



XINYONG DANBAO LILUN SHIJIAN YU
CHUANGXIN

信用担保理论、实践与 创新



田 天 刘长海 李海涛◎编 著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

辽宁省教育厅高校学术专著出版基金资助



XINYONG DANBAO LILUN SHIJIAN YU
CHUANGXIN

信用担保理论、实践与 创新



田 天 刘长海 李海涛◎编 著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

信用担保理论、实践与创新 / 田天, 刘长海, 李海涛编著.
—北京: 北京师范大学出版社, 2012.5
ISBN 978-7-303-14215-6

I. ①信… II. ①田…②刘…③李… III. ①贷款担保
IV. ① F830.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 037015 号

营销中心电话 010-58802181 58805532
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com.cn>
电子信箱 beishida168@126.com

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn
北京新街口外大街 19 号
邮政编码: 100875

印刷: 北京京师印务有限公司
经销: 全国新华书店
开本: 170 mm × 230 mm
印张: 35.25
字数: 583 千字
版次: 2012 年 5 月第 1 版
印次: 2012 年 5 月第 1 次印刷
定价: 70.00 元

策划编辑: 马洪立 责任编辑: 杜丽娟 郭瑜
美术编辑: 毛佳 装帧设计: 天之赋
责任校对: 李茵 责任印制: 李嘯

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

序 言

面前这本书是一部崭新的集信用担保业经营管理、风险控制、产品创新、机制完善等理论归纳与实践总结的优秀学术专著。可作为大中专院校经济类学生的专业辅修教材，更适合金融机构信贷、投资客户经理，涉及信用担保业务监管的事业单位和国家公职人员以及一般企业的经营管理者或学术科研人员等作为掌握征信、增信知识，学习金融、投资与理财，金融产品设计创新，授（受）信风险控制，信用担保经营与管理等专业技能，并提高其综合素质和管理水平的必备工具类书目。

信用担保事业在国外已经历了百余年风雨洗礼，60多个国家和地区已经分别构筑起各具特色的中小企业信用担保体系，占全球总数的48%，其理论研究成果和社会杠杆效应亦令人仰慕。信用担保作为我国坚持改革开放、发展市场经济的一个新宠儿，其诞生、抚育、培养和成长进程已近20年。截至目前，全国融资性信用担保机构已达6000余家，直接从业人数已达十余万之众。

我们一直在思考，随着信用担保逐渐演化成一类特种行业，在高等教育系列中是否应增设“信用担保学”专业或增设信用担保专业方向的课程。同时，配套于信用担保的社会实践活动热点，是否应着手培养该领域的硕士研究生或博士研究生。这是我们理论教学、科研和实务工作者应该亟待解决的课题。贵在该书践行了一次破冰之旅或称融冰之旅，的确值得称赞并令人欣慰！

该书是作者历时五年并三易其稿，充分借鉴了国内外的理论成果和先进经验，并融合了教学、科研、案例实证和规律化探索的理论与实践精髓，是“信

用担保理论、实践与创新”的智慧结晶，是一个由量变到质变的学科跨越。

第一，该书从理论上诠释了信用与信用担保的经济理论基础、法规依据和中外(含地区)信用担保业务的比较与经验借鉴。

第二，从信用担保的专业和学术层面上进行了高度地理论概括与总结。以客户经理的视角，介绍了最新的担保授信技术与产品创新问题，具体包括：依托银行金融产品衍生的担保授信品种多元化设计，反担保措施多元化、复合化的设定，以及担保授信的财务审核与评价、各行业的特点比较与设计，风控评审与模型应用等。

第三，结合担保行业的经营特点，总结了信用担保实践活动中的新思维、新模式、新机制和新方法。结合了近年来我国最新的法律法规，大容量选编了担保业务中可借鉴的典型案例。同时，从宏观层面上理论梳理并引导优化信用担保的外在生态环境，在推进信用担保信息化与模型化实证方面也进行了有益的探索。

