



普通高等教育“十二五”规划教材

浙江省重点教材

企业信用管理

主 编 卜庆军
副主编 古赞歌 孙春晓



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

本书系统地介绍了企业信用管理的基本知识及实用管理技术和方法。本书共分十章，内容包括：总论、企业信用管理的机构和人员、企业信用管理流程和模式、资信调查及客户管理、信用销售管理、国际信用销售管理、应收账款管理、信用风险的转移、信用管理信息化、企业信用管理相关法规。

本书可以作为信用管理职业资格考試制定教材，也可以作为高等院校的工商管理、市场营销、财务管理、金融学等专业教材或参考书，也可以作为企业信用管理人员的工作参考书。

图书在版编目(CIP)数据

企业信用管理 / 卜庆军主编. — 北京 : 中国水利
水电出版社, 2011.7
普通高等教育“十二五”规划教材
ISBN 978-7-5084-8827-1

I. ①企… II. ①卜… III. ①企业信用—贷款管理—
高等学校—教材 IV. ①F830.56

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第141607号

书 名	普通高等教育“十二五”规划教材 企业信用管理
作 者	主编 卜庆军 副主编 古赞歌 孙春晓
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 68367658 (营销中心)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	中国水利水电出版社微机排版中心
印 刷	北京瑞斯通印务发展有限公司
规 格	184mm×260mm 16开本 17.75印张 432千字
版 次	2011年7月第1版 2011年7月第1次印刷
印 数	0001—3000册
定 价	32.00元

凡购买我社图书，如有缺页、倒页、脱页的，本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

市场经济就是信用经济。随着市场竞争越来越激烈，企业信用交易越来越成为主导市场的交易方式，企业的信用行为也越来越成为一种重要的市场行为。信用成为企业生存并立足于市场经济的重要资源。当这种资源被不合理地滥用时，信用交易就蕴涵了巨大的交易风险。

在谈到“信用风险”这个话题时，绝大多数企业管理者都把其归为社会环境原因，认为靠企业是很难改变环境的。不能否认，环境是很难改变，但是，企业能够做到的，我们做好了吗？20世纪60~70年代，当美国刚刚度过经济危机，步入繁荣的时候，美国企业也面临着高坏账率、高逾期账款率的状况。很多企业因此破产、倒闭，更多的企业在泥潭里挣扎。也是在这个时候，企业信用管理被高度重视起来。每个美国企业都在忙于建立科学的信用管理机制，成立信用管理部门，规范赊销行为。不到5年时间，美国企业的平均坏账率和逾期账款率大幅下降，同时，赊销比例也节节上升。现在，美国企业的平均坏账率只有0.25%~0.5%，无效成本只有3%。也就是说，美国企业的坏账率是中国企业的1/10~1/20，1个亿美元的销售额，美国企业比中国企业少花了1100万美元的成本。在美国企业建立内部信用管理制度时，美国国内的经济环境并没有什么改变，美国企业取得的成绩，完全是企业自己创造的（蒲小雷，2004）。

在市场经济发达国家中，信用管理被认为是企业的生命，没有一个完善、有效的信用管理制度，企业将缺少足够的市场竞争力，将失去防范信用风险的能力，最终将会被市场无情地淘汰。目前，欧美发达国家建立信用管理机构的企业已经高达30%，而我国仅有不到3%的企业设立了信用管理机构，绝大多数企业都未配备专职的信用管理人员。由于信用管理水平低，造成我国企业不敢对客户进行赊销（欧美国家企业赊销率为80%~90%，而我国企业平均不到20%），使企业丧失了很多市

场机会，企业裹足不前。因此，我国企业若要提高市场竞争能力，必须加强企业信用管理，提高赊销水平，以适应加入WTO、与外资企业进行竞争的需要。

《企业信用管理》为读者提供清晰的企业信用管理思路，通过严密的理论分析，并结合大量的实例、图表，使得本书可以成为您工作和学习的有益助手。在读完本书之后，您会感觉到原来很多浅显的道理都被您忽略了。您可以了解到企业信用管理体系应该如何建立，信用管理机构及人员的职责应该如何划分，客户资信调查该如何进行，如何对客户授信，应收账款如何管理，国际、国内信用销售如何开展，以及如何防范信用风险等等一系列问题，以使企业在残酷的市场竞争中立于不败之地。

本书的内容：

第一章，总论。本章介绍了信用及信用风险的概念、信用的本质及种类、信用风险的损失以及社会征信体系，并重点分析了企业信用风险的来源，进行企业信用管理的重要性，以及企业信用管理的目标及其职能。

第二章，企业信用管理的机构和人员。本章分析了设立企业信用管理部门的重要性，介绍了信用管理部门的任务、企业信用管理部门的设置模式、信用管理部门的组织结构设计，并着重分析了信用管理岗位设置的典型模式及职责、信用管理人员的素质要求。

