

征信产品的“准公共产品”属性及其供给方式

张兴祥

(厦门大学经济学院博士生, 福建厦门 361005)

摘要 征信产品是不是“公共产品”?如果是,究竟属于“纯公共产品”还是“准公共产品”?如果不对征信产品的属性进行确认,对它的供给方式就很难下科学的结论。本文围绕上述问题,对征信产品的属性进行分析,并借鉴国外的几种征信模式,探讨我国征信产品的供给方式。

关键词 征信产品; 准公共产品; 供给方式

中图分类号: F062.5

文献标识码: A

征信产品,简言之,就是征集信用的信息服务产品,它是指专业机构根据市场需求,把分散在商业银行和社会有关方面的企业和个人的信用信息征集起来,并对之进行加工处理,形成企业和个人信用报告,存入信用信息数据库,为金融、商业和社会有关方面了解企业和个人的信用状况提供资信信息服务。有的论者认为,征信产品是“公共产品”,因此由政府来组织提供更为经济和有效。事实上,“公共产品”是一个比较泛的概念,它包括“纯公共产品”和“准公共产品”(又称“混合产品”)两大类。那么,征信产品是不是“公共产品”?如果是,究竟属于“纯公共产品”还是“准公共产品”?如果不对征信产品的属性进行确认,对它的供给方式就很难下科学的结论。本文围绕上述问题,对征信产品的属性进行分析,并借鉴国外的几种征信模式,探讨我国征信产品的供给方式,认为就我国当前的信用状况而言,宜采用公共方式和市场方式供给相结合的模式。

一、公共产品的定义、特性及分类

公共产品问题是西方公共财政理论的一个核心内容。所谓公共产品(Public goods),是相对于私人产品而言的,指那些为整个社会成员共同消费的产品或劳务,而不是为任何个人或厂商单独消费的产品或劳务。同私人产品相比,公共产品具有以下三个特性:

1.效用的不可分割性(non-divisibility)。即公共产品是向整个社会成员共同提供的,具有共同受益或联合消费的特点。其效用为整个社会成员所共享,而不能将其分割为若干部分,分别归属于某些个人或厂商享用,或者,不能按照谁付款、谁受益的原则,限定为之付款的个人或厂商享用。

2.消费的非竞争性(non-rivalness)。即某一个人或厂商对公共产品的享用,不排斥、不妨碍其他人或厂商同时享用,也不会因此而减少其他人或厂商享用该种公共产品的数量或质量。这就是说,增加一个消费者不会减少任何一个人对公共产品的消费量,或者,增加一个消费者,其边际成本等于零。同时,不存在消费的拥挤现象,其边际拥挤成本为零。

3.受益的非排他性(non-excludability)。即在技术上没有办法将拒绝为之付款的个人或厂商排除在公共产品的受益范围之外。或者说,公共产品不能由拒绝付款的个人或厂商加以阻止,任何人也不能用拒绝付款的办法,将其所不喜欢的公共产品排除在其享用品范围之外。

然而,现实生活中的公共产品满足以上三个特性的情况是不同的,并不是所有的公共产品都同时具备以上三个特性,有的只能满足其中的一个或两个特性。实际上,公共产品可分为两大类,一类是纯粹意义上的公共产品(简称“纯公共产品”),另一类是具有混合性质的“准公共产品”(又称“混合产品”)。严格地说,只有同时满足上述三个特性条件的产品或劳务,才可以称作“纯公共产品”;而三个特性条件均不能满足的,即为“纯私人产品”。准公共产品介于二者之间,既带有公共产品属性、又带有私人产品特性,如下图所示:

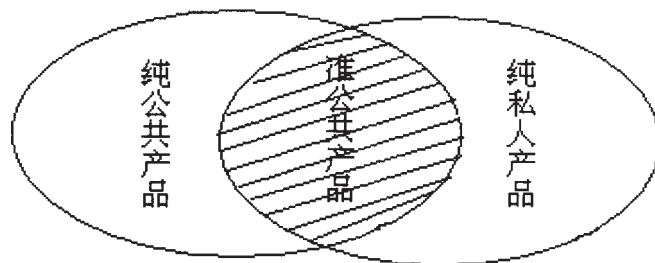


图1 准公共产品与纯公共产品、纯私人产品的关系

那么,征信产品是不是“公共产品”?如果是,是属于“纯公共产品”还是“准公共产品”?

