

新华信管理丛书 - 信用治理系列

# 信用治理

## 文化、流程与工具

Credit Governance : Culture, Process and Toolkits

■ 石晓军  
陈殿左  
著



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

信用治理系列

# 信用治理

文化、流程与工具

石晓军 陈殿左 著

机械工业出版社

作者在书中第一部分详细阐述了中国信用风险治理为什么要走企业途径。然后,在第二部分提出了企业信用风险治理的框架,在这个框架中,文化与组织设计充分地反映了“治理”而不仅仅是“管理”的思想,把信用管理的实践分成“过程”和“工具”两部分。从而避免了读者以一种简单的线性思维来认识信用管理实践,便于政策、策略的动态控制与修改。

更难能可贵的是,两位作者都有比较丰富的企业信用管理咨询的实践经验,先后为很多家著名企业操作过信用管理咨询实务,并将这些案例融入到本书,使得本书有着更强的实际借鉴意义。

### 图书在版编目(CIP)数据

信用治理:文化、流程与工具/石晓军,陈殿左著.

—北京:机械工业出版社,2003.11

(信用治理系列)

ISBN 7-111-13068-5

I. 信... II. ①石...②陈... III. 企业管理—信用

IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 099362 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑:陈海娟 封面设计:鞠 杨

责任印制:施 红

北京铭成印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2004 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

1000mm×1400mm B5·11 875 印张·2 插页·325 千字

0 001—4 000 册

定价:36.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话(010)68993821、88379646

封面无防伪标均为盗版

# 总 序

石晓军和陈殿左两位先生完成了他们的大作《信用治理——文化、流程与工具》，来求序。作为我国目前最大的专业信用信息咨询服务公司，新华信自 1992 年成立以来，已经走过了 10 年的风风雨雨了，而本人作为该公司的主要创始人之一，这些年来一直在中国信用事业的第一线摸爬滚打，我想我还是能够为这件事说几句话的。

首先，我非常同意本书提出的核心观点：中国的信用风险治理要走企业途径（本书第五章）。这也是我这些年来在实际工作中的一个感受。企业作为中国经济中最重要的主体，它既是中国信用风险的主要承受者、管理者也是产生者，如果它的信用管理水平得到了很好的提高，同时又严于律己，我想中国的信用现状必定会得到很大的改观。同时，只要中国的企业能够将信用管理作为一项重要战略加以切实地实行，自然能够带动中国信用信息服务业的发展。有需求就会有市场，有市场就能够促进该市场中企业的发展。说到底，中国信用信息服务业的发展，核心是拉动中国企业对信用信息的需求，这也要依靠企业途径。

其次，我也非常同意本书提出的核心概念：信用风险治理。就我个人的经验来看，“信用风险治理”要比“企业信用风险管理”来得准确，这是因为，企业的信用风险管理，尤其在中国，它不是在原有的管理架构中添加一项新职能的简单过程，它涉及到更深层次的制度问题，比如本书第三章提出的 3 大制度前提：明晰产权、矫正信息不对称、稳定预期。只有在综合考虑这些公司治理结构方面的基本问题的条件下，信用风险的管理职能才能够真正实现。如果不是这样，企业即使设了信用管理部门也无济于事。基于这样的认识，本书的书名标以“信用治理”，并在第二部分着重突出信用“文化”建设，都反映了作者在这方面的深刻认识。

第三，我很欣赏本书提出的企业信用风险治理的框架。本书第八章提出的企业信用风险治理的框架是本书第二部分的纲目，我认为这个框架是有一定突破意义的。首先，我很欣赏作者没有迷信于国外权威，没有把国外的模式直接搬到中国；我同时也很欣赏他们

在坚实的理论基础上构建新的框架，没有天马行空地标新立异。在这个框架中，文化与组织设计充分地反映了“治理”而不仅仅是“管理”的思想，把信用管理的实践分成“过程”和“工具”两部分也是恰当的，这样做避免了以一种简单的线性思维来认识信用管理实践，便于政策、策略的动态控制与修改。

