



INTERNET CREDIT

第一章：信用管理概论



本章简介

学习目标

了解信用概念和信用发展历程

掌握信用分类形式，认识信用缺失的危害

重点掌握社会信用体系的架构

本章大纲

第一节 信用与信用管理概述

第二节 信用的经济学分析

第三节 社会信用体系

第二节 信用的经济学分析



1.2.1 经济学理论与信用



1.2.2 信用的经济表现形式



1.2.3 信用的作用



1.2.4 信用对市场经济的作用机制

一、经济学理论与信用



(一) 信用功能理论

1、**信用媒介论**。即自然主义信用理论，创于18世纪，盛行于19世纪前期。代表人物：亚当·斯密、大卫·李嘉图、约翰·穆勒等人。

信用媒介论认为：信用是将资本从一个部门**转移**到另一个部门的媒介，**信用不是资本，也不创造资本**。信用可以节省流通费用，可以促进利润率的平均化，可以促进国家财富增加。信用对物价和商业危机有影响。银行创造信用是有限的。

一、经济学理论与信用



(一) 信用功能理论

2、信用创造论。创于18世纪，发展于19、20世纪，盛行于现代。代表人物：约翰·劳、亨利·桑顿、麦克鲁德、熊彼特·韩、C．A．菲力蒲斯等。

信用创造理论认为：信用创造资本，**信用就是货币**。信用就是财富。信用就是生产资本，通过这种生产资本的扩张，即信用量的增加与扩展可以**创造社会财富**，繁荣商业，使国民经济具有更大活力。银行具有无限创造信用的能力。

一、经济学理论与信用



(一) 信用功能理论

3、信用调节论。始于20世纪二三十年代，盛行于现代。主要代表人物有R．G．霍曲莱、凯恩斯、阿尔文·H·汉森、萨缪尔森等人。

信用调节论认为：资本主义经济危机能够通过**货币信用政策**去治理，资本主义各种矛盾能够通过货币制度的机制去消除，**主张扩张信用**，促进经济增长。

一、经济学理论与信用

(二) 信息不对称理论与信用

信息不对称理论是由2001年度诺贝尔经济学奖获得者约瑟夫·斯蒂格利茨、乔治·阿克洛夫和迈克尔·斯彭斯三人共同提出的。

信息不对称理论：在市场经济活动中，各类人员对有关信息的了解是有差异的；掌握信息比较充分的人员，往往处于比较有利的地位，而信息贫乏的人员，则处于比较不利的地位。

一、经济学理论与信用

（二）信息不对称理论与信用

该理论认为：市场中**卖方比买方更了解**有关商品的各種信息；掌握更多信息的一方可以通过向信息贫乏的一方传递可靠信息而在市场中获益；买卖双方中拥有信息较少的一方会努力从另一方获取信息；**信息不对称是市场经济的弊病**，要想减少信息不对称对经济产生的危害，**政府应在市场体系中发挥强有力的作用**。这一理论被广泛应用到农产品市场、现代金融市场等各个领域。

(二) 信息不对称理论与信用

在产品市场上

“格雷欣法则”，即“劣品驱逐良品”现象。卖方(厂商)在产品的质量、性能、生产工艺、成本等方面处于信息优势，而买方处于信息劣势，因而对产品难以准确估价。这种信息不对称可能导致的结果是：不断提高产品质量的厂商因成本提高造成价格上升，消费者的需求降低，而失去市场；而以次充好、偷工减料的厂商因成本低占有价格优势，在信息不对称的情况下可能赢得市场。

（二）信息不对称理论与信用

在资本市场上

- 由于企业、个人信用信息不健全，导致信息不对称。
- 表现：贷方对借方的资信度、偿债能力、生产经营状况、资金真实流向、违约的概率等缺乏充分信息，借方比拥有更多信息。借方可能获得贷款后，在高额投资利润的诱使下，从事高风险活动，一旦投资决策失误，无法按期偿还银行债务就会失信于贷方。贷方担心借方的隐藏活动而惜贷，导致贷方宁可降低风险不贷，或不得不提高贷款利率以减少损失；真正有潜力的借方因缺乏资金而失去发展机会，造成资本市场的效率不高。

