

应用型高等院校经管类系列实验教材·信用管理

消费者信用管理系统实验

叶湘榕 唐明琴 王纯红 等编著

Xiao Fei Zhe Xin Yong Guan Li Xi Tong Shi Yan



经济科学出版社
Economic Science Press

应用型高等院校经管类系列实验教材·信用管理

消费者信用管理系统实验

叶湘榕 唐明琴 王纯红 等编著

Xiao Fei Zhe Xin Yong Guan Li Xi Tong Shi Yan



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

消费者信用管理系统实验 / 叶湘榕等编著. —北京: 经济科学出版社, 2014. 3

应用型高等院校经管类系列实验教材

ISBN 978 - 7 - 5141 - 4288 - 4

I. ①消… II. ①叶… III. ①消费贷款 - 贷款管理 - 高等学校 - 教材 IV. ①F830. 589

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 022892 号

责任编辑: 白留杰 李 剑

责任校对: 刘欣欣

责任印制: 李 鹏

消费者信用管理系统实验

叶湘榕 唐明琴 王纯红 编著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

教材分社电话: 010 - 88191354 发行部电话: 010 - 88191522

网址: www.esp.com.cn

电子信箱: bailiujie518@126.com

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: <http://jjkxcbs.tmall.com>

北京密兴印刷有限公司印装

787 × 1092 16 开 14.75 印张 350000 字

2014 年 3 月第 1 版 2014 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 4288 - 4 定价: 35.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 翻印必究)

总 序

实践教学是高等教育本质的必然要求，是践行应用性人才培养的必经之路，是地方行业性教学型本科院校办学的重要特征。近几年来，各高校经济与管理类专业实验教学已经逐步开展，把实验教学作为教学改革的抓手、知识融合的平台以及联系社会的桥梁，然而如何进一步完善实验教学体系、提高实验实践教学水平与质量已经成为各高校亟待解决的问题。应用型高等院校经管类系列实验教材以提高高等院校经济与管理类专业实验教学的建设水平为目的，以实验教材建设为突破口，探讨高等院校经济与管理类实验教材的新方向、新思路、新内容、新模式。

本系列实验教材的编写紧紧围绕“知行合一，能力为尚，积淀特色，共享协作”的地方行业性教学型经济与管理类实验教学理念，贯彻以现代教育技术为基本手段，以实验资源共享与应用为条件，强化理论教学与实践教学互动与互补，“实践与理论相结合”和在“做中学”的指导思想，强调实验教材建设与实验课程建设、实验项目建设、实验教师队伍建设以及深化实验教学改革相结合，力图通过系列教材建设规范实验教学内容和实验项目，促进实验教学质量提高。

（一）本系列实验教材内容与教学方式符合实验教学规律和要求。具体表现在以下几个方面：

1. 实验教材以实验项目为章节，按如下体例编写：实验目的和实验要求；实验的基本原理；实验仪器、软件和材料或实验环境；实验方法和操作步骤；实验注意事项；数据处理和实验结果分析；实验报告。当然，对于不同的课程，根据其本身的学科特点，实验教材的编写体例并不完全一致。

2. 增加综合性、设计性、创新性实验项目的比例，并逐步将科研成果项目转化为教材的实验项目。

3. 与当前流行的实验平台软件或硬件及教材内容紧密结合，符合一般软件要求。

4. 充分体现以学生为主体，明确实验教学的内涵。实验教学过程体现以学生操作为主，教师辅导为辅，少量时间教师讲解，大部分时间学生操作的特点。

5. 按实验教学规律分配学时，并且有多余的实验项目供学生利用开放实验室自主学习。

6. 内容精练，主次分明，详略得当，文字通俗易懂，图表与正文密切配合。

（二）本系列实验教材遵循实验教学规律，体现时代特色，总体来说，具有以下四个特点：

1. 与现代典型案例相结合。以培养应用型人才为原则，根据实验教学大纲，注重理论联系实际，教材具有较强的实践性、新颖性、启发性和适用性，有利于培养学生的实践能力和创新能力。

