


经济管理类课程教材·信用系列

企业信用管理

主编 关伟



 中国人民大学出版社

经济管理类课程教材·信用系列

企业信用管理

主编 关伟



中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

企业信用管理/关伟主编.
北京:中国人民大学出版社,2009
经济管理类课程教材·信用系列
ISBN 978-7-300-11370-8

- I. 企…
- II. 关…
- III. 企业管理:信贷管理-高等学校-教材
- IV. F830.56

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 195157 号

经济管理类课程教材·信用系列

企业信用管理

主编 关 伟

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511239 (出版部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京鑫丰华彩印有限公司		
规 格	170mm×228mm 16 开本	版 次	2009 年 12 月第 1 版
印 张	15.25 插页 1	印 次	2009 年 12 月第 1 次印刷
字 数	277 000	定 价	23.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



总 序

信用是市场经济运行的前提与基础。市场经济主要通过市场机制实现资源配置，而作为市场机制核心内容的商品交换的基本原则是建立在信用基础上的等价交换。随着交换关系的复杂化，整个经济活动被彼此相连、互为制约的信用关系所联结。这种信用关系作为一种独立的经济关系维系、支持、形成市场秩序。没有信用，就没有交换与市场，就没有经济活动存在与扩大的基础，就没有人类赖以生存与发展的社会秩序。

信用的发展，是根植于现代市场经济发展规律中的。事实证明，市场经济越发达就越要求诚实守信，越要求有序的信用交易。西方发达国家正是顺应了这种趋势，建立了信用管理体系，形成了信用环境与信用秩序，发挥了信用活动的作用，有力地促进了经济发展。新兴的工业化国家也正在朝着这个方向发展。广大的发展中国家也普遍出现了信用活动快速发展的倾向和趋势。

我国发展市场经济时间较短，信用管理问题一直没有提到议事日程上。改革开放以来，信用问题一直是影响我国经济发展的重大因素。现实经济生活中存在着大量的“失信”现象：企业信用和个人信用严重缺乏，企业间“三角债”屡清不止，银行不良贷款量不断增加，假冒伪劣商品屡禁不绝等等。这些现象与问题都与我国信用体系的不健全、缺乏信用管理有关。

21世纪初，我国经济发展面临着一些重要的背景：一是我国正在进行产业结构调整，日新月异的信息与高新技术、飞速发展的互联网与电子商务为市场经



济带来新的活力与生机的同时，也带来了新的市场风险与信用风险。二是我国加入 WTO，将推进我国经济发展和市场化进程，但同时也要求我们必须遵循国际市场交易信用规则。以上两大背景对我国的市场经济环境提出了更高的要求。为此，建立与市场经济体制相适应、与我国市场经济发展速度与进程相匹配的信用体系，做出适当的信用管理制度安排，是摆在我们面前的一项重要而艰巨的任务。

基于此，新兴的信用管理学科应运而生。认识现代信用活动的规律，探索信用与社会制度、道德伦理、心理意识、交易行为、经济管理、金融授信等活动的相互关系，总结国内外信用交易活动与信用管理发展的经验与教训，揭示信用活动需求与供给的动机及影响因素、信用信息资源的生产与定价、产品与服务、成本与效益、信用风险价值等基本原理，是这个新兴学科责无旁贷的责任。

目前，我国一些高校应社会发展实践的需要，已纷纷开设信用管理专业或方向，开始了与信用管理专业相关的高等教育教学与科研活动。目前，迫切需要系列相关教材。中国人民大学的信用管理专业作为教育部第一批少数试点院校，自 2002 年开始在全国范围招收信用管理专业本科生。为教学需要，在中国人民大学出版社支持下，中国人民大学财政金融学院院长领导直接管理、信用管理学科带头人吴晶妹教授具体负责，组织编写了该套系列教材，包括《现代信用学》、《信用管理学》、《企业信用管理》、《资信评级》、《银行信用风险管理》、《信用风险分析与度量》、《征信技术基础》。

