

中国市场学会信用工作委员会推荐读物

汇诚信用管理丛书

# C 信用中国 A

RREDIT CHIN

龚勇 著



中国方正出版社

汇诚信用管理丛书

# 信用中国

CREDIT CHINA

龚勇 著

中国方正出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

信用中国/龚勇著. - 北京: 中国方正出版社, 2002.8

ISBN 7-80107-599-4

I. 信… II. 龚… III. 信用-研究 IV. B82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 064412 号

## 信 用 中 国

中国方正出版社出版发行 新华书店经销

(北京市西城区平安里西大街 41 号 邮编: 100813)

编辑部电话: 63094507 发行部电话: 66124758

中国农业出版社印刷厂印刷

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 7 字数: 163 千字

2002 年 8 月第 1 版 2002 年 8 月北京第 1 次印刷

印数: 1—5000 册 定价: 11.00 元

(本书如有印装质量问题, 请与本社出版部联系)



### 蔡勇简介

1963年生，四川人，大学文化，现为国务院经济体制改革办公室中国改革报社记者。在确保正常新闻报道的前提下，多年来，一直坚持利用业余时间从事社会信用、国有企业改革、“三农问题”等研究工作，先后在国家权威媒体上发表相关专题研究文章200多篇，并荣获10余种奖项。主要社会兼职有中国社会科学院欠发达地区研究中心研究员、中共中央党校“全面建设小康社会”课题组成员、《中国小康社会发展报告》副主编、北京航中信投资咨询有限公司董事长、北京汇诚征信咨询有限公司高级顾问。

# 《汇诚信用管理丛书》

丛书编辑委员会（排名均按姓氏笔画）

名誉主任：林毅夫

顾问：王焕德 汪 劲 赵凤梧 秦宛顺  
袁绍理 崔子秋

主任：林钧跃

副主任：汪 劲

委员：王文清 王 楷 刘建民 冯 晴  
汪 劲 汤笑星 吴晶妹 林钧跃  
尚和平 杨宏毅 张 忠 龚 勇

# 总 序

我曾在前一届“两会”上提过一个关于建立我国的社会信用体系的提案，距今天仅仅两年不到的时间，社会信用体系的建设问题已经成为当今社会最热门的话题之一，不仅公众对重建市场信用的问题十分关注，政府也在研究我国的企业信用制度和个人信用制度建立问题。随着全社会对建立社会信用体系问题的关注进入到更深的层面，公众需要更完整的信用经济和信用管理方面的知识，以便理解和适应走向“信用经济时代”的我国经济，信用管理行业的业者需要加强理论学习和操作层面的技能训练，以提升我国市场上的信用管理服务水平。因此，我们考虑出版一套信用管理专业丛书，以适应公众对这一领域知识的需求。

信用在市场经济中非常重要，尤其在我国的社会主义市场经济中更是如此。亚当·斯密在《国富论》中，开宗明义的第一章就谈到一个市场经济进步的很大动力是社会分工。他认为分工越细，效率的提高就越快。他举了个例子：如果没有社会分工，一个工匠一天能生产一根针就非常地不容易了。但是在他所处的18世纪，把这根针的制作分成十个工序，每个工人只做一个工序，那么效率就会提高。效率的提高背后是有原因的，应该来自两方面：一方面是工序越单纯就越熟能生巧。另一方面，工序越简单，就越容易用机器来代替，而对机器的改进和创新也就越容易。这就是分工为什么能够推动社会进步的一个很重要的原因。如此说来，分工非常好，

那么为什么不是分得越细越好呢？在亚当·斯密讲述的故事里也谈到：分工非常好，但不能是无限制的，分工受市场规模的限制。而对市场规模的限制可以分两方面，一方面是市场的需求。另一方面是市场的交易费用。关于市场规模的决定因素，一个是人口规模，另一个是收入水平。假定收入是一样的，人口规模越大，整个市场的容量就越大。至于交易成本，这是因为当市场范围越来越广以后，就牵涉到了交易费用、交易信息和信用问题。市场交换能不能够完成，要看能不能克服这些问题。