第四，书中大量的内容是作者的原创性成果。其中，有的已经取得软件著作权，有的课题通过结项，还有近 30 篇学术论文分别公开发表在各类期刊杂志上。这些最终有机地编撰在本专著的结构体系之中。

总之，本书凝聚了作者多年的信用担保从业阅历与经验，教学结晶与科研成果。注重理论与实践，创新与提高，规范与应用，系统与侧重的有机结合。是一部值得推介的专业书籍！

中国社科院金融研究所教授、博士生导师
暨《银行家》杂志主编
王松奇

前 言

《信用担保理论、实践与创新》是一本融最新金融理论、信用担保制度、法规、操作流程、实务与案例以及现行相关财税制度为一体的应用型金融类专业书籍。

全书用科学的理论、丰富的例证、简明的结构、创新的思维、精练的论述、系统的归纳，将信用担保理论与实务予以学科化。本书适合作为大学本科层次经济类或管理类专业的学生作为专业辅修课程的教学书目，也可作为大学专科、中等专业学校和职业技术学校金融类专业的学习教材。

而对于专职的信用担保经营管理人员、银行信贷经理和投资项目经理等，本书可以起到系统把握脉络，比较行业审查特点，融合担保财税与法规，贯穿金融理论基础，紧贴操作实务的范例应用与流程指南作用。

本书之所以定义为“编著”教材或专著，说明其中有许多已成型的理论，包括统计资料、数理结果、论证过程和实践案例等，作者必须加以有效的取舍、提炼或借鉴。其蒙启范学之文目已在参考文献中加以了总体列示。在此，特别向孔署东老师、陈晓红教授、张朝元和梁雨老师、杨娟教授、屈建国和龙小宝老师、狄娜和叶小杭老师、夏敏仁和林汉川教授以及其他各位专家、学者、管理者表示崇高的敬意。同时感谢哈尔滨银行大连分行、大连银行、浦发银行大连分行、中青联合投资担保(大连)有限公司、联合创业集团有限公司、世银联控股集团有限公司、大连中鼎资讯有限公司、大连银天信息技术有限公司等单位提供的资料、数据支撑，科研、测试平台以及试验创新基地。这一切都为本书

书赋予了丰富内涵与拓展空间。

本书从编写大纲、资料汇集、理论归纳、基础论证、应用测试到形成文档,可谓是三易其稿、风雨霜寒逾五载。书中大量章节的内容作为笔者的原创性成果,已有机地编撰在本专著的构架体系之中。同时,浦银安盛书中部分章节的内容作为笔者的实践耕耘结晶,已经成功地应用在中青联合投资担保(大连)有限公司等数家信用担保机构的具体经营与管理实务中。将这些内容收录在本专著的理论框架内,希望能够及时惠及读者。

应该说,与其他类似题材的专著相比较,创新性是本书的一大亮点。其创新性论证与探索主要体现在以下四个方面:

一是依托银行金融产品衍生的担保授信品种呈现多元化。即在传统担保授信品种的基础上又探索并衍生了诸如:关税保函担保授信、保兑仓担保授信、保理融资与担保授信、供应链金融与担保授信、项目链金融与担保授信等担保新品种。

二是反担保措施呈现多元化、复合化趋势。即在传统反担保措施的基础上又探索并衍生了诸如股权质押、收益权质押、应收账款质押、公务员第三人反担保、连坐互保等信用担保风险控制的模式,体现了流程化、复合化与多极化的应用性取向。

三是体现在信用担保机制和战略营销机制的创新与积极探索方面。涉猎诸如共同(联合)担保的机制创新与运行模式、再担保的机制创新与运行模式、风险投资与信用担保的协同运作、绿色担保授信机制的构建。担保业自然灾害风险准备金的设立以及经营集约群融资与担保授信、企业集群融资与担保授信、融资租赁与担保授信等全新领域。