二、关于征信产品属性的相关分析

判定征信产品是不是公共产品,可根据上述公共产品的三个特征来进行分析:

1. 其效用是否具有不可分割性。

我们知道,信息缺乏和信息不对称是导致我国经济转轨时期信用缺失的一个重要原因,征信的目的是建立稳固的信用关系,降低交易成本,培育规范的市场规则,营造健康的市场环境,促进市场经济的良性发展。所以,征信产品绝不是提供给某一特定的人,而是向整个社会成员共同提供的,为净化市场交易环境服务的。从消费环节看,征信产品具有联合消费的特点,任何社会成员都从中受益。再者,征信产品是一种信息产品,它储存于信用信息数据库中,提供的是信用信息咨询服务,其效用为整个社会成员所共享,而不能将其分割为若干部分,分别归属于某些个人或厂商享用。

2. 其消费是否具有非竞争性。

征信产品包括企业信用征信和个人信用征信,在条件许可范围内,任何人都可以登录征信系统,调用某个人或某个企业的信用报告或风险评级等。因此,征信产品在消费上具有非竞争性。这种消费上的非竞争性,是与征信产品的不可分割性相联系的。只要征信系统运转状态良好,这种查询可以不断重复和连续进行。任何人在查询某个人或某个企业的信用报告时,都不能排除其他人同时查询同一个人或同一企业,也不会因此减少其他人享用该信用信息的数量和技术质量。值得一提的是,随着现代信息技术和网络技术的发展,征信系统的功能将越来越强大,增加一个消费者,其边际成本等于零。

3. 其受益在技术上是否具有非排他性。

从技术角度看,征信产品在受益上具有排他性,也就是可以按照谁付款谁消费的原则,将不付款的人排除在外。现代信息技术和网络技术的进步不仅提高了征信产品的排他性,而且可以逐步降低这种排他的成本。

根据以上分析,我们很容易得出结论:征信产品不是“纯公共产品”,而是既带有公共产品特性又带有私人产品特性的“准公共产品”(或“混合产品”)。现将其与纯公共产品和纯私人产品对比如下:

表1 征信产品与纯公共产品和纯私人产品比较

	效用是否具有不可分割性	消费上是否具有非竞争性	技术上是否具有非排他性
纯公共产品	是	是	是
纯私人产品	否	否	否
征信产品	是	是	否

准公共产品又分为两种,一种是拥挤性准公共产品,即随着消费者人数达到一定规模后产生拥挤即极限,从而减少每个消费者可以从中获得的效益,使消费者在消费时具有竞争性的准公共产品,这时,消费者人数再增加,其边际成本不为零;另一种是价格排他性准公共产品,指在消费上是非竞争性的,但在效益上可以定价,在技术上可以实现排他的准公共产品。征信产品基本上属于后者,即在消费上是非竞争性的、效益上可以定价、技术上可以排他的“准公共产品”。

三、国外征信产品的主要供给方式

纯公共产品在消费上具有非排他性和非竞争性,致使市场不能有效提供,或者说存在市场失灵现象,在市场失灵的领域或场合,市场机制本身并不能得到有效的发挥,从而天然达到有效配置资源的结果,而以公共利益和政策目标为导向的公共产品又是必不可少的,所以纯公共产品一般只能由政府提供。与纯公共产品相比,具有混合性质的准公共产品就不能单纯由政府提供,其突出表现是市场供给和政府供给往往交织在一起。它的供给方式主要有三种,见下表:

表2 准公共产品的供给

供给主体	供给途径	供给方式
政府	采用公共方式提供	非市场化
	通过市场方式提供	市场化
市场	通过政策刺激等引导私营企业提供	市场化

从理论上说,选择市场供给方式或政府供给方式来提供准公共产品,都是可行的。至于实践上如何操作,则应视各国具体情况而定。从西方发达国家和发展中国家的实践看,在征信产品的供给上,以上三种方式均有。“欧洲模式”属于政府采用公共方式提供;“美国模式”属于政府通过政策刺激引导私营企业提供;“发展中国家模式”则属于政府通过市场方式提供。以下简单介绍“欧洲模式”、“美国模式”和“发展中国家模式”:

