

信用体系建设通讯

(第 17 期)

大公国际信用评级集团主办

2016 年 6 月 30 日

目 录

【信用观察】	2
商业银行杀入个人征信：信息共享近乎，远乎？	2
【政策动态】	4
王煜“征信业应走向适度竞争论”应重视	4
中企联被媒体认定有责任引领社会信用体系建设	5
专家建议信用体系建设优先布局大数据	5
《文汇报》呼吁“建立诚信行为约束规范”	6
媒体倡议建立医疗机构和医师信用评价系统	7
广东惠州中院呼吁用信用黑名单根治食品安全问题	7
全国高新区或可成为信用体系建设创新排头兵	8
【高端观点】	8
连维良：信建工作要创新共享 降成本 避免误伤	8
【理论前沿】	11
大公民族品牌国际化取得的主要成就	11
【实践创新】	18
大公如何用信用资本为地方创造增值？	18
【国际视野】	22
隐私权保护：欧美日曾经做过哪些努力与尝试？	22

信用观察

商业银行杀入个人征信：信息共享近乎，远乎？

近日，继浦发银行之后，广发银行又推出了信用综合评分服务——综合考量客户身份、用卡行为、还款行为、互动行为进行四维综合评分。对此，媒体报道称“商业银行抢占征信市场”“征信体系正式进入 3.0 时代”。

真是这样么？笔者认为，商业银行在征信市场跑马圈地，恰恰为中国征信业带来了最大的难题与挑战。

三元博弈到来

中国的征信系统发轫于 1999 年。其设计思路是由央行建立个人信用信息数据库作为第三方，归集各家银行等金融机构数据，建立自然人信用档案（个人信用报告），然后统一提供给各家银行、金融监管机构、司法等政府部门以及被征信人使用。

央行个人信用信息数据库在 2005 年 8 月，与全国所有商业银行和部分农信社实现了联网，2006 年 1 月，央行个人征信系统正式运行。此后近 10 年间，该系统一直是中国个人信用征信业唯一权威参照。直到 2015 年，央行印发通知，部署芝麻信用等八家第三方机构入场，中国个人征信市场迎来二元时代。

近期，广发、深发的业务创新，必然引发更多商业银行竞争性跟进。中国个人征信市场由此出现央行个人征信、第三方机构个人征信、银行个人征信三元博弈。

竞争或陡然升级

当前，国内各家征信机构的产品，大抵无非是信用评分、信用报告和反欺诈产品与服务等几类，功能雷同，业态初级。至于人群画像、消费偏好分析、市场营销、社会治理、公司决策参考等更高层次的需求，根本难以满足。

商业银行的到来，可能为中国个人征信市场投入一条鲶鱼。

近年来，境内股份制银行早已开始利用自身数据库优势，开发小微金融或普惠金融。

比如，民生银行已能基于本行大数据研报，为无报表、无抵押的小微企业提供独身定制的小微金融服务产品，甚至可以为身陷困境的小微企业提供减免保全、授信重整、借新还旧、贷款转期延期支付等服务。

再比如，光大集团入股分利宝，依靠光大银行等模块大数据资源优势，并与知名百货零售品牌商合作，不但可以为小微企业和个人提供精准信贷，还可以就首次开店费用、采购支出、赊销回款等，进行区域分析、背景调查、实地考察等多方面综合分析，然后撮合加盟商、商铺投资人及上游供应商进行产业链资金匹配。

商业银行拥有庞大的个人客户群及其金融账户数据资源。这些数据不但含账户资产状况，还包含更多的账户往来、资金进出、消费习惯、消费地点、消费能力等众多信息。

不但如此，各家商业银行都在加大力度进军互联网+领域，其大数据产品的开发力度绝不落后。

有基于此，商业银行的到来，必然为征信服务产品的个性化、多样化、高端化带来契机。

信息共享会更难？

目前，中国的法律体系缺乏专门的银行保密法，各家银行自行制定保密制度。这尤其不利于银行账户信息的分享与共享。

除此之外，各类法律条款对银行的数据信息却有严格的保密条款规定。正因如此，国内在信用征信、打击洗钱犯罪、开展税务调查和金融监管等方面，往往会遭遇重重法律掣肘。

比如，刑法第二百五十三条规定，国家机关或者金融、电信、交通、教育、医疗等单位的工作人员，违反国家规定，将本单位在履行职责或者提供服务过程中获得的公民个人信息，出售或者非法提供给他人，情节严重的，处三年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金。

再比如，商业银行法第二十九条规定，对个人储蓄存款，商业银行有权拒绝任何单位或者个人查询、冻结、扣划，但法律另有规定的除外。

而《征信业管理条例》总则第五条和第六条连续规定，征信机构应当依法保护个人隐私和商业秘密；应当建立健全规章制度，采取必要措施，确保信息安全。即便是央行征信管理局正在征求意见的《征信业务管理办法(草稿)》，仍重点强调隐私保护问题。

没有完善的《商业银行保密法》和《征信法》，市场很难找到严格且专业的保密、信披、共享条款。在这种情况下，信用信息种类最丰富、信息储备最大的商业银行，是绝对不会向社会“非法共享机密信息”的。

当征信市场进入三元框架后，缺了商业银行那些巨人的支持，信用信息全国范围内的互联互通真的会加速到来么？（大公国际裴金钢）

政策动态

王煜“征信业应走向适度竞争论”应重视

6月21《中国经济时报》报道，央行征信中心主任王煜上任伊始，在首届金融信用建设创新峰会上发表演讲。国内众多媒体将其讲话内容编成新闻《中国人民银行征信中心主任王煜：我国征信市场呈现双线推动发展格局》进行大范围传播。《信用体系建设通讯》整理其演讲要点，发现王煜在演讲中提到了一个对中国征信业至关重要观点——应鼓励适度竞争，破除信息孤岛，推进信息共享。可惜该观点被舆论忽略。

