

促进我国信用服务业发展的思路研究

曾光辉 厦门市发展研究中心

摘要：信用服务业作为知识和技术密集型的新兴服务业，具有经济社会效益好、企业边际成本递减、行业自律要求高等特点，发展潜力巨大。从国外看，信用服务业的发展主要有以美国代表的“高度市场化”模式、以欧洲为代表的“政府和央行主导”模式和以日本为代表的“行业协会”主导模式等三类。近年来，我国信用服务业发展迅速，同时存在信用需求不足、信用服务市场不成熟、信用法规不完善等问题。基于“政府引导、市场运作、协会参与”的信用服务业发展思路设计，本文提出加强信用数据归集、激发信用服务需求、优化信用服务供给、强化信用服务监管等一揽子对策建议。

关键词：信用服务；信用信息；信用市场；信用监管
中图分类号：F719 文献标识码：A 文章编号：1001-828X(2016)015-000360-04

一、信用服务业的内涵及行业特征
(一) 内涵

在《辞海》中，“信用”有三种解释：一是信任使用；二是遵守诺言，实践成约，从而取得别人对他的信任；三是价值运动的特殊形式。当前，业界对信用的理解主要有两种：一是社会学意义上的“诚信”，泛指一种社会契约关系，即人(群体)与人(群体)之间做出承诺并兑现承诺的社会关系，或者共同遵守某方面成文、不成文社会规则的行为规范，不守时、不守法、道德败坏等都属于失信行为；二是经济学意义上的“征信”，代表一种金融借贷关系，即在市场交易活动中由基于实物的物物交换、基于货币的商品交易演化为基于信用的信用交易，授信人在充分信任受信人能够实现其承诺的基础上，用契约关系向受信人放贷，并保障自己的本金能够回流和增值的价值运动，表现出来的是信用主体获得借贷的能力与按时还款、履约的能力。

信用服务本质上是帮助市场交易主体解决信息不对称的一种信息咨询活动。国民经济行业分类将信用服务业设在商务服务业目录下，指专门从事信用信息采集、整理和加工，并提供相关信用产品和信用服务的活动，包括信用评级、商账管理等。国外信用服务业可细分为十个分支行业，即企业资信调查(企业征信)、消费者征信(个人征信)、财产征信、资信征信、商账追收、信用保险、保理、信用管理咨询、市场调查、利用电话查询票据等。本文信用服务业是指以经营信用数据为主业，根据市场需求提供企业征信、个人征信、信用评级及其衍生服务的中介行业。

(二) 行业特征

- 1. 兼具经济效益和社会效益。市场信用数据可以交易，具有商品属性；政府信用数据具有公共产品特性，属于社会公共服务的重要内容。信用服务业一方面可以降低市场交易成本、促进信用交易、优化营商环境、提高资源配置效率；另一方面又有利于推动政府职能转变、强化事中事后监管，营造良好的社会诚信氛围，促进社会和谐。
- 2. 知识和技术密集型行业。信用服务业涉及信用数据的挖掘、采集、处理、建模、分析、评估和运用等工作，需要专业的数据处理技术和信息安全技术，涵盖法律、金融、计算机、行政管理、社会学等多学科的知识，属于知识和技术密集型的新兴服务业。
- 3. 行业自律要求高。信用服务机构作为独立的第三方，为客户提供各种信用产品和服务，必须保持中立、客观、公正，不能与政府、征信对象或受评单位发生经济关系。同时，信用从业人员需要较高的职业道德和综合素质，对客户的信用信息具有严格保密责任，也不得利用自身服务获取或协助他人获取不正当利益。
- 4. 企业边际成本递减。信用企业经营的是信用数据，而数据具有“一次征集、多次应用、多领域应用”的特点，首次采集数据的成本较高，但使用数据的成本却越来越低，呈现边际成本递减的特点，这一特点也导致信用市场的相对集中。
- 5. 信用消费者同时是生产者。政府、企业、个人甚至是信用服

务机构本身，都既是信用数据的消费者，同时也是信用数据的生产者。如企业，在市场交易中需要依托信用服务机构来了解对方的信用情况，是信用的消费者；同时它的合同履行情况又将作为信用信息纳入信用服务机构的数据库，是信用的生产者。