第三章，企业信用管理流程和模式。本章通过对企业信用管理流程及科学的信用管理流程的重要性的分析，介绍了典型的四种信用管理模式，即全程信用管理模式、全面信用管理模式、“3+1”科学信用管理模式、双链条全过程管理模式。重点讨论了各种模式的建立。

第四章，资信调查及客户管理。本章主要介绍了资信调查概念、作用、种类，资信调查者的确定，资信调查的时机，然后沿着资信调查管理的过程这一主线，重点阐述了进行客户财务分析的方法，客户信用要素分析方法，资信等级评定方法以及授信、企业客户管理等内容。

第五章，信用销售管理。本章主要介绍了信用销售的概念、形式及意义，分析了信用销售风险的成因，着重阐述了信用销售的过程及管理，信用政策的内容、类型及其选择，信用政策的评估方法等问题，信用销售文件的意义及制作与管理等内容也进行了详尽的介绍。

第六章，国际信用销售管理。本章主要介绍了出口信用风险的来源，

国外客户信息的来源，国际贸易结算方式，国际结算风险的防范等。

第七章，应收账款管理。本章主要介绍了应收账款的形成和类型及账龄分析，重点阐述了应收账款质量分析方法，逾期账款的追收及收账技巧，坏账的处理，破产及破产后应收账款管理等。

第八章，信用风险的转移。本章分析了信用风险转移的重要作用，重点介绍信用风险转移的各种途径，担保、保理和信用保险、应收账款证券化、信用衍生工具的内容和作用等。

第九章，信用管理信息化。本章主要介绍了信用管理信息化定义、目标以及原则，以及集中信用管理信息系统等。

第十章，企业信用管理相关法规。本章主要介绍了企业信用管理工作中所涉及到的法律法规，以供企业信用管理人员参考借鉴。

本书的编写分工如下：第一章、第二章、第三章、第四章由卜庆军编写，第五章、第六章由古赞歌编写，第七章由徐翠萍编写，第八章、第九章由孙春晓编写，第十章由徐艳编写。最后，由卜庆军完成全书的统稿排版工作。

本书的编写是本着学习和研究的角度进行的，在编写作中阅读并借鉴了大量的前人研究成果，能够明确出处的，在本书的参考文献中均一一列明。但难免挂一漏万，未列明出处的，在此谨向作者表示诚挚歉意。由于时间仓促，资料收集并不充足，加之作者水平有限，书中错漏之处在所难免，敬请读者及同行专家批评指正，并请提出您的宝贵意见。

编者

2011年6月

前言

第一章 总论	1
第一节 信用概述	1
第二节 信用风险	6
第三节 企业信用管理	10
第四节 社会征信体系	12
典型案例	15
本章自测题	16
第二章 企业信用管理的机构和人员	17
第一节 企业信用管理部门.....	17
第二节 信用管理人员	25
第三节 信用管理部门的运作.....	32
典型案例	36
本章自测题	37
第三章 企业信用管理流程和模式	38
第一节 企业信用管理流程概述.....	38
第二节 全程信用管理模式.....	39
第三节 全面信用管理模式.....	43
第四节 “3+1”科学信用管理模式	46
第五节 双链条全过程管理模式.....	48
典型案例	50
本章自测题	52
第四章 资信调查及客户管理	53
第一节 资信调查概述	53
第二节 客户资信调查的过程.....	56
第三节 客户财务分析	61
第四节 信用要素分析	84
第五节 资信等级评定	87
第六节 企业客户管理	108

典型案例	121
本章自测题	122
第五章 信用销售管理	123
第一节 信用销售总论	123
第二节 信用销售管理	130
第三节 信用政策的制定与决策	133
第四节 信用政策的评估	145
第五节 信用销售文件的制作	152
典型案例	163
本章自测题	165
第六章 国际信用销售管理	167
第一节 国际信用销售的风险	167
第二节 国际信用销售风险的防范	174
典型案例	176
本章自测题	177
第七章 应收账款管理	178
第一节 应收账款的概述	178
第二节 未到期应收账款的管理	185
第三节 逾期应收账款的管理	198
第四节 坏账管理	210
第五节 破产客户信用管理	217
典型案例	225
本章自测题	227
第八章 信用风险的转移	228
第一节 信用风险转移的重要性	228
第二节 信用风险转移的方式	229
典型案例	237
本章自测题	238
第九章 信用管理信息化	239
第一节 信用管理信息化概述	239
第二节 信用管理信息化系统	241
第三节 信用管理系统软件简介	241
典型案例	245
本章自测题	247
第十章 企业信用管理相关法规	248
第一节 合同法	248
第二节 票据法	252

