

# 信用体系建设通讯

(2016年3月23日 第012期)

大公集团宣传中心 主办

---

## 目录

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 信用观察.....                   | 2  |
| 大公开创信用体系建设共建新模式.....        | 2  |
| 一周巡礼.....                   | 3  |
| 信用体系建设之法规建设综述.....          | 3  |
| 高端观点.....                   | 6  |
| 工商总局消保局局长谈信用风险.....         | 6  |
| 实践创新.....                   | 7  |
| 大公“两化管理”模式在信用体系建设中的应用.....  | 8  |
| 专题报道.....                   | 10 |
| 加强信用平台建设 深化信用信息采信.....      | 10 |
| 理论前沿.....                   | 12 |
| 信用与经济研究之三----信用经济的形成条件..... | 12 |
| 国际视野.....                   | 16 |
| 美国消费信用体系介绍.....             | 16 |

# 信用观察

## 大公开创信用体系建设共建新模式

“强化信用信息共建共享”是刚结束的两会上代表们关于社会信用体系建设的重要议题。在国务院前年出台的社会信用体系建设规划纲要（2014—2020年）中，针对社会信用体系建设的主要原则，也明确指出社会信用体系的建设模式是政府推动，社会共建。为什么采取社会共建的原则？共建具体实施的路径若何？大公集团在积极参与社会信用体系建设的过程中，探索出了一条可行的道路。

先谈一下为什么信用体系建设要遵守共建的原则。第一，社会信用体系的建设是我们实现信用社会的根本途径，它是一个系统工程，涵盖从政府、民间甚至到每一个社会成员，它的建成与完善需要全社会的共同参与，它的性质决定了单纯依靠政府或者依靠民间组织机构都是难以完成的。

第二，政府推动、社会共建的建设模式解决了以往政府在制定规则时既是裁判员又是运动员的困境。在整个社会信用体系的建设框架中，政府同其他社会成员一样，也是信用体系中的一环。采用第三方机构的介入，可以有效化解政府信用客观评价的难题，体现了信用社会治理的公平性。

第三，社会信用体系自身的系统性、复杂性和专业性，决定了需要专业机构介入的必要性。社会信用体系从内容上包罗社会各类成员，各类信用信息数据浩如烟海，如何对各类信用信息收集、归类、整理、分析、输出等等，无疑需要专业评级机构的介入，方可使系统得以顺利运转。

如何使“共建”落地，是社会信用体系建设从理念转化为实践的关键。大公集团以自身的实践给出了自己的答案。去年以来，大公共都江堰、伊春、扬中、宿迁、无锡、宁波等6个地方政府签订了合作共建社会信用体系建设的协议，采取了共同出资组建信用信息有限公司的合作模式。这种模式以合作公司为平台，整合了地方上丰富的信用记录和大公独有的数据处理和评级技术，使得当地实现社会管理的信用化有了一个抓手。应该说，这一实践契合了今年两会通过的十三五规划中关于共建社会信用体系的要求，同时随着这一模式走向成熟，将为全国范围内开展政府和民间机构共建社会信用体系开创一种良好的实践模式，具有重要的示范带动作用。

星星之火，可以燎原。

## 一周巡礼

### 信用体系建设之法规建设综述

法制建设是保障社会信用制度的总要求。国家无论以什么方式倡导诚信，都不如以加强法制建设来增进诚信为上策。法律必然涉及经济、文化、社会生活各个方面，它们互相联系，相辅相成，共同为经济基础服务，进而为完善社会诚信体系开辟出新道路。

#### 国家层面

部际联席会议各成员单位将按照党中央国务院要求部署，进一步完善部际联席会议制度，纵横联动、上下协同，全面推进、重点发力，在信用信息归集共享上再上新台阶，在信用法规标准

