



全国普通高等教育信用管理专业系列教材

CREDIT MANAGEMENT
OF ENTERPRISE

企业信用管理

高秀屏 赵迎东 汪宇瀚 编著

全国普通高等教育信用管理专业系列教材

企业信用管理

高秀屏 赵迎东 汪宇瀚 编 著

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业信用管理/高秀屏主编. —上海:上海财经大学出版社, 2013. 7

(全国普通高等教育信用管理专业系列教材)

ISBN 978-7-5642-1547-7/F. 1547

I. ①企… II. ①高… III. ①企业信用-高等学校-教材

IV. ①F830.56

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 307566 号

☐ 责任编辑 石兴凤

☐ 封面设计 张克瑶

☐ 责编校对 赵 伟 林佳依

QIYE XINYONG GUANLI

企业信用管理

高秀屏 赵迎东 汪宇瀚 编 著

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海华教印务有限公司印刷

宝山葑村书刊装订厂装订

2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16 16 印张 409 千字

印数: 0 001—4 000 定价: 36.00 元

序

我一直认为,信用是一种资本,是一种财富,可交易、可度量、可管理,有社会价值、经济价值和时间价值。信用是现代社会的生产力要素,推动着社会经济的升级和发展。在现代信用经济社会中,市场既按传统的真实资本配置资源,又按信用这种资本配置资源,以达到资源配置公平、有效的最优状态,并在一定程度上持续提高社会资源的配置效率,形成社会生产力,促进经济增长。

综观当今世界,信用的运动规律是经济学尚未完全认知的盲区,企业信用活动规律及管理也如此。毫无疑问,企业信用既传统又现代,既熟悉又陌生。企业信用管理既是文化更是科学。企业信用管理是既需要继承又必须发扬,更需要探索的新鲜事物。编写这样的教材对推进企业信用管理理论与指导企业社会实践都有重大的意义。

企业、个人、政府的信用活动在广泛参与社会资源配置的过程中,形成了新型的社会关系,随之产生了管理这种社会关系的全新管理制度、管理体系、管理政策以及管理部门。这就形成了社会信用体系。现代社会也只有在这一整套严格的信用管理体系基础上,在建立了稳定、可靠的信用关系前提下,才有可能真正形成健康的市场经济。所以,建立社会信用体系是发展市场经济的必然,是形成新型社会关系的必由之路。

企业信用管理将通过设立专门的企业信用管理部门,建立客户档案,并开展客户征信管理,实施授信额度测算与风险控制管理等新兴的企业管理流程、措施与手段,实现科学的信用销售,拓展市场,提高竞争力。在企业对客户开展征信管理与授信风险控制的具体活动中,就产生了新型的企业信用关系,企业信用将作为重要的资本被定价与配给相应的资源。这样,社会将真正实现有信用的企业就有资格、有能力参与社会生产与流通,没有信用的企业即使有再多的钱也会被拒之门外。社会生产、生活将在新型的信用秩序之上良好运行。信用是企业的命脉。学习和认识企业信用管理是现代企业生存与长远发展的必备条件,建立企业信用管理制度是社会信用体系建设的基础内容之一。

进入 21 世纪,中国经济继续腾飞。在新的经济环境下,我们的企业面临着更大的机遇与挑战。中国要建立创新型国家,要实现管理创新、增长创新,就应该充分培育企业信用资本,管理与营销企业信用资本,让我们的企业以信用资本驰骋市场,以信用扬名海内外。这一切都应从认识开始,从学习企业信用管理的基础知识开始。

目前,我国一些高校按照社会发展实践的需要,已纷纷开设“企业信用管理”课程,开始介绍与普及企业信用管理的基本知识与基础内容。上海第二工业大学开设相关课程并编写了教材。我认真浏览了教材的主要内容,感觉该教材理论体系清楚,知识要点明确,语言简明流畅,案例分析合理,教学要点突出,可读性强,是一本不错的企业信用管理入门教材,也非常适合用于开展企业信用管理相关培训。

实事求是地讲,企业信用管理刚刚兴起,与此相关的研究还并不成熟,相关的教材也只是尝试性的编写与应用,教材的理论体系与框架、基本概念与原理、主要流程与技术要点等还应斟酌与提高,还需要应用部门及广大读者的使用检验。作为同行,我深知编写教材的难处,希望大家爱护作者,多提宝贵意见,支持作者不断完善和修订,支持企业信用管理良好发展。

