



Handbook

中国企业信用体系推荐蓝皮书

**OF ENTERPRISE
CREDIT MANAGEMENT**

中国企业
信用管理

培训用书

企业信用管理

商务部中国国际电子商务中心

中国信用体系建设课题组 编著

实用手册



清华大学出版社





中国企业信用体系推荐蓝皮书

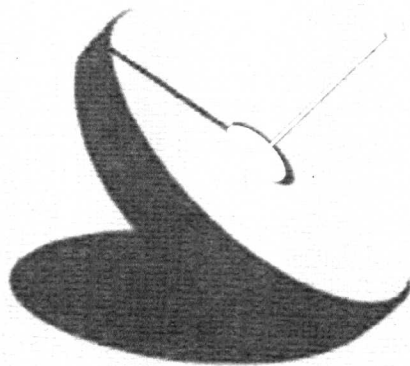
中国企业
信用管理

培训用书

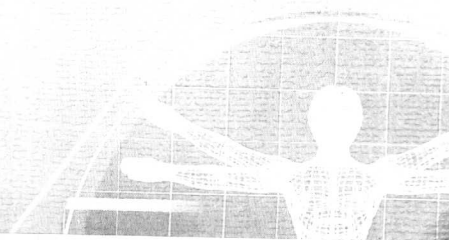
企业信用管理 实用手册

商务部中国国际电子商务中心

中国信用体系建设课题组 编著



清华大学出版社
北京



版权所有,翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签,无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

企业信用管理实用手册 / 商务部中国国际电子商务中心 中国信用体系建设课题组编著. —北京:清华大学出版社,2004

ISBN 7-302-08348-7

I. 企… II. 商… III. 企业管理—信贷管理—手册 IV. F830.56-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 025065 号

出 版 者: 清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社 总 机: 010-62770175

地 址: 北京清华大学学研大厦

邮 编: 100084

客户服务: 010-62776969

组稿编辑: 闻 洁

文稿编辑: 王荣静

封面设计: 李尘工作室

版式设计: 肖 米

印 刷 者: 北京嘉实印刷有限公司

装 订 者: 三河市李旗庄少明装订厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185×240 印张: 14.25 插页: 2 字数: 247 千字

版 次: 2004 年 4 月第 1 版 2004 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-08348-7/F·770

印 数: 1~5000

定 价: 25.00 元

本书如存在文字不清、漏印以及缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话: (010)62770175-3103 或 (010)62795704

“企业信用管理实用手册” 编委会

主任委员：刘俊生

副主任委员：王志平 王建国 何玉舟 杨逢义

王开前 张念录 刘 军

委 员：刘立群 曹 志 曹海宏 刘建勋

胡 杨 李 东 丁 强 李长军

李 建 崔丽平 张海洋 钱 筠

李 宏 刘桂云 刘昕欣 马国华

李 雪 杜云云 郑丽娜 田 琨

杨晓青 何新文 徐 甜 刘 铤

郭 杭 郝 丹

执 笔 人：张海洋 舒 云 刘桂云 刘昕欣

序 言

共建信用信息平台 促进贸易大发展

众所周知,信用的缺失问题,已经成为中国经济健康、持续发展的障碍,成为中国建立社会主义市场经济的障碍。一方面,它使得我们的市场秩序和金融秩序混乱,失信行为得不到应有的惩罚;另一方面,又使得我们的经济运行成本加大、效率下降,宝贵的信用资源得不到利用。

党的十六大提出,“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”。新一届政府刚组建,就做出了加快社会信用体系建设的工作部署,在2003年4月召开的全国整顿和规范市场经济秩序工作会议上,国务院领导提出要用5年左右时间,建立起我国社会信用体系的基本框架和运行机制。

信用体系建设,是整顿和规范市场经济秩序的长效之策、治本之策。但要在中国经济发展进程中,逐步建立和健全现代信用体系却绝非易事,需要全社会的共同参与,甚至需要几代人的不懈努力。国富泰企业征信公司的几位同仁为此做出了他们的努力,为中国信用体系的建设做出了实际的贡献,这是可喜可贺的。《企业信用管理实用手册》的出版,既为中国企业进行内部信用管理提供了指导,也摒弃了社会上那种借信用之名进行炒作的浮夸之风。