第四，我相信这本书对中国的企业会大有裨益的。本书的第一部分实际上是在论证它的核心命题——中国的信用风险治理应该走企业途径，这部分有观点（第三章、第五章、第六章）、有事实（第一章、第二章、第四章、第七章），反映了作者对信用的研究颇为深入，常有发人深省之论，决无人云亦云之谈；同时，这部分资料搜罗周详，条分缕析，反映了作者对此书的写作颇费心思。本书的第二部分给出了企业信用治理机制设计的完整内容。从框架、原则到文化、过程、工具与案例，将理论知识的娴熟与实践经验的丰富熔于一炉。这一部分展示了企业信用风险管理实践中的一些实用的技巧，比如第十章提出的组织设计及激励约束机制设计方法、第十一章提出的信用信息获取技巧、第十二章提出的信用风险要素分析方法、第十四章提出的信用分析方法、第十五章提出的信用风险度量方法、第十六章提出的信用决策方法、第十七章提出的信用风险的价值链管理的流程。更难能可贵的是，两位作者都有比较丰富的企业信用管理咨询的实战经验，先后为很多家著名企业操作过信用管理咨询实务，并将这些案例融入到本书的第二部分，使得这一部分有着更强的实际借鉴意义。

正是莺飞草长、满眼韶华的五月时节，北京、中国、我们的党和我们的人民正在经历着“非典”灾难的磨砺，我不仅相信我们一定能够打赢这场没有硝烟的硬仗；我也坚信我们的祖国一定能够克服一切艰难险阻，因为我们的民族是一个伟大的民族；同样，我也坚信我们一定能够治理好中国的信用风险，因为我们的企业是善于学习、勇于创新的企业！

是为序。

另外，作者特别嘱咐我加上一笔，读者如有宝贵意见，可发E-mail到：[sxjstein@sina.com](mailto:sxjstein@sina.com)。

张世卿

2003年11月

# 目 录

---

## 总序

|                         |   |
|-------------------------|---|
| 第一部分 中国信用治理应走企业途径 ..... | 1 |
|-------------------------|---|

|                     |   |
|---------------------|---|
| 第一章 理解信用与信用风险 ..... | 3 |
|---------------------|---|

|                  |   |
|------------------|---|
| 第一节 对信用的理解 ..... | 3 |
|------------------|---|

|                          |   |
|--------------------------|---|
| 第二节 信用风险的狭义界定与基本特性 ..... | 9 |
|--------------------------|---|

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 第二章 全球性信用问题：从美国到中国 ..... | 23 |
|--------------------------|----|

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| 第一节 美国：非理性繁荣的遗产——资产缩水与信用风险<br>蔓延 ..... | 23 |
|----------------------------------------|----|

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 第二节 中国：渗透到每一个毛孔的信用问题 ..... | 35 |
|----------------------------|----|

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 第三章 我国信用风险产生的原因：产权、信息不对称、<br>预期及其他 ..... | 50 |
|------------------------------------------|----|

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 第四章 信用风险治理的制度变迁 ..... | 59 |
|-----------------------|----|

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 第一节 奴隶社会与封建社会信用风险治理：近乎野蛮的<br>人身惩罚 ..... | 59 |
|-----------------------------------------|----|

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 第二节 信用风险治理的文明化：破产法的萌芽 ..... | 60 |
|-----------------------------|----|

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 第三节 工业经济兴起阶段信用风险治理：以国家<br>信用为基础 ..... | 61 |
|---------------------------------------|----|

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 第四节 现代信用风险治理的美国模式 ..... | 65 |
|-------------------------|----|

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 第五章 我国信用风险发展阶段、治理制度变迁与企业<br>途径 ..... | 74 |
|--------------------------------------|----|

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| 第一节 20 世纪 80 年代到 90 年代初：信用风险第一次爆发 |  |
|-----------------------------------|--|