市场的本质是交换，是两个所有者用自己所有的东西换取自己所没有的东西。拿钱去买东西要看标价，照理标价跟实际质量应该成正比例关系。对买家而言，是不是标价越高的商品，其质量就越好呢？这存在买方对卖方的信任问题。对卖方而言，他会担心所收的纸币是真的还是假的。由此可见，不管是交易的甲方还是乙方，对对方所承诺的东西要是没有信心的话，在比较严重的情况下，就可能使交易无法进行下去。去年的诺贝尔经济学奖获得者都是研究信息经济学的，乔治·阿克洛夫教授（George Akerlof）研究的就是这样的问题：在国外有旧车买卖，但是，对卖车的人来说，有的人确实是因为他工作调整了或是收入水平提高了等原因想把车子卖掉。可是也有一种情况，那就是这辆车子非常不好，与其花费大量时间、金钱来维修这部车子，不如把它卖掉，再买一部新车。在这种情况下，卖车的人是知道他所卖车子的状况的，也清楚他卖车子的原因。但买二手车的人并不知道。这就存在交易双方的信息不对称和信用问题了。如果没有其它办法解决这个问题，许多人就不敢去买旧车。类似的问题在市场经济中普遍存在。

信用问题和金融业务的联系最密切。最近几年，我国政府特别强调中小企业的重要，希望中小企业尽快地发展起来，以提供更多的就业机会，解决城市里的新增就业问题和国有企业工人下岗问题。但是要让中小企业发展壮大，就要为它提供贷款，所以政府就

在国有四大银行中成立了一些专门机构为中小企业提供金融服务。但实际情况是，大量的贷款发放不下去。原因是什么呢？中小企业总的来说虽然很有活力，但一些中小企业开几天就倒闭了，有的甚至借了钱以后人就跑了。这就有点像阿克洛夫所描述的情形，因为对旧车的质量没信心造成交易的失败一样，银行不敢发放给中小企业贷款。

在市场交易中，由于交易双方不是同一个主体，拥有的信息是不一样的，就难免有些人利用这种信息不对称，出现经济学里面讲的道德危险，也叫败德行为。那么，问题的严重性由哪些因素决定呢？大概得从几方面来考虑。第一，交易双方的交易是一次性交易还是重复性交易。如果是一次性交易的话，问题就会比较严重。比如路上有个兜售东西的，一旦买了此人的东西，也许将永远不会再见面，受骗的可能性就较大。第二是交易品的特性。如果这个交易品的特性简单，比如你买一根针，一看就一清二楚，而要买一部汽车，这东西本身很复杂，特性和功能并不是一目了然的。第三是交易品的价值。如果交易品的价值很低，则行骗后获利不大。如果交易品的价格很高，骗人之后获利就很大。通常情况下，交易品中价值最高的是钱。在金融业务上，给钱的一方拿到的只是一张签字的合同而给的是几千、几万或更多的现金，价值差别大。也因为价值差别特别大，就特别容易出现有些人铤而走险，金融诈骗案随之而来。第四是决定于利用这种信息不对称进行投机倒把、铤而走险若被发现，受到的惩罚力度有多大。这是由法律来规范的。但是，对很多问题的处理单靠法律是不行的，所以各个社会里面都会强调一些所谓的伦理、道德、价值等等。因为，即使有很多警察和律师，犯罪率还是很高。因此，除了法律之外，往往还多少决定于所谓的乡约民意和社会舆论给不讲信用的人以多么严重的制裁。在这种状况下，如果能够建立良好的社会道德标准，它也能够溶入每个人的价值观里，那么做坏事时，就会受到良心的谴责，在内心深处受到



惩罚。当然，价值的形成是通过宗教信仰、通过意识形态的。在一个人做错事的时候，就会觉得头上三尺有神明，内心就会受到惩罚，社会的信用风气就会好起来的。当然，我们建立社会信用体系，就是要在市场经济领域建立一种有利于信用交易生成的环境，解决市场经济秩序问题。