建设上有新突破，在信用联合激励和联合惩戒上扩展新领域，在优化服务方便群众上取得新进展，在诚信宣传教育上筹划新篇章，在信用建设试点示范上取得新经验，以高度的责任感和使命感，推进社会信用体系建设取得新的更大成绩，努力实现“四大提升”。

在提升法规建设方面。要加强顶层设计，开展《信用法》相关调研起草工作，加快公共信用信息管理、统一社会信用代码等条例立法进程。推动出台政务诚信建设、个人信用体系建设、电子商务诚信建设等相关意见。

### 地方层面

**河北：**为了进一步加快各地公共信用信息共享平台建设，推进全省社会信用体系建设进程。近日，河北省社会信用体系建设领导小组办公室组织召开了全省信用信息共享平台建设情况视频会议，重点对全省社会信用体系建设工作完成情况进行了通报，同时对下一步信建工作提出了明确要求：一是搞好信用信息平台建设；二是推进“双公示”工作；三是推进信用法律法规建设；四是扩大联合惩戒范围。各市就本地社会信用体系建设情况逐一进行了汇报沟通。付殿川处长就做好全省信用信息共享平台建设进行了总结发言。

**四川：**重庆市五项措施着力强化农产品质量安全信用体系建设：

一是加强农业信用制度建设。围绕信用信息采集、动态管理、失信黑名单披露、市场禁入和退出、失信行为有奖举报、跨部门跨地区信用联合奖惩等内容，建立健全规章制度，推进信用信息规范管理；二是建立信用信息披露机制。按照客观、真实的原则，依法披露相对人违法失信和守法诚信等信息，依法公开行政处罚

案件信息；三是健全守信激励机制。对诚信守法的生产经营主体实行项目优先、政策倾斜、审批优先、评先评优、先进模范等激励措施，对其在信贷申请、政策咨询、技术服务等方面提供帮助；四是完善失信惩戒机制。建立“黑名单”制度和市场退出机制，逐步使信用状况成为各类准入门槛的基本内容。对失信主体实行重点监管，对造成恶劣影响的重大失信违法行为从严惩处、公开曝光；五是建立信用监督机制。多措并举强化信用监督，推进社会共治。鼓励群众通过政务微博、“12316”举报电话、电子信箱等渠道举报失信违规行为。对媒体曝光的失信违规行为及时调查处理。

**湖南：**为强化企业质量安全意识，推动企业信用体系建设，促进科学监管，提高监管效能，近期，长沙市食品药品监督管理局采取“调研探索、借鉴归纳、试点先行、跟踪梳理、总结提高”的办法，探索尝试食品生产企业信用分类监管工作，取得有益经验。

一、依据法律法规，建立分类标准。根据《食品安全法》等相关法律法规，科学设立分级分类标准。原则上将企业的食品安全信用等级分为A级守信类、B级基本守信类、C级失信、D级严重失信类，明确评定的内容、评定程序、评定标准。对伪造生产记录、检验报告、虚假标注生产日期等10种严重违法情形的，直接列入D级。企业违法处罚信息1年内作为企业信用监管等级认定标准。企业出现违法失信行为或发现申报过程中弄虚作假、伪造信用等级证明以及企业获得新的荣誉信息时，应及时调整企业信用监管等级。

二、依据等级分类，确立监管频次。根据企业信用监管等级，

对辖区企业实施信用分类监管。对 A 级企业建立激励机制予以扶持，日常监督检查每年不少于 1 次。对 B 级企业建立预警机制，日常监督检查每季不少于 1 次，并适时组织问题整改进行回访。对 C 级企业建立惩戒机制，日常监督检查每 2 个月不少于 1 次，按规定要求对涉事涉案等情况进行回查。对 D 级企业建立淘汰机制，实行涉案处理后 30 日内回查制度。