王煜提出，征信业在我国发展至今，在人民银行备案的企业征信机构有100多家，评级机构也有100多家，数量已经不少，但是规模相对比较弱小，有些甚至存在违规经营行为。从征信机构的发展来看，既不能垄断，也不能过度分割，是一个适度竞争的

市场格局。他提出，促进征信行业的发展，要保证征信机构的独立性、信息采集的时效性、信息主体的安全性，还要推进政府信息共享，打破信息孤岛。

分析王煜观点，未来政策面或鼓励征信市场通过订购重组等方式，由自由竞争走向适度竞争，但绝不鼓励垄断性竞争。此趋势，被媒体忽略，未予深挖。

中企联被媒体认定有责任引领社会信用体系建设

近日《中国企业报》发文称，鉴于信用体系的不完善已经阻碍了我国科技创新和发展之路，中国企业联合会有责任引领加快社会信用体系建设，健全企业信用体系建设和优化信用环境，全面协调推进社会信用体系建设。

文章透露，企业信用指数 (ECI)，是按照国务院国资委的要求，由中国企业联合会会同有关单位按照国际通行方法计算，依据统计指数与统计评价理论，采用多层双向加权合成指数编制方法开发，能够全面反映企业信用动态变化的综合指数。指数样本范围为国务院国资委监管中央企业，2015 年中央企业为 111 家，2016 年指数按 106 家央企统计。

《中国企业报》总编辑李锦表示，从长远来看，上市公司定期都会发布财报，如果中国企业联合会的指数报告向这方面靠拢，除了信用之外，还能更全面反映企业详细的经营状况，那么权威性、实用性就会进一步加强。

专家建议信用体系建设优先布局大数据

环球网 6 月 29 日以论坛文字直播的方式，报道了一场在上海举办的“信用促金融 金融促发展”论坛。直播中，与会的产官研多方高端人士纷纷发出预言：未来大数据征信将成为中国信用体系建设的第一主题，业界应该未雨绸缪，提前布局。

张江高新技术园区管理委员会副主任王维刚提出，未来大数据技术、区块链技术以及其他数据模型技术，将成为信用体系建设的手段和工具，为破解科技企业融资难题带来真正的解决方案。湖南长沙高新技术园区经济发展局局长周希平提出，目前金融机构确实有难处，其信用评价体系很难真实反映各个企业的实际情况。未来大数据征信可以解决这个问题。据周希平透露，目前长沙高新园区已经有企业正在建立用于解决上述问题的大数据中心和信用平台。

上海银行小企业金融服务中心总经理朱会冲提出，科技小企业融资难，表面上是缺钱，实际上是缺信息。基于大数据征信的信用体系建设是解决小企业融资难题的牛鼻子。大数据征信的下一步是要把更多部门、地区的数据连通起来，不断扩大数据的广度和厚度，精准风险画像。信用建设是自上而下的，因此做好大数据征信的全盘设计至关重要。

《文汇报》呼吁“建立诚信行为约束规范”

6月23日，《文汇报》发表文章，称应《用制度创新护航诚信中国》，其中有些观点值得关注。

文章认为，近代以来，现在传统的人际信任的基础逐渐被瓦解了，制度信任成为一种不以人的意志为转移的社会选择。制度信任是指以人们交往中所受到的契约、法规等制度的约束作为信任基础。人们可以不相信具体人的允诺，但会相信制约具体人的那些制度，因为制度有国家力量作为后盾，具有强制性，所以人们相信，即使具体人不按照约定行事，相关的制度也会对其进行约束和制裁。

文章提出，诚信仅仅靠说教、引导、提倡是不行的，诚信中包含着制约因素，诚信建设首先必须从约束行为开始。要用规范

行为营造一种文化氛围，使制度约束行为变得正常。开始大家可能不自觉，但慢慢地就会习惯于接受诚信行为规范的约束，从而习以为常，自然而然，这样的行为也就是文化的一种表征。

媒体倡议建立医疗机构和医师信用评价系统

近日，搜狐、百度等众多媒体纷纷转载一篇题为《大数据时代医疗信用体系建设呼之欲出》的文章。该文提出，应用新思维、新指标、新技术建立一套“结论权威、信息全面、评价科学、更新及时、查打一体”的医疗机构和医师信用评价系统。

文章称，要想建立一套这样评价系统，首先得建立起一套数据信息采集系统。所需采集的信息，除包括患者诊疗过程、用药情况、治疗效果、愈后评价等内容外，还包括医疗机构的科研水平、医院资质审评、医师执业登记、注册管理信息，也包括专业组织、第三方机构、行业协会、专家组的权威评价信息，等等。

其次，还需构建更加科学的医疗机构与医师评价模型，将采集到的数据进行高度科学化的使用。比如分为医德诚信评价体系、专业能力评价体系、从业经验评价体系、患者评价体系等等。由此形成类似“信用分”的可用结果，并根据情况实时更新数据或定期更新评价结果，从而为社会提供可靠的医疗机构与医师选择参照。

广东惠州中院呼吁用信用黑名单根治食品安全问题

《南方日报》6月20日报道，广东惠州今年1季度涉及食品安全的诉讼案件同比上升57.14%，其中生产销售不符合卫生标准的食品罪占45.95%，生产销售有毒有害食品罪占比高达54.05%。惠州中院建议，国家应尽快建立食品安全信用体系。

