

打造诚信单位

——信用制度建设与
信用管理实务

方邦鉴◎著

DA ZAO CHENG XIN DAN WEI



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

打造诚信单位

——信用制度建设与信用管理实务

方邦鉴 著

中国经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

打造诚信单位——信用制度建设与信用管理实务/方邦鉴 著. —北京:中国经济出版社,2004.10

ISBN 7-5017-6622-3

I. 打... II. 方... III. ①信用制度-研究-中国 ②信贷管理-基本知识 IV. F832.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 094967 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 邓媛媛 (89809929; editordeng@163.com)

责任印刷: 张江虹

封面设计: 中子画工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京市人民文学印刷厂

开 本: 787×960 毫米 1/16 印 张: 21.5 字 数: 290 千字

版 次: 2004 年 10 月第 1 版 印 次: 2004 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5017-6622-3/F·5341 定 价: 32.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68341876 68341879 68353624

中国经济书店: 66162744 地 址: 西四北大街 233 号

目 录

前 言	1
第一节 为何要诚信	1
第二节 解决的问题	1
第三节 谁是阅读对象	3
第四节 阅读本书的方法建议	4
第一部分 ICE8000 国际信用监督体系	5
第一章 信用知识	7
第一节 信用与诚信的概念	7
第二节 信用行业的历史形成与执业准则	10
第三节 信用行业的分类	13
第四节 社会信用体系	17
第二章 ICE8000 国际信用监督体系简介	23
第三章 ICE8000 国际信用监督体系的设计原理	27
第四章 ICE8000 国际信用监督体系的 CS 条款	30
第一节 CS 条款的分类与内容	30
第二节 约定 CS 条款的意义	33
第五章 ICE8000 国际信用监督体系的信用认证	34
第一节 基本介绍	34
第二节 国际认证诚信单位(企业及其他组织)信用标准	36
第三节 诚信安全投资区的信用标准	38
第四节 国际认证诚信单位(国家机关)的信用标准	39
第五节 基本信用认证程序	40
第六节 星级信用认证程序	42

第六章 ICE8000 国际信用监督体系的信用管理制度	49
第一节 国际认证诚信单位(企业及其他组织)的信用管理制度	49
第二节 诚信安全投资区(各级政府与各类地区)的信用管理制度	51
第三节 国际认证诚信单位(政府及其部门)的信用管理制度	52
第七章 ICE8000 国际信用监督体系的信用管理级别评定	54
第一节 企业及其他组织的信用管理级别评定	54
第二节 国家机关信用管理级别评定	57
第八章 违反信用标准的责任	59
第一节 违反标准的责任	59
第二节 保留、缓冲、例外与免责	60
第九章 ICE8000 国际信用监督体系的争议解决一般机制	62
第一节 立信单位之间的争议解决机制	64
第二节 立信单位与非立信单位之间的争议解决机制	65
第三节 缓冲期内立信单位之间的争议解决机制	68
第四节 缓冲期内的立信单位与立信单位之间争议解决机制	71
第五节 缓冲内立信单位与非立信单位之间的争议解决机制	74
第六节 非立信单位之间的争议解决机制	78
第十章 ICE8000 国际信用监督体系的争议解决特别机制	82
第一节 公开投诉信息特别处理程序	83
第二节 永久曝光信息特别处理程序	84
第三节 内部信用信息特别处理程序	85
第四节 违约责任	85
第十一章 ICE8000 国际信用监督体系的诚信资产积累机制	87
第一节 信用档案	87
第二节 信用积分	88
第十二章 ICE8000 国际信用监督体系的信息沟通和危机处理机制	90
第一节 投诉建议信息	90

目 录

第二节	对决策层的建议	92
第三节	对信息处理人员的要求	93
第十三章	ICE8000 国际信用监督体系的个人信用管理	95
第一节	个人信用档案的建立与内容	95
第二节	个人信用档案的查询	97
第三节	违约责任	98
第十四章	ICE8000 国际信用监督体系信用机构与信用专业人员的管理 ...	99
第一节	国际注册信用师	99
第二节	国际信用管理员	102
第三节	会员信用机构	103
第二部分	信用风险控制实务	105
第十五章	信用风险控制实务流程选择	107
第十六章	信用调查实务	109
第一节	确定调查项目和方案	109
第二节	搜集资料	113
第三节	资料核实	118
第四节	秘密实地访问	120
第五节	约谈相关人员	121
第六节	对其它问题进行调查	121
第十七章	信用风险分析实务	122
第一节	信用风险分析工作底稿	122
第二节	企业背景资料和分析	123
第三节	企业经营特征分析	128
第四节	企业法律形式分析	131
第五节	企业行业特征分析	141
第六节	企业竞争优势与竞争力分析	143

