

企业信用监管 理论与实务

中国工商行政管理学会 编

中国工商出版社

企业信用监管理论与实务

中国工商管理学会 编

中国工商出版社

责任编辑 李稳定

装帧设计 宁成春

图书在版编目(CIP)数据

企业信用监管理论与实务/中国工商行政管理学会编. —北京:中国工商出版社, 2003.8

ISBN 7-80012-857-1

I.企… II.①张…②中… III.企业-监督管理 IV.F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 058244 号

书名/企业信用监管理论与实务
编者/中国工商行政管理学会

出版·发行/中国工商出版社

经销/新华书店

印刷/北京翌新工商印制公司

开本/880 毫米×1230 毫米 1/32 印张/14 字数/390 千字

版本/2003 年 10 月第 1 版 2003 年 10 月第 1 次印刷

印数/01—5000 册

社址/北京市丰台区花乡育芳园东里 23 号(100070)

电话/(010)63730074, 63748686

出版声明/版权所有, 侵权必究

书号: ISBN 7-80012-857-1/F·433

定价: 28.00 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

序 言

随着我国社会主义市场经济的深入发展,信用的重要性日益凸显。在新形势新阶段,如何加快推进社会信用体系建设已成为摆在党和全国人民面前的一个重大课题。近年来,在党中央、国务院领导下,全国大部分省、市政府和国家有关部委都在积极采取措施,为建立中国特色的社会信用体系进行了有益探索,取得了重大进展。

企业信用是社会信用体系建设中的基础和核心,在市场经济运行中,企业既是信用信息的最大需求者和供应者,又是市场价格关系、供求关系、竞争关系的主体,企业的行为对市场经济秩序起着直接和重要的影响。因此,对企业信用的理论和实践研究十分必要和重要。

本书以党的十六大精神和“三个代表”重要思想为指导,紧密结合我国企业信用建设的实际情况,同时也借鉴了一些其他国家的做法,对我国企业信用制度建设的基本理论和基本实践作了有益的探索和尝试。该书的编写结构体系较为完整。全书包括企业信用建设和监管的基本理论、内容、配套措施、部分地方做法、国外主要法律法规等五个部分,在企业信用制度建设方面,基本涵盖了企

业信用建设的全过程和各个方面;理论观点上有创新。作者在吸收现有成果的基础上,不仅使这一理论更系统化,而且在许多观点上有所发展,对道德信用与经济信用、法制信用的关系作了更深层次的论述,尤其是对工商行政管理部门在企业信用体系建设中的地位、作用和如何立足自身职能加强监管提出了自己的见解;专业务实、操作性较强。该书对企业内部信用制度、信用中介机构的规范发展、企业信用信息的征集、整理、评价,如何建立企业信用信息数据库等作了较大篇幅的说明和介绍,具体务实,有较强的操作性;资料翔实,赋有知识性和可读性。

诚实信用是市场经济的基本准则,企业信用状况直接关系市场交易安全 and 经济秩序。加强企业信用建设,是我国社会信用体系建设的重要组成部分,是整顿和规范市场经济秩序的治本之策。实现全面建设小康社会对企业信用建设提出了更高要求。各级工商行政管理机关要高举邓小平理论伟大旗帜,以“三个代表”重要思想为指导,以企业信用制度建设为重点,从侧重对市场主体准入行为的监管向强化对市场主体准入行为、经营行为和退出行为全过程的监管转变,实现对市场主体的监管“后延”,完善监管机制,推进职能整合,提高执法效能,为建设社会主义市场经济体制,实现全面建设小康社会目标,作出应有贡献。

王公厚

二〇〇三年十月十六日

目 录

序言	001
----------	-----

理 论 篇

第一章 市场经济是信用经济	003
一、再释信用概念	003
二、现代市场经济本质上是信用经济	005
三、社会信用及其构成	007
四、信用是现代市场经济运行的基础	010

第二章 企业信用制度是企业生存和发展的基础	016
一、企业信用和企业信用制度	016
二、企业信用制度是现代经济正常运转的基石	018
三、企业信用制度是企业发展的生命	020
四、在社会信用体系建设中实现跨越式发展	022

