



用于国家职业技能鉴定
国家职业资格培训教程

YONGYU GUOJIA ZHIYE JINENG JIANDING • GUOJIA ZHIYE ZIGE PEIXUN JIAOCHENG

信用管理师

(国家职业资格二级)

中国就业培训技术指导中心组织编写

 中国劳动社会保障出版社



用于国家职业技能鉴定 国家职业资格培训教程

YONGYU GUOJIA ZHIYE JINENG JIANDING • GUOJIA ZHIYE ZIGE PEIXUN JIAOCHENG

信用管理师 (国家职业资格二级)

编审委员会

主任：刘康 中国就业培训技术指导中心主任
赵凤梧 中国市场学会信用工作委员会主任
副主任：陈李翔 中国就业培训技术指导中心书记
宋建 中国就业培训技术指导中心副主任
林钧跃 中国市场信用学术委员会常务副主任
朱荣恩 中国市场信用学术委员会副主任
吴晶妹 中国市场信用学术委员会副主任

委员(按姓氏笔画排序)：

丁豪樑	于长春	石庆炎	石晓军	许进	刘德国	刘火盛
刘宏程	刘卡维	米险峰	李平分	张伟	张忠	张颖
杨宏毅	陆粤	吴波	谷国良	陈洪隽	陈莉萍	陈殿佐
陈蕾	林九江	欧志伟	尚和平	赵欢	钱玉民	栗杰
徐捷	靳生跃	谢旭	焦国才	韩家平	蒲小雷	雍可玉
谭永智	熊伟	孙建军				

本书编审人员

主编：林钧跃
副主编：陈殿佐
主审：尚和平
编者：栗杰 林钧跃 谭永智 尚和平 丁豪樑 陈莉萍
林九江 徐凌云 米险峰 杨宏毅 刘卡维 雍可玉



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

信用管理师/中国就业培训技术指导中心组织编写. —北京:中国劳动社会保障出版社,
2008

国家职业资格培训教程

ISBN 978-7-5045-6763-5

I. 信… II. 中… III. 信贷管理-技术培训-教材 IV. F830.51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 009266 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街1号 邮政编码:100029)

出版人:张梦欣

北京宏伟双华印刷有限公司印刷装订 新华书店经销
787毫米×1092毫米 16开本 31.5印张 519千字

2008年1月第1版 2008年1月第1次印刷

定价:58.00元

读者服务部电话:010-64929211

发行部电话:010-64927085

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有

侵权必究

举报电话:010-64954652

前 言

为推动信用管理师职业培训和职业技能鉴定工作的开展,在信用管理师从业人员中推行国家职业资格证书制度,中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准——信用管理师》(以下简称《标准》)制定工作的基础上,委托中国市场学会信用工作委员会组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家,编写了《国家职业资格培训教程——信用管理师》(以下简称《教程》)。

《教程》紧贴《标准》,内容上,力求体现“以职业活动为导向、以职业技能为核心”的指导思想,突出职业培训特色;结构上,针对信用管理师职业活动的领域,按照模块化的方式,分助理信用管理师、信用管理师、高级信用管理师3个级别进行编写。《教程》的基础知识部分内容涵盖《标准》的“基本要求”;各级别部分的内容分别对应于《标准》中各级别的“工作要求”。

《国家职业资格培训教程——信用管理师》适用于信用管理师的培训,是职业技能鉴定的推荐辅导用书。

本书主编为林钧跃,副主编为陈殿佐,主审为尚和平。编写人员有栗杰(第一章)、林钧跃(第二章、第十四章)、谭永智(第三章、第四章)、丁豪樑(第五章、第六章)、尚和平(第七章)、陈莉萍(第八章)、林九江(第九章)、徐凌云(第十章)、米险峰(第十一章)、杨宏毅(第十二章、第十三章合作)、刘卡维(第十二章、第十三章合作)、雍可玉(第十五章)。全书由陈殿佐、林钧跃通读定稿,尚和平通读审定。