三、依据信息性质，设立公示范围。建立健全企业信用信息公示、披露以及守信激励失信惩戒机制，完善信息归集、披露、运用制度。未经审批不得擅自撤消已公布的企业信用记录；未经批准不得擅自对外提供不应公开的企业信用数据的。对涉及企业信用违法行为信息的披露，必须符合法律、法规和规章的规定。对属于个人隐私、涉及商业秘密以及法律、法规和规章明确规定不得公开的内容，应当采取保密措施，不得公开和披露。推进跨部门多领域的信用信息综合管理运用，强化监管联动和跨部门信息共享，推动形成企业主体“一处违法、处处受限”效应

## 高端观点

### 工商总局消保局局长谈信用风险

近日，国家工商总局消保局局长杨红灿表示，工商总局将切实承担起保护金融消费者权益的责任。消费者可以登录企业信用信息公示系统查询企业是否具有相关资质、诚信经营情况，再决定是否购买该公司的理财产品。

针对金融类虚假广告，坑害消费者的问题，各级工商和市场监管部门开展了排查清理、筛选违法金融类广告工作，重点清理，

一是未经有关部门批准，以投资理财、私募股权、项目开发、种植养殖等盈利宣传高回报、高收益的广告。二是对招商等有投资回预期的商品或者服务的未来效果，利用学术机构、专业人士做证明的广告。三是有关部门已警示过或者正式筛选过非法集资有关人员招募的广告。

同时，各地工商和监管部门以银行业为重点，加大对合同格式条款侵害消费者权益违法行为的查处力度。

当前，随着我国金融市场改革发展不断深化，金融产品与服务日趋丰富，但为金融消费者带来便利的同时也存在着提供金融产品与服务的行为不规范，金融消费纠纷频发，金融消费者权益保护意识不强、识别风险能力亟待提高等一系列问题。特别是互联网金融，由于其具有速度快、效率高、成本低、省时省力，容易满足中小企业的追求，同时存在着风险，也相对较大的特点，使它在大众创业、万众创新的时代作用凸显，风险也凸显。E租宝事件的发生，让不少金融消费者权益受到严重的损害。

杨红灿表示，今年工商总局将加强事中事后监管营造公平竞争的市场环境，以企业信用监管为核心，不断强化企业信息公示，信息共享联合惩戒，强化金融合同格式条款规范，查处违法金融类广告宣传，维护市场秩序，对投资性公司的信用风险进行监测预警。

## 实践创新



## 大公“两化管理”模式在信用体系建设中的应用

大公按照国家《纲要》和全国社会信用体系建设工作会议的要求，创新并推动“两化理论”指导下的大公模式，在“城省、行业、企业、关键人群、农村和互联网”六个纬度内，建立服务于社会治理，满足政府监管需要的履约能力评价体系；建立服务于资本市场风险揭示，满足投融资需要的偿债能力评级体系；建立服务于“公开、公正、公平”环境优化，满足社会公众需求的信用记录体系。通过“当事人信息披露、互联网公众监督、专业机构监控、黑名单公示”四位一体的操作模式，实现互联网时代的信用信息服务变革。

### 1、大公“两化管理”实现模式的内容

一是建立社会信用体系的体制机制。社会信用体系的体制机制是指保证社会成员信用信息归集、加工、服务的制度环境。政府是体制机制的制定者。社会信用体系的体制机制主要包括管理体制、制度体系、创造需求、市场准入和公共平台五方面的内容。

二是建立社会信用体系的服务体系。社会信用体系的服务体系是指按照市场需求对信用信息进行分类加工，形成信息产品的信用信息供给平台。信用服务机构是服务体系的主体。社会信用体系的服务体系主要包括选择具有承担社会责任能力的信用服务机构、建立信用信息服务技术标准、建立信用信息产品服务体系和建立信用信息服务平台四个方面的内容。

