

大国信用

全球视野的中国社会信用体系

Credit of great powers
global vision of China's society credit system

吴维海 张晓丽 著



中国计划出版社

大国信用

——全球视野的中国社会信用体系

吴维海 张晓丽 著

 中国计划出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

大国信用：全球视野的中国社会信用体系 / 吴维海，
张晓丽著. — 北京：中国计划出版社，2017.1
ISBN 978-7-5182-0546-2

I. ①大… II. ①吴… ②张… III. ①信用制度—建
设—研究—中国 IV. ①F832.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第296973号

大国信用

——全球视野的中国社会信用体系

吴维海 张晓丽 著

中国计划出版社出版

网址：www.jhpress.com

地址：北京市西城区木樨地北里甲11号国宏大厦C座3层

邮政编码：100038 电话：(010) 63906433 (发行部)

新华书店经销

北京市科星印刷有限责任公司印刷

787mm × 1092mm 1/16 27.75印张 507千字

2017年1月第1版 2017年1月第1次印刷

ISBN 978-7-5182-0546-2

定价：85.00元

版权所有 侵权必究

侵权举报电话：(010) 63906404

如有印装质量问题，请寄本社出版部调换

序

大国崇尚信用。衡量一个国家是否强大，不仅看人口规模或 GDP，也不仅看军事实力和航母飞机数量，更要看其社会信用和价值观是否先进，是否能赢得国人和世界的尊重。没有信用的国家将在全球政治、经济交往中寸步难行，并快速消亡。构建大国信用，对于中华民族生存发展和中国梦的实现，都是最重要、最紧迫的战略任务。

中国的诚信文化历史悠久。我国有五千年的文化，是人类文明的发源地之一。数千年来，我们的祖先创造了诚信的人类文明，并在全球信用体系演变过程中，创新和发挥了独特、不可替代的引领作用。中国是全球信用体系建设的鼻祖和诞生地，中华文明是全球信用文化的起源，信用在中国具有深厚的文化内涵。

诚信是立国之本。国无信则亡，人无信不立。诚即天道，天道酬诚。自古至今，讲真话，办实事，是中华民族推崇的美德，是实现国家战略、政府使命、组织愿景和人生目标的基础。

大国须有信用。社会信用发达程度与国家或民族的政治、经济和文化环境紧密相关。全球化时代，每个国家、每个公民都受到全球政治、经济、军事、文化等诸多因素的广泛影响。各国政府、社会组织和个人处在复杂的国际环境、法律和道德的约束之下，受到各种利益的诱惑，对信用的认知差别很大，容易出现与诚信规范，甚至道德、法律相悖的言行。在一个国家内部，不同城市、地区和民族对诚信的理解也不相同。在政府、企业、社会公众等政治、经济和人际交流活动中，普遍存在与诚信价值观相背离的现象，各类欺诈、抢劫、恐怖袭击或合同违约等案件或事故时有发生，既违背了诚信的社会规则，也对所在国、本地区经济发展和生活造成了不良影响，是有为的政府、有良知的公众和社会规范所不容许的。一个国家要

想强大，必须有信用、敢担当。

我国是社会主义国家，为人民谋福利，为全人类谋发展是中国共产党和我国政府的历史使命和崇高目标，这决定了建设“信用强国”是国家治理的长远目标，也是实现“中国梦”的根本保障。从“信用强国”到“信用全球”，是中国更多地参与全球治理、履行大国责任的更高目标和历史责任。社会信用建设是国家执政和发展的基石。党中央、国务院高度重视社会信用体系建设，出台了一系列社会信用体系建设规划、政策文件和行动方案，全国各地创建国家级、省级社会信用示范城市的试点全面展开，示范城市和个人典型层出不穷，极大提升了我国社会信用整体水平和国际形象。在我国经济新常态和全球一体化的背景下，如何传承和发展优秀的中华诚信文化，如何解决中西方文化冲突、如何规范社会信用体系，如何引领和推动全球信用标准制定与提升等，是我们需要认真研究和创新性解决的重大国家战略和全球治理问题。因此，树立“大国信用”的理念，全面探索并建设“信用强国”，倡导并呼吁、创新和探索“信用全球”，是笔者在国内第一次创新性提出的我国提升国家治理水平，并参与和引领全球治理的现实选择和较高目标。为了解答上述困惑和难题，吴维海博士及研究团队经过多年探索和创新，集各方智慧之大成，逐步形成了全球视野的“大国信用”架构，从全球视野出发，围绕我国社会信用体系建设、理论和实践，丰富和优化了我国创建国家级社会信用体系建设示范城市的机制与路径，独创并首次提出“大国信用”的长远目标、体系架构、建设模式和行动路线，深入研究并探索了中华诚信文化对我国和全球信用体系建设的领先性、独特性和融合性，从国家战略和全球治理的高度，明确提出并倡导“大国信用”架构之下的“信用强国”发展愿景。通过实施“信用强国”战略，确立我国在全球信用领域的标杆和领先地位，与国家“一带一路”战略相呼应，让全球治理体系楔入更多中国印记，加快建设东西方文化融合的国家信用标准和社会信用体系，进而实现“信用强国”和“信用全球”的宏伟蓝图。