在建立中国信用体系的过程中,政府的推动和引导、中介服务机构的参与和实施、企业的内部信用管理,都是非常重要,缺一不可的。作为市场和经济活动的主体,企业管理者是否意识到了信用的重要性、企业内部是否加强信用管理、是否能够防范信用风险、充分利用信用资源等,对于中国信用体系都是至关重要的。也只有绝大多数企业参与到这一进程中来,我们的信用体系建设才大有希望。

在企业内部信用管理、防范信用风险方面,信息的完整性和准确性是最



关键的要素。但我国大约 60% 的信用信息目前掌握在政府各部门手中,一般都不向社会公开,一方面造成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得不到所需的信用资料,很难开展信用管理和相关服务。为此,我们亟须加快信用立法进程,解决公共信用信息依法公开和共享问题,同时又要强化信息的电子处理技术,包括电子数据平台和网络平台。

多年来,中国国际电子商务中心在中国的电子政务和电子商务领域发挥着重要作用。作为商务部电子政务和电子商务大平台的建设、运行和技术支撑单位,中国国际电子商务中心致力于为我国各级政府与广大企业提供全程电子商务服务及解决方案,服务范围横跨电子政务服务、企业电子商务应用服务、互联网增值服务三个领域,服务对象包括国家部委、驻外商务机构、各大商会、各类企业等。

目前,中国国际电子商务中心在全国 97 个城市建有分支机构,拥有近千名技术支持与市场拓展人员;已建成由通信平台、数据交换平台、应用平台构架的安全网络平台,与国家有关部委、海关总署、外汇管理局、国家税务总局、银行等实现全面联网和数据共享。

为更好地配合国务院和商务部关于中国社会信用体系建设的统一规划,中国国际电子商务中心更新了配套的软、硬件设施,并成立了国富泰企业征信有限公司,为电子商务领域的信用认证、内外贸领域的贸易安全和贸易促进提供信息、标准和评估等信用服务。依托强大的网络平台和数据资源,国富泰企业征信公司首先从建设企业信用信息数据库等基础工作入手,正式启动了中国企业信用信息数据库和网络平台项目,逐步建立起国内最权威、规模最大、能初步实现动态更新和资源共享的数据征集和数据交换平台,为政府信用建设业务服务,也为国内外信用中介机构服务。

中国的信用体系的建立已是大势所趋,是中国经济发展的现实需要。相信今后会有越来越多的人、越来越多的社会力量,像国富泰企业征信公司以及该公司的各位专家一样参与到这一进程中来,也相信会有更多的信用专业权威论著问世,为中国的企业提供实际的帮助。

商务部中国国际电子商务中心主任 刘俊生

2004 年 3 月于北京

目 录

第 1 章 信用的概念及其在经济中的意义 1

- 信用的概述 1
- 信用在市场经济中的地位及作用 3
- 企业信用管理对企业发展和政府监管的价值 4
- 几种企业征信制度的比较 6
- 企业征信的等级含义和基本原则 8

第 2 章 信用与企业 11

- 设立信用管理部门的必要性 11
- 企业内部信用管理部门的设置 12
- 信用部门的管理职能与管理目标 13
- 企业的发展计划与信用政策 14
- 信用管理的程序设定 16
- 信用部门的预算 18
- 信用部门经理人的重要品质 18
- 信用部门的运作支持 19
- 员工专业培训 19
- 附录 中国企业信用管理师培训计划及主要内容 20

第 3 章 信用部门的运作 23

- 设立高效的工作标准 23
- 信用部门与销售部门的关系 25



信用部门与客户的关系	27
信用部门与客户其他供货商的关系	28
信用部门与本企业内部其他部门的关系	29
对账户的管理与现金流量的预测	29

第4章 客户信用调查 33

客户基本信息调查	33
信用调查的具体内容	35
关于资信调查的说明信	43
财务报表	43
与供货商和银行联系	45
信息核实	45

第5章 财务分析 51

财务报表分析对信用决策的重要意义	51
取得财务报表的途径	51
财务报表中要关注的信息	52
财务报表概览	53
财务比率	56
财务报表的分析方法	58
财务比率的运用	87
注意财务报表的粉饰	90

第6章 信用决策与额度授予 93

信用决策面临的问题	93
信用决策的分类	93
信用决策的目标	94
成文的信用政策及其微调	95
信用额度的授予方法	97
关于首次订货	99
对老客户的授信	100
谨防商务欺诈	100
信用决策的考虑要素	101
定期重审决策	102