|                                                   |            |
|---------------------------------------------------|------------|
| 阶段 .....                                          | 74         |
| 第二节 20 世纪 90 年代中后期：信用风险蔓延与制度建设起步<br>阶段 .....      | 77         |
| 第三节 20 世纪 90 年代末期以来：信用风险集中爆发与整体治理<br>方案研讨阶段 ..... | 79         |
| 第四节 对政府主导型的信用体系建设模式的几点质疑 .....                    | 84         |
| 第五节 中国信用风险治理的企业途径 .....                           | 86         |
| <b>第六章 信息不对称、信用风险与信用风险管理 .....</b>                | <b>91</b>  |
| 第一节 信用市场中的信息不对称：直观考察 .....                        | 92         |
| 第二节 信用风险集中、分散化困境与专业化悖论 .....                      | 95         |
| <b>第七章 我国企业的信用风险管理的实证分析 .....</b>                 | <b>108</b> |
| 第一节 1999 年调查结果分析 .....                            | 108        |
| 第二节 2001 年调查结果分析 .....                            | 120        |
| <b>第二部分 中国企业信用治理微观机制设计与案例 .....</b>               | <b>129</b> |
| <b>第八章 企业信用风险治理机制的原则与框架 .....</b>                 | <b>131</b> |
| 第一节 原则 .....                                      | 131        |
| 第二节 总体框架 .....                                    | 139        |
| <b>第九章 信用文化与信用政策规范 .....</b>                      | <b>145</b> |
| 第一节 对企业文化的基本认识 .....                              | 145        |
| 第二节 企业信用文化的主要内容 .....                             | 147        |
| 第三节 保证信用文化与信用政策规范发挥作用的方法 .....                    | 161        |
| <b>第十章 信用治理的组织设计与激励约束 .....</b>                   | <b>171</b> |
| 第一节 信用管理部门设置的四种模式 .....                           | 171        |
| 第二节 信用部门和销售部门的协调 .....                            | 179        |
| 第三节 信用管理部门的内部组织设计 .....                           | 184        |
| 第四节 报告流程框架 .....                                  | 190        |

|             |                             |     |
|-------------|-----------------------------|-----|
| <b>第十一章</b> | <b>信用信息渠道特征比较及我国企业的策略</b>   | 194 |
| 第一节         | 需要的信息                       | 194 |
| 第二节         | 可能的渠道                       | 195 |
| 第三节         | 宏观与中观信息获取的可靠性与成本            | 196 |
| 第四节         | 通过官方渠道获取微观信息的可靠性与成本         | 197 |
| 第五节         | 通过外部服务机构获取微观信息的可靠性与成本       | 198 |
| 第六节         | 通过内部渠道获取微观信息的可靠性与成本         | 206 |
| 第七节         | 三种渠道的比较与中国企业的战略             | 209 |
| 第八节         | 信用信息渠道与监控体系的创新              | 210 |
| 第九节         | 行业信用状况报告                    | 214 |
| <b>第十二章</b> | <b>信用风险要素分析方法与案例</b>        | 229 |
| 第一节         | 宏观层面的影响要素分析                 | 229 |
| 第二节         | 中观层面的分析                     | 233 |
| 第三节         | 微观层面的要素分析                   | 238 |
| 第四节         | 个人层面的分析                     | 252 |
| <b>第十三章</b> | <b>组织与流程设计综合案例</b>          | 256 |
| 第一节         | 概述                          | 256 |
| 第二节         | B 工程公司管理现状剖析：信用风险的内部根源      | 258 |
| 第三节         | 主观因素和现有流程：信用风险原因的微观层面       | 264 |
| 第四节         | B 工程公司信用风险管理体系的建立           | 268 |
| <b>第十四章</b> | <b>基于企业财务数据的信用分析</b>        | 280 |
| 第一节         | 三大类主流信用分析方法及比较              | 281 |
| 第二节         | 适用于我国的基于主成分 - 判别分析的企业信用分析模型 | 292 |
| 第三节         | 财务操纵常见手法识别                  | 307 |
| <b>第十五章</b> | <b>企业信用风险分解与度量方法及案例</b>     | 315 |
| 第一节         | 销售风险度量                      | 318 |



|             |                           |            |
|-------------|---------------------------|------------|
| 第二节         | 经营风险度量 .....              | 322        |
| 第三节         | 财务风险度量 .....              | 324        |
| 第四节         | 行业风险度量 .....              | 326        |
| 第五节         | 企业信用风险指数 .....            | 333        |
| <b>第十六章</b> | <b>企业信用决策的基本方法 .....</b>  | <b>335</b> |
| 第一节         | 信用标准：基本的信用给予决策 .....      | 336        |
| 第二节         | 信用条件的选择 .....             | 338        |
| 第三节         | 信用额度的确定 .....             | 343        |
| <b>第十七章</b> | <b>企业信用风险的价值链管理 .....</b> | <b>347</b> |
| 第一节         | 新客户授信 .....               | 350        |
| 第二节         | 应收账款跟踪管理 .....            | 355        |
| <b>致谢</b>   | <b>.....</b>              | <b>369</b> |

