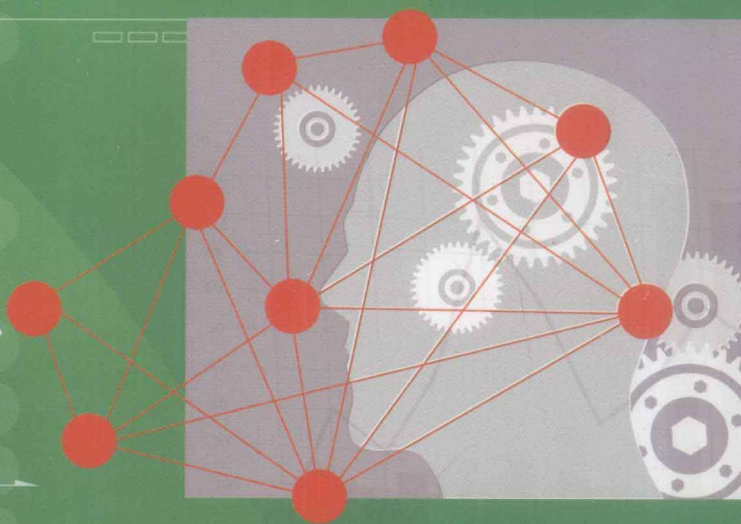


Credit Management



信用管理学

谭中明 张静 文学舟 编著

 江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS

信用管理学

谭中明 张静 文学舟 编著



图书在版编目(CIP)数据

信用管理学/谭中明,张静,文学舟编著. —镇江:
江苏大学出版社,2012.2
ISBN 978-7-81130-306-3

I. ①信… II. ①谭…②张…③文… III. ①贷款管理 IV. ①F830.51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 022983 号

内 容 简 介

市场经济是信用经济,信用是维系社会经济正常运转的基本机制之一。本书适应信用经济发展要求,着眼培养高素质信用管理人才,结合教学经验,充分吸收和反映信用理论和实践成果,系统地阐述了信用的科学内涵与基本理论,以及信用管理的基本原理、业务结构、操作规程和技术。全书共 9 章,包括信用、信用经济与信用管理、社会信用体系、信用分析技术、征信运营与征信技术标准、信用管理中介服务机构、企业信用管理、消费者信用管理、政府信用管理和信用管理环境。本书体系安排合理,逻辑严密、表述准确、内容翔实、可读性强。

本书为普通高等学校财经、管理类本科教材,也可以作为财经、管理类研究生参考用书,还可供信用行业、金融保险业等相关机构高级管理人员自学和参考之用。

信用管理学

编 著/谭中明 张 静 文学舟
策 划/杨海濒
责任编辑/杨海濒 李经晶
出版发行/江苏大学出版社
地 址/江苏省镇江市梦溪园巷 30 号(邮编:212003)
电 话/0511-84443089
传 真/0511-84446464
排 版/丹阳市华鑫印务有限公司
印 刷/丹阳市兴华印刷厂
经 销/江苏省新华书店
开 本/787 mm × 1 092 mm 1/16
印 张/15
字 数/368 千字
版 次/2012 年 2 月第 1 版 2012 年 2 月第 1 次印刷
书 号/ISBN 978-7-81130-306-3
定 价/32.00 元

如有印装质量问题请与本社发行部联系(电话:0511-84440882)

前 言

在现代社会,信用与物质资本、人力资本一起构成了三大资本形态,是生产、消费的要素,它与物质资本、人力资本有机结合,能形成高效的社会生产力,提高社会运行的整体效率。市场经济是信用经济,信用是维系社会经济正常运转的基本机制之一。个人必须拥有信用品质,企业必须树立信用观念,国家必须健全信用制度,社会必须建设信用管理体系。中国自古就崇尚“人无信不立”,给我国未来经济社会的明确提出其可”的信用思想,诚实守信构成了中华民族传统美德。市场经济体制能否顺利推行信誉的企。理论和信用管理实践经历了一个曲折发展的过程。在身世界主流经济圈的重要战略因易主要靠指令性计划维系,信用被忽视以至被排斥。在向我国市场经济体制中士的关注日益驱使,人们的思想观念和伦理道德发生着深刻变化,商能否跻身世界主流风险隐患、内幕交易、学术不端等背信现象屡禁不止,全社会面临信用危机的严峻提出。诚信缺失、不讲信用,不仅危害经济社会发展,破坏市场和社会秩序,而且损害社会公正,损害公众利益,妨碍国民经济持续健康发展和社会文明进步,给我国未来经济社会的发展埋下巨大风险隐患。可以说,信用问题是直接关系到我国市场经济体制能否顺利推进,国民经济能否持续增长,社会能否和谐发展,中国经济能否跻身世界主流经济圈的重要战略因素。

