



浙江省职业培训和职业技能鉴定推荐教材

浙江省信用管理师培训教材编委会组织编写

信用管理 实务教程

主 编/刘俊剑

 中国金融出版社

浙江省职业培训和职业技能鉴定推荐教材
浙江省信用管理师培训教材编委会组织编写

信用管理实务教程

主 编 刘俊剑
副主编 王宁江 杨隽萍
俞新观



中国金融出版社

责任编辑：彭元勋 童玮薇

责任校对：潘洁

责任印制：张莉

图书在版编目 (CIP) 数据

信用管理实务教程 (Xinyong Guanli Shiwu Jiaocheng) / 刘俊剑主编.
—北京：中国金融出版社，2008. 1
ISBN 978 - 7 - 5049 - 4605 - 8

I. 信… II. 刘… III. 信贷管理—教材 IV. F830. 51

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 001649 号

出版 **中国金融出版社**
发行

社址 北京市广安门外小红庙南里 3 号

市场开发部 (010)63272190, 66070804 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 82672183

邮编 100055

经销 新华书店

印刷 利兴印刷有限公司

尺寸 170 毫米 × 228 毫米

印张 17.25

字数 296 千

版次 2008 年 1 月第 1 版

印次 2008 年 1 月第 1 次印刷

印数 1—4000

定价 26.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 4605 - 8/F. 4165

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010) 63263947

编 委 会

主 任	孟 刚	周建松	
副主任	钱建鑫	王 进	刘俊剑
编 委	李 军	王宁江	黄国汀
	金健文	俞新观	潘上永
	杨隽萍	金建森	何 杰
	章 铖	叶 芳	杨 艾
	金 飒	赖朝晖	王 静



编写说明

市场经济是契约经济，契约达成预期效果的基础是信用。社会信用体系是成熟市场经济的重要标志，建立健全社会信用体系已在党和国家的重要文件中多次强调，并将其作为完善社会主义市场经济体制的重要内容。随着国家自上而下的推动，社会信用体系的建设已经在众多领域得到推进。

现代企业信用管理制度的推行是整个信用体系建设的重要一环。我国自 2002 年起，不少大学先后开设了信用管理专业。目前已形成从本科教育到硕士研究生、博士研究生教育的完整的高等教育培养链。2005 年，国家劳动和社会保障部召开“国家新职业新闻发布会”，信用管理师这一新职业在会上正式发布。现代企业信用管理即将进入一个大面积推广的阶段。

为了推动信用管理职业化建设，在浙江省发展和改革委员会、浙江省劳动和社会保障厅和浙江省“信用浙江”建设领导小组办公室的指导下，浙江省信用中心和浙江金融职业学院等单位联合成立了浙江省信用管理师培训教材编委会，组织制定浙江省信用管理师开发计划，结合国家劳动和社会保障部 2006 年制定的《信用管理师国家职业标准》，组织编写浙江省信用管理师培训教材，经浙江省职业技能鉴定中心组织专家审核后出版。

本书是信用管理职业教育和专业教学的实务教材，也是国家示范高职高专院校浙江金融职业学院示范性建设重点教材，侧重于介绍信用管理相关的实务与技能等。本书还可以作为从事信用评级、财务会计、企业管理等职业人员的培训教材和参考资料。

本书的编写工作由浙江省“信用浙江”建设领导小组办公室、

浙江金融职业学院和浙江省信用中心联合主持，由浙江省企业信用管理师培训教材编委会组织，编委会副主任刘俊剑负责全书的策划和总纂，刘俊剑、王宁江、杨隽萍、俞新观负责修改和编辑，浙江省职业技能鉴定中心组织专家审定。本书各章具体编写人员为：第一章俞新观，第二章赖朝晖，第三章叶芳，第四章金建森，第五章杨隽萍，第六章杨艾，第七章任超，第八章金飒，第九章黄道礼，第十章彭白颖。

本书编写过程中，得到了浙江省“信用浙江”建设领导小组办公室、浙江省发展和改革委员会、浙江省劳动和社会保障厅、浙江省工商行政管理局、浙江省职业技能鉴定中心、浙江金融职业学院、浙江省企业信用促进会和相关领导的大力支持和指导，浙江众诚资信评估有限公司、杭州资信评估公司在本书的编写过程中做了大量资料收集和企业调研工作，在此一并表示衷心的感谢！