惠州中院相关负责人表示，目前，涉及食品安全问题的案件，绝大多数按照《刑法》来定罪量刑，法定刑期偏低，刑事威慑力

不够，导致违法成本偏低，助长了一部分人的侥幸心理。

“建议建立食品安全信用体系，建立食品行业的生产、销售‘黑名单’。”惠州中院相关负责人表示，对生产、销售有毒有害食品罪的犯罪分子终身禁止从事生产、销售食品工作，对生产、销售不符合卫生标准食品罪的犯罪分子，禁止其在5年内从事生产、销售食品工作，从而逐步建立全方位的食品安全信用体系，加强食品安全监管力度。

全国高新园区或可成为信用体系建设创新排头兵

23日，一个涵盖东部中部西部20家高新园区的信用联盟，在上海张江高科技园区宣告成立。此联盟制定的未来计划如下：推进各园区信用信息的交换与共享，建立统一的联盟信用信息平台并制定相关标准，构建联盟守信激励和失信惩戒机制，用大数据创新信用金融产品，缓解科技型中小企业融资难问题。

据全国高新园区信用联盟发起单位之一上海张江高科技园区管委会主任杨晔说，“信用联盟将以大数据征信为基础，建立有政府支持的跨区域、开放式、市场化、社会化的良性金融生态圈，推动社会信用体系建设和高新园区发展。”

分析认为，目前中国的高新园区已经囊括了电子、航天、光电、生物、能源、环保、海洋、医药等众多产业。全国高新园区信用联盟建立之后，各园区将乘机占领金融创新的制高点，从而对园区各产业的高效融资发挥促进作用，并增强园区的经济辐射和拉动作用。因此，全国高新园区目前已经成为中国社会信用体系建设的排头兵。

高端观点

连维良：信建工作要创新共享 降成本 避免误伤

6月中旬以来，中国社会信用体系建设顶层设计层消息频传

——国务院印发了《关于建立完善守信联合激励和失信联合惩戒制度加快推进社会诚信建设的指导意见》、全国社会信用体系建设工作会议召开、李克强就社会信用体系建设问题提出要求、国务院新闻办召开相关新闻发布会、中央全面深化改革领导小组第二十五次会议特别提到有关话题。

顶层设计者如此关注社会信用体系建设问题，未来相关工作应该注意哪些问题？为弄清工作思路的大方向，《信用体系建设通讯》深入学习国家发展改革委副主任连维良同志近期在多个重要场合的讲话精神，整理出如下要点，仅供业界备忘参考。

服务企业融资：创新降成本

在6月中旬的国务院新闻办新闻发布会上，连维良提出了一个全新观点——建设诚信体系，要降低市场交易成本，缓解小微企业融资难融资贵问题。该观点被业界认为是引导中国社会信用体系建设的正确价值导向。因此备受舆论关注，已形成大面积舆论传播。

连维良表示，现在很多小微企业贷款难，一是因为没抵押、没担保，二是因为没有足够的信用证明。建立守信联合激励和失信联合惩戒机制，就是要降低市场交易的成本，服务中小微企业高效融资。

连维良提出，银监会与税务总局联合开发的“税易贷”产品，基于社会信用体系建设，能够提高纳税人贷款融资的时效。该制度实行以来，已经为小微企业提供贷款超过9万笔，总额超过一千亿元。类似“税易贷”的产品，正是守信联合激励的具体实例。

除了“税易贷”，连维良还提到诸如“信易贷”、“信易债”等更多产品，认为类似产品对缓解小微企业的经营困难却有助益。

连维良鼓励用信用体系建设、创新产品开发、降低市场交易成本、高效服务企业融资的观点，得到了权威媒体的一致认可。

连维良提出，要创新思路，主动作为，运用倒逼机制推动信用体系建设。

惩戒不是目的：要避免误伤

同样是在国务院新闻办新闻发布会上，连维良还提出一个重要观点——社会信用体系建设要注重保护信用主题的权益保护问题，要建立各种机制避免误伤，但是此观点未被媒体重点宣传。

连维良提出，《指导意见》明确提出要建立健全信用修复机制和信用主体权益保护机制的具体任务。要建立信用纠错修复、自新修复、主动修复的机制。要建立健全信用信息异议、投诉制度，有效避免信息失实和“误伤”等情况发生。一旦因错误采取联合惩戒措施损害有关主体合法权益的，有关部门和单位应积极采取措施恢复其信誉、消除不良影响。

连维良提出，惩戒不是目的，目的是营造更加诚实守信的社会环境，让守信内化于心、外化于行，成为每一个法人和自然人的行为自觉。在建立完善守信联合激励和失信联合惩戒制度的同时，要大力培育诚信理念，大力弘扬诚信文化，大力加强诚信教育，通过文化建设和宣传教育的方式，潜移默化，将诚信理念深植人心，真正以守信为荣、以失信为耻。

用倒逼机制推动共享共建

在全国社会信用体系建设工作会议上，连维良为社会信用体系建设工作提出了一个工作重点——共享共建，为此他还提出了几个倒逼机制。

连维良提出，在推动社会信用体系建设这项改革过程中，要运用好这种倒逼机制。

首先，要以问题为源，用问题倒逼奖惩。严重失信问题造成严重的不良影响，倒逼必须加快建立守信联合激励和失信联合惩戒制度。

其次，要以奖惩为纲，用奖惩倒逼共享。要有效实施守信联合激励和失信联合惩戒，就倒逼我们必须更大力度、更宽范围、更深程度地推动共享。因此，要有共享信息的平台和网站、共享信息的统一代码、共享信息的归集机制、共享信息的标准规范。