本书由吴维海总策划并统筹撰写。张晓丽、宋岩（英国曼彻斯特大学）、赵锦程（中央财经大学研究生）、胡珊（清华大学博士后）、吴玥（北京工商大学）等参与了有关研究和撰稿。国家发展改革委和人民银行有关领导、国务院发展研究中心、中国人民大学、北京大学等学者、教授和部分信用机构高管对本专著进

行了悉心指导，提供了部分案例，提出了中肯建议，给予了大力支持，在此一并感谢。

希望本书为国家政策制定、地方政府和企业创建社会信用示范城市（单位）以及各类智库、高校和信用机构开展信用研究和咨询发挥系统、专业、前瞻的指导与借鉴作用。同时，期待本书能为我国探索和打造“大国信用”的全球领先地位，在全球治理中发挥更加主动和主导的作用，推动并实现“信用全球”的全球发展目标提供前瞻的、系统的探索和借鉴。

作者

二〇一六年十月

注：吴维海博士主持课题（示例）：

- ① 政府规划类：国务院国资委中央企业“十二五”战略性新兴产业规划；国务院国资委中央企业“十二五”新一代信息技术产业规划；港珠澳大桥口岸发展规划；海南国际旅游岛战略评估；国家级大连金普新区发展规划；山东聊城市“十三五”规划纲要；潍坊市节能环保产业园规划；北京市工业节能节水专项规划；山东省威海市蓝色经济区发展规划等。
- ② 企业战略融资类：中国信息产业集团（央企）商贸产业规划；中国信息产业集团（央企）营销体系设计与规划；中国节能环保集团（央企）“十二五”发展规划修编；中国航天科工集团（央企）国际化发展战略；中投高科集团发展战略规划江淮集团安凯客车发展战略、集团管控设计；贵州轮胎集团内部控制体系建设和组织再造等。
- ③ 金融信用类：民生银行流程银行变革；人民银行独立性与监管体系研究；三亚市金融业“十三五”规划；民生金融融资租赁公司战略规划；深圳市长安汽车 85 亿元投资项目评估方案；创建省级或国家级社会信用示范城市实施方案等。

目 录

序 // I

第 1 章 社会信用体系素描 // 1

- 1.1 信用的内涵 // 1
- 1.2 西方“社会信用”源流考 // 7
- 1.3 中国“社会信用”源流考 // 11
- 1.4 社会信用的地位与作用 // 13
- 1.5 社会信用体系的内涵 // 15
- 1.6 我国社会信用体系建设情况 // 17
- 1.7 案例剖析 // 24

第 2 章 信用理论 // 26

- 2.1 中国古代诚信理论 // 26
- 2.2 信用供给机制 // 31
- 2.3 当代西方经济学对信用的研究 // 34
- 2.4 企业信用管理理论 // 38
- 2.5 案例剖析 // 40

第 3 章 社会信用体系 // 46

- 3.1 社会信用体系起源 // 46
- 3.2 社会信用体系的内涵 // 49
- 3.3 社会信用是立国之本 // 52
- 3.4 社会信用体系建设路线图 // 56
- 3.5 政府在社会信用体系建设中的作用 // 68
- 3.6 案例剖析 // 73