四是作为担保授信的财务审核与评价、各行业的特点比较与设计、风控评审与模型应用,更是本书予以关注并深层论证的核心内涵。依托于已取得了中华人民共和国软件著作权的金融管理软件,即《企业财务报表真伪鉴审及经营增值(偿债)能力分析评价系统》之需求内核,其创新思路与理论精髓已体现在相关章节的内容介绍之中。

本书的写作与出版得到了辽宁省教育厅暨辽宁师范大学各级领导的大力支持,受宠于中国社会科学院金融研究所王松奇教授的悉心指导,恩惠于《银行家》杂志社专家群体、教育部高等教育出版社王剑辉副总会计师、联合创业集团有限公司总裁张振新博士、北京联合开元投资担保有限公司总经理王光博士以及哈尔滨银行大连分行和中青联合投资担保(大连)有限公司各职能部门的鼎

力相助。得益于笔者的科研团队暨所指导的硕士研究生群体以及中国农业银行大连分行培训学校的杨莉同志；他们为本书的文献检索、资料梳理、案例测试、数理验证、编辑制图、文字校对、语句润色等系统性工作做出了突出贡献。同时，浦银安盛基金管理公司基金经理薛铮同志予以了全书数学模型的测试、校验与完善工作。在此一并表示深深的谢意！

由于水平有限，书中的错误在所难免，恳请各位读者批评指正。

目 录

第一章 信用与信用担保概论	(1)
第一节 信用理论诠释	(2)
第二节 担保理论、法规与制度	(11)
第三节 信用担保的经济学理论基础解读	(26)
第四节 信用担保与融资服务	(35)
第二章 信用担保体系的构建与发展	(48)
第一节 信用担保体系构建的社会经济基础	(48)
第二节 国外信用担保体系的比较与借鉴	(57)
第三节 构建并完善中国信用担保体系	(84)
第三章 信用担保机构的运营与管理	(101)
第一节 担保机构的运行机制与风险防范	(101)
第二节 担保机构的内部控制与经营管理	(112)
第三节 担保授信营销客户类型与导向	(128)
第四节 担保授(受)信资金的需求设计与限制	(136)
第五节 担保授信的常规业务与流程	(146)
第四章 担保授信的产品创新与应用	(170)
第一节 应收账款质押与担保授信	(170)
第二节 保理融资与担保授信	(176)
第三节 供应链、项目链金融与担保授信	(185)

第四节	产业集群、经营集群融资与担保授信·····	(192)
第五节	融资租赁与担保授信·····	(198)
第六节	股权及特种权利质押与担保授信·····	(205)
第七节	风险投资与担保公司的协同运作·····	(215)
第五章	担保授信财务审核、评价与创新·····	(226)
第一节	担保授信中财务审核、评价的基本框架·····	(226)
第二节	流动比率指标的局限性与财务评价·····	(233)
第三节	资产负债率指标动态数理分析与风险控制·····	(239)
第四节	对企业或有事项的审核与风险控制·····	(249)
第五节	关联方视角的透析与风险控制·····	(255)
第六章	担保授信审查与设计的行业比较·····	(265)
第一节	对工业企业担保授信的审查与设计·····	(265)
第二节	对商品流通企业担保授信的审查与设计·····	(275)
第三节	对房地产企业及开发项目担保授信的审查与设计·····	(280)
第四节	对建筑、安装、装修企业担保授信的审查与设计·····	(289)
第五节	对规模服务型企业担保授信的审查与设计·····	(293)
第六节	对交通运输、货运物流企业担保授信的审查与设计·····	(301)
第七节	对规模农林牧副渔养殖与生产加工企业担保授信的审查与 设计·····	(306)
第八节	对小型、微型企业和工商户担保授信的审查与设计·····	(320)
第九节	对事业单位担保授信的审查与设计·····	(324)
第十节	银行业对融资性担保机构的资信审查与准入·····	(328)
第七章	担保授信与信用担保机制创新·····	(335)
第一节	担保授信中宏观经济环境分析与判断·····	(335)
第二节	担保授信中非财务因素的分析与判断·····	(344)
第三节	绿色担保授信机制的构建·····	(354)
第四节	担保业自然灾害风险准备金的设立·····	(364)
第五节	共同担保和再担保的机制与运作模式·····	(372)
第八章	信贷评审、风控系统与模型应用·····	(390)
第一节	信用评审与风险控制系统的基礎框架·····	(390)
第二节	信用风险度量与控制的模型构建及应用·····	(393)
第三节	应用概率模型法对企业经营和信用风险的评估·····	(399)