在共享信息的归集机制方面，要建立常态化的、可考核的信息归集共享机制，加强政府部门之间、国家与地方、政府与社会三方面的共享。

第三，要以共建为魂，用共建倒逼立制。各级政府部门及社会征信机构、大数据企业、研究机构等要形成合力，要遵循一些共同的、基本的规则，而不是各唱各调、一盘散沙。要形成全社会共同参与、紧密配合、合力推进的共建局面，就倒逼我们必须加快推动建章立制，即要加快推动出台法律法规、政府规章和规范性文件，建立第三方协同监管机制，完善督察考核机制，建立监测预警机制，同时建立第三方评估机制。

截至6月底，新华网、人民网、中国网、环球网、新浪、搜狐、网易、和讯、金融界、凤凰、长江网、大河网等大批国内主流媒体纷纷报道了连维良所的全篇讲话，但重点全是“联合惩戒”，而上述深入独到精辟的论述，并未被媒体提炼成醒目标题加以传播，因此《信用体系建设通讯》特别精编出来，以资参阅。（大公国际 裴金钢）

理论前沿

大公民族品牌国际化取得的主要成就

——关建中《引领世界评级未来的战略思想——纪念大公民族品牌国际化战略思想确立十周年》主旨演讲（连载二）

十年来，民族品牌国际化战略思想取得了举世瞩目的成就。

一、信用评级理论创新硕果累累，为人类社会找到了世界评级未来发展方向。

研究表明，已有一百多年发展历史的世界评级没有信用评级理论，这使没有理论基础的评级思想方法缺失对客观信用风险形成规律理论认识的指导而失去科学性；实践表明，没有理论支撑

的信用评级完全背离了其对人类社会发展责任的担当而成为信用世界的破坏者。2008年全球金融危机在很大程度上可以称之为是一场被西方评级思想错误引导世界评级方向的世界评级危机，危机以对西方评级宣告失败而成为世界信用评级发展的历史拐点，曾经被整个世界奉若神明的西方评级一夜之间被钉在了历史耻辱柱上，世界评级的未来在哪里？被危机震醒的人类社会陷入迷茫和沉思。在历史的十字路口，大公自觉担当起了寻找世界评级未来方向的历史重任。《论信用危机》、《大公信用评级原理》、《西方信用评级思想研究》、《改革国际评级体系理论》等系列理论成果正是响应这一历史呼唤的代表作。生产与信用，信用与评级，两对矛盾的发现揭示出推动信用经济社会发展的基本规律，从中找到了评级在信用经济时代的历史方位，那就是用准确揭示债务人安全负债的数量边界阻止信用无度扩张，扮演信用经济逆周期力量角色。这一重大理论建树打开了创立信用评级思想体系的大门。评级是通过告诉债权人债务人安全负债数量边界而阻止信用危机对经济社会产生破坏的，以偿债来源偏离度为核心评级思想构建起来的新型评级原理揭示出履行评级职责所遵循的路线图。这一开创性思想成果所具有的对客观信用风险的强大解释力，在找到评级逆周期作用实现模式的同时，还使人们拥有了冲破西方评级意识形态对人类评级思维方式控制铁幕的思想武器。意识形态化、功利化、主观化的西方评级思想将世界评级引向歧路，评级成为其攫取全球利益的工具，大公从理论上揭露了西方评级思想的本质及其危害，为形成改革国际评级体系的国际共识奠定了十分重要的思想基础。这一理论系统剖析了现存国际评级体系的问题，从信用全球化视角提出构建新型国际评级体系的理论依据和模式，为世界评级未来指明了方向。这些填补世界评级理论空白的重大创新成果，是从信用关系这个现代经济社会最基本和最普遍的构成基因研究入手，发现在其支配下形成的各种元素的对立统一关系，对其内在逻辑推理过程中构建起来的，是现

实生活内在规律的呈现，具有普适价值，可以称之为评级哲学。这是中国人对进入信用经济社会发展阶段的人类社会最具世界意义的智慧贡献，以评级理论创新成果为标志，大公开创了一个世界评级新时代。

二、改革国际评级体系的实践开启了世界评级中心从西方移向东方的历史进程。

西方作为世界评级中心不仅仅是一个物理概念，而是人类经济社会活动对西方评级的高度依赖，尤其是西方评级思想对人类社会的长期渗透与控制，导致整个人类评级思维进入一个黑暗世界而失去生命力。全球金融危机同时引发的是世界对西方评级的信任危机，异口同声谴责西方评级的诟病思潮，客观上提出了重构国际评级体系的历史任务。民族品牌国际化战略思想所构建起来的独特思维方式，使大公敏锐地观察到人类社会的这一历史需要，毫不犹豫地站到了捍卫人类社会共同利益的最前沿。从研究中寻找规律，以满足规律出发创新实现模式，使大公找到了从根本上解决世界评级问题的方案，那就是，建立一个代表人类社会共同利益、非主权性质、能够承担世界评级责任的新型国际评级体系。这一有着坚实理论基石的新型世界评级观得到了国际社会的高度认可，于是，2013年6月25日，一个新型世界评级组织——世界信用评级集团诞生于世界的东方，全球目光齐聚有东方之珠美称的香港。见证这一历史时刻的有识之士认为，世界评级集团成立标志着世界评级中心正在从西方向东方转移。爱尔兰驻华大使高度赞誉：大公推动的国际评级体系改革对人类社会的贡献可以与爱因斯坦的相对论媲美。世界评级中心从西方移向东方的另一个标志是，大公独创的评级理论和思想体系，这个凝结中国人哲学思维的顶层评级理论设计，打开了一扇重新认识评级世界的窗口，清新的理论之风开始动摇被西化的世界评级思想阵地，人们对新型评级价值观的认同转化为从内心深处对东方的期待，发出了世界评级需要中国智慧的呼声。与此同时，大公发布的一