2. 建设形式新颖。实验教材分为纸质实验教材和网络资源的形式；纸质教材实验报告

尝试做成活页形式，或做成可撕下的带切割线形式；在纸质教材出版，配套建有供学生实验前和实验后学习使用的网络资源。

3. 实验内容创新。对于实验教材编写内容上的创新，一是凸显应用型人才培养特色实验项目，提高了综合性、设计性、创新性实验项目的比例；二是将教师的科研成果转化为本科学生实验教学项目。

4. 编写程序严格。对实验教材的申请立项的实验教材经由学院领导及专家进行立项审查；实验教材初稿经由相关同行专家给出鉴定，最终审核后，送交出版社评审出版。

本系列教材得到各方面人士的指导、支持和帮助，尤其是得到中国经济信息学会实验经济学与经济管理实验室专业委员会的专家，广东金电集团等多家业界人士，以及各高校同行老师们的支持和帮助，我们在此表示由衷的感谢。本系列实验教材尚处于探索阶段，作为一种努力和尝试，存在诸多不足之处，竭诚希望得到广大同行及相关专家的批评指正。

应用型高等院校经管类系列实验教材编委会

2009 年 12 月

前言

随着市场经济的深化发展和消费结构的不断升级，消费者对消费信用的需求越来越大，而发行信用工具的授信机构则会努力满足他们的信用需求，鼓励他们信用消费。从微观上看，消费信用可以更好地满足消费者的消费需求，帮助授信机构获得更大的收益；从宏观上看，增加消费信用投入可以促进信用消费，拉动经济增长。我国尚处于经济转轨阶段，消费信用的发展空间巨大。但是，一方面，我国大多消费者可能还不具有信用消费的观念；另一方面，一些消费者可能误用和滥用信用进行消费，消费信用存在到期不能收回欠款的风险。如何引导消费者正确使用信用工具进行适度信用消费，并对消费者使用信用过程中的风险进行科学有效地管理，对于消费者信用提供机构来说至关重要。

消费者信用管理系统实验是要借助计算机管理服务平台来实践消费者信用管理的原理、方法、技巧和流程。消费者信用的提供机构主要是金融机构。一般情况下，消费者在信用消费商品或服务时，给其授信的可能是商场、百货连锁店或个人，也有可能是商业银行、财务公司等金融机构。前者提供的信用称零售信用，后者提供的信用称现金信用。相对于零售商来说，金融机构无论是在拥有的资金实力还是在风险管理能力上都更具有优势，因此，也自然成为最重要的消费者信用提供机构。商业银行提供的消费者信用主要有信用卡和消费信贷两种形式。以信用卡为例，信用管理的第一步是信用卡方案的促销。信用卡方案本身可以看成是一种为特定人群设计的特殊的商品，如加油卡专门为有车一族设计，女士卡专门为都市白领设计，需要通过有效的营销手段销售给合适的对象。当通过促销把消费者吸引过来之后，就要对信用申请者的信用进行调查和评分，然后决定是否授信以及授信额度。在为客户开立信用卡账户之后，还需要通过一些控制措施来检查业务进展，矫正业务偏差，帮助客户合理地使用账户。主要控制措施包括：寄送月对账单、合理调整信用额度、身份证明和授权、寻找逾期客户，等等。对于商业银行来说，当然是希望能够寻找到尽可能多的潜在客户，而且每个开立信用账户的客户都能积极地使用它。然而，成功开立信用卡账户的客户有可能会积极地使用信用卡，也有可能因为拥有多个银行信用卡而只是偶尔使用，还可能根本就不用，这需要银行改进产品质量并加大促销力度。当出现消费者逾期未还欠款情况时，就要采取催收措施。一般来说，为节省成本提高效率，商业银行会将逾期账款委托专门的收账机构来催收。催收机构将主要运用电话、外访、催收信等催收手段来完成催收工作。从以上分析可以看出，消费者信用管理既包括商业银行的信用计划促销、信用申请和信用调查、信用评分、授信和信用控制，也包括收账机构的逾期账款催收作业流程管理。消费者信用管理系统将通过软件设计在计算机平台上既实践商业银行的信用管理业务流程也实践催收机构的催收管理业务流程。

消费者信用管理系统实验将以信用卡为例来展开，实验由商业银行和催收机构两个部分

组成。商业银行部分将实践信用申请和信用调查、信用评分、授信和信用控制内容，催收机构部分将实践从建立客户档案、导入催收数据到催收、结算和统计分析整个业务流程，其中还包括系统基础数据库的设置。消费者信用管理系统实验是国内的首创课程，它填补了信用管理专业教学软件的空白。

