

• 黄晓红 著

YinxingQiyue

隐性契约、声誉机制与农户借贷

ShengyuJizhiyu NonghuJiedai



经济科学出版社
Economic Science Press

郑州轻工业学院博士科研基金资助项目

河南省政府决策研究招标课题（立项号：2012B740 及 2010B745）相关成果

隐性契约、声誉机制与 农户借贷

黄晓红 著



经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

隐性契约、声誉机制与农户借贷/黄晓红著.

—北京: 经济科学出版社, 2012. 11

ISBN 978-7-5141-2651-8

I. ①隐… II. ①黄… III. ①农户-借贷-研究-中国 IV. ①F832.43

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 266548 号

责任编辑: 李 雪

责任校对: 刘 昕

版式设计: 代小卫

责任印制: 邱 天

隐性契约、声誉机制与农户借贷

黄晓红 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

总编辑部电话: 88191217 发行部电话: 88191537

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京市季蜂印刷有限公司印装

710×1000 16 开 15.25 印张 230000 字

2012 年 11 月第 1 版 2012 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5141-2651-8 定价: 48.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 88191502)

(版权所有 翻印必究)

前 言

隐性契约是保证社会有效交易的重要机制。农户是农村借贷市场的主体，声誉是一种隐性契约，基于农村特定的区域文化、社会规范、习俗的声誉机制对农户借贷市场有重要影响。本书研究农户借贷中的声誉作用机制问题，将研究聚焦于农户声誉为什么以及如何影响农户借贷结果，并从声誉的视角解释了农户借贷市场二元金融结构存在的现实性。本书在博弈分析、文献研究及访谈研究的基础上，构建了农户声誉信息效应、资本效应及贷方类型调节效应的理论模型，并以 SEM 方法、运用河南省五县 612 个有效样本进行了理论验证，然后通过个案分析印证并补充了主要观点。主要内容与结论如下：

以博弈分析演绎农户声誉的动态形成过程，及农户声誉对农户借贷中的逆向选择与道德风险的抑制作用：（1）借贷博弈表明，农户声誉是农户行为的函数，农户声誉的形成与变化过程是人们基于其行为进行贝叶斯调整的动态过程。（2）信号传递博弈模型证明，农户声誉能揭示农户内在特征，因而能降低农户借贷中的逆向选择。（3）农户借贷的重复博弈、嵌套博弈阐释了声誉作为一种隐性契约，可以在一定程度上有效约束农户借贷后的道德风险行为。

剖析了农户声誉信息效应机制，研究了农户声誉信号传递的具体过程。实证研究发现，农户声誉与农户的偿还能力、偿还意愿及互惠倾向正

相关，从信息的角度看，这三个变量是贷方选择借方农户的关键依据。而借方农户声誉水平正可揭示并传递这三个信息变量，因此，农户声誉可成为贷方选择借款人的依据，声誉信息效应弱化了借贷双方的信息不对称，降低了农户借贷中逆向选择风险（特别是在非正规借贷中）。

构建并验证了农户声誉的资本效应机制，揭示了农户声誉通过影响收入机会、抵押替代、违约成本及借贷范围等变量影响农户借贷结果的部分中介效应过程。这正是农户声誉对农户借贷后道德风险行为具有约束力的关键。以前的研究也认为声誉对农户借贷行为有约束作用，但没有深入研究这种作用的路径与过程。本书证明，良好的农户声誉作为一种无形资本具有抵押作用，可以替代实际抵押品而改善农户借贷结果，声誉越好这种抵押替代效果就越明显。同时，农户的良好声誉有利于提高其未来的收入机会、并拓展其借贷范围，进而影响借贷结果。农户声誉经由违约成本影响借贷结果是声誉资本效应的另一种方式——基于可置信的潜在损失威胁。

在验证了农户声誉的信息效应与资本效应之后，笔者还关心一个问题：声誉机制在农村正规借贷与非正规借贷市场中是否有相同的作用呢？实证检验发现，总体来说，农户声誉信息效应与资本效应在正规借贷与非正规借贷中的效果有差异，两种声誉效应在非正规借贷中作用较强，而在正规借贷中作用较弱。

