

丛书总编 王凤清

丛书总策划 朱光沛



中国认证认可协会 武汉万诚信用评价有限公司

当代信用建设丛书

Xinyong Jianshe Zonglun

信用建设总论

克明 著

武汉出版社

WUHAN PUBLISHING HOUSE

丛书总编 王凤清

丛书总策划 朱光沛

CREDIT



中国认证认可协会 武汉万诚信用评价有限公司

当代信用建设丛书

丛书主编：生飞 涂阳

Xinyong Jianshe Zonglun

信用建设总论

克明 著

武汉出版社

WUHAN PUBLISHING HOUSE

(鄂)新登字 08 号

图书在版编目(CIP)数据

信用建设总论/克明著. —武汉:武汉出版社, 2005. 8

(当代信用建设丛书)

ISBN 7-5430-3316-X

I. 信… II. 克… III 信用—研究 IV. F830. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 098659 号

书 名:信用建设总论

著 者:克 明

责任编辑:郭庭军

封面设计:叶 薇

出 版:武汉出版社

社 址:武汉市江汉区新华下路 103 号 邮 编:430015

电 话:(027)85606403 85600625

http:// www.whcbs.com E-mail:wuhanpress@126.com

印 刷:武汉市爱民综合加工厂 经 销:新华书店

开 本:850mm×1168mm 1/32

印 张:8.125 字 数:218 千字

版 次:2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

印 数:0001—3000 册

ISBN 7-5430-3316-X

定 价:20.00 元

版权所有 翻印必究

如有质量问题,由承印厂负责调换。

《当代信用建设丛书》编委会

主 任:王凤清

副主任:朱光沛

主 编:生 飞 涂阳纯

编 委:(以姓氏笔划排序)

车文毅 刘兴范 仲德昌 吴龙媛

克 明 徐金记 黄冠胜 黎庆翔

序

社会信用体系是市场经济体制中不可或缺的基本制度,对于优化市场经济环境、减少管理和交易成本、维持经济顺畅运行、促进社会资源高效合理地分配、维护经济金融安全和净化社会风气都有着重要的作用,是市场经济得以正常运行的最重要的基础条件。

随着改革开放的不断深入以及市场体系的逐步建立,加快社会信用体系建设已经成为关系改革、发展、稳定大局的重中之重。目前,我国信用缺失现象严重,信用危机已经达到相当程度,阻碍了我国市场经济的健康良性发展。导致我国市场信用缺失原因有多方面,其中,政府有关部门监管体系不健全,定位和作用不明确,是影响我国社会信用体系建设的关键。

社会信用体系的建设是一个宏大的社会系统工程,同时也是一项长期复杂的任务,党中央、国务院高度重视社会信用体系建设工作,在党的十六届三中、四中、五中全会中都明确指出要“建立健全社会信用体系”。认证认可工作与信用评价属于第三方评价活动,是用于解决市场信息不对称的重要工具。因此,在推进信用立法、完善行业规范、促进信息共享、培育市场发育,以及加强对信用交易、信用服务的监管等方面,认证认可应该发挥其独

有的作用。

为此,加大力量研究认证认可工作在社会信用体系建设过程中的保障作用是认证认可工作的一项重要任务。把信用体系建设的理论与我国的认证认可制度相结合,依据信用征信、信用评价、信用咨询的理论结合我国《认证认可条例》及有关法律法规,研究如何遵循 WTO/TBT 国民待遇原则,遵循国际认证的通行准则以及认证制度的建立和运作,以及遵循 ISO/IEC 有关指南、标准等认证/检测/检查实施规则程序等,结合信用评价基本思路和指导思想,建立信用评级标准体系和完善以信用建设为基础的认证认可标准体系是一个操作性较强的有效方法。

《当代信用建设丛书》的编著人员在这方面付出了艰辛努力,做了有益的探索和尝试,取得了很好的科研成果,本书即是这些科研成果的结晶。我衷心希望本书的出版能够进一步推动我国信用体系建设工作,在促进和完善我国的信用体系建设中发挥积极的作用,为我国的社会和经济发展做出应有的贡献。

A handwritten signature in black ink, appearing to read '王明' (Wang Ming), written in a cursive style.