# 第一部分

中国信用治理应走企业途径



# 第一章 理解信用与信用风险

时间就是金钱。信用就是金钱。

——本杰明·富兰克林

## 提要

- 至少可以从伦理、经济、法律和货币四个角度来理解信用。
- 狭义的信用风险是指：一项债权不能或者不能及时实现而给债权人带来的可能损失。
- 信用风险的基本特征有：非对称性、累计性、系统性、内源性。

## 第一节 对信用的理解

人类历史发展到今天，“信用”这个词已经包含着极其丰富的内涵。它可能是人类认识中最为复杂、最难以捉摸的概念之一，“一些事物仅仅存在于人们的头脑中，在所有的这些事物中，没有哪一件比信用更加古怪，更加微妙；信用从来不是强迫的，而是自觉自愿的，依赖于期望与担心这样一些感情；信用常常不用争取而自行出现，又总是无缘无故地消失；而且信用一旦丧失，就很难完全恢复……信用非常类似于，而且在很多场合就如同是，人们靠管理国家的才智以及战场上的勇猛和指挥才能赢得的声誉与名望。精明强干的政治家与杰出优异的船长，会因为一些倒霉的偶然事件，一时失误或运气不佳而名誉受污，失去众人的爱戴，但是只要他有卓越的才能、真正的本领，名誉迟早是会恢复的。同样，信用虽然会暂时黯然失色，在困境中挣扎，但是只要它有可靠而坚实的基础，在某种程度上也能够得到恢复。”对信用的真正含义的认识，仁者见仁，智者见智，可以从不同的角度进行探究，本书认为在通常意义上，我们至少可以从4个角度来理解“信用”。

## 一、从伦理的角度

从伦理角度理解“信用”，它实际上是指“信守诺言”的一种道德品质。

人们在日常生活中讲的“诚信”、“可信”、“讲信用”、“一诺千金”、“答应的事一定办到”、“君子一言，驷马难追”实际上反映的就是这个层面的意思。从这个层面来看信用，它对一个国家、一个民族都是至关重要的，因为一个社会只有讲信用，才能够形成一个良好的社会“信任结构”(trust structure)，而这个信任结构是一个社会正常运转的重要基础。人们会发现“相互信任同服从、仁爱、友谊和交谈一样，是把一国人民联系和维系在一起必不可少的条件”<sup>1</sup>，齐美尔也指出：“没有人们之间相互享有的普遍信任，社会本身将会瓦解。……现代生活是建立在对他人的诚实的信任基础上的，这一点的重要性要远比人们通常认识到的程度大得多。”可以说没有一个社会不强调与褒奖伦理层面的守信的道德，在我国，崇尚信用的风尚有几千年的传统，《论语》中“信”字出现了38次，频次虽然低于仁(109次)、礼(74次)；但是高于描述道德规范的多数词汇，如善(36次)、义(24次)、敬(21次)、勇(16次)、耻(16次)。比如：“自古皆有死，民无信而不立”；“大德不官，大道不器，大信不约”；“言必行，行必果”，“与国人交，止于信”等。在西方社会，守信同样也是人们奉行的道德圭臬，《圣经》中关于信用、信任的词汇也出现了几十次之多。<sup>2</sup>

从企业的商业伦理角度来看信用的含义，狄乔治<sup>3</sup>提供了独特的见解：他认为诚信(integrity)行为既指与自身所接受的最高行为规范相一致的行为，也是指将伦理道德要求的规范加于自身的行为。他指出了诚信行为的最大特点是：道德规范是“自加的和自愿接受的”，所以对企业这个“非道德神话”的主体而言，“要强调商家及其最高管理层的自律”。更为重要的是，他限定了诚信行为的范围，至少要以伦理上“无可非议的、正当的正面价值”为最低的道德底线，也就是说企业“自身所接受的最高行为规范”至少要低于这个底线。