黄晓红

2012年10月

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 问题的提出	3
1.3 研究的目的与意义	8
1.3.1 研究的目的	8
1.3.2 研究的意义	8
1.4 研究方法	9
1.5 主要创新点	10
2 文献综述	13
2.1 农户借贷相关研究	13
2.1.1 农户借贷的主要特征	13
2.1.2 农户借贷中的信息不对称	23
2.1.3 农户借贷市场的二元金融结构	25
2.1.4 农户获得贷款的影响因素的研究	30
2.2 一般声誉理论相关研究	36
2.2.1 声誉理论概况	36
2.2.2 声誉的基本功能	39

2.2.3 声誉机制起作用的基本条件	42
2.3 借方声誉相关研究	46
2.3.1 借方声誉的国外相关研究	46
2.3.2 借方声誉的国内相关研究	51
3 借贷市场中农户声誉的动态形成及其作用	
机制的博弈分析	55
3.1 引言	55
3.2 农户与农户声誉	56
3.2.1 农户的内涵	56
3.2.2 农户声誉的内涵	58
3.3 借贷市场中农户声誉形成的过程——一个 动态博弈模型	60
3.3.1 声誉形成的研究文献简概	60
3.3.2 借方声誉形成的动态博弈模型	61
3.3.3 博弈分析	64
3.3.4 简要结论	67
3.4 声誉效应抑制农户借贷中逆向选择的博弈分析	67
3.4.1 农户借贷中可能的柠檬问题	67
3.4.2 农户声誉的信号传递博弈模型	69
3.4.3 声誉机制对农户借贷中逆向选择的抑制过程	74
3.4.4 简要结论	76
3.5 声誉效应约束农户借贷中道德风险的博弈分析	77
3.5.1 隐性契约与 KMRW 声誉模型	77
3.5.2 重复博弈下的农户声誉对农户行为的约束作用	79
3.5.3 嵌套博弈下的农户声誉对农户行为的约束作用	83
3.5.4 简要结论	87
3.6 农户声誉效应的实施机制与作用条件	88

目 录

3.6.1 农户声誉效应的实施机制	88
3.6.2 农户声誉效应的作用条件	89
3.7 本章小结	91
4 农户借贷中声誉机制的理论模型	92
4.1 引言	92
4.2 农户声誉的基本构成	94
4.2.1 农户声誉基本构成的概念化	94
4.2.2 农户声誉基本构成的访谈研究	95
4.2.3 农户声誉的基本构成假设	97
4.3 农户借贷结果的表征变量选择及其 影响因素的逻辑关系推演	100
4.3.1 农户借贷结果的表征变量——农户借贷可得性的界定	100
4.3.2 农户借贷可得性主要影响因素归纳	101
4.3.3 农户借贷可得性主要影响因素的关系推演	103
4.3.4 变量选择	105
4.4 农户声誉对农户借贷结果影响的理论假设	107
4.4.1 基于声誉理论的农户借贷可得性的逻辑推演	107
4.4.2 农户声誉信息效应对农户借贷结果的影响	109
4.4.3 农户声誉资本效应对农户借贷结果的影响	112
4.4.4 贷方类型的调节作用模型	118
4.4.5 整体模型	119
4.5 本章小结	120
5 理论检验的研究设计	122
5.1 问卷设计	122
5.1.1 问卷调查对象	122
5.1.2 问卷设计过程	124
5.1.3 问卷的主要内容	125

5.2 变量测量	126
5.2.1 农户声誉基本构成相关变量度量	126
5.2.2 农户声誉信息效应变量测量	127
5.2.3 农户声誉资本效应变量测量	127
5.2.4 结果变量—农户借贷可得性的测量	127
5.3 数据收集	128
5.3.1 样本来源与样本量	128
5.3.2 抽样方法与抽样过程	131
5.3.3 数据获取过程	133
5.4 数据分析方法与工具	135
5.4.1 数据分析方法	135
5.4.2 主要分析工具	141
5.5 本章小结	141
6 数据分析	142
6.1 数据描述	142
6.1.1 样本的村庄分布情况	142
6.1.2 调查对象的描述性统计	143
6.1.3 调查问卷的描述性统计	147
6.2 数据质量检验与量表分析	148
6.2.1 数据质量检查	148
6.2.2 信度分析	149
6.2.3 效度分析	150
6.3 假设检验	153
6.3.1 农户声誉基本结构的二阶验证性因子分析	153
6.3.2 农户借贷中的声誉信息效应假设检验	156
6.3.3 农户借贷中的声誉资本效应机制——声誉 资本中介作用检验	164

