

ZHENGXIN
LILUN YU SHIWU

征信理论与实务

本书编写组 编



中国金融出版社

征信理论与实务

本书编写组 编

 中国金融出版社

责任编辑：王杰华 戴早红

责任校对：张志文

责任印制：裴 刚

图书在版编目 (CIP) 数据

征信理论与实务 (Zhengxin Lilun yu Shiwu) / 本书编写组编. —北京：中国金融出版社，2009. 3

ISBN 978 - 7 - 5049 - 4992 - 9

I. 征… II. 本… III. 信用—技术培训—教材 IV. F830.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 026910 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) 63272190, 66070804 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010) 63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010) 66070833, 82672183

邮编 100055

经销 新华书店

印刷 保利达印务有限公司

尺寸 169 毫米 × 239 毫米

印张 16.5

字数 315 千

版次 2009 年 3 月第 1 版

印次 2009 年 3 月第 1 次印刷

定价 32.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 4992 - 9/F. 4552

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010) 63263947

编写说明

党中央、国务院高度重视社会信用体系建设。为了加强征信市场管理，推动建立社会信用体系，2003年，国务院赋予中国人民银行“管理信贷征信业，推动建立社会信用体系”的职责，2008年，国务院进一步赋予中国人民银行“管理征信业，推动建立社会信用体系”的职责。几年来，中国人民银行认真履行国务院赋予的职责，加大工作力度，相继建成了全国统一的企业和个人征信系统，推动征信立法工作，加强对征信业的管理，全力推进社会信用体系的建立和完善。

征信工作充满探索性和挑战性，对征信从业人员的素质要求很高，需要从业人员持续不断地提高理论素养和业务技能。为了适应我国征信业的发展，中国人民银行组织编写了《征信理论与实务》一书，供相关从业人员和有志于征信事业的人员以及对征信业感兴趣的广大读者学习和参考。

推进有中国特色的征信体系建设是党中央、国务院赋予中国人民银行的一项重要历史使命，没有现成的经验可以借鉴。在本书编写过程中，编写组广泛收集和参阅了国内外相关学术著作和研究成果，特别是总结了中国人民银行近几年的实践经验，力求使本书做到：

一是知识和内容全面。征信业务的内涵较为丰富，本书从征信的基本概念入手，详细论述了征信机构、信息采集和互惠共享、数据处理、信用报告、信用评分、信用评级、其他征信产品、征信法律制度、征信教育与信用提升。同时，为了便于读者更好地掌握本书的知识要点，全书的每章后面，都附有“本章小结”、“本章重要概念”和“本章思考题”。

二是理论与实践相结合。本书在阐述征信相关理论的同时，还结合企业和个人征信系统建设的实践经验，将征信业的基本概念和理论贯穿于征信实务中，试图构造一个理论与实践有机结合的分析框架，从而增强本书的实用性。

三是针对性强。本书立足于中国人民银行管理征信业的法定职能，尽可能将中国人民银行与征信相关的知识点涵盖在本书内容中，同时将视野扩展到整个征信行业，努力把与征信相关的问题都纳入本书的研究范畴中，提高针对性，突出

重点。

四是保持一定的前瞻性。针对征信业发展的新形势，本书对数据跨境流动、增值征信产品、信用提升等前沿成果进行了介绍，以便开拓读者的思路和视野，加深对征信业发展趋势和前沿问题的把握。

本书由中国人民银行组织编写，编写工作由戴根有主持。编写组成员有：戴根有、曹凝蓉、陈波、汪路、梁明高、李铭、张红盛、李连三、杜鲲、戴宏、华晶晶、张卉、田泽、杜寒静、曹亚廷、钟蜀明、薛艳、朱曙光、马琳、庄传礼、彭玲玲、刘红刚、龙文征、王旭、许进、邢岩、董晓峰、刘小英、戴时装、李朝东、姬南、王栋兵、陈斌辉、杨晖、杨子剑、牟啸天、沈琨、董军明、刘增云、赵燕、夏芳、丁治同、王红玲、柳青、曹朔等。本书在编写过程中得到了中国人民银行征信管理局万存知副局长、黄慕东副局长、王晓蕾处长、李斌处长、何红滢处长、李家先处长等领导及各征信分中心的大力支持，在此表示感谢。

由于理论知识水平有限，教材编写经验不足，加之我们开展征信业务的时间不长，许多工作都还在探索之中，书中难免存在不当之处，恳请读者提出宝贵意见和建议。但愿本书的出版能够增进读者对征信知识的理解和掌握，共同为推动我国征信事业发展和社会信用体系完善作出贡献。

