



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



高等学校管理类专业前沿课程教材

企业信用管理

□ 叶陈毅 主编



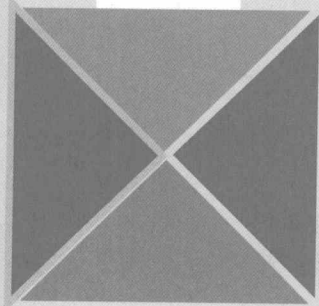
高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



高等学校管理类专业前沿课程教材



企业信用管理

□ 叶陈毅 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

内容简介

本书全面阐述企业信用管理所涉及的思想理论与实践方法。本书共有 11 章,分三大部分论述:首先,论述了企业信用管理及其制度的理论依据、国外概况及内涵,对信用制度与企业失信行为进行理论思考与实际对策探讨;其次,专门介绍企业信用管理的实际业务流程和特有操作技能;最后,阐明了企业信用管理制度体系。

本书是国家自然科学基金课题(70772008)研究成果、教育部人文社会科学课题(06JA630014)研究成果、河北省科技厅软科学课题(07457203D-7)研究成果。作为面向 21 世纪全国普通高等教育“十一五”国家级规划教材,适用于作为普通高等院校管理类、金融类、财经类、法律类高年级本科生以及 MBA 与企业管理等专业研究生课程教材,亦可作为在职管理者、法律从业人员学习、参考和培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

企业信用管理/叶陈毅主编. —北京:高等教育出版社, 2008.3

ISBN 978-7-04-022854-0

I. 企… II. 叶… III. 企业管理:信贷管理-高等学校-教材 IV. F830.56

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 003720 号

策划编辑 张冬梅 责任编辑 黄燕 封面设计 杨立新
责任绘图 尹文军 版式设计 张岚 责任校对 王超
责任印制 韩刚

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100011	网 址	http://www.hep.edu.cn
总 机	010-58581000		http://www.hep.com.cn
		网上订购	http://www.landaco.com
经 销	蓝色畅想图书发行有限公司		http://www.landaco.com.cn
印 刷	北京鑫丰华彩印有限公司	畅想教育	http://www.widedu.com
开 本	787×960 1/16	版 次	2008 年 3 月第 1 版
印 张	21.25	印 次	2008 年 3 月第 1 次印刷
字 数	380 000	定 价	26.60 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 22854-00

前 言

市场经济是信用经济，良好的信用是建立规范的市场经济秩序的保证。在市场激烈竞争中的企业信用对经济效益的影响巨大，日渐成为企业是否优秀和成熟的重要标准。然而，我国发展市场经济的时间较短，信用问题始终是严重制约我国经济健康发展的关键因素。在现实经济生活中，存在着大量的“失信”现象：企业信用和个人信用严重匮乏，企业间三角债屡清不绝，银行不良贷款居高难下，假冒伪劣商品屡禁不止，等等。据相关报道，在发达市场经济中，企业间的逾期应收账款发生额占贸易总额的0.25%~0.5%，而在我国这一比率高达5%以上。我国进出口企业近几年在海外无法正常追回的逾期账款至少在100亿美元以上，拖欠账款数额呈逐年上升的趋势。信用的缺失导致市场交易成本的极大提高，对中国的资本市场、金融市场等行业造成莫大损害，阻碍着市场作为资源配置体制的作用的发挥，对整个经济的增长造成了重大的消极影响。

在西方国家，信用结算方式已经成为商品交易中绝对的主流，商业贸易的90%采用信用方式，只有不到10%的贸易采用现汇结算。我国情况则全然相反，信用交易方式仅占有所有交易的20%左右，现金交易达到80%。落后的结算方式使我国企业的竞争力明显降低，面临被淘汰的威胁。我国加入WTO之后，成为世贸组织的成员国，这为我国经济发展和市场化进程带来新的机遇，但同时要求我们必须遵循国际市场交易信用规则。为贯彻《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》和在全社会强化信用意识，顺应建立社会信用制度和和谐社会的紧迫要求，改善企业发展的信用环境，加快企业信用管理是当前一项艰巨而重要的使命。