第三章 加快建立我国企业信用制度的紧迫性和必要性... ..	027
一、加快企业信用制度建设是社会主义经济健康发展的客观要求	027

二、加快企业信用制度建设是建成完善的社会主义	
市场经济体制的需要	029
三、加快企业信用制度建设是适应入世的当务之急	034
四、加快企业信用制度建设是弘扬传统文化、实施以	
德治国的需要	038

第四章 中国企业信用制度安排与实现路径	046
一、国外企业信用制度建设的经验	046
二、我国企业信用制度建设的现状与问题	052
三、我国企业信用制度安排	057
四、从实际出发,走出一条中国特色企业信用制度	
建设的道路	061

实务篇

第五章 工商行政管理与企业信用制度建设	071
一、工商行政管理部门在企业信用制度建设中的	
主导地位	071
二、规范的行政管理是建立企业信用制度的重要保证	074
三、发挥工商行政管理部门的主导作用,建立企业	
信用信息网络	079
四、充分发挥工商行政管理部门的职能,完善企业	
信用监管体系	085
第六章 建立企业信用信息归集制度	088
一、建立企业信用信息归集制度的必要性及意义	088
二、企业信用信息归集制度的主要内容	092
三、建立企业信用信息归集制度的途径和对策	100

第七章 建立企业信用评价制度	107
一、建立企业信用评价制度的必要性	107
二、企业信用的评价机构	110
三、企业信用评价的基本程序、依据与内容	111
四、企业信用评价的标准	117
五、企业信用评价指标体系	119
六、建立企业信用评价信息系统及其意义	127
第八章 建立企业信用公示制度	130
一、科学界定企业信用公示制的对象和范围	130
二、企业信用公示制度的实质	137
三、企业信用公示的原则和方式	140
四、企业信用公示的重点	144
第九章 建立企业信用奖惩制度	147
一、企业信用奖惩制度是企业信用建设与监管的重要环节	148
二、企业信用奖惩制度的构成	153
三、建立企业信用奖惩制度的配套措施	160
四、工商行政管理部门在建立企业信用奖惩制度中应 发挥主导作用	166
第十章 建立“守合同重信用”企业评价体系 推进企业 信用制度建设	171
一、适应入世需要,“守合同重信用”活动应有新的发展	171
二、企业“守合同重信用”评价体系新模式的特点与功能	174
三、实施企业“守合同重信用”评价体系新模式,全面推 进社会信用体系建设	181

保障篇

第十一章 建立企业内部信用制度	189
一、现代企业必须建立严格的内部信用管理制度	189
二、企业内部信用管理的制度安排	192
三、企业内部信用管理的机构设置	199
四、建立企业内部信用管理制度的路径	203
第十二章 建立和健全企业信用法律法规体系	206
一、建立良好的企业信用必须靠法律来支撑和规范	206
二、当前我国企业信用法律法规建设面临的任务	211
三、加快企业信用法律法规建设的对策	218
第十三章 规范发展信用中介服务机构	222
一、信用中介服务机构含义与发展趋势	222
二、信用中介服务机构在企业信用建设中的作用	226
三、当前我国信用中介服务机构存在的问题与原因	227
四、深化改革,规范发展信用中介服务机构	229
第十四章 企业信用制度建设必须与企业产权制度改革相结合	234
一、企业独立法人财产权是企业信用制度赖以存在 和发展的产权基础	234
二、确立企业信用制度的根本出路在于产权制度改革	238
三、以建立现代企业制度为契机,推动企业产权制度 的建立和完善	241

第十五章 加强德治教育 树立诚实守信的良好

社会风尚 247

- 一、信用是以德治国的重要内容 247
- 二、诚信是经商的基本原则 251
- 三、义与利的统一是商业道德的基本要求 255
- 四、“法之利剑，德之长风” 258
- 五、强化信用道德文化的宣传教育，树立信用至上意识 261