基于我对信用管理的热爱,对信用管理教育的热爱,以及对这本书的阅读感受,欣然同意并敲击键盘写下上述文字,是为序。谨以此序表达我对该书作者的支持与尊重,以及对企业信用管理的关注。

吴晶妹

2013年5月于中国人民大学

前 言

信用是市场经济的重要特征,也是经济活动中交易关系和交易能力的重要体现。如今,信用关系已扩展到几乎所有的社会生活和交易领域,信用交易已日益成为经济交易的主要方式。

对企业而言,信用活动既能在销售产品、扩张市场、降低交易成本、发展企业协作关系等方面给企业带来效益,大大提升企业的经营能力,同时也使交易支付承受了一定的风险。尤其是在经济国际化程度不断加深的趋势下,企业面临着更大的信用风险。因此,加强企业信用管理、提高交易风险管理水平,是提高企业的生存能力和竞争能力的重要基础,是现代企业管理的重要内容,也是经济平稳、快速发展的重要前提。

目前,中国企业信用管理的整体现状正在快速地改善,这与政府的大力提倡密不可分。2007年3月23日,国务院办公厅下发了《关于社会信用体系建设的若干意见》(国办发〔2007〕17号),提出:“社会信用体系是市场经济体制中的重要制度安排”,“建设社会信用体系,是完善我国社会主义市场经济体制的客观需要,是整顿和规范市场经济秩序的治本之策”。在此之前,党的十六大、十六届三中全会都明确了社会信用体系建设的方向和目标,国家“十一五”规划也明确地提出把加快信用体系建设作为工作重点。2012年党的十八大报告中更是明确提出:“深入开展道德领域突出问题的专项教育和治理,加强政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设”,这充分表明,信用体系建设已成为中国政府大力提倡和推进的重要工作之一。在工信部、商务部、工商总局等部门的合力推进下,央行在2005年底建成了“企业信用信息基础数据库”和“个人信用信息基础数据库”,并于2006年实现全国联网运行,实现了“数据集中入库”。央行数据显示,截至2011年末,企业征信系统已在全国范围内为1800万户企业及其他组织建立了信用档案,全年累计查询次数为6930万次;全国已累计补充和完善中小企业信息227万户;个人征信系统收录自然人数约8亿人,全年累计查询次数为2.4亿次。然而,从实际情况看,占企业总数99%的中小企业,信用管理体系普遍还比较缺乏。除了跨国公司之外,中资企业的信用管理水平不仅参差不齐,而且大多数企业都还未真正建立完善的信用管理制度。我们期待中国企业的信用文化、企业信用管理水平,借助于政府的推动力,以更快的速度发展,缩短与世界先进水平的差距。

信用管理是企业针对它的客户进行的信用风险管理。传统的企业管理更看重账面销售额所体现的业绩而忽视对信用风险的控制,忽略了信用风险对企业的杀伤力。过于追求销售业绩的结果是,生意做了,却常常收不到钱。直到现在,每年仍有相当数量的企业被信用风险所扼杀:这一方面是企业经营者对现代经济的本质认识不足,不能积极、主动地把握经济发展的脉络;另一方面,部分企业经营者对信用管理的经济价值缺乏认识。此外,还有很多企业经营者缺乏信用管理的知识和技术,为此付出了高额的代价。

中国的改革开放已有30余年的发展历程,经济的硬件生产力已得到很大的提高,并大大

缩短了与发达国家的差距,在国际分工体系中所处的地位也明显改善。但是,在软件生产力上,尤其是在信用文化和信用制度的建设上,要赶上发达国家,还有一段很长的路。我国企业现在最缺乏的是先进的企业信用文化和完善的信用管理制度。尽管企业普遍建立完善的信用制度和培植先进的信用文化是一个漫长的过程,但令人欣慰的是,这个过程已经开始了。我们的各级政府以及信用中介机构都在这方面做了大量的工作,提供了信用管理的平台,建立和逐步开放了信用信息渠道。整体上说,中国企业信用管理已经由企业自发兴起进入政府倡导的阶段。这意味着,中国发展信用社会的步伐将迅速加快并最终赶上世界先进水平。

为了适应这一发展趋势,更好地认识和把握企业信用管理的内在机理和客观规律,探索在制度约束下实现企业经济价值最大化的实现方式并将其推广、普及到各种类型和层次的企业,当然,也是为了教学的需要,我们编著了这本供信用管理专业学生使用的教科书。该书既可作为在校信用管理专业的大学生比较系统、全面地掌握现代企业信用管理的理念、基本原理、方法及相关政策内容的教科书,也可以为广大企业朋友们从事相关工作提供支持与借鉴。