二、国外信用服务业发展模式对比
(一) 美国：高度市场化的信用服务业

美国信用服务起源于19世纪末的消费者信用局，由早期零售商成立，主要目的是为了汇集其客户的历史信用记录以协助它们进行赊销账款的收集。目前，美国信用服务已经渗透到经济及生活的各个领域，90%以上的市场交易都是信用交易，98%的企业都有内部信用风险管理制度，大中型企业均设有独立于销售部门的信用管理部门。美国地方性信用局有1000多家，追账公司有6000多家。美国征信机构的数据库覆盖大约90%的潜在信贷人口，人均信贷账户数约为13个。美国信用服务业已形成个人征信、商业征信、信用评级“三足鼎立”局面，具体情况见表1。

表1 美国信用服务业发展情况

信用服务细分市场	应用领域	信用数据来源	信用产品	代表性信用服务机构	法律依据
个人征信业	个人消费信贷、求职、租房、保险理赔、公共服务	银行、信贷机构、消费者	个人信用报告	Experian(益佰利)、Equifax(依奎法克斯)、TransUnion(环联)	《公平信用报告法》、《公平信用结账法》、《平等信用机会法》等
企业征信业	市场交易、风险评估	公共登记部门(法院、税务等)、被调查公司、信息公司	企业信用调查报告、企业信用评估报告	D&B(邓白氏)、益佰利	没有专门法律法规，适用于公司法、商法
信用评级业	资本市场的债项评级	委托方提供数据、现场资料、自身数据库	金融机构信用评级、保险公司信用评级、企业信用评级、资产支持证券信用评级和政府债券信用评级	穆迪、标普、惠誉三大信用评级机构	《信用评级机构改革法案》、《信用评级机构操守准则的基本原则》等

主要特点：一是以市场化信用服务机构为主导。完全依靠市场经济的法则和信用管理行业的自我管理来运作，信用服务机构都拥有庞大的数据库、成熟的信用评估模型、先进的计算机处理系统和后台服务系统。如邓白氏，全球最大的商业数据库，1993年仅有2800万家企业数据，到2010年就超过1.8亿家企业数据，包括550万家中国企业数据。二是政府部门实行“有限联合监管”。政府不提供任何商业性的信用产品，仅负责提供立法支持和监管信用管理体系的运转，保护消费者权益和维护市场公平竞争。美国没有

专门负责征信业监管的行政部门，由相关法律对应的主管部门实行有限监管。如财政部货币监理局、联邦储备系统和联邦储备保险公司等主要负责监管金融机构的授信业务，司法部、联邦贸易委员会和国家信用联盟总局等主要规范征信业和商账追收业。三是行业协会发挥重要作用。美国行业内同业信用信息交换协会、中小企业服务信用协会等在信用数据的交换共享、行业自律方面发挥重要作用，如美国国家化工信用协会协会(NCCA)、金融、信用及国际商业协会(FCIB)和专业信用研究咨询机构(CRF)等。四是完善的信用法律法规。美国的征信法律制度有《公平信用报告法》、《信息自由法》、《平等信用机会法》、《公平信用账单法》、《公平债务催收法》、《金融隐私权法》、《信用卡发行法》等近20部法律，其中仅《公平信用报告法》，从1970年颁布以来就历经17次修订和三次重大修改。

(二) 欧洲：政府和央行主导的信用服务业

欧洲最早的征信机构出现在英国，成立于1830年，也是世界第一家征信公司。欧洲大部分国家的信用服务业都是以政府和中央银行为主导的，政府通过建立公共的征信机构，强制性地要求企业和个人向这些机构提供信用数据，并通过立法保证这些数据的真实性。

