

征信
ZHENGXIN
XILIE CONGSHU
系列丛书

征信理论 与实践

ZHENGXIN LILUN YU SHIJIAN

杜金富 张新泽 李 跃 王振营 ◎ 著



中国金融出版社

责任编辑: 古炳鸿
装帧设计: 李洲博

征信

ZHENGXIN
XILIE CONGSHU
系列丛书

- 企业征信原理
- 征信理论与实践
- 个人信用、征信与法

本套丛书:

涵盖了政府、企业以及个人等信用主体,展开了多角度、全方位深入的探索,搭建了比较全面的征信体系建设框架。

突出了征信是一门操作性很强的科学,结合案例分析,考察了多种经济活动中的信用情况,并给出了各种信用的评估方法。

强调了信用经济在现代经济生活中的巨大影响和在金融体系建设中的重要作用,彰显了建立征信系统的必要性。

ISBN 7-5049-3423-2



9 787504 934239 >

ISBN 7-5049-3423-2
F·2983 定价:18.00元

征信系列丛书

征信理论与实践

杜金富 张新泽 著
李 跃 王振营

 中国金融出版社

责任编辑:古炳鸿

责任校对:孙蕊

责任印制:丁淮宾

图书在版编目(CIP)数据

征信理论与实践/杜金富,张新泽等著. —北京:中国金融出版社,2004.7

(征信系列丛书)

ISBN 7-5049-3423-2

I. 征... II. ①杜...②张... III. 企业-信用-研究 IV. F832.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 054823 号

出版 **中国金融出版社**
发行

社址 北京市广安门外小红庙南里 3 号

市场开发部 (010) 63286832 (010) 63287107 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com> (010) 63365686

读者服务部 (010) 66070833 (010) 82672183

邮编 100055

经销 新华书店

印刷 保利达印刷有限公司

尺寸 148 毫米×210 毫米

印张 6.625

字数 191 千

版次 2004 年 7 月第 1 版

印次 2004 年 7 月第 1 次印刷

印数 1—3000

定价 18.00 元

如出现印装错误本社负责调换

参编人员 汪明全 李曙光 吴雪玲
田 捷 邹夕崇 聂丽琴

总论篇

第一章 信用、征信与经济发展	1
第一节 信用的概念和意义	1
第二节 不同经济发展阶段信用的特点	4
第三节 征信与信用的关系	8
第二章 征信体系概述	14
第一节 征信体系的含义	14
第二节 征信体系的主要内容	15

国外篇

第三章 国外征信法律体系	20
第一节 主要经济发达国家征信立法的 基本情况	20
第二节 征信的国际法律	22
第三节 各国征信法规的基本内容	24
第四章 国外征信机构及行业管理	35
第一节 各国征信机构的组织模式	35
第二节 各国征信机构的分类及主要业务	40
第三节 国外对征信行业的管理	51
第五章 国外征信标准化	58
第一节 国外征信标准化概述	58
第二节 国际知名征信机构的技术标准与	

信息共享	62
第六章 国外信用管理的教育与科研	68
第一节 信用管理教育与科研的作用	68
第二节 国外信用管理教育与科研现状	71
第三节 国外信用管理教育与科研的 发展趋势	82
国内篇	
第七章 建立征信体系的总体设想和原则	84
第一节 征信体系的建设原则和目标	84
第二节 征信法律建设的基本原则	86
第三节 征信行业标准化建设的设想	88
第四节 征信机构的建设原则	90
第五节 征信体系的完善和市场培育	91
第八章 中国征信立法	93
第一节 中国征信立法的背景和过程	93
第二节 征信立法的指导思想	94
第三节 《征信管理条例》的几个问题	95
第九章 中国征信机构的建设与管理	103
第一节 我国征信机构的发展状况及 存在的问题	103
第二节 征信业管理体系建设	111