目 录

6.3.4 贷方类型的调节效应检验	173
6.4 结论与讨论	183
6.4.1 农户声誉具有多维结构	183
6.4.2 农户声誉的信息效应机制	183
6.4.3 农户声誉的资本效应机制	184
6.4.4 贷方类型对农户声誉效应的调节作用	185
6.5 本章小结	188
7 案例研究——农户借贷中声誉作用的现实分析	190
7.1 案例研究目的与方法	190
7.1.1 案例研究目的	190
7.1.2 案例研究方法	191
7.2 典型案例分析	191
7.2.1 案例一	191
7.2.2 案例二	195
7.2.3 案例三	198
7.3 本章小结	202
8 结论与展望	203
8.1 本书的主要结论	203
8.1.1 结论一	204
8.1.2 结论二	204
8.1.3 结论三	205
8.1.4 结论四	205
8.1.5 结论五	207
8.2 理论价值与实践意义	208
8.2.1 理论价值	208
8.2.2 实践意义	210
8.3 不足及进一步研究展望	212

隐性契约、声誉机制与农户借贷

8.3.1 本书中的不足	212
8.3.2 进一步研究展望	212
参考文献	214
后记	232

绪 论

1.1 研究背景

农户借贷不仅能够平滑农户的消费，还为农户维持和扩大生产，采用新技术以及新的投资提供资金，有助于增加农户的收入，改善农户的福利状况。李锐、李宁辉（2004）：朱喜（2006）对农户借款福利效果的计量分析结果显示，不论是正式借贷、还是非正式借贷对农民收入和消费的增长都具有显著的促进作用。大量的文献也说明，改善贫困农户的信贷获得，对减缓贫困、增加他们的经济福利起着关键的作用（Hoff et al.，1993，1995）。

一直以来，农村金融理论研究的核心问题就是在如何改善农户、特别是低收入农户的信贷获得状况，农村金融政策与实践也以此为重点进行探

索和推进。

20 世纪 80 年代以前，处于主导地位的农业信贷补贴论认为农村居民、特别是贫困阶层没有储蓄能力，农村面临的是慢性资金不足问题。而且由于农业的产业特性（收入的不确定性、投资的长期性、低收益性等）：它也不可能成为以利润为目标的商业银行的融资对象。该理论因此得出结论：为增加农业生产和缓解农村贫困，有必要从农村外部注入政策性资金、并建立非营利性的专门金融机构来进行资金分配。根据该理论，以贫困阶层为目标的专项贷款兴盛一时（张元红、马忠富等，2002）。

但许多经验表明，低息贷款政策很难实现促进农业生产和向穷人倾斜的收入再分配目标。由于贷款的用途是可替换的，低息贷款不太可能促进特定的农业活动。低息贷款的主要受益人不是农村穷人，低息贷款的补贴可能被集中并转移到使用大笔贷款的较富有的农民身上（速水佑次郎、拉坦，1986；沃格尔，2000）。从本质上说，廉价贷款存在对非目标受益人获得贷款的激励，从而从根本上破坏信贷计划目标的实现（Adams et al., 1984）。当低的利率上限使得农村贷款机构无法补偿由于贷款给小农户而造成的高交易成本时，那么官方信贷的分配就会偏向于照顾大农户（Bavishay & Monika, 1991）。补贴信贷最终的结果是造成了这类逆向选择问题，并扭曲了农村金融市场。补贴信贷还强化了人们有关农业就一定是低回报弱势产业的臆想，加重了农民对政府的依赖性（冯兴元等，2004）。

长期以来，我国农村金融改革的注意力就集中在政府补贴上（谢平，2004）。低利率、强调信贷补贴的农村金融政策所带来的后果是，一方面农村金融机构积累了大量的不良资产，另一方面农村金融需求得不到满足，特别是贴息贷款不能有效地到达贫困农户手中，并且回收率较低（Park, Wang & Wu, 1997）。我国农村金融已有的经验表明，仅仅靠补贴是解决不了农村金融问题的（姚耀军，2005）。“信贷补贴”并没有达到政府预想的目标，改善农户借贷的获得状况。

