

企业信用管理典范

Credit
Risk Management

蒲小雷 韩家平 编著

中国对外经济贸易出版社

企业信用管理典范

蒲小雷 编著
韩家平

中国对外经济贸易出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业信用管理典范/蒲小雷,韩家平编著. —北京:
中国对外经济贸易出版社,2001.7

ISBN 7-80004-902-7

I. 企… II. ①蒲…②韩… III. ①企业-信用-
监督②供销管理-企业管理制度 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 052317 号

责任编辑:何 牧

封面设计:绳 雪

企业信用管理典范

*

中国对外经济贸易出版社发行
(北京安定门外大街东后巷 98 号)

邮编:100710

各地新范书店经销

唐山诚信印务有限公司印刷厂印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 19.875 印张 490 千字

2001 年 7 月第 1 版 2001 年 7 月第 1 次印刷

印数:0001—5000

ISBN 7-80004-902-7/F·520

定价:38.00 元

内 容 提 要

本书是指导企业在赊销过程中防范信用风险、提高企业销售质量的专业教科书和工具书。

书中将西方企业信用管理理论和我国企业信用管理实际状况相结合,围绕信用管理对企业的重要性、企业信用管理特点、职能、具体管理方案和各种信用管理工具使用等论题,系统全面地阐述了企业信用管理的概念、企业信用管理的组织机制、信用管理的目标任务、企业信用要素的构成、企业资信调查和评估、合同管理与信用的关系、担保与信用关系、债权保障手段的应用、应收账款管理和追收以及企业破产与防范等与企业信用管理息息相关的内容,并创造性地提出了企业信用管理三阶段理论,即把信用管理分为前期管理、中期管理和后期管理三个阶段,使企业每个阶段的信用管理更明确化,具体化。

在本书的附录部分,作者精心摘选了近几年根据实际案例编写的几十篇文章,这些文章以故事的形式出现,从不同侧面分析了信用管理的重要性,以及忽视信用管理造成的危害,对企业和读者都会很有启发。

本书既包括系统的理论论述,又包括丰富的实践经验,是每一个企业管理人员、销售人员和财务人员必读的参考书,也是企业经营活动中的良师益友。

企 業
信 用
管 理
典 范

孫孚凌
二〇一〇年一月

《企业信用管理典范》编委会名单

编委会主任：

孙孚凌 全国政协副主席
胡德平 中央统战部副部长
孙安民 北京市政协副主席
北京市工商联会长

编委会副主任：

柴海涛 对外贸易经济合作部计算中心主任
傅自应 对外贸易经济合作部计划财务司司长
狄 娜 国家经济贸易委员会中小企业司副司长
周晋峰 中西集团董事长、全国政协委员
王铁鹏 北京市经济社会发展研究中心主任
崔永年 北京市工商联常务副会长、党组书记
王汝哲 中化国际物业管理有限公司总经理

主 编：

蒲小雷 对外贸易经济合作部计算中心信用管理部经理
中贸远大商务咨询有限公司副总经理
韩家平 对外贸易经济合作部计算中心处长
中贸远大商务咨询有限公司总经理

编 委：

邹罗平 对外贸易经济合作部计算中心副处长
中贸远大商务咨询有限公司副总经理
陈洪雋 国家经济贸易委员会中小企业司处长

林九江	对外贸易经济合作部计划财务司处长
陈从华	对外贸易经济合作部计划财务司副处长
吴义国	国家经济贸易委员会中小企业司副处长
宁长庆	北京市工商联副会长
吴 杰	北京市工商联副会长
贺轶民	中国政法大学法律系学士
于幼燕	环球商务周刊主编
闻海兴	中国人民银行条法司法学博士
王 宇	中贸远大商务咨询有限公司经理
	美国注册商业投资师
张慧国	北京市工商局海淀分局助理调研员

参加编写人员:

王 鑫	尹承志	牛 悦	冯世忠	艾 伟	刑立新	苏凤航
李卫中	邱 志	金雅梦	陆 凝	陈烽镛	张 颖	张小明
周思宇	杨 倩	杨 洁	林若尘	赵国安	唐友利	徐 娜
徐 凯	崔彧彧	夏立新	夏 晨	康树威	谢胜明	

