

信 用 经 济 丛 书

个人信用管理

刘戒骄 编著



个人消费信用分析
个人资产评估
信用卡与个人信用
个人综合消费信贷和
信用消费、住房贷款
美国、英国的个人信用制度

对外经济贸易大学出版社

信用经济丛书

个人信用管理

刘戒骄 编著

对外经济贸易大学出版社

(京)新登字 182 号

图书在版编目 (CIP) 数据

个人信用管理/刘戒骄编著. —北京: 对外经济贸易
大学出版社, 2003

(信用经济丛书)

ISBN 7-81078-255-X

I. 个... II. 刘... III. 消费信用—信贷管理
IV. F830. 589

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 061968 号

© 2003 年 对外经济贸易大学出版社出版发行
版权所有 翻印必究

个人信用管理

刘戒骄 编著
责任编辑 李 艺

对外经济贸易大学出版社
北京市朝阳区惠新东街 12 号 邮政编码: 100029
网址: <http://www.uibep.com>

北京顺义振华印刷厂印装 新华书店北京发行所发行
成品尺寸: 140mm × 203mm 14.25 印张 370 千字
2003 年 8 月北京第 1 版 2003 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 7-81078-255-X/F·150
印数: 0 001—5 000 册 定价: 25.00 元

前 言

虽然信用交易的规模和复杂程度在过去的几十年间发生了巨大变化，但信用并不是一个新概念。

有人考证，信用早在中国古代的西周时期和西方的古希腊时期便已经存在。作为世界文明古国之一，中国素有“童叟无欺、诚实守信”的美德。但是，长期自给自足的经济体系和淡漠的商品交换意识，使中国传统文化更强调信用的品德层次，更重视用道德去约束人的行为。

《论语·颜渊》中子贡与孔子有一段对话。子曰：足食，足兵，民信之矣。子贡曰：必不得已而去，于斯三者何先？曰：去兵。子贡曰：必不得已而去，于斯二者何先？曰：去食。自古皆有死，民无信不立。这段对话的意思是说，治理国家要靠充足的粮食、强大的军队和人民的信任。如果迫不得已一定要去掉其中的一项，孔子选择去掉军队；如果迫不得已一定要再去掉一项，孔子选择去掉粮食。由此，不难看出孔子对信用的重视程度。

但是，建立在市场经济基础上的信用则发源于19世纪的英国和20世纪初的美国，其标志是征信公司的出现。自那时起，信用开始成为现代文明社会不可缺少的、相对独立的经济范畴和社会生活现象。

英文的信用（Credit）一词来自拉丁文“Credere”，意思是信赖。当卖方将产品转交给同意日后付款的买方时，就存在对买方的信赖，即买方不用立即付款就可获取资金、物资或服务。从古至今，信用的拉丁文含义——信赖，已经随着一个个案例而具有了新的含义。

本书所说的消费信用是从属于商品和货币关系的一个经济范畴，与道德范畴下的信用有所不同。在传统的信用文化中，信用只是作为一种美德广为传诵，把信用作为一种观念仅仅用道德去约束。而现代市场经济更强调当事人履行信用承诺的能力，把信用看作是建立在信任（Trust）基础上的一种能力，即无须立即付款就可以获取资金、物资或服务的能力。因此，信用不仅是一种美德，而且是一种商品；不仅是一种意愿，而且是一种建立在个人净资产和对未来收入预期基础上的支付能力。

在现代市场经济中，信用消费是指金融机构为购买消费品的客户提供的一种信贷业务，它以消费者未来的偿付能力为放款基础，旨在通过信贷方式预支远期消费能力，来刺激或满足个人及其家庭的消费需求。消费信贷借助于金融机构提供的信贷资金，解决潜在需求和有效需求不足的矛盾，支持消费者购买消费品或进行消费活动，从而把居民的潜在消费需求转变为信用支持的有效需求。

消费信用分析的重点涉及品德（Character）、能力（Capacity）、资金（Capital）、周期状态（Cycle Conditions）和抵押担保（Collateral）几个方面。其中，品德反映个人的人格和道德水准，表明其偿还债务的意愿，可以根据其生活习惯、职业道德、偿还债务的习惯和是否存在恶性索赔等因素加以判断。其它四个指标反映债务人偿还债务或保证偿还债务的能力。在现代信用体制下，特别是存在个人破产制度的国家，偿还能力是比偿还意愿更重要的指标。一个人，如果有偿还意愿而缺乏偿还能力，则债权人的利益仍然没有保障。

对经济史多少有一些了解的人们不会不知道，世界文明国家实行市场经济体制的一个基本法则是强调对消费者的保护，对供给者滥用强势地位的限制和制裁。这个原则不仅适用于信用消费，而且得到了淋漓尽致的贯彻。