第十八章 信用风险分析中的财务分析	148
第一节 财务报表的类型及报表项目的分析	149
第二节 财务分析的基本方法	175
第十九章 信用调查报告	193
第一节 简单型信用调查报告	193
第二节 标准型信用调查报告	195
第二十章 正确地签订合同	205
第二十一章 欠款追收实务	210
第一节 ICE8000 国际信用监督体系追账程序	210
第二节 电话催账的 POWER 法则	219
第三节 电话催款的一些技巧	221
附录一：信用文摘	224
1、信用服务公司本应中立——按国际标准打造我国信用体系的思考	224
2、美国信用体系的总体构架	229
3、信誉在管制中丧失	236
附录二：ICE8000 国际体系监督体系规则	240
ICE8000 国际信用监督体系国际认证诚信单位认证、监督规则 （企业及其他组织版）	240
ICE8000 国际信用监督体系	250
ICE8000 国际信用监督体系诚信安全投资区认证、监督规则	259
ICE8000 国际信用监督体系诚信单位信用档案管理规则	268
ICE8000 国际信用监督体系个人信用档案管理规则	271
ICE8000 国际信用监督体系标准诚信基金管理规则	275
ICE8000 国际信用监督体系公开投诉信息管理规则	277
ICE8000 国际信用监督体系黑名单信息管理规则	280

目 录

ICE8000 国际信用监督体系荣誉榜信息管理规则	284
ICE8000 国际信用监督体系内部信用信息管理规则	286
ICE8000 国际信用监督体系争议信用信息处理规则	289
ICE8000 国际信用监督体系会员信用机构自律规则	292
国际诚信企业协会章程	294
国际信用评估与监督协会章程	300
ICE8000 国际信用监督体系非国际诚信企业协会会员信用监督规则	306
ICE8000 国际信用监督体系星级信用认证规则	310
ICE8000 国际信用监督体系房地产企业星级信用认证暂行办法	312
ICE8000 国际信用监督体系民办教育机构星级信用认证暂行办法	314
ICE8000 国际信用监督体系建材装修企业星级信用认证暂行办法	316
ICE8000 国际信用监督体系旅行社星级信用认证暂行办法	318
ICE8000 国际信用监督体系保健品企业信用认证暂行办法	320
ICE8000 国际信用监督体系中介机构星级信用认证暂行办法	322
ICE8000 国际信用监督体系安全投资区星级信用认证暂行办法	324
ICE8000 国际信用监督体系国际注册信用师认证、注册规则	326
ICE8000 国际信用监督体系国际信用管理员认证、监督规则	330
ICE8000 国际信用监督体系国际诚信企业协会荣誉专家规则	333
ICE8000 国际信用监督体系诚信志愿者规则	335

前 言

第一节 为何要诚信

人们都喜欢与诚信的单位打交道，即使他本身不诚信，也喜欢与诚信的单位打交道。我们对全球 100 多家百年品牌企业进行研究，发现：他们的管理机制、企业文化、经营模式有着各自不同的特点，唯一相同是：他们对客户、合作伙伴、投资者、员工都是诚信无欺的。做一个诚信的商人、找诚信的商人做生意是很多企业成功的原因。

第二节 解决的问题

一、对于企业，解决如下三个问题：

1. 如何提高自身的可信度？
2. 如何防止各类信用风险？
3. 如何建立一个信息沟通和危机处机制，以保证企业内外部信息的畅通？

二、对于政府，解决如下三个问题：

1. 如何提高自身的可信度？
2. 如何克服官僚主义和地方保护主义？

3. 如何打造诚信政府？

我国是一个从计划经济向市场经济转型的发展中国家，由于没有形成市场化的社会信用体系，造成社会信用整体缺失，失信事件屡屡发生。很多行业内的经营者鱼目混杂，虚假宣传，好坏难分。虽然每个客户都希望选择一个讲究信用的单位购买商品或服务，但是客户在选择时并分不清那个是真正诚信的企业，因此，守信的经营者并不一定更多地被客户选中。而且，他们往往由于投入成本较高反而在竞争中处于不利位置。再者，一旦行业内出现重大失信事件，整个行业会形成社会信用危机，行业内一些真正诚信的企业也往往不能幸免打击。很多老板感叹：作一个诚信的商人真难。