第 4 章 全球社会信用透视 // 75

- 4.1 美国的社会信用体系 // 75
- 4.2 欧洲国家的社会信用体系 // 84
- 4.3 发展中国家社会信用体系 // 86
- 4.4 各国社会信用体系比较及启示 // 91
- 4.5 案例剖析 // 94

第 5 章 社会征信体系 // 97

- 5.1 征信的内涵 // 97
- 5.2 征信体系的发展历程 // 107
- 5.3 征信机构 // 115
- 5.4 征信业务 // 118
- 5.5 案例剖析 // 125

第 6 章 政务诚信 // 128

- 6.1 政务诚信内涵 // 128
- 6.2 政务诚信的价值功能 // 132
- 6.3 政务诚信发展历程 // 138
- 6.4 政府失信的表现及成因 // 140
- 6.5 政策指引 // 149
- 6.6 政务诚信实践 // 151
- 6.7 案例剖析 // 155

第 7 章 商务诚信 // 159

- 7.1 商务诚信内涵 // 160
- 7.2 商务诚信发展历程 // 161
- 7.3 政策指引 // 163
- 7.4 商务诚信实践 // 165
- 7.5 案例剖析 // 181

第 8 章 金融信用 // 183

- 8.1 金融信用内涵 // 183
- 8.2 金融信用发展历程 // 186
- 8.3 政策指引 // 195

8.4 金融信用实践 // 206

8.5 案例剖析 // 214

第 9 章 社会诚信 // 218

9.1 社会诚信内涵 // 218

9.2 社会诚信发展历程 // 222

9.3 政策指引 // 230

9.4 社会诚信实践 // 235

9.5 案例剖析 // 245

第 10 章 司法公信 // 248

10.1 司法公信内涵 // 248

10.2 司法公信发展历程 // 252

10.3 政策指引 // 257

10.4 司法公信实践 // 260

10.5 案例剖析 // 267

第 11 章 信用技术 // 270

11.1 信用技术内涵 // 270

11.2 信用技术发展历程 // 272

11.3 政策指引 // 276

11.4 信用技术 // 278

11.5 数据抽取、转换和加载技术 ETL // 284

11.6 数据匹配技术 // 285

11.7 信用调查技术 // 286

11.8 信用评分与模型检验技术 // 290

11.9 信用评级技术 // 290

11.10 内部信用增级 // 294

11.11 信用网站建设 // 295

11.12 案例剖析 // 302

第 12 章 信用运行 // 304

12.1 信用标准 // 304

12.2 信用制度 // 307

12.3 信用平台 // 315

12.4 信用建设 // 319

12.5 信用考核 // 327

12.6 案例剖析 // 332

第 13 章 信用评价 // 335

13.1 信用评价内涵 // 335

13.2 信用评价发展回顾 // 338

13.3 政策指引 // 344

13.4 信用评价实践 // 349

13.5 案例剖析 // 374

第 14 章 “大国信用” 蓝图 // 379

14.1 “大国信用” 的战略地位 // 379

14.2 “大国信用” 的传承与创新 // 382

14.3 全球视野的“大国信用” // 385

14.4 审视社会信用体系 // 390

14.5 信用强国 // 391

附 件 1 《大国信用》调查问卷 // 402

附 件 2 企业信用评级方法 // 407

后 记 // 431

第1章 社会信用体系素描

小故事

商鞅立木

令既具未布，恐民之不信，乃立三丈之木于国都市南，募民有能徙置北门者予十金。民怪之，莫敢徙。复曰：“能徙者予五十金！”有一人徙之，辄予五十金。乃下令。

——摘自《史记·商君列传》

1.1 信用的内涵

1.1.1 信用的概念

1. 信用的概念

信用，是一个广泛的概念，通常将经济学的信用，称为信用的经济属性；将道德范畴的信用（如诚实、守信）、心理学的信用（如信任）和社会学的信用（如信誉），统称为信用的社会属性。

信用是市场经济的基础，良好的社会信用是建立规范、健康的社会主义市场经济秩序的保证。我国加入 WTO 后，越来越多的企业参与国际竞争，同时，也有越来越多的外国企业在中国境内参与竞争，企业信用状况已成为竞争成败的关键要素之一。对此，国家提出建立健全社会信用体系的要求，以适应国内外市场融合度不断提高的现有形势，进一步健全良好的市场经济秩序、促进市场公平竞争，降低企业交易成本，促进市场健康发展。

