并举,应该缓办哪一件?”孔子说:“缓办军事。”子贡又问:“如果情况迫不得已,连吃饭和取信两事也无法同时办到,应该先放下哪一件?”孔子沉思了一会儿,说:“宁可把吃饭问题放一放,也要把取信教化工作先做好,须知自古皆有死,而民无信则不立。”在《吕氏春秋·贵信》中对社会生活中的信与不信可能出现的后果进行了深入剖析:“君臣不信,则百姓诽谤,社会不宁。处官不信,则少不畏长,贵贱相轻。赏罚不信,则民易犯法,不可使令。交友不信,则离散忧怨,不能相亲。百工不信,则器械苦伪,丹漆不贞。夫可与为始,可与为终,可与尊通,可与卑穷者,其唯信乎。由此可见,在农耕和手工为主的自然经济时代,言必信、行必果、忠诚老实、童叟无欺等儒家思想在中国古老的历史上作为主流文化而广泛传播。虽历经数代,仍源远流长、深得人心,它始终是统一人们思想和文化的主流和核心,使得诚信成为个人的立身之本,企业的经营之本,国家的安邦之本。

(二) 近现代的信用:以“契约”为表现形式

当人类社会发展到市场经济时期,信用以契约为表现形式。“契约社会”的经济基础是建立在交换基础上的商品经济。商品经济是一种古老的经济,其本质是与自然经济相对立。商品经济时代人们生产的物品主要是为了出卖、交换、互通有无。在市场中,每个人都只能是其中的一分子,都不能自给自足,都只能以自己生产的产品与他人生产的产品进行交换从而获得自己所需的生产或生活资料,个人的生存和发展离不开其他人。商品经济全面冲击和抛弃了原有的道德传统,破坏了人与人之间、个体与群体之间原有的关系,打乱了原有的社会秩序。原有的靠伦理道德维系的信用体系难以满足商品经济的需要。为了维系商品经济的正常发展需要有一种新的规范的诞生,这种新的规范要求内容上明确具体、操作性强,在形式上带有强制性,并要求以法律或某种强制约束的形式表现出来,这就是“契约”。商品经济是一种自由平等经济,因此,要维系这种自由和平等,必然需要社会提供强制性规范加以约束,也就是说商品经济社会必然是“契约社会”。契约这种最简单、最可靠、最具实际操作意义的交换形式为经济交往所广泛采用,并且与社会交往具有密切的联系。随着契约社会的进步,信用规范从潜意识形态发展到显意识形态。经常运

用的信用规范形式一般通过规范、契约、条约、合同、政策和法律等表现出来。

在市场经济条件下，市场主导着商品交换的规模和形式，伴随着商品生产和交换的扩大，产生了作为一般等价物的货币，并在社会诚信的基础上，出现了赊销预付等商业行为，在市场经济发展进程中，信用广泛表现在银行借贷、债券、保险等活动中，由此信用在金融领域得到了广泛应用。由于信用的融资功能，实现了资金的再分配，而这种资金分配是在市场主导下进行的，市场这只无形的手不断且频繁地调节资金从效益低的领域或行业（部门或企业）流向效益高的领域或行业（部门或企业），从而实现了资源的优化配置。因此，金融信用促进了市场经济的迅速发展。不仅在金融领域，信用的作用日益强大，在经济社会的方方面面都离不开信用，直至发展到当代，社会进入到了信用经济时代。

（三）当代社会：进入信用经济时代

近年来，“××经济”等概念诞生的频率越来越快，如“信息经济”、“网络经济”、“虚拟经济”、“知识经济”“产权经济”、“寻租经济”等，而“信用经济”的概念已在世界范围内得到了广泛的认同和接受。因此，信用已经上升为一种重要的经济要素。