历史经验表明，消费信贷是经济发展到一定阶段的必然产物。

在这个阶段，居民对一般商品的需求已经饱和，对耐用消费品的需求增长，但受收入限制绝大多数消费者难以一次付清货款，需要借助于消费信贷这个金融手段将潜在需求转化为现实消费，促进社会再生产的良性循环。从国外情况来看，世界上最早的消费信贷由英国在 17 世纪 20 年代推出，但是直到二战以后才在西方国家取得迅速发展。

从 20 世纪 90 年代中后期开始，长期困扰我国经济的消费品短缺被买方市场所替代，人们的消费结构随着收入的提高而发生改变。习惯于传统消费方式的我国，开始面临如何跨越信用制度建设的门槛从而进入信用消费时代的挑战。在迅速崛起的信用消费中，如何加强对信用交易中处于弱势地位的消费者的保护，使中国的消费者能够像世界文明国家的消费者那样享受低廉价格基础上的良好信贷服务，恐怕是中国迎接这个挑战必须考虑的首要问题。

写到这里，不禁使我想起美国传教士何天爵（Holcombe, Chester, 1844 - 1912）讲的一个故事。何天爵 1869 年来到中国，1885 年回国，1895 年出版《真正的中国佬》一书。在该书的前言中他写到：有一位偏居山区一隅的老太太，孤身独处而怡然自乐。夏日的一天，一位陌生人来到她家门前，要一杯水喝。当听说陌生人家住波士顿城时，老太太吃惊地叫喊起来，“天哪！您在那么遥远的地方该有多么孤独！”在她的想像中，波士顿是一片蛮荒之地，只有她那风吹雨淋的小木屋，才是她的天地和宇宙中心。

与这位老太太类似，长期以来我们习惯于用自己建立的一套标准模式去评判有别于我们的经济体制，包括消费信用体制。至于他人错误与否，关键是看他们的做法是否与我们的模式背道而驰。20 多年的改革开放实践，使我们认识到借鉴市场经济地区经验的重要性。吸取他们开展消费信用的做法，对于完善我国的信用消费体系大有益处。

时下，一谈到信用，人们总是首先想到信用的需求者——受信

人信用缺失的危害，强调对借款人信用信息的采集和监控。在本书的写作中，作者强烈地体验到，对信用体系的这种理解可能与何天爵笔下的老太太对波士顿的想法别无二致。

必须承认，中国的商业银行和其他一些企业所提供的信用消费服务，无论价格还是品种，都远远没有达到消费者所期望、供给者有能力达到的公平合理状态。我国的信用消费对消费者的保护还有很大的改进余地。

第一，加强对消费者知情权的保护。目前，我国对消费者是否有权知道自己的信用历史，是否可以要求信用报告机构修改、更正或取消已有的记录，信用报告机构可以将不利于消费者的资料保存多久，哪些机构或个人有权知道消费者的信用资料等方面，还缺乏明确规定。而发达国家早在几十年前甚至更早就对此有了严格规定。

例如，美国 1971 年生效的公平信用报告法（Fair Credit Reporting Act, FCRA）规定，当事人有权取得自身的资信调查报告副本，有权了解任何一家信用局对自己信用状况的评价及依据，有权对报告中记载的负面信息进行申诉。根据 FCRA 的规定，如果信用发放者根据信用报告而作出不给予当事人信用的决定，即使信用报告机构对这个决定只负有部分责任，信用发放者也必须将这个决定连同信用报告机构的名称及地址以书面形式通知当事人。关于信用报告的使用，如果是就业方面的使用者，信用报告机构必须提供 2 年之内所有使用者的名单。如果是其他方面的使用者，信用报告机构必须提供 6 个月之内所有使用者的名单。如果信用发放者不是根据信用报告机构的报告而作出拒绝发放消费者信用的决定，则信用发放者必须在作出决定的 60 天内以书面形式通知消费者其资料的来源。

第二，加强对消费者隐私权的保护。消费者与银行往来时，为取得贷款，通常会依银行的要求而提供各种证明其经济状况和身份。这些资料对金融机构有重大的价值，如果未能妥善保密而以商

业交易方式提供给其他机构而获得利益，无疑将使消费者的身份和财务等秘密资料遭到不可预期的第三人的利用。其结果，不仅可能使消费者隐私权遭受损害，而且可能造成其财产、安全上的损害。