编者

2009年2月2日

目 录

1	第一章 概论
1	第一节 征信及行业划分
1	一、征信概念
3	二、征信行业边界的划分
4	三、关于诚信、信用、征信的区别及社会 征信体系和社会信用体系的区分
5	第二节 征信的原则和基本流程
5	一、征信的原则
6	二、征信的基本流程
9	第三节 征信的作用
9	一、理论界对征信作用的抽象归纳
11	二、立足服务对象的征信作用分类
17	第二章 征信机构
17	第一节 征信机构概述
17	一、征信机构的分类
20	二、公共征信机构和私营征信机构比较分析
21	三、征信机构的发展趋势
22	第二节 国外征信机构的历史
22	一、征信机构的起源
23	二、全球企业征信机构的历史
27	三、全球个人征信机构的历史
30	第三节 征信机构的行业组织
30	一、美国征信机构的行业组织
31	二、欧洲征信机构的行业组织

32	三、亚洲征信机构的行业组织
33	四、世界消费者征信大会
37	第三章 信息采集和互惠共享
37	第一节 征信信息的内容和种类
37	一、借款者的基本信息来源
39	二、借款者信用信息的来源
41	三、企业注册信息和财务信息的来源
45	四、行政处罚信息和司法判决信息的来源
47	五、判断个人还贷能力信息的来源
47	六、其他信息来源
48	第二节 信息采集方式和征信机构的信息差异
48	一、征信机构的信息采集方式
49	二、公共征信机构和私营征信机构的信息差异
50	第三节 信用评级机构的信息采集
50	一、信用评级的信息基础
53	二、主动评级和被动评级的信息来源
54	第四节 信息的互惠共享
55	一、互惠指导委员会（SCOR）简介
56	二、信息共享的互惠原则
58	三、消费者信息与商业信息的共享
62	第四章 数据处理
62	第一节 征信机构的数据处理
62	一、数据筛选
63	二、信息录入及纠错
63	三、逻辑性检查
64	四、人工核查
64	五、数据整合
64	六、数据质量确认
65	第二节 征信中心的数据处理
65	一、征信中心数据处理的原则
65	二、征信中心处理数据的流程
67	第三节 数据挖掘和数据匹配技术
67	一、数据挖掘技术

72	二、数据匹配技术
76	第五章 信用报告
76	第一节 信用报告概述
76	一、信用报告的定义与分类
77	二、信用报告的主要内容
78	三、不同的法律和文化对信用报告的影响
80	第二节 个人信用报告
80	一、中国人民银行征信中心个人信用报告
86	二、个人信用报告解读
88	第三节 企业信用报告
89	一、中国人民银行征信中心企业信用报告
94	二、企业信用报告解读
98	第六章 信用评分
98	第一节 信用评分的概念和发展历程
98	一、信用评分简介
100	二、信用评分的发展历程
105	三、信用评分的分类
108	第二节 信用评分技术简介
108	一、数据处理技术
109	二、模型开发技术
115	第三节 信用评分模型的开发流程
115	一、模型样本的选择
117	二、好坏客户的定义
118	三、预测变量的提炼
120	四、模型的分组
120	五、模型的训练和校正
123	第四节 信用评分模型的检验和修正
123	一、模型检验概述
124	二、定性检验
124	三、定量检验
136	第七章 信用评级
136	第一节 信用评级概述

136	一、信用评级的概念
137	二、信用评级的种类
137	三、信用评级的作用
138	四、信用评级历史
141	第二节 信用评级的技术和方法
141	一、信用评级原则
141	二、信用评级程序
144	三、信用评级方法介绍
148	四、信用评级等级划分
151	第三节 信用评级质量检验
151	一、信用评级质量检验的必要性
152	二、信用评级质量检验的一般方法
154	三、我国信用评级质量的初步检验
157	第四节 信用评级报告
157	一、信用评级报告的分类
157	二、国外信用评级报告简介
158	三、国内信用评级报告简介
160	四、国内外信用评级报告比较
163	第八章 其他征信产品
163	第一节 信用风险管理类产品
164	一、风险提示类产品
165	二、申请受理类产品
165	三、信用风险战略管理类服务产品
166	四、合规性服务产品
167	五、关联分析产品
167	六、其他信用风险管理类产品
168	第二节 市场营销类产品
169	一、电邮营销 (E-mail Marketing)
169	二、数据质量服务 (Data Quality Service)
170	三、数据库营销 (Database Marketing)
170	四、消费者数据整合 (Customer Data Integration)
171	五、微观营销 (Micromarketing)
171	六、小型企业风险筛选
172	七、直接营销服务