根据企业信用管理知识体系性质和操作要求,我们把全书内容划分为三大部分。第一章主要运用分析、概括、总结的方法,阐明信用风险与企业信用管理之间的关系;第二、第三章侧重于企业信用管理制度的建立和信用人员培训的基本内容以及管理流程的制定与维护的重要性,目的是贯彻市场经济中的信用理念,倡导一种经营思想;第四~九章则按照企业信用管理的实际运作顺序,根据企业信用交易的阶段性特点,分别探讨了信用交易发生之前、发生之中及发生之后的不同阶段上所涉及的工作内容、重点、注意事项以及各阶段工作的相互关联关系。从理念、内容、关系、方法、效率等范畴,全面、系统地探讨企业信用管理的要素、特征、规则、步骤、技术方法等内容构件,深入到企业日常业务中探寻和掌握信用管理的规则和要领。

作为专业课程的教材,本书安排了九章内容。第一~三章分析并阐述了信用管理与信用风险的内在关联性、企业信用管理制度及其内容、信用人员的职能和培训要求以及企业日常信用管理工作的基本程序;第四~六章主要阐明前期信用管理的工作原则、内容、要求、方法;第七~八章介绍了中期信用管理的要求和方法;第九章分析并阐述了后期信用管理的职责、内容、要求、方法,概述了应收账款形成、管理、追讨中应注意的法律问题。可以说,第四~第九章客观地描述、总结、概括了企业信用管理的一般规则与规程及其内容。

在本书知识结构的安排上,我们遵循创新、务实的基本准则,注重企业信用管理知识的系统性、发展性、可操作性的结合以及理论与实际的融会贯通,并试图在教材的内容体系架构上突出以上特点。

本教材写作的框架、提纲由高秀屏提出并完成最后的统稿。

各章写作分工如下:高秀屏教授编写第一、二、三、八、九章;赵迎东副教授编写第六、七章;汪宇瀚副教授编写第四、五章。

在本教材的编著中,作者参阅了国内外专家、学者的最新相关研究成果,在此谨向各位专家、学者们一并表示最诚挚的谢意!在此还要感谢周卫副教授、余垠教授为本教材所付出的辛苦!

鉴于作者在企业信用管理理论及实践知识方面的局限,教材中的疏漏与谬误之处在所难免,敬请各位读者批评与指正。

作者

2013年5月

目 录

序	1
前言	1
第一章 信用风险与企业信用管理	1
第一节 信用经济中最普遍的风险:信用风险	3
第二节 企业信用管理的涵义与职能	8
第三节 中外企业信用管理发展现状	12
第二章 企业信用管理制度构建	23
第一节 企业信用管理部门的设立	25
第二节 信用部门的组织结构及人员素质要求	31
第三节 业绩考核与报告	38
第三章 企业信用管理体系及业务流程	47
第一节 企业信用管理体系的建立	48
第二节 企业信用管理规程	50
第三节 企业信用管理模式选择	57
第四章 客户与征信管理	63
第一节 企业客户关系管理	65
第二节 企业资信调查的内容及采集途径	76
第三节 客户信用信息的挖掘与管理	93
第五章 客户档案管理的信息化	102
第一节 客户信用档案的建立	103
第二节 客户信用档案的更新	116
第三节 客户信用档案的保管和利用	120
第四节 客户信用档案检索系统的使用方法	128
第五节 征信报告中的编码系统	133
第六章 企业信用评估与信用政策	143
第一节 企业信用评估概述	145

第二节	企业信用评估的基本要素和程序	146
第三节	企业信用评估方法	149
第四节	信用政策	159
第五节	信用额度	164
第六节	信用期限	168
第七章	企业赊销管理	174
第一节	企业赊销管理概述	175
第二节	企业赊销的成本分析	180
第三节	赊销管理的分析工具	182
第八章	风险转移与债权保障	190
第一节	债权保障概述	191
第二节	担 保	193
第三节	应收账款的保理业务	201
第四节	信用保险	205
第五节	银行保函	208
第九章	应收账款回收管理	213
第一节	应收账款回收管理概述	215
第二节	信用期内应收账款的管理	219
第三节	逾期应收账款回收的管理	224
第四节	坏账管理	231
第五节	应收账款管理中的相关法律问题	237
参考文献		246