1. 欧洲模式。该模式为政府主导型,以法国为代表,德国、比利时等欧洲国家与之类似,属非盈利性的国家社会信用征信体系。它由中央银行建立的中央信贷登记为主体,登记内容包括企业和个人信贷信息。

主要特点:由政府出资建立中央信贷登记系统,建立全国征信数据库和网络系统;通过立法,强制性要求企业和个人向征信机构提供相关的信用信息数据;充分利用国家行政部门的权力资源,以较低成本获取信息,而且比较全面、准确;征信产品主要通过公共方式提供,供银行内部无偿使用,为商业银行防范信贷风险、央行金融监管和货币政策决策服务;中央银行承担主要监管职能。

2. 美国模式。该模式为市场主导型,以美国为代表,英国、澳大利亚和加拿大等国家与之相近,属盈利性的社会化信用征信体系。它以征信公司的市场化运作为主体,包括企业征信和个人征信,收集登记企业和个人的信用资料。

主要特点:征信体系由第三方独立征信机构(工商企业征信专业公司和信用局共同构成)负责建立,完全按照市场经济的法则和运作机制;网络系统发达,可以全方位地向社会提供有偿的商业征信服务;以利益为导向,市场主体的信用意识较强,促进信用体系的发展;信用中介服务机构健全,在信用体系中发挥重要作用;以比较完善的信用法律体系作为制度保证,形成一套完整的框架体系;政府承担主要的监管职能,行业自律管理也起到重要作用。

3. 发展中国家模式。从20世纪60年代开始,发展中国家也逐步重视征信体系建设,以马来西亚、菲律宾、印度为代表。它们以发达国家的模式为参照,根据市场经济发展和金融体制改革的现实要求,建设适合本国国情的征信体系。

主要特点:在征信体系建设上,以政府推动为主,征信机构大多由中央银行发起建立;征信中介机构一般采取公司制的市场化运作模式,而且普遍与国际上的大公司合作;信用管理的立法工作也多由中央银行推动制订;中央银行(金融监管当局)承担监管职能。应该说,发展中国家的征信模式兼有“欧洲模式”和“美国模式”的特征,是“欧洲模式”与“美国模式”的融合。从实践上看,发展中国家大多以“欧洲模式”为基础,但在发展中又向“美国模式”倾斜,呈现出一种混合模式的特点。

我国当前的社会信用征信体系建设,不但要参考发达国家模式,还要参考发展中国家模式,同时要着眼于我国的现实国情,在实践中摸索出有中国特色的“中国模式”。

四、我国征信产品的供给方式

我国的征信产品究竟由何种方式提供,需要结合我国经济转轨时期的具体国情作进一步的分析。笔者以为,就我国当前的信用状况而言,宜采用公共方式和市场方式供给相结合的模式,笔者把它概括为“双元模式”,即政府主导、非市场化运作的“欧洲模式”与市场主导、市场化运作的“美国模式”兼容并蓄,优势互补,协调发展。这是一种混合供给方式:政府主导建立的公共征信机构采用公共方式提供,不以盈利为目的,主要着眼于公共利益和政府政策目标;市场主导建立的私营征信机构采用市场化方式提供,以盈利为目的,主要着眼于信用服务市场化程度和服务质量的提高。两种供给方式相对独立,“两个轮子一起转”,二者各司其职,并行不悖,在各自的领域内发挥作用。

目前国际上的普遍趋势是由政府主导逐渐向市场化运作转化,我国在市场化方面也迈出可喜的一步。北京、上海、天津、广东、江苏、浙江、山东、辽宁、重庆、安徽等省份的大中城市也在社会信用体系建设方面取得初步成效,其运作模式大多与上海资信公司类似,即在社会信用体系建立初期由政府推动建立,运作方式以市场化为主。如“深圳模式”由市政府组织推动,人民银行协助,但政府不直接投资,而是委托中介公司筹建深圳市个人征集和个人资信评级体系,按市场化机制运作。笔者以为,我国征信产品采用市场方式提供的同时还必须采用公共方式提供,主要原因在于:

(1)我国信用基础薄弱,整个社会的信用意识和信用观念还非常淡薄,许多人对信用的理解仍停留在传统的道德层面上。人们的借贷理念、消费理念、信用风险理念、破产理念还带有明显的计划经济色彩。征信产品的有效需求不足,单由私营征信机构通过市场方式提供,一旦不能盈利,它们就有可能从市场撤出,最终导致供给短缺。从国外的经验看,征信行业投资额大,只有实现规模经济后才有可能盈利,而达到规模经济需要相当的时间。因此,在我国社会信用体系建立的初期,由政府主导构建非市场化、不以盈利为目的的公共征信机构,作为配套推行,可以弥补有效供给不足的问题。