建立客户信用档案	102
----------	-----

第7章 国际贸易的信用管理 105

出口贸易的风险	105
出口风险最小化及赊销的支付方式	108
国外客户信用信息来源	109

第8章 应收账款管理 111

应收账款管理的概念	111
应收账款管理的具体目标	111
客户拖欠借口及危险信号	113
客户不付款的原因	114
影响收款的政策原因	116
收款政策的重要组成部分	117
分散应收账款的风险	119
最小化应收账款风险	120
收款程序和技巧	122
催款步骤	124
收账的步骤	125
坏账	125
保理与现金流	126

第9章 信用部门的绩效评估 129

信用管理绩效评估的功能	129
信用部门是否履行了职责	129
常见的信用评估指标	130
评估信用部门的费用	134
关于 DSO 的计算方法	135

第10章 世界信用产业现状及主要征信机构介绍 141

世界信用产业现状	141
主要征信机构介绍	149



第 11 章 北京国富泰企业征信有限公司业务介绍 153

第 12 章 相关法律简介 161

附录一 国富泰企业资信调查报告系列介绍及样本 171

附录二 国外对中国信用的评论 205

后记 为了那越走越远的信任感 217

信用的概念及其在经济 中的意义

第 1 章



信用的概述

信用的概念常常会被做出不同的解读,一种是“诚”的概念,一种是“信”的概念。前者属于道德范畴,即所谓的诚实守信。这在中国几千年的文明发展进程中被不断提倡和恪守,所以,在中国政府推动中国信用体系建设的时候,人们首先将其理解为讲求诚信。

其实这种理解深度是远远不够的,现代信用是一种超越道德范畴的法律概念和商业概念。信用从一个独特的角度来规范和修正着社会和市场的运转轨迹,约束着法人和自然人的行为,在道德领域它表现为诚信、可靠,在商业领域它表现为一种可带来利润的资源、一种可交易的商品。

现代信用体系是市场经济可持续发展的基石,经过了一百多年的演化和变迁,它已经渗透在当今经济活动的各个方面,出现在各种供需链中。信用的交易和它在交易中产生的媒介作用可能难以被人们马上接受,但这种趋势是无法阻挡的。

例如,当卖方出售商品时,有需求意向的买方会对商品进行查看,并决定购买,最终以支付双方认可的某种交换媒介实现商品的交易,从而完成交易过程。随着商品的日益丰富,市场竞争不断趋于激烈,买方有时并不直接支付现金,而是承诺在将来的某一时期付款。这种承诺,即信用,一旦被卖方接受,双方就达成了在将来某一时期付款的协议。此时,卖方成为授信方,买方成为借信方。买方如期付款履约后,其在卖方的信用便得到恢复甚至提升。卖方据此为买方设定可信度,以便以后交易的运作。

信用交易过程如图 1-1 所示。

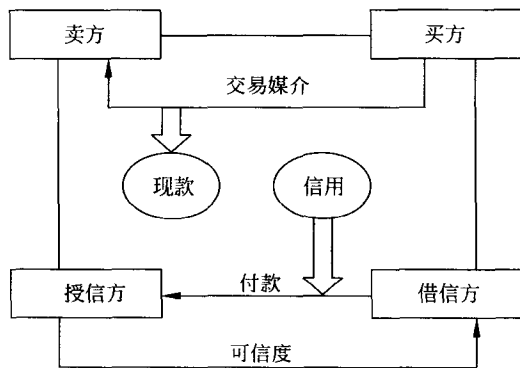


图 1-1 信用交易过程

信用的概念

什么是信用

信用是一种被有限认可的交易媒介，其功能是便于商品的流通和价值的转移。有限认可是指对不同借信方的信用有不同的认可程度。由于借信方的收入、债务等情况决定了其付款意愿和能力。授信方在授信前对借信方做出翔实调查、评估风险之后，才做出授信决策，以确保资金回收安全。

信用的分类

根据信用的使用者分为个人信用、企业信用以及公共信用。

个人信用是指消费者的个人行为，包括对个人品德、学历、社会背景、经营经验，以及财产等的调查。

企业信用是指企业之间，包括与金融机构之间，在购买货物或借款时以信用达成交易的行为。它分为商品信用和资金信用。

公共信用是指政府信用，通过发行债券等方式从民间借款以支付政府支出的行为。

本书将着重讲企业信用行为。

信用的风险

与现款交易相比，信用的风险表现在以下几个方面。

履约风险：现款交易是充分的付款保证，而信用销售（赊销）有不付款的可能性。如不能履约付款，卖方不仅丧失货物和货款，而且还要投入一定的收款费用。因此，考察买方可负担的信用度，即可信度是至关重要的。