前 言

中国共产党十六大报告提出了“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”的战略任务,党的十六届三中全会又强调“建立健全社会信用体系,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,是建设社会信用体系的必要条件,也是规范市场经济秩序的治本之策”。实现这一项重大历史性的任务,需要对社会信用体系的建设进行不断地研究和探索。

在生产、分配、交换、消费等经济活动以及各种社会活动中,要收集、处理和利用各种信息,没有相应的信息,就难以有效的安排各种活动。但信息本身是存在不完备性、不确定性和滞后性的,以及信息传递过程中的失真和不同的主体对于同一事物的信息所获得的量和质存在差异等缺陷。同时,人们现在能够处理的信息变量有限和人们处理信息的速度也不够,也就决定了所作出的决策就存在风险。为了弥补信息缺陷和人们处理信息的能力不足,人们通过市场经济,把信息的收集、处理和利用的权限逐步放权给市场的各个参与主体,这样来提高信息的利用程度、处理速度。这样的运行在一个电脑上无法处理更多的信息时,就通过更多的电脑来处理信息;同时,是信息的缺陷和人们处理信息能力的不足,使得人们通过信用来弥补信息的缺陷和人们处理信息的能力的不足。当然,信用对信息缺陷和人们处理信息能力不足的弥补是有限的、不完全的。只是通过信用使得因信息缺陷和人们处理信息能力不足带来的损失尽可能降低到最小的程度。因为,信用首先是一种文化,是基于道德基础上的人们的共同心理、行为习惯或行为准则。要求在交易中要讲“信用”,要有

“良心”，要合乎社会推崇的“德行”。其次，信用是缔结契约的基础。要求契约缔结的各主体都应该恪守信用，不因为信息的缺陷和人们处理信息的能力不足而从中欺诈。再次，信息的缺陷使得在交换过程中，交易的主体要对对方的信用状况进行评定和通过各种手段来弥补自身对对方信息的不足，提高自身的信息利用能力。从而尽量减少交易的风险，使市场交易更加活跃，市场经济更加繁荣。

我国的社会主义市场经济是从计划经济脱胎而来的，随着改革开放、市场体系的建立，要求有与之配套的社会信用体系。但是，我国的社会信用体系还处于起步阶段，因此，市场上失信的现象还大量存在，如不信守合同，企业相互拖欠货款，商业银行的高比例不良贷款，市场上层出不穷又屡禁不止的假冒伪劣产品，国际贸易中的欺诈行为等，这些都非常不利于我国的经济的发展。长期以来，诚实守信在我国主要表现为道德和法律的基本原则，没有形成成熟的与市场经济相适应的信用制度，致使市场上失信行为屡禁不止，遏止和根治失信行为，保证我国市场经济的健康发展，其可取的方法就是加强信用建设。

社会信用体系建设是一个宏大的社会系统工程，又是一个长期复杂的任务，要建立健全我国的社会信用体系，需要各地各部门在国务院的指导下，根据各地的实际和各自职能分工，积极推进这项工作；需要相关行业协会有社会中介机构积极探索；制定信用方面的法律、法规和行业行规；强化每一个市场成员的信用意识，形成多元化的信用机制；需要各类企业建立以风险防范制度的自律机制为目的的内部管理制度；需要引导社会各界积极参与和全力配合，营造诚实守信的社会环境，增强对各类失信行为的防范意识和自我保护能力。

信用建设所涉及的知识非常广泛，包括财务、销售、金融等学科专业知识，从操作的层面上包括法律制度的建设。本书主要从操作

的层面进行了论述,在体例上予以创新,把信用建设这个庞大的学科,归到个人信用建设、企业内部信用建设、企业外部信用建设、信用建设的法律环境、政府在信用建设中的作用以及信用惩罚机制的建立健全等。在语言的表述上,本书用通俗的语言来阐述信用这个涉及多个学科的问题,使深奥的问题通俗化,便于社会的各个层次学习与阅读。这样,对我国的信用建设会大有作用。

由于本人的学识水平的限制,本书中难免存在种种不足,敬请专家和读者提出批评和意见。

2005 年 1 月 25 日

目 录

第一章 绪论	1
第一节 对信用及相关概念的理解	1
第二节 信用的种类	17
第三节 信用建设的紧迫性、必要性	23
第二章 社会信用体系及架构	40
第一节 社会信用体系的概念及其作用	40
第二节 美欧社会信用体系发展概况	44
第三节 发展中国的信用体系建设	52
第四节 我国社会信用体系建设	53
第三章 个人信用制度建设	56
第一节 个人信用制度建设的作用	56
第二节 我国个人信用制度建设的现状	58
第三节 我国个人信用制度建设的条件	63
第四章 企业内部信用制度建设	69
第一节 企业内部信用制度建设的意义和作用	69
第二节 企业内部信用制度建设的保证	71
第五章 企业外部信用制度建设	82
第一节 信用调查	82
第二节 信用评级	96
第三节 信用担保	148
第四节 信用咨询类服务	159
第六章 信用建设的法律环境	168
第一节 国外信用管理法律系统	169
第二节 我国信用法律建设的历程	196
第三节 完善我国信用管理立法	201

