

征信手册

◆ 中华征信所 / 著



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE



征信手册

◆ 中华征信所 著



中 信 出 版 社
CITIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

征信手册/中华征信所著. —北京: 中信出版社, 2003. 1

ISBN 7-80073-635-0

I. 征… II. 中… III. 公司—财务管理: 风险管理 IV. F276.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 104032 号

征 信 手 册

ZHENGXIN SHOUCHE

著 者: 中华征信所

责任编辑: 姚 莉 刘孟升

责任监制: 朱 磊 王祖力

出版发行: 中信出版社 (北京市朝阳区东外大街亮马河南路 14 号 塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限公司

承 印 者: 北京牛山世兴印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印 张: 25.25 字 数: 255 千字

版 次: 2003 年 1 月第 1 版 印 次: 2003 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80073-635-0/F · 454

定 价: 38.00 元

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。服务热线: 010 - 85322521

E-mail: sales@citicpub.com

010 - 85322522

出版前言

征信事业在欧美国家已有百年的历史，而在中国大陆地区仍处于萌芽阶段，至今不过十几年的发展时间。以前由于受计划经济体制的影响，征信观念较难被社会接受，近年来，随着改革开放和经济的不断发展，征信工作已渐受重视。中国政府提出：“大力整顿和规范市场经济秩序，要标本兼治，重在治本，要切实加强社会信用建设，逐步在全社会形成诚信为本、操守为重的好风尚，加快建立企业、中介机构和个人的信用档案，使有不良行为记录者付出代价，名誉扫地，直至绳之以法。”在此大力推进信用建设之际，出版凤毛麟角的专著——《征信手册》，也算对征信工作贡献一点微薄之力。

《征信手册》一书是中华征信所累积经营征信事业 40 余年工作的经验，由本公司内部十几位征信专业同仁，积极推动集体编纂而成。本书对于征信工作的观念、运作方式、报告撰写、如何解读、个人财产征信、中国大陆地区征信以及国际征信的实务等内容，均有翔实的描述；此外，对于如何剖析客户信用状况、有效降低交易风险，以及自我诊断企业体制等方面，更有深入的分析，并辅以大量的实例，以期理论与实务的结合。

我们为什么如此重视征信工作？众所周知，在当今的商业社会中，如何掌握正确的资讯，知己知彼，是个非常重要的

课题。掌握了资讯就赢得了先机；反之，可能连如何失败都莫名所以。如何能够公正、客观、专业地分析各种资料，使之成为辅助工商业各界人士运筹帷幄的宝贵资讯，是我们的专业使命，我们将努力扮演好商场谋略家这个角色！

中华征信所拥有丰富的经验和翔实的资料，也努力学习先进科技，希望将传统经验与现代科技能够和谐地有机结合。从历史走进现代，我们多了一份骄傲，在这个多变的时代中，非但没有迷失自己，我们反而更多了一份信心。希望通过我们的努力，能够使更多的人了解征信事业，提高征信作业水平。

征信观念是因经济、金融与企业管理发展而建立起来的，在这个信用的时代，一切经济活动，莫不以征信为交易往来的手段。因此，征信调查成为企业经营不可或缺的重要环节。期望本书的出版，促进征信观念的普及，并作为金融界、企业界以及各界从事征信工作人士的参考工具，进而建立社会信用经济的稳固基础，裨助工商经济的发展。

中华征信所企业股份有限公司

总经理 张大为

目 录

出版前言

第1编 工商征信 1

- 第1章 征信概论 3
- 第2章 征信部门的组织及职责 19
- 第3章 征信调查的意义及时机 39
- 第4章 征信调查的步骤 47
- 第5章 征信调查的内容 61
- 第6章 如何撰写征信报告 97
- 第7章 信用评级 123
- 第8章 征信报告的范例介绍 157
- 第9章 如何阅读征信报告 201