174	八、供应管理方案
175	第三节 不动产服务、保险服务、外包服务和债务催收
175	一、不动产服务
178	二、保险服务
180	三、外包服务
181	四、债务催收
184	第九章 征信法律制度
184	第一节 征信法律制度概述
184	一、征信法的概念
184	二、征信法的调整对象
187	第二节 国外征信法律制度
187	一、美国征信法律制度
190	二、英国征信法律制度
192	三、德国征信法律制度
194	四、韩国征信法律制度
197	第三节 信用数据采集与使用法律规范
197	一、个人信用数据的概念及特征
198	二、个人信用数据保护的两种立法模式
202	三、个人信用数据采集范围
205	四、个人信用数据使用方式及规制
207	五、个人信用数据使用许可
208	六、个人信用数据使用期限规制
209	七、数据跨国流动相关法律分析
213	第四节 授信机构行为法律规范
213	一、美国立法经验
215	二、授信条件的披露义务
216	三、授信决定的披露义务
216	第五节 被征信者的权利
216	一、被征信者的知情权
218	二、被征信者的异议权或更正权
219	三、被征信者的请求删除权
220	四、被征信者的直接营销禁止权
221	第六节 征信机构的侵权责任与免责
221	一、侵权行为

222	二、刑事责任
223	三、行政责任
224	四、民事责任
226	五、国外征信机构的免责立法

231 第十章 征信教育与信用提升

231	第一节 公众知情权与国民征信宣传教育
231	一、公众知情权与征信业的特殊性
233	二、国外征信等金融知识宣传教育情况及机构
235	三、中国国民征信宣传教育的实践
236	第二节 信用提升简介
236	一、信用提升与信用评分
238	二、影响信用评分的五大因素
240	三、对于信用评分的主要困惑
241	四、信用提升的步骤
242	第三节 如何应对个人的信用危机
242	一、消费者如何创建信用档案
244	二、如何应对个人财务危机
245	三、如何防范和应对信用“窃取”事件
246	四、信用评分在其他领域的应用
248	第四节 中国消费者的信用提升
248	一、中国消费者信用提升的途径
249	二、信用提升服务机构

第一章

概 论

第一节 征信及行业划分

一、征信概念

征信一词最早在我国出现是在《左传·昭公八年》中，有“君子之言，信而有征，故怨远于其身”，其中，“信而有征”即为可验证其言为信实，或征求、验证信用。征信被广泛用做信用调查的同义词是在民国初期。近现代以来，中国大陆、香港、台湾等地使用“征信”一词来概括对企业 and 个人的信用调查。

相应地，从事征信活动的机构，就是征信机构，又称征信所，如新中国成立前的中国征信所、联合征信所等。按照台北中国文化书院 1968 年版《中文大词典》的解释，征信所是以调查报告工厂、商号暨个人身家事业之财产信用，以及市场消息为职务之机关，有营利、非营利两种。前者以营利为目的而设立，受他人之委托，调查报告公司、团体或个人之信用状况。后者系银行业或工商业联合组织，为自卫手段之一种。

在英语世界里，有“Credit Checking”、“Credit Investigation”、“Credit Inquiry/Enquiry”等词汇，通常我们认为，这就是汉语中的“征信”或称为“信用调查”。与之对应的机构是“Mercantile Enquiry Agency, Mercantile Credit Agency, Credit Bureau, Credit Reference Agency, Commercial Agency, Trade Agency, Status Enquiry Agency, Commercial Enquiry Agency, Commercial Credit Agency, 或 Credit Agency”等，这些词可以通用。

但是，在这里，“Credit Reference”的含义究竟是什么呢？《国际贸易金融大词典》将其翻译为“信用备咨”，意思是提供与自己素有往来的第三者给交易对手，以便对方向该第三者请求提供信用资料，可分为以银行为参考人的银行参考（Bank Reference）和以对方所熟悉的同业或商号为参考人的商号参考（Trade Reference）。从含义上看，和征信并没有什么差别，在英国，喜欢使用这个词指

