

论信用信息公开

石新中

摘要: 信用信息是能够反映民事主体履约能力和履约意愿的一系列符号和数据。现代市场经济社会,信用信息公开是实现社会公共利益的必然要求。信用信息公开的原因可以从社会学、经济学和法学的相关理论中得到揭示。社会信用体系的建立是市场经济良性运行的保障,而信用信息公开制度是社会信用体系建设的基础和前提。在信用信息公开的过程中要处理好信用信息公开与个人的隐私权、企业的商业秘密和国家经济安全保障的关系。

关键词: 信用;信用信息;信用信息公开;社会信用体系;隐私权;商业秘密;经济安全

中图分类号:C912.1 文献标识码:A 文章编号:1004-9142(2008)02-0061-12

一、信用信息公开的概念

(一)信用的概念

信用的概念在人类社会的不同阶段具有不同的内涵;现代社会,不同的学科对之也有不同的理解。在人类社会中,最先出现的是信用的伦理含义,即“遵守诺言,实践成约,从而取得别人的信任”;随后出现的是信用的经济学含义,即以偿还贷款和付息为条件的价值运动的特殊形式,是资金或商品的有条件的让渡;最后出现的是信用的法学含义,即社会对民事主体的履约能力和履约意愿的评价。现代社会的信用概念是上述三种含义的统一。^① [1]

(二)信息的概念

在人类的知识序列中,信息是个比信用更为基础的概念。人类对信息概念的认识同样有个历史的过程。在农业社会中,信息对人们来说就是信件和消息,南唐诗人李中曾有:“梦断美人沉信息,目穿长路倚楼台”的句子。那时的信息只是人们用来沟通和交流各自在不同时空中发生的现象事实和认识,以便作出有利于自身的行为选择。比如烽火狼烟传递军事情报等,或者出于社会性的需要,通过传递信息、交流感情建立与他人的关系等。在日常的社会中,人们需要信息,但仍十分有限,即使在缺少信息,甚至信息阻断的情况下,生产和生活也不会受到实质的影响。然而,随着

收稿日期:2007-12-19

作者简介:石新中,男,河南郑县人,首都师范大学学报编辑部副编审,中国人民大学法学院经济法专业博士生。
(北京 100037)

① 本人在另一篇文章中对信用的概念及其历史演进已有完整的论述,此处不再赘述

大机器工业时代的到来,信息对于人类社会的价值日益彰显,这表现于:(1)工厂能够有秩序运行的基本条件是建立有效的信息控制系统。然而,随着全球资本扩张的深入,对于愈益庞杂的组织而言,原有的信息系统已经不能满足需要,客观上产生了控制危机。“正是这些危机所提出的跨地域控制、实时控制、科学管理等要求,导致了整个社会对通信技术的需求与日俱增。”^[2](p.106)为了解决这一控制危机,人们迫切需要借助一定的技术手段占有更多的信息。信息因而具有了解决控制危机的功能。(2)当生产中人们的智力劳动愈来愈成为创造财富的主要动力时,智力劳动的结晶——知识就成为生产的核心要素。此时,人类社会对知识的需求量剧增,而信息则是促进知识生产的原料和催化剂,它可以通过文字、图像、数字信息等方式将知识的内容更加准确、完整地表述出来,能使知识实现大面积的传播、最大范围的被人所接受。(3)信息对人们具有的第三个功用是削减不确定性。20世纪四五十年代,信息论创始人香农(C. E. Shannon, 美国贝尔实验室的数学家)曾提出,“信息是不确定量的减少”,“信息是用来消除随机不确定性的东西”,认为信息就是事物从无序到有序中的“负熵”。与传统的经济学不同,现代的信息经济学认为,人们的生产和交易行为从来都不是在信息充分的情况下进行的,人们之间存在着事实上的信息不对称。这种不均衡的信息条件使人们难以确定行为的效用,从而造成不确定性。信息的意义就在于消除这种不确定性。

“不论是解决控制危机、促进知识增长还是消除人际行为的不确定性,都证明信息是能够产生价值的有用物。”^[3](p.11)人们需要借助技术手段获取更多的信息,对信息技术的渴望促成了20世纪以电子技术为龙头的第三次技术革命——托夫勒称之为“第三次浪潮”。信息技术将“信息”作为主要的技术原料,并在客观上使信息生产、交换和分配发展成为一个举足轻重的产业——信息产业。此时,信息已成为生产力的重要要素,信息的供应者、使用者与信息的关系就等同于商品的生产者、消费者与商品的关系,信息被当作商品纳入了市场的环节。同时,随信息技术而产生和发展的网络等新媒体为信息的生产和消费提供了现实

的空间。当前,在市场经济发达国家,信息产业已成为社会的支柱产业,成为知识密集、具有高附加值的产业,成为GDP增长的主要贡献者。正因如此,托夫勒甚至认为,作为有目的支配他人的权力正将中心从暴力、财富转移到知识和信息上来。而信息问题将成为国内和国际政治与经济冲突的中心问题。^[4]这意味着信息资源已成为人类社会主要的资源形式和力量。在此意义上,信息同物质和能量一样是自然界的构成要素,它既独立存在,又是联结社会生活各个方面的部分。在现代社会,“人们认识到,在最本质的意义上,信息决定了人的存在形式。在人的生存视野中,人们越来越被信息消解时间和空间的魔力所吸引。随着信息科技的发达,全球同步信息传递打破了地域空间对人的存在的分隔,使人类能够共享同一个空间整体。人还能够通过占有产生于不同时间的信息,成为一个历史的人、一个传统和文化的承载者。是信息将处于不同时空中的人凝聚为一个‘类’的存在。”^[3](p.15)

信息对人类社会的意义如此巨大,对人类社会的影响如此广泛和深远,要对它下一个定义显然对不同的学科来说会有不同的角度。对信息论做出特殊贡献的美国数学家维纳(N. Wiener)认为,“信息就是我们在适应外部世界和控制外部世界中,同外部世界进行交换的内容的名称。”他强调,“信息就是信息,不是材料也不是能源”。然而,维纳的这一解释仅仅限于人与外界环境的交换,遗漏了物质世界的自然信息,信息的范围实际上还要广泛得多。当然,对信息下一个为各门学科都能接受的定义既不可能,也没有必要。尽管如此,还是有学者试图兼顾理论和实用两个方面,对信息给出一个较为通用的概念,认为信息“是指能反映事物存在和运动差异的,反映客观事物特征,是发生源发生的,经过加工和传递,可以被接收者接受、理解和利用的消息、信号及各种内容的情况或知识的总和。”^[5](p.2)