随着我国经济体制改革的深化和市场经济的发展，信用体系的重要性被越来越多的企业所认识和关注。21世纪的中国经济发展进入知识经济时代，面临着新的历史背景。我国正在进行产业结构调整，高新技术与信息技术一日千里，互联网与电子商务、电子政务迅猛发展，为市场经济带来了蓬勃的生机，同时也带来了市场信用的风险。在当前我国加快建立健全社会信用管理体系的

大环境下,建立企业信用、加强企业信用管理已经成为社会信用管理体系建设的重中之重。针对我国企业信用管理格外薄弱的现状,本教材系统地介绍了有关企业信用管理及其制度的基本知识和实务技能。对企业信用管理制度体系的整个建设过程、具体环节进行全面而有价值的论述,希望对我国企业界科学完整地了解企业信用管理制度,提升信用管理水平有所裨益。

本教材立足于当前国内经济发展趋势和现实需要,参考国外同类本科课程科目设置,注重企业信用管理理论与实务密切相连,在深入研究国内外主要教材、充分借鉴其优点、尽可能避免其缺陷的基础上进行编写。与已出版的其他同类教材相比,本教材具有如下特色:

第一,内容全面,理论体系科学严谨。本教材侧重于如下四个方面内容:一是“是什么”,即介绍企业信用管理的基本概念及基本假设;二是“做什么”,即明确企业信用管理的基本任务;三是“怎么做”,即告知企业信用管理体系在实务中如何操作;四是“如何用”,即说明如何使用企业信用管理信息。教材追本溯源,首先介绍国内外企业信用制度的理论基础和历史演进情况,引申出信用风险与交易环境的理论阐释。在此基础上介绍信用管理在企业管理中的突出地位及其重要内容。本教材主要讲解企业行为信用透视与反思、企业信用客户管理、赊销管理、企业信用担保管理、企业信用风险管理、企业资信调查、企业信用评估、网络信用管理、企业信用管理制度、企业信用文化等内容,涉及法律、财会、金融、管理等学科知识,资料充足,信息丰富,实用性强,适合于国内大学本科经济类、工商管理类专业教学使用,也可供企业、银行、证券公司和其他金融机构从业人员学习使用。

第二,权威性较强,与国际信用惯例接轨。本教材除涵盖信用管理的主要内容外,第一次提出从制度和文化方面来加强企业信用管理,更加全面、深入、理性地解决信用管理根本上的症结问题。本教材将企业信用管理分为企业信用管理与企业信用管理制度(他律正式强制)、企业信用文化(自律非正式约束)部分。本教材集合制度经济学、信息经济学、博弈论、系统论以及现代管理学、行为科学等最新理论、思想方法与成果,深入分析企业失信行为并阐述企业信用管理及其制度,尽可能做到理论联系实际。本教材结合我国企业信用领域的新变化、新内容,并借鉴国际信用理论方法和国外教材的编写经验,尽量使用图表和实际案例,以便做到图文并茂,深入浅出。在名词、术语的使用和内容的叙述上,本教材以通用准则为标准,对重要的名词、术语都加附英文。

第三,恰当的均衡性,将实务与理论两者并重结合。为避免同类教材理论与实践方面“顾此失彼”的通病,本教材注重从理论上系统表述,同时兼顾信用管理的特性,既论述企业信用管理的基本理论,又详细阐明其具体实务。在

充分占有材料的基础上,本教材采用案例研究法,每章都提供古今中外企业信用资料,扩充本书阅读信息量,为理论阐述提供大量印证。本教材每章都附有案例或练习题,以帮助读者将理论与实务有机结合,掌握企业信用管理的理论与方法。本教材提供了关于我国企业信用现状的625份调查问卷,据此深刻剖析失信根源。在此基础上提出了切实可行的企业信用管理目标,构建企业管理制度体系、培育企业信用文化。同时本教材还参考了国内外权威杂志上的相关文章,介绍了最新学术思想和研究进展,以使本教材更好地体现理论和实践的双重收获。