时间损失：现款交易收到的款项可以继续投资，以获取更多的收益，但赊销的情

况下,卖方有可能需要借款支付账单。

担保或抵押:为保证赊销的安全性,卖方或贷款机构会要求买方或借款方出具付款担保或抵押品,卖方因此又要去核实担保或抵押品的价值。

运作费用:因赊销而设置的信用管理部门需要投入资金运营,如人员工资、办公费用、技术支持费用、法律费用,以及其他支出。

与法律相关的花费:法律培训是信用管理部门不可或缺的环节,只有随时了解法律法规的变更,才能更有效的制定信用政策并对其进行管理。

贬值:如果货款回收期太长,由于物价上涨,货款的购买力下降。

附加费用:指货款之外的收费,以弥补以上各种费用的损失。如没有明确指出附加费用,则应把它计入货款里。

以上种种风险表明信用管理是公司运作中的必要环节。



信用在市场经济中的地位及作用



信用是市场经济的重要基础

有人指出,市场经济是“信用经济”,或者称为契约经济,这是很有见地的。如果市场主体在办理注册登记时,隐瞒真实情况,搞虚假注册,让“三无企业”混迹于社会经济细胞中;如果各类市场主体在市场交易活动中,做虚假广告、制假售假、从事合同欺诈;如果企业在有关经济活动中故意抽逃资金、拖欠账款、逃废银行债务、恶意偷税欠税;如果企业在退出市场时,做假账、搞假破产等,那么,市场经济就会变成一种无序的混乱经济。所以,当信用关系遭到破坏时,市场经济赖以存在的基础就不复存在,整个社会的经济秩序就会出现一片混乱。



信用是依法治国、以德治国的重要内容之一

我们必须加强信用法制的教育,依法治理信用关系,有关行政机关要切实加大监管力度,对制假售假、偷税漏税、经济欺诈、恶意逃废债务的行为,给予严厉打击,不断规范市场秩序。要善于运用法律武器,同种种破坏信用的违法及犯罪行为进行坚决的斗争,以维护社会主义市场经济秩序的健康发展。与此同时,我们还必须加强诚实守信的道德教育,让人们懂得没有信用就没有秩序、市场经济就不能健康发展的道理,消除人们对现代市场经济的曲解,共同为建设健康、有序的信用经济开辟道路。



信用是确保改革开放不断深化的重要保证

当社会上“三无企业”比率飙升、假冒伪劣商品充斥市场、各种欺诈行为恣意横行、恶意“逃废债”现象屡见不鲜时,“改革”的步伐就会受到羁绊,“开放”的效果就会

大打折扣。事实已经反复证明,有些地方曾经以“走私”、“造假”等违法失信行为而得益于一时,最终却吓跑了国内外投资者和消费者,因此所付出的代价是十分惨痛的。当前,我国建立和健全信用体系已变得刻不容缓。首先,要推进各类市场主体信用制度的建立和完善。政府各有关部门要指导企业建立信用管理的基本制度,加强培训,指导经营者树立良好的信用意识。强化各类企业经济交往对象的资信管理,防范信用风险。其次,要加强组织协调,实现对各类市场主体信用监督管理的社会化。有关管理部门和行政执法部门,要探索建立部门间联合的信用信息征集与信用评价体系。要制定措施支持社会信用服务中介机构,收集和汇总各类市场主体的信用信息,充分运用计算机网络等先进技术和现代化工具,在法律允许的范围内,逐步建立信息发布、信息共享和网络化的信用体系,实现市场主体信用资料的查询、交流及共享的社会化。第三,要尽快制定各类企业信用评价标准,为开展企业信用担保体系等工作提供基础资料。第四,要不断规范中介组织的行为。对蓄意出具虚假验资报告、资产评估报告及审计报告、质量认证等的中介机构,要严格依法追究责任,直至取消其相关执业资格,严防中介机构与企业合谋欺诈的情况发生。