从经济学角度来说，信用的借贷资本的运动，或者说信用是价值运动的特殊形式。著名经济学家吴敬琏认为，信用指一种建立在授信人对受信人偿付承诺的信任的基础上、使后者无须付现即可获取商品、服务或货币的能力。由于现代市场经济中的大部分交易都是以信用为中介的交易，因此，信用是现代市场交易的必备要素。

《中国大百科全书》提出：信用是借贷活动，以偿还为条件的价值运动。信用是随着分工的深化和市场的扩大而产生的。最初的商品交换盛行的是实物交易，货

币的介入使得交易较之物物交换容易达成。但是，一手交钱、一手交货的要求也常常造成不便，为了克服这种不便，卖主往往同意买主在未来约定的时间再行付款，即进行赊账。这样，便出现了最早的信用关系。现代市场经济的另一个发展过程就是信用交易范围的扩大。

在一个社区内开展信用交易，人们“抬头不见低头见”，常用宗教关系、伦理道德、邻里关系来维持。整个民族、国家范围内，乃至全球化市场的现代信用交易，必须有切实保证的信用作为中介。失去了信用，交易的链条就断裂，市场经济根本无法正常运转。

信用很重要，信用树立很难，但是，信用损毁很容易。20世纪80年代，温州皮鞋又叫“一日鞋”“晨昏鞋”，这些伪劣产品引起全国消费者的公愤，很多商场贴出“本店无温州鞋”的告示。经历了信用缺失的痛苦和重建信用的艰难，后来，温州人用诚信重新塑造温州皮鞋的尊严，在“中国十大鞋王”中，温州皮鞋就有三大品牌名列其中。温州走向市场经济的“幸福”和缺失信用的“痛苦”告诉人们，信用是市场经济的基础，没有信用只能造成市场的无序竞争，而良好的信用就是资本。

信用的社会属性寓于信用的经济属性之中，又高于信用的经济属性。它是社会群体和自然人之间相互信任、相互依赖、相互以诚相待、相互以诚交往的观念的综合体，其内涵设计经济学、管理学、社会学、法学和心理学等多种学科。

信用（Credit）是舶来品，它来自西方资本主义市场经济体系。这里有一个西方人（荷兰水手）讲诚信的故事。

小故事

守信的荷兰水手

16世纪末，为打破西班牙人和葡萄牙人对印度洋航线的垄断，也为了攫取更大的利润，荷兰人试图寻找一条属于自己的通往中国和东印度群岛的航线。1596年，荷兰人组织了一次探险航行。在这次航行中，威廉·巴伦支成了举世瞩目的英雄，北冰洋西面的海洋也以他的名字命名。但是，让人难以忘怀的并不是巴伦支的探险经历，而是那些无名水手们的诚实与信用。

探险队启程前，阿姆斯特丹市的商人们，把准备与中国进行贸易交换的货物装上航船。当探险队抵达北冰洋后，夏季结束，使得探险船被冻结在冰水中。全体船员被迫登陆，他们在新地岛上自己动手修建了木屋，苦苦地等待春天的来临。在极端恶劣的环境下，在饥寒交迫的困境中，一些水手由于饥饿和患病而不幸死去。第二年冰雪刚刚融化，探险队就迫不及

待地踏上了归途。但是，麻烦接踵而来：长时间冰块冲撞与挤压，造成了帆船破损，所有船员只得浸泡在齐腰深的冰冷的海水中。可“即使在这从死神边挣扎逃出的绝望时刻，船员们依然带着那些他们原打算同中国人做生意的货物”。当水手们获救上岸后，他们所做的头一件事就是“把这些货物都开包、晾干，以便在尽可能好的状态下再把它们带回阿姆斯特丹。”（《房龙论人》）。尽管此时水手们衣衫褴褛，不少人身患重病，在海风中瑟瑟发抖，但没有一个人动用铁箱中的衣物。

