

信用消费论

作者: 陈忠 发布时间: 2004-10-13 10:59:41

论文摘要

信用消费,主要是指消费者向银行和其他金融机构借款,用于购买商品和服务的一种消费方式。信用消费是商品经济发展到一定阶段的产物。信用消费方式的出现,使消费者在安排消费支出上更加灵活,能够预支未来收入,提前实现消费愿望,其经济意义从微观来看,有助于消费者克服流动性约束,进行跨时期消费选择,实现个人效用的最大化,从宏观来看,可以在居民收入预期稳定的条件下,有效地扩大现期消费需求,使产品价值能够顺利实现,推动社会再生产的循环发展。因此,研究信用消费具有重要的理论意义。现代信用消费18,19世纪左右在西方国家兴起,发展十分迅速,目前已经成为西方发达国家主要的消费方式,占社会消费总额的30%以上,对于扩大消费需求、拉动经济增长发挥了重要作用。中国经济经过二十多年的改革开放和发展,从商品普遍短缺、供不应求为主要特征的卖方市场过渡到了绝大多数商品供求平衡或供过于求的买方市场,需求不足特别是消费需求不足已经成为制约经济快速增长的主要因素。20世纪90年代以来,中国的最终消费率一直在60%左右波动,明显低于70%的世界平均水平,这一状况说明我国的消费需求有巨大的增长空间,同时也反映出内需不足的严重性。在这一经济形势下,研究信用消费,特别是研究和借鉴西方国家在发展信用消费方面好的经验和做法,结合中国经济发展阶段、居民生活水平和消费方式以及金融市场完善程度,制定适合中国国情的信用消费发展计划、方案和措施,具有十分重要的现实意义。

论文共十一章,从信用消费的概述、理论分析、发展历史、西方国家开展信用消费的主要经验、中国发展信用消费的经济背景、主要障碍和制约因素、发展信用消费的制度安排和对策建议等方面进行了比较全面的论述,主要内容如下:

第一章:概述。对消费、信用和信用消费的相关概念进行了阐述。消费信贷是信用消费的主要形式,也是本文研究的对象。信用消费按贷款支付方式分为直接信用消费和间接信用消费,按还款方式分为一次性还款信用消费、分期还款信用消费、循环额度信用消费等,按期限分为短期信用消费和中长期信用消费,按用途分为住房信用消费、汽车信用消费、耐用消费品贷款、教育助学贷款、旅游贷款、个人综合消费贷款等。消费者是信用消费的主体,又是消费信贷的需求者,在获得商品的同时成为债务人。信用消费的市场关系包括银行和其他金融机构、零售商、各种中介机构以及政府等,银行和零售商分别是信贷资金和商品(服务)的供给者,中介机构包括信用调查机构、担保机构和保险公司等,政府对信用消费进行规范和管理,并制定政策促进信用消费发展。信用消费具有以下特点:一是先消费,后付款,商品买卖和资金借贷相结合,二是以自然人为贷款对象,三是以个人信用为基础,四是以银行资金作支持。发展信用消费对于刺激消费需求,拉动经济增长,提升居民的消费水平,优化银行信贷结构都具有重要意义。

第二章:信用消费的理论分析。主要阐述了信用消费的理论沿革,对凯恩斯的消费函数理论、费雪对消费者时间偏好及跨期选择的分析、莫迪利安尼的生命周期假说和弗里德曼的持久收入假说作了概要描述。从微观方面,分析了信用消费与消费者效用最大化的关系,论证了消费信贷能够提高消费者的效用水平;分析了消费者的时间偏好,由于经济生活中不确定性的存在,消费者在现在消费和未来消费选择上较看重现在消费,运用消费信贷以满足现在的需要;论述了消费者跨时期选择理论,分析了消费者的消费特性、预期心理以及利率等因素对消费者跨时期消费选择的影响。从宏观方面,运用IS-LM模型论证了消费信贷扩大总支出(总需求),提高国民收入水平,促进经济增长。对消费信贷的供求关系和市场均衡进行了分析,消费信贷需求由消费信贷的价格、消费者收入、预期支出以及消费者所处生命周期的不同阶段所决定,消费信贷供给取决于消费信贷的成本、风险和价格(收益),上述因素对消费信贷的供求产生影响,决定了消费信贷达到市场均衡的规模。