本教材有两个突出特点：一是在实验内容上涵括商业银行和催收机构两类机构的业务。商业银行实验部分着重在理论课程的基础上运用实际数据来实践信用管理流程，催收机构部分则在理论课程基础上拓展独立实验内容，按照“分角色按流程”方式来设计单项实验和综合实验，使得学员通过实验不仅可以学到催收管理技巧，还能实习催收机构的不同工作岗位。二是营造高度仿真的实验环境。如银行部分通过信用申请表和个人信用报告来获得个人信用信息，在此基础上给信用申请者建立档案，并设计信用评分标准来决定是否授信及授予的信用额度；催收机构部分则将包含电话录音、外访图片的典型案列植入系统，让学生在实验过程中有身临其境的感觉，达到在实验室实训的效果。

本教材适用于信用管理专业本科学生进行消费者信用管理实验使用，也可以作为商业银行从事信用卡、消费信贷管理的工作人员和收账机构各岗位工作人员提高实操技能的参考用书。

本教材内容涉及的人名、身份证号、卡号、地址、单位、电话等相关内容，均经过处理，均为虚构。

由广东金融学院本书由叶湘榕、唐明琴、王纯红、成蓉晖、卢亚娟、高晓娟、雷茂生编著。全书由叶湘榕提出总体构思和写作框架，并经广东金融学院唐明琴教授和成蓉晖教授、深圳佳信隆企业顾问有限公司王纯红董事长、南京审计学院卢亚娟教授、上海立信学院高晓娟副教授、湖北经济学院雷生茂副教授共同商讨后编写定稿。各章的作者是：唐明琴（第一部分）；叶湘榕（第二部分）；王纯红（第三部分）；成蓉晖、高晓娟（第四部分实验一到实验四）；叶湘榕、卢亚娟、雷生茂（第四部分实验五至实验十二）、唐明琴（实验十三）。

本书在写作过程中得到了深圳佳信隆企业咨询管理有限公司董事长王纯红女士、副总经理韩晓光先生、深圳市深港产学研数码科技有限公司工程师赖建芳先生、王健学先生、深圳市佳信征信顾问有限公司经理柳晗扬先生的大力支持和帮助，他们提供了大量有价值的原始资料和数据，并根据教学要求不断修改和完善教学软件，以最好地满足教学需要，在此对他们表示深深的谢意！本书的写作还得到了广东金融学院教务处领导和实验中心领导以及信用管理系信用管理教研室全体老师的大力支持。还有广东金融学院信用管理系、南京审计学院金融学院、上海立信会计学院金融学院、湖北经济学院金融学院对本书的写作给予了大力支持，在此一并致以衷心的感谢！

本实验教材是探索性的首创教材，作者水平有限加之时间仓促，有不妥或错误之处，衷心欢迎读者提出宝贵意见。

作者

2014年2月

目 录

第一部分 消费者信用管理概述	1
一、消费者信用管理实验产生的背景	1
二、消费者信用管理实验的意义	2
三、消费者信用管理实验的内容	3
四、消费者信用管理实验的组织和基本程序	3
五、消费者信用管理实验软件的特点	4
第二部分 系统功能实现	6
一、消费者信用全程管理	6
二、个人信贷消费逾期账款催收管理	9
第三部分 系统操作说明	13
一、软件登录	13
二、主界面	14
三、菜单栏	14
四、工作区	18
五、工具栏	18
六、其他	19
第四部分 实验	20
实验一 信用申请与信用调查（设计性实验）	20
实验二 信用评分（设计性试验）	31
实验三 授信与信用控制（设计、实验性实验）	39
实验四 逾期账款发包控制（实验性试验）	45
实验五 催收系统分级管理与权限设定（设计性实验）	71
实验六 基础数据管理（实验性实验）	86
实验七 客户基本信息管理（实验性实验）	99
实验八 欠款人管理（实验性实验）	109
实验九 数据导入与工作分派（实验性实验）	116
实验十 电话催收（实验性实验）	127

