



中国近代 征信业研究

孙文娜 胡继成◎著



人民出版社

中国近代 征信业研究

孙文娜 胡继成◎著



人 民 出 版 社

策划编辑:郑海燕

责任编辑:孟雪

封面设计:胡欣欣

责任校对:刘青

图书在版编目(CIP)数据

中国近代征信业研究/孙文娜,胡继成著. —北京:人民出版社,2018.5
ISBN 978-7-01-018846-1

I. ①中… II. ①孙…②胡… III. ①信用制度-研究-中国-近代
IV. ①F832.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第011112号

中国近代征信业研究

ZHONGGUO JINDAI ZHENGXINYE YANJIU

孙文娜 胡继成 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街99号)

北京市文林印务有限公司印刷 新华书店经销

2018年5月第1版 2018年5月北京第1次印刷

开本:710毫米×1000毫米 1/16 印张:20

字数:230千字

ISBN 978-7-01-018846-1

定价:28.00元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街99号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042



目 录

导 论	1
第一章 中国近代征信业产生的历史背景	32
第一节 中国近代征信业产生的外部条件	37
第二节 中国近代商业对征信的内在需求	61
第三节 中国近代银行对征信的内在需求	64
第二章 银行调查部的成立及运作	79
第一节 银行调查部的成立	79
第二节 银行调查部的调查内容	83
第三节 银行调查部的调查途径	95
第四节 银行调查部的组织机构	100
第三章 中国征信所的成立及运作	111
第一节 中国征信所的成立	111
第二节 中国征信所的服务对象	120



第三节	中国征信所的业务	133
第四节	中国征信所的调查途径	140
第五节	中国征信所的行业合作性质	153
第六节	银行调查部与中国征信所之间的关系	157
第四章	联合征信所的成立及运作	169
第一节	联合征信所的成立	170
第二节	联合征信所的服务对象	175
第三节	联合征信所的调查途径	203
第四节	联合征信所的公共征信机构属性	210
第五节	联合征信所的组织形式	216
第六节	联合征信所与中国征信所的比较	218
第五章	中美两国征信业比较	228
第一节	中美两国征信业规模比较	228
第二节	中美两国征信业业务比较	238
第六章	中国近代征信业的作用	255
第一节	近代征信机构的共同作用	256
第二节	近代征信机构各自的独特作用	266
第七章	对近代征信业的认识及启示	270
第一节	征信业演变与银行业务之间的关系	270
第二节	对中国近代征信业的评价	275

第三节 对当代征信业的启示	280
附 录	285
附录 A 金城银行调查表	285
附录 B 各银行调查部职责	289
附录 C 中国征信所调查报告书	297
附录 D 联合征信所调查报告书	299
附录 E 联合征信所铺保、保人调查内容	304
附录 F 中国征信所委托调查书	304
附录 G 联合征信所委托书	305
参考文献	306
后 记	324

导 论

一、研究原因及意义

(一) 研究原因

征信是指“对企业、事业单位等组织的信用信息和个人的信用信息进行采集、整理、保存、加工,并向信息使用者提供的活动”^①。征信业是由征信机构组成的行业。当代中国征信业搜集、加工信息,主要为银行确定借款者的信用服务,无论是中国人民银行的征信中心还是鹏元征信有限公司、中诚信征信有限公司等商业征信公司,它们的主要服务对象都是银行,包括现在讨论最热烈的 P2P 网贷平台以及小额贷款公司加入中国人民银行征信中心,这些仍然没有摆脱征信业为信贷服务这个模式。征信可以降低信贷市场上的信息不对称,促进银行对借款人的了解,使资金能够流向有较高还款能

^① 2013 年颁布的《征信业管理条例》对“征信”的规定。



力的企业和个人。德国经济学家尼古拉·杰因茨称“征信是信用市场上有决定意义的信息中介——没有它,巨量的放贷活动会难以为继”^①。目前中国拉动经济要靠增加消费,当出口、消费、投资这三驾马车中出口、投资这两项无法继续增加时,拉动经济增长的任务就落到了消费头上,要增加消费、提高个人信用贷款的数量,个人征信的建立是一个必不可少的条件。另外,P2P 网络贷款、小额信贷都在中国如火如荼展开,贷款人无法准确判断借款人信用程度是束缚这两种业务发展的瓶颈,加快征信体系建设是解决这些问题的关键。

不但借贷业务需要征信,股票、债券等金融工具的发行,也需要征信机构为投资者提供该金融工具的信息,以节省投资者自己搜集信息并判断信息的时间和财务成本,而且征信机构专业化的服务,可以为投资者提供更为准确的信息,即使经济知识积累并不完善的投资者依据 AAA 或 AA 等这些简单符号,也可以作出投资的决策。