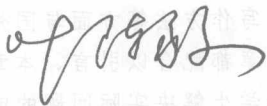
第四,体例新颖独特,教学目标导向明确。本教材在内容安排、体例设计、写作方法等方面与国外教材一致。结合管理、经济、财务专业教学特点,每一章都配合以引言、本章小结、关键词、复习思考题、图片,供课堂讨论,培养学生解决实际问题的能力。采取弹性的教学内容与学时安排,便于教师根据不同情况授课。在每章开头编写本章学习目标,导向明确,构架内容讲解—小结复习—检测巩固的教学体系,达到巩固知识的目的。

第五,使用便利,配备完整合理的教学课件。在实际教学过程中,为了给使用本教材的教师提供极其灵活和便捷的服务,将配备系列内容丰富有趣的教学课件,免费赠送给教师。

为了增强本教材的可读性和信息量,我们引用了大量精选的报纸杂志和书籍文献资料作为本教材的专栏、实例和案例讨论题,对被引用的各位作者(包括注名的和未注名的)深表谢意。真诚感谢长期以来关爱、扶持作者学习、工作与生活的各位老师、亲友、同学和愉快合作、协力奋战的参编伙伴们。衷心感谢高等教育出版社相关编辑的热诚帮助和大力支持!

本教材由天津财经大学商学院工商管理专业博士后、石家庄经济学院会计学院副教授叶陈毅任主编,由中国人民大学黄明哲博士、桂林电子科技大学管理学院教授曾繁荣博士、华北电力大学工商管理学院叶陈云博士、广东金融学院会计系罗书章博士任副主编。主编全面设计本书篇章架构,执笔本书前三章与最后两章,并组织撰写、修改、统纂全书,副主编协助主编撰写与修改初稿,提供相关资料。参加本书各章初稿撰写的是:黄明哲(中国人民大学书报资料中心副编审)执笔第一章、叶陈云执笔第二章、裴富才(天津天士力集团财务总监、新加坡EMBA)执笔第三章、罗书章执笔第四章、吴永民(兰州理工大学经管学院讲师)执笔第五章、郭焕书(石家庄经济学院会计学院讲师)执笔第六章、吴彦龙(天津财经大学教授博士)与王志超(安徽财经大学讲师)执笔第七章、曾繁荣执笔第八章、卢照坤(天津科技大学博士副教授)与高建来(天津科技大学教授博士)执笔第九章、杨光(浙江万里学院副教授)执笔第十章、刘永祥(武汉理工大学博士生、北方工业大学教授)执笔十

一章。如何加强企业信用管理对我国企业来讲是一项长期、艰巨而复杂的工程。我国企业信用管理的教学工作与教材建设，亦成为新世纪我国企业可持续发展中举足轻重的大事。由于本教材选题属于现代管理学科前沿课题，可供借鉴与参考的资料有限，目前能借用的国内企业信用管理实践事例和经验不足，编写难度较高，加上时间较紧，任务繁重，工作量大，参编者能力和学识局限，本教材难免出现不妥与疏漏之处，有待日后加以改进。敬请学术界、企业界朋友和广大读者赐教和指正。如蒙批评斧正，不胜铭感之至。



2007年11月1日于天津

目 录

第一章 导论	1
本章学习目标	1
第一节 信用管理：现代企业管理的关键	2
专栏 健商：企业信用乃组织生存之本	5
第二节 企业信用管理的概念、类型与职能	5
实例 1-1 卫鞅立木取信于民 政令畅通	10
第三节 研究企业信用管理的目的、意义与方法	15
实例 1-2 信用经营 品德是金	22
第四节 企业信用管理的研究背景与主体框架	22
本章小结	25
关键词	25
复习思考题	25
案例分析题 格兰仕：用信用支持战略	25
第二章 企业信用制度理论及沿革	28
本章学习目标	28
第一节 西方新制度经济学与信用制度	29
实例 芬兰成功的秘诀：信用	34
第二节 微观信息经济学相关的基本理论	34
第三节 国外信用制度的历史演进	38
专栏 2-1 中国目前最稀缺的资源是信用	42
第四节 我国信用制度产生与发展	42
专栏 2-2 中国信用共建宣言	51
本章小结	52
关键词	52
复习思考题	53