序

进入 21 世纪,我国经济发展面临着前所未有的机遇和挑战。加入 WTO 后,我国经济将全国融入世界经济当中,将有更多的企业直接参与国际市场竞争,同时也不可避免地与来自世界各国(地区)的企业在本土市场展开直接较量。只有具有相对优势的企业才能在这场竞争中获得胜利,求得长远发展;而那些因管理不善等原因丧失竞争力的企业,将很快会在市场经济的惊涛巨浪中被淘汰出局。

一个企业如何提高竞争力呢?传统观念认为:一靠商品质量优良、二靠商品价格低廉,物美价廉的商品才能赢得客户。在质量方面,我国企业已经取得了长足的进步,通过加强管理和科技创新,很多商品质量在世界上都享有较高的声誉;同时,由于相对低廉的人力物力资源,我国商品价格也较便宜,这是我国外贸出口长期快速增长的主要原因。然而,如果认真分析国际国内市场就会发现,我国很多产品的竞争优势正在减弱。与我国产业结构类似的很多国家的商品质量已不低于我国,甚至超过我国,商品价格也比较低廉。因此,我国很多商品的市场被其他国家所瓜分,我国企业在质量和价格方面的竞争优势正逐步丧失,靠这两方面来提高我国企业竞争力的潜力已不是很大。

现代经营理念为竞争力理论增添了新的内容。一个企业要在激烈的市场竞争中脱颖而出,除了加强商品质量和价格的竞争力以外,还有一个重要的方面就是提高信用销售(赊销)的能力。也就是说,要更多地采用信用结算方式增强企业竞争力。与现汇汇结算方式相比,信用结算方式的优势显而易见,购买商可以凭借自身良好的信用充当交易媒介先收货后付款,从而大大提高购买商的购买能力和销售商的营业额。以西方国家为例,所有商业贸易的 90% 系采用信用方式进行,只有不到 10% 的贸易采用现汇结算,信用结算方式已经成为商品交易中绝对的主流。反观我国的情况,信用交易方式仅占有所有交易的 20% 左右,现汇交易达到

80%，落后的结算方式严重地阻碍了贸易的扩大和企业的发展，也使我国企业的竞争力大大减弱。很多国外厂商正是因为无法接受我国企业的现汇结算方式而转而购买其他国家商品的。

在上个世纪 90 年代初，为参与国际市场竞争，提高外贸企业的竞争力，我国外贸企业曾大量采用信用结算方式出口货物。结果是，虽然出口额大幅上升，但伴随而来的是大量逾期应收账款，有的企业坏账率甚至高达 30% 以上，远远高于西方企业平均 0.25%~0.5% 的坏账率。西方企业在高比例信用销售的同时，能够保持极低的坏账率，得益于西方国家已建立起完善的信用体系，企业在内部也建立起一套系统、完善的信用管理制度。正是通过信用管理，才使西方企业能够最大限度地销售商品的同时，又保持极低的坏账率。中国企业和西方企业在信用销售能力和管理水平方面相差甚远。如果说我国企业在其他方面已经缩短与西方企业的差距的话，我国企业的信用管理仍远远落后西方企业。企业竞争，既在比拼商品的质量和价格，又在比拼管理和服务。信用管理水平如不迅速提高，将使我国企业在竞争中处于非常劣势的境地。因此，学习西方国家先进的信用管理制度，提高企业信用管理水平，是当前我国企业最为急迫的现实之需。

企业信用管理工作主要由以下几个方面组成。

1. 企业信用管理基础建设——建立企业信用管理制度和组织机构

一个企业要开展信用销售活动，最根本的工作就是在企业内部建立信用管理机制。包括：设立企业内部的信用部门，设定信用部门的管理权限，明确信用部门的各项工作，编制信用管理各项规章制度和实施细则的手册，协调企业各部门与信用部门的冲突和矛盾，核查和评估信用部门和其他部门的工作成绩等。

2. 交易前期信用管理——信用资料收集和评估机制

防范信用风险最有效的办法是从前期入手，将风险消灭在萌芽时期。当企业遇到新客户时，或者当交易存在一定风险时，首要的工

作就是调查和收集客户的信用资料;然后,采用一整套科学的评估技巧和手段,把各种数据按照信用要素的重要程度加以客观分析,评估出风险是否存在和风险的程度;最终决定是否给予客户信用,以及信用额度和交易方式。