市场经济是信用经济。在经济全球化的今天，市场经济得到了空前的发展，而信用是市场经济的灵魂，是市场经济运行的前提和基础。因为，市场经济的核心是商品交换，商品交换的原则是等价交换，交易双方都必须以信用作为守约条件，构成互相信任的经济关系。假如有一方不守信用，等价交换关系就会受到破坏。随着交换关系的复杂化，日益扩展的市场关系逐步构建了超级的信用关系链条，从而维系着错综复杂的市场交换关系和正常的市场经济秩序。可见，信用是维系市场关系的基本准则，没有信用，就不可能有经济秩序，也就无法实现交换，市场就会消失，经济活动就不可能健康地发展。因此，信用是市场经济运行的前提和基础，是市场关系的基本准则。

信用是经济社会中最基本的经济关系，是整个社会赖以存在和发展的基础。现代市场经济的一个重要特征是信用交易范围的扩大，已渗透到社会生活的方方面面。不讲信用，社会就无法正常维系。不管是个人、企业、政府等都不例外。如果说，在历史上小范围内的信用交易，由于人们“低头不见抬头见”，还可以用宗教关系、邻里关系、社会舆论来支持和维护信用，那么，发生在国家范围、区域范围乃至全球范围上的现代信用交易，就必须有切实保障的信用制度和信用体系。一个社会失去了信用，商品交易的链条就会断裂，市场经济就无法运转。因此，全社会成员普遍的守信行为，是交易能够进行、经济能够运转的前提，也是每个社会成员立足于社会的必要条件。尤其是在当今社会出现的电子商务、电子货币、电子结算等高级交易方式，它们的交易活动更需要信用保障。没有了信用便会造成恶性的商业欺诈行为，使人们对谁都不敢相信，电子商务就无法进行。就连投机性很强的期货交易，也同样强调信用，要求诚实履行契约，最后实现交割。市场经济越发达，越要强化信用的基础保障作用。这是市场经济的本质要求。

信用更适合现代市场经济的运作特点。首先,现代市场经济从本质上看是一种扩张性经济,这种经济需要通过借贷去扩大生产规模、更新设备、改进工艺、完善管理、布局营销服务网点等。难以想象离开了信用,这些活动将如何开展。其次,现代市场经济中债权债务关系是最普遍的经济关系。绝大多数企业和个人在有绝佳投资机会的情况下,不会因为缺少资金而丧失机会;同样,有资金盈余的企业和个人,也不会因为没有上好的投资机会而认可资金损失。经济合理地寻找投资与筹资渠道,是现代市场经济的基本特征。经济越发展,债权债务关系就越紧密,就越成为经济正常运转的必要条件,从而使信用成为现代资本运作的灵魂。再次,在现代市场经济中,信用货币是货币群体中最基本的形式,它通过资产与负债将银行同各个经济部门、行业、企业紧密联系在一起,信用成了无所不在的经济关系。

综上所述,从本质上看,市场经济是建立在信用基础上的经济,良好的信誉体系本身就是市场的重要组成部分。市场经济是信用经济,社会的诚信意识和水平决定了市场经济成熟的程度。西方发达国家市场经济的演进是一个市场制度不断修正和完善的过程,同时也是诚信培育的过程。我国的市场经济建设起步晚,我们缺少的并非是规则和制度,而是遵守规则和执行制度的诚信意识。

二、信用的内涵演变

辞海中关于信用概念给出了三个方面的解释,一是“信任使用”;二是“遵守诺言,实践成约,从而取得别人对他的信任”;三是“以偿还为条件的价值运动的特殊形式,多产生于货币借贷和商品交易的赊销或预付之中,其主要形式包括国家信用、银行信用、商业信用和消费信用等”。可见信用既有道德范畴的意义,又有经济范畴的意义。前者属于从社会学角度界定的广义信用,后者属于从经济学角度界定的狭义的信用。信用概念在其历史发展进程中经历了社会伦理道德、金融经济与法学的内涵演变。信用内涵也是随着社会经济的发展而不断丰富和发展的。特别是在市场经济时代,当传统的信用观念无法满足经济交易安全时,信用观念就从单纯的道德约束而演化为法律约束。当前,我国由于社会结构的变迁、价值取向的多元化、市场信息不对称以及传统信用教育的不利影响,导致我国出现了所谓的“信用危机”。