(二) 信息不对称理论与信用

在保险市场上

- **投保前**，投保人比承保人拥有更多的信息，风险越大的人入保的可能性越大，风险越小的人入保的可能性越小（**逆向选择效应**）。例如，病入膏肓的人可能隐瞒病情而积极投保人身健康险。
- **投保后**，投保人减少了谨慎行动来规避风险和节省开支的动力（**道德风险效应**），麻痹大意以致增加风险发生的概率，甚至故意制造事故以骗取保险赔偿，更有甚者把保险作为投机活动，造成保险市场的信用缺失。

(三) 交易成本论与信用

概念

若失信行为不能够产生足够的**经济损失**，失信行为就会继续下去；相反，如果失信的成本大于失信产生的收益，则失信行为将因失去**利益驱动**而减少甚或消失。

现象及原因

某些企业不讲信用，就是因为拖欠银行贷款后往往可以受到某些行政管理部门的财政豁免、挂帐或债转股等政策的扶持，从而使其不能真正感受到失信所带来的成本损失。(恒大)

对策

要减少失信行为、创造良好信用环境，就必须建立起**严格的失信惩戒机制**。只要失信招致的损失大于失信取得的收益，企业就没有动力做出失信的决策，企业自律才会逐步实现。

（四）博弈论与信用

从长期来看，不讲信用的企业是没有市场的。博弈论研究表明，如企业只进行短期博弈而缺乏长期博弈，那么企业就会失信。只有加大对失信企业的惩戒，提高失信的成本，使企业进行短期博弈的失信成本远远大于企业因此博取的收益，才可能使企业进行长期博弈，减少企业的失信行为。

当其他企业发现不讲信用的企业短期内可以获得额外收益，而自己因为讲信用却遭受利益损失时，这些企业的最优经济策略也会选择不讲信用。如不讲信用被大多数企业作为最优策略时，企业之间的信任随之降低，信用环境就会恶化。

在信息传递方便、市场监督机制健全的信用环境中，若某企业不讲信用并因此获得额外利益，但别的企业可很快知悉并在其后的经济交易中拒绝对它提供信用，那么这家企业就会处于孤立状态，付出巨大的代价。

因此，企业不讲信用不是其最优策略；恰相反，其最优策略是讲信用，并防范交易对手不讲信用。

相反，在一个信用环境不好、市场机制不健全的社会，如某企业不讲信用并因此获得额外利益，但其他企业却无法及时知悉并会在其后的经济交易仍对它提供信用，那么这家企业就会因此而继续获益。于是，在信用监督机制不健全的社会环境中，该企业的最优策略就是不讲信用。