(2)建立完善的社会信用体系是一项复杂而艰巨的系统工程,市场培育需要时间,应该有分阶段、分步走的思想准备,一步到位的想法是不切实际的。试以美国为例,美国的征信业市场化是做得最好的,但美国从简单征信服务到现代信用体系的建立,至少经历了160多年的历史。目前我国的信用体系

建设尚处在起步阶段,还没有培育出市场化程度比较高的私营征信企业主体,总的说来,这些私营征信企业市场成熟度较差,其独立性、中立性尚未充分体现,征信数据库规模偏小,信用产品的生产能力有限,品种单一,服务质量和水平也有待提高。以上种种情况表明,在信用市场尚未成熟之时,仅靠市场自发的力量来推动显然不够,政府在这方面应有所作为。构建公共征信机构,可以集中收集政府各个部门掌握的数据资料,以利政务信息公开和畅通。

(3)信用征信体系是现代市场经济运行的基础,信用缺失现象已严重影响到我国经济的健康发展(甚至已渗透到非经济领域),宏观经济环境极需改善。从这个意义上说,我们不仅要着眼于经济效益,还应考虑社会效益和政策目标。因此,无论是从社会管理角度还是经济管理角度,政府都必须在信用基础设施上寻找突破口,增加征信产品的有效供给,即建立企业和个人征信系统数据库,为社会各方面提供信用信息服务,以刺激和拉动市场需求。市场做不好或一时难以做好的,财政应该介入。不言而喻,构建公共征信机构,是一种比较现实的选择。

(4)我国目前没有制定针对征信业的行业准入机制,市场准入和地区布局不明确,如果过早或过度强调以市场化运作为主导,由多家征信公司分头进行征集,在现有信用信息资源相对比较匮乏的情况下,就很容易导致无序竞争,市场分割严重,这对信息的整合和使用显然是极为不利的。因此,必须构建全国性的征信机构,以形成统一的技术平台,促进全国统一的征信市场的建立,加强信息资源的全国共享。而构建全国性的征信机构耗资巨大,而且需要协调政府和社会各方面的工作,要在短期内建成并投入使用,私营企业尚无能力担当此任。特别是我国信用交易主要以银行为主,由中国人民银行牵头集中构建全国性的征信机构,以公共方式提供征信产品,简便易行,又可避免地方重复投资建设,遍地开花。

鉴于以上分析,笔者以为应由中国人民银行牵头集中建立全国性、综合性的公共征信机构,同时应尽快统一行业发展规划、统一行业技术标准、统一技术平台、统一法规体系,并做好各方面的协调工作,使各方积极支持配合全国企业和个人信用征信体系的总体规划,避免出现各地、各部门争着建立行业性和地区性的征信机构,重复建设,遍地开花。公共征信机构应采取非市场化运作方式,向有关行业开放数据,提供信用信息咨询服务,或与其他征信机构共享资信信息,为征信企业和机构搭建一个良好的平台。有的论者提出全国性的征信系统应成为独立于政府与企业、个人之外的第三方机构,并逐步推动其走向市场化、商业化。笔者以为,由政府运用行政手段建立的征信机构,如果按市场化机制运作,其弊端是一目了然的:因为它在资金来源、信息征集方面有私营征信机构不可比拟的垄断优势,把它推到市场,与私营征信机构展开竞争,有违公开、公平、公正的原则。因为,如果私营征信机构没有这种“天然”的优势,在市场竞争中就会被淘汰出局。市场不公平竞争势必破坏征信行业的市场秩序,进而影响整个市场环境。所以,公共征信机构是否在建立之后采取市场化运作,需要进一步论证。