从20世纪90年代末起,信用问题开始受到一些有识之士的关注,并逐渐将信用问题提升到治国方略的高度。2002年2月召开的中央金融工作会议明确提出:“必须大力加强社会信用制度建设。要建立企业和个人征信体系,使具有良好信誉的企业和个人充分享有守信的益处和便利,使有不良记录的企业和个人声誉扫地,付出代价。”党的“十六大”报告提出:“整顿和规范市场经济秩序,健全现代市场经济的社会信用体系。”党的十六届三中全会通过的《关于建立和完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》进一步明确提出:“要增强全社会的信用意识,形成以道德为支撑,产权为基础,法律为保障的社会信用制度。”党的十六届六中全会提出:“加强政务诚信、商务诚信、社会诚信建设,增强全社会诚实守信意识。”党的十七大报告提出:“以增强诚信意识为重点,加强社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德建设。”党的十七届六中全会提出,“把诚信建设摆在突出位置,大力推进政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设,抓紧建立健全覆盖全社会的征信系统,加大对失信行为惩戒力度,在全社会广泛形成守信光荣、失信可耻的氛围。”

社会各界对信用问题的关注,中央高层对信用制度建设的重视,以及我国面临的信用缺失现状,极大地推动了学术界、教育界、业界对我国信用问题和社会信用管理体系建



设问题广泛而深入的研究,许多有价值的成果不断问世,政府有关部门和地方积极探索本部门、本地区的信用体系建设,尤其是2007年3月《国务院办公厅关于社会信用体系建设的若干意见》的发布,以及2009年10月《征信管理条例(征求意见稿)》的推出,标志着我国社会信用体系进入全面建设的新阶段。

我国的信用体系建设是从建立中小企业信用担保制度开始的。10余年来,本书作者一直关注国内外信用担保和社会信用的研究与实践的进展情况。1998年,受联合国开发计划署(UNDP)之聘,作者担任由UNDP资助的“中国小企业改革与发展”项目组成员,主笔完成了“镇江市建立中小企业信用担保基金可行性研究报告”,并协助项目组设计了被称为我国第一家中小企业信用担保机构的运行方案——镇江市中小企业信用担保中心运作方案。随后,作为团队核心成员参与完成了国家社科基金项目“中小企业信用担保研究”的研究工作。2004年,获得江苏省哲学社会科学基金资助项目“市场化背景下的社会信用管理体制研究”。随后又相继完成了江苏省高校哲学社会科学基金两项相关课题,目前承担教育部人文社会科学基金资助的两项相关项目研究任务。研究过程中,我们深切地感到造成我国信用缺失的原因固然错综复杂,除了体制、机制等制度层面深层次原因和信用主体自身信用素质、内部管理等原因外,还有一个重要的因素,那就是信用管理教育滞后,信用文化缺失。因此,要从根本上解决我国当前存在的严重背信问题,建立起高效的社会信用体系,除了要建立健全信用管理体制、机制之外,还要大力净化社会信用环境,开展信用教育,培育信用素养,提升信用管理能力,弘扬信用文化。基于这一思路,从2004年起,我们在江苏大学金融学、保险学等相关专业本科学生中开设信用管理学课程,并开始尝试在全校开设信用管理学公共选修课程。

本书试图在总结多年信用管理教学经验的基础上,以科学的现代信用理论为指导,结合我国信用管理现状,借鉴征信国家信用管理经验,构建起体系较为科学完整的信用管理学教材,将信用的科学内涵与基本理论,以及信用管理的基本原理、业务结构、操作规程和信用管理技术等呈献给读者。全书共分9章:信用、信用经济与信用管理;社会信用体系;信用管理中介服务机构;信用分析技术;征信运营与征信技术标准;企业信用管理;消费者信用管理;政府信用管理;信用管理环境。具体分工是:谭中明撰写前言、第四章、第五章、第六章,张静撰写第一章、第二章、第三章,宋俊撰写第七章,文学舟撰写第八章、第九章。全书由谭中明教授负责总纂、修改。

本书的写作借鉴、吸收了国内外许多专家、学者的研究成果,笔者对书中引用的成果或文献用脚注或参考文献的方式作了相应的说明,在此对他们谨表示至诚的谢意。

信用管理是一个全新的课题,我国信用体系建设尚处于实践探索阶段,理论研究刚刚起步,信用管理理论体系尚不够成熟,需要有志于该领域研究的理论工作者和业界人士的不懈探索。尽管我们对本书的撰写付出了很大努力,但限于学识和水平,书中仍然会存在许多不足或疏漏之处,恳请专家、读者不吝赐教和斧正。