主要特点：一是以公共征信机构为主导。公共征信机构由政府或者央行设立，负责公共信用信息的归集和使用。如德国、意大利的公共信用机构是由中央银行建立，法国、希腊和土耳其的征信机构是由政府监管部门出资设立。二是政府实施严格监管。欧盟国家普遍成立了专业监管机构，负责数据保护和征信机构的监管工作。如英国由独立的公共行政部门——信息专员署负责征信业管理。德国采取中央信贷登记系统为主体的社会信用管理模式，联邦政府及各州政府均设立了个人数据保护监管局，对掌握个人数据的政府机构和信用服务机构进行监督和指导。三是公共信用信息的强制归集。如英国企业信用登记系统是以月为周期，向所有金融机构采集他们向公司发放超过一定额度的贷款信息，采集的范围既包括正面信息，也包括负面信息；而个人信用登记系统强制向所有的信用金融机构采集个人在租赁、贷款和透支方面的不良行为信息。德国所有的信用机构及国外分支机构都要按季向德意志银行上报3年中借款在一定额度以上的企业的负债数据。四是健全的信用法律法规。欧洲国家特别注重对个人隐私的保护，因此有完备的信用法律法规。如英国制定了《消费信用法》和《数据保护法》等，以保护消费者隐私、监督管理征信机构、规范征信业发展。德国规定，信息主体有权了解征信机构收集、保存的本人信用档案；只有在法律允许或经用户同意的情况下，征信机构才能提供用户的信用数据；禁止在消费者信用报告中公开消费者收入、银行存款、消费习惯等有关信息。

(三) 日本：行业协会主导的信用服务业

日本最早的企业征信公司为商业兴信所，成立于1892年，有会员31家，主要面向银行提供资信调查。在日本，行业协会在信用服务业的发展中发挥了重大作用。目前，信用服务机构除了“全国银行个人信用信息中心”系统，邮购系统的“CIC”以及消费金融系统的“全国信用信息联合会”三大机构外，还有跨越各行业系统的横向个人征信机构CCB、株式会社等。日本征信市场已发展到相当规模，呈现出集中垄断性，帝国数据银行和东京商工两家占据了60-70%的市场份额。

主要特点：一是由行业协会主导。信用信息机构的信息主要是通过行业会员提供，如全国银行个人信用信息中心，158家会员中包括131家商业银行，1230家非银行金融机构，220家银行附属公司和1家信用卡公司。其信息主要来源于会员银行，至1999年底，该个人信息中心收集的3600万人信息中，来自银行的信息占

60.9%。二是协会信用信息共享交换。日本三大信用机构于1987年3月合资建立了信用信息网络系统，实现信用信息的交换共享，防止发生多重借债等的恶性个人信用缺失问题。仅2002年，该系统的被查询次数就已经达到5289万次。三是信用信息应用领域广泛。日本普通百姓的日常工作、生活、消费和娱乐，从大到房地产、小到手机的商品买卖服务，以及上学、医疗、养老、就业、保险等社会保障，几乎每时每刻都需要应用个人信用信息。四是完备的信用立法。日本于2003年出台了《个人信息保护法》，对尊重个人人格的基本理念、国家以及地方公共团体对个人信息的处理职责、个人信息保护措施的基本事项等予以明确，对个人信息处理者(包括征信机构)应遵守的义务等进行了详细规定。日本还颁布了保护行政机关、独立行政法人等持有个人信息的法律规定，并通过《信息公开与个人信息保护审查会设置法》以及《对〈关于保护行政机关所持有之个人信息的法律〉等的实施所涉及的相关法律进行完善等的法律》保证实施。

表2 美、欧、日信用服务业发展模式对比

国家或地区	发展模式	信用信息来源	信用信息归集方式	市场特征
美国	高度市场化	公共部门信息、机构信息、市场信息多渠道	开放、自愿原则	个人征信完全竞争市场、商业征信和信用评级业寡头垄断
欧洲	政府和央行主导	公共部门和央行信息为主	强制归集	垄断
日本	行业协会主导	会员企业信息为主	会员信息共享	寡头垄断

三、我国信用服务业发展现状及存在问题

(一) 发展现状

我国是信用之邦。最早可以追溯到春秋时期，《左传·昭公八年》有载“君子之言，信而有征，故怨远于其身”，《左传·宣公十二年》有载“王曰：‘其君能下人，必能信用其民矣，庸可几乎？’”，历朝历代在治理国政、生活言行等方面都非常重视信用。