第三节 担保法	256
第四节 《UCP600》的相关规定	259
典型案例	262
本章自测题	263
附录 A 客户走访报告	264
附录 B 信用额度申请表样本	265
附录 C 信用审批表	267
附录 D 信用审批书	268
附录 E 客户档案表样本	269
参考文献	273

第一章 总 论

第一节 信 用 概 述

一、信用的概念和本质

1. 信用概念

在当今市场竞争日趋激烈的情况下，信用销售已然成为了企业进行市场竞争的重要手段“不赊销是等死，赊销是找死！”这是时下我国绝大多数企业经营状况的一个真实写照：一方面，在买方市场条件下，信用交易（赊销）已成为企业获得客户的必要手段和方式；另一方面，巨大的信用风险又往往使企业大量账款被客户拖欠，造成资金紧张，严重者产生大量呆账、坏账，发生严重经营亏损，企业陷入销售与回款两难的困境。在西方，信用经济和社会现象早在古希腊时期就已经存在，但依靠赊销的便利使贸易得以飞速发展则是在中世纪的欧洲。在 12 世纪，欧洲出现了大型贸易市场，商人们从一个市场到另一个市场不停地买卖，供应商的货款可能会由买方的买方在另一个地方支付。赊销在中世纪的英国广泛地用于基本商品的销售，一些富商利用折扣提前收回大量现金。

信用现象虽然早已存在，但目前尚未有统一的定义。在《新帕格雷夫经济大辞典》中，对信用的解释是：“提供信贷意味着把对某物（如一笔钱）的财产权给以让渡，以交换在将来的某一特定时刻对另外的物品（如另外一部分钱）的所有权。”《牛津法律大辞典》的解释是：“信用，指在得到或提供货物或服务后并不立即而是允诺在将来付给报酬的做法。”中国人民大学金融学教授黄达认为：“信用这个范畴是指借贷行为。这种经济行为的特点是以收回为条件的付出，或以归还为义务的取得；而且贷者之所以贷出，是因为有权取得利息，后者之所以可能借入，是因为承担了支付利息的义务。”

在金融学中，信用是以偿还和支付利息为条件的借贷活动，即商品或货币的所有者把商品或货币暂时让渡出去，根据约定的时间，到期由商品或货币的借入者如数归还并附带一定利息。信用是一种特殊的价值运动形式，偿还和付息是其基本特征。

在经贸实践活动中，信用则具体为在没有得到立即支付的情况下提供给他人产品或服务，在某种程度上即是信贷，只不过贷出的是产品或服务，不是现金。

2. 信用的本质

从本质上说，信用作为一个经济范畴，是以偿还和付息为条件的价值单方面的运动。对它的本质应从以下几个方面认识：①信用不是一般的借贷行为，是以偿还和支付利息为条件的；②信用是价值运动的一种特殊形式，价值运动的形式有多种，而信用是通过一系列的借贷—偿还—支付过程实现的。价值单方面的转移同传统的对等转移形成鲜明对照；③信用是一种债权债务关系，贷出方为债权人，借入方为债务人，信用关系是债权债务关系的统一；④信用是与



商品货币经济紧密相连的经济范畴，不同社会的信用反映了不同社会的经济关系。

二、信用的种类

信用可以按不同的标准，划分为多种类型。

1. 按信用主体划分

以信用主体为标准，可将信用分为商业信用、银行信用、国家信用、个人信用。

(1) 商业信用，又称企业信用，是指企业之间在买卖商品时，以商品形式提供的信用。其典型形式是由商品销售企业对商品购买企业以赊销方式提供的信用。所谓赊销是指商品购买企业在获得商品的时候，没有马上支付贷款，而是约定时间以后再支付贷款。它是企业之间经常采用的一种延期付款的销售方式。商业信用是以赊销预付形式提供的信用，它的特点主要有：①商业信用所贷出的是商品资本，这种信用活动实际上包含了两种行为——商品买卖行为和借贷行为；②商业信用的债权人和债务人都是企业，即生产商品的工商企业家；③商业信用的基本规模与经济周期变化密切相关，在经济繁荣时期，商业信用规模也会增大，当经济衰落时，商业信用的规模也会缩小。

商业信用的局限性主要表现在：

1) 商业信用规模的局限性。商业信用的规模受商品买卖量的限制，生产企业不可能超出自己所拥有的商品量向对方提供商业信用，所以大额的信用需要不可能通过商业信用来满足。

2) 商业信用的方向有限制。如采用赊销方式时，只能由原材料生产企业向需要这些原材料的企业提供商业信用，而不能逆向活动。企业的很多信用需要无法通过商业信用得到满足。