第三节	征信机构建设模式、特点及选择·····	115
第四节	征信机构建设中需要处理好的 几个关系·····	120
第十章	中国征信行业标准化·····	124
第一节	中国征信行业标准化的目的与 意义·····	124
第二节	征信行业标准化的内容·····	127
第三节	征信行业标准制定·····	130
第四节	征信行业标准管理·····	135
第十一章	发展征信事业,建立诚信社会 ·····	137
第一节	诚信社会的内涵·····	137
第二节	诚信建设是市场经济发展的 必然要求·····	139
第三节	建立诚信社会,发展征信事业 ·····	142
附 录		
附录一	国际知名征信机构简介·····	145
附录二	信用报告解读举例·····	156
附录三	信用评级(分)·····	166
附录四	案例介绍——印度征信行业 标准化建设·····	183
后 记	·····	200

总 论 篇

第一章 信用、征信与 经济发展

信用作为一种意识形态，或者说是一种行为准则，是根植于人们内心的观念和意识。信用从属于经济交易范畴，不属于任何特定的社会形态，但是在不同的经济体制下信用有着很不相同的内容，对经济运行所发挥的作用也大不一样。

第一节 信用的概念和意义

一、信用的概念

目前许多信用国家在解释或描述信用现象时使用英文 Credit，我国译为“信用”，其同时还有诚信、相信、信任或声誉等含义。在日常生活中使用的“信用”一词，往往与诚信有关，是一个较为宽泛的概念，包含了诚信的全部内涵。

当与“征信”相联系时，“信用”还有一种相对狭义的含义。与征信有关的“信用”一词，一般情况下相当于“借贷”，指的是“债”，说的是与经济交易活动有关的事。私有财产的出现是借贷关系



存在的前提条件,从这一点上可以说,没有私有财产,就不会产生“债”,也就没有信用问题。因此,信用也是一个源远流长的话题。

一般地,在教科书上,信用被定义为:受信人承诺事后按照约定的期限和其他条件还款而先行获取授信人的商品或服务,或者承诺事后按照约定的期限和其他条件交付商品和提供服务而先行收取授信人的款项的经济关系。简而言之,是交易双方(债务人、债权人)关于债权债务关系履行的承诺与实践。信用的要素包括授信、受信、付款期限、信用工具和信用风险等。

从受信人的角度看,信用由两部分构成:一是履约意愿,二是履约能力。连履约意愿都没有的,属于信用欺诈;有履约意愿但履约能力有限的,在现代社会中很普遍。这也是进行信用管理的最主要原因。

从授信人的角度看,信用包含两个要素:一是授信人所期望的未来付款,二是授信人对客户的信任。因此,信用有以下特点:(1)产生于货币借贷和商品交易的赊销或预付中,是可以货币来度量的。(2)是现实有价值物由贷方转移给借方,而借方按信用协议规定的条款负责偿还,并支付利息或其他费用,以作为对贷方的补偿。信用是以偿还为条件的价值运动形式。(3)只是未来付款的一种承诺,而承诺是否兑现,需要授信人自行判断。

二、信用的宏观作用与意义

信用是一把“双刃剑”。在市场交易中,信用的普遍存在必定会产生正的和负的双面效应。

(一) 信用对宏观经济运行的作用和意义

1. 良好的社会信用是建立规范的市场经济秩序的保证。由于存在授信人授信失当或受信人回避承诺,信用具有道德风险相伴和容易产生经济泡沫的特殊性质。当道德风险或经济泡沫达到严重程度时,信用不仅不会对经济运行产生良性促进作用,反而会阻碍经济规模的扩大,甚至造成经济萧条、经济衰退。



2. 良好的社会信用是现代经济金融正常运行的根基。现代市场经济从根本上说就是信用经济，金融是现代经济的核心，又是信用关系发展的产物，因此社会信用状况对现代经济金融运行影响甚大。

3. 良好的社会信用状况可以使政府的社会公平的政策意图得以有效的贯彻实施。不良的社会信用状况使失信者得不到应有的惩罚，失信者可以利用失信行为进行不当得利甚至暴富，从而加剧财富分配不公，影响社会的安全和稳定。

4. 就启动消费需求而言，信用具有创造购买力的功能，将消费者的预期收入转化为即期消费，由此而扩大社会总需求。消费信用在一定情况下也会对经济发展产生消极作用。如果消费需求过高，生产扩张能力有限，消费信用则会加剧市场供求紧张状态，促使物价上涨，造成虚假繁荣。