	案例分析题 加拿大 G 公司系列诈骗案引起的反思	53
第三章	企业行为的信用分析与思考	55
	本章学习目标	55
	第一节 信用、契约经济和信用制度	56
	第二节 企业信用行为及其因素分析	61
	实例 3-1 诚信生财	66
	第三节 企业失信行为分析与防范对策	69
	实例 3-2 中国企业社会责任同盟成立	74
	第四节 转型时期我国企业信用管理困境及其成因	74
	实例 3-3 中国失信破产第一案：南京冠生园事件	82
	第五节 中国企业信用状况问卷调查的思考	83
	本章小结	87
	关键词	88
	复习思考题	88
	案例分析题 齐二药厂：“国药准字”也制假	88
第四章	风险、交易环境与信用销售	90
	本章学习目标	90
	第一节 风险的含义及其识别	91
	专栏 4-1 《新巴塞尔协议》发布最新《信用风险管理原则》	95
	第二节 信用交易的市场环境	95
	实例 4-1 戴尔构筑企业“互信生命共同体”战略——每人皆为老板	101
	第三节 企业信用要素	102
	专栏 4-2 企业家品格是最大的信用	109
	第四节 信用销售	112
	实例 4-2 温州纪实：从失信到诚信	117
	本章小结	118
	关键词	119
	复习思考题	119
	案例分析题 加强风险控制会影响销售吗？	120
第五章	企业信用客户管理	123
	本章学习目标	123
	第一节 客户管理的概念及分类	124

605	实例 5-1 江华汽车修配厂推行规范有序的客户管理	127
605	第二节 企业信用信息和客户评价	129
605	专栏 世界各国的信用信息系统和信用局	140
605	第三节 企业客户信用额度的确定与授予	140
605	第四节 企业客户档案建立和管理	144
605	实例 5-2 上海启用个人信用档案	148
	本章小结	149
	关键词	149
	复习思考题	149
	案例分析题 利用信用证诈骗贷款案	150
	第六章 企业赊销管理	152
	本章学习目标	152
	第一节 企业赊销管理概述	153
	实例 6-1 中国企业信用问题突出——平均账款拖欠天数超过 90 天	157
	第二节 企业赊销成本分析与政策管理	158
	专栏 6-1 中小企业需要赊销管理吗?	163
	第三节 企业应收账款日常管理	164
	实例 6-2 丧失诚信的代价——日本三菱汽车公司隐瞒产品质量问题 反思	170
	第四节 企业赊销业绩评价	171
	专栏 6-2 提升企业“道德指数”	176
	本章小结	177
	关键词	177
	复习思考题	178
	案例分析题 千亿美元海外欠款缘何难以追回	179
	第七章 企业信用风险管理	182
	本章学习目标	182
	第一节 信用风险与企业信用管理	183
	实例 7-1 德、诚、信：铸同仁堂金字招牌	190
	第二节 企业信用风险分析的基本分析方法	191
	专栏 7-1 日本企业面临诚信危机	196
	第三节 企业信用风险的财务分析方法	196
	实例 7-2 豆腐坊的故事：关于信息与信用的关系	202