谭中明

2012年元旦



目 录

第一章 信用、信用经济与信用管理	001
第一节 信用	001
一、信用的涵义	001
二、信用的特点	004
三、信用的基本结构	005
四、信用机制	006
五、信用的类型	008
第二节 信用经济	010
一、信用经济的概念	010
二、市场经济是信用经济	012
三、经济信用化	014
第三节 信用管理	015
一、信用管理的内涵	015
二、信用管理的宏观层次和微观层次	015
三、不同主体信用管理活动的内容	015
四、信用管理的作用	018
五、信用管理与信用活动的关系	020
本章小结·重要概念·思考与练习	
第二章 社会信用体系	023
第一节 社会信用体系的内涵和框架	023
一、社会信用体系的内涵	023
二、社会信用体系的功能	024
三、社会信用体系的框架	026
四、社会信用体系的主要内容和构成	028
第二节 征信国家的社会信用体系	030
一、美国的社会信用体系	030
二、欧洲国家的社会信用体系	036
第三节 我国社会信用体系建设和发展	038
一、我国社会信用体系建设的发展历程	038
二、我国社会信用体系建设的现状	039
三、我国社会信用体系建设的展望	041





本章小结·重要概念·思考与练习

第三章	信用管理中介服务机构	043
第一节	信用管理中介服务机构概述	043
一、	信用管理中介服务机构的范围	043
二、	信用管理中介服务行业的产生与发展	044
第二节	信用信息管理机构	046
一、	征信机构	046
二、	信用评级机构	052
第三节	信用管理服务机构	057
一、	商账追收机构	057
二、	信用保险机构	058
三、	保理机构	061
四、	信用担保机构	062
五、	信用管理咨询机构	063
	本章小结·重要概念·思考与练习	
第四章	信用分析技术	066
第一节	信用分析概述	066
一、	信用分析的意义	066
二、	信用分析标准	067
三、	信用分析原则	067
第二节	企业信用分析	069
一、	财务分析	070
二、	非财务分析	077
第三节	企业信用分析模型	079
一、	信用分析模型的演进	080
二、	信用记分模型	080
三、	巴萨利(Bazhory)模型	083
四、	营运资产分析模型	083
五、	特征分析模型	084
六、	层次分析模型	087
	本章小结·重要概念·思考与练习	
第五章	征信运营与征信技术标准	097
第一节	征信概述	097
一、	征信的概念	097
二、	征信的构成要素	098
三、	征信的种类	100
第二节	征信产品	102
一、	企业征信及其产品	102
二、	个人征信及其产品	107
第三节	征信机构的组织模式	112
一、	征信机构的组织模式	112



二、征信机构组织模式的比较·····	114
三、两种征信机构组织模式的选择·····	115
四、我国的征信机构组织模式·····	116
第四节 征信技术标准·····	119
一、征信标准概述·····	119
二、行业分类编码·····	119
三、企业和个人识别编码·····	120
四、国际主要征信机构的技术标准与信息共享·····	121
本章小结·重要概念·思考与练习	
第六章 企业信用管理·····	125
第一节 企业信用及其管理·····	125
一、企业信用形式·····	125
二、企业信用管理的含义和内容·····	126
三、企业信用管理的目标和功能·····	127
四、企业信用管理的意义·····	128
五、企业信用管理流程·····	129
第二节 企业信用政策·····	130
一、企业信用政策的概念与类型·····	130
二、信用政策的内容·····	131
三、收账政策·····	136
四、企业信用政策的评价·····	136
第四节 应收账款的管理·····	138
一、应收账款管理目标·····	138
二、应收账款管理流程·····	139
三、应收账款持有水平的控制·····	140
四、未到期应收账款的管理·····	141
五、逾期应收账款的管理·····	142
第五节 客户信用风险预警机制·····	145
一、客户信用风险预警机制的作用·····	145
二、客户信用风险预警决策支持系统·····	145
本章小结·重要概念·思考与练习	
第七章 消费者信用管理·····	150
第一节 消费者信用概述·····	150
一、消费信用及其产生·····	150
二、消费信用的主要形式·····	151
三、经营消费信用的主要机构·····	152
四、消费信用的作用·····	153
第二节 消费者信用评价·····	154
一、消费者信用评价的基本原理·····	154
二、个人信用评价方法·····	155
第三节 几种主要消费者贷款的管理·····	160



一、个人住房贷款	160
二、汽车消费贷款	165
三、助学贷款	167
第四节 消费者信用风险管理	172
一、消费信用活动的风险	172
二、消费信用风险的成因分析	173
三、消费信用风险的防范	174
本章小结·重要概念·思考与练习	
第八章 政府信用管理	178
第一节 政府信用概述	178
一、政府信用概念	178
二、政府信用的思想来源	179
三、政府信用的作用	180
四、政府信用的具体形式	181
五、政府信用建设的内容	183
第二节 政府信用监管	184
一、信用监管概述	184
二、政府信用监管的框架与内容	187
三、政府信用监管的重点	191
四、政府在社会信用体系建设中的作用	196
本章小结·重要概念·思考与练习	
第九章 信用管理环境	202
第一节 信用法律环境	202
一、信用立法概述	202
二、国外信用管理相关的法律和法规	204
三、中国信用管理的法律和法规建设	208
第二节 失信惩戒机制	210
一、失信惩戒机制概述	210
二、失信惩戒机制的作用与内容	213
第三节 信用文化环境	216
一、文化环境和社会诚信	216
二、影响社会诚信的文化因素	218
三、塑造社会诚信的信用文化要求	219
本章小结·重要概念·思考与练习	
附录一 国务院办公厅关于社会信用体系建设若干意见	222
附录二 征信管理条例	225
参考文献	231