我国征信业的发展，自1932年第一家征信机构——“中华征信所”诞生算起，已经有84年历史。从改革开放以后，随着国内信用交易的发展和扩大、金融体制改革的深化和社会信用体系建设的深入推进，我国征信业得到迅速发展。1988年，第一家信用评级公司——上海远东资信评级有限公司成立，主要做企业债券发行和管理。1993年，对外经济贸易部计算中心和国际企业征信机构邓白氏公司合作，成立专门从事企业征信的新华信国际信息咨询有限公司，相互提供中国和外国企业的信用报告。1999年，经中国人民银行批准上海市进行个人征信试点，上海资信有限公司成立，开始从事个人征信与企业征信服务。2003年，国务院赋予中国人民银行“管理信贷征信业，推动建立社会信用体系”职责，批准设立征信管理局。2004年，人民银行建成全国集中统一的个人信用信息基础数据库，2005年银行信贷登记咨询系统升级为全国集中统一的企业信用信息基础数据库。2008年，国务院将中国人民银行征信管理职责调整为“管理征信业”并牵头社会信用体系建设部际联席会议，2011年牵头单位中增加了国家发展改革委员会。2013年3月，《征信业管理条例》正式实施，明确中国人民银行为征信业监督管理部门，征信业步入了有法可依的轨道。目前，由国家发改委和中国人民银行双牵头，推进社会信用体系建设和信用服务业发展，取得一定成效。

1. 公共信用数据库开始运行。中国人民银行征信中心建设运营的央行征信系统，自2006年1月正式运行。数据显示，截至2015年底，该系统分别为2120.3万户企业和其他组织及8.8亿自然人建立了信用档案，企业和个人征信系统的日均查询量分别达到24.2万次和172.6万次。2015年10月，国家发改委牵头建设的

全国信用信息共享平台投入运行,截至2015年底,平台已联通37个部门及31个省区市,累计归集各部门和各地方自然人、法人和其他社会组织的各类信用信息2.5亿多条,信用共享目录4191条,实现了信用查询、红黑名单、异议投诉、守信联合激励和失信联合惩戒等功能。信用中国网于2015年6月1日开通,当日访问量突破120万人次,累计突破1400万人次,归集信用信息1500万条,受到社会广泛关注和好评。

2. 信用服务机构不断增加。据不完全统计,全国各类信用服务机构已从2006年的约500家增长到2012年的近6000家,从业人员约13万人,其中中小企业信用担保机构将近5000家。截至2015年5月,全国共有17个省(市)的78家企业征信机构、116家信用评级机构在人民银行分支行完成备案,年收入20多亿元。人民银行要求8家机构做好个人征信业务的准备工作,个人征信业即将开放。

3. 信用法规建设逐步完善。目前,企业信用信息的采集和应用主要依据2007年4月颁布的《中华人民共和国政府信息公开条例》。信用服务行业监管主要依据2013年出台的《征信业管理条例》。信用评级方面主要依据人民银行、证监会和国家发改委研究起草的《信用评级业管理暂行办法》以及商务部、国资委印发的《关于进一步做好行业信用评价工作的意见》。

4. 信用应用领域不断拓展。一是政府应用领域,江苏、浙江、辽宁等地政府已经探索在招投标、政府采购、财政补助、评奖评优等行政管理领域开展信用审查,应用企业信用报告。二是企业应用领域,截至2015年11月底,全国金融机构运用纳税信用信息发放贷款1300多亿元,其中为5.1万户小微企业发放贷款580亿元,受到广大纳税人好评。三是个人应用领域,个人征信报告也已经广泛用于信用交易、招聘求职、租房、商业赊购甚至婚恋相亲等领域。2007-2014年,中国信用卡存量增长了4倍,从2007年的0.9亿张增长至2014年的4.6亿张。持卡人人均持卡2.4张,持卡人口比例达13.8%。

5. 信用服务人才加快培养。教育部在全国24所高校开设信用管理本科专业,河北、江苏等地开展信用管理师职业资格培训和鉴定工作,培育了一批专业人才。如江苏,2011年至2015年期间组织了培训班41个,培养了助理信用管理师2478人和中级信用管理师105人,为信用服务市场培养了一批综合素质过硬的复合化人才。