其实信用问题是“古已有之，于今为烈”，这不是一个新的问题，可以说自人类出现以后就有了，古代有无商不奸的说法，因此，儒家才会对于信用问题有许多论述，例如“民无信不立”、“言而无信不知其可也”等等。儒家思想最重要的是仁，仁当中就有“朋友有信”。但无论如何，这个问题在古代并不十分严重，这是可以得到某种验证的，今天的贵州、青海、西藏这些经济落后的地区，我们会觉得生活在那里的人们比较淳朴，比较讲信用。为什么会这样呢？当我们理解了上述的五个原则以后，就不难理解为什么古代人或经济比较落后地区的人为什么比较讲信用。至于，为什么说“以今为烈”，现在问题更严重了呢？了解这个问题应从正反两方面来谈。因为现在人口增加了，经济水平提高了，运输成本大量降低，尤其是有了互联网，坐在电脑前就可以和全世界交易。在这种状况下，距离远了，价格高了，流动性强了，再加上商品复杂性程度也高了，就造成了交易风险的扩大。应该说，这是从自然经济向现代经济过渡的社会都会遭遇的一个问题。如前面所讲，如果交易双方都守信用，应该说对交易是有利的。可是如果大家对交易的对方的信用没有信心的话，很可能让这个交易不能完成。现代市场经济要发展，就出现很多解决这个问题的不同方案。在发达国家，信用交易能够扩大，是因为它们在经济过程中能够通过各种制度安排来解决市场交易的信息不对称问题。这些制度安排有很多方面，征信、资信评级、信用保险、保理等信用管理手段应运而生。另外，其它的制度安排也比较成熟，比如说买股票，就会对这个公司给予广泛的关注。作为股东，我们没有那些专业知识，也没有时

间来了解公司运营，那么公司的经理层不是有很多机会捣鬼吗？在这种状况之下，为了解决信息不对称的问题，就出现了会计师的行业。可会计师也可能被收买，不再被完全信任，所以又有了审计师，再来还有保险机构。即使制度相当健全，仍然不可能百分之百地解决信息不对称问题，这就可能会在了解制度漏洞的个别人身上出现犯罪行为。那么，针对这种人对市场的袭击，又诱发出问题来，于是再进行制度改革。

那么，我国信用问题为什么会特别严重呢？因为我们处于计划经济向社会主义市场经济转型的时期，随着经济走向成熟，商品的价值越来越高，越来越复杂，流动性增大，一次性交易也普遍存在。在计划经济的时候，交易不是以市场交易为基础的，政府管事很多，基本上交换是以政府为媒介的。另一方面，当时交易的主体是政府，由政府统筹，企业收益全部交给政府，企业所需资金由政府拨款。在这种状况下，也就不迫切需要建立一个跟交易有关的法律体系。当前，我国的经济在向市场经济过渡，这个过渡可以说是很成功的。从经济增长率上看，从1978年到现在的23年间，我国的经济增长速度年平均达到9.3%，整个经济规模增加了8倍多，交易商品的价值也越来越高。这些状况必然导致信息的不对称，所以需要很多种中介机构来提供服务，比如说会计师事务所和律师事务所。当然，安达信事件说明，会计师事务所也可能成为欺骗人的工具。一个真正有效的制度应该有自律能力，而这种自我约束必须有法律上的规范，也有自己的内在价值取向。在国外，一般会计师事务所的业务与其商标所建立的信誉价值是分不开的。我们从社会主义计划经济向市场经济过渡的过程当中，由于时间还不足够长，还没有形成真正有信誉的中介机构品牌。而且，我们市场上的许多信用问题，还与政府有关系。比如说国有企业的三角债，国有银行的呆坏账。另外，尽管经济发展得非常快，可是政府税收在财政中所占的比重在不断地下降。可是，我们在改革过程中，又有大量的

弱势群体出现，比如国有企业的老职工。于是，政府就开了很多“支票”，地方政府有时以财政状况不好为由，不能信守承诺。中国有句古话“上行下效”，如果政府这样做的话，那么就很难避免企业也跟着政府学。那么怎样解决这个问题呢？我想之所以会有这种上行下效，就是因为不守信用有利可图，所以，最重要的是让那些不守信用的人受到应有的惩罚，而让那些守信用的人或企业得到很多便利。这是社会信用体系要实现的目标。

社会主义市场经济是一个交换经济，也是一个法制经济，更是一个信用的经济。要建立完善的社会信用体系，以下几件事是迫不及待的：

第一，制定《社会信用信息法》，为商业化的社会征信机构在社会主义市场经济中开展企业和个人信用信息的搜集、保存、评等、服务的业务提供基本的法律依据，改变目前社会信用体系的建立缺乏法律基础的状况。