(一) 信用的含义

信用最初源于道德范畴,本意是指“诚实守信,言行一致”。在我国,儒家创始人孔子最早把“信”提到道德修养的地位。随着儒家思想被封建统治阶级确立为正统,这种信用观念就成为我国的传统道德观念。

1. 道德范畴的信用分析

道德意义上的信用称为广义的信用,其中所包含的意思如下。

(1) 信用是一种对人的道德操守的评价,它的价值取向是主观的。当人们评价某人有信用,指的是该人的道德操守、思想品质良好,并不是指该人的经济状况、社会地位等非道德状况。另外,这一评价从长远看也许可以改善和优化当事人的生存条件,但却不能即时给当事人带来直接的经济利益。

(2) 信用评价的依据带有很强的主观性。也就是说,用来衡量和判断信用的标准是主观的。人们在做出一个人是否有信用的评价时,势必要有一定的依据。一般来说,日常生活中评价一个人是否有信用,往往依据的是当事人在社会生活交往中的种种具体表现,人们的行为诚然是客观的,但人们做出信用评价却是从其在与被评价对象的交往经验中得出结论的。因此我们说,日常生活中的信用评价标准是经验式的,带有相当浓厚的主观色彩。

从以上的分析,我们可以得出下面的结论:人们日常生活中理解的信用,实际上是一种道德层面上的东西。它以深藏在人们内心的道德感作为动力,它的维持也由人们的道德舆论来保障。同时,这一信用观念虽然不给当事人带来短期内的即时收益,但是从长远来看,守信的人能够得到人们的尊重,更容易为人们所接受,交往更容易,更能得到他人的经济帮助和交易机会,因而其生存环境更加优越,所以说获得较高的信用评价可以给当事人带来长远的经济利益。因此,人们也就有了诚实守信的经济内驱力。道德化的信用观根植于人与人之间彼此的信任,依附于人身关系,诚如英国著名的古代法研究专家梅因所言,在这样的一个社会组织中,个人并不为自己设定任何权利,也不为自己设定任何义务。它所遵循的规则首先来自他所出生的场所,其次来自他作为其中成员的长老给予他的强行的命令。在这样的制度下,人与人之间相互的商品关系,并非纯正的契约关系,而是一种基于人格信任的交换,在很大程度上它是以一种身份制约的方式进行并得以实现的。对一种共同道德的分享,使得人们必须遵照某种可能产生强制的相互约定,并且强制本身的强制力来自于分享的道德、在共同的道德的笼罩下产生的由于违背道德遭受的人格的损失。然而必须指出的是,道德范畴内的信用机制只能在相对固定的或者封闭的社会环境下才能有效运作。换句话说,只有在熟人的社会里,道德信用方可发挥作用。因为,一方面,在一个相对封闭的固定社会里,人们的交易对象和交易范围相对固定,交易的机会也很有限,得到一个交易是不容易的,如果因为自己的不当行为引起社会比较低的信用评价,将导致其交易机会进一步降低从而恶化自己的生存条件却又无法从其他更广阔的交易中获得弥补,因此是不划算的;另一方面,在封闭的熟人社会里,守信与否的道德评价极易传播形成强大的舆论压力,而且这一压力将是长远的而非短期的,这样甚至可以将被评价为不守信用的人逐渐排斥于社会生活之外,同时因为获得生活资源的途径本就不多,因此,不守信的人则很难在社会上立足,这也是社会对于不守信的人给予处罚的主要方式。