实验十一 短信、外访和催收信管理（实验性实验） 153

实验十二 结算管理与催收统计分析（实验性实验） 168

实验十三 催收综合实验（综合性实验） 177

附录..... 182

 个人信用报告 1 182

 个人信用报告 2 185

 个人信用报告 3 195

 个人信用报告 4 204

 个人信用报告 5 209

 个人信用报告 6 215

第一部分

消费者信用管理概述

一、消费者信用管理实验产生的背景

消费是拉动经济增长的最终原动力。随着市场经济的深化发展和消费产品的不断升级，信用消费正如火如荼。与此同时，企业之间的信用销售也为经济循环的各个环节增加了润滑剂，使经济进入更加快速的发展轨道。越来越多的企业成为授信机构，并拥有越来越多的应收账款，如何对信用销售和信用贷款过程中产生的信用风险进行有效的管理，对现代企业生存发展至关重要，对整个经济健康快速运行也具有毋庸置疑的重要性。

消费信用主要体现为金融机构和其他公共事业部门给个人的消费提供信用支付方式，如金融机构给消费者提供的信用卡消费、汽车贷款、房屋贷款和其他信贷消费，电信、供水、供气等公共部门给个人提供的先消费后付款等。在发达国家，消费信用和消费者信用管理已经很成熟。授信前，授信机构会通过一套有效的信用评分系统来筛选客户；授信后，授信机构会通过各种措施来加强对账户的控制；逾期账款发生后，授信机构则较多依赖于专业收账公司来催收账款。在我国，信用消费发展时间还不长，然而信贷消费市场普遍被认为是一个潜力巨大的市场。虽然我国的金融机构也是借鉴了国际上信用比较发达国家金融机构的先进经验，建立了一整套消费者信用管理系统，但为了争夺市场，各金融机构在选择客户时并没有执行那样严格的标准，在事后，当出现逾期账款时，出于成本和效率的考虑，国内多数银行都采用“催收业务外包”的方式。无论从国际还是国内的情况看，由授信机构组织的消费者信用全程管理和由催收机构组织的催收管理是消费者信用管理的两大重要组成部分，国内金融机构依赖事后管理的程度则更高。

计算机和网络技术的发展使得消费者信用管理过程电子化，极大地提高了信用管理的效率，这也使得信用管理系统软件环境下实践操作的学习成为消费者信用管理学习的一个不可缺少的环节。对于银行来说，消费信用由来已久，关于消费者信用管理，我国银行一般都在学习和借鉴中建立了一套各具特色的基于 IT 的管理系统。但专业催收机构在我国发展的时

间还不长，曾经一度出现过混乱的局面，现在具有资质的催账机构也不多，具有一定规模和实力的催收机构更是凤毛麟角。对于催收机构来说，拥有完整催收流程的 IT 业务系统至关重要。在催收任务信息量逐年增大、发包机构不断增加、催收任务形式复杂多变的情况下，没有与任务发包机构有良好的数据技术接口和涵盖催收任务全过程的 IT 系统，要高效完成催收任务是难以想象的。我国一些催收机构引入国外成熟先进的催收管理系统，根据我国的实际情况进行改造，取得了良好的效果。在这样的背景下，作为培养信用管理专业专门人才的院校，我们尝试推出一套完整的消费者信用管理实验课程。

这套消费者信用管理系统，正是综合银行的消费者信用管理系统和催收机构的催收管理系统而成，并以催收管理系统为重点。消费者信用管理实验课程是国内的首创课程。

二、消费者信用管理实验的意义

消费者信用管理是介绍如何理解消费信用以及如何对消费者信用进行管理和分析的课程，其内容主要由客户授信、账户管理、逾期账款催收等几部分组成。消费者信用管理实验的主要目的是通过对消费者信用管理全过程和个人信贷消费逾期账款催收的基本程序和方法的实验，培养学生运用理论知识进行实际操作的能力，使学生具备更强的适应实际工作的能力，实现应用型人才的培养目标。