本书编写期间,信工委靳生跃、孙建军等同志做了大量的协调、沟通与文字编辑工作,蒲小雷、张颖、高宏业、李诗洋、王红蕾、张军、李建龙等同志提供了很多修改意见,在此一并致谢。

由于时间仓促,不足之处在所难免,欢迎读者提出宝贵意见和建议。

中国就业培训技术指导中心

大力发展信用管理师国家职业培训 加快培养信用管理师高技能人才

随着我国社会信用活动的活跃,企业信用管理和信用管理服务事业不断发展,为加快建立培养我国信用管理专业技术队伍,经过反复调研与论证,在众多业内机构和信用管理专家的大力支持下,中国市场学会信用工作委员会从2003年起,开始向劳动和社会保障部相关部门就我国信用管理专业技术队伍职业建设问题,多次进行汇报、请示,在该部主管部门的支持与指导下,信用工作委员会于2004年6月正式向劳动和社会保障部上报了《关于在信用管理行业中申请设立“信用管理师”“信用分析师”职业的请示》。该请示经劳动和社会保障部相关部门论证审核,并通过社会公示程序广泛征求意见,于2005年3月最终评审通过,并于2005年3月31日,由劳动和社会保障部在人民大会堂向社会正式发布。

信用管理师作为新职业发布后,根据劳动和社会保障部职业技能鉴定中心的委托,信工委组织国内最具影响力的信用管理专家,经过近半年的研发,按照《国家职业标准制定技术规程》及有关要求,及时完成了《信用管理师国家职业标准》的起草制定工作。2006年1月17日,《信用管理师国家职业标准》由劳动和社会保障部颁布施行。这清楚地表明,信用管理师作为新职业,开始步入实施职业资格证书制度的阶段。为了做好信用管理师国家职业的培训,信工委组成了“培训计划、大纲编委会”和“教程编委会”,遵循职业培训的规律,在深入研究的基础上,编制了《信用管理师职业培训计划、培训大纲》,以及《信用管理师国家职业资格培训教程》。为实施信用管理师职业培训奠定了坚实的基础。

基于信用工作委员会作为服务信用管理行业的社团组织,作为信用管理师职业的技术开发单位在信用管理师职业设立中所做的工作,以及在行业建设中所发挥的作用和影响力,根据信用管理师的职业特点和我国信用管理行业发展的实际情况,为切实搞好信用管理师国家职业建设,中国市场学会信用工作委员会于2006年1月向中国就业培训技术指导中心正式呈报了《关于开展信用管理师试验培训、试验鉴定及师资培训的请示》,中国就业培训技术指导中心明确同意由信工委在该中心的监督指导下组织开展信用管理师国家职业试验培训、试验鉴定和师资培训。2006年4月28日,中国就业培训技术指导中心会同中国市场学会信用工作委员会共同向各有关单位发出了《关于开展信用管理师国家职业资格试验性培训的通

知》，明确指出信用管理师国家职业资格试验性培训由双方共同组织，指导中心负责监督指导，信工委负责试验性培训的具体组织实施及相关工作。

2006年是我国实施“十一五”规划的第一年，也是实施信用管理师国家职业资格证书制度、开展信用管理师国家职业培训的第一年。信用管理师是在企业中从事信用风险管理和征信技术的专业人员，在国家职业序列中属于高技能人才中的知识技能型人才。大力发展信用管理师国家职业培训，正是实施高技能人才培养工程的一部分，是贯彻落实国家人才强国战略的具体体现，是建设高技能人才队伍的重要组成。

信用管理师国家职业培训是依据信用管理师国家职业资格证书制度开展的培训。信用管理师在我国是一个全新的职业，从职业设立到职业建设，从技术开发到组织实施，从建立信用管理师职业资格证书制度，到开展信用管理师国家职业培训，是摆在我们面前一项全新的事业，既是机遇，更是挑战，需要我们时时把握正确的方向，克服困难，精心组织，完成历史赋予我们的这一崇高使命。