刚刚起步的信用管理学，任重道远。在本套书中，一定有很多不足，仅做抛砖引玉，期待指点与不断完善。

中国人民大学财政金融学院
信用管理学专业教材编写组



前 言

在现代市场经济中，信用无处不在。信用关系的发展，拓展了交易活动的时空界限；信用销售的扩大，为企业“开疆辟地”乃至建立全球化的市场营销网络提供了现实可能性。然而，信用也是一把双刃剑，在信用经济时代，企业无法忽视也无法逃避“信用”所带来的喜与忧。逃避是一种倒退，也几无可能，盲目利用又可能使企业陷入困境，甚至破产倒闭。据专业机构的统计分析，在发达市场经济中，企业间逾期应收账款发生额约占交易额的0.25%~0.5%。在我国，这一比率高达5%以上，而且我国目前的现状是了解信用管理的企业并不多，建立规范的企业信用管理制度和体系的企业更少。在当今经济全球化的大趋势下，中国企业将面对更加激烈的全球化市场竞争，加强企业信用管理刻不容缓、迫在眉睫。

企业信用管理是现代企业管理的核心内容之一，是构建现代企业管理体系、防范信用风险、加强企业内部控制、提升企业市场竞争力的重要手段和措施，是进一步规范信用市场秩序、推动社会信用体系建设、促进中国特色社会主义市场经济发展与完善的强大动力。

中国人民大学是教育部批准试点开办信用管理专业的第一所大学。目前，该专业设在财政金融学院，已从2002年开始面向全国招收本科和研究生。本书在本专业授课讲义的基础上，几经修改与完善，既可作为信用管理专业基础课教学的教材，也可作为各项信用管理培训的基础教材。



本书由关伟统稿。参加本书编写的人员如下：第一章，关伟；第二章，冯彩虹、陈文虎；第三章，冯彩虹、陶隽；第四章和第五章，关伟；第六章，关伟、冯彩虹、黄鸿星；第七章，关伟、陈文虎；第八章，冯彩虹；第九章，冯彩虹、颜芳。在本书编写过程中，吴晶妹、关伟负责前期策划，王帅、黄鸿星、李玲玲协助全书的校对与调整，最后由吴晶妹通读全书并审定。

本书阐述了企业信用管理的内涵和意义，介绍了企业信用管理机构设置、企业信用征信管理、企业信用风险分析方法、企业信用政策的运用与评价，详述了企业应收账款管理的目标、方法和管理流程以及信用风险转移的方式与途径，同时介绍了企业信用信息化管理及企业信用管理中的相关法律问题。

笔者在教学与编写的过程中深深认识到：企业信用管理既是现代企业管理的重要内容，又是一个需要在实践中不断丰富和发展的新课题。对于本书的编写完成，笔者虽然付出了很大的努力，但难免存在不尽如人意之处，恳请读者批评指正！

目 录

第一章 企业信用管理概述	(1)
第一节 信用概述	(1)
第二节 企业信用	(9)
第三节 企业信用管理的界定	(13)
第四节 企业信用管理的意义	(17)
第二章 企业信用管理机构设置	(22)
第一节 企业信用管理部门设置	(22)
第二节 企业信用管理部门的岗位设置	(27)
第三节 企业信用管理部门与其他部门之间的关系	(33)
第三章 企业信用征信管理	(45)
第一节 企业信用征信管理过程	(45)
第二节 客户信息收集	(49)
第三节 建立客户信用档案	(56)
第四章 企业信用风险分析	(66)
第一节 企业信用风险概述	(66)
第二节 财务分析	(72)
第三节 企业信用风险分析模型	(93)