第2编 个人与财产征信 225

- 第1章 个人与财产征信概述 227
- 第2章 个人征信——人的担保 229
- 第3章 财产征信的意义、种类及范围 243
- 第4章 财产征信的时机 249
- 第5章 购置房地产——产权调查 253
- 第6章 财产征信的结果 257



第 7 章 财产征信的流程 263

第 8 章 台湾相关法规及征信工作底稿 267

第 3 编 国际征信实务 295

第 1 章 国际征信概述 297

第 2 章 国际征信资料的来源 303

第 3 章 办理国际征信的态度 309

第 4 章 国际征信报告的一般内容 311

第 5 章 国际著名征信机构介绍 353

第 4 编 大陆篇 359

第 1 章 中国大陆征信业总体分析 361

第 2 章 中国大陆的征信产品服务 367

第 3 章 中国大陆征信资料来源及调查渠道 371

第 4 章 中国大陆征信业相关法规 373

第 5 章 中国大陆征信业发展预测 377

附 录 中国大陆征信报告范例 379

第 1 编

工商征信

第 1 章

1

征信概论



征信的意义

左传曰：“君子之言，信而有征，故怨远于其身；小人之言，僭而无征，故怨咎及。”其中所提到的“信而有征”四个字，即可征验其为信实也。

一般所言“征信”两字，即英文所说的“credit checking”或“credit investigation”。中文之“征”即证也、验也、求也，“信”即信用、诚实、信任之意。“征信”即为征求信用或验证信用，如同上述所提及的信而有征。

“信用”即英文 credit，依韦氏(Webster's)大词典中解释的“The system of buying and selling without immediate payment on security”，换言之是一种买卖之间不须立即付款或安全警戒的一种制度。“信用”依辞源解释：“人之道徳，有诚笃不欺，有约必践，夙为人所信任者，谓之信用。”由此可见，信用的范围，是一个人的言行及社会上对道德的评价，均是信用形成的要素。如果从目前的市场经济观点而言，信用的根据，以债权人（或授信人）对于债务人（或受信人）所作给付承诺的能力有没有信心为基础。也是信用以经济价值的移转为基础，以相互信任为必要条件，并包含有时间因素。

因此，授信人在信用交易中担负着道德风险与能力风险，而征信的重要功能就在于如何使信用风险降至最低。狭义的征信，即泛指了解、调查、验证他人信用；而广义的征信，除狭义之意外，还包括对企业内部“身体检查”的诊断综合报告，凭此获得授信人、合作对象乃至投资人的信赖。

综合上述，我们将现代“信用”的功能归纳如下：

(一)信用是现代市场经济制度的要素。

(二)信用具有货币功能，是交易的重要媒介。

(三)信用可以增加生产、扩大交易。

(四)信用可以增加市场的有效需求，增加消费。

(五)信用可以提高人类的道德标准。

(六)信用是可建立的、可被了解验证的，并且是可数据化的，例如所谓的信用额度及信用等级。

征信工作是伴随社会信用经济的发展而产生的，既有防患未然、降低信用风险、确保债权人的债权等作用，也有提高社会道德水准，发挥社会表扬与社会制裁的力量；同时可活络社会金融，由授信人放心开展授信业务，加大生意规模；协助工商业发展，促进国内及国际贸易。

征信工作是授信业务前的重要关卡，就如同气象报告，以及婚前的健康检查，即根据过去与目前情形，依其轨迹推测未来短期间发展的趋势。男女的婚前健康检查，虽检查结果一切正常且健康，但并不表示从此以后不会发生其他疾病。征信的结果也是如此，虽然在征信当时的时间点，相关资料显示出该公司稳健可靠，也无票据拒绝往来等不良记录。然而随着时间的变化，内外环境等因素的影响，都将使其信用产生一定程度的变化。也就是说，征信的结果将有其时间性及一定的限制，可以说只属于较为可靠，而不可说绝对可靠，尽管授信风险可因此大大减低，但却无法绝对免除风险。