美国《平等信用机会法》的有关规定值得我们借鉴。例如，该法要求授信机构在对信用申请人进行调查和数据分析的基础上做出的授信，不得因申请人的性别、婚姻状态、种族、宗教信仰、年龄等因素做出歧视性的授信决定，不允许将性别和婚姻状态用于信用评级打分系统。再如，该法允许授信人询问申请人支付多少比例的赡养费和定期取得的生活费。如果申请人不依靠赡养费和定期取得的生活费来支付，申请人可以拒绝回答。

因此，对信用申请人进行调查和资信评估，必须明确区分个人隐私数据和合法征信数据，达到既保护消费者的隐私权不受侵犯，又让资信行业从业人员的业务工作有法可依的目的。

第三，积极推进消费信贷管制改革，使商业银行和其他消费信贷经营者能够在贷款利率、贷款期限、还款方式等方面向消费者提供丰富多样的选择。

消费信贷面向的群体较为广泛，居民对金融服务的需求也比企业需求更细致灵活。现行的各商业银行统一按着人民银行规定的模式设计金融产品的体制，不仅不能满足消费者多样化的需求，而且成为我国消费信贷发展的障碍，并与我国经济体制的改革方向相违。例如，根据人民银行的规定，目前我国商业银行用信贷资金发放的个人住房贷款利率，5年以下（含5年）年利率为4.77%，5-30年的年利率为5.04%。其中贷款期限6年和30年执行同一利率，根据笔者掌握的有限资料，在世界上恐怕绝无仅有。更令人难以思议的是，在与时俱进和电信按秒计费的年代，远比电信计费简单的住房贷款利率却按年度来调整。根据我国利率政策的规定，在利率下调时，贷款人不是在利率调整的同时，而只能在下年初改按降低后的利率还款。

在本书中，读者可以看到我国香港、台湾和世界上许多国家都允许消费信贷的经营者，根据市场供求和贷款人承担的风险程度灵活确定贷款利率、贷款期限和还款方式。随着经济全球化的推进，特别是外资银行和其他金融机构的进入，我国商业银行业将承受更多的压力和风险。如果继续维持目前这种僵化的消费信贷管制体制，限制商业银行根据客户和市场需求提供新产品的自主权，就不可能在品种、价格、机构设置等方面推出有竞争力的金融产品。

第四，借鉴市场经济国家的通行做法，合理规范借款人和贷款人之间的责任划分，改变目前借款人责任过重的格局。这里我们仅以信用卡挂失前后的责任分担问题为例来说明。信用卡挂失与银行向各特约商户发放止付名单之间往往存在着一个时间差，而大量的信用卡挂失后被盗用都是利用了这个时间差。

我国台湾 2001 年 5 月公布的《信用卡定型化契约范本》规定，持卡人办理挂失手续前被冒用的自负额，最高不得超过 3 000 元新台币。如果持卡人在办理挂失手续前 24 小时内被冒用，或持卡人 2 年内没有失卡纪录，或冒用者的签名与持卡人签名显著不同，则持卡人可免于负担被冒用的自负额。持卡人自办理挂失停用手续时起被冒用所发生的损失，概由发卡行负担。

而我国内地发卡银行的信用卡章程却无一例外地规定，对于持卡人挂失前的损失，均由持卡人承担。对于挂失后的责任，我国内地仅广东发展银行的广发卡实行卡片挂失即时生效，其他银行均规定从挂失起到挂失后的 24 小时内或挂失起到挂失的次日 24 点前的风险仍由持卡人承担。显然，与我国台湾的规定相比，我国内地的规定加重了持卡人的责任。

持卡人的挂失是对其遗失行为的一种弥补，在其履行了挂失手续之后，应当说已经尽到该尽的义务，其过失责任也应该因此解除。但是，由于银行多以经持卡人签名同意的章程为借口，来要求持卡人承担在挂失后一天之内的损失责任。对于这种经营者给消费

者施加过多责任的行为，应当通过法律方式加以规范。

第五，尽快建立自然人破产制度。信用消费和自然人破产是一对孪生兄弟。信用消费越发展，对建立完善的自然人破产制度的需求越迫切。自然人破产制度将债务人和债权人置于平等的法律地位，对无力还贷的消费者提供一个合法的解脱方式，并在更广阔的领域促进市场交易及其相应的法律制度的理性发展。在自然人破产申请获准后，破产人的债务可以获得豁免，以解决不是有心而是能力不足的欠账不还。但是，破产人要为此付出一定的代价。例如，自然人破产以后，他的信用记录将在若干年内保留这个事件，在一定的期限内不得进行高消费，不能购置房产、汽车等高档物品，甚至对于日常的生活标准也做出严格的限制，并在进行消费信贷时给予更严格的条件。