第二，综合运用行政的、法律的和商业的手段，依靠先进的信息技术，逐步收集、处理分散在工商、税务、银行等不同部门的企业和个人信用及其它经营行为的记录，建立覆盖全国的征信体系和网络化的征信数据库。然后，逐渐扩大征信数据库的内容，由单纯的商业信用数据过渡到包括在公、检、法机构留下的记录。

第三，建立覆盖全社会的、严格的信用监督、奖惩制度。我国可以借鉴发达国家的通行做法，给予信用等级高的企业和个人较高的银行信用额度和更为优惠的存、贷款利率，以及给予信用等级高的企业在发行股票和企业债券上的优先权利。

第四，严格执行相关法规，规范政府部门、银行、工商企业和个人提供的信用信息，对故意造成信息失真的行为做出相应的处罚；规范信用中介公司，防止其提供不实的信息；在建立社会信用体系的同时，也要保护企业的商业秘密和公民个人的隐私权。

从1998年至今的通货紧缩，使市场的需求小于经济供应能力，

各行业出现产品过剩问题。为解决这一问题，启动投资和拉动内需市场的消费相当重要。当前，应该特别强调，在我国发展中小企业的重要性。在投资方面，有相当大一部分集中于中小企业。在消费方面，随着大众的消费目标瞄准对大件耐用消费品和住房，一般的工薪阶层是负担不起一次付清货款消费方式的，所以金融机构应该积极提供消费贷款、信用卡和其它信用支付工具，以支持消费。然而，不论是企业贷款，还是消费品贷款，信用体系的建立与金融体系的改革都是势在必行的。个人和企业信用记录的健全，有助于提高企业和个人的透明度，能提高中小企业的融资能力。中小企业多是劳动力密集型企业，能提供更多的就业机会，有利于当前的国企改革。同时，中小企业是最有竞争力的，加入WTO之后的中国市场的竞争靠的不是航空母舰，而是蚂蚁雄兵。目标是资金回报率高，资金流动速度快，产业结构和消费结构的优化升级加快，经济持续稳定发展。欲达到这样的目标，社会信用体系的建立显得十分重要。

在当前的形势下，我们出版这套《汇诚信用管理丛书》，期望为我国的社会信用体系建设“添砖加瓦”，并以此献给共同关注这一事业的读者。在内容上，本套丛书涵盖了信用专业各分支行业的知识，将是目前国内专业知识最为系统的一套丛书，特别合适的读者包括：政府经济管理部门的公务人员、大学经管专业的师生、各类企事业单位的信用管理人员、企业负责财务和销售的经理人员、征信企业的从业人员、管理咨询人员、信用担保业务人员、商业银行职工、各类保险从业人员等。

让我们共同迎接我国信用经济时代的到来。

林毅夫<sup>①</sup>

2002年7月于北京燕园

---

<sup>①</sup> 林毅夫先生系北京大学教授、北京大学中国经济研究中心主任、全国政协委员、中国市场信用学术委员会主任委员

# 序

很高兴为龚勇同志所著《信用中国》一书写几句话。

《信用中国》以古论今，以史为镜，从理论到实例，从现象到本质，从道德到法治，将信用于自然人、企业、政府及至国家和社会，在市场经济条件下的表现形式、社会意义、经济功能做了精辟的分析阐释。信用，一个古老的话题，在书中赋有了时代内涵。信用是在人类社会中随着商品交换的产生和发展而出现和发展的，信用是社会产品分配和交换的特定形式，是价值运动的一种特殊形式，它体现着一定的生产关系，具有质的规定性，在不同的社会形态下，信用体现着不同的属性，反映的债务债权关系性质也有本质区别。比如高利贷信用关系与社会主义信用关系，前者反映的是剥削性和对抗性的债务关系，而后者反映的是相互协调、利益相互一致的分配关系。现代市场经济之所以是信用经济，它集中地表现在实行市场经济的国家，无一不是最大限度地动员社会上各方面的资金、包括负债来加速经济建设，企业更是通过负债来生产和经营，个人也要依赖一定的负债提高生活水平。上述特征在市场经济发达的国外体现的较为充分。邓小平同志曾指出：社会主义要赢得与资本主义相比较的优势，就必须大胆吸收和借鉴人类社会创造的一切文明成果，吸收和借鉴当今世界各国包括资本主义发达国家的一切反映现代化生产规律的先进经营方式、管理方法。可以说，在

