



# 从信息经济学角度谈 信用信息传递机制的建立

西安交通大学管理学院 史琴 戴娴 杨涛

信用是市场经济不可或缺的一部分,它能够转化为信用信息,产生信用资本。信用资本增值的必要条件是信用转化为信息,本文从信息经济学的角度对如何建立信用信息传递机制进行探讨。

## 一、信用资本增值与信用信息的博弈分析

信用资本是能够带来经济效益的社会资本,它的产生以信用成本的付出为前提,并且会带来相应的信用收益。在信用资本的转换过程中,如果信用收益大于信用成本,则信用资本就实现了增值。

信用成本分为失信成本和守信成本。按照资本增值原理,企业通过耗费一定的守信成本所建立的信用资本会产生相应的信用收益。下面采用博弈分析方法,针对三种假设论证信用资本转化为信用信息是实现信用资本增值的必要条件。

假设一:信用资本可以完全转化为信用信息且信用信息能够得到及时传递。在市场秩序合理、信用资本能够转化为信用信息且信用信息能够得到及时、准确传递的前提下,如果市场中的交易各方均建立了信用资本,那么参加交易的各方都可以实现增值;如果有个别交易方未建立信用资本,市场就可以及时识别,并对其进行惩罚,而建立信用资本的交易各方仍可以实现其信用资本增值;如果交易各方均不建立信用资本,则均会受到市场惩罚。如上所述,企业决策者会耗费一定成本去建立信用资本,因为此时失信成本高于守信成本。所以,信用信息传递机制的建立能够使信用资本实现增值。

假设二:信用资本完全没有转化为信用信息。在市场交易规则不健全、信用资本完全没有转化为信用信息的前提下,建立信用资本却不能实现增值的可能是存在的。因为,此时建立的信用资本未转化为信用信息,更无法在市场中进行信用信息传递;同样,没有建立信用资本也未必会受到惩罚,而是有可能获得短期收益。这样,企业决策者就不会耗费成本去建立信用资本,而有可能为了取得短期收益而选择失信,因为此时失信成本低于守信成本。所以,如果没有建立信用信息传递机制,信用资本就可能无法实现增值。

假设三:信用资本可以部分转化为信用信息且部分信用信息能得到及时传递。在这种情况下,决策者是否建立信用资本取决于其对市场交易规则的预期。同假设二的情况相似,此时由于信用信息传递机制未完全建立,信用资本可能也将无法实现增值。

综上所述,信用资本能够转化为信用信息,信用信息与信用资本增值之间有着密切联系,信用信息的及时、准确传递是信用资本增值的必要条件。

## 二、建立信用信息传递机制的必要性分析

下面从信息经济学角度来分析建立信用信息机制的必要性。

1.基于信息不对称理论的分析。信息不对称的程度越大,信用市场中产生逆向选择与道德风险的可能性就越大,信用评价方的信息成本和市场交易费用也就越高。所以,信息不对称导致授受双方的不均衡博弈,使得信用风险的产生成为必然。建立信用信息传递机制可以加速信用信息的流通,使交易各方最大限度地了解各自真实的信用状况,避免发生信用合同签订之前信用市场中的逆向选择和信用合同签订之后信息优势方的道德风险行为,减少交易成本。

2.基于信息传递时滞性的分析。信用信息的时滞性包括信用信息收集的滞后性和信用信息评级的滞后性。前者指信用行为从产生到转化为信用信息并且被其他市场参与者识别需要一个过程,而在此期间交易方的信用资本状况又会发生变化,市场参与者所掌握的信用信息结构可能与目标企业的信用信息结构不符。就后者而言,信用信息评级所依据的财务分析方法存在明显的时滞性,因为财务报告是对已发生的经济活动的记录,所以财务分析偏重于对受评对象过去而不是对未来偿债能力的评估。

建立信用信息传递机制能够及时收集各交易方的信用信息,当信用状况改变时,可以在很短的时间内传递给信息需求方,避免信息滞后;另外,交易各方能够最大限度地及时掌握各自的非财务信息,并以此为基础进行综合评价。

3.基于信用信息产品供给不足的分析。我国市场经济体制不完善,还没有形成健全的信用信息供给机制,这导致信用产品数量较少且信用信息产品供不应求。另外,政府定价又导致信用产品价格的非市场化,缩小了信用信息供给者的利润空间,这也是我国信用信息供给机构发展速度缓慢的一个重要原因。众多信用信息需求者无法通过合适的渠道及时、准确地获得信用信息,这不利于市场参与者识别信用资本所有者的信用资本,更不利于信用资本实现增值,这就必然要求建立完善的信用信息传递机制。

## 三、建立信用信息传递机制的对策

### 1.宏观方面的对策。

(1)充分利用信息技术进行信用信息系统建设。信息技术可以提高信用信息的公开程度和加强信用监督的有效性;一方面,信息技术(特别是网络技术)能够提高信用信息的公开程度,如建立国家诚信数据库可以使信用信息在全社会范围内得到共享;另一方面,利用网络中的信用评级结果可以更好