3. 交易中期信用管理——债权保障机制

保障债权是中期信用管理的重要工作。其工作的范围包括:制订严密的贸易合约,预防因合同缺陷造成的信用风险隐患;积极采用各种信用保障手段和服务——包括保理、出口信用保险、企业和个人担保和抵押、银行担保、再担保等防范信用风险,保障债权的安全性。

4. 交易后期信用管理——账款回收机制。

当信用销售发生后,企业应严密监控合同执行情况,并按照规定程序管理各项应收账款。一旦应收账款逾期,必须按照企业的信用管理规定,采取各种措施追收账款。在自行追讨账款无效的情况下,及时寻求外界的援助,切不可拖延有效追讨时间,造成坏账。

本书是由从事企业信用管理咨询和研究的两位专家联合编写而成,是他们多年知识、经验的结晶和心血之作,是我国第一部全面介绍企业信用管理的专著,具有较高的学术研究价值,对企业信用管理工作也具有重要的指导意义。书中全面介绍了企业信用管理机制的建立和具体操作方法,并在国外先进信用管理理论的基础上提出了中国企业的信用管理模式,既有理论深度,又有实践经验。企业高级管理人员、财务人员和业务工作人员,金融、保险、法律、会计、咨询等中介机构,从事经济和企业管理研究的专业人员以及大中专院校师生等都能从中获取大量宝贵的知识和经验,并能够立刻运用到实际工作中。相信这本书的出版对我国企业的信用管理工作,对建立我国信用管理体系都会带来很大帮助和推动。

孫學凌

为什么要祭祀关公

——中央统战部副部长胡德平谈信用

我国香港特别行政区实行资本主义制度，那里奉行经济自由主义，是名副其实的国际大都会。我到过香港几次，发现很多酒楼、茶肆、企业、公司和不少工商企业家的家中都供有关公的神像。总认为这是迷信、落后的表现，当时没有细细思考。

今年4月8日去山东聊城开会，其间参观了古城的名胜——山陕会馆，亦称山陕公所。会馆始建于清乾隆八年（1743年），经四年竣工。其后逐年扩修，至嘉庆十四年方具今天的规模，时间延续了66年，耗银60465两6钱9分。所用财力不可谓不大。

山陕会馆完全是由在聊城经商的山西、陕西的商人投资所建，为山陕商人所用。它是中国封建社会末期商会的一处会所，除商业议事、提供娱乐宴会场所之外，其用途会馆的碑文说得明白：“会馆以祭神明而联桑梓”。桑梓即为山陕商客，神明即是关公。所以山陕会馆，聊城人又称关帝庙。明清时的聊城地处南北大运河的西岸，享有“漕挽之咽喉，天府之肘腋”、“江北一都会”的美誉。运河中“帆樯如林，舳舻相连，两岸车水马龙，货积如山，廛市烟火之相望，不下十万户。”为何商人要祭祀关公，会馆又称关帝庙呢？

山陕会馆主建筑是关帝大殿，到关帝正殿前，一幅楹联高悬眼前：“非必杀身成仁问我辈谁全节义 漫说通经致辞用笑书生空谈春秋。”楹联是歌颂关公的，但又处处落脚于“我辈”即商人自身。能否这么翻译呢？没有到牺牲自己生命的时候，也不是烽火连天的战争年代，那么我们这些工商业者在平时时期，在各自的商务活动中要不要

讲求气节、信义并使之完全完美？不要说通晓了全部儒家经典，能够经世济民，但不能让世人得利，那么这种空谈《春秋》、《左传》、四书五经的儒生们就应受到天下人的讥讽。这幅楹联是我看到的中国商人反映义利观念最早，最生动的文物、文献资料。

整个中国封建社会都是重农抑末，上农除末，重农抑商，重义轻利的意识形态压迫着我国的工商业发展。此幅楹联，不管说是康乾盛世中的封建商人对传统制度、传统思想的抗争，还是中国资本主义萌芽的诞生、问世的反映，都有十分珍贵的意义。