5. 信用对于促进新技术的应用、新产品的推销以及产品的更新换代，具有不可低估的作用。

（二）信用的微观作用与意义

1. 良好的社会信用状况可以方便交易行为，降低交易成本。在原始的易货贸易中，通常采取的是“一手交钱，一手交货”的结算办法。有了信用交易，就可以使用信用结算方式，既可以缩短交易时间，又可以节省交易成本。低劣的社会信用状况会使信用作为支付手段的功能大大削弱，即使在现代经济中，人们的商品交易和经济往来也会因此而倚重现金和实物资产，导致资金的使用效率降低。

2. 良好的社会信用状况可以扩大企业生产规模和金融机构信贷规模。就资本运用而言，信用对生产具有促进功能。信用可以变成资本并放大企业的利润率，帮助企业实现对利润目标的追求，使企业提高市场经营能力从而增加社会总供给。不良的社会信用状况增加了企业的生产成本，增大了企业或金融机构的投资风险，提高其对投资预期的不确定性，使企业和金融机构的投资活动因此变得谨慎而收缩。

3. 良好的社会信用关系可以保证信用主体的行为具有长期性和可预测性。在缺乏信用制度的社会，无论是政府部门，还是企业或经



济个体，其行为必然导致人为的不确定性。在人为的不确定性经济环境下，讲信用的收益难以兑现，价格机制与契约规范机制难以发挥作用，也就难以保证受信人（债务人）对其行为的长远后果负责。

4. 对个人信用的消费者来讲，良好的个人信用有以下作用：（1）意味着扩充个人财富的潜在可能，既可能为个人创业提供资金保障，又可以使个人将未来收入提前实现为即期消费，提供提前享受物质生活的种种便利。（2）可以帮助个人规划家庭生活开支，同时帮助个人应付生活中的不时之需。

但是，信用也会给消费者带来无尽的麻烦。许多消费者往往因为缺乏足够的信用意识而滥用信用，最终债台高筑，甚至导致个人破产。由此引起的变卖家产不说，个人的信用记录里如果有此一笔，会给日后的生活带来极大的不便。

第二节 不同经济发展阶段信用的特点

一、非市场经济条件下的信用

（一）自给自足的小农经济中的信用

自给自足的小农社会有以下特点：（1）经济规模很小，生产以一家一户为单位；（2）交易范围比较狭窄，主要限于乡村范围内；（3）交易往往是重复发生的，人们之间的交易情况一般众所周知，交易双方都有追求长远利益的动机；（4）交易方式以现货交易为主，一手交钱、一手交货，交易的物品常常是一眼就能判断好坏。简单的交易方式和交易物品、经年累月重复进行的交易决定了小农社会里的信用机制讲究的是地缘、人缘和血缘关系，信用在更多情况下作为道德因素出现在社会中，规范社会活动。

以中国为例。长期存在和发展的自给自足经济孕育出中国人的传统信用观念：一是言而有信，所谓“君子一言，驷马难追”；二是言

行一致，内在的忠诚与外在不欺诈相统一；三是信用是人们立身处世以及社会存在和有序发展的必要条件。“重义轻利”、“重理轻欲”是数千年来深深根植于中国这个农业社会土壤之中的道德堤坝，在这个道德堤坝之下，培育了中国人不屑言利、羞于谈钱的民族心态。可以看出，中国人的传统信用观是完全伦理化的，停留在道德层面上，守信用被作为一种优良品德来教化民众。

（二）计划经济时代的信用

与小农经济时代相比，计划经济的生产规模和交易规模都扩大了，商品的价值大大增加，交易的复杂程度也提高了，但是，信用的作用和功能并没有得到相应扩展。

在以计划为主的制度安排下，计划机制的作用在经济运行中占主导地位，市场机制的作用只在很小的范围内存在。计划经济的显著特点是，计划在资源配置中起基础性作用，主要体现在：（1）指令性计划配置是主要的资源配置方式；（2）基本经济活动联系主要通过计划实现，这意味着经济运行过程中的基本经济联系，如生产、交换、分配和消费都与计划发生紧密联系；（3）企业直接接受政府的指导，行政命令是企业生产经营决策的主要依据，生产什么、生产多少，在什么地方、什么时间生产以及如何生产，都受到国家计划的直接调节。