第五章 企业信用政策	(101)
第一节 企业信用政策的定义与类型.....	(101)
第二节 企业信用政策的内容与制定.....	(106)
第三节 企业信用政策的评价.....	(113)
第六章 应收账款管理	(125)
第一节 应收账款管理概述.....	(125)
第二节 应收账款管理分析.....	(128)
第三节 未到期应收账款的管理.....	(134)
第四节 逾期应收账款的管理.....	(140)
第五节 应收账款回收管理.....	(147)
第六节 坏账管理.....	(155)
第七章 企业信用风险转移	(159)
第一节 信用担保.....	(159)
第二节 信用保险.....	(163)
第三节 保理.....	(176)
第四节 债权融资.....	(182)
第五节 其他企业信用风险转移手段.....	(187)
第八章 企业信用信息化管理	(192)
第一节 企业信用信息化管理概述.....	(192)
第二节 企业信用信息管理系统.....	(199)
第九章 企业信用管理中的相关法律问题	(208)
第一节 签订和履行合同中的法律问题.....	(208)
第二节 结算中的法律问题.....	(213)
第三节 担保中的法律问题.....	(214)
第四节 客户破产的法律问题.....	(222)
第五节 其他相关的法律问题.....	(225)
参考资料.....	(232)

第一节 信用概述

一、信用的产生和发展

(一) 信用的产生和发展历程

“信用”一词的起源最早可以追溯到古罗马时代，那时已经出现了一些富有的放贷人，他们往往在热闹的城镇广场中摆一条长凳，借贷交易就在那里进行。这种借贷交易赖以进行的基础是双方彼此的信任，放贷人在放出一笔款项之前，要凭借自己所掌握的信息和经验对借款人的偿债能力进行判断——如果判断错误，无法收回借出的款项，放贷人就要自己承担损失的风险，并有可能使自己经营的借贷生意陷于困境。

信用真正在企业中扮演主要角色是在 16 世纪以后。随着全球探险和发现越来越多的“新大陆”，欧洲一些国家的经济开始迅速发展，其国内企业活动和跨国的商品进出口变得异常活跃，赊销在一定程度上发展起来。商人一般把经过长途跋涉、远洋运输、通常需要数月才能到达的货物存放在异地，交给当地的贸易代理商代为销售，等到货物销售完毕后才能收回货款，远洋商人与贸易代理商之间就形成了一种赊销的企业信用关系。

17 世纪后，欧洲的银行业加快了商业化步伐，开始大量向贸易商融通资金。同时，由于银行的贷款利率低，销售商也大大放宽了销售条件，导致赊销行为更为普遍。这种状况一直持续到 19 世纪末。

在 20 世纪前半叶，残酷的战争和贫乏的资源使商品变成了紧俏品，商品一投放市场，立刻就被抢购一空。此时，生产商和销售商对“企业信用”的概念很淡薄，企业关心的是生产管理和技术革新，以实现最大限度的生产。

第二次世界大战后，经济在世界范围内得到发展，新技术、新产品不断涌现，商品市场空前繁荣，市场在不知不觉中由卖方市场转为买方市场，竞争使销售压力加大，因而信用销售又开始盛行。

到 20 世纪八九十年代，在欧美发达国家的贸易中，信用销售已经达到全部销售的 90% 以上，整个市场经济在向其高级阶段——信用经济发展。进入 21 世纪，随着国际化的发展，整个国际市场经济正处于信用经济的时代。

（二）信用的发展阶段划分

信用的产生、发展过程就是商品货币经济的历史进程。商品货币经济经历了小商品经济、资本主义商品经济和现代商品经济阶段。与这三个商品经济发展阶段相对应，信用也经历了高利贷信用、资本主义信用和现代信用三个阶段。

1. 高利贷信用

高利贷信用就是以牟取高额利息为特征的借贷活动。它产生于原始社会末期，在奴隶社会和封建社会得到广泛发展，成为占统治地位的信用形态。高利贷信用的主要特点是高利率、非生产性和保守性。