第一章 信用、信用经济与信用管理

第一节 信用

一、信用的涵义

概念的内涵是指这一概念的本质属性的总和,是内在的、隐藏的东西,需要探索和挖掘才可以看到。在逻辑学的学术范围内,概念的“内涵”与其“外延”相对应。

“信用”的内涵就是指“信用”这一概念内在的本质属性。信用是一个常用词,用途非常广泛。经过历史演变,在不同时期、从不同角度解释,有不同的含义,其内涵是模糊而灵活多变的。

(一) 信用的定义

《现代汉语词典》中对于“信用”词条有3种解释:(1)能够履行跟人约定的事情而取得的信任;(2)不需要提供物资保证,可以按时偿付的;(3)指银行借贷或商业上的赊销、赊购。《辞海》也有3个释义:(1)信任使用;(2)遵守诺言,实践成约,从而取得别人的信任;(3)价值运动的特殊形式。《新帕格雷夫经济大辞典》给出的解释是“提供信贷意味着把对某物(如一笔钱)的财产权予以让度,以交换在将来的某一特定时刻对另外的物品(如另外一笔钱)的所有权”。多数货币银行学教材将信用定义为“以还本付息为条件让渡商品或货币的使用权的借贷行为”。有人将其定义为“获得信任的资本”,“与人类拥有的其他资本共同构成资本总和”,“与劳动力、土地、资本、技术、信息等共同参与社会资源配置,并在一定程度上持续提高社会资源的配置效率,形成社会生产力,进而促进经济增长”^①。也有人将信用定义为“行为人在经济、社会交往中恪守承诺”,在经济学意义上则可定义为“信守合约,诚实交易,摒弃机会主义行为”^②。

显然,上述定义所采用的角度各不相同,主要有以下几种:(1)社会交往的角度,包括“能够履行跟人约定的事情而取得的信任”、“信任使用”、“遵守诺言,实践成约,从而取

① 吴晶妹:《现代信用学》,中国人民大学出版社,2009年,第3页。

② 程民选:《信用的经济学分析》,中国社会科学出版社,2010年,第2页。



得别人的信任”、“恪守承诺”；(2)经济活动的角度，如“银行借贷或商业上的赊销、赊购”、“价值运动的特殊形式”、“以还本付息为条件让渡商品或货币的使用权的借贷行为”；(3)经济资源和财富的角度，即“获得信任的资本”；(4)市场交易之契约制度的角度，即“摒弃机会主义行为”。由于本书仅探讨经济领域即经济活动中所涉及的信用，因而排除社会交往角度的定义。从(2)~(4)的角度，可以挖掘出以下几点信用概念的本质属性。

1. 信用包含在经济交易活动中

包含了信用的经济交易活动外在表现为银行借贷、商业上的赊销赊购等形式，其实是财产（对应于“价值物”，包括货币与商品）的跨期交易活动。所谓“跨期”是指在交易双方主体支付对价所形成的货币流、物流之间存在时间间隔。包含了信用的经济交易活动是以偿还为条件的，受益方必须在约定的时间期限内为所获得的资金、物资、服务而付款或还款。

2. 在交易活动开始前，信用能促成交易活动

信用的存在与信任密不可分。信任度越高，经济主体对自己的行为结果会获得预期利益的信心和交易对方会保障这一利益实现的置信就越强，越能打消经济主体对跨期交易中时间间隔之下的风险的顾虑，进而有助于跨期交易的达成。所以说信用能促成经济交易活动。

3. 在交易活动开始后，信用能维护交易活动

经济交易活动的背后是经济利益的互换，关系到当事人的经济利益，各当事人都会高度重视以确保自身利益的实现。当人类交易活动超越物物交换的狭隘空间后，在所有非物物交换的领域内，利益的实现客观上面临着诸多的不确定性因素，其中一个很重要的不确定性因素是交易对手的机会主义行为。由于信息不对称，如果信息占优一方采取机会主义行为，则信息劣势一方的利益就将受到侵害。如果不能防范机会主义行为，交易将难以维持。