附 录

附录一：美国有关征信立法 267

附录二：国内部分省、市及工商行政管理机关企业信用

管理办法 315

- 北京市人民政府令 第 106 号 315
- 深圳市人民政府令 第 122 号 320
- 深圳市企业信用信息系统建设工作方案 深府〔2002〕86 号 328
- 中共宁波市委办公厅(通知) 甬党办发〔2002〕46 号 331
- 宁波市人民政府办公厅文件 甬政办发〔2002〕158 号 336
- 北京市工商行政管理局实施归集和公布企业信用信息
管理规定(试行) 341
- 北京市工商行政管理局文件 京工商发〔2003〕111 号 356
- 中关村科技园区企业信用制度试点暂行办法 363
- 上海市工商行政管理局文件 沪工商企〔2003〕201 号 366
- 上海市工商行政管理局关于印发《上海市企业合同信用评价
管理办法(试行)》的通知 2002 年 12 月 20 日上海市工商
行政管理局沪工商合〔2002〕422 号 372

江苏省工商行政管理局文件 苏工商合[2002]300号	376
市场主体信用信息管理暂行办法	418
广西壮族自治区工商行政管理局	421
附录三:广东省工商行政管理学会市场主体信用建设	
课题研究成果	430
后 记	430

录 录

理
论
篇

第一章

市场经济是信用经济

江泽民同志指出：“没有信用，就没有秩序，市场经济就不能健康发展。”这一科学论断深刻地揭示了信用与现代市场经济的内在联系，表明了现代市场经济依存于信用这一基本属性。企业是现代市场经济的微观基础，企业信用是整个市场经济信用的重要组成部分。因此，揭示信用与市场经济的内在联系，深刻认识市场经济对信用依存的基本属性，便成为研究企业信用制度建设的理论基础和逻辑起点。

一、再释信用概念

信用这一概念是研究企业信用理论的基本范畴。因此，大部分这类论著、文章差不多都涉及对此概念的理解。由于所引根据不同，对其内涵的界定也有所差异。较有代表性的观点有三种：

第一种观点，追溯历史渊源，认为从根本上讲信用属于道德范畴。中国数千年的文明史中，诚实守信规范源远流长，成为处理一般社会关系的惟一伦理基础，贯穿了中国传统契约的全部发展过程。其结论：历经数千年熏陶的诚实信用的道德要求在中国的商业文化中始终处于根基的位置。西方的商业伦理史也印证了这一点，从相互信任的理由中产生出诚信的客观概念，即符合道德，

人们把这种诚信理解为具有约束力,这种可信任性一开始就是国际贸易世界的基石。

第二种观点,引自《辞海》解释,认为信用包括两种含义:一是指有条件地让渡商品或货币,是价值运动的一种特殊形式,有商业信用、消费信用和国家信用;二是指遵守诺言,从而取得别人的信任。由此看出信用是一个有着广泛外延和深厚内涵的概念。

第三种观点,引自西方经济学的解释,认为信用是指因价值交换的滞后而产生的赊销活动,是以协议或契约为保障的不同时间间隔下的经济交易关系,因而是一个纯经济学范畴。

综合起来看,信用范畴有广义和狭义两种,广义信用涉及人们的相互关系、行为、伦理与道德,包括经济信用、契约信用和伦理(道德)信用。这种意义上的信用,既属于经济范畴,又属于道德范畴。汉语中的遵守诺言、实践成约,英语中的相信、信任或信誉之类,均指广义信用。狭义信用是指经济活动中的借贷行为,属于经济学的特定范畴。马克思指出:“这个运动……以偿还为条件的付出……一般地说就是贷与借的运动,即货币或商品的只是有条件的让渡这种独特的运动”(《马克思恩格斯全集》第25卷,第390页)。就是说,作为信用的借贷行为,是以偿还为条件的付出,偿还性是信用的基本特征。

中国自古以来对信用的理解,除了经济学概念,更多地加入了社会学的概念,表示道德的含义,并常把二者混淆起来。其实,这二者之间是有区别的,最大的区别在于:在经济学信用的条件下,社会成员的信用关系要受成文契约的约束,而在社会学信用条件下,社会成员的信用关系则不受成文契约的约束,即通过个人的内省来纠正和规范。

经济信用作为一个历史范畴,是商品生产和商品交换发展到一定阶段的产物。人类最早的信用活动,产生于原始社会末期。那时,由于社会生力的发展,原始社会先后出现了畜牧业与原始农业、手工业与农业相分离的两次社会大分工,使劳动生产率显著提高,劳动产品有了剩余,商品交换日益频繁,从而加速了原始社