第一章 信用风险与企业信用管理

信用是一把经济“双刃剑”，它在带来收益的同时也潜藏着风险。通过科学管理，最大限度地发挥其优势，降低其风险，增加企业利润，是信用管理的目的。

本章提要

现代商业社会是一个契约社会，交易都建立在共同遵守契约的基础之上。这种企业之间的契约关系相互交织，形成了一个复杂的社会信用网络。在无数次的商品交易中，人们意识到，交易主体之间恪守信用，交易就可以顺利地完成；当不守信用和欺骗盛行时，一切契约都不可靠，商业活动就无法正常继续进行。发达国家和地区经济贸易繁荣并持续发展（经济增长、物价平稳、失业率较低）的根本原因，就是健全的法制、透明的规则、创新机制以及发达的社会信用制度。

本章介绍了信用风险与信用管理的关系、信用管理的概念和职能，使读者从总体上认识和理解企业信用管理的目的、作用以及信用管理在现代企业管理中的意义，为以后各章的学习奠定基础。

学习目的

- (1) 理解现代企业必须进行信用管理的原因（必要性和必然性）；
- (2) 明确企业信用管理的概念、内容与职责；
- (3) 知晓企业怎样才能管理好信用（研究的对象及管理重点）。

重点·难点

- (1) 信用经济与信用风险的关系；
- (2) 信用、信用风险、信用管理三者之间的关系；

- (3)企业信用管理在现代企业管理中的重要性;
- (4)企业信用管理的职能;
- (5)我国企业信用管理的发展趋势。

案例导读

了解客户,才能够规避风险损失

山东华远公司(以下简称华远公司)2004年11月接到广东惠达公司(以下简称惠达公司)的认购货物通知,惠达公司同时派专人前往华远公司商洽购买货物的具体事宜。由于贸易涉及的总金额高达200万元,华远公司的决策层对此项交易十分重视,先后与对方代表多次洽谈,商讨合同的具体细则和以后合作的意向。在双方的洽谈中,惠达公司的代表表示,由于惠达公司的决策层认为距离货物销售的旺季尚早,提出前期购买小批量(30万元)的货物来试探市场走向,一旦该货物市场反应良好,惠达公司将按上述金额大批量购买,并要求华远公司能够给予其30天的赊销期。

华远公司的决策层经过商谈,认为双方的合作前景良好,同时又能够给公司带来相当大的利润,便同意了惠达公司的要求,签署了售货合同。

1个月后,华远公司开始向惠达公司催款,但惠达公司称华远公司的货物在市场上反馈不佳,积压十分严重,并以华远公司货物的质量与合同规定不符为借口要求降低还款金额。华远公司先后派人前往惠达公司商谈还款事宜,发现惠达公司以往的货物积压十分严重,员工士气低落,情况不佳。通过专业机构得出的分析结果来看,该公司财务十分混乱,其供货商早在3个月前已取消了授予的信用限额,并正在追讨欠款。该公司根本没有能力偿还30万元的货款,其主要负责人更以破产相威胁。经过近几个月的追讨努力,华远公司在信用中介机构商账部的协助下,在当地法院通过诉讼保全,拿回了40%的货款,惠达公司也随即破产。

(此案例资料出自http://blog.sina.com.cn/s/blog_5eda99710100cpxh.html,《企业遭遇客户信用风险的两个案例》中的部分内容,文字有改动。)

点评·启示:在商业竞争十分激烈的市场上,企业往往借助赊销、放账来提高本企业产品的市场份额,扩大销售业绩。华远公司受惑于惠达公司即将带来的高额利润和美好的合作前景,同意了惠达公司提出的赊销条件,却忽略了赊销条件下的信用管理,仅仅依靠业务员的一般性了解、宣传品的说明等方式来获取信息,并以此作为判断买方能否按时付款的依据。在不了解对方真实信用状况的情况下,贸然发出大金额的货物,遭遇信用风险就不可避免了。本案例中,惠达公司的贸易动机虽涉嫌欺诈,但华远公司忽视赊销条件下对贸易伙伴的信用管理却是导致自身损失的最直接原因。

信用,是中国文化中的古老范畴,其涵义也很宽泛,包含了伦理道德、行为标准及商业文化等。然而,即便是视信用为商家之命而创造了500年辉煌的晋商,也只是在道德层面和文化层面上得后世传颂,并没有形成信用管理制度和体系。企业信用管理体系是近10年由西方国家传入中国的。