企业信用管理对企业和政府监管的价值



企业信用是社会信用管理体系的重要组成部分

信用管理体系是一种社会机制,是由信用立法与执法、信用管理行业运行惯例与约定、社会信用行为与道德规范等多个子体系共同作用、交织形成的社会机制,其主要作用是规范一个国家或地区的信用活动。从美国看,其信用管理体系主要由国家的信用管理、信用管理行业的信用管理、不良信用惩罚机制共同构成。信用管理行业是现代信用活动的新生力量,由信用信息管理机构、专业化的信用评价机构,以及深层次的信用服务机构等三大类企业构成。其中专业化的信用评价机构主要包括资信评估公司。

值得注意的是,在新经济发展的推动下,在高新技术的支持下,现代信用活动蓬勃发展,日益壮大,并出现了进一步的社会分工。整个社会的信用活动可以分为实体信用活动、信用信息管理与服务行业两类。实体信用活动是指由公共部门、金融部门、企业等为信用主体进行的信用活动,这种信用活动直接给信用主体带来生产或经营的变化,带来资金、销售等变化。信用信息管理与服务行业主要包括征信公司、资信评估公司等机构,它们以社会实体信用活动为基础,以公共部门、金融部门、企业为主要客户,以经营并销售信用信息与信用产品、提供专业化和社会化的信用服务而存在于社会,成为现代信用活动的重要组成部分。



企业信用体系是政府宏观调控与监管的助听器

在高新技术迅速发展的现代经济中,政府的宏观管理变得越来越抽象、越来越从具体的行业管理与运作中逐渐退出,甚至在某些情况下,政府的管理会力不从心。目前,很多国家为了适应高新技术革命的到来,正努力改革政府管理体制,建立既能适应市场,又能克服市场自身缺陷的、有效的宏观调控与监管机制。

企业信用评估可以为政府管理部门提供管理依据与参考。社会专业信用评估机构的企业信用评估结果与公告是政府管理部门的客观、可信的资料。借助于此,一方面使政府管理部门缓解了不能全面、及时地深入实际调查和了解情况的矛盾;另一方面可以把政府管理部门从日常、繁琐的事务性工作中解脱出来。在社会广泛的企业信用评估的基础之上,政府管理部门可以进行重点的、事前的、预警性的监管与调控。工商管理部門可以规定,达到一定信誉等级和连续保持一定信誉等级的企业,可以免年检。税务部门可以利用企业信用评估结果,进行重点稽查。

从国际经济发展趋势看,无论是以市场经济为基础的发达国家,还是正在进行市场经济体制建设与改革的发展中国家,都在对市场进行宏观调控与监管的同时,特别注意积极地推进市场机制的作用。淡化与弱化政府直接干预市场,加强社会监督对市场的维护,已成为世界共识,资信评估,特别是企业信用评估是已被公认的社会监督力量。



企业信用为现代化企业插上翅膀



企业信用是企业进入国际市场的通行证

从国际惯例看,企业欲进入国际市场融资,都需先由知名的评估机构进行信用评估,把评估结果公告社会。这个惯例非常符合WTO下的国际市场公开、透明的精神和准则。其实,初入市场的融资者通过资信评估机构的评估及公告,可以使投资者尽快、更多地了解融资者本身的信用状况,了解融资活动的目的与各项计划。这种评估实际上是一种宣传,可以扩大企业知名度,得到一个好的评估结果就等同于做了最好的广告宣传,在某种程度上也就等于拿到了国际市场通行证。



为企业降低融资成本

一方面,资信评估的公告与宣传,可以扩大投资者范围,找到融资成本较低的市场。例如,一个中等规模的欧洲公司通过国际资信评估则可以进入日本筹集资金,以降低筹资成本,这往往比在国内投资会得到更有利的条件。另一方面,资信评估提高了资本市场的效率,使信誉好的融资者发行的有价证券价格合理、成本低廉、利差低大;而信誉差的融资者则要付出比较高的成本与代价,这就是市场机制。企业信用评

估正是市场机制的有效组成部分,其作用是使资本配置更有效率。

有利于企业债务发行的承销与价格的决定

目前,资本市场越来越发达,企业债务发行与融资业务专业化程度与国际化程度越来越高。在发行过程中,投资银行作为组织、担保、承销和发行机构,一方面为了避免信用风险,另一方面为了方便债务发行与承销工作,往往要求对债务发行与融资的企业进行信用评估,有些投资银行还经常向发行企业推荐或直接指定投资银行认定的资信评估机构。这种做法,在国内外资本市场上都非常流行,它往往可以提升债务发行与融资企业的信用等级,是一种必要的包装。因此它有利于投资银行做承销。同时,信用评估有助于公平合理地决定债务发行价格,是市场价格发现机制的具体实现途径。