实际上，企业的可信度是客户进行选择的依据，企业的可信度高低决定着企业的市场开拓难易度。但是，在没有社会信用体系的支撑下，人们无法了解企业的可信度，只有通过企业的知名度来判断企业的可信度，知名度高一般就被认为可信度高，所以一些企业为了销售商品，不惜一切代价进行广告宣传，有的企业甚至因此而陷入财务危机和恶性循环。依靠提高企业知名度的方式提高企业的可信度有如下局限性：1、花费高，需要较大的资金流量作保证，而且建立稳定的可信度需要周期长；2、无法有效与同等知名度品牌的同类企业产生差异化。

总之，如何有效地提高自己可信度，有效地与同行业其他企业显著地区别开来，对真正诚信的单位有着非常的意义。

同样是因为没有形成市场化的社会信用体系，再加上企业没有建立有效的企业信用管理制度，所以企业在经营中信用风险无处不在。购买原材料时，担心掺假。选择合作伙伴时，担心上当。尤其销售中的信用风险，由于大部分行业都是买方市场，企业赊销怕收不到款，不赊销又怕卖不出货。这也极大地影响了企业的竞争力。以美国为例，美国的企业坏帐率是0.25%~0.5%，我国企业坏帐率是5%~10%，相差10倍到20倍，差距大得惊人；美国企业的账款拖欠期平均是7天，我国平均是90多天。国家统计局的统计，我国企业管理费用、财务费用和销售费用占销售收入的14%。而美国只

有2%~3%。举一个例子，我国一个销售收入1个亿的企业，要支出1400万的费用，而美国企业只要200万~300万元。我们比西方企业高出1千多万元费用。

总之，如何有效地降低和避免经营中的信用风险，有效地追收欠款，对诚信企业的发展有着非常重要的意义。

很多企业特别是大企业、还有政府出现了这样那样的问题和危机，都是因为上情下传与下情上达的渠道出了问题，使企业或政府的决策层不能及时得到本应得到的信息，而失去了发展的机遇和做出正确判断的机会。本书所推荐的信用沟通和危机处理机制将帮您解决这个问题。

ICE国际信用监督体系的标准不但适用于企业，而且适用于国家机关，它可以使国家机关确实建立政务公开制度，并使其置于纳税人的有效监督之下，可以有效治理官僚主义和地方保护主义，可以提高的国家机关可信度与公信力，促进社会经济快速发展。

第三节 谁是阅读对象

本书的阅读对象：

1. 企业董事长。本书最适用于您，因为您最希望将企业打造成为百年名牌。
2. 企业营销人员。如果您想降低市场开拓难度，增加销售收入，本书非常适合于您。
3. 企业宣传主管。如果您想使广告效果事半功倍，本书适合于您。
4. 企业中、高层管理人员。只要您希望您所供职的企业持续长久发展，就阅读本书吧。
5. 政府官员。如果您具有诚信为民、造福社会的政治理念，您想克服官僚主义和地方保护主义，提高政府可信度，吸引外来投资者，防止违法行政，提高执法效果，更好地完成工作，防止违法行政，提高执法效果，更好

地为纳税人服务，本书非常适合于您。

6. 银行行长及信贷人员。如果您想降低贷款风险，动态了解客户经营状况，本书非常适用于您。

7. 信用从业人员。本书最适合于您。

8. 法律工作人员。如果您想了解并使用 ICE8000 国际信用监督体系的争议解决机制，本书适合于您。

9. 其他人士。如果您对信用行业有兴趣，或者您想在生活或工作中避免上当受骗，本书适合于您。

第四节 阅读本书的方法建议

本书的阅读方法建议：

请先读一遍，第一遍中遇到理解困难的地方，先不要理它，作一标记，然后跳过去，直至读完。然后读第二遍，这一遍一定要仔细阅读，认真思考。如果时间允许，过几天后，请读第三遍，读完第三遍，我告诉您，您信用管理水平已经很高了。最重要的是，您不但又掌握了一个解决问题的方法，而且掌握了一个打造百年企业的好方法。

第一部分

ICE8000 国际信用监督体系

第一章 信用知识

第一节 信用与诚信的概念

一、广义的信用与诚信

广义的信用，即我们经常所讲的“诚信”，换言之，诚信，即是广义的信用，它主要是指各类主体在处理各类事务中应当“诚实信用”、“讲信用”、“守信誉”、“一诺千金”，它是一种普遍的处理各类社会关系的准则。我们通常讲的“信用丧失”就是说的诚信丧失。