第四节	应用因子分析法对企业盈利能力及发展潜能的评价	(405)
第五节	应用模糊数学模型对企业经营能力的综合评判	(414)
第六节	担保授信评审与风险控制管理模型	(420)
第七节	对银行“中小企业授信评审模型”的借鉴与应用	(433)
第九章	担保企业的财务核算与报表业务	(439)
第一节	企业会计核算框架与我国税收制度概况	(439)
第二节	担保企业的财务管理与会计核算	(453)
第三节	担保企业的财务报表与信息披露	(462)
第四节	担保授信业务调查报告文本指南	(484)
第五节	担保授信十五级评级指标体系借鉴	(498)
第十章	商业信用与社会信用管理	(503)
第一节	企业的信用管理与政策制定	(504)
第二节	企业信用销购的规划与控制	(513)
第三节	我国社会征信系统的现状与发展	(519)
第四节	国际通行的信用评价体系概述	(531)
第五节	美国对金融机构的“骆驼”评级体系	(535)
第六节	创新构建我国社会信用监管体系	(540)
参考文献		(548)

第一章

信用与信用担保概论

信用担保是社会信用学的一个重要范畴和领域。信用担保又称信用保证,包含了信用和担保两层含义。“信用”是指一种建立在授信人对受信人偿付承诺的信任基础上,使后者无须支付现金就可以获取商品、服务或提前获取资金融通的能力表现。可见,信用是履行承诺的能力和可信任的程度。“担保”是指担保人和债权人约定,当债务人不履行债务或承担相应责任时,由担保人按照约定履行债务或承担责任的行爲。因此,信用担保是担保人以自身的信用基础为条件,为债务人向债权人提供保障并确保债权实现的民事法律制度。信用担保体现了担保人是自身的“信用”为债务人提供担保,因此是一种人格化或称拟人化式的担保,这是其与物权或权利抵押、质押担保形式的本质区别。

一方面,信用担保属于特殊的信用中介服务,具有金融性和中介性的双重属性。按照《中国经济大百科全书》的解释,“金融”既包括货币资金与信用的融通,也包括货币资金与信用的授受。担保正是担保人将自身的信用,授予信用不足的交易一方,而促使其交易的完成。另一方面,信用担保又具有传递信息、促成交易双方成交,并通过提供此项服务而收取佣金(即保费)的中介服务性质。但与一般中介服务不同的是,信用担保还具有提升交易一方信用的信用增级作用。总之,了解这些理论基础与内涵有助于正确把握信用担保及其运作的一系列实践与创新问题。

第一节 信用理论诠释

一、信用的概念及其产生的社会经济基础

所谓“信用”(Credit),广义而言是传统社会学的范畴。《辞海》注释的第一层含义是指“谓以诚信任用人”,即信任使用;第二层含义是指遵守诺言、实践成约,以此而取得别人的信任即为有信用,否则即为无信用;如果纯粹的狭义理解,则纯属经济学范畴,是指以偿还为条件的价值运动的特殊形式。在现实社会中,信用已由原始含义的仁义、诚实的道德范畴逐步演化成为履约、交换和偿还的现代意义的经济法律范畴。