促进企业转换经营机制,提高管理水平

转换国有企业,特别是大中型企业的经营机制,把企业推向市场,增强其活力,是建立社会主义市场经济体制的中心环节。从资金角度讲,就是要求企业不能再依赖银行,要学会从市场融资。

直接的市场融资,必须取得投资者的信任。这种信任是建立在信息披露制度下和企业全面公开财务状况与重大经营活动情况的基础之上的。这将给企业带来巨大的外在压力,促使企业转换和建立适应市场的经营机制,按现代企业制度的精神与原则行事。

资产重组与产业升级

科学技术的进步与信息产业的发展要求大规模的资产重组、产业升级。经济发展史证明,任何一次经济变革及大规模的重组与升级,都必将伴随着大规模的资金运动与债务市场的开放,都必须以大量的中介服务 and 信息服务为基础。企业信用评估以信息服务为手段,在资产重组、综合素质评价、资金信用分析、偿债能力鉴定等方面大显身手。



几种企业征信制度的比较



企业征信制度的基本概念

企业征信制度,是指由专业化的信用管理或服务企业(公司)对全社会企业 and 个人的资信状况进行系统的调查和评估,并按照市场化原则向社会开放征信资料 and 数据、提供信用报告的企业信用管理制度,其中涵盖外经贸企业信用管理体系。



在整个企业信用制度中,企业的征信模式是商业信用管理中最关键的实务环节,是整个信用管理体系中决定性的环节。

在西方,现代市场经济国家常被分为两类,即“征信国家”和“非征信国家”。“征信国家”是指具有发达的企业征信制度,征信企业的活动深入到市场经济各个领域,并在社会经济生活中发挥重要作用的国家;“非征信国家”则指该国的企业征信制度欠发达,征信企业较少或在社会经济生活中没有发挥重要作用的国家。我国目前属过渡阶段,因此,借鉴“征信国家”经验,建立我国的信用制度和企业征信模式,是当前的重要任务之一。



企业征信制度的三种模式

西方发达国家经过约 150 年的努力,根据各国的具体情况,逐渐摸索和发展出适合本国特点的企业征信制度,基本形成了相对完善的企业征信管理体系。这些国家的企业征信制度模式概括起来主要有三种类型。

(1) 以中央银行建立的中央信贷登记为主体的企业征信制度

德国、法国等欧洲国家主要采取这种方式。中央银行建立中央信贷登记系统主要是由政府出资,建立全国数据库的网络系统,征信加工的信息主要是供银行内部使用,服务于商业银行防范贷款风险和中央银行金融监管及货币政策决策。企业征信管理机构是非营利性的,直接隶属于中央银行。征信企业登记的内容包括企业信贷信息登记和个人信贷信息登记等。

(2) 以市场化的商业运行形式为主体的企业征信制度

美国的商业性征信企业、追账公司等是一种典型表现。它们都是从营利的目的出发,按市场化方式运作。美国目前形成了由美国信用管理协会(NACM)等著名公司为主体的企业征信体系。这些公司的分支机构遍布全国甚至全世界,全方位地向社会提供各种以信用为主的有偿服务,包括资信调查、资信评级、资信咨询、欠账追收等。美国的企业征信制度具有以下特点:

美国的专业征信企业是完全私有的,征信数据库完全由私有公司组织经营,征信服务完全商业化。在美国的信用管理相关法规中,并没有特别针对个人、企业和政府进行数据开放的要求,但由于美国人一般不愿与没有资信记录的客户打交道,征信企业向社会提供信用数据成了市场经济的客观需要。因此,美国的企业普遍建立了信用管理制度。

在美国的信用管理体系中,政府的作用主要有两个方面,即促进信用管理相关立法的出台和强制政府有关部门及社会有关方面将征信数据以商业化或义务形式贡献出来,向社会开放。这样,政府既是征信数据开放政策的保证者——它保护征信企业获取征信数据的权利和其他利益,同时,政府一些部门又是信用管理相关法案的提案人,以及法案的权威解释者。除此之