一些专家学者从伦理的角度分析，认为“诚信”是一个道德范畴，虽然有一定的道理，但并不全面。因为“诚信”原则已为世界上几乎所有国家法律所接受的基本原则，成为民法及其它法律的一个通用原则，违反该原则的法律行为也当然被认定为无效行为，所以诚信同时也是一个法律范畴。如：《中华人民共和国民法通则》第四条：民事活动应当遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则。与此原则相对应，该法第五十八条第三款规定：下列民事行为无效：（三）一方以欺诈、胁迫的手段或者乘人之危，使对方在违背真实意思的情况下所为的。

再如：《中华人民共和国合同法》有如下条款的规定：

第四十二条当事人在订立合同过程中有下列情形之一，给对方造成损失的，应当承担损害赔偿责任：

（一）假借订立合同，恶意进行磋商；

- (二) 故意隐瞒与订立合同有关的重要事实或者提供虚假情况；
- (三) 有其他违背诚实信用原则的行为。

第五十二条有下列情形之一的，合同无效：

- (一) 一方以欺诈、胁迫的手段订立合同，损害国家利益；
- (二) 恶意串通，损害国家、集体或者第三人利益；
- (三) 以合法形式掩盖非法目的；
- (四) 损害社会公共利益；
- (五) 违反法律、行政法规的强制性规定。

第五十四条下列合同，当事人一方有权请求人民法院或者仲裁机构变更或者撤销：

- (一) 因重大误解订立的；
- (二) 在订立合同时显失公平的。

一方以欺诈、胁迫的手段或者乘人之危，使对方在违背真实意思的情况下订立的合同，受损害方有权请求人民法院或者仲裁机构变更或者撤销。

当事人请求变更的，人民法院或者仲裁机构不得撤销。

第六十条当事人应当按照约定全面履行自己的义务。

当事人应当遵循诚实信用原则，根据合同的性质、目的和交易习惯履行通知、协助、保密等义务。

上述法律条款说明：我国合同法规定合同的签订与履行都要遵循诚实信用原则，对于违反诚信原则的合同，损害国家利益的，合同无效；损害当事人利益的，应当承担赔偿责任，并且对方有权请求人民法院或者仲裁机构变更或者撤销。

二、狭义的信用

狭义的信用，是指经济活动中的资金借贷行为和商品赊销行为，属于经济学范畴。对于狭义的信用，也可以理解为能力，即：一种建立在信任基础上的，不用立即付款就可获取资金、物资、服务的能力；或是：一种受信方

向授信方在特定时间内所作的付款或还款承诺的兑现能力（也包括对各类经济合同的履约能力）。

狭义的信用按主体不同可分为：个人信用、商业信用、银行信用、国家信用。

三、我国传统信用的内涵

信用一词源于《左传》的“宣十二篇”，王曰：其君能下人，必能信用其民矣。古人又云：人之道德，有诚笃不欺，有约必践，夙为人所信任者，为之信用。

在古代常以信用与诚实互训。《说文解字》中对于诚实与信用的解释为“诚，信也。”“信，诚也。”朱伯昆先生，作为当代学者曾对儒家伦理中的“信”字释义为“信有二义，信任与信用。其内容是诚实不欺。”其信用的涵义就是诚实不欺，恪守诺言，忠实地践履自己的许诺或誓言。我们常说的为忠信、诚信这些连词语，其核心说是真实不欺，在人际交往中对他人出自内心的忠诚，按许下的诺言办事。这些是从伦理道德范畴来说的。

自古历来之说，“君子爱财，取之有道”。其中的“道”，不单单是指客观的经济规律，同样也包含恪守信用的经济伦理之道。

以上作为恪守信用是从古历来至今的所一贯被遵循的信用观，不仅对传统人际交往关系的价值做肯定，人无信不立，信乃立人之本、立国之本，要求做到诚实不欺、信守诺言这一最起码的道德要求。而从本质上又要合乎义理要求，不是仅注重其形式，而是要看其精神实质。从我们的自古以来大量的生活经验说明，由于主体素质、客观环境等等的制约和不断变化，人们在人际交往中说过的话、许下的诺言并非都能做到，甚至并非都应该做到。言行一致与否，即讲信必须以义理为宗旨，坚持信的道德标准，守信、重义与正直。

随着商品经济的关系的发展，传统商品交换对信用提出了客观的要求，并成为中国传统商品交换的原则规范，恪守信用因而也就成了商业活动的基