(二) 存在问题

总体上看,我国信用服务市场属于“政府和央行主导”的,市场化程度不高,从信用数据的归集、信用信息平台的建设到信用信息的应用、信用服务机构的设立和监管等,都是政府公共部门和中国人民银行主导的,仍然存在信用数据质量不高、信用服务需求不足、信用服务市场不成熟、信用法规不完善等问题。

1. 信用数据质量不高

一是信用数据来源单一。企业法人和自然人的信用数据主要来源于政府公共部门(包括中国人民银行征信中心数据库),市场交易活动中产生的大量信用数据难以归集,导致信用数据总量小,信息不全面。

二是公共部门的数据存在“信息孤岛”现象。信用数据零散地分布在各个政府部门和服务机构,如中国人民银行的金融基础数据库、行业主管部门的行业数据库、地方政府的公共信息数据库之间尚不能实现互联互通。

三是缺乏统一的数据标准。信用信息目录应该包括哪些内容、哪些具体字段、以什么格式呈现,全国没有统一标准,各地均自行探索、自成特色,这影响了数据的交换共享。

四是数据处理技术普遍较弱。不少地方的信用数据还靠人工输

入、人工核查、人工比对,人为原因很容易导致信用数据不一致、不准确,信息化水平低也导致信用信息难以动态及时更新。

2. 信用服务需求不足

一是信用意识还不够普及。全社会接受和使用信用产品、信用服务的习惯、机制、氛围还未真正形成。

二是政府部门对信用需求的引导不够。在财政补助、政府采购、招投标、项目审批等领域尚未开展示范应用。比如财政补贴,因为没有对申报企业进行信用审查,经常出现失信企业照样可以领取补贴、一家企业从多个部门重复领取补贴等现象。

三是企业信用需求不足。目前企业信用管理水平普遍较低,尚未形成一个科学、完善的内部决策和控制机制,对信用管理服务的实际需求欲望并不是很强。

四是信用评级市场受到冲击。由于我国资本市场本身不成熟,信用评级市场相对弱小。此外,受大数据和互联网影响,如果通过大数据挖掘技术就可以得到实用的分析报告,一定程度就可以取代信用评级报告。

3. 信用服务市场不成熟

一是个人征信市场尚未开放。2015年初,中国人民银行印发《关于做好个人征信业务的准备工作》,要求芝麻信用、腾讯征信、前海征信等8家机构做好个人征信准备工作,7月也进行了验收,但迟迟未发牌照。目前只有央行征信中心能够提供全面的个人征信服务,商业化的个人征信机构还没正式开放。

二是商业征信机构盈利能力弱。商业征信机构普遍规模偏小,经营分散,具有一定规模、运作规范、有广泛影响力信用中介机构很少。除少数几家拥有政府背景的公司(如国富泰、上海资信)凭借其权威性、几家较早进入该行业的企业(如新华信、华夏邓白氏)依靠引进外资,业务经营和产品服务水平较好外,其他征信机构的经营步履维艰。

三是信用评级市场不规范。信用评级行业整体水平不高,市场竞争基本处于无序状态,没有建立起一套完整而科学的信用调查和评价体系。信用评级机构往往容易受到政府和业务对象要求的影响,运作不规范,业务稳定性差。

四是信用管理人才缺乏。据国家商务部数据显示,近5年内,我国将至少需要50万名信用管理经理,200万名信用管理人员。2006年1月,劳动和社会保障部正式颁发施行《信用管理师国家职业标准》,目前也仅在河北、山东、江苏、湖北等地开展职业培训和设置考点,培养的信用管理人才非常有限,该专业的人才需求和供给缺口极大。

4. 信用法规不完善

一是信用基本立法缺失。国家层面的《信用法》、《公共信用信息管理条例》、《统一社会信用代码条例》等基础法律法规还在立法程序中,急需出台。

二是个人征信业务的法律缺失。我国尚未出台专门的个人信息保护法,网络公司对大数据的攫取还处于丛林法则阶段。我国法律既没有对个人信息合理使用范围划清界限,也没有对大数据商业利用作出具体规定。因此,无法保证信用信息的安全,个人隐私和商业机密不能得到有效保护。