(三)信用信息的概念

如前所述,现代社会已是一个信息社会,而信用在现代社会除了兼具人格属性与财产属性之外,还具有信息性,即现代社会的信用已经信息化。^[6](p.523)甚至有学者认为,“商业交易的结果是信用信息的转让,而不是黄金或现金的实际转

让。”[7] (p. 17) 信用由信息构成, 并以信息的形式在社会经济生活中发挥着日益重要的作用。“信用制度在许多情况下也往往表现为有关信息提供、信息获取、信息评估和信息责任的法律制度。”[6] (p. 523) 信用信息作为现代社会信息的重要组成部分对于市场经济的维护与运行具有非同寻常的意义。在此, 笔者对信用信息的概念提出自己的理解。

根据本文前边对于信用的法学定义, 笔者认为信用信息的定义应为: 能够反映民事主体履约能力和履约意愿的一系列符号和数据。这里需要注意的是, 对于信用的理解不要只局限于经济学意义上的“信用”, 因而将信用信息仅局限于债权债务关系及偿还记录。笔者认同吴国平的观点, 即信用是一个更广义的范畴, 它不仅仅指与价值运动相联系的债权债务关系及偿还情况, 还包括更广义的诚实守信行为, 如产品质量诚信、价格诚信、建筑市场诚信、纳税诚信, 等等。其反面定义是欺诈等不诚实的行为。这种观点也符合当前中国社会信用的现状。由于中国目前正处于市场经济发展的初期, 信用不足不仅严重地表现在信贷领域, 而且还广泛地表现在生产、经营、销售、投资、证券、保险、纳税、租赁、统计、就业等其他社会经济生活的各个领域。[8] 因此, 信用信息就包括民事主体在上述各个领域所反映的与其履约能力和履约意愿相关的信息。这从中国人民银行发布的将企业质检信息纳入企业和个人信用信息基础数据库、将企业环保信息纳入企业信用信息基础数据库的情况也可以看出。[9]

从民事主体类别的角度出发, 可以把信用信

息分为企业信用信息和个人信用信息两大类。

个人信用信息是指与个人的信用能力和信用行为相关的信息, 它涵盖各类可能影响个人信用的因素。个人信用信息可以分成品德 (Character)、能力 (Capacity)、资本 (Capital)、抵押 (Collateral) 和状况 (Condition) 等五个方面。由于每个信息类别对应的英文单词的第一个字母均为 C, 所以这种信用信息分类方法又称为“5C”分类法。

个人信用的品德信息也称为还款意愿信息, 与个人的习惯和态度等道德品质有关, 是无形的, 但可以通过生活习惯 (如是否酗酒、赌博)、商业或职业操守 (如是否造谣、还债是否及时、面对责任的态度以及是否尊重他人权利) 等得到反映, 还债记录是信用品德最好的预测指标。能力信息指的是债务人偿还特定到期债务的支付能力, 收入和工作情况、消费情形和负债状态都影响到这个能力。消费者的还债能力不足既可能是由收入不足引起的, 也可能是由过度举债导致的, 失业或收入显著下降都将危及消费者的信用能力。资本信息主要指能够显示个人的金融能量的储蓄资产信息。储蓄资产可以是有形的 (如储蓄账户余额), 也可以是无形的 (如是否具备特定的技能与知识, 从而在失业后能够较快获得另一份工作)。抵押信息是指用于担保的物品的价值和所有权, 以及是否同时被多次使用。显然, 低价值的、非自己所有的抵押品不能用作信用交易的担保。状况信息指的是与经济环境变化有关的、影响到信用申请人的还债意愿和能力的信息。我们可以从表 1 中了解上述个人信用信息的分布和影响。

表 1. 个人信用信息的分类及其对可信度的影响

信用信息类别	反映的情况和信息载体	含义
品德信息	还债意愿, 包括: 个人习惯和生活态度、商业和职业操守等, 可被还债历史记录揭示	不酗酒、不赌博、不造谣、敢于负责的消费者更值得信赖
能力信息	还债能力, 包括收入、就业、消费和负债状况等	过度举债、失业、收入不连续或不可预期、收入下降都将危及个人的还债能力
资产信息	储蓄余额, 特定技能与知识	消费者可以动用这些“储备”以保证能够连续地偿还特定债务
抵押品信息	房产、汽车等的价值和所有权状况, 同一件抵押品被使用的次数	不属于消费者的抵押品、同时被多次使用的抵押品不能保障债权安全
状况信息	年龄、教育状况、婚姻状况、工作能力、住址等	在经济环境发生变动时, 消费者能否保持收入能力

从表1可以看出,还款意愿和还款能力是个人信用信息中最为重要的,还款意愿信息的重要性比还款能力信息更强,因为有些消费者即使有足够的资金也不愿按期或足额偿还债务。因此,能够揭示消费者还款意愿或信用特征的支付历史纪录是预测个人可信度的最关键信息,还债记录显示的支付方式和支付习惯是预测消费者未来行为的最直接指标。

企业信用信息的分类更复杂一些,包括主要管理者的信息和企业经营信息。但企业信用信息中的主要管理者信息并没有个人信用信息那么复杂,通常只包括其教育背景和职业经历等显示其经营能力的信息。企业经营信息的范围则宽泛得多,包括财务报表、商业计划书、销售状况、重大事件等。这里也采用5C分类法对企业的信用信息说明如下:

企业的品德信息指企业愿意履行其付款承诺的可能性。这个因素在对企业的信用评估中同样是非常重要的。因为企业是否愿意尽自己最大努力来按照承诺付清货款,直接影响到债权人应收账款的回收速度、额度、收账成本。企业的品德好坏主要根据企业过去的信用记录来确定。在标准的企业资信调查报告中,被调查对象的过去付款记录和征信公司对其的信用评级是能够说明企业品德好坏的主要依据。企业的能力信息指企业的支付能力以及偿还货款或服务费的能力。这主要根据企业的经营状况和资产状况来判断。具有较好的经营业绩、较强资本实力和合理现金流量的企业,会表现出良好的偿付能力。在标准的企业资信调查报告中,被调查对象的经营状况变化和它的固定资产情况可以说明其能力。对于经营状况走上坡路的企业,一般偿还货款的能力较强。企业的资本信息指企业的财务状况,其中包括全部净资产和无形资产净值。资本状况可以通过企业的财务报表和比率分析得出。资本既与能力相关联,又有自己的特殊意义。标准的企业资信调查报告提供企业的上一期财务报表和重要的比率。企业的抵押信息指企业用其资产对其所承诺的付款进行的担保。对于有资产抵押的客户的信用条件可以适当地放宽。对于没有信用记录和有不良信用记录的企业来讲,以一定的合法资产作为抵押是必要的。企业的状况信息指能够对企业