3) 商业信用的期限也有限制。企业在由对方提供商业信用时，期限一般受企业生产周转时间的限制，期限较短，所以商业信用只能解决短期资金融资的需要。

商业信用的局限性也决定了商业票据流通的局限性，即商业票据只能在一定的范围内流通，且每张商业票据的支付金额不同，支付期限也不同，在支付时均受到限制。

(2) 银行信用是在商业信用基础上发展起来的一种间接信用，指以货币资本借贷为经营内容，以银行及其他金融机构为行为主体的信用活动。它属于间接信用，是重要的融资形式。银行信用是伴随着现代资本主义银行的产生，在商业信用的基础上发展起来的一种间接信用。银行信用的特点表现在：

1) 银行信用所贷放的是社会资金。它来源于再生产过程中游离出来的暂时闲置资金与居民和各部门收入中暂时闲置的货币。银行作为贷出者的集中，集中各种闲置资金，可以集聚巨额可贷资金，在规模上没有局限。

2) 银行信用是以货币形态提供的信用。与商业信用相比，提供信用没有方向上的局限性，可提供给上游、下游企业。

3) 银行信用所提供的货币资金在期限上无局限性。银行吸收的资金有长期闲置与短期闲置的，所放贷款有长期贷款与短期贷款，且银行信用在调剂资金期限上具有灵活性，长期资金来源可用于发放短期贷款，吸收的短期资金也可以续短为长，用于长期资金运用。

如上所述，由于银行信用在规模、范围、期限上的种种优越性，它仍是现代经济中占



较大比重的信用形式。

还需要指出的是，在现代信用形式中，商业信用和银行信用是两种最基本的信用形式，两者之间具有非常密切的联系。两者具有以下关系：

第一，商业信用始终是一切信用制度的基础；

第二，只有商业信用发展到一定阶段后才出现了银行信用，银行信用正是在商业信用广泛发展的基础上产生与发展的；

第三，银行信用的产生又反过来促使商业信用进一步发展与完善；

第四，商业信用与银行信用各具特点，各有其独特的作用，两者之间是相互促进的关系，不能相互替代。

(3) 国家信用是指由中央政府作为债务人或债权人的信用活动。它是国家的经济职能得到强化，作为独立的经济部门参与经济运作的结果。目前，中央政府主要作为债务人，在历史上也有为债权人的情况。国家信用的主要形式有发行公债、发行国库券、发行专项债券和向银行透支。国家信用可以广泛动员社会资金，进行基础建设等投资，支持产业结构调整，扩大总需求，刺激经济增长。从发达国家经济发展看，充分利用公债形式来筹集资金，是支持宏观调控政策有效实施的重要方法之一。国家信用的发达程度如何，也从一个侧面反映一个国家的经济发展水平。如美国是世界上最发达的国家，但同时也是负债最多的国家。

国家信用的作用主要有以下几个方面：

1) 调节国库年度收支的平衡。由于财政收支有先支后收的特点，因而需要国库券以保持短期内的收支平衡。

2) 调节财政收支，弥补财政赤字。

3) 调节经济。政府从总量上调节经济，以此促进经济增长，扩大总需求，增大经济投资。

4) 配合其他经济政策的实施。与货币政策、产业政策等相配合，更好地发挥各项经济政策的作用。

在我国，国家信用经历了曲折的发展历程。新中国成立初期，我国六次发行国债，对经济恢复起到了重要作用。后来财政收支的指导思想为收支平衡、略有盈余，国家信用当然就无从谈起。直至 1981 年才恢复国家信用形式，开始发行国库券。发债规模逐年增大，国家信用已成为财政政策的重要工具。

(4) 个人信用是指个人通过信用方式向银行、企业等机构获得自己当前所不具备的预期资本或消费能力的经济行为，它使得个人不再是依靠个人资本积累才能进行生产投资或消费支出，而是可以通过信用方式向银行等金融机构获得预期资金或消费支付能力。个人信用主要体现为消费信贷，即金融机构向消费者个人提供的信用。消费信贷主要采取如下几种形式：①直接向商业银行或金融中介机构申请贷款，我国目前此种形式贷款主要有助学贷款等；②通过银行中介作用，实现分期付款消费，如住房信贷和购车信贷；③日常生活消费或旅游等所采用的信用卡消费透支。

个人信用的基本特征是利率较高，风险较大。个人信用高低主要取决于个人品德、学历、社会背景、经营经验及财产等因素。一般情况下，个人信用的活跃程度与一个国家、一个地区的金融服务发达状况成正比。如消费信用、个人助学贷款就是典型的个人信用。消费信用是企业、银行和其他金融机构向消费者个人提供的，直接用于生活消费的信用。在现代