第三章:信用消费的发展历史。信用消费是经济发展到一定阶段的产物,伴随社会经济的发展而不断进化。早期的信用消费出现在封建社会,以高利贷为主要形式。现代信用消费于18,19世纪在英、美等工业化国家起步,二次世界大战以后得到迅速发展,成为重要的消费方式之一。现代信用消费的发展经历了以下三个阶段:第一阶段是企业与消费者之间的信用消费,即以商业信用为基础的信用消费,主要有分期付款、赊销等形式;第二阶段是企业与消费者之间有银行等金融机构为媒介的信用消费,即以银行信用为基础的信用消费;第三阶段是第二次世界大战之后,信用消费进入高速发展时期,分别介绍了美国、日本、香港等国家(地区)消费信贷的发展。信用消费产生和发展的基本条件:一是经济发展水平,决定了居民的收入水平、消费结构和消费倾向,进而决定消费信贷的市场潜力。二是供给条件。经济发展已基本完成从卖方市场向买方市场的转变、从生产导向型向消费导向型的转变,总供给大于总需求成为经济运行的基本特征。三是需求条件。消费者处于消费结构升级阶段,存在提升消费水平的愿望,但受货币积累的约束,形成了消费欲望和消费能力的时间差,产生了对消费信贷的需求。四是观念条件。居民具有基本的信用观念和借贷知识,“先消费,后付款”成为消费文化的一部分。五是市场条件。商品交换的市场运作机制逐渐成熟和规范,具有发展信用消费的良好市场环境。六是金融条件。银行等金融机构为消费信贷的发展提供了比较充足的资金来源和多样化的消费信贷品种。七是法律条件。建立了关于消费信贷的法律制度,为信用消费的健康发展提供健全的法律环境。

第四章:住房信用消费。住房信用消费是指银行或其他金融机构向消费者提供贷款,用于其购买住房,并由消费者分期偿还贷款的消费方式。住房信用消费是各国最主要的信用消费种类,在信用消费体系中占有举足轻重的地位。本章重点分析了美国的住房抵押贷款,包括贷款机构、贷款种类、住房抵押贷款一级市场的运作机制、政府担保机构和私营公司保险、住房抵押贷款二级市场和抵押贷款证券化等,分析了英国以住房金融互助会为主体的住房信贷体系、德国的住房合同储蓄制度、日本的官方住房信贷机构和商业银行相结合的住房

金融制度、新加坡的住房公积金制度。在此基础上分析了各国住房信用消费发展的共性和规律，主要表现在：建立了完善的住房金融机构体系，政府对发展住房消费信贷的积极引导和大力支持，住房消费信贷与担保和保险相结合，住房储蓄和公积金制度为中低收入者提供资金支持，发达的住房信贷二级市场和住房抵押贷款证券化，不断创新住房消费信贷品种和服务。

第五章：汽车信用消费、信用卡及其他信用消费。汽车消费信贷是指由银行等金融机构和汽车厂商向消费者提供贷款，用于购买汽车（主要是小轿车）的一种消费信贷。汽车消费信贷主要采取分期付款方式，并已成为西方国家汽车消费的主要方式。信用额度贷款，又称循环贷款，是根据消费者的信用状况为其开立一个信贷账户，并核定一个信用额度，消费者在额度内可以随时支取、循环使用的贷款。信用额度贷款最典型的形式是信用卡透支。信用卡是高科技在金融领域成功运用的典范，作为一种十分便利的信用消费工具，已经发展成为仅次于住房抵押贷款的第二大消费信贷品种。此外，信用消费还涉及十分广泛的领域，包括无抵押个人贷款、个人资金周转贷款、房屋整修贷款、耐用消费品贷款、教育贷款、个人债务重组贷款等品种。

第六章：个人信用制度。西方发达国家信用消费得以迅速发展的重要原因之一是其完善的个人信用制度。个人信用制度是指由国家建立的，用于监督、管理和保障个人信用活动健康、规范发展的一整套规章制度和行为规范，其目的是为证明、解释和查验自然人资信。并通过制度来规范个人信用行为，提高守约意识，建立良好的市场经济运行秩序。同时，个人信用制度能够有效解决在信用消费过程中存在的信息不对称问题，使贷款机构能够及时、全面地掌握消费者信用状况，从而降低贷款成本和风险，提高贷款效率。本章重点分析了美国的个人信用制度，包括其特定的文化传统和法律环境，个人信用报告制度的发展历史、主要机构和运作模式，信用报告的法律监管，个人信用评估制度以及对违约行为的处罚机制；分析了英国的个人信用报告制度和信用风险评估系统，日本三大个人信用信息中心的组成和功能。在此基础上得出如下启示：（一）个人信用制度主要由三部分组成，即信用调查制度、信用评估制度和违约处罚制度。一是完善的个人信用调查制度，对个人信用信息的收集、使用进行规范，并建立起完备的个人信用信息管理系统；二是科学的个人信用评价制度，在长期积累的大量历史数据基础上，运用数学和统计原理，建立起量化的信用评分模型，为贷款决策提供依据；三是全方位的违约处罚机制，对于不守信用者从经济和社会生活的各个方面进行制裁，形成对违约行为强大的外部约束力量。（二）各国均制定了关于个人信用调查和报告的法律、法规，对个人信用信息的收集、提供和使用进行严格的规范，其目的是保护消费者的隐私权，保证信息的客观和公正。