20 世纪 80 年代以来，农村金融市场论或农村金融系统论逐渐替代了农业信贷补贴论。该范式完全仰赖市场机制、极力反对政策性金融对市场

的扭曲，特别强调利率的市场化。事实上经验表明，贷款的价格对农户是否愿意借款是相对不那么重要的因素，比它重要得多的是，及时的服务和简化的申请及支付程序（姚耀军，2005）。通过利率自由化能否使小农户充分地得到正式金融市场的贷款，仍然是一个问题。高成本和缺少担保，可能仍会使他们不能借到他们所期望的那么多的资金，所以，仍然需要政府的介入以照顾它们的利益。在一定的情况下，如果有适当的体制结构来管理信贷计划的话，对发展中国家农村金融市场的介入仍然是有道理的（Avishay & Monika, 1991）。

20 世纪 90 年代后，人们认识到为培育有效率的金融市场，仍需要一些社会性的、非市场的要素去支持它。斯蒂格利茨的不完全竞争市场论就是其中之一，其基本框架是：发展中国家的金融市场不是一个完全竞争的市场，尤其是放款一方（金融机构）对于借款人的情况根本无法充分掌握（不完全信息）：如果完全依靠市场机制就可能无法培育出一个社会所需要的金融市场。为了补救市场的失效部分，有必要采用诸如政府适当介入金融市场以及借款人的组织化等非市场要素（Stiglitz & Weiss, 1981；Stiglitz, 1989）。

借贷市场是一个典型的具有不确定性、信息不对称的市场，减少借贷双方之间的非对称信息是提高农户借贷效率的根本途径。因此，那些能降低借贷双方信息不对称的工具、策略或机制将有利于实现农村借贷市场的帕累托改进。借方声誉是解决信贷市场上逆向选择和道德风险的一种机制（Padilla & Pagano, 1999；Vercammen, 1995；Reka, 2005 等）。在借贷市场，声誉具有重要作用。

1.2 问题的提出

综观农户借贷的研究文献，可以将农户借贷的研究归结为对三个层面的问题的探讨。第一层面的问题主要是：（1）农户借贷中的信贷约束比较

普遍；(2) 正规借贷与非正规借贷并存，且正规借贷在农户借贷中的比例很低（30%以下），而非正规借贷占主要地位。第二个层面的问题多是围绕第一层面问题进行的描述与解释，并提出相关政策建议。对第二层面问题的研究可以概括为三种观点：金融抑制；信息不对称；抵押物缺乏。比如，麦金农（McKinnon, 1973, 1996）、肖（Shaw, 1973）、林毅夫（2000）等认为内生于政府政策的金融抑制是导致农户信贷约束、二元金融结构的主要原因。而赫夫和斯蒂格利茨（Hoff & Stiglitz, 1990）、斯蒂格利茨（1994）、周天芸（2004）、张杰等（2006）、周立（2007）等认为信息不对称是造成第一层面问题的主因。同时，考切（Kocher, 1998）、周立（2007）等认为抵押物缺乏是农户受到信贷约束的重要原因。第三个层面的问题是如何解释和解决前两个层面的问题，包括为什么会存在信息不对称？如何降低信息不对称？为什么农户非正规借贷占主导地位？是什么原因导致农户在两种借贷类型之间作出选择？

本书将集中探讨后两个层面的问题。笔者的调查及分析认为，农户声誉在农村这一具有特殊的区域交易中可能具有重要作用。

声誉问题总是与信息的不对称和经济环境的不确定性相联系的，声誉在信贷市场中的重要性已经在理论文献中获得证实（Reka, 2005）。在戴蒙德（1989）建立的理论模型中，一个借款者是一个声誉的载体，他提供了一个重复博弈范例证明声誉怎样能够变成一种有价值的资产。高希和瑞（2001）建立了一个主旨上与戴蒙德（1989）相似的模型，他们的模型预期没有耐心的借方不能建立一个好的声誉。而且，为了挑选借方，贷款组织为首次借款者提供小的试验性贷款。他们还认为，非正规部门的契约是基于借方声誉的；声誉意味着借方传递他们值得信任的信息的能力。格雷夫（1994）利用缺乏完善的法律体系的一些国家的历史数据探索说明了在贸易和信贷中声誉机制的运用。迈耶（1998）的经验研究也发现声誉在非正规借款的获得方面似乎扮演着一个很重要的角色。他们进一步发现，拥有良好声誉的个体，能以较低的利率获得较大数量的贷款。帕蒂拉（1999），沃凯曼（1995）把借方声誉看成是解决信贷市场上逆向选择和道德风险的