由于中国社会信用体系正在建设过程中，国内企业信用管理的实践尚处于起步和探索阶段，有关的理论研究和资料也不充分，加之编写者的见识和水平有限，书中疏漏不足之处，敬请读者指正。

浙江省信用管理师培训教材编委会

2007年8月



序

信用是市场经济的基石，是现代文明的标志，已经成为一个国家和地区最宝贵的战略资源和精神财富。建立健全社会信用体系，是规范市场经济秩序、完善市场经济体制的重要制度安排，是落实科学发展观、构建和谐社会的重要途径。党中央、国务院高度重视社会信用体系建设，党的十六大提出了整顿和规范市场经济秩序，健全现代市场经济社会信用体系的任务；党的十六届三中全会明确要求，建立健全社会信用体系，形成以道德为支撑、产权为基础、法律为保障的社会信用制度；国家“十一五”规划提出，以完善信贷、纳税、合同履约、产品质量的信用记录为重点，加快建设社会信用体系，健全失信惩戒制度。《国务院办公厅关于社会信用体系建设的若干意见》进一步指出，社会信用体系建设任务艰巨，时间紧迫，必须进一步统一思想，明确任务，加强协调，确保社会信用体系建设顺利进行。

浙江省委、省政府十分重视社会信用体系建设。2001年，省委十届十次全会作出建设“信用浙江”的战略决策；2002年，省第十一次党代会进一步明确了建设“信用浙江”的目标任务，制定了《关于建设“信用浙江”的若干意见》；2004年，省委十一届六次全会通过的《关于建设“平安浙江”促进社会和谐稳定的决定》，进一步提出了“努力建立以道德为支撑、产权为基础、法律为保障的社会信用制度”；2005年通过了政府规章《浙江省企业信用信息征集和发布管理办法》；2006年制定了《浙江省“十一五”社会信用体系建设专项规划》。这些年来，全省上下按照建设“信用浙江”的目标要求，围绕着政府、企业、个人三大信用主体和法规、道德、监管三大体系做了大量工作，初步建立起全省统一的、公共的企业和个人联合征信数据平台，政府公信力得到明显改善，企业信用建设取得重大进展，个人信用意识和素质得到显著提高，信用文化建设全面开展。但同时我们也清醒地看到，信用建设任重道远，还存在着一些亟待解决的问题，如信用建设法治化、市场化有待进一步加强，信用服务业的培育和发展有待进一步加快，信用监管体系有待进一步

完善。

当前和今后一个时期的“信用浙江”建设,要认真贯彻落实省第十二次党代会提出的“加强政务诚信、商务诚信、社会诚信建设,建立健全社会信用体系”的战略目标,以主体信用为基础,以道德法制为支撑,以健全信息征集和披露机制为切入点,以培育和发展信用服务业为重点,率先建立比较完善、富有浙江特色的社会信用体系,为“创业富民、创新强省”提供制度保障和环境支撑。

随着社会信用体系建设的深入,社会各界对信用知识、信用产品、信用服务、信用人才的需求日益增强,据有关部门预计,未来五年,我国企业和各类机构信用管理人才需求将达到 50 万人,将位居我国岗位需求的前列。因此,加强对信用管理人才的培养、规范信用服务业市场发展、提高信用从业人员的职业道德和能力已迫在眉睫。为此,浙江省发展和改革委员会、浙江省“信用浙江”建设领导小组办公室、浙江省劳动和社会保障厅、浙江金融职业学院、浙江省信用中心组织众多业界专家和专业人员,在系统研究国内外信用建设研究成果的基础上,编写了《信用管理基础教程》、《信用管理实务教程》、《建设“信用浙江”,共铸诚信社会——浙江省社会信用体系建设规划与研究》等培训教材,这些书以信用理论为基础,总结了“信用浙江”建设的经验,对从事信用管理工作和理论研究的同志会有所启迪和帮助。

社会信用体系建设是一项系统工程,也是一项长期、复杂的任务。希望在全社会的共同努力下,信用能真正成为公民的立身之本,成为企业的兴旺之道,成为政府的公信之源,成为全社会自觉遵守的行为规范。