首先,信用的“主体”即行为双方当事人。授信方(债权人)作为提供融资授信、商品或服务的一方;而受信方(债务人)作为接受资金融通、商品或服务的另一方。其次,信用的“客体”即被交易的对象,是指融通资金的交易、商品交易、提供和接受劳务或服务的行为本身。最后,信用的“内容”则体现在权利和义务两个方面。授信方(债权人)以自身的资金或资信、商品、服务为依据授予或提升对方信用;而受信方(债务人)以自身的承诺或反担保措施为保证而取得他方的信用,并在一定的时间期限内进行的特殊性交易。总之,信用既是一个历史的社会范畴,又是一个现实的经济法律范畴。它的产生和发展同商品经济与货币流通紧密相连,商品经济的发展,特别是货币支付手段、流通手段、价值尺度职能的强化是信用赖以存在和发展的经济基础。

人类最早的信用活动,源自原始社会的末期。社会生产力的发展,使原始社会出现了两次社会大分工:第一次是畜牧业与原始农业的分工;第二次是手工业与农业的分工。这两次社会大分工促进了商品的生产和交换,加速了原始社会公有制的瓦解和私有制的产生。私有制的出现,造成了财富占有的不均和分化,从而出现了贫富差别。这样,因贫困而缺少生产资料和生活资料的家庭,为维持生活和继续从事生产,不得不借贷于富裕家族和部落。通过借贷调剂余缺并维系再生产活动,信用活动便随之而产生了。

最早的信用是实物信用,实物信用是以信用方式进行的物物交换。这种交换不可避免地会遇到物物交换时所带来的重重困难,从而使信用关系难以获得广泛的发展。货币的产生克服了物物交换的困难,并逐渐在信用领域里成为主要的信贷工具。随着货币支付手段、价值尺度职能的发展,实物借贷已被局限

在极其狭小的范围内；而在现代社会经济中，几乎所有的信用关系都是以货币计量为载体而构架起来的。

信用产生于商品流通，又不局限于商品流通。随着商品货币经济的深入发展，货币的支付手段职能超过了商品流通的范围；而与货币支付手段相联系的信用关系，也就不仅仅表现为商品或劳务的赊购销行为，而是日益表现为货币形式的借贷融通行为。由于货币在社会各群体组织之间的分布不均，一些群体手中积累了货币，或者一些生产流通经营企业在生产流通过程中出现了闲置的货币，需要寻找运用和增值的场所；另一些群体或企业则需要货币去从事生产流通、交换、分配和消费，从而需要通过信用形式进行货币计量形式的资源调剂与融通。这就使信用活动渗透到再生产过程的各个环节，而不仅仅受制于商品流通范围之内。

二、信用的本质特征与构成要素

1. 信用的本质特征

信用的本质特征主要表现为以下四个方面：信用是一种心理现象；信用是一种能力资源；信用是一种追求收益和效用最大化为目的的交换和融通资金活动；信用是一种有时间期限的特殊经济交易行为。

首先，信用是一种心理现象。当信用作为一种心理现象时，其心理特征和基本表现形式就是信任 and 安全感。这种心理现象最终表现为人群之间、企业之间、政体之间等社会关系总和，构成整个社会运行的良好信用环境。心理上的信任是一切信用活动形式的共同基础，是市场秩序和效率形式的前提。从这个角度来说，社会经济是一种以信用为基础和纽带进行生产、交换、分配、消费的经济形式，即信用经济。

其次，信用是一种能力资源。它是指在社会再生产过程中的各个环节，信用交易的一方以未来偿还的承诺为前提条件，获得另一方商品、劳务、资金授信或资信支持的能力。从这个角度上看，信用是一种禀赋，是一种隐形资产。信用越高这种资产派生力就越大，相应连带产生的负债也就越多，信用资产与信用负债是对应平衡的。信用是建立在诚实守信基础上，对受信人在特定期限内付款或还款心理承诺与实践相结合的意志和能力的度量衡。

再次，信用是一种以追求收益和效用最大化为目的的交换和融通资金活动。信用是指不同经济主体之间，以某种经济活动和消费需求为目的，通过信用放大生产经营规模或领域，使其自有资本收益最大化。同时，消费者通过信