20世纪末,中国经济开始向市场经济快速转型,越过了产品短缺阶段,呈现卖方市场的特征。企业间的竞争日趋激烈,信用交易开始活跃并逐渐取代现金交易的主要地位而成为现代

经济中最主要的交易方式。赊销,是企业最主要的信用交易方式之一。赊销方式在贸易中的广泛应用和在给企业增加销售额、扩大市场占有率、降低库存的同时,也使企业承受了巨大的信用风险。建立和完善企业信用管理体系,是规范市场经济发展、建立公平的社会经济秩序、提升社会经济效益的基本要求,也是经济全球化的必然趋势。

第一节 信用经济中最普遍的风险:信用风险

认识和理解信用管理的必要性,首先要认识和理解信用风险。

现代市场经济的本质属性之一是信用经济。信用经济是建立在纷繁多样、错综复杂的信用关系基础上的经济运行方式。在市场经济条件下,由于交易规模和交易范围的无限扩大,各类经济主体在利益博弈中会形成和酿就巨大的、潜在的风险,其中包括自然风险、政治风险、经济风险、道德风险等。在这一切风险中,大量、最普遍发生在企业经营活动中的就是道德风险,它对于授信者而言,是始于信用交易,源于当事人的违约行为,所以称为信用风险。企业作为一个独立的经营实体,要独立地面对复杂的市场环境,在谋取经济利益的同时,要独立地承担各类风险。而它所面对的各类风险中,发生频率最高、遭受损失最大的就是信用风险。因此,对信用风险的防控和管理,是信用经济中企业管理最重要的部分。为控制和减少信用风险的损失,企业需要建立一整套信用管理制度来增强企业各部门的信用意识,提高信用风险管理的能力,管理好客户的信用,维护良好的契约关系。

一、信用风险的涵义及类别

(一)如何理解信用风险

1. 什么是风险

对“风险”一词的出处,有不同的说法:一种说法是在远古时期,以捕鱼为生的人们,出海前祈祷神灵保佑自己出海时能够一切平安、满载而归。因为渔民们在长期捕鱼的实践中获知,刮风时,他们就会在海上遭遇无法预知和不确定的生命危险,出海时遇到了风即意味着遇到了险,由此而产生了“风险”一词;另一种说法称“风险(Risk)”一词是舶来品,来自阿拉伯语,也有人认为来源于西班牙语。

在经济学意义上,“风险”是指不确定性,即因主观或客观因素的不确定性,而使经济活动的参与者所能获得的经济利益不确定。狭义的“风险”强调的是风险表现为不确定性,其意在于说明风险只能表现为损失,没有从风险中获利的可能性;广义的“风险”则强调风险表现为损失的不确定性,即风险产生的结果可能带来损失也可能获利,或是无损失也无获利。在经济活动中,不同领域的活动,根据导致风险发生的要素的不同,可以有不同类型的风险,例如,市场风险、利率风险、汇率风险等,信用风险是其中的一种。

2. 什么是信用

信用是一个古老而常新的范畴,经过人类漫长的丰富和演化,“信用”这个词已经包含了极其丰富的内涵。对信用的真正涵义的认识,仁者见仁,智者见智,人们从不同的角度赋予了信用不同的内涵和外延。在通常意义上,我们至少可以从以下4个角度来理解“信用”。

第一,从伦理道德的角度看,信用是指参与社会活动及经济活动的当事人之间一种遵守诺言、诚实守信的品德。

第二,从经济学意义上讲,信用就是用契约关系保障本金回流和增值的价值运动,是商品货币关系下价值运动的一种特殊形式。

第三,在社会经济活动中,信用是一种交易方式,指受信人(债务人)无需立即付款或提供商品、服务等交易标的,仅凭债务人的承诺,便可获得授信人(债权人)给予的商品、服务或资金。如赊销、预付货款、借贷等,本质上是一种经济利益交换方式。