2. 资本主义信用

资本主义信用表现为借贷资本的运动。借贷资本是为了牟取剩余价值而暂时贷给职能资本家使用的货币资本，是生息资本的一种形式。与既有实物又有货币形态的高利贷资本相比，借贷资本是货币形态的，其特点是所有权资本和商品资本具有独特的运动形式和规律。

3. 现代信用

现代信用与资本主义信用在信用职能与作用上没有本质的区别，现代信用对商品经济的发展具有促进作用而没有高利贷的桎梏作用。现代信用形式随着现代货币的存在形式而不断变化，随着现代货币的逐渐抽象而越来越抽象，最终将脱离任何载体而独立存在。

二、信用的内涵

《辞海》(1999年版缩印本)指出信用有三种含义: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、企业信用和消费信用”。

《辞海》中关于信用的前两个定义,实际上是从社会学的角度界定信用的内涵;后一个定义是从经济学和金融学角度界定信用的内涵。

从社会学的角度来说,作为道德范畴的信用,其内涵是信任、诚信;从经济学和金融学的角度来说,作为经济活动中的信用,其内涵是以偿还和付息为基本特征的借贷行为。作为道德范畴的信用是一种广义的信用概念,它是一切社会活动和经济活动的基础。在经济和金融范畴内的信用是一种狭义的信用概念,它是与商品生产、货币流通、市场贸易、资本借贷等市场经济关系相联系的范畴,在市场经济中,信用主要表现为资本借贷运动,是资本价值运动的一种特殊形式。

信用是一个多侧面、多层次的概念,最广义的信用基本内涵是指信任。各种信用都是以信任为基本内容的,可以从以下四个层次来理解信用的内涵:

(1) 信用是一种心理现象。信用作为一种心理现象,其心理特征和基本表现就是信任 and 安全感。在现实生活中,企业或个人是否“讲信用”,是“信用好”还是“信用差”,是否出现了“信用危机”等,这些都是指信用的心理现象,强调是否信任以及信任的程度。信用这种心理现象最终表现为人与人之间的社会关系,并由此构成整个社会运行的信用环境。心理上的信任是一切信用形式的基本内容,是人类社会有序发展的基础。

(2) 信用是一种能力。信用作为一种能力,是指在商品交换过程中,交易的一方以未来偿还的承诺为条件,获得另一方财物或服务的能力。从这个角度来看,信用是一种资源,是一种无形资产。信用越高,这种资产就越大,相应可以产生的负债也越多。信用资产与信用负债是平衡的。

(3) 信用是一种以盈利为目的的投资活动。信用的直接表现为所有权的转移交易,其表现形式主要为实物投资与货币投资。实物投资的信用活动主要表现为投资建厂、投资开发项目等;货币投资的信用活动主要表现为以货币资金投入建厂、投产、开发项目等和以投资人股形式参与实体经济活动交易。信用活动构成的所有权关系转移的背后,是社会资产与财富的转移与重组。

(4) 信用是一种有时间间隔的经济交易活动。信用是在交易中形成的债权债务

务关系，债权债务关系发生在先，经过一定的时间间隔后，通过债务的履行，债权得以实现。

在市场经济中，信用与商品生产、货币流通、市场贸易、资本借贷等市场经济关系相联系，主要表现为资本借贷运动，是资本价值运动的一种特殊形式，也是现代市场交易的必备要素。

经济领域中的信用大都是指形成债权债务关系的信用活动。一般而言，信用有两种划分标准：一是根据交易内容的不同，划分为实物交易信用、货币交易信用、票据交易信用、债券交易信用；二是以债务人主体的不同，划分为公共部门的信用、私人部门的信用、金融部门的信用等。后一种划分方式在国际上比较通行。