的偿付能力产生影响的社会经济发展的一般趋势,以及某些地区或某些领域的特殊发展和变动。

关于信用信息的分类,还可以根据对民事主体的信用度造成的影响情况,将信用信息分为正面信用信息和负面信用信息。负面信息指的是那些对个人或企业可信度有不利影响的信用信息,如破产信息、偷漏税信息、拖欠或逃债信息等,负面信息之外的其他信用信息都属于正面信息。

综上所述,信用信息公开是指企业或个人信用信息向社会公众或者特定主体披露的活动。信用信息公开的主体是政府、其他信用交易主体、信用信息服务机构和信息主体(信用信息所指向的对象),公开的内容是企业或个人的信用信息。

二、信用信息公开的理论解释

(一)信用信息公开的社会学解释

社会学认为,普遍的信任是市场经济社会一切信用行为的道德要求。当交易双方进行交往时,首先是由于相互之间的信任,这种信任包括行为结果会获得预期利益的信心和交易对方会有助于这一利益实现的相信。对交易对方的相信包括对对方的品质的相信(具备信守承诺的道德约束,即履约意愿)和行为能力(具备履约能力的财产基础,即履约能力)的相信。交易双方如果没有相互信任,一般很难发生经济交往关系,也不会有信用行为。如果在经济交往过程中发现交易对方是不可信的,或者对交易结果带来预期利益的信心不足,信用交易就可能终止。相互信任是交易双方进行经济交往的前提条件,也是信用交易发生的首要的伦理基础。社会学家将社会的信任分为特殊信任与普遍信任。特殊信任指以亲情、血缘、朋友、地域等为基础的信任,它以道德、意识形态等非制度化的东西作为保障,信任的主体可以是个人、家庭、家族,也可以大到一个地方,其特点是主体间非常了解,情感是此种信任的根基。普遍信任则是以契约或法律制度准则为基础和保证而确立的信任,它可以被贯彻到与自己无血缘关系或私人关系的其他人身上,即被信任者与给予信任者之间并无特殊关系,信任关系的双方依靠契约或制度来保障。在传统社会中,人们之间的信任是特殊信任,人们之间的信任依附于血缘关系、身份关系、居住关系、职业关系等各种关系之中,这

就将信用交易限定于人情式信任关系基础上的熟人之间。因为交往是在一个较小的范围内的,一个主体的失信行为会很快在这一范围内传播而被熟人所周知。失信行为的传播具有天然的惩罚效应,它使得交易主体的交易范围进一步缩小,以至于在后来的交往过程中受到失信行为的惩罚。但是这种惩罚也是人格化的、是特殊性的,是在关系社会中关系圈子内才有效的。在现代市场经济社会,随着分工的专业化、普遍化,交往日益在陌生人之间进行,陌生人社会需要的是普遍的信任。普遍的信任是建立在制度规范的基础之上而非建立在关系之上的,这就要求失信行为在熟人圈子内传播的控制机制实现向在陌生人圈子内,或者说在整个社会内传播的控制机制的转变。即在现代市场经济社会内,要模拟出在传统熟人社会内的失信惩罚机制,就需要有一个使交易主体的失信行为迅速在整个社会内传递的新的机制,这一新的机制就是现代市场经济发达国家所普遍具有的信息公开制度。

(二) 信息公开的经济学解释

现代经济学中比较适合分析信用问题的是信息经济学。信息经济学是非对称信息博弈论在经济学上的应用。如果说博弈论研究的问题是决策各方的行为发生相互影响时各自的决策以及这些决策所能达到的均衡的话,那么信息经济学研究的则是决策各方的行为发生互相影响时存在着非对称信息或不充分信息的问题。如果信息对交易各方都是对称的,则交易各方可以通过签订完备合约,减少甚至杜绝失信现象发生的可能性。然而,从现实的经济生活来看,这种信息完全或信息对称的情况是不存在的。从信息经济学的角度来看,这种信息不对称按信息的内容可分为两类:一类是双方知识的不对称,指一方不知道另一方诸如能力、身体健康状况等信息,这是外生的、先定的,不是双方当事人行为造成的。对于这类信息的不对称,信息经济学称之为“隐藏知识”或“隐藏信息”。这种信息不对称导致的失信行为称之为“逆向选择”。第二类是指在签订合同时双方拥有的信息是对称的。但签订合同后,一方可以利用对方不了解的签约后信息,采取“偷懒”或“不尽力”行为,给对方带来损失。这种行为信息经济学称之为“隐藏行动”。这类信息不对称导致的失信

行为称之为“道德风险”。

现实的经济生活中,因信息的不对称导致的“逆向选择”和“道德风险”是常见现象。经常被人提起的就是信贷市场。在信贷市场上,贷款人的收益受利率和借款人还款可能性等因素的影响,而借款人还款可能性是与其盈利能力和经营风险直接联系的。由于信息不对称,银行不可能观察到借款人经营项目的风险和盈利状况,而只能依据平均风险水平制定中等的贷款利率。这就会导致那些有较高风险的、“低质量”的潜在顾客更愿意接受高利率的贷款条件,因为:在不能还款时,他们可以借助“有限责任”等法律条款保护自己;即使还款,他们也已经通过借款获得了更大的利益。而拥有较低风险的、“高质量”的潜在客户则不愿意接受高利率的条件而退出借贷市场。这样做的结果实际上等于鼓励了信贷资金向低信用者流动,致使贷款的平均风险提高。这种不合理的资金分配机制不仅对金融市场的资源配置效率具有极不利的影响,而且在交易完成之后,又引来了严重的“道德风险”,即:贷款人的利益受到侵害或损失,具体表现为:违背借款协议,私自将资金用于投机性交易或高风险项目;隐瞒投资收益,恶意编造财务数据以逃避偿付义务;对资金的使用效益漠不关心;等等。