1. 消费者信用管理实验是消费者信用管理理论课程的深化和延展。消费者信用管理程序包括对消费者的信用计划的促销、信用申请的甄别、信用调查、信用决策、账户控制、收账等。收账又分两个部分：一是正常的账款回收，即定期地向消费者提供账单，提醒消费者及时还款；二是逾期账款的催收。尽管授信环节一直被看做是消费者信用管理的最重要环节，并广泛采用个人信用评分技术来控制风险，但在扩大信用消费的个人客户的实际过程中，授信方更多地把信用看成是一种促销工具，认为信用应该容易地被消费者获得。因此，在消费者信用管理过程中，收账就成为非常重要的一环，尤其是逾期账款的催收。而个人信贷消费逾期账款的催收是实践性非常强的一项工作，它需要工作人员运用所学理论知识、方法和技能，在实际操作中锻炼自己的工作能力。消费者信用管理实验不仅包括消费者信用全程管理，还包括个人信贷消费逾期账款催收管理内容，是对消费者信用管理理论课程的深化和延展。

2. 消费者信用管理实验提供了一个仿真操作环境。消费者信用管理实验提供了信用管理和催收管理全过程的模拟场景与情境，学生在模拟场景与情境中实践和体验，能更好地了解信用管理业务和催收管理业务的运作过程，锻炼在现实工作中处理问题和决策的能力。实际上，消费者信用管理实验具有实习性的特点。实习和实验都是实践性教学的主要形式。实验是为了检验某种科学理论或假设而进行的某种操作或从事某种活动，其目的是为了检验理论或假设；实习是把学到的理论知识、方法、技能拿到实际工作中去应用和检验，以锻炼工作能力，其目的是提高实际工作能力，促进理论与实践的结合，使学生成为具有较强动手能力的应用型人才。消费者信用管理实验结合了实验与实习的功能，其实是一种模拟实习，模拟实习实际上也就是实验，它能更好地帮助学生胜任实际的工作。

3. 消费者信用管理实验有利于培养应用型人才。随着市场经济的发展和本科教育大众

化的趋势,大学生不再是配置在重要岗位的“高级人才”,而是可能走向生产和管理第一线的“专门人才”。为适应社会需求的变化,大学本科教育逐渐摒弃精英教育的培养模式,而转向培养适合社会需求的应用型、复合型高级专门人才。越来越多的大学毕业生将不得不走向操作型岗位,成为一般的经济管理人才。这就要求学生在大学阶段就培养出较强的动手操作能力和决策能力,毕业后能在较短时间内胜任本岗位工作。学生应用能力的培养必须通过实践,实践教学环节中最重要的是校内实验和校外实习。校外实习有其局限性,一是愿意接收实习生的单位少,找到的实习单位也接收不了那么多的学生;二是短时间的实习未必能全面实践信用管理的内容、程序和方法。而校内实验不但可以克服以上问题,还能加深学生对理论知识的进一步理解。因此,校内实验应是培养应用型人才的主要途径,消费者信用管理实验正是这样一门校内实验课程。

三、消费者信用管理实验的内容

目前消费者信用管理的现实情况是,越来越多的授信机构把给消费者提供信用看成是一种促销方式,认为消费者应该容易地获得信用,这就要求授信机构具有很强的收账管理能力。由于消费者授信机构大多是金融机构,出于节省成本的考虑,也为了更专注于核心金融业务的管理,对于逾期的个人信贷消费账款,他们一般在逾期后会首先进行相对温和的非个人的催收,如采用以群发短信的方式催收,这样的催收无效后则会考虑外包,即将逾期款项外包给专业的收账机构催收。因此,本教材将主要由消费者信用全程管理和个人信贷消费逾期账款催收管理两部分组成,一是银行角度的信用管理实验,二是催收机构角度的催收管理实验。基于上述提到的消费者信用管理中收账管理能力的特别重要性,以及催收管理非常强的实践操作性等特点的考虑,实验将侧重于逾期账款催收部分。消费者信用全程管理部分将安排4个单项实验,个人信贷消费逾期账款催收部分将安排8个单项试验和1个综合实验。整个实验将以信用卡为例来展开,具体实验内容见第四部分。

四、消费者信用管理实验的组织和基本程序

作为消费者信用管理理论课程的深化和延展,消费者信用管理实验课程安排在理论课程的下一个学期进行教学为宜。在学生对消费信用和消费者信用管理已有较好理解的基础上进行实验教学,将有助于学生更好地运用理论扩展自己的操作技能。

消费者信用管理实验的基本程序可以分为以下几个步骤:

1. 明确实验目的。实验不能满足于仅仅掌握操作技能,而是要将理论知识运用于实际操作之中。每个实验都是信用管理工作链条上的一环,要理解前后实验之间的联系。一般通过教师启发和引导学生来实现。