开展信用管理师国家职业培训的指导思想是，适应我国经济社会发展和建立健全社会信用体系的要求，以实施科教兴国和人才强国战略为指导，以职业能力建设为核心，以市场需求和劳动就业为导向，全面落实科学发展观，坚持走自主创新的道路，建立和完善合理布局、分工明确、资质良好、富有活力的信用管理师职业培训体系，培养大批数量充足、结构合理、素质优良的信用管理师高技能人才，建设有中国特色的信用管理国家职业培训。

开展信用管理师国家职业培训的基本方针是，认真贯彻执行党和国家的教育方针和政策，遵循职业培训办学规律，坚持正确的办学方向：以党和国家的路线、政策、法规为准绳，以培养高素质的劳动者和高技能人才为目标；坚持正确的办学方针：以服务经济社会发展为宗旨，以增强劳动者的就业能力为导向；坚持正确的办学原则：面向社会、面向市场，以人为本、素质为先，学用结合、注重能力，改革创新、增强活力，诚实守信、优质服务。

赵凤梧

中国市场学会信用工作委员会主任

二〇〇六年十一月

目 录

CONTENTS 《国家职业资格培训教程》

第一章 信用信息的采集与评价	(1)
第一节 信用信息及其来源	(1)
第二节 信用信息的采集	(21)
第三节 信用信息质量评价	(34)
第二章 客户信用档案管理	(45)
第一节 客户及其分类	(45)
第二节 客户信用档案设计	(50)
第三节 客户信用档案管理	(56)
第四节 客户信用档案库建设	(65)
第五节 客户的失信记录	(69)
第三章 制定企业信用政策	(77)
第一节 企业信用政策的制定与完善	(77)
第二节 制定符合行业特点的信用政策	(93)
第四章 赊销合同管理	(107)
第一节 赊销合同的内容	(107)
第二节 赊销合同的设计	(112)
第三节 赊销合同的执行	(121)
第五章 客户资信分析	(128)
第一节 5C 原则及其运用	(128)

第二节	客户财务状况分析	(136)
第三节	分析客户资信的模型	(146)
第四节	风险指数和资信等级	(157)
第五节	信用额度的推荐	(163)
第六章	企业客户的资信评级	(171)
第一节	使用资信评级服务	(171)
第二节	资信级别的符号系统	(178)
第三节	工商企业的资信评级	(184)
第七章	授信管理	(197)
第一节	选择信用条件	(197)
第二节	确定授信标准	(203)
第三节	确定授信额度	(207)
第四节	选择授信方法	(210)
第八章	国内外贸易支付与结算	(217)
第一节	贸易支付的风险识别	(217)
第二节	国际贸易结算方式	(226)
第三节	国内本币结算工具的使用	(236)
第九章	信用保险	(243)
第一节	信用保险服务	(243)
第二节	出口信用保险保单的基本条款与投保策略	(254)
第三节	投保出口信用保险的程序和手续	(264)
第四节	出口信用保险的理赔	(272)
第十章	保理服务	(278)
第一节	了解保理服务的内容	(278)
第二节	保理服务实务操作	(288)
第三节	保理服务风险分析及特殊情况处理	(297)
第四节	进口保理服务	(300)

第十一章 信用担保	(303)
第一节 信用担保服务及其种类	(303)
第二节 信用担保的手续	(314)
第三节 使用信用担保的条件	(323)
第十二章 逾期应收账款管理	(330)
第一节 客户预警	(330)
第二节 逾期应收账款的诊断	(338)
第三节 逾期应收账款的内勤催账	(349)
第四节 电话催账方法和技巧	(358)
第五节 逾期应收账款的外勤追收	(367)
第十三章 商账追收	(376)
第一节 委托第三方追账	(376)
第二节 追讨企业欠账的服务	(394)
第三节 对消费者追账的服务	(410)
第十四章 利用征信数据库开拓市场	(418)
第一节 目标企业的检索	(418)
第二节 联系海外潜在客户	(430)
第十五章 信用管理部门	(434)
第一节 信用管理部门的设置和职能	(434)
第二节 信用管理工作岗位	(448)
第三节 执行企业信用政策	(457)
第四节 企业信用管理流程	(468)
第五节 衡量信用管理工作业绩的指标	(477)
第六节 调控信用管理部门的预算	(483)
第七节 信用管理人员的业务培训	(488)