1597年10月29日，探险队终于回到了故乡，这些深入到极北海域的探险队员早已财尽囊空，但临行前商人们托付的货物全都完璧归赵。（参考网络信息整理）

荷兰水手身上体现出的使命感和忠诚感，这种道德的约束，良心的承诺，就是信用的力量。商品经济之所以跨越国界，使整个地球成为统一的大市场，让彼此不相识的人们能够心甘情愿地交换自己需要的商品，它的力量就在于信用。有了信用，彼此间才能以诚相待；有了信用，彼此间才能沟通、合作。正如马克斯·韦伯在《新教伦理与资本主义精神》中所言：信用“它不单是那种到处可见的商业上的精明，而是一种精神气质”“诚实之所以有用，是因为它可以保证信用”，而“信用就是金钱”。

2. 诚信

诚信是诚实无欺，信守诺言，言行相符，表里如一。

个人诚信指特定人诚实守信的品质与人格特征，是自己对他人的承诺，是一种行为规范。个人诚信是内生的，取决于自身的品德。个人信用是互生的，有施信方和受信方。

“个人诚信”不具有商业价值，“个人信用”具有商业价值。个人诚信这一概念更多地属于社会道德层面。

个人信用制度要发挥其特有的作用，必须依赖于两个重要机制：完善的个人征信机制和规范的个人资信评估机制。其中，个人征信机制成为评价个人诚信状况的基础性机制。

社会诚信指在整个社会生活中逐渐形成的诚实守信的社会风气。社会诚信的形成不仅包括个人诚信，还包括在社会生活中被广泛认可的道德及规则。

1.1.2 信用的特征

（1）信用是一种体现双方共同意志的经济关系，每一个人都一面提供信用，一面又接受信用；每一个人的支付能力都取决于另一个人的支付能力；每一个人既有要求信用的权利，又有履行信用的义务。

(2) 信用交易必须订立契约,并赋予契约以维持和保证信用的重要作用。信用关系受到契约和法律的制约。当缔约的任何一方违约,不仅要承担道德责任,还要承担相应的经济责任和法律责任。

(3) 信任是信用关系的必要条件。信用关系要求个人或法人有诚信,信任是维系信用关系的纽带。然而,由于个人的主观性以及物质利益的诱惑性,潜藏着信用双方违约的可能性。因此,信任是信用关系的必要条件。

(4) 信用被纳入微观经济管理和法制范畴,以维护商品生产和商品交换的正常秩序。信用是现代市场经济条件下为了实现有效和高效的交易而建立的一种正式制度,它不取决于个人的善意或恶意,具有强制性和规范性。

小故事

一诺千金

西汉·司马迁《史记·季布栾布列传》:“得黄金百,不如得季布诺。”唐代·李白《叙旧赠江阳宰陆调》:“一诺许他人,千金双错刀。”错刀:古钱名。

秦朝末年,楚地有个叫季布的人,性情耿直,为人侠义好助。只要他答应过的事情,无论有多大困难,都设法办到,受到大家的赞扬。

楚汉相争时,季布是项羽的部下,曾几次献策,使刘邦的军队吃了败仗。刘邦当了皇帝后,想起这事,就气恨不已,下令通缉季布。敬慕季布为人的人都暗中帮助他。不久,季布经过化装,到山东一家姓朱的人家当佣工。朱家明知他是季布,仍收留了他。后来,朱家又到洛阳找刘邦的老朋友汝阴侯夏侯婴说情。刘邦在夏侯婴的劝说下撤销了对季布的通缉令,还封季布做了郎中,不久又改做河东太守。

有个季布的同乡曹邱生,专爱结交有权势的官员,借以炫耀和抬高自己,季布一向看不起他。听说季布又做了大官,就马上去见季布。季布听说曹邱生要来,准备发落几句话,让他下不了台。谁知曹邱生一进厅堂,立即对着季布又是打躬,又是作揖,要与季布拉家常叙旧,并吹捧说:“我听到楚地到处流传着‘得黄金千两,不如得季布一诺’这样的话,您怎么能够有这样的名声传扬在梁、楚两地的呢?我们既是同乡,我又到处宣扬你的好名声,你为什么不愿见到我呢?”季布听了曹邱生的这番话,心里顿时高兴起来,留下他住几个月,作为贵客招待。临走,还送给他一笔厚礼。

后来,曹邱生又继续替季布到处宣扬,季布的名声越来越大。(参考网络信息整理)