IV	203	第四节 企业信用风险的转移与控制	203
▼	208	专栏 7-2 FOB 条款下怎样减少风险	208
▼	208	本章小结	208
目	208	关键词	208
	209	复习思考题	209
录	209	案例分析题 华泰建材公司信用风险管理案例	209
		第八章 企业资信调查	211
	211	本章学习目标	211
	212	第一节 企业资信调查概述	212
	216	专栏 8-1 欧美国家的著名信用机构	216
	220	第二节 企业资信调查的特性和作用	220
	222	第三节 企业资信调查方式	222
	225	专栏 8-2 全球财富百强企业社会责任 98% 不及格	225
	225	第四节 企业资信调查内容和结论	225
	239	实例 《财富》中文版“最受赞赏的中国公司”海尔集团排行榜首	239
	240	本章小结	240
	240	关键词	240
	241	复习思考题	241
	241	案例分析题 警惕招商引资中的骗局	241
		第九章 企业信用评估	243
	243	本章学习目标	243
	244	第一节 企业信用评估概论	244
	247	专栏 9-1 浙江 6 城市入金融生态排名 为何浙商最讲信用	247
	248	第二节 企业信用评估的基本程序与内容	248
	251	第三节 企业信用评估的基本方法	251
	261	专栏 9-2 CPA 讲诚信的成本收益分析	261
	262	第四节 企业信用评估的技巧与标准	262
	265	专栏 9-3 上市公司信用状况堪忧 160 家企业 AAA 级仅三家	265
	265	本章小结	265
	266	关键词	266
	266	复习思考题	266
	266	案例分析题 不能仅以企业规模来评估信用	266

第十章 企业信用管理制度	268
本章学习目标	268
第一节 企业信用管理制度模式的选择	269
专栏 10-1 解决诚信问题的根本出路在于制度创新	274
第二节 我国区域性企业信用管理制度	275
实例 10-1 信用：重铸 16 城市群核心竞争力	277
第三节 我国企业信用管理体系的核心制度	278
实例 10-2 平安三度蝉联“最佳企业公民”	284
第四节 企业信用管理的制度环境和配套制度	284
专栏 10-2 信用环境建设是经济发展的生命线——周小川在首届 中国金融论坛上的讲话	290
本章小结	297
关键词	297
复习思考题	297
案例分析题 赤诚燃续百年炉火 “全聚德”烤鸭名扬天下	298
美国世通公司财务失信欺诈案	299
第十一章 企业信用文化	301
本章学习目标	301
第一节 信用文化对企业发展的积极作用	302
专栏 11-1 先义而后利——注册会计师与注册评估师的义利观与 信用文化	304
第二节 经济伦理的产生与发展概况	304
专栏 11-2 善良的人更长寿	306
第三节 世界成功企业的公司伦理价值观	306
实例 世界知名企业对于员工诚信品质的要求	308
第四节 铸造诚信至上的企业信用文化	309
专栏 11-3 用沟通共建和谐：中国移动通信争做优秀企业公民	317
本章小结	318
关键词	319
复习思考题	319
案例分析题 安利公司：以诚信创造卓越	319
主要参考文献	323

第一章 导论

人而无信，不知其可也。大车无輹，小车无軌，其何以行之哉？

——孔子《论语·为政》

【本章学习目标】

通过本章学习，你应当：

1. 理解企业信用管理的重要性与必然性；
2. 了解企业信用管理的概念、类型与职能；
3. 理解研究企业信用管理的目的、现实意义与方法；
4. 掌握企业信用管理研究的对象、内容与主体框架，为后续章节学习奠定基础。

晋商——五百年兴盛不衰的中华传奇

中国封建社会有长达上千年的重农抑商历史，“君子喻于义，小人喻于利”、“无商不奸”流传于民间。但明清时代的晋商却崇信尚义，屹立商界五百年，雄踞徽商、粤商等十大商帮之首，名闻四海。晋商创造辉煌的最重要秘诀就是诚信经营。晋商视信为商家之命，坚持信用第一，取利有道，利以义先，宁赔本也不做玷污商号招牌的事。如祁县乔家在包头的复盛油坊，一次运胡麻油回山西销售，经手员工为图厚利在油中掺假，掌柜发现后，立令倒掉重装，经济上虽蒙受损失，却招得近悦远来。清朝咸丰年间，复盛西面铺掌柜立账把斗秤放大，比市上加一成，市民争相到该号