Table of Contents

Chapter 1 Credit Information Collection and Evaluation	(1)
Section 1 Credit Information and Their Sources	(1)
Section 2 Collecting Clients' Credit Information	(21)
Section 3 Evaluating the Quality of Credit Information	(34)
Chapter 2 Managing Clients' Files of Credit Records	(45)
Section 1 Clients of Sales on Credit Basis and Their Classification	(45)
Section 2 Designing Clients' Files of Credit Records	(50)
Section 3 Managing Clients' Files of Credit Records	(56)
Section 4 Building the Stock of Clients' Files of Credit Records	(65)
Section 5 Bad Credit Records of Clients	(69)
Chapter 3 Making Credit Policy for a Business	(77)
Section 1 Working-out a Credit Policy	(77)
Section 2 Making a Credit Policy Suitable to the Industry Dealing with	(93)
Chapter 4 Contracts of Sales on Credit Basis	(107)
Section 1 The Contents of Contracts of Sales on Credit Basis	(107)
Section 2 Designing a Standard Contract for Credit Transactions	(112)
Section 3 Implementing Contract of Sales on Credit Basis	(121)
Chapter 5 Analyzing Clients' Credit Information	(128)
Section 1 5Cs Credit Analysis Principles and Its Application	(128)
Section 2 Analyzing Clients' Financial Condition	(136)
Section 3 Analyzing Clients' Credit Information with Mathematics Methods ...	(146)
Section 4 Risk Index and Credit Rating	(157)
Section 5 Determining the Credit Line	(163)
Chapter 6 Credit Rating for Companies	(171)
Section 1 Using Credit Rating Service	(171)

Section 2	Symbol System of Credit Rating	(178)
Section 3	Credit Rating for Industrial and Commercial Enterprises	(184)
Chapter 7	Credit Grant Operating and Control	(197)
Section 1	Using the Right Credit Terms	(197)
Section 2	Setting Credit Granting Standard	(203)
Section 3	Determining Credit Lines to Different Clients	(207)
Section 4	Methods for Credit Granting	(210)
Chapter 8	Payment and Settlement Domestic and International Trade	(217)
Section 1	Distinguishing Payment Risk in Trade	(217)
Section 2	Methods of International Trade Settlement	(226)
Section 3	Using Settlement Instruments of Domestic Currency	(236)
Chapter 9	Credit Insurance	(243)
Section 1	Credit Insurance Services	(243)
Section 2	Basic Terms of Export Credit Insurance Policies	(254)
Section 3	Procedures for Buying a Export Credit Insurance Policy and Its Application Forms	(264)
Section 4	Indemnities of Export Credit Insurance	(272)
Chapter 10	Factoring Service	(278)
Section 1	Knowing Factoring Service Details	(278)
Section 2	Factoring Service Practices	(288)
Section 3	Risk Analyzing and Special Problem Handling	(297)
Section 4	Import Factoring	(300)
Chapter 11	Credit Guarantee	(303)
Section 1	Credit Guarantee and the Types	(303)
Section 2	Procedures of Credit Guarantee Service	(314)
Section 3	Conditions of Using Credit Guarantee	(323)
Chapter 12	Pastdue Debt Control	(330)
Section 1	Alarming to Any Account Going to Due Shortly	(330)