三是没有明确的信用监管机构。目前国家发改委、人民银行、工商总局、质监总局、证监会等部门都在开展社会信用体系建设工作,也都承担着行业监管职责,信用管理服务市场存在多头管理、政出多门现象。

四、促进我国信用服务业发展的思路

我国信用服务业发展潜力巨大。仅个人征信业务,据波士顿咨询公司发布的《中国个人征信行业报告(2015)》,2015年,中国个人征信行业潜在市场规模为1623.6亿元,实际市场规模为151.4

亿元。中国未来五年个人信贷余额仍将以年均复合增长率 14% 左右的速度拓展至约 55 万亿, 为个人征信市场创造巨大发展空间。随着互联网金融的发展和消费金融概念的升温, 未来中国个人征信行业的潜在市场规模将迎来爆发式增长。

《社会信用体系建设规划纲要(2014—2020 年)》提出“建立公共信用服务机构和社会信用服务机构互为补充、信用信息基础服务和增值服务相辅相成的多层次、全方位的信用服务组织体系”。我国可充分借鉴美国、欧洲、日本的发展经验, 采取“政府主导、市场运作、协会参与”的综合发展思路, 整合建立从信用数据的挖掘、分析、建模到信用咨询、评价、评级、信用保险等的信用产业链条, 推动信用服务业发展。

(一) 加强信用数据归集

1. 建立信用数据标准体系。加强顶层设计, 以统一的社会信用代码为基础, 建立全国统一的公共信用信息目录标准、系统建设标准、信息安全技术标准和信用行业服务标准。

2. 推动公共部门信用数据交换共享。一方面推动全国信用信息平台与地方信用信息平台“纵向”互联互通。实现信用数据的跨区交换共享。另一方面推动信用信息共享平台与部门或行业信息平台“横向”交换共享。实现信用数据的跨行交换共享。

3. 建立市场化信用数据归集机制。不断优化信用数据来源和结构, 建立市场化的数据采集渠道, 通过信息付费、信息交换、信息加工等方式采集数据, 稳定数据采集渠道和队伍。

4. 引进先进的数据处理技术和模型。实现信用数据的自动化、批量化归集, 对数据进行智能化、精准化比对、清洗和更新, 确保信用数据准确、实时、全面。

(二) 激发信用服务需求

1. 推动政府率先用信。探索信用信息和产品在城市管理、市场管理、公共安全管理以及公共资源分配中的应用, 如在政府采购、招投标、工程建设、登记注册、资质认定、推介企业上市、科技资金管理、评奖评优等一系列领域推广信用产品应用。

2. 激发企业信用需求。推动企业信用信息系统依法向所有企业开放, 企业可以自主查询上下游企业、关联企业、合作企业的相关信用信息, 以供企业在原料采购、签订销售合同、业务合作等方面进行参考, 降低交易成本和风险。鼓励企业设立专门的信用管理机构, 对客户资信、销售合同、应收账款、员工信用档案等进行管理, 提升企业经营管理水平和经济效益。

3. 鼓励商业银行及各类金融机构用信。鼓励商业银行及各类金融机构降低信用消费门槛, 开发信用交易产品, 扩大信用卡发放、个人支票账户的开设和使用规模, 做好金融延伸服务, 制定优惠政策和有效措施, 引导市民和企业用支票或刷卡消费。

4. 激发个人信用需求。建设“市民诚信卡”, 在市民卡上全面加载个人信用信息, 推动个人在求学、求职、晋升、租赁、理赔、享受公共服务等方面应用个人信用报告。拓展个人信用查询渠道, 开通网点、互联网、微信、委托代理、自助终端等形式的查询渠道, 多管齐下拓展个人信用场景。

(三) 优化信用服务供给

1. 大力培育信用服务机构。一是推动公共信用信息数据有序向社会开放。向社会提供信用基准报告查询服务, 探索信用信息的市场化运营机制。二是尽快开放商业化的个人征信市场, 向此前申请个人征信业务的 8 家机构发放个人征信牌照, 进一步出台扶持个人征信机构的政策。三是培育和发展种类齐全、功能互补、依法经营、有市场公信力的信用服务机构, 扶持一批具有较大规模、经营规范、市场认知度高的信用服务机构。