2. 经济范畴的信用分析

经济范畴的信用称为狭义的信用,狭义的信用通常是指以偿还和付息为特征的借贷行为。它的特征是,到期偿还、付息。狭义信用在经济领域可以用货币计量,它反映了行为

主体以货币形式对经济义务履行的意图及能力，即货币借贷或商品赊销或预付关系中对债务的履行。

狭义的信用产生了许多衍生的概念，如信用交易、信用信息、信用行为、信用风险、信用危机、信用工具和信用产品等。信用交易是指人与人经济交往中没有即时获得对等交换，基于信用，约定在一个时间期限内完成对等交换的契约。信用交易并不限于经济活动，例如，在我国计划经济时代，国企员工的工资很低，但对员工的生活保障较好，住房、看病等基本都是免费的。因此，员工尽管当时拿到的即期工资与其所付出的劳动不对等，但由于国家承担其生活保障的隐性义务，所以这也是一种政府与员工的信用交易。信用信息是指信用交易相关的各种信息，包括行为主体信用交易的历史记录、影响信用交易契约内容的各种信息。信用行为即与信用交易有关的各种行为。

信用风险和信用危机是从信用交易概念衍生而来的。信用风险是指行为主体存在失信的可能性，有时也指发生失信的状态。信用危机则是指特定的行为个体在其多项义务或承诺出现时具有关联性的、普遍的失信的状态，或是指一个经济体出现系统性、传递性的失信状态。信用工具是指经济活动中，进行授信和受信的方式或工具，如信用卡等。信用产品是指与经济领域的信用交易有关的、可以在特定市场进行交易的商品。信用产品通常包括信用服务机构提供的服务，如资信评估报告、有偿的信用信息；也可以指与信用有关的金融工具，如股票、债券等。

道德范畴和经济范畴的信用在日常活动中并不是相互割裂的，往往是同时发挥作用。经济活动中的信用是以道德范畴的信用为基础，例如借贷活动是价值的单方面转移，在一定时期内转让资金的使用权，其条件是要求借款方到期按时偿还，并支付约定的利息。因此，在借贷活动中，能否按时收回本金并获得利息，成为贷方主要风险。所以，贷方在放贷前必须评估借款方道德方面的信用程度，即借款方的资信，只有在借款方的资信良好的情况下，借贷活动才能顺利进行；如果借款方的资信情况不好，则贷方会拒绝放贷，借贷活动就不能完成；如果借款方的资信情况一般，则放贷可能存在一定的风险，此时，贷方即使同意放贷，也会增加一些条件，如较高的贷款保证、提高利息等。由此可见，借贷这种经济活动能否正常进行，贷款条件是否宽松都是以道德范畴的信用作为基础的。同样经济范畴的信用也会影响其道德范畴的信用。例如借贷行为发生后，借款方未能兑现其到时还款付息的承诺，则会构成其资信水平的降低。因此，在理解信用的内涵时，既可以从道德范畴，也可以从经济范畴，只是角度不同，但在具体发挥作用时，不能割裂开来，两者是相辅相成、相互影响、相互促进的。

（二）信用的起源和发展的动力分析

管晓永博士^①认为信用的起源和发展动力均来自利益。由于人们要实现自身的利益，

^① 管晓永，孙伯灿．中小企业信用理论与评价研究．杭州：浙江大学出版社，2006

需要与他人交往，交往离不开信用，而要获得利益的最大化，就要求交易的各方都要讲信用，并且进一步促进了信用的发展。

任何人（包括自然人和法人）要实现自身的利益都需要与他人进行交易，而交易的各方都希望能够实现利益的最大化，因而势必导致交易各方利益之间的冲突和矛盾。在这种情况下，如果交易各方都能够信守约定，交易就能够顺利进行，交易的各方在实现自身利益的基础上，也为对方实现了利益，尽管各方实现利益的程度不同，但是各方能够接受这个度，也就是说各方达成了共识，实现了利益上的双赢；如果交易的各方都不守信，则交易就无法进行，因而各方的利益也就无法实现，导致社会整体利益的损失和社会秩序的混乱。因而，从发展的角度看这种状况是社会所不能接受的；如果交易的双方一方选择守信，另一方失信，从本次交易看即使交易成功了，失信的一方可能从本次交易中实现了自身利益的最大化，守信的一方可能从本次交易中蒙受了利益的损失。但从长远看，失信方必将因其失信行为而导致其后面的交易的障碍，如果其反复失信，就会被社会摒弃。因此，出于实现自身利益的需要，人们需要进行交易，实现交易要达成三个方面的共识，一是尊重和认同对方利益，二是在价值对等的基础上互利互惠，三是达成相互利益实现的程序和规则。因此，只有在交易各方达成共识的基础上，交易的各方都能够按规则办事、约束自己的行为，交易才能实现，各方的利益也才能实现。因此，利益实现是人们信守承诺的动机，也是信用起源的内在动力。同样为了更好地实现利益的需要，促进信用的发展，关于这方面的分析，可以通过前文所述的“信用的历史发展”中得到证明，这里不作赘述。