二、信用的经济表现形式

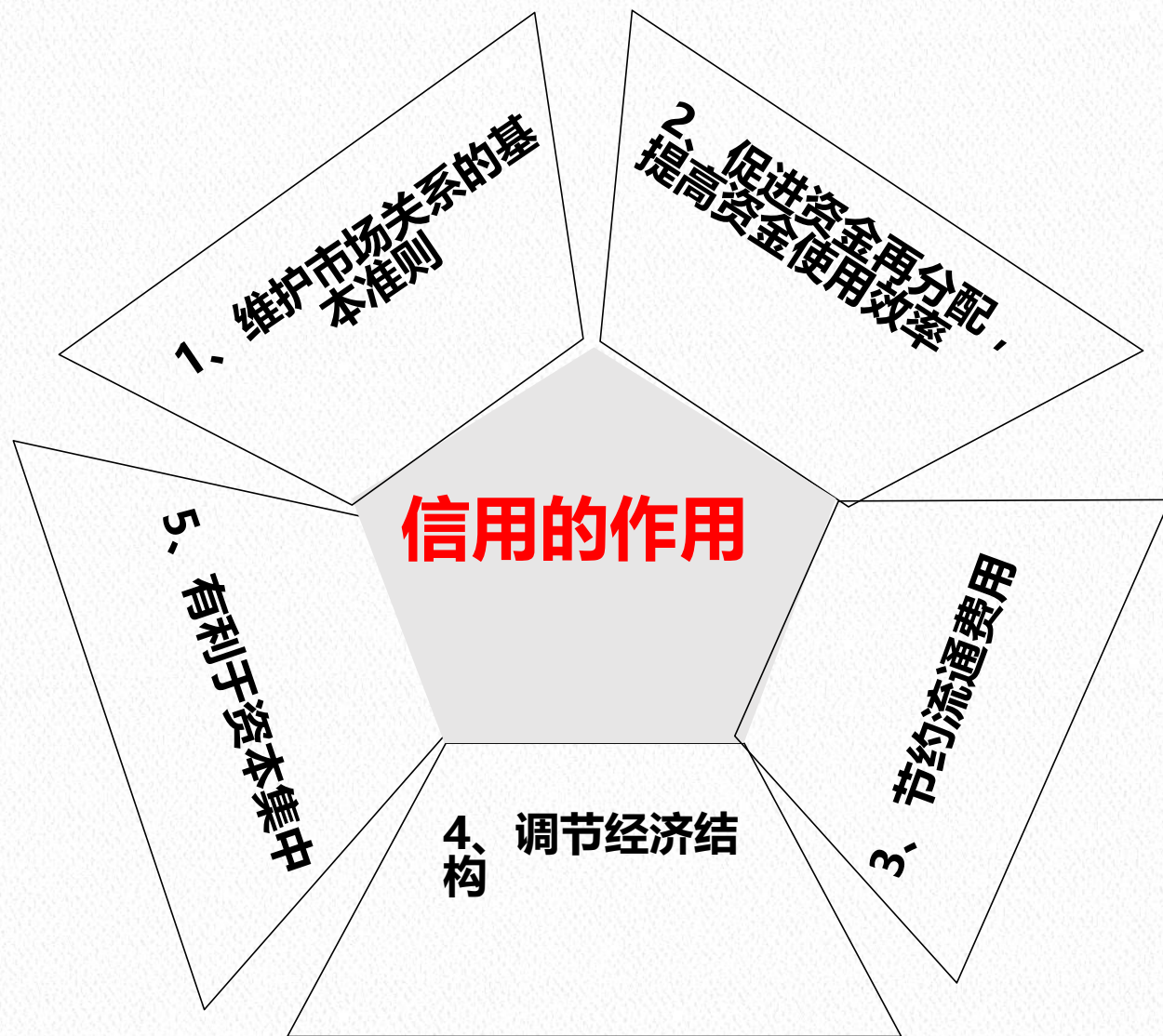
信用是一种交换方式

- ◆ 它将**供货与兑现**两个环节在**时间上进行分离**，以**提高效率、降低成本**。由产品流通领域向资本流通领域扩展，便出现了银行信用。
- ◆ 信用带来了交换方式的变化，也导致了信用风险，所有的交易都以兑现为终结，信用只是以基于信任的契约将兑现的时间延迟。兑现的延迟是有时间限制的，如这一限制被打破，就意味着失信行为，这将给授信方造成风险。

信用是一种支付方式

在赊销过程中，**受信方不是以现金而是以信用作为支付方式**来取得授信方的商品或服务。然后，受信方要在一定期限内再以现金方式支付，这样，交易中商品的让渡和货款的现金支付就因信用的介入而发生了**时间和空间上的相对分离**。相对于现金支付方式而言，**信用方式已经成为现代市场经济中占据主导地位支付方式**。