系列新型评级标准及其所带来的评级实践变革，让长期受困于西方不公正评级的国际社会第一次感受到来自东方的公正评级将是他们切身利益的守护神。

三、里程碑式的评级成果赢得了世界的喝彩，使大公站到了世界评级舞台的中央。

以大公发布国家信用评级标准和五十个国家主权信用等级为起点，具有震撼世界的大公评级在不断颠覆和刷新世界评级记录，好评如潮的声浪在不断提升中国好声音的自信。对美国主权信用评级无疑是大公诸多里程碑评级案例中的杰作。美国著名专栏作家弗里德曼曾这样评价美国的世界评级霸权地位：我们生活在两个超级大国的世界里，一个是美国，一个是穆迪，美国可以用炸弹摧毁一个国家，穆迪可以用债券降级毁灭一个国家；有时候，两者的力量说不上谁更大。具有全球绝对垄断地位的评级话语权一直是美国推行世界霸权的工具，它可以根据其全球战略需要制定评级标准，不顾美国等西方发达国家长期入不敷出，资不抵债的现实，给予他们最高信用等级并据此掠夺国际信用资源，满足国家信用消费，使他们成为重债务国家和全球金融危机的发源地。与此相反的是，西方评级用充斥意识形态的标准随意压低发展中国家的信用等级，让这些国家难以公平利用国际资本发展本国经济。正是西方主导的国际评级秩序及其对国际信用资源分配和占有的不公平导致世界经济的根本失衡，让整个人类承担由此产生的危机后果。历史和现实告诉人们，打破西方评级垄断，建立公平的国际评级秩序就是从根本上维护人类社会公平正义，挽救严重失衡的世界经济。大公勇敢地承担起了这一重大历史使命，一方面在世界范围内从制度层面推动国际评级体系改革，另一方面从评级理论思想和标准创新入手发出公正的评级之声，为此，大公选择了要求最高，难度最大，影响最广的主权评级作为整体布局的突破口，历经五年准备，于公元 2010 年 7 月 11 日打响了第一场战役，第一次将美国主权信用等级评定为 AA，之后，

根据美国主权债务危机日益加剧，大公又三次下调其主权级别至A-。与此同时，对发达重债务国家也给出了不同于西方的东方评级。这一举措给世界带来的震撼无比巨大，世界在惊讶给美国降级的同时更多地是对这一开天辟地评级壮举的点赞和对世界评级未来深层次的思索。从此，世界不再只有西方评级一种声音，一个来自东方、发自中国，代表人类社会共同利益的新兴国际评级力量，正在以大气磅礴之势书写世界评级历史新篇章。

四、坚持公正评级，维护国家信用体系安全，成为中国信用评级中流砥柱。

十年来，大公从两个方向践行民族复兴赋予的评级责任，一是在国际争取评级话语权，为中国发展创造良好的国际宏观信用环境；二是在国内用公正的评级支持经济社会可持续发展。在一个鼓励竞争的评级制度框架内，级别竞争成为国家评级体系的运行机制，评级机构利益与公众利益难以在这样的制度环境下得到统一，级别竞争必然导致评级背叛应履行的社会公众责任，以维护债务人利益为导向的国家评级体系难以担当国家评级责任，评级必然成为掩盖真实信用风险的标签，而作为国家信用危机的推手。爆发于美国的全球信用危机完全证明了这一判断的正确。对中国评级体系的强烈忧患意识转化为大公的自觉履责行动。2009年发表的《中国信用评级体系的战略抉择》，深入剖析了西方国家评级体系失败的原因与教训，提出了从国家安全层面设计满足信用经济社会本质要求的国家评级体系解决方案，为人们思考研究中国必须面对的评级问题提供了理论和实践方向。大公用实际行动抵制形形色色的级别竞争，宁可损失市场份额，减少评级收入，也不出卖道德良知。为此，十年时间大公的评级市场份额减少50%，评级收入损失十亿元以上。这种自我利益牺牲，使大公成为级别竞争大潮中评级责任的坚守者，使人们在对中国评级业的迷茫困惑中看到了希望，使市场级别竞争的尺度有所收敛。民族品牌国际化战略思想为大公锻造的这种责任与傲骨，使大公赢

得了民心，赢得了未来，成为中国评级业迎风飘扬的一面旗帜。民族品牌国际化战略思想所形成的责任化思维方式让大公总是在国家发展需要时挺身而出，自觉担当。互联网金融是中国信用经济发展的创新，极短的时间内就形成了超亿人次和超万亿元资金参与的汹涌大潮，大公的专业思维很快发现这一创新模式背后隐藏的巨大投资和社会风险，果断决定，研究发布互联网金融评级标准，对风险最大的互联网网贷平台进行评级。2015年1月21日，大公正式发布近千家网贷平台黑名单和预警名单。一石激起千层浪。大公维护债权人利益的举措遭至代表债务人利益的当事方及其利益集团的疯狂反对，他们运用公开声明、网络水军、律师发函等手段对大公的正当评级进行抵毁和围攻，以混淆视听，维护其利益。其实，在发布会前一天，事先得知消息的利益攸关方就对大公展开了一轮又一轮的阻击，用说情、拒绝合作、恶言威胁等方式迫使大公放弃第二天的发布计划，一直持续到凌晨以后。已有坚定信念的大公绝不会因此改变维护公众利益的行动计划，半年之内，将2500家网贷平台全部列入黑名单。随后网贷平台大面积欺诈和跑路倒闭所导致的互联网金融灾难及由此引发的社会问题，对大公的互联网评级做出了最权威的历史诠释。责任、胆识、实力、影响力是大公取得互联网评级一役成功的四个必要条件，为此，大公付出了二千多万元的代价。具有中国心、烙上中国印的大公，在中国评级舞台上演出了极具时代震撼力的活剧。