1.1.3 信用的类别

从经济的视角,信用可以分为:国家、银行、企业、个人四个层次。

国家信用 (national credit) 包含两层关系, 一是国家和国家之间的借贷关系, 即所谓的主权债务, 如著名的布雷迪债券、美国 20 世纪 80 年代对拉美国家的贷款、我国对亚洲和非洲一些国家和地区的低息贷款、日本的海外协力基金贷款、世界银行贷款等; 二是政府与企业、居民之间的借贷关系, 如政府发行国债, 由企业和居民购买, 政府债券实际是政府向企业和居民借贷, 政府用借来的资金开展特定投资或重点项目, 到期时偿还企业或个人本 (金) (利) 息。

银行信用 (bank credit) 是指以银行为中介, 以存款等方式筹集货币资金, 以贷款方式对国民经济各部门、各企业提供资金的一种信用形式。

企业信用 (enterprise credit) 指一家第三方征信机构通过征集另一家企业信息, 根据征信机构的信用评级规则, 评价出的企业信用等级。企业信用管理是指企业为获得他人提供的信用或授予他人信用而进行的管理活动, 是对企业信用交易活动的全过程和企业诚信经营行为的全方位管理。

个人信用 (personal credit) 从社会学角度看, 个人信用是一种社会性的共同约定。从经济学的角度看, 个人信用是个人在经济生活中的“第二身份证”。个人信用指建立在对个人在特定期限内付款或还款承诺的信任基础上的能力, 是后者无须付款就可以获取商品、服务或资金的能力。个人信用是根据居民的家庭收入与资产、已发生的借贷与偿还、信用透支、发生不良信用时所受处罚与诉讼情况, 对个人的信用等级进行评估并随时记录、存档, 以便信用的供给方决定是否对其贷款和贷款多少的制度。

从各方信用关系看, 银行、企业、个人之间的信用是相互影响的。如银行向企业或个人借款 (银行存款), 需要取得企业或个人信用, 这是银行获得存款确保生存的根基。企业或个人向银行借款, 需要从银行获得信用, 满足银行的要求, 获得需要的资金, 解决自己的燃眉之急, 或项目投资扩张等。个人借钱解决生活等需求。企业与企业、个人之间的信用, 主要体现在: 一是商业信用 (也称交易信用, 即 trade credit), 或者称之为 B—B 的信用, 主要指企业与企业之间的非现金交易, 也就是人们常说的赊销, 赊销对象不只是有形的商品, 如汽车零配件供应商提供的零件, 它还可以是某个工程或者某项权利, 如建筑公司负责建设的办公大厦, 工程建设完成之后, 工程款不能完全收回, 这时, 该建筑公司赊出去的包括建设这幢大厦的预垫资金、材料, 以及建筑过程中的劳动和技术成果等; 二是企业与个人之间的信用, 如手机消费后付款就是一种信用消费, 汽车赊销等也是企业和个人信用。

从货币的角度来看, 信用就是货币, 货币就是信用。信用创造货币, 信用形成

资本。货币金融学中有一个重要的流派，就是以18世纪的约翰·劳为先驱、以19世纪的麦克鲁德、阿伯特·韩及20世纪的熊彼特等为代表的“信用创造学派”。这一学派认为，信用就是货币，货币就是信用。约翰·劳认为：“信用是必要的，也是有用的，信用量增加与货币量的增加有同样的效果，即它们同样能产生财富、兴盛商业。”“通过银行所进行的信用创造，能在一年之内比从事十年贸易所增加的货币量多得多。所以，法国如欲富庶，实在有求助于信用的必要；不然，比之于利用信用的其他列强，法国即将陷入贫弱的状况。”“只要货币丰富，即能够创造一国之繁荣；只要有信用设施（他主要指银行等），即可以供应丰富之货币，给经济以最初的冲击；依靠这种冲击，就能够为法国产出大量的财富。”约翰·劳的基本逻辑是货币就是财富，货币不必是金银，而以土地、公债、股票等为保证所发行的纸币为最好。纸币是银行的一种信用，银行通过供给这种信用，就可提供丰富的货币，给经济以最初的冲击。依靠这种冲击，就可以使国家富强、经济繁荣。信用即货币，货币即财富，即资本。