在信用消费发达的国家，个人破产制度对社会稳定起着十分重要的作用，可以说是一个重要的社会安全阀。在我国内地，信用消费的迅速发展正在历史性地改变着交易者之间的关系，越来越多的承担无限责任的自然人将加入债务人的行列。这个变化，必将促使立法的天平向平衡保护债权人和债务人的方向移动。

探究当前我国信用消费体制存在的问题及其改革路径不是本书的重点。相反，本书力图从消费者视角出发，分析当前我国信用消费中一些切关消费者利益的敏感问题，以辅助他们的信用消费决策。为了使读者有一个观察、评判的参照系，本书还介绍了美国、英国和我国香港、台湾等地完善信用消费的一些做法，并通过专栏形式向读者提供大容量、有深度的信息。

作者难以忘怀的是，本书伴随着进入新世纪的两场战争而完稿。一场是硝烟弥漫的“倒萨”战争，一场是人类与 SARS 之间没有硝烟的抗争。如果把失信比喻为导致 SARS 的冠状病毒，那么健全的信用体系就是失信这个病毒的天敌。人类对抗 SARS 所取得的初步胜利，有理由使我国的消费者坚信，信用消费一定能在与失信

的较量中得到发展，消费者利益一定能够在不断完善的体制中得到更好地保护。

作者是以学习和研究的方式进行本书写作的。国务院发展研究中心市场经济研究所的邓郁松先生无私地提供了他和他的同事完成的有关信用问题的研究报告。我的同事张其仔、余晖、郭朝先、丁毅提供了非常富有价值的帮助。对外经济贸易大学出版社李艺编辑耐心而细致的校阅减少了体例和内容上的错漏，使本书的逻辑和表述更简洁、清晰。

在写作过程中，作者参考、引用了散见于有关著作、报刊、网站中的研究成果和资料，能够确定来源的都一一作了注明。作者希望本书能够对准备搭载信用消费这趟列车的消费者有所帮助，成为他们了解信用消费知识、掌握信用消费技巧和提高信用消费决策能力的有效读物。对于本书的错误与不足之处，希望读者批评、指正。

刘戒骄

2003年仲夏于北京嘉莲苑

jiejiaoliu@163.com

目 录

第一章 导论	(1)
第一节 信用	(2)
一、信用的含义及由来	(3)
二、信用的类别和形式：公共信用与私人信用	(6)
三、信用销售：偿还能力与偿还意愿	(7)
四、信用风险	(10)
五、个人信用联合征信	(16)
六、信用销售的意义	(18)
第二节 分期付款买卖与信用消费	(19)
一、信用消费的产生	(19)
二、消费者、消费者信用和消费者破产	(23)
三、香港的消费者破产程序	(27)
四、消费者信用的功能	(35)
第三节 个人信用运作架构	(38)
一、个人信用评估的运作框架	(38)
二、个人信用评估在中国的发展	(42)
三、完善个人信用制度的措施	(46)
第二章 美国、英国的个人信用制度	(49)
第一节 美国的个人信用制度	(50)
一、信用消费的产生	(50)
二、主要消费信贷种类	(54)
三、美国的消费者信用管理制度	(59)

四、消费者信息保护标准指导纲领	(74)
五、美国的个人信用报告和信用评估制度	(79)
六、信用评分的广泛使用及其带来的问题	(90)
第二节 英国的个人信用消费制度	(95)
一、英国的消费信贷	(95)
二、英国资料保护法概要	(99)
第三章 个人消费信用分析	(103)
第一节 个人信用评估	(103)
一、个人信用的定性判断	(104)
二、个人信用的定量评估	(108)
三、个人信用定量评估模型的含义：英国的经验	(116)
四、个人信用档案	(123)
五、积极提升个人信用等级	(126)
第二节 信用风险等级和信用度量	(127)
一、信用风险等级	(128)
二、典型信用评级机构及评级代号	(131)
三、信用分析的程序	(133)
四、信用分析中的财务指标	(134)
五、信用组合和信用风险的分散化	(137)
第三节 客户信用分析方法	(141)
一、专家判断法	(142)
二、美国货币监理署 (OCC) 的评级方法	(145)
三、Altman 的 z 计分模型	(148)
四、巴萨利模型和营运资产模型	(155)
五、特征分析模型	(157)
第四节 主要资信公司简介	(161)
一、大公国际资信评估有限公司	(161)