合约（合同、契约）就是交易活动中当事人相互约束行为和防范机会主义风险的保障，合约的条款明确记载了当事人相互之间的承诺。而“讲信用”就是要求当事人恪守这些承诺，信守合约，不违约，不毁约。在这一意义上，信用能维护交易双方的利益，有了信用，就起到了对交易的保障作用，所以说信用能够维护经济交易活动。这里，信用具有隐契约特征，表现为它并不出现在交易双方的正式契约中，而是作为一种双方心照不宣的认同。需要注意的是，“讲信用”除了要求当事人严格遵守正式的、以书面形式表现出来的合同条款等“显性合约”，而且要求当事人遵从隐藏在书面合约背后的约定俗成的“隐性合约”，如对法律制度共同遵守的合法经营规则、平等竞争原则，以及不得损害市场其他当事人合法利益的原则等。

综上所述，我们可以归纳出信用的基本概念：在经济交易活动中，关于“信守合约、诚实交易”的，可让交易主体在交易达成前获得交易对手的信任、在交易达成后摒弃机会主义行为，从而成为促成与维护交易活动成功进行的要素。

这一要素是一个多层次、多侧面的综合体。它包含如下内容：首先，它是经济交往的重要规范，是对经济主体应当“信守合约、诚实交易”的基本要求；其次，是约束经济主体“信守合约、诚实交易”的制度规则；第三，它是经济主体“信守合约、诚实交易”的主观意



愿;第四,它是经济主体“信守合约、诚实交易”的能力;另外,还是经济主体“信守合约、诚实交易”的行为,具体表现为守信与失信。信用就是这样一个伦理道德规范要素、制度规则要素、主观意愿要素、客观能力要素和守信与失信的最终结果的统一体。

从另外一个角度,又可以将信用概念作狭义、较广义和广义之分。狭义上的信用概念特指金融信用,这是金融学教材所广泛使用的概念,通常是指以偿还为条件的价值单方面转移,体现为不同所有者之间货币资金的借贷行为,反映了货币持有者以还本付息为条件,把货币暂时转让给需求者使用的债权债务关系,主要是指还款或付款承诺为内容而发生的授受信活动,如国家信用、个人(消费)信用、股份信用、债券信用等。较广义的信用概念还包括商业信用形式。商业信用是指不同所有者企业之间由于商品赊销、预付行为所引起的授受信活动,体现的是一种暂时让渡商品或提前支付的债权债务关系。广义上的信用是一种主观上的诚实守信和客观上的偿付能力的统一。其实质是遵守诺言,实践成约,取信于人。反映在经济交易中,是指经济主体之间,以谋求长期利益最大化为目的,建立在信任基础上的心理承诺与约期实践相结合的意志和能力,即隔期如约偿付的意志和不用立即付款就可获取资金、物资、服务的能力。这种意志和能力受到一个条件的约束,即受信人在其承诺的时间期限内为所获得的资金、物资、服务等进行清偿,约定的时间期限必须得到提供资金、物资、服务的授信人的认可。

(二) 信用及其相关概念辨析

在讨论信用问题时,诚信、信誉、信用等概念经常被等同地使用。事实上,这些概念相互之间既有区别,也有联系,对它们进行比较和分析有助于更好地理解信用的内涵。

(1) 诚信即诚实守信,是自己对他人的承诺,是一种行为规范;信誉指声望和名誉,是他人对自己的评价,是一种形象标识;而信用反映的是权利和义务的关系,包含在动态的经济交易过程中。

(2) 诚信是内生的,取决于自身的品德;信誉是外生的,取决于社会的评价;而信用是互生的,由交易主体(转移信用的交易主体即授信方和接受信用转移的交易主体即受信方)共同决定。

(3) 诚信是信用制度的思想基础和精神支柱,必须从提高人们的精神追求上去把握,不应当把它当做一种交换手段和牟利工具,也即诚信不具有商业价值;信誉和信用则具有商业价值,在市场上,信誉是无形资产,信用是交换手段。

(4) 诚信是每一个人的义务,而不是权利,信誉是某些人的权利,信用是权利和义务的结合。

(5) 诚信、信誉需要立足于哲学、社会学、心理学去考察,信用需要立足于经济学、管理学、金融学去考察。

(6) 人们在讨论信用问题时,主要是以诚信角度为出发点。比如,最常见的讨论信用问题的逻辑起点是“信用缺失”,其实质就是一种缺乏诚信、不遵守交易规范的行为。

需要指出的是,为了讨论问题的方便,本教材有时并不对相关概念做过多的严密区分。

(三) 信用的衍生概念

信用一词可以衍生出许多相关词汇,如信用交易、信用信息、信用行为、信用工具、信用产品等。



信用交易是指在人与人交往中没有即时获得对等交换,基于信用,约定在一个时间跨度中完成对等交换的契约。这种交易通常见于经济活动,但不限于经济活动。如传统计划经济时代国企对员工支付的即期工资比较低,但存在一种对员工各种生活保障的隐性义务。这种保障包括退休的生活费用,甚至可能是子女就业的隐性保证等。当企业开始改制,员工不得不下岗的情况下,企业需要支付大笔现金进行员工安置。这种低即期工资、多额外义务的行为就是计划经济时代政府和员工的一种信用交易。又如父母对子女的抚养事实上形成了日后子女对自己的赡养义务,这种义务某种程度上也可以视为信用交易。单从经济意义看,信用交易方式的特点是交易者通过债权债务的建立来实现商品交换或货币转移。信用行为,即与信用交易有关的各种行为。