麦克鲁德在《信用的理论》中指出：“人们以生产物与劳务和人交换，而换得货币，此货币既不能用以果腹，也不能用以蔽体，然而人们却乐于用其生产物与劳务换取货币，这是为什么呢？就是因为换得货币以后，可在需要之时，凭以换取所需之物的缘故。所以，货币的本质不过是向他人要求生产物与劳务的权利或符号，从而实为一种信用”“金银货币也可以正确地称之为金属信用。”麦克鲁德认为，信用与货币两者的本质是一致的，信用的创造就是货币的增加，两者可以统一于“通货”的概念之下，只是在程度上有所不同：信用只有单一的价值，但是货币却有多数的价值或者一般的价值，信用只是对某个人的要求权，但是货币却是对一般商品的要求权；信用只有特殊的不确定的价值（因为债务人死亡或者破产，信用就变得没有价值了），而货币则有持久的价值。

阿伯特·韩被认为信用创造理论的代表人物，他于1920年发表《银行信用之国民经济的理论》论述信用就是货币的观点：“为了支付的目的，从一人转让给他人的支票或者存款划条，就法律的观点来看，自然只是兑取货币的凭证，但从经济的观点来看，只要它需要兑换成本位货币而完成了货币的功能，则它就不只是兑取货币的凭证，而实是货币本身。”“向银行兑取货币的凭证，只要它确实可靠，为任何人所愿意接受，则它就被当作货币而流通了。”其理论重点阐明了信用能够形成资本。他认为信用愈扩大，利率愈低，资本商品的生产就愈多，从而资本也就愈能形成；相反，信用愈缩小，利率愈高，资本商品的生产即愈少，从而资本即不易形

成。他的著名命题就是：“资本形成不是储蓄的结果，而是信用提供的结果。”“假如说需求对生产是第一性的，那么信用提供对资本形成也是第一性的。若是没有信用提供则任何资本商品都不能够生产，因而资本形成就不可能。信用供给之能引起资本形成，恰如需求之引起生产一样”。

熊彼特认为：“更有用的方法可能是从信用交易着手，把资本主义金融看成是一种清算制度，它抵消债权债务，将差额转移到下期——使得‘货币’支付成为特殊情况，没有任何特殊的根本重要性。换言之，从实际上和分析上来讲，一种信用货币理论可能要优于一种货币信用理论。”

罗宾逊夫人认为：“货币实际上就是信用问题。”瑞典学派的代表人物魏克塞尔认为：“严格地说，我们可以断定，一切货币（包括金属货币）都是信用货币。这是因为直接促使发生价值的力，总是在于流动工具收受者的信心，在于他相信借此能够获得一定数目的商品。不过纸币只享有纯粹的地方信用，而贵金属则多少是在国际范围内被接受的。但是一切只是一个程度上的问题。”

国务院印发的《社会信用体系建设规划纲要（2014—2020年）》针对金融信用领域建设提出，要创新金融信用产品，改善金融服务，维护金融消费者个人信息安全，保护金融消费者合法权益。加大对金融欺诈、恶意逃废银行债务、内幕交易、制售假保单、骗保骗赔、披露虚假信息、非法集资、逃套骗汇等金融失信行为的惩戒力度，规范金融市场秩序。加强金融信用信息基础设施建设，进一步扩大信用记录的覆盖面，强化金融业对守信者的激励作用和对失信者的约束作用。

1.2 西方“社会信用”源流考

1.2.1 古希腊、古罗马的信用规范

西方社会是市场经济的发源地，诚实信用在西方社会一直作为一种重要的行为规范受到重视。诚信在拉丁文中以 *bona fides* 表现。*bona* 是“好”的意思，起强化 *fides* 的作用。*fides* 来自动词 *fieri*，为“已经做成”的意思。两者合为“良信、诚信”之意。

在英文中，诚信为 *integrity*，具有诚实、完全完整两层意思。以欧美文化为代表的西方文化对“诚信”的概念强调“诚”，个体诚实的品性是诚信的基础，它要求个体对信息的完全、真实的披露。例如德国人认为诚信的原则内涵是信赖，它强调互相信赖，在有组织的法律文化中起到凝聚作用，并要求尊重他人应当受到保护的权益。