浙江省发展和改革委员会副主任
浙江省信用办主任



2007 年 8 月 6 日



目 录

1	第一章 企业信用管理体系
1	第一节 企业信用管理体系的建立
1	一、企业信用管理体系的框架
2	二、企业信用管理体系的简易模式
4	三、企业信用管理体系的标准模式
6	第二节 企业信用管理政策的制定
6	一、企业信用管理政策的适用范围
7	二、企业信用管理政策的制定原则
8	三、企业信用管理政策的制定方法
12	四、企业信用管理政策的影响因素
14	五、企业信用管理政策的类型
15	第三节 企业信用管理制度
15	一、企业信用管理制度的内容
16	二、企业信用管理的授权制度
17	三、企业信用管理的风险责任制度
19	第二章 企业信用管理部门
19	第一节 企业信用管理部门设置
19	一、企业信用管理部门的设置
20	二、企业信用管理部门的职能
21	三、企业信用管理部门的内部组织结构设置
29	四、企业信用管理部门的预算
33	第二节 企业信用管理部门的人力资源配置
33	一、企业信用管理经理的配置
33	二、其他主要业务岗位的配置
34	三、企业信用管理人员的培训

37	第三节 企业信用管理流程
37	一、企业信用管理工作流程
38	二、信用管理部门和其他部门的关系
41	第四节 企业信用管理的信息化
41	一、企业信用管理的信息系统
43	二、信用管理软件介绍
45	第三章 客户信用信息管理
45	第一节 客户信用信息调查的内容
45	一、企业客户分类
46	二、客户基本信息
47	三、经营管理信息
49	四、客户财务信息
50	五、行业与经营环境信息
51	六、其他相关信息
51	第二节 客户信用信息的采集
52	一、客户信用信息的内部来源
54	二、客户信用信息的外部来源
57	三、客户信用信息的跟踪
58	四、信息采集成本的控制
58	五、客户信用信息的核实
62	六、客户信用信息的质量评价
63	第三节 客户信用档案管理
64	一、客户信用档案的建立
65	二、客户信用档案的授权管理
68	第四节 客户信用信息管理的电子化
68	一、客户信用信息数据库的建立
70	二、客户信用信息数据库的改造与重建
72	第四章 客户信用评价
72	第一节 信用要素理论
72	一、“C要素”学说
74	二、其他要素学说

75	第二节 客户财务信息分析
75	一、财务信息概述
76	二、财务报表分析
79	三、资产负债水平分析
83	四、营运能力分析
86	五、长期偿债能力分析
88	六、短期偿债能力分析
90	七、盈利能力分析
92	八、现金流量分析
95	第三节 客户非财务信息分析
95	一、行业基本状况
96	二、组织形式和高级管理人员
96	三、经营发展规划和经营目标
97	四、产品和服务
97	五、发展前景和预测
98	第四节 客户信用评价结论与报告
98	一、客户信用等级确定
99	二、客户信用风险指数
102	三、客户信用评价报告
109	第五章 客户授信
109	第一节 客户信用风险分析模型
110	一、预测型信用分析模型
114	二、管理型信用分析模型
117	三、信用分析模型的调整
120	第二节 客户授信额度的确定
120	一、企业总体授信额度的限制
122	二、确定赊销客户群体的规模
122	三、个体客户授信额度的调整
127	第三节 客户授信额度的动态监控与调整
128	一、客户信用风险的动态监控
129	二、客户授信额度的调整方法
130	第四节 客户授信的流程及内容

- 131 一、客户授信的基本程序
- 132 二、授信额度的审批程序和时间
- 132 三、信用管理人员的审批后续工作
- 133 四、授信额度的使用方法
- 134 五、客户信用额度的回复方式

136 第六章 赊销风险管理

136 第一节 赊销合同设计

- 136 一、赊销合同的内容
- 137 二、赊销合同的条款
- 139 三、赊销合同文本设计

142 第二节 赊销合同执行

- 142 一、赊销合同的授权
- 144 二、信用风险控制与客户管理的协调

146 第三节 赊销风险预警

- 146 一、客户失信预警信息的类型
- 151 二、预警信息的收集
- 153 三、预警信息的评价
- 157 四、赊销风险的预警

158 第七章 应收账款管理

158 第一节 应收账款管理概述

- 158 一、应收账款的成因
- 159 二、应收账款管理的概念
- 159 三、实施应收账款管理的必要性
- 160 四、应收账款管理的目标
- 162 五、应收账款持有成本分析
- 163 六、企业销售与应收账款管理的关系