会公有制的瓦解和私有制的产生。私有制的出现,造成财产占有不均,使一部分家庭因贫穷而缺少生活资料和生产资料,为生存所迫而向富裕家庭告借。于是,信用就产生了。

信用的历史虽然非常古老,但在小生产自然经济占主导的条件下,受商品货币发展的限制,信用关系很不发达,其基本形式是高利贷。高利贷是一种超经济的剥削。它在从封建社会向资本主义社会过渡中,对加速资本原始积累、促使雇佣工人队伍的形成,发挥过历史作用,但由于它竭力维护小生产占优势的旧生产方式,成为资本主义发展的障碍。随着资本主义的发展,经过新兴资产阶级的斗争,商品交换中的一般借贷关系逐渐发展起来,代之以高利贷。

经济学意义的信用,反映人们在经济活动中的一种交换关系,是商品价值运动的一种特殊形式。存在决定意识。商品信用关系必然反映到人们意识和社会制度中来,成为伦理道德和法制的重要内容。道德信用和契约信用一旦形成,将能动地反作用于经济交换活动,成为经济信用正常运行的精神动力和制度保障。正是基于此,本书是从这种相互作用来研究企业信用制度建设的。

二、现代市场经济本质上是信用经济

资本主义社会是商品高度发达的社会。在这里,不仅消费资料和生产资料是商品,而且劳动力也是商品。商品经济活动中,由于各部门、各企业生产不同商品的周期长短不一,资金周转情况也各不相同,客观上产生了商品赊购赊销以及资金借贷的要求。由于生产力的提高,商品日益丰富,住宅等不动产以及耐用消费品的销售,客观上也要求消费信用的出台。在这种条件下,信用关系便逐渐成为现代经济生活中一种最普遍的经济关系。这时,经济活动中的每一个部门、每一个环节都渗透着信用关系。在社会再生产过程中,任何企业都不可避免地要利用信用活动来保持生产连续进行或扩大生产。政府发行国库券、国债,向企业、个人或

其他部门借款,也作为债权人向社会发放贷款,利用信用关系生产公共产品,调控经济活动。个人一方面通过银行存款或购买企业、政府债券成为债权人,另一方面也通过消费信贷、分期付款等方式获得信用而成为债务人。这些信用关系相互交织在一起,成为联结所有经济活动主体和一切经济环节的纽带。经济越发展,债权债务关系越紧密,信用越成为经济正常运转的必要条件,一旦遭到侵害,就易引发债务危机、信用危机和经济危机。从这个意义上说,现代市场经济实质上是信用经济。

现代市场经济本质之所以应当是信用经济,还反映在市场运行机制本身就蕴含着对市场主体的信用要求。价值规律要求人们遵守等价交换、平等互利的原则;竞争法则要求人们树立公平的竞争观;经济交往的复杂性要求市场主体尊重契约和合同。从商品市场的买卖到资本市场的借贷,从要素市场上的交易到证券市场上的支付等等,无不需要因自愿和重复而产生出商业社会所需要的道德即商业信誉。因为市场交易具有自愿性,必然要求只有双方都觉得有利可图的情况下交易才能进行;因为市场交易具有重复性,某个交易者在某一时刻可能具有欺诈性,但他不可能在同一地点和同一时刻再欺诈同一对象,所以出于自我利益最大化和长期化,交易者自然要形成一种重信誉的习惯。市场主体只有讲信用才可能获得牢固的伙伴,才可能有品牌形象的树立,才可能进行规模扩张。在成熟的市场经济条件下,信用已经成为每个企业立足社会不可或缺的“无形资本”,恪守信用乃是每个企业应当具有的生存理念和经营意识之一。它不是空洞的概念,而是资本,是财富,也是竞争力。一个企业,缺少资金可以借贷,而缺少信用,则无人会与之进行交易。古今中外,没有人因无信而长久立足,没有企业因无信而不断发展,没有国家因无信而兴旺发达。

总之,人类社会自出现商品交换后,经济领域的信用关系也就相伴而行。当以物易物的交易进化到以货币为媒介的商品交易之后,随着商品赊销和货币借贷行为的逐渐普遍化,经济信用更成为了社会信用的代名词。现代市场经济中的信用形式和信用工