购买。梁启超也曾评论说“晋商笃守信用”。1888年，英国汇丰银行在上海的经理回国前，对晋商曾有过这样评论：“这25年来，汇丰银行与上海的中国人（晋商）作了大宗交易，数目达几亿两之巨，但我们从没有遇到过一个骗人的中国人。”

信用品德是企业最好的无形资产，做生意在本质上就是做人。只有诚信做人和严守道德才能立于不败之地。在全面创建和谐社会的新时期，弘扬中华民族注重信用的传统美德，重塑企业诚实守信的经营理念，维护经济健康运行的市场秩序，已是构建现代“信用中国”和社会主义市场经济信用体系的燃眉之急。

面对新世纪和WTO提出的挑战，新经济时代的中国正处于建立社会主义市场经济体制之中。伴随着改革开放以及国内外经济、文化、思想意识的交融互动，信息技术和市场竞争、知识经济的快速发展同时强烈地冲击、改变着中国社会许多传统观念，人们的道德、伦理、价值观也发生了巨大变化。“诚信危机”已经危及每个人的正常生活，我国正处于经济转轨最关键也是最艰难的时期，建立社会信用之路任重而道远。

第一节 信用管理：现代企业管理的关键

随着现代通信技术和网络技术的迅速发展，21世纪的中国加入WTO，融入了经济全球化的大循环之中，社会信用市场发生了翻天覆地的变化。知识经济和网络时代的到来，大大加强了市场的透明度，改变了信用市场上的信息不对称。我们社会由农业化向工业化、信息化时代转变，显然改变了旧的社会结构，新的社会秩序还未完全建立，人们心理积淀下来的道德观念受到了较大的冲击。

当前，在我国社会各个领域信用失范现象十分普遍，作为修身立国之本的诚信原则受到了强烈冲击，假冒伪劣现象泛滥成灾，合同违约、商业欺诈随处可见，三角债、拖欠款和银行不良债权司空见惯，各种经济犯罪令人震惊，商业信用受到很大影响。有的经济主体的正常经营十分困难，已陷入恶性循环。同时地方保护主义在利益驱动下猖獗一时，许多违法违纪造成信用纠纷的当事人受到非法保护，法院裁决难、执行难，现实存在的司法腐败又助长了这种恶劣行径，社会信用环境和法制环境严重恶化。信用风险和危机的存在，直接破坏了国家经济基石和国家经济安全，使得整个经济活动难以正常运行，不仅严重地阻碍着社会主义市场经济的道德规范体系的建立，还干扰着社会主义市场经济的法律秩序，威胁着依法治国和以德治国方略的实现。社会呼唤信用，重新高举诚信的大旗，建构起新的社会信用体系已成为整个社会的当务之急。

令人欣慰的是，在我国已加入WTO的新世纪之际，社会信用问题已引起了我国政府的高度重视，整顿信用秩序已被列入国家的“十一五”规划。当前

国家经贸委等有关部门正在着手大力推动以企业信用担保体系为突破口的社会化信用体系建设，建立在社会主义法制基础上的信用经济时代已经启动。在社会主义市场经济中，以诚信原则为基础，构建起新的、和谐的社会人际关系、社会信用关系、新的经济伦理关系，是非常紧迫的任务。