三、信用的功能

信用是现代市场经济运行的基础，在现代市场经济中，任何经济交易行为都是以信用为前提条件的。市场经济形态的演进分为三个阶段：一是以物物交换方式为主的自然经济时期；二是以货币作为交换媒介的货币经济时期；三是以信用交易为主导的信用经济时期。任何市场经济国家或地区，如果其经济持续增长，那么其市场经济形态会按上述演进顺序变化，即一国或地区的经济活动日益信用化。信用经济是市场经济发展的高级阶段，因此信用经济更能反映市场经济的特征。

1. 信用的流通职能

信用的流通职能产生的基础是商品生产和交换以及货币的流通职能。信用的迅速发展、使用及各种信用工具的出现都借助了货币的表现形式，货币的职能在信用领域得到了发挥，从某种角度上讲，各种信用工具都是“准货币”，都可以流通。信用的流通职能主要表现在两个方面：首先，现代货币包括各种形式的电子货币，它们都是信用的载体，都是信用货币，其本质就是信用。货币的流通职能是信用流通职能的基础。其次，信用交易的发展创造了大量的信用工具，使信用的流通职能与货币的流通职能共存。

信用具备货币的一些基本特征，可以用货币单位进行度量，体现着交易的债权和债务关系。但是，信用不同于货币，信用作为一种有条件限制的交易媒介，是受信人对未来付款或交货的一种承诺。信用方式改变了现金交易“一手交钱，一手交货”的付款形式，“先提货，后付款”或“先付款，后提货”的信用交易形式，使授信方对受信方的承诺承担风险。

2. 信用的分配职能

通过信用可以实现社会资本的再分配,使一切暂时闲置的生产资本、货币资本和货币收入转化为现实资本,投入到生产和流通部门,促进社会生产平衡发展。这种分配不仅包括对社会产品的再分配,而且包括对生产要素的再分配。在这种分配过程中,所有权并不改变,但社会生产与流通得到了重新组织与安排。在社会资本总量不变的情况下,信用使个别资本转化为社会资本,使个别部门支配社会资本成为可能。

3. 信用是一种无形资产

信用行为记录可以通过征信系统在全社会得到传播,从而使信用成为一种宝贵的资源和财富,为企业和个人的经济活动带来便利和收益。企业在进行信用销售时,将对受信方的信用情况进行调查、评估,然后根据其信用状况决定授信额度;企业在进行资金融通时,金融机构根据企业的经济实力和信用状况来发放贷款;个人以往的信用记录直接关系到以后信用消费的审批。信用作为一种无形资产,经济主体的信用度越好,无形资产的价值就越高,可产生的负债越多,给经济主体带来的潜在收益也越高。

4. 信用制度是社会制度的重要组成部分

信用作为一种心理现象,直接受到社会历史、文化、惯例等的影响,最终表现为人与人之间的社会关系。这种社会关系构成了社会运行的信用环境,成为人类社会有序发展的基础。社会信用环境的构建和信用经济的发展具有相辅相承的关系,良好的社会信用环境有利于信用经济的快速、和谐、健康发展,信用经济的发展在客观上要求有好的社会信用环境,以促进社会信用环境的形成。

四、信用的种类和特征

信用的种类很多,根据主体和表现形式的不同可分为企业信用、银行信用、政府信用、消费信用等。

(一) 企业信用

企业信用是指企业之间以赊销和预付货款等形式提供的信用,这种信用的具体表现形式有赊销商品、委托代销、分期付款、预付定金、延期付款等。发生企业信用的对象可以是有形商品的生产企业与原料供应企业,或是有形商品的生产企业与代销企业;可以是无形服务的提供企业与消费企业;也可以是一项工程项目的委托企业和受托企业等。在市场经济时代,企业信用无处不在,企业信用的主要特征可以概括为以下几点:



(1) 企业信用是在以盈利为目的的经营者之间进行的，是经营者相互以商品或服务形式提供的直接信用。授信企业给予受信企业短期的资金融通，受信企业承诺到期付款，这对授信企业来说存在一定的企业信用风险。授信企业之所以采用企业信用是基于其扩大销售或者促销的需要，是其向客户提供比竞争对手更好的支付条件，从而更好地占有市场份额，保持竞争优势。