在美国,不熟悉的批发商、零售商进行交易时,可以查询征信信息,企业招聘员工可以查询员工的征信信息,房屋租赁前也会查询租房者的信用信息……通过征信,交易者可以迅速、便捷地获得对方的信息,促进交易的完成。可以看出,任何涉及信息不对称问题的交易时,都可以依靠征信完成交易。而且征信业具有记录交易者不诚信行为的作用,这可以对不诚信的交易者构成震慑,促使他们诚实守信。由此可见,征信具有降

^① 尼古拉·杰因茨:《金融隐私——征信制度国际比较》,中国金融出版社 2009 年版,第 232 页。

低交易成本、促进交易完成的作用,它的应用范围非常广泛。

2014年6月14日,国务院发布《社会信用体系建设规划纲要(2014—2020)》,其中重要一项就是“加快征信系统建设”。2015年年初,央行向8家征信机构发布通知,要求其做好个人征信业务的准备工作,如何建设征信体系是摆在政府面前的问题,目前中国已经形成了1家公共征信机构——中国人民银行征信中心和150家其他征信机构共存的局面。未来征信的重担应该落在谁的肩上呢?是由政府主导的中国人民银行征信中心承担?还是市场主导的私营征信机构承担?抑或是二者共同承担?那么任务如何分配呢?本书希望对近代征信业进行研究,从中寻找解决这些问题的一些参考和借鉴。

中国近代征信业的主体由三种征信机构组成——银行调查部、中国征信所和联合征信所,它们分别是各银行自己设立的、银行之间联合设立的和政府指导下设立的。三种征信机构中,银行调查部首先成立,1919年上海商业储蓄银行最早成立调查部,随后金城银行、大陆银行、浙江兴业银行、中国实业银行、交通银行、中国银行、“北四行”也都成立了自己的调查部。1932年由19家银行为基本会员的中国征信所成立。以上机构都是银行根据业务需求自发形成的。20世纪30年代中期以后,国民政府对金融的垄断日益加强,1945年在金融统治机构四联总处的指导下,联合征信所成立,这是中国第一家由国家设立的征信机构。可见,中国近代既有市场化运作的私营征信机构——银行调查部和中国征信所,又有政府设立的公共征信机构——联合征信所。



借鉴国外先进经验是中国知识进步的一方面,但是国外的人文、政治、法律、科技等环境与中国有较大区别,而近代中国与当代中国可谓一脉相承,由于路径依赖的特性,借鉴中国历史也是当代征信业吸取经验、总结教训的有效途径。历史的作用就是为当代服务,只有纵观历史,才能把握征信业的脉络。从中国近代征信业的发展中吸取一些经验和教训,从而为当代征信业的发展提供借鉴和帮助是本书写作的目的。另外,笔者发现对中国近代征信业的总体研究较少,对征信业产生原因、调查内容、调查途径,征信机构是如何传递信息、储存信息以及征信业的作用等问题研究不够深入,因此本书以中国近代征信业为主题进行研究。

(二) 研究意义

第一,中国近代征信业的研究以单个征信机构为主,中国征信所研究较多,银行调查部和联合征信所的研究比较薄弱,本书运用大量的档案资料,对这三种征信机构为主体形成的征信业进行分析,这样的研究数量较少,因此本书对于中国征信业研究的扩展具有较高的学术价值。

第二,吴承明谈到美国征信业的发展过程时,指出“征信事业之发展与银行业务方式之演变关系甚巨”^①。中国近代征信业主要为银行服务,银行兴起后,企业申请贷款,银行得到对企业的信用信息主要通过两种渠道:一种是银行自己设

^① 吴承明:《近代征信事业之发展》,《中央银行月报》1947年第2卷第9期,第2页。

立调查部进行调查,另一种是通过专门征信机构获得客户的信用信息。因此中国的征信业也与银行业务关系密切。对近代征信业的研究可以从一个新的视角来观察中国近代银行业务发展的情况,以及银行是如何进行风险防范和如何把握当时经济形势的。

第三,目前中国正在积极建立征信机构和完善相关配套设施,2014年6月14日,国务院发布《社会信用体系建设规划纲要(2014—2020)》,2015年1月5日,中国人民银行印发《关于做好个人征信业务准备工作的通知》,要求8家机构做好个人征信业务的准备工作,本书希望通过对近代征信业的分析,探讨征信运行的基本规律,为中国当代征信业的发展做一点贡献。

第四,中国作为发展中国家,向欧美发达国家学习是中国的传统,近代征信业也是从外国引进的,本书希望通过对近代征信业如何传入中国、如何融入中国传统社会进行研究,为中国从国外引进先进制度和先进经验提供一些借鉴。