五、创新社会信用体系建设理论和实践模式，履行民族复兴赋予的评级责任进入新阶段。

社会信用体系建设是顺应中国信用经济社会发展需要而进行的一项伟大社会治理工程，如何从理论上回答社会信用体系建设实践遇到的一系列问题，用什么模式实现这一宏伟目标，攸关这一国家战略的成败。大公责无旁贷地将这一国家需要列入发展议程。《信用管理社会化，社会管理信用化》揭示了社会信用体

系建设与信用经济社会发展规律的内在联系，找到了政府+评级机构作为社会信用体系建设责任主体模式的理论依据；《中国信用评级体系建设蓝图》则从顶层设计出发，按照“两化管理”的内在逻辑对信用评级体系建设进行系统性结构设计，旨在有落地效应的每一个组成部分都体现出支撑这种专业发明的大公价值观的创造力。与此同时，大公的一系列社会信用体系建设研究也收获了实践成果，先期已得到六个城市政府认可，承担本地区信用评级体系建设专业服务的合资公司正在按照既定方向务实推进工作，所有社会信用体系建设的产物都在紧锣密鼓地进行研发，凭借系统性、专业性、落地性的高科技研究实力，大公的社会信用体系建设服务能力日益得到方方面面的认可。形成这样一枝独秀格局的原因，是大公十几年贯穿信用评级体系建设研究和实践的坚守与付出，是强大的民族品牌国际化战略思想推进器，是超前的战略布局。大公在信用评级体系建设领域的一系列发明创造，将避免社会资源浪费，有效加快国家“两化管理”进程，大公的名字将因重构国家信用秩序做出的重大社会贡献而镌刻于中华民族伟大复兴的历史丰碑。

六、构建核心竞争力，打造履行使命和实现理想的硬实力。

民族品牌国际化战略思想展现的是大公的理想与信念，是对公正评级惠及全人类的美好追求，其实现构想是，到2019年大公成立二十五周年时，把大公建设成为最具世界影响力的新型信用评级机构，承担起世界评级责任。大公清晰地知道，支撑这个宏大战略构想的是内在硬实力，构建大公核心竞争力必然是民族品牌国际化战略思想的重要构成。于是，思想、员工发展、管理、技术、产品、市场服务体系、品牌、信息化、风控，九大核心竞争力要素跃然于大公发展蓝图，全面快速落实核心竞争力目标就成为大公最重要的基础设施建设内容，员工发展则是贯穿这部大合唱的主旋律。员工是大公的载体，员工整体能力状况决定着大公的成败，把员工发展作为核心管理理念，率先建立员工可持续

发展的体制机制，负责任地把员工的事情办好，激发员工的归属感和创造力，必然夯实大公基业长青的基石，大公必须按照这个客观逻辑建设核心竞争力。核心竞争力承载了大公的全部梦想和民族复兴责任与世界的期待，每一个大公人为此努力付出收获的是自己的未来和整个世界。

七、锻造勇敢的心，做民族脊梁。

从根本上说，大公的发展战略是依据信用经济发展规律所决定的世界未来发展趋势判断而制定，超越传统及引领性是它鲜明的特点，这就决定了大公战略实施与现实存在的矛盾和冲突的必然性。民族品牌国际化战略思想确立后的十年间，对大公的各种质疑、制衡、威胁、甚至别有用心的破坏就从来没有停止过，然而，大公却从未因此动摇信念，改变既定的战略航程。因为辩证唯物主义是大公观察世界，做出战略判断的理论基础，矛盾是推动事物发展动力的思想使大公有了天然的免疫力，在开创一项前无古人伟大事业的前进道路上，必然会遇到各种艰难险阻。木秀于林，风必摧之。大公的任务首先是排除这些困难，而不是放弃目标或改变方向。经过历史风雨的锤炼，二十二岁的大公已然铸就一颗勇敢的心，它为执着的理想而强劲跳动，用意志和智慧奔向远方。

长期以来，很多人对大公的行为不解，质疑：这是国家应该做的，大公为什么要做？国家为此给了大公多少钱？大公与政府是什么关系？大公是国企吗？这些疑问是对民族品牌国际化战略思想成就的另一种诠释和认可。它告诉人们，这一顺应民意的战略思想将承载起大公引领世界评级未来的伟大事业。

实践创新

大公如何用信用资本为地方创造增值？

为响应发改委“积极引入第三方评级机构参与社会信用体系

建设”的号召，大公国际评级集团率先打响了“政府+专业机构”的地方信用体系建设模式实践。这种合作模式事实上是实现“信用资本化”的一种创新。

信用的资本属性

信用资本是信用发展的高级产物。从信用主体的角度而言，就是信用的资本化问题，即市场交易主体在经济活动中表现和积累出来的诚信与信用在多大程度上具有“经济价值”的问题。随着信用经济的发展，诚信与信用的成本—收益特征日益突出。当信用成为一种影响经济效率的要素，这种要素的投入对个人、社会能带来利益收效，从而具有了资本的性质。我们可以把信用资本做出如下定义：即为拥有信用的市场行为主体在经济交往中带来利益的一种经济价值。