社会主义市场经济条件下，信用无处不在。生机勃勃、充满活力的信用活动，要以有一个良好的社会信用环境为前提。改革开放，经济的快速发展给中国注入了生机，但因相应的信用观念尚未树立，信用管理制度与体系并未建立，而且产权不明晰，政府对市场的干预，对各种违规、失信行为的惩处不力，导致了严重的信用问题。2001年，广东潮汕地区走私贩私、制假贩假、逃税骗税、逃废债务等经济问题；“银广夏”以及其他上市公司虚构利润，中关村整体信用缺失……暴露了信用的危机，甚至有人提出信用危机是中国市场经济的“败血症”。经济学家吴敬琏曾总结出国内信用恶劣的几种表现：履约率极低；债务人逃废债务；假冒伪劣充斥市场，毒米毒酒事件不断；企业虚假披露，上市圈钱屡见不鲜；有偿新闻、虚假广告、虚假财务报告和“黑嘴股分析”满天飞；大量的银行不良贷款和剽窃知识产权现象时有发生。直到1997年，银行中长期消费信贷才开始在住房、耐用消费品等领域开展，目前信贷规模尚不及银行信贷总规模的1%。而在发达国家，这一比例往往是30%左右。

据有关调查估算，我国因高额惊人的制假经济而导致年均损失税收250多亿元。据不完全统计，目前我国每年订立的合同有40亿份左右，但合同的履约率只有50%，经济契约的签约率仅为64%。不签约，就只能是一手交钱，一手交货，或者以货易货，使交易双方原始倒退。

“人无忠信，不可立于世”。商业交往离不开“信用”这条纽带，中国自古就有“诚信为本”、“童叟无欺”的商业信条，活跃于明清两代的徽商和一些百年老店就是这种商业精神的实践者。徽商多能重然诺、守信用，或是“商旅中往往藉一言当质券”，或是“居常以然诺取重”，有的甚至把信用和名誉看得比金钱更为宝贵。而目前，社会上的不正当竞争行为严重违背了诚实信用原则，造成竞争秩序的混乱，从而影响市场经济机制的正常功能。市场交易行为的失信，在整个社会生活的各个方面都造成了极为严重的混乱，毒害了人们的心灵，破坏了良心道德，败坏了善良诚实纯朴的民风民俗，严重腐蚀了整个中华民族的美德。信用的缺失以及给某些地区和企业带来的经济损失，使我们开始认识到信用的道德观念和信用体系在市场经济中的作用。“信，国之宝也，民之所庇也”。经济生活中有无诚信是衡量市场经济是否成熟的重要标志，甚至有人认为诚信是市场经济的“帝王原则”。

然而，信用是时下某些中国人最稀缺的一种道德性资源。在经济运行中，信用约束机制弱化，社会信用环境不佳，社会经济活动中不讲信用、无视信

用、破坏信用的现象正逐步危及整个社会，致使企业的信誉和形象受损，造成资源的浪费，严重制约了国民经济的健康发展。在市场经济发达国家，大多数交易是通过信用形式进行的，如美国占90%，而我国只占20%，其余是通过现金进行交易。美国企业的平均坏账率为0.25%~0.5%，而我国为5%~20%，有的企业甚至为80%。据专家分析，由于市场交易缺乏信用制度，我国每年国民生产总值的10%~20%为无效成本。市场需要诚实信用，市场呼唤诚实信用。如果一个地区诚信程度低劣，也许能呈现暂时繁荣与发达的假象，但终将是穷途末路。

在经济学中，信用往往成为重复博弈中，当事人谋求长期利益最大化的手段。如果博弈在某种制度条件下重复进行，那么人们倾向于相互信任。信用的建立有赖于特定的产权制度安排和稳定的政策环境。在商业化社会中，要得到别人的信任，就要讲信用，遵守职业道德，为了长远利益而宁愿牺牲眼前利益。企业是市场经济中信用行为的首要主体。企业信用是社会公众和合作伙伴对企业的肯定、赞赏和信任。市场经济不能没有信任，缺少信用，企业和社会都无法正常运转。在市场经济中，企业之间的竞争终究是信用或信誉的竞争。企业失去信用，也就会失去品牌和客户，丧失发展的可能性。根据信息经济学的研究，信用是由交易双方当事人自己维持的，对违约的惩罚来自交易的中断，对信用的需求来自于信息不对称。掌握许多信息的一方做出不欺骗对方的承诺，原因在于失信就会导致企业交易成本上升，更严重的是信用丧失将造成消费者对市场的不信任或缺乏信心，从而导致市场的萎缩。没有信用，不能建立起有效的信用机制，企业就永远长不大。由此可见，信用是企业的生命。