2. 掌握实验原理。实验原理是实验进行之前必须掌握的知识,教师在实验进行之前要讲解实验原理,并组织学生讨论。

3. 清楚实验内容。实验内容是实验进行的具体项目,这些项目为达到实验目的而设,

也是后面实验步骤展开的基础。

4. 理解实验材料的含义和运用。实验材料是完成实验内容所需运用的操作对象，包括案例数据和一些其他材料，对于实验所需资料，教师要做适当展示和强调，让学生正确理解其内容和用途。

5. 按步骤进行实验。实验步骤是围绕实验内容来进行的，一般教师先做软件操作示范，再让学生自己完成。

6. 提交实验结果及实验报告。每项实验都要求提供实验报告，并完成系统里设置的测试题。测试题分数由系统自动生成，教师将根据实验报告和测试题分数给出综合评分。

五、消费者信用管理实验软件的特点

本软件由两大部分组成：消费者信用全程管理和个人信贷消费逾期账款催收管理。

消费者信用全程管理系统是授信机构使用的，从接受申请、建立消费者信用档案、信用调查、信用评分与授信到信用控制与收账全过程的管理。

个人信贷消费逾期账款催收管理系统（RMS）是为解决银行、电信等行业为管理催收业务而开发的管理程序，主要针对信用卡拖欠，房贷和各种贷款催收过程的管理。包括案件管理、电话催收、短信催收、信函催收、录音管理、外访催收、进度跟踪、权限管理、报表统计等业务模块。

1. 通过催收业务系统可以实现以下目标。

（1）催收管理的信息化，并通过信息化促进催收业务的规范化。

（2）催收管理的无纸化，也就是实现了催收管理信息存储、传输、利用的电子化。

（3）催收管理的高效化，基于 IT 的管理系统势必使得管理效益得到明显提高。

（4）企业内部管理的精细化，基于 IT 的过程管理可以记录并分析出各个工作环节的工作量及效率。

2. 软件系统功能。

（1）数据导入导出：采用 Excel 电子表格形式导入导出数据，自动校验关联、批次提交数据，保证数据的完整性。

（2）简便工作平台：采用单页面多选项、自动折合展开的工作列表，实时跟踪案件最新状态。

（3）权限控制模块：采用以 Window 权限为模型的多组别角色用户控制机制。

（4）业务分单与移交：方便灵活的分单策略（如批次分单、间隔分单），简便快速的业务移交，可以一次性把人员的案件转交。

（5）电话短信信函催收：自动电话拨打，群发催收短信，批量打印信函，多方式多渠道的案件催收。

（6）录音管理：自动电话拨打实时保持录音，做到有催收可查询的智能管理。

（7）外访催收：协作银行或企业催收逾期账款，通过外出拜访的形式与相关债务人进行沟通，督促其及时还款。

（8）进度状况跟踪：采用分状况，分行动，分进度的催收模式，层次清晰，工作简便

明了。

(9) 指示管理：领导实时跟踪进度，批量下达指示。

(10) 集成报表中心：支持多种报表输出及 Excel、pdf 等多种格式数据导出。

依托本实验软件，可以实现：全面再现（或模拟）消费者信用全程管理和逾期账款催收任务自产生到结束的全过程；使实验者全面了解信用申请、信用调查、信用评分与授信；催收任务的产生、外包、分配；催收任务的执行、催收结果的反馈和催收任务的终止，直至催收任务结算等各环节的业务要点；使实验者体验信用管理过程和催收业务管理过程，并掌握信用管理与催收工作执行的基本要求。

第二部分

系统功能实现

一、消费者信用全程管理

1. 消费者信用。消费者信用是指由最终消费者所使用的，作为交易中介购买制成品和服务的信用。基于个人使用信用的目的和支付价款的方式，一般把消费者信用分为零售信用、现金信用和不动产信用。零售信用是指消费者在直接向销售商购买最终产品和劳务时所使用的信用，它包括循环信用、分期付款信用和服务信用。现金信用是一种事前安排，指借款方以同意将来归还本金和利息为条件从贷款方那里获得一笔资金，包括分期付款贷款、一次性支付贷款和通用信用卡贷款。与零售信用将交易限定在具体的商品上不同，现金信用可以使消费者购买任意的商品以及更广泛的用途。不动产抵押贷款是指以不动产作为贷款抵押品获得的贷款，它可能被用于购买或装修房屋，也可能被用于其他目的。