此意义在于中国清朝部分商人主张义利结合，义利兼容，义利并举，是对儒家绝不言利的理论的突破。对利的肯定，就是对生产力的肯定，就是对新兴产业的肯定，就是对个人追求物质利益的肯定，但追求个人利益又不能是无限度、无界限的，利要以义为节制。尽管当时的商人打出“义”的旗帜还要借助于关公的权威，套用关公的用语典故，但确实开始上演了一场新戏。其深刻道理还在于这些商人在一场义利之辨中，反映了经济学离不开伦理学，伦理学也离不开经济学。去年诺贝尔经济学奖金获得者阿玛蒂亚·森认为：“认何人的行为都是有一定的伦理背景中进行的，离开了伦理而单纯地强调人的经济理性只会减弱经济学的预测能力。”“要进行个人之间的效用比较，就必须有一个比较标准，这就需要伦理对我们指导。”“伦理可以促进人们达到双向的信任，使其合作成为人们共同的行动。”清代的商人在开展经济商务活动中，变是在一定的社会关系和伦理背景下进行的。

此意义还在于，当时的商人开始认识到自己的双重角色。关帝正殿两侧，一是财神大王，商人非常虔诚在此求财祈福；一是文昌火神，害怕它光顾其珠宝金娇。天下熙熙皆为利来，天下攘攘皆为利往，山陕商人来此经商，他们的角色是经济人。但正殿又是关公，已被神化、被艺术化的关公形象成为他们的伦理楷模，并以此区分忠奸，褒贬善恶，进而建立彼此买卖的关系，商人们又进入了社会人的角色。亚当

·斯密对早期资本主义社会的工商业者曾有经济人和社会人的论述,此理论大大促进了资本主义的发展,但他的论述是在资本主义生产已发展了三个世纪以后作出的。而在中国,当资本主义萌芽是有是无的争鸣还无定论时,中国的商人便有了两种角色的原始意识,开始登场了。这既是中国商人进步早熟的表现,又与传统文化背景有关。

下面要谈谈,当时的商人为何要以关公为自己的伦理典范、超级神明和保护神呢?义利结合的观念又如何具体体现在商业活动之中呢?自从商人从社会生活中分离出来以后,经过数千年的商业发展,商人们从大量的商品交割,货物贩运,现金收支,供需调节中感受到商业活动的风险、契约合同的重要,交易成本的波动等诸方面的因素,与赔赚盈亏有巨大又敏感的关系。除去自然变故外,最重要的经商条件就是经商对方、彼此及至整个经济秩序的信用、信誉、信赖和信托程度。而在中国传统文化上,在道德情操、伦理道义领域中最具信义者除关公外而莫属他人。上至朝廷,下至市井,被神化、美化的关公有着巨大的信义力量。亦有楹联曰:“赤面凛赤心,乘赤兔追风,间关无忘赤帝;青巾对青史,仗青龙偃月,隐微处无愧青天。”关公的信义符合了中国封建社会各阶层人们的心理,所以商人也把关公的信义当作至关重要的商业信用、信条予以崇奉。

三国演义中,关公保护两位皇嫂千里走单骑,丝毫没有非礼之处;白帝城刘备托孤,诸葛亮鞠躬尽瘁,死而后已。在天下大乱,诸侯纷争,人人自危,朝不保夕的动荡年代,这种托妻寄子的历史和口碑,尤其为社会向往,并进而形成了中华民族传统优秀文化的弥足珍贵的有机部分。

而最早对托妻寄子伦理关系进行论述的又是提倡义利并行不悖的哲学家墨子。他在“兼爱”下篇中说道,那些将要披挂上阵,生死未卜,或者将要远走巴、越、齐、楚,往还未知的人们对于其妻、其子,寄托于谁呢?“不知将恶也家室,奉承亲戚、提挈妻子而寄托之,不识于兼之有是乎?于别之有是乎?”毫无疑问,必然寄托于那些“兼相爱,交

相利”的“言必信，行必果”的人们，这是任何一个正常的人都明白的道理。信托盖来源于此，受人之托，代人理财，信托公司亦由其衍化派生而出。从中可知信用之重要，但前段时期暴露出来的广信公司又有何信用呢？所以我认为信义、信用、信誉就是新兴商人在义利观念中最迫切需要具体化的伦理原则，也是一切商业活动最基本的道德规范。