信用信息是指与信用交易契约有关的各种信息,包括行为主体信用交易履约历史、信用交易对手间影响信用交易契约内容的各种信息,等等。

信用工具是在信用活动中产生的,证明债权债务或所有权关系的合法凭证,如信用卡、支票等。

信用产品是指与经济领域的信用交易有关的、可以在特定市场进行交易的商品。狭义上,信用产品指信用管理中介服务机构为信用交易提供的服务,如有偿的信用信息、资信评估报告等;广义上,信用产品还包括与信用有关的金融工具,如债券、信托产品等。

二、信用的特点

信用作为一种特殊的商品,与一般商品相比,具有以下特点:

(1) 作为无形资产的信用。信用不能独立存在,只能依附于企业、商号或品牌等信用载体(但同时又对后者产生巨大的反作用);由于信息的传递过程,建立信用或信誉往往需要逐渐形成;信用的“所有权”与“使用权”可以分离。

(2) 外部性。在经济活动中,经济主体信用行为特征的选择(守信或失信),不仅会对自身产生后果,还会给他人(外部)带来效应。例如,守信行为可能会对其他人产生“正面”影响,引起他人效仿,有利于形成人人守信的社会环境;反之,失信行为如果被人效仿,就会引起失信的恶性循环。如果守信行为得不到奖励,个人的守信收益就要小于社会的守信收益;反之,失信行为若得不到必要的惩罚,则失信者的失信成本就会小于社会的失信成本,这样就会产生信用关系中的“市场失败(market failure)”。其结果是守信行为倾向于减少,而失信行为倾向于增多。正因为如此,西方发达国家大多建立起健全的社会信用体系以维系良好的信用关系。

(3) 契约性。信用靠契约维系,信用总是在交易双方的认同基础上产生的,这种认同可以有形的契约,也可以是无形的契约,可以是普遍的规则认同,也可以是仅适用于双方的特例。

(4) 财产性。信用与盈利动机密切相关,实质上反映了一种财产关系,体现一种债权与债务、责任与权利关系。

(5) 未来性和预期性。带有对未来经济利益的一种心理预期和要求。正如麦克鲁所说:“每一种预期都是信用,商品信用被卖出去换取货币信用。”^①

① 康芒斯:《制度经济学(下卷)》,商务印书馆,1999年,第53页。



(6) 风险性和利益性。任何信用都表现为一种过程,即有既定的期限性、时间性,隐藏着不确定性。不确定性意味着风险性,风险性要求获得等价的价值偿付或回报。因此,信用可以说是基于信任心理而表现为多种形式,最终是为获得“价值偿付”。这种偿付包括交易中商品“物有所值”、“货真价实”、“履行契约”等诸多形式。

三、信用的基本结构

一般意义上的信用结构是指信用活动过程中所形成的各种信用要素、信用形式、信用类型的构成状态。信用的基本结构则是指经济交易活动中所产生的信用行为和信用关系内部各要素及其耦合状态,其构成要素主要包括信用主体、信用客体、信用条件、信用载体、信用内容、信用方式等。

(一) 信用主体

信用主体是指信用行为发生的当事者双方,即具有各种民事行为能力的经济主体(包括自然人和法人)。其中,转移资产、提供服务的一方为授信者(债权人),接受的一方为受信者(债务人)。在有的信用交易中,如抵押贷款,同一主体既是授信者,又是受信者,而在大多数交易中,授信者与受信者是相互分离的。授信人通过授信取得一定的权利,即在一定时间内向受信人收回一定量货币和其他资产与服务的权利,而受信人则有偿还的义务。

(二) 信用客体

信用是通过一定经济交易行为的发生来实现的,就应当有被交易的对象,即信用客体。这种被交易的对象是授信方的资产,既可以是有形的,如商品、货币等,也可以是无形的,如各种服务。如果没有被交易的对象,就不会有经济交易行为的发生,也不会有信用。

(三) 信用条件

信用条件包括时间间隔和承诺。信用意味着资产和服务的转移或者所有权和使用权的暂时分离,这就需要确定一个时间间隔,没有时间间隔,授信方无从授信并取得权利和利益,受信方也难以获信并践约,契约也难以订立,当然信用关系也就难以确立。时间间隔使得信用关系中内含不确定性因素的影响,容易诱发风险,为了减少信用风险,需要一方对另一方作出某种承诺,如还本付息的承诺、售后服务的承诺、品质保证的承诺等。