根据博弈论的原理，信用机制建立的前提是重复博弈，这既需要产权等制度的安排，也需要参与人的长期付出和精心培养。但资本或资金因素有时也许成为制约企业发展的瓶颈，比如因资本或资金短缺而陷入危机而破产倒闭的公司为数不少；而资本或资金短缺和损失有时常常是因为严守承诺而造成的，特别是在多数人不讲规则而少数人却严守契约之时。然而，随着市场机制的逐渐完善，短暂获利只会窃喜于一时，而不可能会愉悦于一世。正如林肯所说：你也许能欺骗许多人于一时，你也许甚至能欺骗一些人于一世，但是你不能欺骗所有人于一世。诚实守信的人和企业毕竟能笑得最好，笑到最后。金融业发达的重要标志就是信用成为资本本身，因为银行家要出售的不是金钱而是信用。金融作为发达市场经济的核心，必须以信用为基础。丢掉信用，也就会毁坏金融的道义基础，从而葬送自身的前途。人们把金融称为信用制度的根本原因就在于此。信用既能赢得社会资本，以及社会大众的信任，又能帮助企业赢得资本本身，即企业发展所必需的资金，进而成为宝贵的无形资产。

信用管理在现代企业管理中具有核心的作用，涉及企业各个基础管理领域。企业没有健全的信用管理就没有竞争力。因此如何以信用管理为突破口，带动企业基础管理的全面改革，是一个十分严峻的课题。美国管理协会的专家曾指出：中国企业在信用管理上的空白将是其在新的市场环境下发展的最大障碍之一。许多人大声呐喊要“净化社会信用环境”。西方企业在世界 500 强中占主导的最重要因素之一，就是它们对信用和信用管理的重视程度。西方某权威调查机构曾做过系统调查，当问及在企业十几项管理中最重要管理何在时，最后的调查结果显示：信用管理被排在第一位，其次才是战略管理、生产管理、财务管理、人力资源管理。因此尽快建立企业信用管理制度显得尤为重要。

【专栏】

健商：企业信用乃组织生存之本

不同的中西方文化背景对企业信用、企业文化、企业伦理会有不同的影响，智慧、勇敢、毅力的培育是形成强力型企业文化不可或缺的环节。世界 500 强企业都是把诚信、智慧和勇气——企业伦理宪章的精髓，作为制定企业价值观的基础。在多数成功的企业如通用电气、迪斯尼、索尼公司看来，企业信用是企业伦理宪章的核心和基础。正像人们有智商 (IQ)、情商 (EQ)、财商 (FQ) 与健商 (HQ) 一样，企业也有智商 CIQ、情商 CEQ、财商 CFQ 与健商 CHQ。为什么有的企业有超常的盈利能力，而有的企业破产倒闭，因为前者财商高，后者财商低。在企业智商、企业情商、企业财商、企业健商序列中，企业健商是关键，如果企业健商是 1，企业智商、企业情商、企业财商才有意义；如果企业健商是 0，企业智商、企业情商、企业财商乘上 0 最终结果还是 0。如美国安然公司做假账，在企业文化、核心价值观上出了问题，最终导致垮台。

资料来源：刘光明，企业信用，北京：经济管理出版社，2003。

第二节 企业信用管理的概念、类型与职能

企业信用管理是现代企业管理最重要的组成部分，是企业管理学的重要分支，也可将其称为信用管理学。在探讨如何做好和构建企业信用管理及其制度时，先应了解相关的基础知识。

一、信用的含义及其分类

(一) 信用、诚信与信誉的辨别

“信用”(Credit)一词在辞海里有三种释义：信任使用；遵守诺言，实践成约，从而取得别人对他的信任；价值运动的特殊形式。信用最基本的含义是