## 谈谈理财原则在财务分析中的运用

浙江万里学院 徐荣华

理财原则也就是财务管理的原则,它是关于企业财务活动规律的典型的、共同的及本质的认识。关于财务管理原则,目前学术界有不同的看法。国外以道格拉斯·R·爱默瑞和约翰·D·芬尼特的观点最具代表性,他们将财务管理原则概括为三类,即竞争环境、创造价值和财务交易。

财务分析是以财务报告为基础而对企业的偿债、收益及发展能力等方面进行评价的过程。财务分析的起点和基础是财务报告,而财务报告又是企业财务活动最为直接、具体的反映。企业的财务活动则是在理财原则的直接指导下进行的。因此,深刻理解和全面掌握理财原则,会对财务分析提供有益的帮助。

### 一、深刻剖析、全面解读企业的行为

有关竞争环境的原则,是对资本市场中人的行为的基本认识。企业的生产经营活动离不开人的组织和指挥,因此在财务分析中要始终把握竞争环境的原则,真正理解企业的行为。有关竞争环境的原则包括自利行为原则、双方交易原则、信号传递原则和引导原则这四个重要的原则。

**1. 自利行为原则。**自利行为原则是指企业在决策时以财务利益最大化为导向,在其他条件相同时会选择对其最有利的方案。自利行为原则的依据是理性的经济人假设。把握自利行为原则,就是要理解企业的筹资、投资及利润分配等财务决策,因为它们都是建立在自利行为原则的基础之上的。

地预防不良信用状况产生,起到监督和制约的作用。此外,信息技术能够拓展信用教育的手段,提高全民的信用意识。尽管目前利用信息技术达到实时控制的难度还比较大,但是通过信息技术的使用可以加快信用信息的传递,从而逐步建立起实时信用信息的传递机制。

(2)完善信用信息传递机制的法规、政策环境。信用立法包括对现有的信用法律法规的修改和完善,以及制定新的有关信用的法律法规。具体内容包括:制定界定数据开放范围的法律法规;制定界定商账追收的法律法规;修改已有的部分授信机构的信用管理规则。通过信用立法,可以保证信用信息内容的合法性和一致性,有利于规范信用信息的收集、整理和传递过程。

### 2. 微观方面的对策。

(1)完善企业信用管理体系。企业财务信用管理系统应当包括企业财务信用信息征集系统、信用分析系统、风险识别系统、风险度量系统和风险控制系统。在企业内部设置独立的信用管理机构,能够防范内部信用风险,提升自身信用等级,树

当然,现代企业是各投资者、债权人等众多利益集团的契约联结体,企业的行为往往是他们各自利益相互协调的结果。同时,企业的自利行为是企业基于一定量的财务信息而做出的,并且是合乎理性的。财务信息的拥有量直接制约着企业行为的理性程度。

**2. 双方交易原则。**双方交易原则是指每一项财务交易都至少存在两方,并且双方都按照最符合其经济利益的要求进行交易。从财务分析活动来说,至少存在着财务活动主体和财务分析主体。作为财务分析主体,一定要能预见财务活动主体的反应。即作为财务活动主体的企业,也会事先对财务报告进行分析,当发现某些财务比率不理想或可能不符合特定财务分析主体的要求时,会采取一些粉饰财务报告的手段如虚增收入、少计费用等,来达到财务分析主体的预期目标。因此,在进行财务分析时,一定要对相关报告的财务比率持怀疑态度,通过认真、细致的分析来发现其中存在的问题。一旦低估财务活动主体可能运用的反财务分析手段,将会导致财务分析的失败。

**3. 信号传递原则。**信号传递原则是指行动可以传递信息,并且比企业的声明更有说服力。这一原则要求在财务分析时,要善于利用企业的行为来判断其未来收益等财务活动的结果。如美国能源巨头安然公司在破产前报告的利润一直处在上升阶段,但其内部人士早在一年前就纷纷抛售其所持

立企业形象和做好品牌宣传,为企业的远景规划奠定良好基础,为信用信息供给的最优化提供保证。

(2)提高企业和个人的信用文化水平。企业家是信用文化的推行者,企业的领导者对建立企业内部的信用治理体系有着重要影响;社会成员的不同信用文化观会对企业信用文化的行为层面产生影响;职员作为社会成员的一部分,必然会受到一般价值观的影响,而这种一般价值观是企业信用文化价值观形成的基础。因此,企业对员工的价值观进行指导是必要的,有利于整个信用价值观的建立。

(3)建立有效的信息披露制度。信息披露制度不健全,一方面会造成信用信息供给方对所占有的信用信息资源的浪费;另一方面,企事业单位和各类信用中介组织等信用信息需求方会因缺乏所需的信用资料而增加信用成本。因此,要建立信用信息传递机制,当务之急就是要建立并有效的信息披露制度,形成反映企业和个人信用状况的基础数据库,并在各部门之间能够互联互通的基础上,向社会开放数据库资源,实现信用信息的共享。□