(四) 信用载体

信用及信用关系在交易中是通过信用载体反映出来的,没有载体,信用关系无所依附,信用行为无从规范,信用难以维持。信用载体可以是内化在交易行为中的价值准则,也可以是带有非正式契约性质的口头承诺或者格式化的各种信用工具;可以是抽象的,也可以是具体的。有的表现为口头信用,如血缘关系、个人权威性品质以及口头协议等,授、受信双方以诚实、信誉、信任为保证条件,明显包含道德和心理因素而以个人品质和能力为基础,具有人格化特点。有的表现为书面信用和挂账信用等具体物化形式。书面信用反映在凭证上,如信用流通工具、契约文书、发票等;挂账信用反映在账簿上。授、受信双方也需要依靠诚实、信誉、信任等条件,但其效力主要源于书面凭证的法律效力,通常以货币来计量,具有价值化特点。



（五）信用内容

在信用关系中,授信方以自身财产为基础授予对方信用,受信方则以契约或承诺为保证而取得信用。在信用行为发生过程中,授信方取得一定权利,受信方则承担着相应的义务,没有拥有的权利和承诺的义务便没有信用。因此,信用内容的实质就是信用关系各方权利和义务的内容。

（六）信用方式

信用方式指信用交易的具体表现形式,是信用活动的条件、过程及形式的集合表现。主要有借贷、商品赊销、分期付款、预付货款、延期付款、经销、代销、包销、委托、代理、担保、抵押、租赁、信托等。不同的信用方式各有其相应的信用载体。

总的来说,每一个特定的信用行为,都是由特定信用主体在一定的信用条件下借助某些信用载体转移信用客体的行为,这种转移过程表现为一定的信用方式并形成特定的信用内容。

四、信用机制

（一）信用机制的内涵

信用机制可以定义为信用意识、信用行为、信用关系、信用制度之间以特定方式和规律相互依存、相互制约而形成的内在有机联系。其中,信用意识是主体基于世界观、价值观的讲信守诺意识、信念、意志、动机以及对待社会评价的态度等内在主观因素。信用行为即信用实践活动。在市场信用交易中,信用行为具体表现为守信和失信两种行为。守信和失信直接取决于信用意识和偿还能力。受信人的信用意识和偿还能力强,就会自觉履约,恪守信用;反之,则容易发生失信行为。

信用关系是信用交易主体之间关于“信守合约、诚实交易”的承诺与信任的联系。信用关系是信用交易客观发生而形成的现实关系,是结果性的存在。良好的、稳定的信用关系趋向普遍化、经常化,就上升为一种交易规则或秩序,使信用关系制度化。这有利于规范人们的经济行为,促进市场交易秩序的形成和信用交易的发展,从而有助于信用机制的顺利运行。总之,信用关系在初始时是依赖于一种道德力量,出于利益选择或预期下的道德约束;随着商品经济发展和市场经济的确立,以及经济行为的契约化,信用关系越来越依赖于制度和法律的保障。

信用制度是约束信用主体行为和维护信用关系的一系列规范、准则等合约性安排。它是通过正式的合约性安排和非正式的合约性安排两种形式形成的。正式的合约性安排所形成的信用制度主要表现为对交易双方的行为进行约束从而保障信用秩序的各种规则和管理制度,主要是以法律约束为中心的各种交易规则,是外在的、公开的、有规则可循的层面。非正式的合约性安排所形成的信用制度是长期演化形成的,表现为非正式的规则、社会文化、习俗、交易习惯、价值准则、思想道德等,是内在的、隐性的但又是人们自然遵守的。非正式的信用制度是正式的信用制度安排的前提条件,在信用的建设中起着重要的舆论导向和道德约束作用。在信用制度体系中,正式制度是刚性的,要求人们必须严格履行;非正式制度是柔性的,要求人们能够认真遵守。两者有机统一起来形成的信用制度体系的功能在于减少市场交易中的机会主义行为,减少经济活动和联系中的不确定性,帮助人们形成稳定、可靠的预期。



信用的实现有赖于信用行为的实施和信用关系的形成,信用行为和信用关系需要内在的伦理道德约束(信用意识)和外在的规则制度(信用制度)予以保障。信用意识、信用行为、信用关系、信用制度相互耦合,便形成了信用机制。

信用机制是适应商品经济和商品交换发展内在要求的必然结果,是对经济主体的制约机制,它的建立和完善对于保证市场经济正常、稳定、有序进行提供了重要的制度保障。信用机制并非信用行为、信用关系和信用制度的简单叠加,而是市场经济社会不可或缺的、可以自我循环的信用约束和规则体系。所以从广义上看,信用机制是一种社会机制。