用手段来透支消费,使其消费效用最大化并试图实现未来的投资式心理预期。

最后,信用是一种有时间期限的特殊经济交易行为。信用是建立在信任基础上的授受行为,受信人无须立即还款或付款便可获得资金融通、资信支持、商品或劳务。其外在可以抽象地表现为货币化的信贷行为,而信贷行为又包括商品(劳务)赊购销和货币借贷两个方面。马克思曾指出:这个运动是以偿还为条件的付出,一般地说就是借和贷的运动,即货币或商品(劳务)只是有条件的让渡的独特形式的运动。这说明,信用是一种以偿还和付息为条件的价值特殊运动,而这种特殊性表现为时间的期限性或间隔性,否则信用就没有存在的必要性了。

2. 信用构成的基本要素

以上我们揭示了信用的本质特征,这些特征实质都涵盖了信用的三个基本构成要素。即债权债务、时间期限、信用工具:

第一,债权和债务要素。任何信用关系要得以实现,必须至少有债权人和债务人两个当事人。债权人为授信者,债务人为受信者。信用的发生要以授信人对受信人的偿还承诺信任或必要的制约条件为前提。离开了债权债务关系,便不存在信用关系。

第二,时间期限(间隔)要素。信用关系不是及时交割的交易与资金融通关系。及时交割的交易关系是一手交钱,一手交货(服务),钱货(服务)两清,不存在时间期限或间隔问题。信用活动的产生,必然具有资金融通、商品、服务转移的时间期限与间隔,即债务人在其应欠的时间期限内为所获得的商品、服务和资金融通行为而付款或还款,该时间期限必须得到债权人(授信方)的认可。这是融资授信、商品、服务单方面让渡与偿还付息的基本条件和前提,也正是这一基本条件和前提的存在,使得信用活动中始终并存着一定的偿付风险即信用风险。而信用风险的存在,又衍生并促进了担保业的形成与发展。

第三,信用工具要素。信用关系的形成与发展,有三个历史阶段。第一阶段的信用关系是以口头承诺、书面凭证、账面信用为依据,尚未使用正式的信用工具。第二阶段的信用关系以正式的书立行为为依据,如供销合同、借贷合同、担保合同、抵押质押合同、施工合同、保函等,这些构成了真正的信用工具。第三阶段为信用工具流动化的阶段,如股权书证、债券、基金、权益书证、信用卡等,这是现代金融市场发展的高级信用阶段。

3. 信用、诚信、信誉三者关系

信用、诚信、信誉的关系主要表现为:信用是社会主体之间的一种交易或

契约关系，信用是互生的，既有授信方，又有受信方。而诚信是指诚实守信，是自己对他人的一种承诺，是一种行为道德规范，诚信是内生的，取决于自身的品德水准。所谓信誉是指其声望和名誉，是由外部赋予的一种评价，是一种形象标志，信誉是外生的，来自于社会的评价、推断和共识。

诚信是信用制度的思想基础和精神支柱，诚信必须从提高人们的精神追求和人格品位上去把握。诚信是每一个人的义务，而不是权利。因此，不应该把它作为一种交换和谋取功利的手段。诚信不具有商业价值的显著特征，而信誉和信用具有一定的商业价值属性。在市场经济中“信誉”是无形资产，是某些群体、组织培育并积累的特有权利，“信用”仅仅是一种交换、融通手段，是权利与义务的复合体。