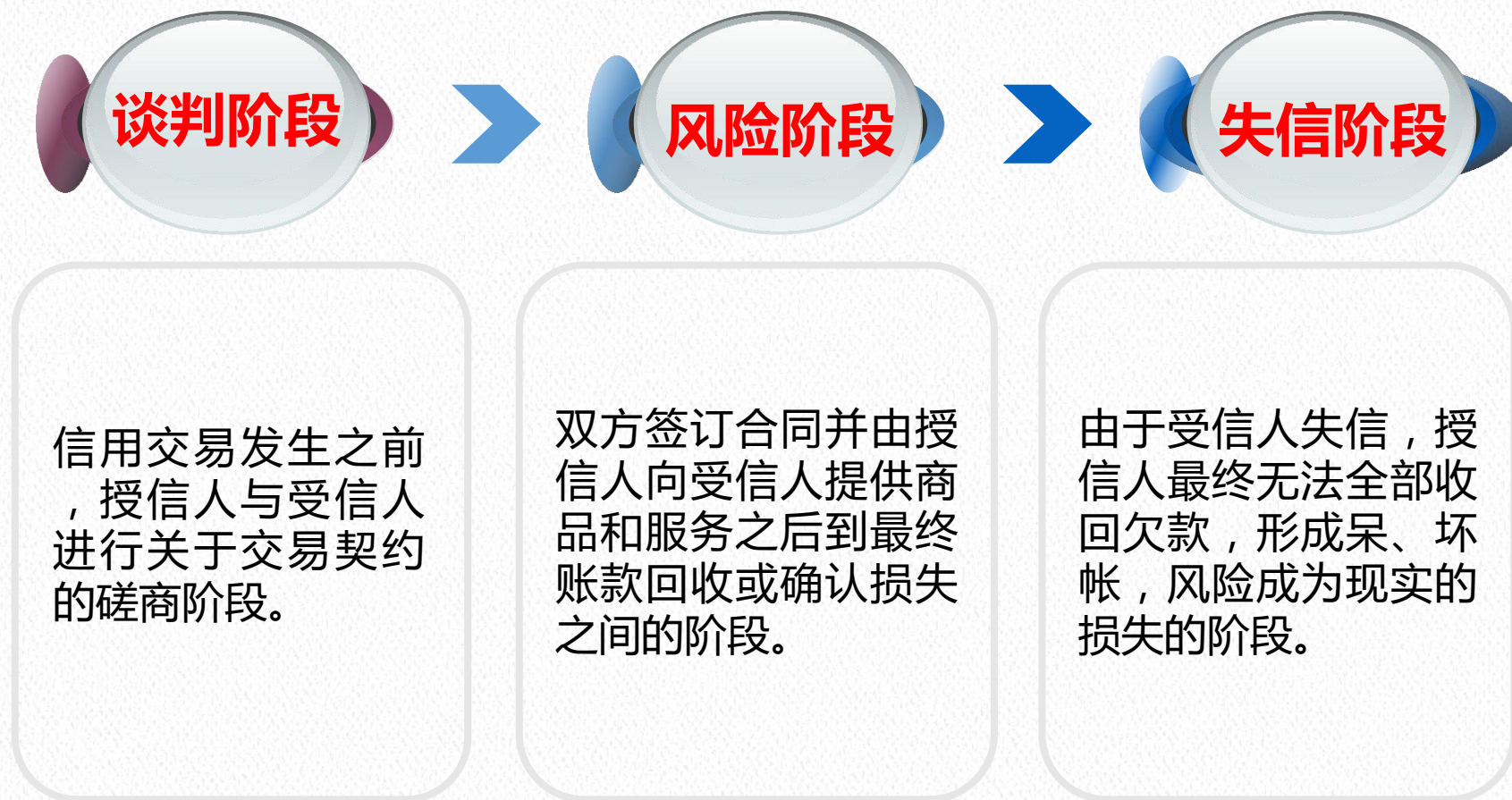
三、信用的作用



四、信用对市场经济的作用机制

- 信用不仅为市场提供了一种交易方式和支付手段，也提供了一种市场机制。
- 将信用风险的发展过程按照时间顺序分为三个阶段：谈判阶段、风险阶段和失信阶段。

四、信用对市场经济的作用机制



❖ 在信用风险发展的不同阶段，信用对市场交易具有不同的作用机制。

四、信用对市场经济的作用机制

谈判任务除了双方对合同的诸多条款进行磋商外，最重要的就是要研究是否授予受信人信用、授予多少、担保物等问题，并依据研究结论做出科学的授信决策，以事前避免信用风险的发生。这就是信用交易的风险揭示机制，其核心任务是受信人信用信息的收集和信用状况的分析。

谈判阶段
的风险揭示
机制

授信人要在合同期限内对受信人保持动态跟踪与监控，确保授出信用（账款、贷款、投资等）的安全，要在还款逾期以后运用商帐追收等各种手段对逾期信用进行追讨，力求挽回信用风险，降低损失程度。这就是信用的风险管理机制。

风险阶段的风险
管理机制

失信惩戒机制通过公开信息为前提，以市场调节为手段，是非正式惩罚机制；失信惩戒机制如实公开信用信息，降低信息不对称程度，不守信用的企业和个人的信用状况得到曝光，失信者将进入信用“黑名单”，被孤立。

失信阶段的失
信惩戒机制



INTERNET CREDIT

谢谢