### 2、大公“两化管理”实现模式的责任主体

政府和专业信用服务机构是“两化管理”实现模式的责任主体。两者间存在着内在联系，但不能合而为一，其责任分工是由



“两化管理”本质要求所决定的。建立一个有效管理全体社会成员的信用体系必然成为政府管理信用社会的首要职责。主要体现在以下方面：一是遵循信用经济社会发展规律，建立社会信用管理制度体系；二是从承担社会信用管理助手责任的角度定位并选择有承担社会责任能力和价值观的独立第三方信用服务机构作为信用信息服务主体；三是率先垂范，以政务诚信引领社会诚信，实现以信用信息为行政基础的社会管理转型。

政府在履行“两化管理”责任时，特别要防止出现两类错误：

一是政府身兼裁判员和运动员，独揽社会信用管理制度设计和信用信息服务。制度建设理应是政府的份内事，而信息服务和评级的专业水平则会直接影响政府形象，形成政府与社会新的矛盾点，这将动摇信用社会管理的根基。

二是用一般市场竞争原则管理信用服务机构，形成劣币驱逐良币的破坏性制度环境。试图通过市场竞争让信用服务机构扮演政府进行社会信用管理助手角色，结果必将适得其反，加剧社会信用信息不对称，迟滞“两化管理”实施进程。

为了落实《纲要》精神和全国社会信用体系建设工作会议的要求，大公在全国 50 多个省省区、计划单列市和部分中心城市进行全面调研，提供专业咨询服务。在这一过程中，大公依据“两化理论”而设计的合组公司模式得到地方政府的普遍认可，大公同时也在江苏宿迁和无锡与省政府合作，开展“两化管理”模式创新试点工作，并和上海、山西、福建、贵州、广东等省区以及烟台、杭州、宁波、安顺、潍坊、扬中等地方中心城市初步达成合组公司的意向。

# 专题报道

## 加强信用平台建设 深化信用信息采信

信用平台的建设，其作用就是聚集分散的信用信息，全面展现信用主体的信用状况。如何建设信用平台，形成信用信息共享，这就需要整合政府部门及行业，对其掌握的信用信息在符合法律法规的前提下，提供信用信息共享查询、分析和统计等服务。最终形成覆盖全社会的征信系统。

近日，全国人大代表刘定军在第十二届全国人大四次会议建言：建议由国家发改委商财政部设立信用建设专项资金，运用大数据、云计算、物联网等信息化手段，牵头建立全国统一的社会信用代码制度和信用信息共享交换平台。整合政府部门及有关行业掌握的企业数据信息，明确行业的信用体系建设主体作用，规范行业信用评级，避免重复评价，减轻企业负担，建立行业信用评价结果互认制度，逐步建立健全社会信用信息系统及企业信用信息披露机制，形成涵盖企业工商管理、金融信贷、税收缴纳、社保缴费、合同履行、产品质量、招标投标、服务承诺、安全环保等信用信息的企业信用档案，使银行、工商、司法、税务、环保、社保、建设、铁路、航空等部门的信用信息实现互联互通。建立跨地区、跨行业类别的信用联合奖惩机制，加大对失信行为的披露和曝光力度，完善失信行为记录，形成震慑力和约束力，真正、尽快营造“有信者荣、无信者忧、失信者耻”的社会氛围，使守信者处处受益、失信者寸步难行。

建议由国家发改委牵头出台大范围、宽领域的联合奖惩机制，重点解决信用等级采信问题，使信用建设具有足够的权威性和约束力。

一是由国家发改委、国家能源局商工信部，指导各地方政府在电力体制改革中推进电力行业信用体系建设，将行业信用建设的统一性与各地的区域要求结合好。对在电量交易、日常监管中对信用等级高的发电、供电、售电企业，给予明确的倾斜政策和保护措施，推动电力行业信用建设奖惩措施的落地生效。