可见,无论是“隐藏知识”还是“隐藏行动”的失信行为的产生,最根本的是签约前信息和签约后信息的不对称问题。这里的信息不对称包括信息的不完全、不准确。

对于交易双方信息不对称的克服问题,中外有不少学者都进行了研究。如布瓦索认为,可以用某种制度安排克服信息的失灵问题,因为“制度代表一种长期的集体投资,旨在降低社会交换的信息成本”。[10] (p.189)柯武刚和史漫飞也认为“恰当的制度能在一个复杂的、不确定的世界中引导个人决策者,并能帮助我们减少对信息的需要”。[11] (p.62)应飞虎在其博士论文《信息失灵的制度克服研究》中认为,在经济学中,信息既被看作是对交易的一种支持,也被看作一种交易的对象。因此,市场体制下克服信息失灵的制度构建应在这两方面同时展开,在把信息作为交易的支持物和商品的基础上进行制度设计。制度对信息失灵的克服主要应从增加信息供给和减少信息需

求两个层面上展开。信息供给的增加有公力和私力两种路径,公力路径主要是指政府的直接提供,私力路径主要是指市场主体的直接提供,当然这还需要制度的激励和保障。减少信息需求的制度或是绕开了信息问题,或是向市场主体提供一种信息含量大的高度浓缩信息等。应飞虎认为,在克服信息失灵的诸多制度中,最有成效的是公权介入后而产生的制度。[12](pp.9~10)笔者认为,交易双方信用信息的不对称属于信息失灵的一种表现,对于此问题的治理对策,最有成效的方法是政府建立相应的制度使交易双方的信用信息公开。^①

信用信息公开制度可以有效克服交易双方因信息的不对称而带来的“逆向选择”和“道德风险”等问题。其原因如下:

第一,信用信息公开能够有助于交易双方了解对方的特征及信用程度,有利于准确预测对方的履约概率,使信用交易者能够筛选交易对象,从而减少了市场经济当中的“逆向选择”。

第二,信用信息公开能够减少信用现金。当授信方不能够准确掌握受信方的信用状况时,它唯一的办法就是提高价格以索取风险补偿。如果能够实现信用信息公开,这部分的成本就可以不由受信人来支付。

第三,信用信息公开制度对受信人来说具有一种约束力度。如果他对授信方违约,他将失去今后进一步获取信用的途径,从而也就得不到信用,或者大大提高其获取信用的成本。这种机制将会减少“道德风险”。

第四,信用信息公开制度能使授信方全面了解受信方的负债情况,从而避免给受信方以超额信用,这样就可以大大降低信用风险。

(三)信用信息公开的法学解释

政府信息公开制度源于古希腊的政治法律思想。亚里士多德在《政治学》中专门论述了国家权力的目的就是实现公共利益的正义性这一最高“善德”,为此,国家权力必须公开行使,“只有看得见的正义才是公道的”。因此,近现代国家均把“公开性”作为衡量国家政治制度是否民主的重要

标志。随着信息时代的来临,信息公开立法已成为世界性的潮流。对于信息公开的理论基础,法学界已有充分论证,如李步云先生认为,“信息公开是现代国家机关行使职权与履行职责的一项基本原则”。“国家机关的信息公开制度是基于公民享有知情权和信息自由权而建立的,但它本身并非人权,而是属于民主与法治的范畴”。[13](p.3)他认为信息公开的价值主要体现在:(1)它是主权在民的体现。主权在民是现代民主的理论基础,也是现代民主的根本原则和灵魂。(2)它是公民行使监督权的前提。(3)它是政府科学决策的条件。(4)它是市场经济公平竞争、诚实、信用的保障。公开性是预防不正当竞争和欺诈行为的良药。(5)它是保护公民权利的最好途径。(6)它是防止国家权力腐败的有效措施。[13](p.4)掌握在政府机构中的信用信息是政务信息的一个类别,政务信息需要公开,那么,其中的信用信息公开自然是题中应有之意。政府掌握的信用信息要求公开不难理解,那么为什么金融机构、公共事业单位和社会其他主体所掌握的信用信息也有必要公开呢?

我们知道,通常情况下,民事主体所掌握的一般信息是否公开是其自身的私事,其他人无权干涉。然而,随着信息化时代的到来,人们的市场交易越来越多地体现出时空的延伸和分离。为了交易的成功,企业或个人的信用信息迫切需要在交易主体之间快速地传播。这时,市场主体的资产状况、收入与负债情况、违约背信记录、司法信息等传统上属于个人私生活领域的内容,就不再是单纯的私事,而是直接关系到市场主体的履约能力、关系到他人预期利益的实现程度、关系到整个社会经济能否正常运转的问题。某一市场主体的失信已不止是当事人之间的问题,它已转化为失信者与全社会的矛盾。而且,从经济学的角度看,市场主体的信用信息其本质是准公共信息。[14](pp.33~35)因此,信用信息公开是实现社会公共利益的要求,国家立法要求信用信息公开就成为信息化时代的必然逻辑。

^① 经济学者一般将其称之为信用信息共享,这多是从多个金融机构对个人和企业信用信息的交流和共享的角度而言的。笔者在此称之为信用信息公开,除了前述的含义之外,还包括其他主体在必要的时候可以查阅或得到个人或企业的信用信息。

三、信息公开制度是现代社会信用体系的基础和前提

根据市场经济发达国家的经验,市场交易的形式都是从现金交易为主逐步走向信用交易,最后发展到以信用交易为主流的格局。市场经济是法制经济,对于一个国家而言,只有当它的社会信用体系比健全,才能保证以信用交易为主要市场交易手段的市场经济的健康发展。在一个成熟的市场经济国家内,其社会信用体系与社会保障体系同等重要。众所周知,在市场经济条件下,如果一个人不幸地处于失业、生病或退休这种人生的低估状态,他(她)非常需要社会保障体系来保证他(她)的基本生存权。人不能总是处于人生的低谷状态。同样,如果一个人需要取得事业的发展,提前享受高素质的生活,取得生活的便利,那就需要依靠社会信用体系来给予他(她)发展的机会和手段。也就是说,市场经济体制下,社会保障体系解决的是基本生存条件问题,而社会信用体系则面向人们事业的发展,它解决的是个人创业和企业扩大经营规模等有关发展的问题,当然,它也使守信的公民能够提前享受到未来的物质生活。