信用资本的体现

信用作为资本的体现，依照不同信用主体的特征，具有多种形态。大公国际按照信用信息的产生源，把社会信用体系建设的行为主体划分为政府、司法、社会组织、行业、企业、个人和互联网。我们以其中的企业主体为例，来阐述其信用资本的特征（其他行为主体虽有区别，但各自信用资本的形成机制是类似的。）

首先，信用体现了企业的无形市场价值，具备资本的性质。

在市场经济活动中，企业通过一贯的诚信履约行为取得同行和社会的信任，信任不断积累形成企业的信用。良好的信用状况长期积累会给企业带来社会信誉，从而会得到消费者的认同和称赞，树立起企业的品牌和商誉。品牌是企业的无形资产，可以促进企业的销售，给企业带来更多的经济利益。由此可以看出，信用体现了企业的无形市场价值，具有资本的性质。信用资本和物质资本、人力资本的结合可以产生更高效的社会生产力。从这个意义上讲，信用经济时代，信用资本可以作为一个新的生产要素，对传统经济学上关于经济增长模型做出有效补充，即信用资本可以同物质资本、人力资本和技术发展共同成为经济增长要素。

其次，信用作为资本的价值还体现在现实的购买力上。

信用资本还体现在其购买力上。英国 19 世纪著名哲学家和经济学家约翰·穆勒曾说：“一个人所能运用的购买力的数量，是由他拥有的或应当付给他的货币以及他具有的全部信用构成的。”并进一步推论：“他用自己的货币和他所获得的信用这两者总和创造了对这种商品的需求”。显然，穆勒把信用当作具有货币一样购买力的资本功能。

在此意义上，他指出信用对价格，“发生影响的原因是信用本身，而不是信用形式和提供信用的方法。”在他看来，信用的资本性不是来自于通货替代物的书面票据，如汇票、帐面信用、普遍钞票等信用形式，而是产生于银行对卖主的信用和买主对银行的信用。英国经济学家图克在其《通货原理研究》中也说明，信用与资本一样具有购买力。他用 1839 年英国茶叶贸易市场实例，说明投机商利用自己同进口商和批发商的信用关系，“丝毫不支出实际资本或任何形式的通货，就可以购买大量茶叶。”当然，这种购买力不是实际的支付，而是一种形式上的支付，也是信用资本属性的体现。

信用机构的独特价值

以往我们谈到信用评级中介机构时，往往将之定位于信用信息的服务提供商，是信用体系中的服务主体。这一定位我们认为虽然本身没什么问题，但没有充分反映出信用专业机构在信用资本化过程中所起到的作用，尤其是其对信用资本价值的提升。

信用评级提升信用的资本价值，这一论断具备两层含义：第一层含义是信用评级对资本的引导性价值。

正如大公国际董事长关建中在圣彼得堡国际经济论坛接受记者采访时，谈到现有国际评级体系的弊端及其对世界经济的影响时所指出的那样，“评级是在分配国际信用资本，引导资本流向，在世界经济中扮演着不可替代的角色。当前，人们都在关注世界经济走向，寻找复苏路径，就应高度重视评级对世界信用资

本分配的作用……”因此，无论是国内资本还是国际资本，信用评级都决定着资本的走向，也左右着信用的资本价值。

具体到大公的具体实践，大共同伊春、都江堰等6个地方政府的合作一定意义上就是通过评级机构挖掘和展示地方招商项目的“信用引导价值”，从而为地方招商引资开辟了除自身硬件、当地政策、土地供给等传统要素以外的新的路径。

我们传统上将设备、土地、技术、专利等“硬件”作为“合作入股”的要素，而忽略了信用评级本身所隐含的更大的资本价值，可以说大公国际的尝试弥补了这一空白，也为大公集团进一步同地方政府的合作提供了进一步“想象”的空间。通过对地方项目信用评级的介入，为外部资本的进入打开了一扇窗户，这就是信用的资本引导作用。

第二层含义来自信用自身的“资本属性。”

正如我们前面所分析的那样，传统上交易双方在经济交往中，信用依据交易的频次和交易的时间具备不同的资本价值。在缺少第三方专业评级机构的市场上，交易双方需要经过长期的合作和博弈才能建立起来相互之间的信用关系，效率显然不高，原因在于市场中交易双方信息的不对称需要在多次的交往中才能逐渐消除。而专业信用评级机构的介入，则有效消除了这一市场短板，从而提升了信用的效用和价值。

信用评级的介入为投资双方架起了桥梁，消除了信用供需双方信息的不对称，对资本和项目的对接提供了便利。在这一过程中，通过对资本的引导和对信用自身价值的揭示，信用的资本价值得以体现，这一过程我们将之归纳为信用专业服务机构信用资本价值的创造过程。

另一方面，在健全的信用体系框架下，在连续不断的交易中，各类信用主体的信用状况和信用等级会被信用专业中介部门记录下来，失信行为会因为高成本的付出而受到一定程度的抑制，这一过程中信用专业中介部门的信用信息显然也具有了经济价

值,成为了资本化的信用。(大公国际 刘金贺)