在信用、诚信、信誉三者关系中，信用关系能形成三角链条，如三角债；“诚信”和“信誉”不会形成链条，也不应当形成链条。

总之，诚信、信誉需要立足于哲学、社会学、心理学去考察和评价；信用则需要立足于经济学、管理学、金融学、法学角度去考察和度量。

三、信用在现代经济社会中的作用

现代市场经济就是“信用经济”，信用在现代经济中的作用主要体现在以下五个方面。

第一，信用对生产与投资的促进作用。现代经济增长与生产发展主要是依靠资本存量的增长与技术进步，投资的增长对生产的发展具有直接的促进作用，但是投资的增长需依赖于资金的积聚和积累。从企业的角度上看，其收支分为盈余型与赤字型。如果投资的实现均需依靠自身积累完成，则只有盈余型企业才能从事投资。但盈余型企业可能会由于经营管理能力、经验条件的限制，不能有效地扩大投资。也可能那些盈余单位的投资达不到规模经济的要求，难以形成合理投资额度。而那些赤字单位，即使其投资的边际效率较高，急需资金，因自身积累有限，其投资也无法实现。显然，没有信用关系的发生，社会闲置、呆滞的资金就无法被合理有效地加以利用。这对于盈余企业与赤字企业来说，都是极为不利的。因此，信用关系的发展，可以极大地促进资金的流动与合理的分配，从而扩大生产与投资的规模，提高资金的使用效率。越是商品经济发达的社会，越需要以信用工具为发展动力。一国工商业的发达程度与该国的债务增加率是成正比的。从一国经济部门结构看，大致可分为企业部门、家庭部门与政府部门三部分。在这三个部分中，企业作为生产单位往

往是赤字部门；政府部门也是收支的赤字部门；而家庭作为一个整体部门，其收支可能构成一定时期的溢余。通过信用活动，把溢余资金加以汇集并投资于生产活动，可极大地促进生产的发展与投资效率的提高。

第二，信用对消费的促进作用。在经济日益发达的现代社会，信用对消费也具有重要影响。信用的支撑可提高消费购买力，扩大生产与就业。通过发展消费信用，资金盈余部门可以把其当前的收入通过赊销或理财方式转移给资金赤字型部门，使资金短缺者以信用形式获得消费或者不降低当前消费水平，也不必出售其资产而侵蚀未来生存能力。而盈余部门则可以将其货币溢余转移给赤字部门，推迟消费并获得额外收入。通过信用的方式可以使两者都提高消费的边际效用。显然，现代社会生产的发展、就业的增加，都离不开消费信用。从汽车、房地产、高档消费品的分期付款看，消费信用对于刺激生产的发展都有正向拉动作用。

第三，信用对企业发展的促进作用。使用信用工具，可以增加企业或者消费者的购买能力。如果只采用现金交易，许多客户会因缺少现金而无力购货或消费。对于处于竞争激烈行业的生产厂家，无不想方设法扩大生产交易量。在市场经济条件下，企业一般都愿意采取信用销售方式来扩大其销售额。因此，信用交易手段具有为企业扩展市场的特殊功能。对于一时现金周转有困难的企业，可以依靠信用工具缓解资金紧张的状况，尤其对于生产型企业，信用交易方式可以帮助它们购进更多的生产原料，从而生产更多的产品。信用具有放大市场、获得存货和各种外部供给、得到短期融资供给等杠杆乘数作用。即如果企业愿意向客户提供赊销，就可以使更多的客户愿意立即购买商品和劳务，从而实现扩大市场和吸引客户的双重目的。而当一个商业企业采取提供消费信贷的方式来扩大市场份额和吸引消费者的时候，其他企业为了保持它们的市场地位，通常也会很快引用信用杠杆手段。同消费者获得消费信贷的情况相似，企业通常也会利用供给商提供的商业信用来获得进行正常生产和经营所需要的存货。企业在维持经营和扩大业务的时候，由于现金流量和现金支付在时间上的前后差异，通常也需要使用信用来获得短期资金融通。企业还可以通过健全信用管理功能，安全地进行信用销售，并据以做出比较科学的授信决策，同时防止“三角债”的滋生与蔓延。

第四，信用对扩大市场规模的促进作用。在市场经济发展到一定阶段或时期，一个国家或地区无一例外地必须靠扩大其信用交易总额来扩大市场规模。在良好的市场信用环境下，该市场规模会因信用的交易而成倍数放大。而扩展