（三）信用的演进逻辑分析

任何事物的发生和发展都有其自身的规律，信用也不例外，也有其逻辑规律可循。管晓永博士^①认为个体信用的发展遵循的逻辑规律包括四个效应，即扩散效应、累积效应、马太效应、雪崩效应，其逻辑关系如图 1-1 所示。

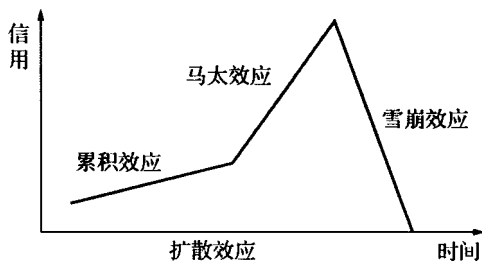


图 1-1 个体信用之发展规律图

^① 管晓永，孙伯灿．中小企业信用理论与评价研究．杭州：浙江大学出版社，2006

扩散效应是指任何个体信用的形成是建立在对其信用信息通过一定途径的传播扩散完成的。如果没有信用信息的有效传播,个体的信用很难建立起来。信用信息的传播途径包括正式的和非正式的,从效果上看正式的传播扩散比非正式的要好,但从效率上看,非正式的传播扩散比正式的要快。

累积效应是指任何个体良好的信用是要经过自身的长期努力、由量变到质变积累形成的,并得到社会的普遍认可和信赖。因此,要让社会普遍认可和信赖并达成共识,不是一朝一夕能做到的,需要其自身点滴积累,并得到长时间的社会证实和扩散传播才能形成。像北京的同仁堂、天津的狗不理等百年老店,都是历经了上百年的不懈努力后才有了今天家喻户晓的信誉。

马太效应是来自《圣经》的马太福音,意思是富的越来越富,穷的越来越穷。个体的信用发展也具有这样的规律,即当一个个体信用累积到某个阈值(包括达到了某种范围和程度)时,其信用信息传播的速度和频率明显加大,愿意或实际与其交往的个体明显递增,随着与之交往的个体的显著增加,其信用扩散的速度和范围也随之显著扩大,形成了良性循环。反之,由于某种原因导致了某个个体的信用下降,则会带来与其交往的个体的减少,其信用也会随之降低,会产生恶性循环。这种富者更富,穷者更穷的马太效应是个体信用发展的常见现象。

雪崩效应是指个体长期积累的良好信用,由于某种原因突然像雪崩一样瞬间毁灭。导致雪崩的原因可能是一时的主观过错或客观的不可抗力造成的信用行为的重大失范。由于主观过错造成信用崩溃的个体重建信用的难度很大,如果是企业往往会导致随着信用的雪崩而破产,典型的如2001年的中科系股票操纵案、2003年美国的安立信公司偷税和政治贿赂案、2008年的三鹿牌奶粉的“三聚氰胺”事件等。主观失信使它们一夜之间信用丧失殆尽,导致最终只有破产的命运。由不可抗力造成的信用雪崩,如企业因地震导致工厂破坏停产,致使一时的支付困难而引发贷款拖欠等,如果受害企业没有因此而破产,则重建信用的可能性较大。信用雪崩现象发生的根本原因是由于人们对个体信用的一次重大过失而导致对个体信任心理基础的动摇或灭失。信用雪崩现象告诫人们信用不仅需要积累,而且更需要加倍珍惜和维护。