经济生活中，消费信用在一定条件下可以促进消费商品的生产与销售，并从而促进经济的增长。据统计，若不采用分期付款这一消费信用的典型支付方式，西方汽车的销售数量将会减少 1/3。此外，企业通过以赊销方式对顾客提供信用等方式，这一信用形式对于促进新技术的应用、新产品的推销以及产品的更新换代，也有不可低估的作用。但是，若消费需求过高，生产扩张能力有限，消费信用则会加剧市场供求紧张状态，促使物价上涨，促成虚假繁荣等消极影响。因此，消费信贷应控制在适度范围内。一般来说，消费信用的制约因素有以下几方面：①总供给的能力与水平，总供给的水平越高，消费信用的规模一般越大；②居民的实际收入和生活水平，若居民的实际收入较低，偿还能力不高，一味地发展消费信用则会导致风险加大；③资金供求关系，它与消费信用的规模是此消彼长的关系，若资金供求紧张，消费信用的规模就越大；④消费观念和文化程度，它制约着消费信用这种信用方式的普及程度和消费总量，如在我国，受传统文化的影响，我国消费信贷起步较晚，规模也较小。

2. 按信用所属系统划分

按信用所属系统的不同，可划分为社会信用和个人信用。社会信用是宏观、动态的，而个人信用是微观、比较静态的。一方面，社会信用是个人信用的集结，个人信用结合在一起，形成社会信用；另一方面，社会信用又会影响个人的决策，对个人信用的改善起着极大的影响。

3. 按信用期限划分

以期限为标准，信用分为长期与短期信用。

长期信用是指一年以上的信用；短期信用是指一年以内的信用。由于信用期限较长，长期信用的风险通常要大于短期信用的风险，企业、银行等在为客户提供长期信用时，应特别注意控制信用风险。在其他条件相同的情况下，长期信用等级应低于短期信用等级。

除有特别说明之外，本书的信用是指商业信用，即企业信用。

三、信用的产生与发展

1. 信用的产生

信用是与商品经济和货币紧密联系的经济范畴，它是商品生产与交换和货币流通发展到一定阶段的产物。

从史料记载看，信用在历史上长期以实物借贷和货币借贷两种形式共存。无论是实物借贷还是货币借贷，信用产生的基本前提条件都是私有制条件下的社会分工和大量剩余产品的出现，剩余产品的出现则使交换行为成为可能。随着商品生产和交换的发展，商品流通出现了矛盾——“一手交钱、一手交货”的方式由于受到客观条件的限制经常发生困难。于是，赊销及延期支付现象应运而生。赊销意味着卖方对买方未来付款承诺的信任，意味着商品的让渡和价值实现发生时间上的分离。这样，买卖双方除了商品交换关系之外，又形成了一种债权债务关系，即信用关系。

2. 信用发展

信用的发展经历了以下三个阶段。

(1) 信用的道德化阶段。信用的道德化阶段是最早形成的，其主要是依赖社会道德加以约束的。我国古代有丰富的信用道德的文化思想资源，在我国民间，也有借钱或借物时要守信用的习惯，例如“好借好还，再借不难”，这句俗语话虽简单，但是意义深刻。即



使在现代民间小额金钱借贷中，依然适用这些习惯。一旦某人借钱不还，特别是有钱也不还时，他在商业社会中的信用度便极大降低了。最后，他会被人们视为“赖账”的人，被人们淘汰出商业社会。现在，我国民间仍然处于信用的道德化阶段之中，民间的小额借款有时不用写借据，全凭借款者的个人信用。这就是信用的道德化阶段的表现。

(2) 信用的商业化阶段。信用的商业化发展阶段，是将信用记录当做一种“信息商品”进入市场，仅所有信息商品那样可以买卖。在发达国家的市场上有专门经营“信用记录”的公司，这些公司从各种金融机构有偿收集客户们的信用记录资料，将这些信用记录的原始资料整理后，输入计算机的数据库。现在信用信息公司已经发展到了将数据库用光缆同各个金融机相连接，随时提供在线服务。当银行和信用卡公司需要了解或调查某个客户信用记录时，可随时从信用记录公司买这些记录资料。国际上有几家著名的金融机构信用评级公司，如美国的标准普尔公司、穆迪公司等，专门对金融机构进行信用评级。这就是这些公司的业务，它们每天经营的是对金融机构的信用评级。

(3) 信用的证券化阶段。信用发展到证券化阶段，是指原来由一个或两个担保人来承担的贷款信用，采用由大众来担保。保险经营就是信用契约化的典型。保险公司单独是没有能力承担担保风险的，但是保险公司通过了一个风险分散的特殊经营。由大众买保险后来分担风险，保险公司就可以承担较大的风险了。同样的道理也适用于贷款的担保经营方面。当担保人采用发行债券的方式，将担保的风险分散给大众时，担保人的风险也同样可以减少。这种作法就是信用的证券化。通过证券的方法，以支付一定利息为条件，向大众出售担保证券、债券或契约，以及商业票据，可以筹集到大众担保的资金。到了信用证券化的阶段，有关信用的法律就更加容易执行了。信用的证券化是采用市场的方法，将信用担保的履行变成了依靠市场来保障，而不是基于个别金融机构或个别人的道德水平。