163 第二节 应收账款的监控与催收

- 164 一、以账龄管理为核心的应收账款分析
- 169 二、实施应收账款的跟踪管理
- 173 三、逾期应收账款的判断和追收

182 第三节 商账追收

182	一、专业商账追收的优势
183	二、商账追收与其他追收方式的比较
184	三、商账追收服务
186	第四节 坏账处理
186	一、坏账损失的认定与核算
187	二、企业计提坏账准备的方法
189	三、正确认识坏账损失
190	第八章 信用风险管理与金融工具
190	第一节 信用风险
190	一、信用风险的内涵和特点
192	二、信用风险管理的重要性
193	三、信用风险管理与商业支付结算
196	第二节 担保
196	一、担保的概念与特征
196	二、担保方式
198	三、担保方式的选择
198	四、担保的操作流程
199	五、信用担保
200	六、反担保
200	第三节 保理
200	一、保理业务概述
201	二、保理的分类
201	三、保理服务机构简介
202	四、保理的基本流程
202	五、采用国际保理方式的优点
203	六、保理注意事项
205	第四节 信用保险
205	一、信用保险业务概述
206	二、国内信用保险
207	三、出口信用保险
211	第五节 其他金融工具
211	一、信用证

213	二、备用信用证
214	三、银行保函
217	四、福费廷
219	第九章 利用征信数据库开拓市场
219	第一节 检索客户信息
219	一、商业征信数据库简介
220	二、目标企业的检索
227	三、确定委托服务方式
230	四、检索结果的说明和存档
231	第二节 现有业务简介
235	第十章 信用管理绩效评价
235	第一节 信用管理绩效评价概述
235	一、信用管理绩效评价的概念
235	二、信用管理绩效评价的作用
236	三、信用管理绩效评价的原则
236	第二节 信用管理部门的绩效评价
236	一、信用管理部门绩效评价的原则
237	二、成本效益比较法
238	三、收账期比较法
241	四、坏账水平比较法
243	五、信用管理部门绩效评价的其他指标
245	第三节 信用管理政策的调整
245	一、信用管理政策调整概述
246	二、信用管理政策调整的原则
246	三、信用管理政策的调整与完善
251	四、信用管理政策调整的案例
254	附录：浙江省企业信用信息征集和发布管理办法
260	参考文献



第一章

企业信用管理体系

企业客户信用管理，简称企业信用管理，是指企业在市场交易过程中，制定信用管理政策、收集客户信息、评估客户信用并进行授信、保障债权和回收，以及处置应收账款等一系列控制客户信用风险的管理活动。进行企业信用管理，首先需要在企业内部构建一套企业信用管理体系，这其中包括信用管理的指导原则、信用管理政策、信用管理机构、信用管理制度与信用管理流程等部分。

本章重点讲述功能完备的企业信用管理体系，并简要介绍适合中小企业和客户信用风险相对较小企业的简易信用管理体系。

第一节 企业信用管理体系的建立

一、企业信用管理体系的框架

本章所论述的企业信用管理体系指微观层面的企业信用管理内部体系，即作为微观市场经济主体的企业，在进行狭义信用管理时采用的内部体系。它是宏观企业信用管理体系的一个组成部分。

企业信用管理体系由信用管理的指导原则、信用管理政策、信用管理机构、信用管理制度与信用管理流程等部分组成。涉及的内容包括：信用管理的目标、信用管理部门的组织结构和职责、客户信用评价、信用条款、信用检查、应收账款管理等。企业信用管理体系需要根据企业实际情况来设计和构建。在企业销售活动的全过程中，有些企业可能在与单个客户的接触上不存在显著的机会成本和交往成本，并且生产的产品也不是客户定制的，其信用管理

政策的重点可以放在应收账款发生以后,如生产钢材的公司。有些企业是按订单生产的,产品完全根据客户特定的要求来生产,那么在投产之前就需要进行客户评价了,如时装生产企业。还有一些企业,它的客户主要是少量固定的企业,其信用管理的重点是保持应收账款的定额循环;另有一些企业面临的经常是新客户,如卖车的商家,其信用管理的重点是对客户进行资信评价。