Section 2	Diagnosing a Pastdue Account	(338)
Section 3	Debt Collecting by Own Staff of the Credit Management Department	(349)
Section 4	Telephone Skills for Debt Collection	(358)
Section 5	Debt Collecting by Personalized Appeals	(367)
Chapter 13	Collecting Debt by Using a Debt Collection Agency	(376)
Section 1	Referring an Account to a Collection Agency	(376)
Section 2	Collecting Debt from a Debtor of Corporation	(394)
Section 3	Collecting Debt from a Debtor of Consumer	(410)
Chapter 14	Exploring a New Market with Assisting by Business Credit Database	(418)
Section 1	Database Searching for Target Customers of Sale Agencies	(418)
Section 2	Contacting Potential Clients or Sales Agency Overseas	(430)
Chapter 15	Credit Management Department	(434)
Section 1	Organization and Function of a Credit Management Department	(434)
Section 2	Job Positions in a Credit Management Department	(448)
Section 3	Carrying Out the Credit Policy	(457)
Section 4	Flowchart of Credit Management Practice	(468)
Section 5	Indicators for Evaluating the Performance of Credit Management	(477)
Section 6	Controlling and Adjusting the Budget of Credit Management	(483)
Section 7	Staff Training of Credit Management Department	(488)

第一章

信用信息的采集与评价

第一节 信用信息及其来源

一、定义和区分信用信息

信用信息是反映市场上各类信用主体经济状况、履约能力、商业信誉等信用状况的信息，及对判断信用主体信用价值和水平可能有影响的其他信息。对于征信机构，信用信息是用于生产征信产品的信息。对于企业的信用管理部门，信用信息是指用于评估客户信用价值的信息。判断一项信息是否属于信用信息的基本原则如下：

1. 从应用角度来说，信用信息是可以用于评价信用主体的信用状况和信用水平的信息，与信用无关的信息都不能称之为信用信息。例如，个人的宗教信仰信息虽然是反映个人特征的信息，但是它与判断个人的信用价值无直接关系，所以不是信用信息。

2. 从法律角度来说，信用信息的采集、使用、传播都受相关法律法规的制约，虽然一项信息对于判断信用主体的信用价值有贡献，但采集和传播这项信息却违反了相关法律法规。例如，采集到的企业信息涉及泄露国家秘密，违反了《中华人民共和国保守国家秘密法》（以下简称《保密法》），因此不属于信用信息。

二、分辨信用信息的种类

根据信用主体的不同，信用信息可以分为两大类，分别是企业信用信息和个人信用信息。按照信用信息的来源，信用信息可以被分为宏观信用信息和微观信用信息。

站在企业的角度，信用信息可以分为内部信息和外部信息（包括政府掌握的信用信息和市场上的信用信息）、原始信息和二级信息、单项信息和成套信息、免费信息和收费信息等。对信用信息进行上述分类，有助于企业信用管理部门采集信用信息。

1. 企业内部和企业外部的信用信息

按照企业信用管理人员采集信息的渠道，信用信息可以分为企业内部信用信息和企业外部信用信息。企业内部信用信息是指企业在日常经营活动中获得的信用信息。例如，财务部门积累的客户应收账款记录、销售部门的台账、客户登记表等，以及通过实地调查方式采集的客户信用信息等。企业外部信用信息是指企业从独立于本企业及客户之外的第三方组织或机构处采集的信用信息，主要是指那些从征信机构、数据供应商、政府部门、行业协会、公众媒体采集或采购的信用信息，以及专门委托第三方调查机构取得的客户信用信息。

在企业外部信用信息中，根据信用信息的来源，信用信息可以分为政府掌握的信用信息和市场上的信用信息。

（1）政府掌握的信用信息
所谓政府掌握的信用信息，是指在执行公务和实施行政监管的工作过程中，相关政府部门产生的可以用于评价企业或个人信用风险的信息。例如，政府部门在进行企业登记、统计、税收、定期年检等监管过程中产生的信用信息。相关的政府部门主要包括工商行政管理局、人民银行、海关、统计局、法院、税务、房管部门等，这些政府部门掌握了大量的企业信用信息，其中主要的信息来源有以下几个方面：

1) 工商登记注册信息。在中国，最主要的政府信息来源应是国家工商行政管理局。首先，每一家合法的企业都是在工商行政管理局登记的企业，这就形成了企业的登记注册信息；其次，每年工商行政管理局要对工商企业进行年检，年检的内容包括企业的登记注册资料、年度财务报表等资料。在上述监管过程中，工商行政管理局积累了大量的企业信息。在现阶段，工商行政管理局掌握的信用信息是有条件对外开放的，其中企业注册信息全部对外开放，而企业的