## 二、从经济的角度

从经济的角度理解“信用”，它实际上是指“借”和“贷”的关系。信用实际上是指“在一段限定的时间内获得一笔钱的预期”<sup>4</sup>。

你借得一笔钱、一批货物(赊销)，实际上就相当于你得到了对方的一个“有期限的信用额度”，你之所以能够得到了对方的这个“有期限的信用额度”，大部分是因为对方对你的信任，有时也可能是因为战略考虑和其他的因素不得已而为之。从经济的角度理解信用有着丰富的层次，至少可以从国家、银行、企业、个人几个层次来理解。

国家信用至少包含着这样的两层意思，首先是国家和国家之间的借贷关系，即所谓的主权债务，如著名的布雷迪债券、美国 20 世纪 80 年代对拉美国家的贷款、我国对亚洲和非洲一些国家和地区的低息贷款、日本的海外协力基金贷款、世界银行贷款等。其次表现在国家政府与本国的企业与居民之间的借贷关系，政府发行国债，由企业和居民购买，这实际是政府先向企业和居民借到一笔钱，然后进行投资，并在到期时偿以本息。

银行与企业、个人之间得信用是相互的。银行要从企业或个人取得信用，也就是要向企业或个人借到钱，这是它们的生存之根基。同时，企业与个人也需要向银行取得信用，企业可用它解燃眉之急，或投资扩张等；个人可用它应不时之需，提高生活质量等。

企业与企业、个人之间的信用，主要体现在两个方面，一是商业信用(也称交易信用，即 trade credit)，或者可以称之为 B-B 的信用，它主要是指企业与企业之间的非现金交易，也就是人们常说的赊销，我们不要简单地将赊销对象只看成是一些有形的商品，如汽车零配件供应商提供的一批零件；它实际上也可以是一个工程，比如建筑公司完成了一幢大厦的建筑，工程款尚未完全收回，这时该建筑公司赊出去的不仅是在这幢大厦建筑中的预垫的资金、材料，同时还有在建筑过程中的劳动；甚至还可以是一些无形的服务、智力产品等，比如管理咨询公司提供的咨询服务等。二是企业与个人之间的信用，也可以称之为

BC 的信用,这种形式的信用在我们的日常生活中是很常见的,比如我们的手机消费通常都是一种信用消费,我们总是在本月缴纳上个月的费用,中国移动甚至可以允许你拖欠 2 个月的话费。

### 三、从法律的角度

从法律的角度理解“信用”,它实际上有两层含义,一是指当事人之间的一种关系,但凡“契约”规定的双方的权利和义务不是当时交割的,存在时滞,就存在信用;第二层含义是指双方当事人按照“契约”规定享有的权利和肩负的义务。

在这个层面上理解信用有两点需要注意。一是这个“契约”,我们可以把这个契约看成是狭义的经济合同,小到两个企业之间的供货合同,大到两个国家之间的数以亿元计的债务;也可以看成是广义的社会契约,比如你和你的父母之间的契约关系,你的父母有抚养你成人的义务,你也有赡养你的父母的义务。二是这个“契约”的另外一个非常重要的特点,这是构成法律上的信用的必要条件,那就是非即时交割。如果权利和义务的实现是同时进行的,那么就不会构成信用,这两者之间必须存在一定的时间差才会出现信用。

### 四、从货币的角度

在信用创造学派的眼中,信用就是货币,货币就是信用;信用创造货币;信用形成资本。

在货币金融学中有一个重要的流派,即以 18 世纪的约翰·劳为先驱、以 19 世纪的麦克鲁德、韩以及 20 世纪的熊彼特等人为代表的“信用创造学派”。在这一学派的眼中,信用就是货币,货币就是信用。约翰·劳说:“信用是必要的,也是有用的,信用量增加与货币量的增加有同样的效果,即它们同样能产生财富、兴盛商业。”“通过银行所进行的信用创造,能在一年之内比从事十年贸易所增加的货币量多得多。所以,法国如欲富庶,实在有求助于信用的必要;