在这种经济制度下，政府是交易的主体，由政府集中决策，企业收益全部交由政府，企业所需资金也由政府全权拨付和调配，不存在归还问题。交易与企业无甚关系，更与个人无关。因此，第一，从客观上说，是否建立一个与交易有关的法律体系并不十分必要，也不迫切；第二，对于企业（生产商）而言，信用在交易中的作用可有可无，甚至比小农经济时代还无用武之地。信用的商业价值不明显。在人际交往中，信用多限于道德范畴，企业和个人信用的培育主要依靠国家政策导向和全社会的道德标准。

但是，有一点值得注意，在计划经济体制下，至少在形式上整个社会还基本处于商品货币关系的覆盖之下，经济生活中的经济行为主体，不管是公司企业、从事不同职业的个人，还是行使国家职能的各



级政府，其经济活动都不能不伴随着货币的收支，也就存在着货币的盈余或货币的赤字。这就意味着相应金额的债权、债务的存在，也就是说信用存在的基本条件是完全具备的。

二、市场经济条件下的信用

（一）市场经济体制的优越性

辩证唯物主义认为，经济利益是人类社会最基本的价值追求，人们追求的社会价值中对经济利益的追求具有优先于其他任何价值的性质。较小农经济和计划经济而言，市场经济能最大限度地调动各类经济主体积极参与竞争，促进优胜劣汰、资源最优配置和技术进步，从而降低经济运行的交易成本，促进企业和个人利益与社会利益在最大程度上的一致，使企业和个人利益由此得到最大满足和保障，国民经济和社会财富得到繁荣和增长。

（二）有效运行的市场经济体制的主要特征

市场经济也有好坏之分，并不是只要实行了市场经济，资源配置就可以自动优化，社会福利就可以自动增加，只有运作规范和有效的市场经济体制才可能实现上述优越性。这种体制一般具有以下特征^①：

1. 独立的企业制度。在市场经济体制下，企业是最主要的市场主体。独立的企业制度主要包括三层含义：（1）企业拥有明确和独立的产权并受到法律的有效保护；（2）企业有充分的决策权，能够根据市场信息的变化自主决策；（3）企业对自己的决策和行为负民事责任。

2. 有效的市场竞争。市场机制正是通过有效的竞争，迫使企业降低成本、提高质量、改善管理、积极创新，从而达到提高效率，优化资源配置的结果。有效的市场竞争主要有三层含义：（1）竞争必须

^① 参见国务院发展研究中心课题“完善社会主义市场经济体制研究报告之十三”，执笔：张军扩；负责人：谢伏瞻、刘世锦。



公平；市场竞争的公平性要求法律、法规和政府有关政策平等对待不同的市场主体；（2）竞争必须相对充分，市场竞争的充分性要求消除阻碍企业进入和退出市场的各种行政性和经济性障碍；（3）竞争必须有序，有序竞争首先要求有符合市场经济要求的“游戏规则”，这种规则既包括正式的法律、法规，也包括非正式的行业规范、国际惯例等，同时市场主体必须严格遵守这样的规则。

3. 规范的政府职能。规范的政府行为通常被称为“有限或有效的政府”，主要包括以下四方面内容：（1）政府的职能通过法律得到明确和恰当的界定。政府的作用主要不在于替代市场的作用，而在于增进市场的作用，通过制定和执行规则来维护市场秩序，保持公平竞争，为市场机制正常发挥作用创造条件。（2）民主和透明的政府决策程序。（3）政府权力要受到法律的有效约束。政府行为必须处于立法机关和社会舆论的监督之下。（4）有效制止政府官员的腐败。

4. 健全的法治基础。它包含三层意思：（1）法的内容符合基本的或公认的正义，特别是符合市场经济的内存要求。法治环境的健全并不意味着法律越多越好，更重要的是法律是好法而不是恶法。（2）法是至高无上的，法律面前人人平等。（3）法律得到公正执行。这不仅需要有健全的司法体系，而且需要全社会良好的法治观念和守法意识。