二是制定切实措施，促进中央企业、地方国有企业在社会信用建设中起到良好的示范引领作用。由国家发改委商国务院国资委，制定《中央企业信用体系建设指导意见》，将中央企业、地方国有企业的信用建设状况纳入其经营业绩考核范围；在对企业的资质审核中明确对企业信用状况的具体要求，将施工、设计企业信用等级状况纳入工程招投标评分项，并实施动态管理；推进电力投资企业的信用体系建设，在项目核准、融资等环节推动应用信用信息，改善电力基建市场环境；在现有的《电力企业信用评价规范》行业标准基础上，尽快制定售电侧信用评价指标，由国家能源局出台相关政策，由行业协会主导对售电企业开展信用评价及信息采集，并汇集至国家级信息平台，助力售电侧电力体制改革的顺利进行。

三是由国家发改委商环保部，将企业环境信用信息纳入社会信用体系，并加强对环境信用信息的采信，建立企业环境信用联合奖惩机制。探索在环保专项资金申请方面建立企业环境信用承诺制度，在同等条件下对信用良好的企业给予行政许可、公共采购、评先创优、资质等级评定等方面给予优先支持。在燃煤电厂

环境污染第三方治理推进工作中，积极推动第三方治理企业的信用体系建设，纳入电力行业信用体系的监管范围，实施第三方治理机构“黑名单”制度，对篡改、伪造监测数据，逃避监管，或者不正常运行环保设施、偷排等违法排污者，列入“黑名单”，并向社会公开其违法、失信信息，各级政府或者有关部门不得采购其环境服务，让失信企业一次违法、处处受限。

## 理论前沿

按：从第 009 期开始，我们开始尝试探讨信用经济的概念、理论和发展。信用经济是市场经济发展到一定阶段、信用作为一种资源配置方式调节并支配着整个社会的生产、交换、分配和消费等各个环节的经济。正确理解信用在信用经济中的作用和地位，可以有效发挥社会信用体系建设在经济领域中的指导作用。

### 信用与经济研究之三----信用经济的形成条件

#### 信用经济的形成条件

信用经济是市场经济发展到一定阶段的产物，是市场经济的高级形态，也是市场经济从无序到有序的必由之路。因此，分析信用经济的形成条件实质上是分析市场经济发展到一定阶段所出现的新情况之对信用的需求，换句话说，分析信用经济的形成条件不能泛泛而谈，必须将其置于一个特定的时空，即市场经济有了一定程度的发展这一条件下进行考察，这样才符合实际。综观市场经济发展的过程，信用经济形成的条件可概括为以下几个方面：

(一) 确立与市场经济相适应的信用观念和意识是形成信用

## 经济的思想基础

信用经济建立在广泛的信用关系基础上,必须树立信用观念和信用意识。如果人们由于追求物质利益而缺乏基本的信用,其结果是信用关系的丧失,整个社会就会道德沦丧,这将从根本上摧毁市场经济秩序,更不要谈建立信用经济。可见,树立信用观念对信用经济的建立是重要的,但关键是应当树立什么样的信用观?随着市场经济的发展,人们之间的交换关系和交换方式更加复杂和多样,特殊主义信用演化为普遍主义信用,仅仅依靠传统的习惯、舆论与道德等机制已不足以保障信用的实现,国家必须通过立法方式,以国家强制力保障其实现。因此不仅应当树立道德层面的信用观,更要树立法律层面的信用观。

虽然意识形态具有相对的独立性,但归根到底却来源于现实的实际情况,是现实经济关系的主观反映。树立一种观念不仅仅是道德的要求和法律的需要,更重要的是经济关系的反映。因此,在大力发展市场经济的背景下,不仅要树立道德和法律层面的信用观,更要树立经济层面的信用观,要树立“信用是现代经济规律”(恩格斯)这样的理念。不是把信用当作外在于市场经济运行过程中的良好伦理愿望,而是内在于市场经济运行过程之中的客观因素,是市场经济的有机组成部分。讲不讲信用,不是良心发现,而是市场竞争机制使然,是企业生存、发展、盈利的巨大压力使然。因此,失信者必将遭到市场和法律的惩罚,严重者陷入破产的境地;守信者必将得到市场的奖赏和相应法律的保护。只有把作为经济规律的信用意识真正树立起来,才能衍生出伦理准则和法律规则,道德信用和法律信用才不会因缺乏经济内容而变得空洞、抽象。