（三）各国均建立了专门的个人信用报告机构，负责个人信用信息的收集、整理和提供。个人信用报告机构的组成主要有两种模式，一是以美国为代表的以公司形式存在、以市场运作为主的同时，个人信用制度能够有效解决在信用消费过程中存在的信息不对称问题，使贷款机构能够及时、全面地掌握消费者信用状况，从而降低贷款成本和风险，提高贷款效率。本章重点分析了美国的个人信用制度，包括其特定的文化传统和法律环境，个人信用报告制度的发展历史、主要机构和运作模式，信用报告的法律监管，个人信用评估制度以及对违约行为的处罚机制；分析了英国的个人信用报告制度和信用风险评估系统，日本三大个人信用信息中心的组成和功能。在此基础上得出如下启示：（一）个人信用制度主要由三部分组成，即信用调查制度、信用评估制度和违约处罚制度。一是完善的个人信用调查制度，对个人信用信息的收集、使用进行规范，并建立起完备的个人信用信息管理系统；二是科学的个人信用评价制度，在长期积累的大量历史数据基础上，运用数学和统计原理，建立起量化的信用评分模型，为贷款决策提供依据；三是全方位的违约处罚机制，对于不守信用者从经济和社会生活的各个方面进行制裁，形成对违约行为强大的外部约束力量。（二）各国均制定了关于个人信用调查和报告的法律、法规，对个人信用信息的收集、提供和使用进行严格的规范，其目的是保护消费者的隐私权，保证信息的客观和公正。（三）各国均建立了专门的个人信用报告机构，负责个人信用信息的收集、整理和提供。个人信用报告机构的组成主要有两种模式，一是以美国为代表的以公司形式存在、以市场运作为主的信用报告机构。按照商业经营原则，实行个人信息的有偿征集、有偿服务；二是以日本为代表的会员制形式，即由金融机构或企业共同发起并组建的信用报告机构，一般为非赢利组织，其信息来源主要由各会员提供，并为各会员单位提供信息服务。（四）在建立个人信用制度中广泛运用先进的信息技术，大大降低了成本，提高了效率。（五）信用报告体系的发展经历了从分散到集中、从众多小型机构到少数几家大型机构的过程，从而实现规模化经营，形成了资源共享、效率更高的个人信用信息体系。

第七章：信用消费的法律制度。消费信贷立法是针对消费信贷的提供者、消费信贷的业务经营和市场行为而制定的一系列法律、法规，是各监管机构对消费信贷业务和市场行为实施监管的重要依据。西方发达国家经过长期发展，形成了比较完善的消费信贷法律体系。如美国于1968年颁布了《统一消费信贷保护法典》，1969年又颁布了《消费信贷保护法案》；英国于1974年制定了《消费信贷法案》；德国于1991年颁布实施了《消费信贷法》；日本于1961制定了《分期付款销售法》；韩国1986年颁布了《批发、零售业振兴法》，对信用销售做出了专门规定，等等。这些法律的颁布和实施为信用消费的规范、健康发展提供了重要的法律保障，成为信用消费得以迅速发展的重要基础。本章对美国、英国和日本的信用消费法律制度进行了比较分析，包括各国消费信贷法律的立法目的、立法原则、主要法律规定以及执法监管等。各国的消费信贷法律都是从保护消费者的利益出发，并以此作为立法的指导思想，对信用消费交易行为进行规范。对消费者权益的保护主要体现在对消费者的知情权、平等权、隐私权、选择权以及申请破产的权利的保护。消费信贷立法服务于一定的经济社会目标。通过消费信贷立法，影响消费信贷提供者的经营行为和贷款条件，进而影响消费信贷的供求，促进物价稳定和经济增长。消费信贷立法的形式主要分为两类，即根据信用交易种类制定各种单行法或采取综合性的立法，目前美国、英国制定的是综合性的消费信贷法律，即将各种形式的消费信用交易进行统一规制，而日本的《分期付款销售法》和韩国的《批发、零售业振兴法》则属于单行法。