信用管理的指导原则由企业决策机构制定,其内容是企业信用管理活动的目标、原则、授权及信用决策的程序等,是制定信用管理政策、设置信用管理机构、编制信用管理制度与流程的依据。

信用管理政策也称企业的信用政策,是企业与客户进行商业交往中用于控制客户信用风险的对策,也是企业对外开展各项信用交易的根本依据和操作指南。其主要内容包括:潜在客户的筛选标准、信用政策的倾向性、客户的授信政策、收账政策等。

信用管理机构是信用管理工作的具体执行部门,是企业信用管理体系的组织保证。有关信用管理机构的建立、职责、权利及考核的内容是信用制度的主要内容之一。国内外实践证明,进行有效的信用管理必须设立信用管理部门。一些销售规模较小或客户数量少的企业,应建立专职的信用管理岗位。企业的信用管理制度应根据企业实际情况,确立信用管理机构及人员的设置。对于需要强化信用管理工作的规模较大的企业,还应考虑设立信用管理委员会来作为高层信用决策的平台。在发达市场经济国家,信用管理外包渐渐成为一种盛行的管理外包项目。

信用管理制度是规范企业内部信用管理相关工作的规定。信用管理制度主要包括关于信用管理机构的建立、职责、权利、考核的制度以及信用管理其他相关部门的有关制度。与信用管理政策不同,信用管理制度是企业对内的与信用管理有关的制度。

信用管理流程是关于信用管理的内部操作指南,具体包括信用分级决策、信用信息管理、信用评价、授信、应收账款管理等工作程序。

二、企业信用管理体系的简易模式

有些企业可能业务规模不大;有些企业可能业务规模较大,但是客户数量不多,并且较为固定;还有一些企业可能较少地采用赊销方式,客户风险相对较低。在这样的情况下,根据成本效益原则,企业可能没有必要搭建复杂的信用管理体系。

传统的应收账款管理是企业控制客户风险的一种方式。但传统应收账款管理主要以财务部门定期制作应收账款汇总表、内勤催收（一般是每月一次）为主，同时对销售人员进行收款的考核。这种管理形式以账面记载的应收账款为着眼点，从管理流程上看属于事后管理，在实行中往往比较被动，容易出现销售和催款工作相互脱节、对立的情况，不能很好地适应企业市场开拓的需要。

国内目前社会信用体系尚不健全，客户信用信息缺乏便利的征信机构渠道，要成立独立的部门来管理客户信用，需要较大的运营费用，因此并非所有企业都有必要设立信用管理部门。企业在准备引入信用管理体系时，有必要根据自身业务状况、客户情况和其他相关因素来决定以何种方式建立适合自己经营现状的信用管理体系。

信用管理体系的简易模式是在传统应收账款管理的基础上，建立较为简单的客户信用评价制度和授信额度控制制度，并将事后控制变为事前控制。

客户评价制度是信用管理有别于传统应收账款管理的重要内容。企业有必要建立科学、可行的客户信用评价标准和方法。要增加客户评价中客观信息的比重，减少主观判断的比重。同时，建立客户评价程序或设立客户评价小组，对赊销客户的信用状况进行集体决策。

授信额度的控制，是目前较为常见的信用管理方法之一。企业根据对客户进行信用评价的结论，结合客户对企业的市场价值，决定授予该客户一定的赊销额度。同时建立相应的发货控制机制，必须有应收账款管理人员在发货单上的签字，仓库或物流部门才能根据销售部门的要求向客户发货。赊销额度在一定时期内相对稳定，一旦客户的未结清应收账款余额达到授信额度，企业将不再为该客户提供商品。目前，许多财务管理软件已经具备这种功能，企业可以在较低的费用开支的情况下引入授信额度控制制度。

有条件的企业还可以设立信用管理的外勤岗，负责对客户信用信息的收集和应收账款的催讨。客户信用信息如果单靠销售部门收集，会存在一定的缺陷。因为销售部门往往以销售量进行考核，对客户一些信息可能把关不严，会有意无意地偏向收集有利于客户的信息。由信用管理专人进行客户信息收集，就可以避免这种情况。此外，信用管理外勤人员可以直接与客户进行接触，既能减少销售人员出面催讨应收账款可能存在的不便，又比传统应收账款管理的内勤电话催讨力度要大。同时还可以在与客户交流的过程中收集有用信息，对企业及时判断应收账款可回收性具有十分重要的作用。