四、信用对发展市场经济的作用

1. 信用是一个市场高效运转的基本条件

某年春节期间的，一位在外地工作的先生欲返回家乡过年。由于火车票特别难买，他预先分别托了两个人帮助购买回程的卧铺车票，结果两个人都帮他买到了车票。如此一来，多余的一张车票就必须处理掉。他可以到火车站去退票，但这样做将损失高比例的退票费，几百元的车票损失上百元，他心里当然要仔细掂量掂量。他也可以到车站地区将紧俏的火车票私下原价甚至高价转让，但春运期间是严打车票倒卖的，弄不好会被抓住，安分守己的百姓显然不愿冒这个风险。最后，他想到了网络，于是在四通八达的互联网上发了个帖子，很容易就找到了需要者。但别高兴得太早，对方虽然非常想要这张卧铺车票，但她对退票者为什么愿意将如此紧俏的东西原价转让，而不加它个一百二百地小赚一笔产生了怀疑，这张票会不会是假的？她不信任转让车票的人，无论怎样向她解释都无济于事。如何让她相信车票是真的呢？只有售票处能鉴别真假。于是，他们不辞辛苦地到了车站，找到售票员，请求帮助鉴别真伪。然而，售票处并无这种职责，售票员也拒绝法外施仁：只要你能将票成功地退给售票处，票自然就是真的。但是，退票费一分也不能少。几经交涉，口干舌燥，均无济于事。退票者转过头来再同买票者交涉，搞得他不胜其烦，打算干脆退给售票处了事，宁可受点经济损失。最后，在他赌咒发誓，又留下住址电话、手机号码、身份证复印件之后，总算原价卖出了这张火车票。



这本来是一项很容易达成的交易：我有一张多余的车票，原价转让给你，交易成本不会太高。但是，现实中为转让这张车票，交易双方都付出了高昂的交易成本：交通费用、时间成本、精力损耗，特别是交易过程带来的精神烦恼。造成交易成本高昂的原因，固然与铁路部门收取高额退票费的制度有关，但更主要的症结在于社会普遍缺乏诚信，使个人之间也缺乏起码的信任，每个人对别人都像防贼一样提防。

市场经济是信用经济。诚信是交易的基础，也是市场经济的基础。缺乏诚信，社会经济活动会困难重重，交易成本会大大增加，社会资源也就会白白地浪费在无休止的猜疑、提防、算计之中，整个社会的福利都将严重受损。

经济学的研究表明，交易过程中信息的不完全程度与交易成本成正比。要减少信息不完全带来的高交易成本，就须建立各种制度，以方便交易的进行。但是，无论制度如何完善，也不可能细化到无所不包的地步，因为制度的建立和执行也需要成本，况且制度要想发挥作用，最终还是离不开公众对制度有效性的信任和预期。

2. 信用是社会主义市场经济体制建立的基础条件

市场体系是市场经济体制的核心。根据交易对象的特点，一个完善的市场体系由两部分构成：要素市场和商品市场。在商品市场中，任何一家企业都不可能单独存在，它需采购上游厂商的原材料、零配件，经过本企业的加工制造，再销售给经销商，销售给最终顾客，这些企业共同构成一个完整的价值链，如图 1-1 所示。任何一方不守信用，商品交易链条就难以维系，正常的商品流通秩序就会受到破坏，市场经济的发展就会遇到阻碍。



图 1-1 完整价值链模型

商品市场需要信用，要素市场更需要讲信用，特别是资本市场更需要诚信。例如资本市场上的各种交易品种，如股票、债券、期货合约等本身就是一种信用工具，是筹资者筹集资本的信用凭证，投资者购买这些信用工具完全出自于对筹资者的信用，希望筹资者在将来给予自己丰厚的回报，才将资金暂时让渡给筹资者，使得资本市场得以生存和发展。但是，近年来，资本市场发生的各种舞弊案件、上市公司造假现象，已经严重威胁到证券市场的健康发展，动摇了资本市场存在的基础。如美国安然公司，中国的银广厦、亿安科技和中科创业等公司，造假行为暴露之后，令投资者谈“股”色变，资本市场出现大幅波动，对资本市场产生了严重的影响。

第二节 信 用 风 险

一、信用风险的内涵和特性

1. 信用风险的内涵

风险是指由于不确定性因素造成某一事件预期的不良后果或损失。所谓信用风险



(Credit Risk), 亦称履约风险, 是指因交易一方不能履行或不能全部履行交易责任而造成的风险, 包括受信企业的履约能力风险和履约意愿风险。正确理解信用风险的含义, 对于确定信用风险研究范围与内容有着十分重要的意义。对于信用风险的定义, 应着重注意以下几点。