财务信息不对外开放。自 2002 年以来,国内很多省市已经开通了“红盾网”,可以免费查询当地企业的登记注册信息,信用管理人员可以使用搜索引擎进行搜索,也可以通过电话联系方式,获取当地工商局掌握的企业登记注册科室或档案室等部门的信息,通过这些部门获得所需要的客户企业信用信息。

值得注意的是,产权明晰是信用的基础,各国的公司法对企业组织形态的定义不很相同,国外企业形态的划分也不同于国内的企业。例如,对于责任有限公司,美国主要分 C 类和 S 类两种。两类公司不仅在纳税程序上不同,对于股东的身份和组成要求也不同。在阅读企业资质调查报告和企业“家族”分析时,经常会遇到“关系企业(affiliates)”的说法,这同我们常用的“挂靠”企业不同,关系企业的概念是比较明确的。“关系企业”有如下几种情况:一是一家公司对另一家公司有 50% 以上的投资;二是同一个人担任不同公司的法人或者董事长;三是董事会和监事会成员有 50% 以上相同;四是由于投资人关系,使企业在财务、经营管理、担保等方面保持十分紧密的联系。对于家族企业则是这样定义的,如果一个企业的 50% 以上股权掌握在一个家族成员的手中,该企业就是一个家族企业。

2) 政府部门的统计信息。政府的各部门都会形成统计报表,对于掌握它们所监管的行业情况来说,这些报表是很好的信用信息来源。国家各部委一般都有该部门的信息中心,如商务部信息中心、全国海关信息中心等。这些信息中心提供的信息主要是本部门负责监管的行业的各类统计,如产值、产量、从业人数、盈利状况、区域分布、企业排名等。部委信息中心的信息来源比较权威,通过这个信用信息来源,通常无法获得单个企业的成套信息,但对于了解行业的整体发展状况具有较大价值。例如,全国海关信息中心会定期形成企业进出口统计报表,包括分产品、分国别、分贸易方式的统计报表,而且分别按照月、季度和年度的时间区间给出进出口统计数据,以及各种专业分析报告。上述信用信息,信用管理人员可以通过海关的统计资信网购买。

3) 银行征信系统的信息。商业银行拥有储户存款和借贷方面的动态信息,这些信息对于判断企业的信用价值非常有用。人民银行总行已经建立了公共企业征信系统和公共个人征信系统。两个公共征信系统的信用信息来源主要是商业银行以及一些辅助的信息来源,包括来自其他类型金融机构的信息、有线和无线通信公司的付费信息、个人身份认证信息等。

4) 政府公共信息。政府司法机关会定期公布诸如企业破产、抵押品置留权、动产抵押申请、民事诉讼等公共信息。这些信息在某些特殊情况下对企业

很有帮助。很多资信调查公司非常重视搜集核查这一类信息。在难于查到财务信息的情况下，它可以帮助提供财务方面的重要征信数据。

5) 相关机构调研信息。有一些国家的政府或半官方机构为本国企业提供有用的商业信息，这些信息多为市场上的商业机会信息，如美国的商务部、制造商银行国际部和日本的贸易振兴会等。另有一类有用信息，如政府驻外地或海外办事机构，它们通常有对本地区进行调查研究的义务。但驻外人员多是外贸人员或管理人员，不是专业调查人员，其工作效果不可能满足企业信用管理的要求，所提供的信息只能作为一种补充。

长期以来，我国相关政府部门的信用信息没有全部对外开放，政务信息公开的法规正在制定，政府的电子政务系统也在建设之中。随着法律环境的变化、政府办公条件的改善，相关政府部门掌握的信用信息将会逐步公开。

依照我国政府的现行体制，制作完整的普通版《企业资信调查报告》所需的企业信用信息包括来自工商、税务、海关、司法、技术监督、国有资产管理、统计、各类产权登记等政府部门掌握的企业信用信息，以及商业银行、公用事业单位和供应商掌握的非政府信用信息。根据一项粗略的统计，在成套的企业征信数据中，大约 56% 的信用信息掌握在相关的政府部门和商业银行手中。至于制作“当事人信用调查报告”的个人信用信息，据称大约 70% 的个人信用信息掌握在公安等政府部门和商业银行手中。