2. 全面培养专业化信用管理人才。一是在更多高校开设信用管理专业, 加强信用理论研究和学科建设, 培养信用理论研究和

教育专业人才。二是建设专业化的社会信用体系建设工作团队。针对全国及各地发改委和人民银行的社会信用建设工作, 组建信用体系建设讲师团, 加强业务培训, 提高专业素养。三是加强企业信用管理师职业资格培训。培养一支具有国际视野、业务过硬、熟悉市场的专业化信用人才队伍。

3. 鼓励信用产品创新。引导和鼓励信用服务机构适应市场需求的变化, 建立完整、科学的信用调查和评价体系, 增强技术创新、产品创新和市场创新能力。鼓励对信用信息进行深度开发, 不断提高信用服务机构专业化水平, 努力向市场提供有特色、多样化、高质量的信用产品。除了传统的信用报告、信用评级、信用评价等产品外, 鼓励开发信用安全管理类产品, 研发信用指数、信用管理或信用营销方案等增值产品。

(四) 强化信用服务监管

1. 完善信用法律法规。加快国家信用立法, 出台《信用法》《个人信息保护法》《信用公平交易法》等, 明确信息提供主体的权利义务, 促进信用信息公开, 保护信用信息主体权益。对政务信息的采集、整理、加工、公布进行规范, 厘清政府信息数据的开放与保护国家秘密之间的边界。

2. 建立信用行业规范。进一步明确信用主管部门, 加强信用服务机构管理规范, 建立信用服务机构的准入和退出机制, 对信用服务机构实行备案管理, 建立行业服务规范, 强化市场监管, 尤其对信用评级机构采取报告编码制度和抽审制度, 提高评级结果的一致性和公信力。

3. 发挥行业协会作用。一方面发挥信用协会的作用。推动建立信用服务行业自律组织, 引导征信机构“客观、独立、公正”地开展业务, 主动接受社会监督, 不断提高行业整体素质和公信力。另一方面发挥企业行业协会的作用。比如物流协会、电商协会、软件协会等, 在行业内推行信用承诺制度, 建立行业信用守则, 推动行业内企业信用信息交换共享。充分发挥行业协会沟通协调、咨询服务、行业自律守信和失信联合惩戒等方面的作用。

参考文献:

- [1] 上海财经大学信用研究中心. 2015 年中国金融发展报告 [M]. 上海: 上海财经大学出版社, 2016.4.
- [2] 韩家平. 美国信用信息服务业的发展及其借鉴意义 [J]. 国际经济合作, 2012(7):65-69.
- [3] 向欣. 加快构筑基础——从美日信用服务业发展特点看我国商务信用体系建设 [J]. 国际贸易, 2004(8):17-21.
- [4] 赵萍. 国际信用服务业的发展及启示 [J]. 国际经济合作, 2009(10):24-28.
- [5] 陈登立. 我国商务信用服务业的现状与发展 [N]. 国际商报, 2012.5.28, 第 B10 版.
- [6] 黎振强等. 积极发展信用服务业 [N]. 经济日报, 2009.9.7, 第 007 版.
- [7] 赵丽. “信用时代”征信难题如何破解 [N]. 经济日报, 2015.5.27, 第 004 版.
- [8] 曾光辉. 厦门市社会信用体系建设现状及对策研究 [J]. 2015(4):18-23.
- [9] 史福厚. 广东省信用管理服务市场培育与发展研究 [J]. 征信, 2015(4):27-31.
- [10] 卢盛羽. 我国信用服务行业监管机制问题探析 [J]. 甘肃金融, 2015(10):26-28.
- [11] 沈良辉等. 我国征信机构发展问题研究 [J]. 福建金融, 2015(9):18-22.

作者简介: 曾光辉(1982-), 厦门市发展研究中心, 经济师, 江西崇仁人, 2007 年毕业于吉林大学区域专业, 硕士研究生。