(1) 产生信用风险的原因是由于借款人或其他合约义务人的信用质量发生变化。但是只有当信用质量恶化到一定程度才能够产生信用风险。

(2) 信用风险产生于贷款或其他合约到期时, 因而在信用风险分析中要考察各种合约的期限问题, 合理确定一个时间长度, 使得各种合约在某种程度上可以互相比较。同时也是银行在信用风险管理中多样化经营业务时考虑的因素之一。

(3) 信用风险是借款人或其他合约义务人给银行或其他债权人带来损失的可能性, 所以在信用风险分析中, 要同时考虑损失与可能性, 以及两者之间的关系, 这是信用风险分析的核心内容之一。

2. 信用风险的特性

(1) 信用风险具有综合性。信用风险来自于金融、市场、政治、自然灾害, 财务等因素, 最终都会通过信用风险体现出来。由于这些因素的综合作用, 将可能导致信用交易中的一方的违约行为。

(2) 信用风险具有传递性和扩散性。在信用交易情况下, 信用风险可能会沿着产业价值链, 从一个企业传递到其下游企业, 再由下游企业传递到其下游企业……最后可能导致一条信用风险链。如债务人的信用风险可能会造成债权人的信用风险, 而债权人的信用风险由可能进一步造成其他的债权人的信用风险。因此, 在制造业中, 制造企业作为渠道的起点, 将承担着最大的信用风险。

(3) 信用风险具有积累性。由于信用风险具有传递性, 就会引起加总的风险迅速增大, 从小的方面来说会造成“三角债”, 从大的方面看会引起“金融危机”; 在这点上, 信用风险与市场风险是不同的, 市场风险是双向的, 一方所失正是另一方之所得, 加总起来市场风险为零。

(4) 信用风险具有隐蔽性和突发性。信用风险是交易方到期不履行约定, 但是这种不守信的行为直到合约到期时才能表现出来, 在交易初期, 债权人很难发现此种风险。更何况如果交易方通过借新债还旧债的办法掩盖其债务责任, 使旧债得以履行, 则更难发现信用风险。但是, 这种风险一旦爆发, 将影响所有相关权利人。

(5) 信用风险是一种不可测量的风险。信用风险由于受交易方的道德水平、经营能力、努力程度等主观因素的影响, 其不确定性就更大, 因而对其进行量化处理和客观评价都非常困难。

二、信用风险的经济损失

信用风险是授信企业在对受信企业进行授信后可能产生的风险及相关的损失。与现款交易相比, 对客户企业进行授信的风险及损失有以下几种。

(1) 履约风险。现款交易是充分的付款保证, 而信用销售(赊销)有不付款的可能性。如不能履约付款, 卖方不仅丧失货物和货款, 而且还要投入一定的收款费用。因此, 考察买方的可信度是至关重要的。



(2) 时间损失。现款交易收到的款项可以继续投资,以获取更多的收益,但赊销的情况下,卖方有可能需要借款支付账单。

(3) 担保或抵押费用损失。为保证赊销的安全性,卖方或贷款机构会要求买方或借款方出具付款担保或抵押品,卖方因此又要花费一定的成本去核实担保或抵押品的价值。

(4) 运作费用。因赊销而设置的信用管理部门及配备专门的人员需要投入一定的资金,如人员工资、办公费用、技术支持费用、法律诉讼费用,以及其他资金支持。

(5) 与法律培训相关的费用。法律培训是信用管理部门不可或缺的环节,只有随时了解法律法规的变更,才能更有效地制定信用政策并对其进行管理。

(6) 应收账款的贬值。如果应收账款被客户占用时间过长,长期不能回收,会造成较高的机会成本;另外,由于物价上涨,滞后回收的应收账款购买力将下降。

三、信用风险的来源

造成企业信用风险的因素是多方面的,可以粗略地分为人为风险、自然性风险和授信企业内部信用风险管理等三方面因素。

1. 人为风险因素

人为风险因素是由于受信人的本身履约意愿或者受信人的履约能力出现问题而导致的信用风险因素。其来源有以下两种。

(1) 受信人的履约能力风险。履约能力风险是指由于受信人商业经营不善、财务状况恶化而造成的受信人在债务到期时无法兑现承诺履行合约的风险。具体包括营销风险、生产风险、经营风险、技术风险和财务风险。衡量履约能力最主要还要看受信人的生产经营能力强弱、获利情况如何。