第七章 政府在信用建设中的作用	206
第一节 制定社会信用体系建设的相关制度和规则	206
第二节 确定社会信用体系建设的基本框架	207
第三节 实施征信数据的开放,实现信息资源的共享	212
第四节 为信用管理行业的发展创造条件	213
第五节 健全失信惩罚机制	221
第六节 政府应依法行政,树立良好的信用形象	221
第七节 加强信用建设的宣传、教育、研究和开发	224
第八章 建立健全失信惩罚机制	231
第一节 失信惩罚制度的发展变化	231
第二节 建立健全我国失信惩罚机制的构想	236
附:	
关于开展社会诚信宣传教育的工作意见	243

第一章 绪 论

第一节 对信用及相关概念的理解

一、对信用的理解

自古以来,中华民族就有诚实守信的传统,诚实守信是中华文化的基本道德观念之一。从春秋战国时期以来,历朝历代遗留下来的重要伦理、道德、哲学方面的文献,几乎没有不论述和推崇诚信原则的。在《论语颜渊》中,孔子说:“人无信不立”,这是儒家提倡做人的准则。他在《中庸》中又说:“诚者,天之道也;诚之者,人之道也。”春秋时期霸主齐桓公的宰相管仲认为国家的统治者应该坚持诚信原则,将诚信提到了政治的高度。《管子》中论述:“先王贵诚信。诚信者,天下之结也。贤大夫不恃宗,至士不恃外权。坦坦之利不以功,坦坦之备不为用。故存国家,定社稷,在卒谋之间耳。”也就是说,诚实守信的统治者会得到天下人的拥护,只有诚信的“因”,才能取得“结(凝聚力)”这个“果”。汉代大儒董仲舒提倡“仁、义、礼、智、信”,“信”是五常之一。很显然,诚信概念中具有社会交往的道德伦理方面的意义,它可以被解释为一种心理现象,其心理学特征是信任 and 安全感,所表现的是一种人际关系,是个体集结成为人群集体的必要条件。可见在中国传统的伦理道德观中,诚实守信至少包括以下几个方面:

1. 作为立身处世的基本准则;
2. 自我修养追求的境界;
3. 社会交往的基本准则;
4. 从政爱民的基本准则;

5. 维护社会等级和秩序的规范。

中国文化中的诚信概念,有诚实经商和信守合同方面的解释,即契约经济方面的意义。古人云:人之道徳,有诚笃不欺,有约必践,夙为人所信任者,为之信用。所谓“践约”,并不仅仅指履行合同。孔子主张以正当的手段获取财物或谋取经济利益,他在《论语·里仁》中说:“不以其道德之不处也。”商人出身的秦国右丞相吕不韦,极力主张诚实经商,在他《吕氏春秋》中讲到,取信于民是“万利之本”。在古代,人们称童叟无欺的买卖人为“良贾”或者“诚贾”。又总结出产品之所以形成名牌的道理,只因遵守“诚理”二字。只有平等的契约得到履行,交易双方的利益才能得到保证。因此,诚信也包涵契约经济方面的意义。

在资本主义国家,将信用解释包括道德伦理和经济学范畴的如1987年版的《朗文当代英语词典》中,信用一词有多达8种释义,解释不外乎是:“信仰或相信某事物的正当合理性”、“还债或处理货币事务中受信任的品质”和“购买商品或服务后一段时间内偿付的制度”。将“信用”一词纯粹划到经济学词汇范畴;根据美国的《诚实借贷法(Truth in Lending Act)》要求,信用是能够用货币单位进行衡量的,所有授信机构必须以货币单位描述所发放的信用,不论授信人发放/投放的是何种类型的信用。用通俗的话说,不能直接使用货币单位度量的“信用”,属于“诚”范畴的问题,不是信用管理所涉及和要解决的问题。所谓的信用管理,是采用经济手段来治理或打击经济失信行为。