我国目前急需建立3种信用机制:一是资本信用机制,即在公司制度中确立资本信用的机制;二是商业信用机制,主要是合同履行、担保等方面的规范;三是资质信用机制,即行业、职业等资质、资格认证等方面的规范。

(二) 信用机制的功能

1. 约束功能

信用机制约束经济主体遵守诺言、履行约定,在获取一定利益的同时,出让相应或对等的利益,或承担一定的责任、履行一定的义务,从而实现利益或责任、义务的互置。

2. 稳定功能

信用机制的存在为人们从事社会经济活动提供了一系列规制,规范着经济主体的行为及其相互之间的信用关系,能够减少经济活动和经济交易中的不确定性,帮助人们形成稳定、可靠的预期。

3. 信任功能

信用机制奠定了社会经济交往的信任基础,而信任是现代“陌生人”之间进行经济交易的纽带,这种信任包括某个经济主体对自己的行为结果会获得预期利益的信心和交易对方会保障这一利益实现的置信。正是有了信用机制对经济活动和经济主体行为以道德、制度、法律上的有效约束和严格规范,使得信用交易范围越来越广、规模越来越大,才实现了社会经济形态由低级向高级进化。

(三) 信用机制的演变

1. 人格维持机制

在“每个人认识每个人”的封闭型经济体中,由于交通和信息条件的限制,市场较为封闭、范围小,也比较稳定。通过日常的反复接触和不断交易,市场主体之间相互认识、了解。在交易者之间相互人格认可的情况下,信用才有可能发生,且仅靠交易者的人格就可以维系信用。因为在这样的经济体内,一旦失信,不仅交易对方会停止与其交易,更为严重的是会为所有市场主体获悉,不会再有人愿意与这样的失信者进行交易,而且失信者的迁徙和融入新的经济体的成本高昂。一次失信就被逐出市场,失信的成本巨大,市场主体必然约束自己守信。

2. 抵押机制

当信用交易突破“熟人圈”之后,出现了用抵押来支撑信用。抵押是人类社会主要用来保障短期一次性信用交易的最古老和持久的信用机制。

3. 信誉机制

在长期交易中,出于对未来合作收益的考虑,交易双方都会尽量树立合作的良好信



誉,以获得对方的回报。信誉机制的惩罚措施是一旦失信损坏了信誉,交易对方就中止交易,使其失去长期合作的收益。

4. 第三方保障机制

上述信誉机制仅靠断绝交易的惩罚来维持信用,有时成本很高,致使信用交易无法进行,此时出现了借助第三方的力量来促进契约的执行的信用机制。

(1) 组织保障机制

多个类似的交易主体自发地组成团体,组织内的成员保持着密切的信息交流,一旦发现某个成员的背叛行为,所有成员迅速知晓,并将其排除在组织之外,使其永远失去在团体内从事交易的机会。这实际上是改善了信誉机制。

(2) 制度保障机制

随着商品经济的发展,市场突破了狭隘的地域限制,实现了时空的延伸,信用更多地发生在“匿名社会”。由于交易往往发生在不特定的主体之间,且市场主体又具有高度的流动性,一个人的信用状况通常难为人知,失信也难以被对方制裁,导致违约可能比守约更有利。正式制度强制性的根本作用在于改变博弈的预期收益,形成稳定的纳什合作均衡。由于预期违约会受到法律等制度的制裁,失信不仅无利可图,反而还受损失,从而理性的选择是守信。

五、信用的类型

对信用的划分标准与分类方法有很多,按行为主体不同将信用分为个人信用、(非政府)组织信用、国家信用;按信用交易的性质不同将信用分为公共信用、银行信用、商业信用和消费信用。

(一) 按行为主体分类

1. 个人信用

个人信用的行为主体中有一方或双方是自然人。由于自然人是构成社会的基本元素,是组织和国家进行社会、经济各项活动的实施者,所以个人信用既是社会经济信用的微观成分,又是整个社会信用状况的全息缩影。自然人可能作为个体经营者或企业经济活动的代理人参与经济活动,从而产生个人信用。更多的情况下,自然人是作为消费者参与经济活动的,产生一种特殊形式的个人信用——消费者信用,即企业或金融机构对消费者提供信贷产生的信用。

2. 组织信用

组织是由社会各自然人有机组成,有着特定目的和功能的集体。非政府组织包括企业、学校、医院、党派、社团等。组织在其内部构建、外部活动中涉及各种契约,自然会有各种与之相关的义务或承诺,因而也有多种涉及信用的问题。一些组织,如以信托关系为核心职能的基金会、慈善机构等,信用是其存在的基础。对从事有关鉴定见证、信息服务的中介机构,如公证机构、会计师事务所、资信评估机构、质量认证机构等,其信用则体现为对客观公正原则的遵循。在当前社会经济系统中,企业是数量最多、影响最广泛的一类非政府组织。特别是在市场经济条件下,企业的信用问题是市场信用问题的主要内容。