二、相关概念和理论

在本书开始论述之前,有如下基本概念和相关理论需要说明。

(一) 相关概念

1. 信息不对称

信息不对称指交易双方拥有的信息不同,交易双方是完全不同的个体,因此会出现双方互不了解的情况。信息不对



称包含在人们生产生活的各个方面。其中主要分为两种：

(1) 商业活动中的信息不对称。人类发展到一定阶段产生了社会分工,因此交易主体不相同,拥有的信息不同,再加上随着经济发展,交易范围逐渐扩大,人们从一个村落或一个地区的交易,发展到全国乃至全球范围内的交易,从而信息不对称成为制约商业活动的重要因素。即使是一手交钱一手交货的简单交易,买者对于商品的质量也不如卖者清楚,卖者可能以次充好。钱货分离的信用交易,买者先把钱给卖者,会担心卖者商品质量是否合格、卖者能否按时交货等;买者收到货后再付钱,这时卖者会担心买者能否按时付钱,总之,交易双方由于信息缺乏,各种揣测随之而来。

(2) 信贷活动中的信息不对称。信贷中的信息不对称包括借款前的信息不对称——逆向选择、借款后的信息不对称——道德风险。银行对借款人的经济状况、借款企业项目的风险等因素没有借款人自己了解得透彻,借款人为得到借款可能夸大收益或故意隐瞒经营过程的漏洞。银行只能按照市场上借款人的平均风险水平来确定贷款利率。对于信用较高的借款人来说,银行收取的利率高于其预期,而对于信用较低的借款人来说,银行收取的利率低于其预期,因此高信用的借款人退出,借贷市场上便只留下低信用的借款人。道德风险是指借贷交易发生后的风险。贷款后,银行很难对每个借款人进行及时有效的监督。借款人可能为了追求高收益而改变投资项目,从事高风险的投资,投资成功,借款人便利用了低于项目风险的利息获得额外收入,投资失败,银行贷款无法正常归还。这种风险与收益不对

称的投资,使银行处于弱势地位。

由于信息不对称的存在,获取信息需要花费时间、精力和金钱,信息获取费用促成了征信机构的出现,征信机构可以搜集、分析和传递信息,进而解决交易双方信息不对称,例如信贷中,通过对借款者贷款前和贷款后详细观察可以较多地了解借款者的信息,防止信息不对称的发生。每家金融机构或个人在作出投资或信贷决定时,都需要花费时间、精力去对众多的企业、个人和市场状态的信息进行搜集,征信机构的出现,可以避免每个信息需求者都花费成本去获取信息这样的重复劳动,征信机构可以把搜集到的同一个信息传递给有信贷需求的个人(企业或金融机构),也可以传递给有投资需求的个人(企业或金融机构),这样可以降低成本,有利于资源配置。

2. 征信

信息是保证交易行为顺利进行的重要因素,当交易双方获得对方更多的信息时,会更容易预测他人的行为与自身利益的重合度,而重合度越高也就越容易保证交易的完成。所以需要征信机构来征集信用信息是因为信息数量足够大,获取信息的成本较高,因此信息搜集的任务需要专门机构来完成。通过征信机构搜集和传递的信息,可以降低参与各方的信息不对称,进而降低交易成本。例如,甲公司的信息散落在A银行、B银行、报纸、法院等多种地方,征信机构的作用是把散落在各处关于甲公司的信息整合起来,交由专业人员对整合的信息进行科学分析,最终形成关于甲公司的综合报告。



即征信业务的流程是:采集数据→分析数据→形成信用报告。

征信机构分为以下几类:

(1)从产权角度来划分,有公共征信机构和私营征信机构。公共征信机构是指由政府建立的主要承担公共服务职能、不以营利为目的的征信机构,它依靠行政力量实现信息搜集。公共征信机构以外的统称为私营征信机构。

(2)从调查对象来划分,有个人征信机构、企业征信机构和综合性征信机构。个人征信机构搜集个人信息,企业征信机构搜集企业信息。综合性征信机构既搜集个人征信信息,也搜集企业征信信息。

(3)从服务对象来划分,有银行征信、商业征信、雇佣征信及其他征信。银行征信为银行信贷服务,商业征信为商业交易服务,雇佣征信为企事业单位雇佣员工服务。

征信业务中需要遵循的原则有:

(1)真实性原则,即在征信过程中,征信机构应适当客观地搜集原始的、真实的资料,以保证所采集信用信息的真实性,因为信息的真实性是征信工作的基础,只有信息准确无误,才能客观地反映被征信人的信用状况,保证对被征信人的公平。征信机构应基于独立的第三方立场搜集、整理信息,对信用报告的内容,不妥下结论,在信用报告中要摒弃虚伪偏袒的成分,以保持客观中立的立场。