[15] (pp. 48 ~ 49) 因此,正如建立社会保障体系一样,建立社会信用体系是市场经济社会的本质要求。中国共产党第十六次全国代表大会的报告中已提出要“整顿和规范市场经济秩序,健全现代市场经济的社会信用体系”。

从信用信息的流程角度看,可以将现代社会信用体系分为三个组成部分:信息公开机制、信用信息处理机制和失信惩戒机制。

(一) 信息公开机制

信息公开是现代市场经济良性运行的必然要求。然而,人们并不能自然得到市场主体的信用信息。市场主体的信用信息广泛分布于各类主体:(1)政府有关部门,如工商、税务、公安、海关、人事、劳动社会保障、法院、房产登记等;(2)公用事业单位,如邮政局、通讯服务公司、自来水公司等;(3)各类金融机构,如商业银行、信用卡公司、保险公司等;(4)与企业或个人有过信用交易记录的其他社会主体。这些相关主体比如政府部门由于其信息垄断利益和信息成本的存在等各种原因并不会将其所掌握的信用信息向社会主动开

放。[14] (pp. 31 ~ 33) 因此,在市场经济发达国家,政府都制定了一系列的法律法规以保障信用信息的公开,特别是政府部门的行政信息的公开。如美国就先后制定施了《信息自由法》(1966年)、《联邦咨询委员会法》(1972年)和《阳光下的联邦政府法》(1976年)等三部最重要的政府信息公开法。另外,美国法律还全面支持公用事业、行业组织、企业和消费者个人所掌握的信用信息对信用服务公司开放。在欧洲大陆,比利时、德国和法国等国家的法律都要求各商业银行向中央银行建立的信用风险办公室或信用信息局提供它们所掌握的借款者的信用信息。韩国1995年颁布的《信用信息利用及保护法》第14条第一款即规定:“信用信息业者或者信用信息集中登记机构对于国家和地方自治团体,或者总统令规定的公共团体拥有的信息,依照相关法令的规定,可以请求阅览和提供允许公开的信用信息。”

(二) 信用信息处理机制

信用信息被采集以后,经过信用中介机构的存储、整理、分析、加工和提炼,制作成用户所需要的各类信用产品,然后通过对此有需求的各类社会主体而向全社会扩散与传播,这就是信用信息处理机制。信用中介机构根据其业务类型,可以分为两类:一类是对企业或个人的信用状况进行调查、评估的机构;一类是在资本市场上对相关主体及证券进行资信评级的机构。前一类机构还可再分为对企业的信用调查服务机构和对个人的信用调查服务机构。当前,在市场经济发达国家,信用信息的处理机制已发展得相当成熟。如,在企业信用调查领域,美国的邓白氏(Dun & Bradstreet Corp.)公司是世界上最大、历史最悠久和最有影响的公司,它在很多国家建立了办事处或附属机构。在个人信用服务领域,美国有1000多家当地或地区的信用局为消费者服务,这些信用局中的绝大多数或者附属于益百利(Experian)公司、全联(Trans Union)公司和Equifax公司三家全国最为主要的信用报告服务机构,或者与这三家公司保持业务上的联系。这三家公司都建有覆盖全国范围的数据库,包含超过1.7亿消费者的信用记录。在资信评级行业,目前美国国内主要有穆迪投资者服务公司(Moody's Investors Service)、标准普尔公司(Standard & Poor's)、菲奇公司(Fitch)和达夫

公司(Duff & Phelps),它们基本主宰了美国的资信评级市场。穆迪和标准普尔两家公司在资信评级业的历史最为悠久,实力也最为雄厚,在国际上的声誉也最好,其他国家在建立本国的评级制度和评级机构时大多受它们的影响。

在现代市场经济社会,信用中介机构是信用交易各主体之间不可缺少的中间环节。在信用交易中,授信人在赋予受信人信用之前,需要先从信用中介服务机构得到信用产品,以了解、分析受信人的信用状况并预测信用风险,从而决定是否进行这笔信用交易及信用额度的大小;同时,受信人为了得到授信人的信任,也可以主动向征信机构取得自己的信用调查报告和评级报告,向授信人证明自己的信用。当然,授信人取得受信人信用信息的途径有很多,他可以在自己内部设立信用管理机构(如商业银行的信用管理部),也可以与其他授信人之间形成互惠互换关系,从而获得受信人与其他授信人交易时的信用信息。但由信用中介服务机构作为第三方专门调查评估受信人的信用状况较之前两种途径都有优势:其一,信用中介机构所得到的信用信息来自更广阔的范围,它不限于授信人本身及同行所掌握的授信人的信用信息,还包括来自政府、各类公共组织及其他社会主体提供的受信人的信用信息;且信用中介服务机构的人员更为专业。因此,由他们制作的信用产品成本更低、质量更为可靠。其二,信用中介机构是授信人与受信人之外的中立第三方,其调查、评估结论相对当事人双方都公正。

(三)失信惩罚机制

失信惩罚机制即社会对所有失信行为的法人或自然人实施实质性打击,使其不敢轻易失信违约,同时又能够为诚实守信者带来一定利益的机制。社会信用体系的最终目的就是使失信者受到惩罚,使守信者得到利益,因此,失信惩罚机制可以说是社会信用体系中最重要的一部分。

对于市场主体严重的欺诈、违规或违约行为,国家可以通过刑法、行政法及一般民事法律使其受到惩治,并使利益受损方得到补偿。但是国家正式的法律制度对于根治市场的失信行为来说是不够的,现实生活中大量的失信违约行为并不能通过诉讼的渠道得到治理。[16]这就需要一种新的机制,即发达的市场经济国家已经形成的全

社会对于失信违约的惩罚机制。这种机制的原理是通过信用中介组织收集整理企业或个人的信用信息,社会其他主体在与这些企业或个人有经济往来时就会首先到这些信用中介组织查阅他们的相关信用信息,然后再决定是否与其进行信用交易及赋予信用额度的大小。这些信用信息传播的范围是很大的,例如企业资信调查服务要覆盖到全球200个以上国家或地区的任何一个有限责任公司,个人信用调查服务至少应该覆盖一个城市的全部人口甚至是整个国家或联盟。在社会信用制度健全的国家,如果一个人有了经济失信记录,他就不能再申请信用卡、购物卡、购房贷款和任何信贷,甚至在申请租房、安装电话、手机上网、银行开户时也会遭到拒绝。如果一个企业有违约失信的记录,那么它会遭到提供服务的各类机构的抵制,不能取得贷款,供应商不对其赊销生产资料,同时,政府监管部门在其营业执照的年检、税务的稽查、项目招投标资格的认定等诸多方面都会给予更严厉的对待。现代通讯、网络技术的发展使得企业或个人的信用记录可以很方便的在全国甚至是全球范围内广泛传播,市场主体的失信违约行为将会给其经济生活带来诸多不便,甚至是寸步难行。