5. 完善的社会信用制度。社会信用制度就是在一国范围内设立一种规则，保证该国交易中信用交易的成分扩大，并健康发展。社会信用制度能使社会主体（包括政府、企业和个人）的信用违约成本大大高于违约收益。在使用信用的过程中，任何行为理性的社会主体都会根据成本—收益原则，在短期违约收益和长期信用损失之间做出明智的选择。社会信用制度还能使守信者获得方便与利益，失信者受到惩罚，社会主体由此自觉规范自身行为，向守约和长期化发展。

（三）法制和信用是保证市场经济有序运行的两个基本要素

从以上五个特征来看，良好的社会信用和健全的法制基础对市场经济的有序运行尤为重要，法律和信用是维持市场经济有序运行的两



个互补的基本机制。

1. 法制是正式化的内在规则。市场经济是竞争经济，竞争离不开规则，离不开法治。没有好的法制环境，市场主体的独立性、市场竞争的有效性和政府行为的规范性及市场秩序的有序性都将缺乏根本的保证。

2. 信用制度是非正式化的内在规则。市场经济是信用经济。在现代经济社会里，经济的发展极大地引发了对资金的需求，相应也引发了对政府信用、企业信用和个人信用的需求。可以说，市场经济中的绝大部分交易都是以信用为中介的交易。信用成为促进经济发展的重要资源，可以用来融资、理财，并合理有效地配置资源，它已远远超出了伦理道德的范畴，成为政府、企业和个人都追求的一种价值标准，也是一个国家经济发达和社会文明进步的标志。

与法律相比，信用机制是一种成本更低的机制。特别是在法律无能为力情况下，只有信用才能起作用。

第三节 征信与信用的关系

一、征信的定义与相关概念

（一）征信的定义

征信是贷款人（债权人）对借款人（债务人）能否还款情况的调查，是信用交易过程的一个环节。单个贷款人主体征信可追溯到千年之前。它是由某一授信人在进行授信活动时，独自对受信人的资信状况和履约能力进行的一种调查。其明显的特征是随机性强、主观性大，没有固定的数据库，征信活动的客观性、真实性较差，征信结果的传播范围狭窄。

第三者征信，或叫征信所征信，是从贷款人联合共同调查借款人信用状况而独立出来的征信业务。征信所征信从出现到目前的成熟完



善，不过百余年的历史。由于近现代市场经济的发展，经济交易的地域、规模不断扩大和信用结算方式的普及，经济活动中信息不对称的问题日益严重，为了互相提供方便，必须由中立的第三方，即独立的征信所提供大家共同认可，可随时查询的各种信用信息，于是就出现了专业化的征信所征信。征信所征信，究其内涵，不过是通过采集、整理和分析自然人、法人或其他组织的信用信息资料，并以此为基础对外提供信用信息咨询、调查和信用评估等服务，帮助客户判断和控制信用风险、进行信用管理的活动。征信所征信是目前国际上流行的做法，本书中主要探讨的也是征信所征信。

（二）与征信有关的主要概念

1. 诚信。诚信从字面上解释就是诚实守信的意思，是指言（如承诺）与行（实践）的统一。简言之，就是不自欺，也不欺人。它的内涵比信用要宽泛得多，既包含社会交往中的道德伦理，如诚笃不欺，有约必践；也包含授信人与受信人之间的经济交易关系，如诚实经商，信守合同。

在我国，诚信原则作为做人和做事的根本准则，几乎被诸子百家源起的各门各派共同推崇，也形成了诸子百家学说的伦理基础。长期以来，统治阶级也用诚信作为维护社会等级和秩序的规范，要求官员将其作为从政爱民的基本准则。

2. 被征信人、信用信息提供者、信用信息使用人。被征信人是指其信用信息被征信机构采集、整理、加工和使用的自然人、法人、其他组织。信用信息提供者是指向征信机构提供他人信用信息的自然人、法人、其他组织。信用信息使用人是指征信机构为其提供信用信息咨询、调查和信用评估等服务的自然人、法人、其他组织。

3. 征信机构。指经征信监督管理部门批准专门从事征信业务活动的企业法人。它是信用交易双方之外的第三方机构，拥有一定规模的信用信息数据库。征信机构一般可以从事下列部分或全部征信业务：采集信用信息，保管和存储信用信息，加工、整理、分析信用信息，提供信用评估报告或其他信用咨询服务。