通过对个体信用发展逻辑规律的认识,能够帮助我们更好地研究和运用信用工具,指导我们开展信用理论研究和实践应用。

(四) 信用领域常见的概念区别与联系

1. 关于“诚”与“信”

在我国传统文化中,诚信观念受到古代思想家较多论述。“诚”与“信”的含义相关,而内涵又不尽相同。

根据《礼记·中庸》的解释,诚就是“一也”,即一心一意,真心实意的意思。

“诚”字在中国传统文化中，作为道德典范指的是真实无妄、信实不欺，作为品德而言，不仅指不欺他人，还包括不自欺。诚是个人修养的基础。诚作为一种道德品质和规范，起源于人们之间的日常交往活动 and 对自己行为的自觉和自律。古人认为，协调与他人的关系，如果“以力服人”，只能达到表面上、言行上的服从，而“以德服人”才能对己心悦诚服，这种情况下的和谐关系是始而相融、久之愈笃。以德待人，就要按照道德规范严于律己、宽以待人。但是，道德规范是一种客观的准则，要在实践中发挥作用，必须将其转化为自己内在的感情意识，以这种感情意识去对待他人，才能达到以德服人的效果。正如苏轼所言：“服人以诚不以言”，讲的就是这个道理。按传统的说法，诚是诚心，是对道德的坚定信念和真实感情，以诚待人能产生一种内在的感人力量。

与“诚”相比，中国传统文化中的“信”有更加丰富的内涵。在我国最早的历史文献汇编《尚书》中有关信的记载。如《书·康王》曰：“信用昭明天下”；《周书》曰：“允哉允哉，以言非信则百事不满也”；《易传·系辞上》：“言出乎身”。意思是说言语是从人的身体上发出，人说话要算数，要身体力行才是。这些对信的描述，表明信这种道德原则和规范很早就被人们认识了。信在人们的行动中得到了广泛的应用。“朋友有信”是“五伦”之一。古人交友尤为重信，留下了诸多典故。在古代的商业活动中，完全是凭着彼此间的信任而进行买卖，遵循着“货真价实、童叟无欺”、“公平交易、斗称不欺”的传统美德。一个人不守信用，是无法在社会上立足的。信的本义是指所说的话都是出自内心，是诚实的。它泛指诚实无欺、说话算数、严守信用的品德。

诚和信往往具有相同的意义，古人常常是诚与信互训。《说文解字》上解释诚与信就是互相说明的，“诚，信也”，“信，诚也”。人们又常常把诚与信一同使用，称为“诚信”。诚信的本义就是诚实不欺，恪守信用。诚信是处己的立身之道，是展示自己、确立自己形象的重要标准。

2. 与信用相近的一些概念的差别

在日常生活中，诚信、资信、信任、信誉和信用这些概念经常被使用。实际上，这些概念之间既有联系又有区别，它们之间既有共性，但更有个性。

诚信，顾名思义，即诚实守信，是自己对他人的承诺，是一种行为规范；诚信突出“诚”的因素，即强调行为人要具有履行义务或兑现承诺的主观意图。有些情况下，行为人的主观意图成为义务或承诺能否实现的关键，此时，信用问题主要是诚实问题，具有较强的道德品质因素。通常所说的“诚实经营为本”、“童叟无欺”、“不掺杂使假”、“不做假账”等，就是不允许行为人在主观上故意违反诚实守信的道德规范。

资信，突出的是“资”的因素，即强调行为人履行义务或兑现承诺的能力，在通常情况下是指行为人的经济能力。在经济交往中，行为主体的能力有时会成为其能否履行义务或兑现承诺的关键因素。如债权人和信用中介机构进行资信调查、资信评估，主要是评价其能力，通常是其偿债能力。