人类社会发展到今天,信用这个词已经包含着极其丰富的内涵,成为人类认识中难以捉摸的概念之一。虽然,人们对于信用含义的认识仁者见仁,智者见智,从不同的角度探究,但从通常意义上来说,可以从以下四个方面来理解信用:

1. 从伦理的角度。

从伦理角度,“信用”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的必不可少的条件”。

从企业的商业伦理角度来看信用的含义，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。

2. 从经济的角度。

经济角度的信用是指“借”和“贷”的关系。信用实际上是指在一定限定的时间内获得一笔钱的预期。

你借得一笔钱、一批货物(赊销)，实际上就相当于你得到对方的一个有期限的信用额度，你之所以能够得到对方的这个有限期的信用额度，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，并在到期时偿还本息。

银行与企业、个人之间的信用关系。一方面银行要从企业和个人取得信用，也就是要向企业和个人借到钱，这是银行的生存之根基。另一方面，企业和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，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。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总是在本月缴纳上个月的费用,这是一种信用消费。

3. 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契约关系,小到两个企业之间的借贷合同,大到两个国家之间的数以亿元计的债务;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”规定享有的权利和承担的义务。

4. 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。

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”认为: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。”

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?就是因为换取货币以后,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。

其他的一些著名经济学家也做过相似意义上的评说。果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。”

本杰明·富兰克林有一段关于信用的名言，他说：“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，这种所得的总额就会相当可观。”

“要记住这句俗话：善付钱者是别人钱袋的主人。以遵守诺言按期付款而著称的人，可以在任何时候、任何情况下筹集到他的朋友省下的钱。这一点时常大有益处。除了勤劳和节俭，实在没有什么比在交易中的守时和公正更加有助于青年人的成长；因此，绝不要违背诺言，否则一次失信，把你应当还账的时候拖延一小时，就会使你的朋友们的钱袋永远向你关闭。”“影响一个人信用的行为，哪怕是最不起眼的琐事，也应该注意。如果债权人在早上 5 点或者晚上 8 点听到你的锤声，那他在半年之内会感到放心；但是，假如在你应当工作的时候，他却在台球桌旁看到你，或是在小酒店听到你的声音，第二天他就会派人来收回他的钱，并且要你一次还清。”

“注意小事还表明你关心自己的债务，并使你看起来像一个精明而诚实的人，这也会增加你的信用。”

“要当心，不要将你持有的一切视为己有，生活中也要同样当心。这是许多有信用的人常常犯的错误。要避免这样的错误，就必须在

一段时间里对你的收入和支出严格记账,就将带来如下好结果:你会发现异常微量琐碎的开销如何积成巨额,而且明了已经节省了多少,以及今后可以节省多少,同时又不至于产生大的不便。”

“如果你是以谨慎、诚实而为人所知的人,那么一年 6 镑可以给你带来 100 镑的用场。”

“每天随便花掉 4 便士的人,一年便要花掉 6 镑多,这就失去了使用 100 镑的用场。”

二、现代信用的特点与共性

无论是经济领域里的信用活动,还是社会人文领域里的信用行为等等,信用都具有以下四大共性:

(一)信用有标识性,有明确的归属

信用有名有姓,我们经常说某人信用好,某企业信用好,信用就像是人、企业等微观经济主体经济活动的身份证。事实上,在美国这样市场经济较成熟的国家,企业确实是有代码和编号的,根据这些代码和编号,可以在信用数据库中查询其信用资料。正是基于这个特点,信用才成为一种资源与财富。这种资源与财富为政府、企业、院校、各种团体和个人等各自拥有,社会各界有必要维护自己的信用,培育与增加自己的信用资源与财富。信用的标识性与所属是企业与个人诚实守信的利益基础,是追求信用的动力源,是形成良好的社会信用环境与信用秩序的内在力量。

(二)信用具有传散性,可以流传

从金融角度说,信用是货币的一部分,正在流通着。例如,各种商业票据、有价值证券等都具有货币的性质,是更广义的货币,都在现代社会广泛使用与流通。从更广泛的角度说,有价值,能携带,可以收藏,可以交换,因此,可以并且正在社会上流通着、传散着、流传着。正是基于这个特点,在现代信息社会,借助通讯系统与计算机系统,信用信息得以广泛地公开和散播。这种被公开和散布的良好的信用信息是一种无形财富,可以用来借钱还钱、买汽车、买房子等等。信用的传散性构成了信用交易的基础。信用的传散性是信用行为的