(2) 企业信用的规模和数量有一定限制，是经营者之间对现有商品和资本进行的再分配，社会总资本不变。授信企业结合自身和受信方的各种因素和具体情况，给予一定额度的信用规模，将企业自身的闲置资本转化为受信方的短期资金融通，在社会总资本不变的情况下，实现社会总资本的有效运作。

(3) 企业信用有较严格的方向性。企业信用的最主要形式是赊销，往往是上游企业为下游企业提供赊销，即生产资料的生产企业为需要该生产资料的商品生产企业提供赊销、商品生产企业为该商品的代销企业提供赊销，赊销严格遵守社会生产销售程序，遵循社会总生产的循环。但在个别紧俏商品或高科技产品的卖方市场上，企业信用表现为逆方向性，其表现形式为预付款，即下游企业先付款，上游企业后提供商品，下游企业承担企业信用风险。

(4) 企业信用容易形成社会债务链。在经营者之间有方向性的信用提供过程中，形成了连环套的债务关系。在企业之间，如果一个企业失信，将导致其下游企业的资金不能按时回收，出现资金短缺问题，而资金链不能及时补充必然导致新的违约行为的出现，形成“黑色三角债”。

(5) 企业信用具有一定的分散性，而且期限较短。企业为其不同的客户提供企业信用，由于客户不同，所以提供的企业信用额度和期限也不同，但所提供的信用期限一般都较短，相当于企业之间的短期融资。每个企业都有自己的企业信用政策，针对不同的客户，通过资信调查和信用评估，企业可以为每一个客户量身定做具体的授信政策，并采取不同的信用风险防范措施。

(二) 银行信用

银行信用就是银行和各类金融机构以货币形式向社会各界提供的信用。银行信用是在企业信用发展到一定程度以后产生的。银行与企业、个人之间的信用是相互的：首先，银行要从企业和个人取得信用，获得企业与个人的存款，取得银行信用资本；同时，企业与个人也需要向银行取得信用，获得银行的贷款，解决资金短缺问题。一般提到的银行信用往往指后者，即银行为社会大众提供的信用融资。银行信用具有以下特点：

(1) 银行信用是以货币形式提供的间接信用，调动了社会各界的闲置资金，并为社会各界提供信用。银行以“吸收存款、给付利息”的形式获得社会各界的

信用,然后以“发放贷款、获得利息”的形式向社会各界发放信用,银行作为信用中介从中获得存贷利息差额。同时,通过银行信用,银行扮演了将社会总资本进行有效重新分配的重要角色,为社会创造了更多的财富。

(2) 由于借贷的是作为一般购买手段和支付手段的货币,而且有金融机构作为中介,所以前面说到的企业信用的局限性在银行信用这种形式下是不存在的。企业信用只能是上游企业贷给下游企业,而在银行信用中,下游企业多余的货币资金也可以贷给上游企业。例如,企业信用的成立需要借者和贷者在借贷规模上取得一致,在银行信用形式下,银行可发挥聚少成多和大额分解等职能。又如,企业信用要求借贷双方期限一致,而银行信用可发挥续短为长、灵活分配等职能。

(3) 银行信用的期限较灵活,有短期的(一年以内),有中期的(5~10年),也有长期的(10年以上),不同期限对应不同的利息率,可以根据自身的实际需要选择适合的信用期限。对于个别企业或项目所需的大额信用融资,一般也只有银行可以提供,因为银行的资金充足,而且承受信用风险的能力强。