工商征信与经济发展

我国远在商、周时代，西方远在古代希腊时代即有



“赊”、“欠”等商业信用的记载，而商业信用的发达乃是近代工商经济发展的产物。早期经济社会比较单纯，工商业经营规模较小，交易往来大多是熟识多年的老主顾，商业信用的授受双方比较容易了解，买卖双方对于履行给付的能力及意愿也十分了解，因此征信工作在当时并不被那么看重，也可以说根本是不重要的。

在美国，有民间组成所谓的“信用局”组织。这类全国性的征信机构，全面搜集各种信用资料，一个人使用支票或信用卡，只要有赖账或超支不兑现的事情，都会留下记录。而在通讯发达的时代，各店号甚至个人，只要一通电话，就可以查出对方是否有不良记录，信用不好在先进国家根本就寸步难行。

通常生意往来，有些人碍于情面不好意思开口要求对方提供有关资料进行征信调查，以致恶性倒闭、卷款潜逃、套汇冒贷、虚设行号、走私伪造、诈欺背信等种种经济犯罪每年必定重复地一再发生。如在台湾 1999 年的东隆五金、台产汽车集团等知名上市公司的掏空资金，乃至倒闭，给企业界在经营上带来一项新的启示与挑战。经营者过分重视销售成绩，而忽略了交易客户的信用情况，也由于疏忽调查交易客户的信用情况，自以为是与客户继续交易，当发现客户信用亮起红灯时，想亡羊补牢，却已为时太晚了！

经济犯罪在发展中国家及以经济为中心的社会中都是在所难免的，不过如果能事前厉行防范，就可以防患于未然，使伤害降低到最小的程度。进行征信工作，是防止经济犯罪的好方法之一。工商企业的创立与发展，并非无风无浪，一帆风顺，所以应随着环境、市场需要、时代变迁、制度观念

的变异而随时调整经营策略与经营脚步，不可固步自封、墨守成规，也无法再凭一招半式闯江湖。因此，为改善经营效益，加强管理制度，促进优良产品销售，有效地运用资金，种种的勘查、诊断与评估，征信工作的妥善运用，将可发挥起死回生的效用、防微杜渐的功能，对企业的正常营运与发展有着良好的推动作用。

台湾在1987年1月票据法刑罚废除，支票刑事责任随之消除后，支票能否兑现与支票有无刑事责任已没有直接的关系，再加上台湾地区经济景气低迷，因此造成退票记录的大幅上升，使工商业界对征信业务的需求量急剧增加，工商征信业务再度受到重视。除工商征信外，也加强财产及债务的征信。征信调查工作本身不是目的，只是一个经营手段，因此征信的焦点不是摆在眼前，而是关系着决定是否要赊账给他，最高赊账额多少（也就是所谓的信用额度），借此进而能推测未来的变化。在此强调，征信调查不是只做一次就可高枕无忧了，一定要做定期调查，两三年一次，或一年一次，或半年一次，而一年一次是较常见的。台湾属于海岛型经济，近年来政商环境变动很快，因此市场变化很大，除每年定期调查外，最好能根据市场机能，针对特殊案例进行机动性的征信调查，掌握先机。

自1988年以来，台湾宣布解严，开放党禁、报禁及赴大陆探亲的限制，社会更趋向多元化发展，使得一些知名公司纷纷来台寻求合作对象。在合作事前、洽商进行中，已经不知道经过多少次的评估、市场调查乃至工商征信，才换得目前合作的成果。同样地，世界知名产品的品牌一一被在台内的代理经销，征信工作同样扮演着促进经济发展的角色，也



扮演着幕后的无名英雄，一点一滴默默地推动着双方的合作，起到沟通的桥梁作用。

征信调查与国际贸易

一、国际贸易与国内贸易的差异性

国际贸易是泛指一切超越国境的交易行为，近代工商经济发达，国际贸易以信用证(letter of credit, 简称 L/C)，远期信用证(usance)及承兑交单(D/A)，付款交单(D/P)等方式进行，不同于一国之内贸易的现金或期票付款，除此之外，还有下列显著的不同。