除去关公、诸葛亮有关受托他人妻与子的典故之外，18世纪欧洲还发生了一件介绍中国历史上托妻寄子动人故事的事情。这就是伟大的法国启蒙思想家、文学家伏尔泰翻译了元代杂剧《赵氏孤儿》，又名《搜孤救孤》。猛烈抨击、反对法国中世纪制度的伏尔泰，绝非宣扬封建骑士的忠贞，他要宣扬的恰恰是符合新兴资产阶级所需“上帝选民”信用的重要和珍贵。

中国古代的信义观念，原来还曾经成为18世纪社会制度、文化思潮最进步的欧洲人学习榜样。但今天的信义观念存在着严重的问题，尤其在经济商业上的信用问题更大，由此已引起全社会的极大关注。我党对此已作过两次建设社会主义精神文明的决议，现理应该认真落实。

记得文革之后，改革开放之初，《中国青年》杂志曾讨论过潘晓同志的一个观点：人是自私的，应提倡主观为自己，客观为社会的观念。我理解问题的提出，但认为讨论也未继续下去。据说：“人是自私的”观点是英国古典政治经济学体系奠基者亚当·斯密的观点，其实大谬不然！

众所周知，亚当·斯密写的《国富论》一百多年前，即由思想家严复翻译介绍到中国，并对中国社会的改良和革命产生过巨大的影响。但《国富论》的姐妹篇《道德情操论》的中文译本却是近两年的事。《道德情操论》出版于1759年，《国富论》出版于1776年。《道德情操论》先后出版六版，修改五次。《国富论》先后出版四次，修改三次。《国富论》最后审定的版本于1786年出版，《道德情操论》最后的修订本出

版是1790年,几个月后他就离开人生了。两本书的交替创作过程说明两本书学术体系本质上是一致的。那种认为亚当·斯密论述资本主义生产关系,只讲经济人的谋利心理和行为,而不讲社会人的伦理、心理、法律、道德情操的认识显然是不全面的。

亚当·斯密在《国富论》中承认“自利”,而不承认“自私”。他在《道德情操论》中承认“自爱”,又绝不与“自私”相混淆。他总是用轻蔑的态度使用“自私”一词的。亚当·斯密在经济学中主张利己主义,在伦理学中主张自爱主义。在经济学中他认为:“把资本用来支持产业的人,既以牟取利润为唯一目的,他自然总会努力使他用其资本所支持的产业的生产物能具有最大价值,换言之,能交换最大数量的货币和其它货物。”在伦理学中,他又阐明:具有利己主义本性的个人应该怎样控制他的感情行为,尤其是自私的感情或行为,以及怎样建立一个有确立行为准则必要的社会。

亚当·斯密有关“一只看不见的手”的短句脍炙人口,但此语在他的著作仅出现过三次。一次是他谈到早期宗教思想时,他幽默地写到希腊神话中朱庇特“这只看不见的手”。一次是在《国富论》中写到经济人(亦资本家),“他受到一只看不见的手指导,去尽力达到一个并非他本意想要达到的目的,也并不因为事非出于本意,就对社会有害,他追求自己的利益,往往使他能比真正出于本意的情况下更有效促进社会的利益。”还有一次是在《道德情操论》中,他写到:“富人只是从这大量的产品中选用了最贵重和最中意的东西。他们的消费量比穷人少,尽管他们的天性是自私的和贪婪的,一只看不见的手引导他们对生活必需品作出几乎同土地平均分配给全体居民的情况下所能作出的一样分配,从而不知不觉地增进了社会利益,并为不断增多的人口提供生活资料。”(注:为何土地平均分配?此事源于西欧许多国家的农村公社,本文不作叙述。)亚当·斯密后两次说的“一只看不见的手”指的是市场法则,可贵之处是他强调了不管资本家的动机如何,客观规律是不以他们的主观意志为转移的。时代的局限未让他明