### (二) 市场交易的发达程度和市场体系的发育程度是信用经

## 济形成的物质基础

交易的发达程度包括交易的重复性和交易的规模两个方面。首先,交易必须不断地被重复、有足够的频度发生。因为在偶然的一次性交易的博弈过程中,在信息不对称下,由于交易双方都是理性的经济人,追求的是即期收益,没有未来预期,实施信用行为是无益,也是无意义的,博弈的结果必然是纳什均衡(卖者欺骗、买者不买),信用不会发生。而在重复交易的博弈过程中,交易双方基于长远利益的考虑,在交易信息充分披露的前提下,交易任何一方利用隐瞒信息来欺骗另一方的可能性减弱。并且,由于信用的净收益随博弈次数的增加而上升,博弈重复的次数越多,交易双方建立信用的积积极性就越大。其次,交易规模与信用之间存在一定的相关性。大规模的交易一般发生在大企业之间,大企业不仅更需要信用(要依靠相对稳定的交易客户和高频度的交易活动来维持自身),而且也更有利于信用的形成,因为大企业拥有一个独特的信用传播空间。在这个特有的信用传播空间,大企业以小企业所没有的低成本来放大守信的好处,同时也以小企业所没有的高风险来放大和传播失信的坏处。因此,在一个大企业占主导的市场上,大企业守信不仅仅起示范作用,更在于使从属于大企业的小企业之间形成良好的信用关系。

如果说比较发达的交易是信用机制形成的条件的話,那么这种发达的交易活动必须发生在充分竞争的市场中。在一个存在垄断的市场中,尽管有足够的交易频度和交易规模,但是垄断使消费者没有消费的选择自由,无法通过可替代性选择来制约垄断的供给者,同时垄断性市场不存在企业的自由进出。因而在一个垄断性市场中,既缺乏强化信用的内在动力,也缺少改善信用的外在压力。因此,一个比较自由竞争的市场是建立信用经济之必需,

而营造一个较自由竞争的市场,就意味着更少的管制,规范政府的行为,譬如要减少政府参与交易活动特别是盈利性的交易活动。因为政府作为交易主体,缺少鉴别真伪的积极性,不利于良好信用的形成。

### **(三) 明晰的产权制度和完善的法律制度是信用经济形成的制度基础**

前面已经分析了企业由于对长期利益的重视,导致交易重复进行,促使企业建立信用机制。而企业之所以重视长期利益,最重要的因素是产权制度。因此,产权制度的基本功能就是给人们提供了一个追求长期利益的稳定预期和重复博弈的可能性。产权不清楚,人们就不必为自己的行为负责,也不可能因守信而获得长期利益,自然也就不必讲信用;有时即使产权清楚但不稳定,没有可靠的保障,预期所有权随时可能被剥夺,也不会形成信用,正如孟子所言“无恒产者无恒心”,“无恒心者无信用”。有了明晰的产权,并不意味着企业就讲信用,因为再明晰的产权也存在着漏洞,因此还必须以完善的法律制度做保障,让不守信者没有空子可钻,同时加大对不法分子的惩罚力度,使其付出的失信成本远远高于其失信收益,这样信用机制才能真正建立起来并发挥作用。

### **(四) 有效的信息传递技术是信用经济形成的技术基础**

信用经济的形成和建立,不仅是一个制度问题,而且也是一个技术问题。因为在复杂的市场经济条件下,交易主体互不相识,交易范围不断扩展,交易对象不断增加,跨地域的物流、人流和资金流不断增大,这一切使得交易信息的不充分性不断增强,交易者采取损害对方利益的交易行为的可能性也不断增加。因此,需要借助高新技术特别是网络技术建立客户信用资信数据库,获取