市场经济条件下，信用作为社会经济发展的重要资源，已经成为个人和企业 in 市场经济中的一种价值标准，已经成为一个民族、一个国家经济发达和社会文明程度的标志。

社会经济利益是人类最基本的价值追求。马克思主义的唯物史观的创立，第一次深刻地揭示了这样一个真理：社会经济发展构成社会基础，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价值的追求具有优先于其他任何价值的性质。市场经济最大限度地体现了各类经济主体之间的竞争性，竞争的权威体现为价值规律调节下经济主体的优胜劣汰、社会资源的使用以及技术的进步，消费者的利益在这种优胜劣汰的竞争中得到有效的配置和保障，国民经济和国民财富因此而得到繁荣和增长。但是竞争需要秩序，不受任何约束的竞争本身会带来损害竞争的后果，这种后果在我国市场经济发展过程中已经多方面暴露出来。尽管中国这些年来为建立市场经济新秩序付出了巨大的努力，中国的市场体系得到了初步发育，但是有针对性地实行法制化和规范化建设，解决市场秩序的深层构造问题，始终未受到足够的重视，由此引发的市场状态不能令人满意。在社会主义市场经济初期，交易主体在“经济人”利益最大化驱动下所表现出来的急功近利和“发财饥渴”无意或有意地违背了市场经济的行为规则，损害了自身以外的其他经济主体的利益，造成了市场秩序的混乱，加之古老的传统积淀、民众的习惯意识、原有的舆论误导和管理经验的缺乏等等因素，不可能在一夜之间消失。于是，在体制转轨时期，“只知逐利，不知规则”，直至无视规则、蔑视法律状况，迅速蔓延开来，呈现出一种难以遏制的势头。市场经济是信用经济，然而缺失诚信的市场经济必然是病态的。这种病态在我国当前经济生活中的具体表现是：偷税、骗税、骗汇和走私活动屡禁不止，逃废债务现象日益严重，财务失真、违反财经纪律的行为比较普遍，工程建设领域招标投标弄虚作假、工程质量低劣的问题相当突出，随处可见的伪劣产品和防

不胜防的商业欺诈，不仅严重干扰着市场秩序，影响经济发展速度，而且极大地扭曲了人与人之间的正常关系。市场经济的信用原则要求具有相互独立的经济利益的各行为主体之间的经济往来，必须用契约与合同关系确立彼此的权利和义务，约束彼此的行为，真正做到恪守信用，按合同办事。从节约交易成本的角度看，市场经济更要求以信用为基础构造道德秩序，这种非制度安排和法律规章等制度安排共同构成了市场经济。市场经济不仅在优化资源配置，促进生产的发展上具有革命性的作用，而且在冲破旧的思想观念，促进新的观念群的形成，解放人们的思想方面具有杠杆性的作用。

中国历史上就把信用作为一种极其重要的优良品德。孔子主张，讲究信用足以教化民众，进而形成良好风俗，使国家强盛。朱熹对诚实信用作了具体的阐述，他写道：“信者，言之实也。”“诚者自然，信是用力，诚是理，信是心，诚是天道，信是人道，诚是以命言，信是以性言，诚是以道言，信是以德言。”儒家的信用观是指言而有信，忠诚专一的个人品德。由此可以看出中国人的传统诚实信用观有三个层次的含义。一是指忠诚无欺，言而有信，成人成物的道德境界；二是指内在的忠实品德与外在的不欺诈行为的统一；三是指人们立身处世以及社会存在和有序发展的一种必要条件。中国传统的诚实信用观历史悠久，源远流长，内容丰富。然而，不难看出，中国传统的诚实信用观是完全伦理化的诚实信用观。虽然这样一种信用观念有利于整个社会的接受和吸纳，也利于观念本身的延续和传承，但是，它却没有形成法律化的诚实信用观。信用更多的是作为道德因素，出现在社会之中，规范社会活动，但随着社会的进步，经济活动的活跃扩展，信用便由道德因素逐渐上升扩展为法律，成为立法的基本原则。信用法律化的诚实信用观是基于伦理化的诚实信用观，它一方面采撷伦理道德的现实观念倾向与内容，另一方面酿制出法律自身所要求的制度、原则、规范、规则、概念等技术或程式意识。伦理化的诚实信用观只有通过