二、中国诚信信用管理公司	(161)
三、中贸远大商务咨询有限公司	(162)
四、联合资信评估有限公司	(163)
五、上海资信有限公司	(164)
六、上海远东资信评估有限公司	(164)
七、鹏元资信评估有限公司	(165)
第四章 个人资产评估	(166)
第一节 个人资产评估概述	(166)
一、资产评估的概念及实质	(167)
二、市场价格和公开市场价格的区别	(169)
三、个人资产负债表	(172)
四、个人资产评估的特点	(175)
五、资产估价标准与评估方法体系	(176)
第二节 资产评估方法	(181)
一、资产评估的市场法	(181)
二、资产评估的成本法	(185)
三、资产评估的收益法	(188)
四、资产评估方法的比较和选择	(191)
第三节 个人房地产评估	(193)
一、影响房地产价格的因素	(193)
二、房产产权类别及其对价格的影响	(198)
三、房地产价格评估机构资格等级分类	(200)
四、房地产评估程序	(202)
五、某房产评估报告示例	(209)
第五章 信用卡	(214)
第一节 信用卡概说	(215)

一、信用卡的由来及其在中国的兴起·····	(215)
二、我国的信用卡法律体系·····	(220)
三、信用卡合同及当事人之间的关系·····	(223)
四、人民银行《信用卡业务管理办法》的规定·····	(230)
五、信用卡保证人的担保责任范围·····	(236)
六、信用卡担保与最高额担保·····	(240)
七、信用卡挂失前后的责任负担·····	(242)
八、信用卡与个人信用·····	(248)
第二节 信用卡国际组织及法国的信用卡·····	(249)
一、信用卡国际组织·····	(249)
二、法国的银行卡业务·····	(252)
第三节 中国的信用卡·····	(259)
一、“银联”标识卡·····	(259)
二、中国工商银行的牡丹卡·····	(262)
三、中国建设银行的龙卡——国际卡·····	(264)
四、中国银行的长城卡·····	(267)
五、广东发展银行的广发信用卡·····	(270)
六、上海浦东发展银行的东方卡·····	(273)
第六章 个人综合消费信贷和汽车信贷·····	(278)
第一节 个人消费信贷的发展及风险防范·····	(278)
一、个人消费信贷：发展中的问题·····	(278)
二、个人消费信贷中的风险防范·····	(286)
第二节 个人综合消费贷款·····	(289)
一、工商银行的个人消费贷款·····	(290)
二、中国银行的个人消费信贷·····	(293)
三、建设银行的个人消费信贷·····	(300)
四、北京市商业银行的个人消费信贷·····	(303)

第三节 个人汽车消费信贷	(308)
一、汽车消费信贷的兴起	(309)
二、个人汽车消费贷款的运作	(312)
三、台湾的汽车消费贷款	(323)
四、工商银行的汽车消费贷款	(325)
五、中国银行的汽车消费贷款	(327)
六、建设银行的汽车消费贷款	(328)
七、招商银行的个人汽车消费贷款	(330)
第四节 信用消费中的几个法律问题	(331)
一、个人消费信贷合同的性质与特征	(331)
二、借款合同中的格式条款	(333)
三、消费信贷合同的担保	(334)
四、消费者信贷中的权利保护	(344)
五、保留所有权条款的法律性质	(345)
六、分期付款销售中的抗辩权	(346)
第七章 信用消费：住房贷款	(349)
第一节 住房贷款的种类、利率与还款能力	(350)
一、住房贷款能力及银行的衡量标准	(350)
二、房地产抵押贷款的种类	(354)
三、固定利率房贷和指数利率房贷	(357)
四、楼花与现房贷款方式的差异	(364)
五、担保贷款与按揭贷款的差异	(366)
六、个人住房贷款的利率	(367)
七、借款合同如何变更、解除或终止	(370)
第二节 个人住房贷款的流程与担保	(376)
一、个人住房商业贷款流程	(377)
二、个人住房公积金贷款流程	(379)

三、个人住房组合贷款申请程序·····	(382)
四、住房贷款担保·····	(382)
五、哪些房产不能作抵押·····	(385)
六、个人住房装修贷款·····	(387)
第三节 等额本息与等额本金还款方式的比较·····	(390)
一、等额本息还款方式·····	(391)
二、等额本金还款方式·····	(393)
三、两种还款方式的比较·····	(394)
四、还款途径·····	(395)
五、个人住房贷款业务创新·····	(399)
第四节 住房抵押贷款的证券化·····	(402)
一、资产证券化的含义与初衷·····	(402)
二、资产证券化的法律环境·····	(407)
三、房地产是资产证券化的突破口·····	(407)
附录 ·····	(411)
附录 1: 个人住房贷款管理办法 ·····	(411)
附录 2: 深圳市个人信用征信及信用评级管理办法 ·····	(418)
附录 3: 银行卡业务管理办法 ·····	(423)
参考文献 ·····	(436)