(一)经济政策的差异性

在国与国考虑自身利益的前提下，常被关税壁垒及非关税因素所阻碍，使商品交流发生困难。也就是说，当某国商品在其国内市场具有优越条件，一旦卖到国外市场，常受他国商品的竞争与排斥，而阻碍国际贸易的发展。

(二)货币金融制度的差异性

货币是贸易商品交换中不可缺少的交换媒介，银行又是信用与汇兑的中枢。但各国的外汇管理制度均不相同，汇率又时常上下起伏变动，增加国际贸易的困难与复杂，买卖风险与贸易纠纷也随之而增大。

(三)交通阻隔的距离性

因语言、文字、法律、习惯及社会传统不同，加上远隔两地，彼此的沟通不但因时差不容易配合，加之昂贵的电话费也无法畅所欲言。近年来虽有 e-mail 的使用，一往一返仍然没有见面沟通方便。国际间货物的装船或飞机的运输、保

险与提货报关,手续麻烦而复杂,增加商品的成本,也增加交易的风险。

(四)交易制度、规章的差异性

不同的法律、风俗、习惯、语言、文字的差异,有着其不同的经营习惯、海关制度、有关贸易法规,所制定交货商品的质量、价格、数量、交货日期等,都将因与原先约定载明的条件不符而引起纠纷。

(五)征信了解的困难性

因分处两地,距离遥远,打听不易,且彼此的认知标准不同。加上民族性不同,对征信业务配合程度的差异,加大了国际贸易较国内贸易的不确定性。

二、征信调查与国际贸易的关系

国际贸易是跨越国境的交易行为,而且比国内贸易增加许多经营的困难与风险。在讲求凡事“慎之于始”“知己知彼,百战百胜”之际,无论是从事进口或出口业务,被调查或调查别人信用是必然的过程,也是彼此长期合作建立互信互利的重要条件。

(一)征信可减少风险、损失及纠纷

就出口厂商,可以根据对方的信用情况签订明确的付款条件,例如先以 T/T 汇款支付全部或部分货款才出货,也可以注明以即期信用证(at sight L/C)或远期信用证(usance)支付。也可以 D/A(承兑交单)或 D/P(付款交单)收受国外买主的货款,建立彼此的信赖感,拓展贸易业务。

进口厂商应了解卖方是否虚设行号、成立的历史、市场信用及产品质量,甚至产品的市场占有率、全球知名度,借



以考虑代理其产品，做长期的商机发展。

(二) 征信可以决定付款的优惠条件程度

国际贸易的发生，买方所重视的是卖方的如期交货，而卖方所重视的是买方的付款能力。初次交易或是交易之初，卖方为确保债权，往往要求买方支付现金、定金，乃至最常见的 L/C 信用证付款。在相互了解后，渐渐由 D/P（付款交单）而 D/A（承兑交单）由 30 天到 180 天的付款条件，更有甚者，以（记账方式）或事后汇款的方式进行交易，凡此种交易方式，都是由于发生交易第一次的征信，以至往后每年的年度例行征信，循序渐进发展而来的。

(三) 征信可促进国际贸易

由于各国的商业交易进行方式不同，公司经济规模也有所差异。但就出口商而言，可以通过征信工作的进行，使国外的买主清楚地了解公司的规模、商品的优异性（如得到专利、UL、CSA ISO 等国际认可），加强买主的信心，扩大贸易数量。就进口商而言，可让国外的厂商了解公司的销售能力，比如营销据点有多少、每年营业额及市场占有率、甚至说已经代理某世界名牌产品数种等等，加强双方国际贸易合作的认同与信心。

(四) 征信可防微杜渐，避免贸易纠纷的发生

以上述所列的前三项都是就积极的、光明的方面而言，但毕竟国际上、社会上仍有一些虚设行号或公司体质不良者混杂其中。比如公司并未办理注册，所使用的仅是商号名称，并非公司法人登记。也有的是公司已解散/撤销多年，但依然对外招摇。有的公司已倒闭或去向不明，负责人有不良记录或已发生财务周转不灵。工厂已不再生产，公司营运