消费者信用与企业信用不同。首先，企业使用信用的目的是为了获得商品和服务用于再出售以获利，因而被认为具备自动清偿性质；而消费者使用信用的目的主要是为了满足消费需求，也可能用来满足个人经营性投资需求，其借款要用消费者的收入来偿还。其次，企业支付价款的方式多是按约定期限的一笔一笔的还款或是分次偿还本息；而消费者支付价款较多使用按月的分期付款和循环信用方式或短期的一次性偿还。

2. 消费者信用管理程序。信用管理过程由一系列步骤组成，即信用管理程序，包括信用的促销、申请的甄别、调查及评估风险、账户控制以及收账，如图 2-1 所示。

促销是指对商品和服务从生产者手中到最终消费者手中的运动进行促进的过程，信用计划也需要促销，以增加使用者和客户的数量，达到增加销售收入、出售质量更高的产品、提高消费者的忠诚度、稳定现金流以及减少运营成本的目标。与一般商品和服务一样，信用营销组合也包括产品、价格、渠道和促销四个方面要素。

初步甄别指的是信用工作人员所作出的迅速的、符合成本—收益原则的检查，来判断信用申请者是否满足开立信用账户的一些基本要求。通常使用信用评分系统进行甄别。信用评



图 2-1 信用管理程序

分系统是一个统计表或计算机程序，用于对信用申请表、财务报表或信用报告机构的报告中反映的有关信用申请者的各个不同方面进行评分。一般来说，消费者信用信息来源包括信用申请者自身、直接调查、归入档案的账簿、消费者信用报告公司、银行等。信用申请表是获得消费者基本信息和信用信息的重要途径，授信机构在设计信用申请表时就要仔细考虑消费者信用评价的几个方面因素和具体的信用资质项目，争取从信用申请表中获得尽可能详尽的信息。对信用申请者进行信用专访会增加将潜在信用客户变成信用消费者的机会。信用申请和信用专访是最原始的资料来源，还需要通过进一步的调查来验证已有信息和获得更多的信用信息，通过对它们的分析，可指出下一步要做的调查。

信用调查是指采取一系列的步骤来证实信用申请表中的信息是否属实，并确定消费者是怎样处理以前的债务的，从而帮助制定合理的信用决策。信用申请表上的信息需经过证实，一些信息可通过日常的查询方式和资料来源证实，如地址可在电话号码簿或城市指南中得以证实；其他证实方式有联系雇主、房东或抵押品持有者以及列出的债权人。直接调查是一个联系雇主、信用提供者及其他个人的过程，这些人可以证实申请者的情况并提供申请者付款意愿及能力的信息。直接调查方式有电话、信件或私人谈话等。信用经理可以用直接调查方法获得信息，也可从商业化的信用报告机构购买有关个人信用历史的资料。直接调查不是免费的，它甚至可能比付费服务更昂贵，得到的资料质量也相对较差。大多数信用调查中都包含来自专门的信用报告机构的资料中的信息。信用报告社的报告包括债权人提供的偿付历史信息，以及来自公共部门记录、收账机构和其他渠道的信息。

决策是所有信用工作的核心，作出接受或拒绝决策是一项最重要的信用业务。信用决策制定主要有两种方法：判断性的决策制定和数据式的决策制定。判断性的决策制定是指主要根据经验、个人知识和直觉作出决策的过程，计算负债比率，完成现金流量的估计，通常是决策过程的一部分。可以使用信用分级表格或规范的核对程序更好地构建判断性方法。信用分级表格较好避免了晕圈效应，但其不利之处在于，它需要信用经理有丰富的经验，信用经理必须分析并在心中将申请者与他（或她）见过的其他人相比较。数据式决策是一种根据数据作出决策的方法，它给信用申请中的不同资质以权数或信用分数。信用评分系统计算出的总的信用分数将用于制定决策或作为决策制定人员的辅助工具。数据式决策制定的优点在于，它排除了决策制定人员在决策制定过程中的个人偏见和不合适的价值标准；其缺点是，评分过程可能会过于机械化，评分指南也有不合理的可能性。计算机使得决策的制定电子化了，在最先进的系统中，信用决策可以在几分钟之内就被做出来。