(2)全面性原则,指征信工作要做到资料全面、内容完整。被征信人的性格、人际关系、财务、资产、生产、管理、行销、员工关系和经济环境等要素都在不同程度上影响着被征

信人的信用水平。征信信息既包括正面信息,也包括负面信息。正面信息指客户正常的基本信息、财产、贷款、赊销、所处行业等信息;负面信息指客户欠款、破产、诉讼、离婚、行政处罚等信息。正面信息和负面信息的全面采集,能够综合、全面地反映客户的信用状况。

(3)及时性原则,指征信机构尽量采集被征信人最新的信用记录,反映其最新的信用状况,及时的信息是判断被征信人此时信用的关键因素,关系到征信机构的生命力,征信机构通常用信息更新频率来评估一个征信机构的信息是否准确、及时,企业信息时刻变化,征信机构应当根据企业经营情况的变化及时更新自己的数据。

(4)隐私和商业秘密保护原则,对被征信人隐私或商业秘密进行保护是征信机构最基本的职业道德。征信机构应建立严格的业务规章和内控制度,谨慎处理信用信息,保障被征信人的信用信息安全。当代法律规定,禁止征信机构采集个人的宗教信仰、基因、指纹、血型、疾病和病史信息以及法律、行政法规规定禁止采集的其他个人信息。征信机构应严格遵守隐私和商业秘密保护原则,才能促使信息提供者提供信息,并保证征信活动的顺利开展。

3. 信息的特征

信息具有共享性,信息可以在同一时点上为多个人所利用,信息产品的使用价值为购买者获得时,销售者并没有失去它,这与普通商品不同,普通商品销售后,销售者失去商品的使用价值,但是信息这个商品不会,信息具有共享性,信息出



售后,只要买方不自愿放弃信息内容的使用权和所有权,他还能再次出售该信息,使得同一信息为多个人使用,这不会降低信息的使用价值。信息的获取费用是征信行业出现的基础,在没有征信机构时,以银行为代表的债权人需要自己去搜寻债务人的信用信息,而且近代金融机构为分散风险,存在多家银行、票号和钱庄都向一家企业贷款的普遍现象,也就是“银团贷款”,这是与当代的不同之处,当代企业多与一家金融机构建立联系,从而连续从一家金融机构获取贷款,只有金额十分庞大时,才会出现“银团贷款”,可是在近代,多家金融机构贷款给一家企业是普遍现象。每家贷款者都需要支付信息的搜寻成本,如果由征信机构调查企业,并把信息传递给所有贷款者使用,可以降低每家金融机构自己获取信息的费用,而且这不会降低信息的价值,能有效降低信息获取费用是征信机构出现的一个原因。

4. “5C”评级法

对于银行而言,企业和个人的信息搜集主要为银行贷款服务,近代银行对企业和个人信用进行评级时采用“5C”内容,所以征信机构搜集的信息也是包含这些内容。“5C”是指品性(Character)、资本(Capital)、能力(Capacity)、抵押品(Collateral)、条件(Condition)。20世纪初期,中国银行业评价企业信用采用的是“3C”理论,即资本(Capital)、能力(Capacity)与品性(Character)。上海商业储蓄银行档案^①、中

^① 中国人民银行上海市分行金融研究所:《上海商业储蓄银行史料》,上海人民出版社1990年版,第150—151页。

国征信所档案^①中以及报纸上多篇文章如《征信问题与信用调查》^②《银行调查顾客信用之三要素》^③《信用调查审定之原理(上)》^④等都提到了“3C”理论。另外,近代银行对企业情况评估时,抵押品和经济状况调查也是银行调查部调查的重要内容,虽然没有提到“5C”这个理论,可是我国近代征信机构调查内容包含资本、能力、品性、抵押品和经济情况这五项在内。

近代银行考察企业时,需要考察的对象包括:

第一,资本(Capital)。(1)财产——流动资产与固定资产的比例是否恰当。若流动资产过多,则表示未能尽善其运用,多耗利息。若流动资产过少,则营业不稳固。固定资产数额应视营业的需要而定。(2)纯财产——资产负债的差额,它表示营业的进退消长,往往取作信用分等的根据。(3)资产负债表分析——就资产负债各项数字加以观察及比较。重要比率有:流动性比率、投入资本与借入资本比率、投入资本与固定资产比率、销货与存货比率、销货与应收款比率、纯利与销货比率等。

第二,能力(Capacity)。(1)社会地位。经营者同时兼营数种企业,营业范围较广,而货物的周转也比较灵活,如经理

① 天津档案馆馆藏档案:Q320-1-1434。

② 王维骅:《征信问题与信用调查》,《经济学季刊》1935年第6卷第1期,第42页。

③ 裕孙:《银行调查顾客信用之三要素》,《银行周报》1924年第8卷第15期,第21页。

④ 佚名:《信用调查审定之原理(上)》,《银行周报》1922年第6卷第14期,第12—13页。