白,资本家得到的是剩余价值,地主得到的是地租,工人得到的是工资,社会财富并不象土地的分地那样平均分配的。

与“一只看不见的手”相对应的是亚当·斯密说的“内心的那个人”。“内心的那个人”是亚当·斯密有关公正旁观者理论的形象说法,其内涵是说“良心”、“同情心”、“正义感”等美德都是一种社会关系的产物,人不单是个体的自然的人,也是结成一定社会关系群体中的社会的人。他说,“把一个人的利益看得比众人的利益更为重要。内心那个人马上提醒我们:太看重自己而过分轻视别人,这样做会把自己变成同胞们蔑视和愤慨的合宜对象。”诸如“内心人”此类的话远比“看不见的手”的话要多得多。

“一只看不见的手”和“内心的那个人”异曲同工,前者表示市场法则,后者表示与前者相适应的伦理规范,或道德约束。头上三尺有神明,欧美人习惯把上帝看作“内心的那个人”,而中国清代的商人则把公关看作“内心的那个人”,把当时商人崇奉的道德情操人格化了,神化了,美化了。

亚当·斯密在真善美和假丑恶的种种论述中,也谈到正义和信用,“信用媒介说”即是他的经济理论的一部分。他还认为,正义和其它美德有一重大区别,当你违背正义的原则,反其道而行之时,就要受到报复,付出代价,多行不义必自毙。而违反其它美德则只能规劝,说服。与他同一时代的美国开国元勋、政治家、科学家富兰克林对信用极为重视,他提出:“时间就是金钱”,“信用也是金钱”。他认为,保持良好的信用和信誉,可以让只有少量财富的人,更好地利用别人的财富发财致富。守信用可以让个人和社会都可以较快地增加财富。现代学术思想史的巨匠马克思·韦伯充分评价了富兰克林关于“时间”和“信用”的观念,观念一变,生机盎然。市场经济更需要信用,我们现在应该毫不犹豫地吸收“信用也是金钱”的观念,破除信用只是资本主义专利的思想束缚,高扬信义、信用、信誉的大旗,昭大信于天下,推进社会主义事业。

忽视信义,将对社会主义市场经济造成莫大的危害。如果上市公司无信义,那么上市只是圈百万、千万股东的钱。如果保险公司无信义,那么投保者的生老病死,下岗失业就无保障。如果企业无信义,生产了大量假冒伪劣产品,就坑害了消费者。借钱不还,欠帐有理,应收款无法回收,那么三角债就永无解脱之日。如果只有法制而没有信用支撑,虽然市场还能运作,但其交易成本就会高得无任何效率可言。由此可知,信用、信誉、信义,已成为我们市场经济中稀缺的资源,加上“最为”两字也不为过分。所以大大加强这方面的宣传、教育可列为规范市场经济秩序中的当务之急。

忽视信用,蔑视信义,究其根源,原因是多方面的。一是计划经济的影响,以计划调拨,统购统销代替了商品交换,人们的生产任务观点代替了商业信用。那么银行和企业之间也用不着形成商业性的信贷关系。现在就要大力加快改革步伐,推进各项改革措施尽快到位。二是符合社会主义市场经济的价值观、伦理观、信用观建树缓慢,相对滞后,也和认为市场经济中人的本质都是自私的浅薄认识有关。过去文革中有“阶级斗争无诚实可言”,现在不少人则认为市场经济也无诚实可言。吴敬琏老师就讲过一个生动的故事:“有一个小老板对我说,现在是你骗我,我骗你,稍一不注意就给人家骗了。所以现在我有钱也有项目,但是不敢投。坐吃山空也比被人骗走了好。”事实上,伦理的信义的问题,情况远比吴老师讲的这一事例还要严重可怕得多。我们应加快社会主义市场经济中的伦理学建设,要继承我国优秀的文化传统义利之辨,社会主义的义利观应比清代商人的义利观有着更加光辉灿烂划时代的发展和意义。应有比关公更加感人,令妇孺皆知,更能入耳,入目,入脑并人人可以效仿的榜样。

三是中国的经济学绝不能像西方现代古典经济学派那样,只谈经济学,那样只是技术经济学。经济学既要研究物——物质财富的产生、增值和分配,也要研究人,这是马克思主义一个基本观点——人在物质生产、生活中的心理和行为,二者不可分离。把伦理道德从经