(2) 受信人的履约意愿风险。履约意愿是指受信人在特定的期限内保证付款或还款的主观意愿,履约意愿是受信人偿还信用的主观态度,这主要是借款人的品格决定的。借款人品格是指借款人不仅要有偿还债务的意愿,而且具备在负债期间能够主动承担各种义务的责任感。这就要求借款人(不论是企业还是个人)必须是诚实可信的,并且能够努力经营。然而,借款人品格难以用科学方法加以计量,一般只能根据过去的记录和经验对借款人进行评价。如果存在完备的资信档案,那么借款人的过去时间里违约的次数基本上可以反映出借款人的品格。在20世纪80年代的三角债中,企业之间相互赖账,赖账少的或不赖账的企业根本无法生存;在90年代商业领域赖账成风的时期,信用问题拖垮了无数的企业。在无法可依、有法不依、执法不严的情况下,“追债的是孙子,欠债的是老子”是对当时信用环境的生动描述。

2. 自然性风险因素

自然性风险因素是受信人所无法控制的信用风险因素,如政治因素、经济因素和行业因素等。

(1) 政治风险。政治风险指的是国家有关政策的不稳定性或者企业从事经销活动所在的东道国政治制度的总体不稳定而对市场销售造成的不确定性,并且对于这种风险,企业信用管理部门对其进行定量预测不太容易。政治风险具体表现在以下几方面:

1) 征收风险。是指东道国政府对外资企业实行征用、没收或国有化的风险。

2) 汇兑限制风险。也称转移风险,是由于东道国国际收支困难而实行外汇管制,禁



止或限制外商、外国投资者将本金、利润和其他合法收入转移到东道国境外。

3) 战争和内乱风险。这类风险指东道国发生革命、战争或内乱,致使外商及其财产蒙受重大损失,直至无法继续经营,它主要发生在一些发展中国家和转轨国家,如中东的伊拉克等几个国家、南美洲的委内瑞拉、非洲的刚果、欧洲的前南斯拉夫以及独联体的高加索地区等。

4) 政府违约风险。指东道国政府非法解除与投资项目相关的协议或违反或不履行与投资者签订的合同项下的义务。

5) 延迟支付风险。它是由于东道国政府停止支付或延期支付,致使外商无法按时、足额收回到期债券本息和投资利润带来的风险。

(2) 经济风险。经济风险是指由于一国的经济状况恶化或者经济的大幅波动而造成的信用风险。经济风险可能来自于以下几方面的风险因素。

1) 经济危机。如一个国家发生严重经济危机,可能会导致大量企业经营陷入困难境地,从而可能会引起受信企业破产,给授信企业带来信用风险。

2) 宏观经济不景气,市场萧条。

3) 国际贸易政策和进口关税的调整。由于世界各国的贸易政策不同,调控的目的和目标不同,将会对相应国家的产品和服务贸易活动产生巨大的影响,从而直接影响企业的经济效益和债务支付能力。例如2005年中美的纺织品贸易谈判给国内的纺织品出口企业造成了巨大的困难,产品出口受阻,货款回笼速度缓慢,企业应付款项支付能力受到严重影响。

4) 收入水平降低,社会购买力下降。收入水平和社会购买力的下降,均可能导致企业产品滞销和积压,资金无法回笼。

5) 外汇风险。外汇风险是由于汇率波动而造成的企业偿债能力下降给企业信用造成的风险。外汇风险可以分为三种基本类型,即经营风险、交易风险和会计风险,其中最典型的是交易风险。

交易风险指企业以外币计算的现金流量已确定,而汇率变动会使以本币计算的现金流量发生变动的情况。这种情况的最典型的交易风险莫过于企业拥有以外币表示的应收款或应付款。假设某公司年初向德国公司报价每只轮胎为15欧元(此时欧元对人民币汇率为1欧元=10.25人民币),2月接到订单向德国出口2000支轮胎。该公司于3月21日给德国发货并开具发票索汇,并于6月1日收到货款3万欧元。此时如果人民币对欧元汇率发生变化,则所收到的欧元货款结算成人民币的金额也同样会发生变化。如果6月1日人民币已经升值,1欧元=9.8人民币,则结汇后的人民币金额比原来预期收入相对减少13500元($30000 \times 10.25 - 30000 \times 9.8$),这样企业销售利润甚至亏损。

(3) 行业风险。行业风险是指由于受信企业所处的行业状况不佳给授信企业带来的信用风险。行业风险源于受信企业集中于一个行业,而每个行业的生命周期又可以划分为投入期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段。受信企业所处行业及行业发展阶段不同,所面对的商业风险程度不同。研究表明,商用机械、医疗用品、光学用品生产行业是信用风险较高的行业,平均坏账水平比较高,这是由于行业竞争和行业文化共同造成的结果。从行业发展阶段来看,处于行业成熟期或衰退期的企业,产品市场处于饱和状态,竞争往往异常激烈,为争夺市场份额,受信企业常以降价的方式进行竞争,结果导致受信企业销售收