（2）市场上商业化的信用信息

商业化的信用信息采集自市场，是指除政府和企业内部之外的在市场上采集到的信用信息。商业化的信用信息主要包括如下内容：

1) 征信机构提供的信息。各类企业和个人征信机构是获取客户信用信息的重要来源。征信机构在调查手段、征信数据分析技术、社会关系网络和现场核实能力等方面，远胜于单个企业的信用管理部门，在采集征信数据和调查数量方面产生规模效应，具备低成本调查的优势。在国内的征信市场上，企业可以通过征信机构获得成套的征信数据，进行常规的客户资信调查、特殊的专业调查、事实核实和跟踪调查等。对于企业来说，征信报告所提供的信用信息是性能价格比最高的信用信息。

2) 专业数据供应商提供的信息。与其他信息来源相比，数据供应商提供的信息最为丰富，不仅包括信用信息，还包括其他类的信息。在国际上，有些数据供应商可以根据征信机构的需要提供信用信息，并按照征信机构的采集单提供标准格式的高质量信用信息，如美国 Acxiom 公司就是提供个人信用信息的

专业公司,其 InfoBase 是巨大的商业信息数据库。使用数据供应商提供的信息时,要求企业信用管理人员熟知什么是信用信息,并提供采集单和数据格式。

3) 行业协会掌握的信息。有许多行业协会信息中心或情报部门,专门采集有关本行业发展及从业人员变化的种种信息。这是反映行业实际情况和发展趋势的重要信息来源。在一般情况下,企业要成为一个行业协会的正式或非正式会员,才能获得这些信息。行业协会也会定期组织会议,交流企业的资料。

4) 公众媒体披露的信息。在高度发达的信息社会里,网络、报纸、杂志、广播、电视等公众传媒为我们提供了丰富的信息。从公众媒体得到的客户信息,除了替企业唱赞歌的之外,多数信息比客户自己提供的客观,公正性也相对好一些。尽管来自公众媒体的信息为征信提供了一些线索,但公众媒体披露的信息不是完整信息,准确性相对差些。除非将某企业的公众媒介报道进行长期积累和特殊加工,并非常有技巧地做统计处理。这些信息在使用之时要详细核实,对公众媒体的信息进行长期采集和统计加工的成本相当高。

5) 委托其他机构调查取得的信息。企业信用管理人员可以委托一些非专业调查机构进行调查或核实信息。例如,委托律师事务所进行调查,通过律师取证得到被调查对象的一些特殊信息,获得可靠性非常高的第一手信息。也可以委托私家侦探所进行调查。但是,这类型的调查和数据采集存在费用太高且容易让客户察觉,很有可能伤害企业与客户的关系。

2. 原始信息和二级信息

按照信息是否经过加工处理,信用信息可以分为原始信息和二级信息。原始信息就是企业通过各种信息来源采集到的且没有经过信用管理人员处理的信息。由于来源渠道不同,原始信息可能会出现内容上的重复和矛盾,形式上也不统一,需要进行整理和处理。

经过信用管理人员对散乱无序的原始信息进行筛选、分类、比较、核实、更新等加工处理后,所形成的信息就是二级信息。“筛选”是将信用信息从其他客户信息中选出来,还要挑选出新消息。“分类”是将选出来的信用信息分成纯文字定性描述类信息和量化信息。例如,企业的办公设施和员工素质评价等信息就是纯文字描述性的定性信息,而企业的财务报表上的数据就是量化信息。另外,分类工作还包括按照客户信用档案模板要求的信息栏目进行分类,将新的信息与原有的信息进行比较,看看有无必要更新原来的内容。“核实”工作非常重要,对形成客户信用风险评价指标的重要信息进行核实,保证信息的准确性、可靠性。同时,信用管理人员还要决定是否保存原始记录作为证据。“更