当然,失信惩罚机制也并不是要将失信者彻底清除出市场,而是要在其付出惨痛代价后给予改过的机会。例如美国的《公平信用报告法》规定,在任何征信机构的征信数据库中,个人失信记录最多保存7年,个人破产记录最多保存10年,而优良信用记录会被终身保留。

失信惩罚机制在给失信者以社会的全面性惩罚的同时,还会对守信者给予奖励。因为信用中介组织也将企业和个人的守信记录同时记录下来,并加以积累,资信评级机构会给予信用记录优良的企业和个人以高的资信评级或信用评分,使守信者在不知不觉中获得一些无形资产。守信者会因此得到更多的信用交易机会和更高的信用额度。政府相关部门和金融机构也会在市场监督或授信时给予有良好信用记录的企业和个人以政策性的倾斜。

由此可见,失信惩罚机制的本质是将交易双方中失信一方对授信方二者之间的矛盾,转化为失信方对全社会的矛盾。在法律允许的处罚有效

期间,让所有的政府监管部门、授信机构、雇主和公用事业等单位参与对失信者的经济类惩罚。

由上可知,无论是失信惩罚机制的建立,还是信用中介机构的发展,都需要以信用信息的开放和共享为前提。其一,判断企业或个人是否失信,靠的是准确而充分的信用信息。正是由于信用中介机构的专业服务,才会极大地降低对大量失信者进行惩罚的“办案”成本,失信惩罚机制才能顺利运行。其二,信用信息公开机制是信用中介机构公平、合理采集和使用信用信息并为全社会提供信用产品的基本制度保障。信用信息是制作征信产品的原材料,是开展信用管理服务的基础性条件。信用市场要发展,首先是信用专业机构必须能够合法地取得各种真实的企业和个人的信用信息,并在法律规范下对经过处理的信息进行公开和公正的报告。

四、信用信息公开过程中需要处理好的几种法律关系

法律保障信用信息公开是实现社会公共利益的要求,但与此同时,信息化时代个人的隐私权、企业的商业秘密和国家的经济安全保障也同时面临新的挑战。如何实现信用信息公开与相关权利主体的利益平衡是信用信息公开立法不可回避的主题。

(一)信用信息公开与个人隐私权的保护

隐私权“是指个人对其私生活安宁、私生活秘密等享有的权利。”[17] (p. 567) 隐私权的概念最早是由美国学者萨缪尔·沃伦(Samuel D. Warren)和路易斯·布兰代斯(Louis D. Brandeis)于1890年发表在《哈佛法律评论》(Harvard Law Review)的一篇名为《隐私权》(The Right to Privacy)的论文中提出来的。他们对当时媒体对他人私生活的报道所产生的问题进行分析,认为应设立隐私权作为公民新的权利。随后,这一概念在世界范围内被广泛认可,成为一项重要的具体人格权。进入20世纪60年代以后,随着计算机技术的快速发展和普及,产生了个人生活信息的收集和泄露、对个人身体隐私的窥探、对生命信息和遗传基因的保护等问题,这些都极大地促进了隐私权概念的发展。在现代社会,隐私权已成为宪法规定的基本权利之一。

对于隐私权的具体法律保护,当今世界各主要国家多制定有专门的法律。如美国除了在侵权行为法中有对隐私权的保护之外,在《信用自由法》、《电子通讯隐私法》(1986年)、《隐私法》(1974年)、《隐私保护法》(1980年)等法律中都规定了对隐私权的保护内容。《欧盟数据保护指令》第一条即明确规定:“为与本指令相一致,成员国应当保护自然人的基本权利和自由,特别是他们与个人数据处理相关的隐私权。”[18] (p. 25) 中国的民法典草案在人格权法一编也明确规定:自然人享有隐私权,禁止以窥视、窃听、刺探、披露等方式侵害他人的隐私。

隐私权是现代社会公民的一项重要人权,而信用信息的公开是保障市场交易顺利的保障,如何在二者出现冲突时进行平衡协调,是各国信用法律的重要内容。美国的《公平信用报告法》在其一开始就规定信用报告“应该确保消费者报告机构公平、中立地履行其职责,并尊重消费者的隐私权。”[19] (p. 185) 德国的《消费者信用保护法》也规定对客户私生活领域信息随意泄露属于不法行为。但“隐私权的保护并非毫无限制。……当隐私权与公共利益发生冲突时,应当依公共利益的要求进行调整。”[20] (p. 685) 如,征信机构不是随意将个人信用信息进行泄露,而是把客户的财产状况恶化这样的客观状况进行公布,从而作为对信用信息使用者进行警告的行为,就不是对隐私权的侵犯。

实践中,世界各国在有关个人信用信息的调查过程中对隐私权的保护主要体现在以下几个方面:(1)信用信息的调查必须符合法定程序,不能采取窃取、骗取等非法手段。除法定的强制性提供信息外,征信机构在采集个人的信用信息时,必须征得本人同意。信用信息的服务对象也必须是根据法定或约定的事由,在“善意使用”的原则下确定。(2)在信息的采集方面,应仅限于对客观事实的描述和记载,赋予信息主体及时消除错误信息,更新过时信息的权利。在信息的评估方面,应以国际通行惯例为依据,坚持客观、公正的价值取向。(3)信息主体应该拥有信用信息调查活动的知情权,这应当成为信用信息调查的前提条件。(4)必须对信用信息调查过程中侵害个人隐私权的不法行为追究责任,给予相应的法律制裁。

(二) 信用信息公开与企业商业秘密的保护

中国 1993 年颁布的《反不正当竞争法》第十条规定, 商业秘密“是指不为公众所知悉、能为权利人带来经济利益、具有实用性并经权利人采取保密措施的技术信息和经营信息。”由此可知, 商业秘密必须具备几个要件: (1) 秘密性。这是商业秘密区别于专利技术、公知技术的最显著特征。即商业秘密是没有进入公知领域、公众不易知晓的有关信息。因为商业秘密只有以其维持秘密状态才具有经济价值, 一旦被公开, 其经济价值就完全或部分失去。(2) 价值性。即商业秘密可以为权利人带来经济利益, 这种经济利益可以表现为经过权利人的使用带来的现实的或潜在的独立的经济价值, 也可以表现为相对于未知或未使用该信息的竞争者来说, 能获得和保持一定的竞争优势。(3) 管理性。即权利人采取了一定的保密措施, 包括订立保密协议、建立保密制度及采取其他合理的保密措施等。