第八章：信用消费的风险管理和防范制度。在现代资产理论中，风险是指实际收益与预期收益的背离。信用消费作为一种跨时期的价值交换，存在贷款本息偿还的不确定性，可能使贷款人蒙受损失，这就是消费信贷的风险。消费信贷风险的特点主要表现在：信息不对称情况比较突出，不确定因素较多，个人的抗风险能力较差，个人筹资能力较弱、流动性约束较强。消费信贷的风险主要有以下几类：一是信用风险，是指由于借款人违约而导致银行的消费信贷资金损失的可能性；二是抵押物风险，包括抵押物的产权风险、价格风险、不可抗力风险以及处置风险；三是利率风险，是指由于利率水平发生变化给银行信贷资金带来损失的可能性；四是提前还款风险，是指借款人提前还款导致银行丧失一部分预期贷款收益，并给银行重新安排资金造成困难；五是流动性风险，是指银行“短存长贷”可能导致缺乏流动资金而产生支付危机；六是资本充足率风险，是指抵押贷款占用一定比例的银行自有资本，影响资本营运效率；七是经营管理风险，主要包括贷款决策风险和操作风险；八是法律风险，主要是指贷款的法律手续不完备、不合法使贷款可能形成损失。消费信贷风险管理是对导致贷款风险的诸多因素及其可能形成损失的程度进行分析和控制的活动，其目的是通过及时发现风险并采取有效措施防范、转移和化解风险，保障信贷资金安全。主要包括贷款调查制度，即对申请人的身份、信贷历史、收入、就业、担保品及资产负债等进行调查；消费信

贷的风险分析，主要分析消费者的偿债能力、偿债意愿和抵押担保是否充分有效，通常运用风险系数法；消费信贷的业务设计，是指在风险分析的基础上，通过设计合理的贷款金额、期限、利率、还款方式等，保证贷款风险和收益相匹配；消费信贷风险预警和贷款质量分类。此外消费信贷与担保和保险相结合，可以有效地分散和转移贷款机构的风险。

第九章：信用消费在中国的起步和发展。本章分析了中国开展信用消费的经济背景和条件。改革开放以来，我国经济运行特征发生变化，消费需求成为导向经济增长的主动因。90年代中后期，买方市场初步形成，消费需求不足成为经济生活的主要矛盾。现阶段发展信用消费具有重要的现实经济意义：一是扩大消费需求，拉动经济增长；二是促进经济结构、产业结构调整优化；三是提高居民的消费水平，改善生活质量；四是提高银行信贷资产质量和效益；五是扩大货币政策对经济的调节作用。我国已基本具备了发展信用消费的需求环境和物质基础，有较充足的资金供给，政府实行积极的宏观经济政策，为发展信用消费提供了宽松的政策环境，居民的消费观念逐步转变，科技水平不断提高，为信用消费的发展提供了先进的技术手段。消费信贷起步于80年代，但在当时短缺经济占主导地位、市场经济尚不发达的情况下，只是在个别地区、个别领域进行了有限的尝试。90年代后期，政府采取多种措施扩大内需，信用消费成为刺激消费需求的有效手段。1999年中国人民银行发布《关于开展个人消费信贷的指导意见》以来，信用消费迅速增长，据统计，全国商业银行消费信贷规模从1997年末的172亿元增长到2001年末的6990亿元，增长了近40倍，消费信贷占各项贷款的比例也由不足0.3%上升到6%。信用消费的品种不断创新，从最初的住房、汽车领域扩展到大额耐用消费品、教育、旅游等诸多方面。但从总体上看，由于我国的信用消费起步晚、起点低，不论在市场规模还是在运作机制等方面都与西方发达国家有较大差距，这也意味着我国的信用消费仍有很大的增长空间。