客户信用信息,对信用进行分析、评价以及信用风险的防范等,为信用管理提供一个新的技术平台;同时采用先进的信息传递技术也有利于降低获取信息资源的成本,增强信用市场的透明度。然而,在新技术解决了信用实施问题的同时,也产生了新的信用难题,如网络欺诈的案件屡屡发生,如何解决网络时代的信用问题将成为一个新的研究课题。

综上所述,市场经济要迈向成熟的发展阶段即信用经济阶段,必须首先从更新思想观念入手,推动经济的市场化进程,完善产权制度和法律制度,促进信息网络技术的发展,为建立信用经济创造各方面的条件。

## 国际视野

### 美国消费信用体系介绍

#### 一、美国消费信息共享系统

美国普遍使用以商业征信公司为基础的社会信用管理方式。美国相关部门是根据每个消费者的信用程度来设立的,具体包括的内容有消费者个人与信用相关的信息的采集、整理整顿、分类研究、设置与追踪服务等,由此形成了关于消费者个人的信用局制度。记录美国人一生所用信用记录的是“社会安全号”,此号码的设置有效地识别了消费者个人的信息资料,具有一定的针对性。某个人的全部身份信息、信用信息、教育经历、工作经历等所有信息都记录在这个社会安全号码当中。每人一个的社会安全号码为管理个人的信息提供了极大的便利,同时也方便信息共享。

#### 1. 消费行为、人口流动程度推动贷款机构参与消费者信用

信息共享。

一些专门进行贷款的组织可以使美国的消费信息共享系统成为共享客户的信用信息，能够提高贷款机构对贷款人员进行查找的速度，从而能够减少已有客户的风险。由于科学技术的不断发展，使得交通条件得到了很大的提升，这让美国人搬居其它地方成为了很方便的事，于是就形成了大量人口的流动，而贷款机构就抓住了这个特点，在大量的人群中查找潜在的信用群体。贷款机构的客户不断增加，贷款机构的客户信用信息也不断增多，流动人口的消费行为也增加了消费者的信用记录。这些增加的信用记录作为消费者信用信息进入消费者信用信息共享系统。于是，美国的个人消费和人口的不不断搬迁，形成了贷款组织共同加入的信用信息共享系统。

## 2. 网络效应推动消费信用信息共享系统的形成和发展。

贷款公司向社会提供的服务都是有偿服务，是从盈利的目的出发。随着更多的贷款机构加入信用局，向信用局提供自己客户的消费信用信息，信用局就会得到越来越多的新的全面的消费信用信息，这些信息也越来越有价值。贷款公司还可以从信用局中得到自己新客户的消费信用信息，这样一来信用局作为中介机构显得尤为重要。在信用局的发展壮大中形成了网络效应，能够更多增强贷款机构评估潜在客户信用风险的能力。

## 三、美国消费信息监督

由于美国经济的快速发展，在很早的时期美国政府部门就对美国的消费市场有了相应的法律规定，通过不断的修改最终形成了一部比较完善的法律规定，从而便于美国政府对消费信贷市场的有效管监督理。

### 1. 对消费信用机构经营安全性及合理性的监管。

根据消费信用机构的性质设置了有针对性的监管措施对其进行监管主要是为了有效保证客户的存放安全和确保金融货币的稳步发展。因此对于美国的消费信用机构的监管部门来说需要制定有效的措施来保障客户所承担最小化的风险,而政府相关机构对此设置了专门的法律法规和解决措施。

### 2. 信用消费者保护。

在美国对消费者的信息保护是非常重要的,为了保护消费者信用美国出台了包含《消费信用保护法案》在内的许多法律法规。社会是在不断变化的,所以消费市场也会随着社会的变化而变化,这就需要政府部门针对社会上的变化制定出符合现在社会消费信用市场的法律制度。在实施法律时主要通过实地检查并且结合消费者的投诉来发现问题,进行调查解决。

主编：宋红光

责任编辑：刘金贺、李响