商业秘密的法律保护起源于英国、美国的判例保护^[2](p. 5), 后逐步走向立法保护, 并遍及世界其他国家, 尤其是 20 世纪 70 年代以来, 商业秘密的保护立法已成为世界各国及国际组织立法的热点。1979 年, 美国统一州法委员会制定了《统一商业秘密法》, 将保密性信息纳入了保护范围, 1985 年又进行了修改。日本和韩国分别于 1990 年和 1991 年对本国的反不正当竞争法进行修改, 补充完善了有关保护商业秘密的内容。世界贸易组织于 1994 年在《与贸易有关的知识产权协议》(即 TRIPS) 中也把商业秘密的保护作为单独的条款。近来, 商业秘密的保护又呈现向专门法发展的趋势, 如, 瑞典于 1990 年专门制定了《商业秘密法》。中国台湾地区也于 1995 年专门制定了《商业秘密法》。中国在 1991 年实施的《民事诉讼法》中第一次出现商业秘密的概念, 规定了涉及商业秘密案件的不公开审理原则, 其后在包括《反不正当竞争法》等诸多法律中都规定了保护商业秘密的内容。

世界各国及地区之所以如此高度重视商业秘密的法律保护, 源于在科技飞速发展的时代, 知识与技术在企业间的竞争中所发挥的作用越来越大, 商业秘密往往是企业在激烈的市场竞争中的制胜力量, 而那些侵权者没有投入研究与开发却

能依靠非法获取竞争对手的商业秘密而获利。对侵犯商业秘密的行为如果不加以禁止, 社会经济的不正当竞争就会泛滥, 企业创新就会丧失活力, 社会秩序的混乱则必然发生。

对企业商业秘密的保护, 如前所述, 许多国家都是制定专门的商业秘密保护法或在反不正当竞争法等一系列法律中作出规定, 而不是在信用管理专业法律上体现对企业的保护, 这与保护个人的隐私权问题明显不同。究其原因是: 其一, 由于其他相关法律对企业商业秘密的保护已颇为完善, 而企业又是由各类专业人士组成, 他们在专业知识、产品信息、财务手段方面相比个人而言具有强大优势, 正常情况下其商业秘密不会为外界所知。如果一个企业的商业秘密被竞争对手、消费者或媒体所泄露, 只能说明该企业管理不善。当然, 如果企业认为有必有, 它可以通过司法的途径向泄密者索取赔偿。其二, 根据前述商业秘密的定义, 商业秘密包括技术信息和经营信息, 一般情况下, 企业的信用信息不包括技术信息。而根据国家工商局《关于禁止侵犯商业秘密行为的若干规定》中的解释, 企业的经营信息包括“管理诀窍、客户名单、货源情报、产销策略、招投标中的标底及标书内容等信息。”由此可知, 根据本文前述的企业信用信息的内容, 企业须向社会公开的信用信息中所包含的商业秘密很少, 也很不完整, 一般不太可能组合起来复制出商业秘密。且通过正当的反向工程可以容易得到的又不能算是商业秘密。最有可能引起争议的是企业的某些经营性指标, 如资产负债表、损益表等是否属于商业秘密。然而, 我们根据前述商业秘密的定义及企业信用信息的范围可知, 这些内容明显属于企业信用信息中的履约能力信息。因此, 企业信用信息向社会公开一般不受“商业秘密”的限制。

对中国而言, 在企业信用信息公开的过程中重点不在于对企业信用信息的公开, 而在于规制政府部门、征信机构或使用信用产品的第三方在获取企业的商业秘密后的恶意泄露。因为, 中国政府的相关机构除了掌握有大量的企业信用信息之外, 还在不同程度上掌握有企业的商业秘密。笔者认为, 在未来的中国信用信息公开立法中主要应采取以下措施以保护企业的商业秘密: (1) 明确界定哪些信息属于商业秘密, 哪些信息属于企

业的信用信息。法律应明确规定哪些信息是必须公开的,哪些信息是必须保密的或者由企业自己决定是否公开的。如关于企业的注册信息、司法信息、企业的财务及高管人员状况等信息应属于企业的信用信息,应遵循有关规定及时向社会公开。(2)征信手段必须合法、正当,要在国家法律、法规许可的范围内以合法的手段采集信用信息,不能采取盗窃、诈骗、夺取等非法手段。征信机构对经授权取得的被征信企业的商业秘密必须采取严格的保密措施,同时承担保密义务,非经权利人书面同意,不得擅自在信用产品中使用或向社会公开。(3)信用信息的采集应限于对客观事实的描述和记载,应保证信用信息的真实性,并按规定保持原始数据的动态连续性,同时,赋予企业作为信息主体及时消除错误信息、更新过时信息的权利。(4)规范征信机构的行为,对征信过程中侵害企业商业秘密的行为,有关责任人要承担相应的法律责任。

(三)信用信息公开与国家经济安全的保障

关于信息公开与国家安全的关系,学界已普遍认同发达国家对此问题的看法。即在信息公开与国家安全的关系到上,认为政府信息公开是原则,不公开即保密是例外,只有减少了政府秘密的数量,才能有效保护真正的政府秘密。如果保密的政府信息太多,无形中就会使得公开的信息大幅减少,从而有损于信用信息征集的全面性,也不利于国家秘密的保护。各市场经济发达国家为了确保信息公开,对于必须保密的内容都在相关法律中作出了专门的规定,除此之外,其他所有的政府信息都必须向社会公开。如美国为了保证信息公开,实行了定密官制度和定密制度。只有被定密官经过法定程序定密的信息才能成为国家秘密。

[22] (p. 28)

信用信息属于信息的一部分,国家经济安全属于国家安全的重要内容,因此关于信用信息公开与国家经济安全的关系基本上适用于信息公开与国家安全关系的原理。这也是迄今为止学界没有一篇专门论述信用信息公开与国家经济安全关系的学术论文的原因。^①然而,由于经济全球化的发展,即当代的国际战略思潮已从传统的“领土