同时,现阶段应创造优良的信用市场环境,促进征信业的发展与规范,特别是鼓励、扶持私营中介征信机构,使之快速成长,百花齐放。在私营征信中介机构中,提倡以市场为导向,采取市场化、商业化的运作模式,按照市场机制展开竞争。为避免不公平竞争,政府行为应尽量淡出。因为地方政府要密切配合央行的统一部署,不宜再组建行业性、地区性的征信机构,以免架屋叠床,浪费资源。私营征信机构可以侧重于信用信息的深加工(如开展信用调查与评级评估、信用资质认证和信用咨询服务等业务),扩大信息的新产品和使用范围,充分发掘规模巨大的信用资源市场,为社会提供高附加值、高质量的服务。由于央行已牵头组建全国性的征信系统,国内专业征信咨询类机构可以走上海资信公司的发展模式,有针对性地某些行业 and 某些地区集中,建立企业和个人信用联合征信体系,以信用产品质量和服务质量开拓市场。同时,条件比较成熟的征信机构可以与国外著名的征信公司合作,借鉴国外比较成熟的经营管理方式,推动国内征信业的规范发展。

总之,我国处于市场经济转轨时期,征信产品采用公共方式和市场方式二元并重的提供方式,是社会主义市场经济运行的内在要求,单一的公共方式和单一的市场方式都不能很好地满足和解决当前需要。

(下转第12页)

5. 必须坚持与时俱进,推进实践基础上的理论创新

实践基础上的理论创新是社会发展和变革的先导。通过理论创新推动制度创新、科技创新、文化创新以及其他各方面的创新,不断在实践中探索前进,永不自满,永不懈怠,这是我们要长期坚持的治党治国之道。我们必须始终坚持解放思想、实事求是、与时俱进,继续在新的时代条件下把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合,不断在新的实践基础上推进理论创新。我们加强党的执政理论建设,也必须始终坚持解放思想、实事求是、与时俱进,继续在新的时代条件下把马克思主义执政理论同我们党执政的具体实际相结合,不断在新的执政实践基础上推进党的执政理论的创新。建设中国特色社会主义是我们党肩负的历史使命。我们要把中国特色社会主义伟大事业不断推向前进,实现全面建设小康社会的奋斗目标,并进而实现建设富强民主文明和谐的社会主义现代化国家的宏伟目标,实现中华民族的伟大复兴,任务极其艰巨,我们党在新的执政实践中还会遇到各种新情况新问题。我们坚持以马克思主义执政理论为指导进行党的执政理论创新,就必须把研究和解决我们党在新的执政实践中提出的重大理论和实际问题作为主攻方向和着力点,积极探索共产党执政的规律,同时也进一步探索社会主义建设的规律和人类社会发展的规律,探索共产党执政规律同社会主义建设规律和人类社会发展的规律之间的内在联系,从而以新的思想和观点丰富、发展和完善我们党的执政理论,也更好地解决我们党在新的执政实践中遇到各种新情况新问题,更好地提高我们党的执政能力、完成我们党的执政使命。

(本课题研究得到了中共安徽省委副书记王明方同志和省委常委、省委宣传部部长臧世凯同志的指导和支持,特此致谢。)

~~~~~  
 (上接第44页)

参考文献:

1. 林平.我国个人征信系统建设的模式探讨[J]南方金融.2002(4)。
2. 邓子基、陈工.财政学[M]中国人民大学出版社.2002年。
3. 刘玲玲.公共财政学[M]清华大学出版社.2000年。
4. 谢秋朝、侯菁菁.公共财政学[M]中国国际广播出版社.2002年。
5. 王丽娅.关于民间资本投资基础设施领域的研究[D]厦门大学财政系.2003年。
6. 陈文玲.中美信用制度建设比较[J]航天工业管理.2002(8)。
7. 郑牟丹.征信体系的美、日模式[J]西安金融.2002(7)。
8. 王铁鹏、陈志国.如何构建中国个人信用征信体系[J]现代商业银行.2001(10)。
9. 张吉光.美国个人征信体系的经验借鉴[J]广东商学院学报.2002(6)。
10. 尹煜.论我国个人信用征信体系的建立[J]内蒙古社会科学(汉文版).2001(1)。
11. 梁明高.关于建立中国征信体系几个基本问题的思考[J]广西金融研究.2002(11)。
12. 潘明霞、程宝庆、夏洪涛.关于我国社会征信系统建设的思考[J]武汉金融.2002(11)。
13. 桑海燕.中国的信用缺失及其对策[J]财经科学 2002 增刊。
14. 胡智、李亚平.社会信用体系的构建模式[J]经济学家.2002(6)。

(责任编辑 顾 锦)