(4) 银行信用的发生集中统一,可控性强。银行具有严格的贷款审批程序,对客户档案进行系统化管理,信用风险的防范意识强,信用风险的管理和转移手段多。

(三) 政府信用

政府信用是指政府以债务人身份,借助于债券等信用工具向社会各界筹集资金的一种信用活动。政府信用的主要形式是发行公债,企业和个人购买政府公债,这就在政府与企业、个人之间形成了一种借贷关系,即政府向企业、个人借款,通过借款来调剂政府收支不平衡,并承诺到期偿还企业和个人所购买公债的本息。政府信用的主要特点有:

(1) 政府信用的目的单一,主要是通过借款调剂政府收支不平衡,它是弥补财政赤字的重要渠道。当政府税收无法弥补财政支出时,可利用发行公债向社会大众筹资,以弥补财政赤字。政府发行公债等利用政府信用进行筹资的行为,实质上是将政府的未来税收收入提前用于支出。

(2) 政府信用的用途单一,主要用于公益事业建设,如修筑道路、水利建设、发展科教文卫事业等。政府为了促进国家或地区经济的快速发展、改善公众的社会福利,其支出的很大一部分用于公益事业建设。公益事业建设一般投资大、收益小,甚至无收益。如果没有特殊政策或者政府参与,一般投资者是不会投资公益事业项目的。此外,进行公益事业建设也是政府的主要职责。

(3) 政府信用的信用性强、信用风险小、安全性高。政府信用有政府未来的



税收收入作保证，只要不出现政治风险、政府不垮台，公债到期偿还本息的政府承诺总能实现。此外，公债利息率一般较低，略高于银行存款，政府在发行公债时都有严格的财政预算和国家审批程序，不会出现违约现象。政府形象就是国家形象，从某种意义上说，政府信用的安全性高于银行信用的安全性。

(4) 政府信用日益成为政府调节经济的重要手段。随着经济的发展，公众闲置资金的增多，公众投资意识的提高，很多行业由于过度投资都出现了泡沫。政府发行公债，可以将社会上的一部分闲置资金用于公益事业，从而减少社会上闲散资金对个别行业的冲击，起到宏观调控的作用。

(四) 消费信用

消费信用是指经营者或金融机构以生活资料为对象，向社会消费者提供的信用，一般表现为赊购、分期付款、延期付款、消费贷款等。目前，对于住房、购车以及家电等大额日常耐用品，消费者都可以采用信用消费方式。一种形式为消费者与银行直接签订消费贷款合同，银行一次性给予消费者申请的全额款项；消费者一次性交付消费品价款，然后采用分期付款的形式在一定期限内向银行偿还本息。另一种形式为经营者与银行之间先达成协议，要求消费者先用自有款项支付消费品价款的一定比例，对于剩余款项，银行将以消费品为抵押提供贷款，消费者先获得了消费品的使用权，当贷款本息全部还清后才获得消费品的所有权。这两种形式产生的消费信用风险都由金融机构承担。还有一种特殊形式是银行只负责消费品价款的分期收取，即银行是经营者的收款代理，信用风险由经营者自己承担。消费信用的主要特点有：

(1) 消费信用可以扩大需求，提高大众的消费水平，刺激经济发展，缓解消费者有限的购买力与不断提高的生活需求之间的矛盾。消费信用为消费者实现了提前消费的可能性，消费者可以利用未来的钱来提高低收入时的生活质量。

(2) 消费信用是有利的促销手段，可开拓销售市场，促进商品生产和流通。对于大件耐用消费品，现金折扣的促销手段只能使原本具有购买力的消费者在折扣的诱惑下决定购买，而通过信用的方式，原本无力购买商品的消费者具有了潜在的购买力。

(3) 消费信用容易给经济增加不稳定的因素，造成需求膨胀。

(五) 其他信用

除上述信用形式外，其他形式的信用主要包括以下几种：

(1) 民间信用。民间信用是指社会公众之间以货币形式提供的信用，是企业信用和银行信用的补充。民间信用的基础是商品经济的发展和贫富不均以及金融市场与其他信用形式的不发达。民间信用的主要存在形式有直接货币借贷、