代征信。

但目前真正广泛使用的词是“Credit Reporting”，在英美等相关法律和世界银行以及一些研究机构的参考文献中常用这个词。为了搞清“Credit Reporting”的含义，首先需要理解“Credit Report”的含义。“Credit Report”可以翻译为“信用报告”，从文献看，其不仅包括个人的信用报告，还包括企业的信用报告，不仅包括营利性征信机构的信用报告，还包括非营利性征信机构（如会员制的中国台湾金融财团联合征信中心、一些国家的公共征信机构）的信用报告。从事这些活动的征信机构也均可称为“Credit Reporting Agency”，这个体系称为“Credit Reporting Systems”。这里的动名词“Reporting”有动作的含义在其中，即这里的“报告”是个动作，所以，“Credit Reporting”的含义所涵盖的范围更广，能够更好地与汉语中的“征信”一词相对应。

征信最为重要的作用是防范在信用经济交往中受到损失（我们也不排除征信用于其他目的，如用于雇佣目的等），也就是说，征信最重要的目的是落在经济层面上。那么，什么最能显示一个人按期履约的能力和意愿呢？显然，其以往在信用经济交往中的履约历史记录最能反映。如果一个信息主体平时说话、做事不是很坦诚，但是，其履约历史记录却一直非常良好，那么，作为牟利的经济人，授信机构仍然会相信这个人在经济上是一个守约的人，值得与其进行信用交易。什么时候其说话、做事不坦诚等非经济层面的信息会影响到授信机构对其守约能力和意愿的判断呢？那就是当没有以往在信用经济交往中的履约历史记录时，只能依靠这类信息来判断了。

所以，当我们预测一个人在信用经济活动中是否守约时，需要的信息是有层次、有重点的。首先是赊销、借贷等活动的历史记录，因为这些活动在信用经济活动中的金额通常最大，对交易双方的影响也最大，如果受信方能够按时履约，那么，可信度也就非常高。其次是电费、通信费、水费等历史缴费记录，这些记录中即使有拖欠，也影响不大，因为影响这些费用缴纳的原因很多。当没有赊销、借贷等信息时，才不得不依靠电费、通信费、水费等缴费信息来判断，这就是我们通常所讲的依靠非传统数据进行授信。

目前，全球一些大型的跨国征信机构，在信息采集上越来越全面，主要是为了相互印证，全方位、多角度、更准确地来判断信息主体的信用状况，如采集各类登记信息、行政处罚信息等，同时，也有利于促进信息主体在这些方面更加遵守承诺。

征信还有一个重要的特点是尊重事实，让事实说话，即这条信息是可验证、有记录的。对于准确性不高的信息，坚决不能采集，因为异议处理将会使征信活动从经济层面看很不划算，并且会影响到征信的公信力。

综上所述，征信是指依法收集、整理、保存、加工自然人、法人及其他组织

的信用信息，并对外提供信用报告、信用评估、信用信息咨询等服务，帮助客户判断、控制信用风险，进行信用管理的活动。

二、征信行业边界的划分

征信作为一项商务活动，收集银行信用信息的活动叫征信，收集商业信用信息的活动也叫征信，两者兼收的活动还叫征信。因此，征信作为一种活动，可以是局部的，也可以是全局的，没有一定之规。在这方面，我们必须认识到，为了营利目的，征信机构会采取多种手段采集信息，至于一个征信机构能做到什么程度，则取决于法律环境、社会文化习惯、机构自身采集信息的能力等多方面因素，这正是征信在各个国家存在不同形态的原因。在银行信贷领域的征信活动可以叫信贷征信，或者叫银行信用征信；在工商授信领域的征信活动可以叫工商征信，或叫商业信用征信，它们都是征信活动。但是，为什么在国外很少见到这种叫法呢？这可能是因为，在西方世界看来，这些都是征信活动，没有必要多此一举，非要使用工商征信、信贷征信等进行清晰的边界界定。

根据征信机构在征集信息时不同的背景、不同的信息采集侧重点，可以对征信机构进行分类。从国外实践看，根据客户群体的不同，私营征信机构可以分为三大类，即个人征信局（Consumer Credit Bureau）、商业征信局（Commercial Credit Bureau）和评级机构，其中，小企业征信可以归入个人征信局和商业征信局中的任何一类。在这些私营征信机构占主导的国家，一些商业银行的大额信贷信息是不进入这两类征信机构的，机构在发放大额授信业务时，针对的对象很大部分是大型企业，并会聘请专业化的信用评级机构对交易对手进行评级。并且，这些授信机构往往也会组成一个封闭的用户集团，共享这些大额信贷信息。在一些地区和国家，如欧洲，还有一些是由中央银行或金融监管机构建立的公共征信系统，主要用于银行监管，也有一部分同时兼具服务授信机构的功能。许多公共征信系统收录的信贷信息有最低贷款金额限制，这种限制为私营征信机构留出了生存的空间，这也正是为什么在一些具有公共征信系统的国家，私营征信机构同样活跃的原因。