不然，比之于利用信用的其他列强，法国即将陷入贫弱的状况。”“只要货币丰富，即能够创造一国之繁荣；只要有信用设施（他主要指银行等），即可以供应丰富之货币，给经济以最初的冲击；依靠这种冲击，就能够为法国产出大量的财富。”约翰·劳的基本逻辑是这样的：货币就是财富——货币不必是金银，而以土地、公债、股票等为保证所发行的纸币为最好——纸币是银行的一种信用——银行通过供给这种信用，就可提供丰富的货币——给经济以最初的冲击——依靠这种冲击，就可以使国家富强、经济繁荣；总之，信用即货币；货币即财富，即资本。

麦克鲁德在他的《信用的理论》中指出：“人们以生产物与劳务和人交换，而换得货币，此货币既不能用以果腹，也不能用以蔽体，然而人们却乐于用其生产物与劳务换取货币，这是为什么呢？就是因为换得货币以后，可在需要之时，凭以换取所需之物的缘故。所以，货币的本质不过是向他人要求生产物与劳务的权利或符号，从而实为一种信用”，“因此，金银货币也可以正确地称之为金属信用。”麦克鲁德认为信用与货币两者的本质是一致的，信用的创造就是货币的增加，两者可以统一于“通货”的概念之下，只是在程度上有所不同：（1）信用只有单一的价值，但是货币却有多数的价值或者一般的价值，信用只是对某个人的要求权，但是货币却是对一般商品的要求权；（2）信用只有特殊的不确定的价值（因为债务人死亡或者破产，信用就变得没有价值了），而货币则有持久的价值。

韩被公认为信用创造理论的代表人物，他于1920年发表了《银行信用之国民经济的理论》，影响很大。他是这样论述信用就是货币的：“为了支付的目的，从一人转让给他人的支票或者存款划条，就法律的观点来看，自然只是兑取货币的凭证，但从经济的观点来看，只要它需要兑换成本位货币而完成了货币的功能，则它就不只是兑取货币的凭证，而实是货币本身。”“向银行兑取货币的凭证，只要它确实可靠，为任何人所愿意接受，则它就被当作货币而流通了。”韩的理论重点在于阐明了信用能够形成资本。



他认为信用愈扩，利率愈低，资本商品的生产就愈多，从而资本也就愈能形成；相反，信用愈缩，利率愈高，资本商品的生产即愈少，从而资本即不易形成。他的著名命题就是：“资本形成不是储蓄的结果，而是信用提供的结果。”“假如说需求对生产是第一性的，那么信用提供对资本形成也是第一性的。若是没有信用提供则任何资本商品都不能够生产，因而资本形成就不可能。信用供给之能引起资本形成，恰如需求之引起生产一样”。<sup>5</sup>

熊彼特则指出：“更有用的方法可能是从信用交易着手，把资本主义金融看成是一种清算制度，它抵消债权债务，将差额转移到下期——使得‘货币’支付成为特殊情况，没有任何特殊的根本重要性。换言之，从实际上和分析上来讲，一种信用货币理论可能要优于一种货币信用理论。”

其他的一些著名经济学家也做过相似意义上的评说。罗宾逊夫人就曾经明确地指出：“货币实际上就是信用问题。”瑞典学派的代表人物魏克塞尔也认为：“严格地说，我们可以断定，一切货币——包括金属货币——都是信用货币。这是因为直接促使发生价值的力，总是在于流动工具收受者的信心，在于他相信借此能够获得一定数目的商品。不过纸币只享有纯粹的地方信用，而贵金属则多少是在国际范围内被接受的。但是一切只是一个程度上的问题。”<sup>6</sup>

在本小节的最后，让我们共同温习一下本杰明·富兰克林的那段关于信用的名言吧，让我们每个人都细细地品味一下蕴涵在其中的“以近乎经典的纯粹性包含着”的“资本主义精神”<sup>7</sup>，以及“信用”与“(劳动)时间”几乎同等的重要性：

“要记住，时间就是金钱。一个通过自己一天劳作可以挣到10先令的人，如果游逛或闲坐半天，尽管他在玩乐或消闲中只花了6便士，也不应以此算作全部开销；因为他实际上还花掉了或者不如说还另外扔掉了5先令。

“要记住，信用就是金钱。如果一个人把他的钱放在我这里，逾期不取回，那就是将利息，或者是在那段时间用这一笔钱可以得到的一切给了我。只要这个人信用好、信誉高，而且善于用钱，这