第十章：中国发展信用消费的主要障碍和制约因素。我国的信用消费经过近几年的发展，形成了一定规模，对于扩大消费需求、拉动经济增长发挥了一定的作用。但是目前仍然存在诸多障碍，如收入约束、制度约束、政策约束、观念约束等，制约了信用消费的发展，具体表现在：一是居民总体收入水平偏低，收入差距扩大，对消费信贷的承受能力比较薄弱；二是社会保障体系尚不完善，居民预期收入不稳定，预期支出增加，导致消费倾向下降；三是尚未建立统一、规范的个人信用制度，消费信贷领域存在比较突出的信息不对称情况，贷款决策的成本和风险高、效率低，制约了消费信贷的发展；四是缺乏相应的风险防范和转化机制，缺少担保、保险和抵押贷款二级市场的支持；五是信用消费的法律体系尚未建立，没有关于信用消费的专门法律来调整和规范消费者、银行、商家以及政府等方面的利益关系和行为规范，增加了消费信贷交易各方的成本和风险；六是现行消费政策不配套，消费市场环境不完善；七是“量入为出”的传统消费观念制约了信用消费的扩大；八是成本、风险和收益不匹配，影响了商业银行开展消费信贷的积极性。

第十一章：中国发展信用消费的制度安排和政策建议。针对现阶段的中国的基本特征和发展信用消费存在的主要障碍，提出当前发展信用消费应与国民经济的总体水平和阶段特征相适应。要保持城乡居民收入稳定增长，特别是要提高中低收入者的收入水平，增强消费者对消费信贷的经济承受能力。建立和完善社会保障体系，缓解近年来实施住房、医疗、养老和教育等各项改革所带来的紧缩效应，减少居民个人负担的改革成本并使之量化，使消费者在适应新的社会保障制度基础上形成理性预期。建立和完善个人信用制度，为信用消费的发展提供良好的信用环境和规范的信用秩序。建立信用消费的担保和保险制度，形成分散和转移消费信贷风险的有效机制。建立和完善与信用消费相关的法律体系，以规范银行和消费者行为，保护银行和消费者的合法权益，使消费信贷在业务种类、范围、操作程序、个人资信评估、担保、保险等方面有法可依，保障信用消费的规范运行和健康发展。重点发展住房信用消费、汽车信用消费和信用卡消费，积极开拓信用消费领域，丰

富信用消费品种体系。改进和创新消费信贷运作模式，商业银行应在加强风险管理的前提下，为消费者提供优质高效的金融服务。在以商业银行为主体提供消费信贷的同时，积极支持一些具备条件的非银行金融机构参与消费信贷业务，开拓多种融资渠道，建立多元化、竞争性的消费信贷机构体系。积极引导消费者树立适度负债和超前消费的消费观念。尽快取消短缺经济时期遗留下来的各种限制消费的制度和规定，建立适合信用消费发展的政策和市场环境。积极开拓农村信用消费，针对农村的消费结构和消费特点，提供适合农村消费者需求的产品和服务，建立配套的金融服务体系。信用消费政策应与各项宏观经济政策协调配套，保证政策的系统性和连续性，形成扩大需求、拉动经济增长的合力。

论文在以下几个方面有一定的创新和突破：一是对信用消费的内涵进行了比较全面的阐述，对马克思主义理论和西方经济理论中关于消费、信用和信用消费的经典思想进行了挖掘、整理和归纳。二是运用多种经济理论模型对信用消费的经济意义进行了多角度剖析，从微观角度分析了信用消费与消费者效用最大化的关系，消费者的时间偏好，以及消费者的跨时期选择，从宏观方面运用IS-LM模型论述了信用消费与总支出（总需求）、经济增长之间的关系，并对消费信贷的需求、供给和市场均衡进行了分析。三是对西方发达国家发展信用消费的成功经验进行了比较系统的分析和归纳。重点分析了发展信用消费的制度基础，即完善的个人信用制度、健全的信用消费法律制度、信用消费的风险管理和防范制度，从中得出可资借鉴的基本原则和规律。四是在论证中国现阶段已经具备发展信用消费的有利环境和基本条件的基础上，对发展信用消费的主要障碍和制约因素进行了较深入的分析，指出在信用消费发展初期各种因素存在的主客观原因及其影响。五是较系统地提出了中国发展信用消费的总体目标和实施方案，在借鉴西方国家发展信用消费的成功经验基础上，针对中国的具体国情和现阶段存在的主要问题，提出了中国发展信用消费的一系列制度安排和政策建议。

[\[推荐朋友\]](#) [\[关闭窗口\]](#) [\[回到顶部\]](#)

转载务经授权并请刊出本网站名

版权所有：中国社会科学院人口与劳动经济研究所

您是第位访客