为什么个人信用评分、信用评级等业务也属于征信的范畴呢？按照产品分类方法进行分类，征信产品可以分为基础产品和增值产品。基础产品是信用报告，增值产品是基于信用报告的信息，是经过加工，或进行纵向、横向等各种分析而生产的产品，经历了一系列的加工过程，包含了大量的人力资本在其中，如个人信用评分、企业信用评级等。正如在证券市场上，我们有股票、债券这样的基础证券，也有期货、期权等衍生产品，所有这些均算做证券行业范畴一样，像信用评级这种需要进行大量征信活动后，才能得出评级结果的活动，自然应算做征信的范畴。

以此类推，一些需要基于信用信息作出判断而成立的专业化服务机构如信用

风险管理咨询机构等也应属于征信行业的范畴。

从实践上看,有些征信公司以前是兼做企业征信局业务和信用评级业务的,但是后来分开了,如穆迪一开始在邓白氏旗下,近些年才分开并实现上市。为什么要分开呢?主要是评级和企业征信局两种业务性质的差异决定了它们进行分拆,企业征信局业务活动中收集到的中小企业信息,往往不是很准确,招致法律诉讼的风险较大,这类业务需要低调行事,而信用评级业务一般是对大公司进行评级,信息公开,透明度非常高,评级过程和结果相对公开、透明和公正,可以高调行事。当然,也不排除两种业务有利益冲突存在,导致它们分开。而个人和小企业信用评分业务因为个人和小企业的信息仍然为征信局所掌握,所以基于获得信息源的需要,两种业务仍然留在了个人征信局和商业征信局中。

虽然从业务角度讲能够作出截然不同的划分,但是,从机构本身看,很难作出截然的区分,原因也是我们反复强调的,征信机构往往是以营利为目的的企业,只要有利益的地方就有它们的身影。例如,益百利公司已经在美国积极介入中小企业征信领域,这对邓白氏公司构成了巨大的挑战。因此,在划分征信行业时,不能从机构的角度去划分,而应从业务的角度去划分,征信机构可以同时经营多种征信业务,如企业征信和个人征信。另外,这也是便于监管的需要,正如许多国家在进行金融监管时,往往从功能监管而不是从机构监管的角度出发来安排监管制度一样,属于哪种类型的业务就归这一领域的监管部门监管。当然,两类信息(企业和个人)一般要分开储存,接受不同的监管。

在这一思路下,征信行业可以划分为个人征信(其信息来源包括银行和零售商、金融服务公司等机构及其他)、企业征信(其信息来源包括银行、普通企业及其他)、信用评级(大企业评级或债项评级)以及相关的衍生行业,如信用风险决策分析、信用风险管理咨询等,但是,后者属于广义上的征信行业。

三、关于诚信、信用、征信的区别及社会征信体系和社会信用体系的区分

下文将对我国实践中经常使用的几个概念作一分析,以进一步探析征信领域的相关概念和认识,明确未来我国征信领域的发展方向。

首先来看什么叫“体系”,在汉语中,按照《应用汉语词典》的含义,“体系”是指若干事物或思想观念相互关联而构成的整体;另一层意思是完整而有组织的系统。在英语里,“体系”的对应词是 System,《朗文当代高级英语辞典》的解释是“a group of related parts which work together forming a whole”,译为“一组相互关联的部分一起作用形成的一个整体”。

下面来看社会诚信体系、社会信用体系和社会征信体系概念的区别。首先看诚信与信用的概念。诚信属于道德范畴,胡锦涛总书记提出的“八荣八耻”中

的一条就是“以诚实守信为荣，以见利忘义为耻”，诚信不仅用于经济活动，而且广泛用于人们的社会交往，涉及诚信的信息也非常众多。提高社会诚信水平的重要途径是靠宣传教育、靠社会道德规范。信用是一种行为，其狭义的经济含义，是指在交易的一方承诺未来偿还的前提下，另一方向其提供商品或服务的行为。现在，信用已广泛地应用于人们在经济活动中能否信守承诺和及时履约。信用不仅反映交易主体主观上是否诚实，也反映其是否有履行承诺的能力，即使交易主体有偿还债务的主观愿望，但因经营不善偿还不了债务，也就没有信用。提高社会信用水平，不仅要靠道德教育、法律规范，还需要利用信用记录、信用评价和经济惩戒机制。而征信本身不是信用，它是提高信用水平的手段和工具。