法律的诚实信用传统，由道德层面上升到法律层面，使其成为强制性的、人人遵守的社会规范，才可能孕育出健全的诚实信用制度。

在人类生活中，道德是一种特殊的社会现象。人们在各种社会活动中，形成复杂的社会关系，为了调整人与人之间的关系，以保障社会生活的正常秩序，便形成了对人的行为加以约束和导向的道德规范。孙中山先生说“有道德始有国家，有道德始成世界”。进而又指出：“有了很好的道德，国家才能长治久安。”“人无德不立，国无德不强。”五四新文化运动对于中国传统道德价值观变革所作出的另一大贡献，就是人们在研究现实问题，输入西方学理的过程中，引进了马克思主义道德价值体系，为社会道德价值体系的建立创造了必要的条件。1949年以后，随着新政权的建立，封建的生产关系被打破，建立了公有制的生产关系。马克思主义、毛泽东思想成为国家的指导思想，随着社会主义在中国的胜利和马克思主义在中国的指导地位的确立，我们逐步形成了适合社会主义现代化建设的道德规范体系，逐渐建立起以为人民服务为核心，以集体主义为基本规范的社会主义道德价值体系。

江泽民同志在庆祝中国共产党成立 80 周年大会上的讲话中指出：“我们党要始终代表中国先进文化的前进方向”，“必须努力体现发展面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的科学的大众的社会主义文化的要求，促进全民族思想道德素质和科学文化素质的不断提高，为我国经济发展和社会进步提供精神动力和智力支持。”

在社会生活中，人之所以要用道德来审视世界、审视自己，是因为每个人尽管从自己的特殊需要出发进行活动，但是，人的需要必须在一定的社会关系中通过一定的社会实践才能得以实现。个人只有在既定的社会关系中，才能正确地确定自己的地位、态度、价值和行为取向。从根本上说，信用属于意识形态范畴，是扎根于人们内心的观念和意识。所以，仅仅依靠制度的保障还不够，还需要加强市场经济的道德建设，让“诚实守信”的理念深入人心。德



治，一是要加强信用教育，培育“信用至上”的全民意识；二是要加强舆论的正确引导，有利于形成“守信光荣、失信可耻”的道德氛围。诚信的维系，市场的净化，离不开社会舆论的监督。

在建立一整套适应市场经济体制的道德体系同时，必须建立保证经济良性运行的法律机制，加大对违法行为的打击力度，让守信者因守信获得回报，让失信者因失信受到惩罚。对于一个社会来说，当诈骗的收益大于成本时，诚信就不会成为人们自觉遵守的规范。只有使不讲诚信的人付出高昂代价，使其诈骗的成本远远大于收益，才能遏制不讲信用的人不择手段牟取私利的侥幸心理。诚实守信是中华民族传统文化的主流，也是中华民族的美德。在中华民族的血脉里就根深蒂固地存在着诚实守信的文化观念，人们无论文化水准高低，都严格地教育后代要诚实守信。诚实守信道德观念深深扎根于中华民族的传统文化之中，但是，在向社会主义市场经济转化时期我们却出现了比较严重的信用失范现象，欠债不还、债务成链，成为经济活动中的一种顽症。这是为什么呢？很重要的原因就是人们还没有真正认识到市场经济是信用经济的内涵。讲信用得不到褒奖，不讲信用却春风得意，这种暂时现象扭曲了信用的公平性。有了这种现象，又缺少社会力量来及时矫正，势必形成信用危机。

政府在信用管理中的地位作用是显而易见的，它必须对信用机构进行监督和管理，维持信用交易的正常秩序，防止信用失范黑洞造成经济损失。政府的作用还在于通过公共财政支持信用担保机构，帮助符合国家产业政策、促进经济发展的企业和个人提高信用能力。政府还可以利用国家信用发放债券，增强国民经济发展的资金需求。政府是经济活动规则的制定者和市场秩序的维护者，无论是社会信用体系的建立健全，还是打击各种经济违法活动，都离不开政府管理。

一个社会的存在和发展必须有共同的价值目标和行为规范，并