控制是指确认或检查业务进展情况，并对工作偏差进行矫正的行为。控制措施会使用一

些标准与当前的业务状况进行比较，从而确定工作是否有进展，业务是否在按部就班地进行。在信用管理中，控制活动还包括给信用关系当事人提供信息。信用控制措施将有助于合理地使用信用账户，以及防止过度地贷出款项。信用关系控制包括信息处理、设定信用额度和信用限额、身份证明和授权等。信息处理主要包括送账单给客户、寻找逾期客户。信用限额是信用账户可赊销的最高金额，赊销款在此金额以下，该账户才能保持良好的状况。信用额度是对信用账户欠款金额的暂时限制，可以应顾客的要求或在顾客表现出对账户使用负责任后，再加以扩展。许多信用限制实际上就是信用额度，因为如果超过了限额，常常有额外的信用可供顾客使用。使用信用额度允许最大限度地放权，信用额度还能在信誉方面对顾客加以指导；而信用限制提供了机会，对有问题的申请者限制信用的使用。使用信用评分系统的信用卡发行者通常用信用分数来制定起初的信用限额。身份证明是要确保当前的用户的确是允许使用账户的那个人，授权程序通过确保当前的信用购买不会使所欠款项的总额超出信用额度，来控制信用的数额。随着计算机使用程度的提高，对在线管理系统的使用不断增长，这大大影响了信用管理集成初始的信用决策、证明身份、授权信用购买以及发挥控制功能。

收账是任何信用业务的一个内在组成部分。一个设计良好的收账系统可以被比喻为一系列可以将违约的客户归入不同类型的筛。最初的筛成本很低，并且与客户的交涉也比较温和，可以保持相互间的良好关系。而稍后的一些筛则不是那么常规，其执行费用较高，并且可能很严厉，不再能维持同客户的良好关系。这些审查过程会将那些不愿付款的债务人归入更小且更精确的类别中。一个收账系统通常包括四个阶段：非个人的常规阶段、非个人的要求付款阶段、针对个人的要求付款阶段、采取严厉的收账方法或诉诸于法律的阶段。当债务人出现账款逾期后，首先进入非个人的常规阶段，公司会准备用于提醒客户付款的信件，使用一种温和的付款暗示，该暗示并未表明逾期付款是很严重的。在温和暗示未能使债务人付款或作出相应的反应后，就进入非个人的要求付款阶段，公司会使用要求付款的正式信件或打电话、发出专门信件，虽然收账仍是非个人的，但形式已从常规程序转向非常规程序，已经含有要求债务人付款的意义了。在针对个人的要求付款阶段，所有的收账努力都是以个人的名义直接向债务人做出的，这些努力是债权人在采取严厉的收账方法或诉诸于法律之前所做的最后努力，收账人员通常会打电话、私人拜访，或向债务人、雇主、信用调查局发出私人信件。在采取严厉的收账方法或诉诸于法律的阶段，债权人与债务人的关系已经破裂，严厉的收账方法包括工资抵押、收回财产所有权、律师、法律诉讼等。

在信用卡业务中，我国银行对于逾期账款的处理一般是先进行非个人的常规催收，无效后再考虑发包给收账机构进行针对个人的催收。银行将逾期账款外包催收可以节省成本，提高效率，但可能涉及泄露消费者个人隐私以及由此引起的一系列纠纷问题，因此，银行在实施催收外包行为时，应加强管理，包括建立相应的业务管理制度，明确催收外包机构选用标准、业务培训、法律责任和经济责任等，选用的催收外包机构应由本机构境内总部高级管理层审核批准，并签订管理完善、职责清晰的催收外包合同，不得单纯按欠款回收金额提成的方式支付佣金。并要持续关注催收外包机构的财务状况、人员管理、业务流程、工作情况、投诉情况等，确保催收外包机构按照本机构管理要求开展相关业务。在我国现行的金融管理体制下，金融监管部门有时通过“飞行检查”方式对承接催收任务的机构进行检查。这些检查中，有些是对客户投诉的核实调查；有些是对催收机构的例行检查。例行检查的内