一种机制。瑞卡（Reka，2005）研究了在农村借贷市场中的声誉效应。她认为，借方声誉可以在两个方面直接改善信贷通道：一是，一个建立好的声誉能够降低贷方的交易成本，这是通过降低贷方花费在评价贷款申请上的费用，从而潜在的减少提供信贷的成本。二是，贷方将能更好地评价借方的风险，结果能够更精确地确定他们服务的价格。在她对洪都拉斯农村信贷市场的经验研究中发现，真实状态依存即农户的借款历史对其借款能力有重要影响，无论是发生在正规部门的借贷还是发生在非正规部门的借贷行为，都能为抵押担保提供一个可选择的替代，特别是在非正规部门这种替代更明显，真实状态依存是声誉在信贷市场的一个很强的指示器。斯考姆比（2004）、斯沃拉（1990）认为，借款者的声誉是影响非正规贷款者配给行为的因素，声誉差的借款者更有可能面临信贷配给。帕姆和伊祖米达（2002）认为，农户声誉是银行进行信贷配给主要考虑的因素。

国内对信贷市场中的借方声誉的专门研究较少，但不少研究者已关注到声誉机制在借贷中的重要作用，特别是在农村借贷市场中。

王辉、蒋常虹（2005）通过建立一个声誉单独维持信贷交易的模型，认为由于声誉效应的作用，信贷交易即使在没有抵押的情况下也可以维持。这是对一般信贷市场中声誉的效应分析。

一些研究者在研究农村信贷市场的其他相关问题时，涉及声誉机制及声誉效应，但没有做深入具体的分析。例如：张杰、尚长风（2006）在解释农村金融市场“二元”分割时认为，可以通过声誉机制与集体惩罚机制来降低交易成本与交易风险。

张军（2006）基于农户与正规金融机构的借贷行为和他们经济交易的金融合约模型，分析了二者间行为的信用性质，探讨了交易双方在经济交易中合约解的条件及其状态，揭示正规金融机构要改善对农户资金需求，应该从双方信用行为中融资合约的条件入手，通过农户的“声誉机制”、第一方实施（道德约束）、个人信任和交易者社会规范等履约机制来实现增强契约签订者的自履约机制，以实现农村金融市场的金融交易效率的提高。

杨丛丛（2006）在分析农户小额信用贷款时认为，农户声誉是影响贷

款的一个很重要的因素，在其所调查的得到贷款的九个农户都是所属村的常住人口，而且以前没有过不良信用记录，在当地的口碑也都不错。

周东洲（2007）在研究农户联保贷款制度时认为，农户联保制度在中国顺利的运行，主要是依靠组内的相互监督、相互激励，而这种监督与激励是建立在农户间信息的识别与传递之上的，而声誉正是这种识别与传递过程的外在表现。

赵岩青、何广文（2007，2008）在对贷款农户、担保农户、信用社三方的博弈分析中得出结论，认为按时还款作为借款农户的最佳选择，就是不完全信息条件下重复动态博弈所创造的声誉效应。声誉效应机制的发挥作用的核心是：理性的借款农户为了合作的长远利益，愿意舍弃因违约所带来的一次性收益而按时归还信用社的贷款。声誉效应在小额信贷运作过程中的有重要作用。

另一些研究者则借鉴声誉研究的博弈模型和经验研究，较深入地分析了农户借贷过程中的声誉作用。可以认为是对借方声誉的专门研究。

黄晓红（2008，2009）在对河南武陟县几个乡镇调查中发现农户的声誉是信用社借贷决策中主要的考量因素之一。借鉴克瑞普斯（1982）等学者关于声誉是一种认知和谢恩克（1997）等人关于声誉是一种社会机制的观点，认为在农村地区，农户之间及农户与其他经济、社会组织一起构成了一个有限的社会网络，作为借方的每个农户过去的行为与结果形成了现在的声誉，农户的声誉是农村区域网络成员口头交流与评价的结果。农户的能力与品格决定了他们的行为与结果，声誉就是对这些行为与结果的总体认知。在此基础上，利用信号传递博弈模型，阐明了在农户与信用社的非对称信息借贷博弈中，农户声誉如何成为信用社识别可信赖的贷款农户的有效信号，从而克服农村借贷中的逆向选择问题的。并通过利用结构方程建模技术构建变量间关系模型，对河南省的实证分析显示，代表农户声誉的偿还历史、人缘关系、经营效果与代表还款特征的偿还能力、偿还意愿总体是正相关的，而后者又对农户借贷结果有显著影响。由此证明，农户声誉具有信号传递功能，是一种显示农户内在特征的信号机制。农村借