中心主义”转向了“经济中心主义”[23] (p. 33)。经济利益的争夺已成为当代国际关系的核心内容,从而使得国家的经济安全对于国家安全来说具有了超越以往的重要意义。也正因此,探讨中国的信用信息公开与国家经济安全的关系仍不失其理论及实践价值。

对于中国来说,信用信息数据库的建立是支撑社会信用体系的物质要件之一,而信用信息数据库的有效运行必须有一个安全的信息网络。然而,“我国电脑制造业对许多核心部件的研发、生产能力薄弱,关键部位完全处于受制于人的地位。在我国信息化建设的许多重大项目中,外国公司成为最大的供应商。”且“许多重要的应用系统处于不设防状态,存在极大的风险性和危险性。金融领域中这一现象更为突出。”[24]在当前国际间更多的通过互联网窃取信息的时代背景下,信用信息基础设施的安全当是信用信息公开过程中对于经济安全而言要解决的首要问题。

其次,信用信息的虚假问题也是威胁中国经济安全的重要内容。审计部门的审计结果表明,当前中国“国有企业弄虚作假,会计核算不实,记假账和掩盖账外资产,资产、负债、损益不实等现象相当普遍。”“一些银行及证券机构的信息虚假”[25],企业上报的信息虚假,信用信息数据库中的信息也自然不真。信用中介机构依靠虚假的信用信息制作的信用产品当然没有任何意义。信用信息虚假不止是对信用产品使用者的欺骗,同时也在一定程度上危及了国家的经济安全。

第三,信用信息的批量公开问题。在信息保密的领域,有一个重要的规律,即单个或部分信息可能没有保密的价值,但如果将诸多相关信息组合在一起,可能就会揭示一个重要现象,对于国家或企业来说就会具有重要价值。在信用信息公开领域,向相关主体披露某一个人或企业的信用信息是正常市场交易活动的必须,然而如果相关主体在某一特定时段请求查阅众多企业或个人的信用信息,或者某类企业或某类人的信用信息,可能就是一个值得高度重视的问题。如,一个外国企业通过集中查阅某类企业的信用信息,就可以得

^① 据笔者最近在中国期刊网上的查阅,题名同时包含“信用”与“隐私”的论文有28篇,题名同时包含“信用”与“商业秘密”的论文有1篇,题名同时包含“信用”与“经济安全”的论文为1篇,但该篇论文不是关于信用信息公开与经济安全关系的。

知该类产业在中国的发展状况和前景,从而制定出应对的措施。对此,在信用信息公开的过程中,可以考虑作出一些特别的规定,如对某些主体在特定时段内查阅相关企业或个人的信用信息的数量超过一定数额时应予限制。

值得注意的是,对于关系国计民生的重要企业,其商业秘密不止关系本企业的切身利益,同时也事涉国家的经济安全,对其商业秘密的保护应上升到国家经济安全的高度。鉴于信用信息公开过程中商业秘密的保护问题前已述及,此处不再重复。

以上探讨了信用信息公开过程中应当处理好的几种法律关系,当然,在信用信息公开的过程中需要处理好的法律关系远不止这些,笔者将在其他文章中作出更为详细的说明。

参考文献:

- [1] 石新中.论信用概念的历史演进[J].北京大学学报(哲学社会科学版),2007,(6):120-126.
- [2] 段伟文.网络空间的伦理反思[M].南京:江苏人民出版社,2002.
- [3] 李晓辉.信息权利研究[M].北京:知识产权出版社,2006.
- [4] [美]阿尔文·托夫勒.力量转移——临近 21 世纪时的知识、财富和暴力[M].刘柄章,等译.北京:新华出版社,1996.
- [5] 向佐群.政府信息公开制度研究[M].北京:知识产权出版社,2007.
- [6] 江平,程合红.论信用——从古罗马法到现代社会[A].江平文集[C].北京:中国法制出版社,2000.
- [7] [美]汤姆·斯托尼.信息财富——简论后工业经济[M].吴建民,刘钟仁译.北京:中国对外翻译出版公司,1987.
- [8] 吴国平.关于征信立法中几个重大疑难问题的探析[J].学海,2005,(5):147-155.
- [9] (中国人民银行网站)[EB/OL]. <http://www.pbc.gov.cn/detail.asp?col=1413&ID=96> 和 <http://www.pbc.gov.cn/detail.asp?col=1413&ID=95>
- [10] [英] 马克斯·H·布瓦索.信息空间——认识组织、制度和文化的一种框架[M].王寅通译.上海:上海译文出版社,2000.
- [11] [德] 柯武刚,史漫飞.制度经济学:社会秩序与公共政策[M].韩朝华译.北京:商务印书馆,2000.
- [12] 应飞虎.信息失灵的制度克服研究[D].重庆:西南政法大学博士学位论文,2002.
- [13] 李步云主编.信息公开制度研究[M].长沙:湖南大学出版社,2002.
- [14] 刘骁.信用信息共享模式与激励机制研究[D].上海:上海交通大学博士学位论文,2006.
- [15] 林钧跃.社会信用体系原理[M].北京:中国方正出版社,2003.
- [16] 石新中.现代信用制度的经济法分析[J].中国流通经济,2006(8):45-48.
- [17] 王利明.人格权法研究[M].北京:中国人民大学出版社,2005.
- [18] 陈飞,等译.个人数据保护:欧盟指令及成员国法律、经合组织指导方针[Z].北京:法律出版社,2006.
- [19] 中国市场学会信用工作委员会编译.世界各国信用相关法律译丛(北美卷)[Z].北京:中国方正出版社,2006.
- [20] 杨立新.人身权法论(第3版)[M].北京:人民法院出版社,2006.
- [21] 张玉瑞.商业秘密法学[M].北京:中国法制出版社,1999.
- [22] 国家保密局法规处编.美国保密法律制度[M].北京:金城出版社,2001.
- [23] 郑汉汉.经济全球化中的国家经济安全问题[M].北京:国防大学出版社,1999.
- [24] 国家统计局 徐铁夫,张守清 赵明霄.信息安全问题对国家经济安全的影响[J].计算机安全,2003,(8):6-8.
- [25] 姜彦福,雷家骅,曹宁.关于基于经济安全的信息安全问题[J].清华大学学报(哲学社会科学版),2000,(1):36-42

(责任编辑:月车)