我们经常使用的社会信用体系建设和社会征信体系建设并不是同一个概念，征信体系建设是社会信用体系建设的一个重要内容，但并不是全部。例如，质检部门对生产假冒伪劣产品进行惩处；税收征管部门对企业偷漏税行为进行处罚，对企业按时足额纳税进行表彰和奖励等，都是社会信用体系建设的重要内容。简而言之，社会信用体系是目的，社会征信体系是手段，信用体系建设的内容比征信体系建设的内容更为广泛。综合上述分析，我们可以给社会信用体系下一个定义，社会信用体系是指为促进社会各方信用承诺而进行的一系列安排的总称，最终目标是形成良好的社会信用环境。社会信用体系应包括制度安排，信用信息的记录、采集和披露机制，采集和发布信用信息的机构和市场安排，监管体制，宣传教育安排等方面。社会征信体系就是采集、加工、分析和对外提供信用信息服务的系列安排，是社会信用体系建设的一部分。例如，在法律法规上，个人数据保护、企业商业秘密保护、政府信息公开法规、个人和企业征信等方面的法规，均算做社会信用体系的制度建设部分，但是，只有征信法规属于社会征信体系的制度建设部分。按照社会信用体系的范围界定方法，社会征信体系应包括制度、信息采集、机构和市场、征信产品和服务、监管等方面。

第二节 征信的原则和基本流程

一、征信的原则

征信的原则是征信业在长期发展过程中逐渐形成的科学的指导原则，是征信活动顺利开展的根本。通常，我们将其归纳为真实性原则、全面性原则、及时性原则及隐私或商业秘密保护原则。

（一）真实性原则

真实性原则，即指在征信过程中，征信机构应采取适当的方法核实原始资料的真实性，以保证所采集的信用信息是真实的，这是开展征信工作最重要的条

件。只有信息准确无误，才能正确反映被征信人的信用状况，保证对被征信人的公平。真实性原则有效地反映了征信活动的科学性。征信机构应基于第三方立场提供被征信人的历史信用记录，对信用报告的内容，不妄下结论，在信用报告中要摒弃含有虚伪偏袒的成分，以保持客观中立的立场。基于此原则，征信机构应给予被征信人一定的知情权和申诉权，以便能够及时纠正错误的信用信息，确保信用信息的准确性。

（二）全面性原则

全面性原则，又称完整性原则，指征信工作要做到资料全面、内容明晰。被征信人，不论是企业或个人，均处在一个开放性的经济环境中。人格、财务、资产、生产、管理、行销、人事和经济环境等要素虽然性质互异，但都具有密切的关联，直接或间接地在不同程度上影响着被征信人的信用水平。不过，征信机构往往收集客户历史信用记录等负债信息，通过其在履约中的历史表现，判断该信息主体的信用状况。历史信用记录既包括正面信息，也包括负面信息。正面信息指客户正常的基础信息，贷款、赊销、支付等信用信息；负面信息指客户欠款、破产、诉讼等信息。负面信息可以帮助授信人快速甄别客户信用状况，正面信息能够全面反映客户的信用状况。

（三）及时性原则

及时性原则是指征信机构在采集信息时要尽量实现实时跟踪，能够使用被征信人最新的信用记录，反映其最新的信用状况，避免因不能及时掌握被征信人的信用变动而为授信机构带来损失。信息的及时性关系到征信机构的生命力，从征信机构的发展历史看，许多征信机构由于不能及时更新信息，使授信机构难以据此及时判断被征信人的信用风险，而导致最终难以经营下去。目前，我国许多征信机构也因此处于经营困境。

（四）隐私或商业秘密保护原则

对被征信人的隐私或商业秘密进行保护是征信机构最基本的职业道德，也是征信立法的主要内容之一。征信机构应建立严格的业务规章和内控制度，谨慎处理信用信息，保障被征信人的信用信息安全。在征信过程中，征信机构应明确征信信息和个人隐私与企业商业秘密之间的界限，严格遵守隐私和商业秘密保护原则，才能保证征信活动的顺利开展。

二、征信的基本流程

征信活动可以分为两类：一类是征信机构主动去调查被征信人的信用状况；另一类是依靠授信机构或其他机构批量报送被征信人的信用状况。两者最大的区别在于前者往往是一种个体活动，通过接受客户的委托，亲自到一线去收集调查客户的信用状况，后者往往是商业银行等授信机构组织起来，将信息定期报给征