国际视野

隐私权保护：欧美日曾经做过哪些努力与尝试？

近年来,公民隐私权保护逐渐被提上信用体系建设的工作日程。为对国内征信业的进一步完善提供借鉴,本文拟对全球主要发达国家在公民隐私保护方面所做的努力和探索做以精简介绍,仅供参考。

美国

美国是对隐私权理论研究和系统立法最早的国家。

美国对隐私权的保护始于普通法,1971年制定的宪法中第四条修正案规定:“公民人身、住所、文件和财产不受无理搜查和扣押的权利不受侵犯”,第五条修正案规定:“非经正当程序,不得剥夺公民的生命、自由或财产”。

上述法律条文都未使用隐私权的字眼,但是显然这些保护是针对政府干涉行为的,隐私权是这些条款保护的重要利益之一。

美国宪法上的隐私权的确立源于对个人事务自主性的个案争议,争议始于长期以来在美国社会引起广泛讨论的堕胎权问题。

这一争议主要体现在1965年Griswold v. Connecticut案和1973年Roe v. Wade案,经过几次激烈辩论后获得了一个初步的结论:基于对人民隐私权的保障而废除州政府对堕胎的禁令。

自从这两个案件以后,联邦最高院正式明确隐私权为宪法上所保障的基本权利,开启了隐私权作为宪法上基本权利在概念范围及内涵上的全新领域,这一领域涉及个人生活的诸多方面。

随后,美国许多州也规定了保护个人隐私权法律,使美国成为隐私权立法最为发达的国家。

1974年的《隐私权法》是美国保护公民隐私权的专门法律;《电子通信隐私法》是美国在电子商务领域保护隐私的重要成文

法；此外，美国法律学会在《美国侵权行为法（第二次）重述》中对美国各级法院判例中各种侵权行为法原则作了整编，概括了美国判例法对公民个人隐私保护的情况。

从中可以看出，美国能够形成自有的隐私权保护体系，也是随着科技发展从司法实践中逐步完善的。

德国

德国作为大陆法系相当重要的一支，其源远流长的思想传统与人文风格，塑造出与美国法文化迥异的隐私权观念。

康德等思想家有关“人的尊严”的理论论述，客观上已奠定了“隐私权”的思想基础。

然而，国家至上的文化传统在一定程度上阻碍了隐私权进入宪法视野的可能性；更为严重的是，纳粹政权无视人权的暴政，使魏玛宪法中有关人权的保护性规定成为空文，与“隐私权”保护的精神背道而驰。战后德国痛定思痛，在宪法中确认了隐私权。

但是在保障隐私权方面，与美国法院求助于法律正当程序所不同的是，德法认为隐私权可以涵括在基本法第一章“人格尊严”、第二章第一项的“个性自由”条款中。

有学者将这种解释方法定义为“概括条款推导型”，即发挥人格尊严和个性自由作为概括性的基本权利的统帅功能，大幅度地对于各种与人格有关联的行为自由予以宪法的保障，因此与人身自由、住宅自由、通讯秘密等基本权利的个别规定共同构筑了“对个人私领域的保障”。

日本

在日本现行宪法中，未对隐私权有任何明文规定。

由于德国、日本同属大陆法系，因此在宪法解释方法上，日本也借鉴了德国的“概括条款推导型”方法勾勒出隐私权的框架。

但与德国以“人格尊严”为总纲不同的是，日本宪法主要是依靠“幸福追求权”的保护，日本宪法第13条规定：“一切国民均作为个人受到尊重。”

对于生命、自由及追求幸福的国民权利，以不违反公共福祉为限，需在立法与其他国政上，予以最大的尊重。”

同时日本宪法中关于通讯秘密、住宅侵入、搜查扣押、禁止刑事上强迫作不利于自己的供述以及关于思想和良心自由的保障，虽然都有各自内容的限定，无法像第 13 条可以作为隐私权一般适用的规范，但也可以在个别领域作为隐私权的保障规定。

加拿大

加拿大的联邦立法对隐私权的保护采取分别立法，在《电信法》、《刑法典》以及新的《银行法》、《保险公司法》、《信托公司法》等当中都有保护个人隐私权的规定。

加拿大国会于 2000 年 4 月通过了《个人隐私法》，主要目的是保护互联网用户的个人数据信息，适用的主体为政府管理下的公司，如线路公司、有线电视公司等。

州立法中，魁北克省等制定了较完备的保护隐私法规。该省的《人权与自由宪章》中认为隐私权包括两方面，隐藏身份或不受干扰下生活的权利及独处的权利。

加拿大联邦法院要求原告若以侵犯隐私权为起诉诉因，必须证明被告有做出法院已确认的侵权行为，如诽谤、侵扰等。

英国

在英国，隐私权不作为一项独立的人格权，而是附属于其他人格权，如肖像权、名誉权等，认为个人隐私是一项法律外的东西或者是一种附属的价值，只有存在其他人格权被侵犯等诉因后，才能进行侵犯隐私权的起诉。由于英国对个人隐私权的保护较弱，侵害隐私权的事件时常发生。

法国法院在实践中，依据民法典第 1382 条规定（即任何人若因自己的过错使他人蒙受损害，即负有赔偿责任），而将发布他人信件、传播他人私事、未经许可使用他人姓名等行为视为有过错的行为。在其 1970 年增补的《民法典》第 9 条规定：“每个人均可以享有私生活获得尊重的权利”，即认可公民享有隐私权，

并规定了法律救济的方法。这条增补规定为法国公民保护个人隐私权提供了明确的法律依据。（大公国际 刘金贺）

总 编：宋红光

执行总编：裴金钢

主 编：刘金贺