第四,从法律的角度看,信用又体现着一定的法律关系,即信用授受双方的权利和义务关系或契约关系,要受法律的约束和规范。

虽然“信用”的涵义具有丰富的层次,但以企业信用风险管理为目的,我们主要是从第一种及第三种角度研究其本质属性和风险特征,以及风险管理的基本要求。

3. 怎样理解信用风险的涵义

信用风险也有狭义和广义之分。狭义的信用风险是存在于直接的借款活动中的风险,即借贷风险。它是在信贷活动中,由于债务人的主观或客观的原因,贷款人到期无法收回本金或利息而遭受损失的可能。广义的信用风险则是存在于企业商品或服务贸易中的违约风险。在市场经济中,无论是企业还是个人,其在经济交易中一旦与他人或企业签订了经济合同,就将面临合同对方当事人不履约的风险,如不支付钱款、不运送货物、不提供服务、不偿还借款等,这种因为对方当事人违约所带来损失的可能性统称为信用风险。企业信用管理主要针对的管理对象,就是广义的信用风险,其涵义可表述为:通过商业信用方式进行的交易中,由于交易一方不履行给付承诺而使交易对方遭受经济损失的可能性。

(二)信用风险的主要类型

信用风险按照不同的标准,可以划分为不同的类型。

1. 按照风险发生是否主观故意所致,可分为道德风险和经营风险

道德风险是指债务方在具有支付能力的条件下,恶意拖欠、故意赖账而引发的风险。道德风险是企业信用风险中最常见的一种风险。风险的发生,通常是由当事人的主观意愿决定的。一些道德品行恶劣的企业主,常常会利用法律法规、制度、管理等漏洞,恶意侵占对方的财物,致使对方遭受经济损失。因此经营者的道德品质、偿还意愿是道德风险发生的决定性因素。经营风险主要是由于企业经营不善造成财务状况恶化,最终导致无力偿还而违约,给交易对方造成经济损失的可能,在市场化经营中,任何企业的经营活动都会存在一定程度的不确定性。信用交易是双方约定在未来特定时间偿付债务的交易形式,如果对方企业的经营活动波动频繁,其未来的偿付能力就缺乏保障。所以,经营风险虽然是由客观原因造成的,但并不是完全无法防范的,可以通过对企业财务状况和未来经营趋势的分析,了解和把握其经营风险的程度,并采取相应的措施对其进行规避和防范。

2. 按照授信主体的不同,信用风险可分为国家风险、行业风险和个体风险

国家风险是指在国际经济活动中,由于国家的主权行为所引起的债务人无法偿付而给债权方造成经济损失的可能性。国家作为交易的一方,通过其违约行为(如停付外债本金或利息)直接构成风险,通过政策和法规的变动(如调整汇率和税率等)间接构成风险。在企业间的交易中,国家不是交易的直接参与者,但国家的政策、法规却影响着该国国内的企业或个人的交易支付行为,这就潜藏了一定的信用风险。

国家风险虽然是一种转移风险,但也不是完全不可预防。企业可以通过对相关国家的经济发展前景的分析来预测交易对方国家风险的大小,采用相应的防范措施将其控制在最低限度内。

行业风险是指由于行业景气状况波动而使在该行业中经营的债务人失去偿付能力所造成经济损失的可能。当大量受信人都处于同一个行业时,就有可能出现严重的信用风险。在世界经济或区域经济爆发严重的危机时,行业风险最为严重。例如,2008年国际金融危机的爆发,使我国的纺织品服装出口行业受到了极大的冲击,前10个月,中国纺织品服装出口总额同比仅上涨约5.9%,较上年同期回落13.84个百分点,为当时近6年来的最低。至2008年年底,此行业2/3的企业亏损或处于亏损边缘,资金紧张、产品积压等问题极其严重。此时,如果一家企业的客户很多是纺织品服装出口行业的,那么这家企业的风险损失可能非常惨重!20世纪90年代初,日本泡沫经济破灭,使日本和中国香港的房地产行业遭受了沉重的打击,房地产价格下跌达70%以上。国外富有竞争性产品的大量进入,也可能迅速瓦解国内的相关行业,这也会引发行业风险。

对于行业风险,企业可以通过行业景气状况分析,把握行业风险发生的可能性,通常从事不稳定的行业且竞争处于劣势的企业违约现象最为常见。在分析行业风险时,不应当只单纯地考虑行业风险,而应当将行业风险和债务人在行业中所处的竞争地位结合起来。

个体风险是指由于某一特定客户不履行或不能履行合同而给企业带来经济损失的可能。如果企业将大部分的业务集中于某一特定客户,则会提高企业的个体风险。因为在这种情况下,一旦该客户偿付出现问题,就会因企业过度向其授信而陷入危机,所以企业应避免对任何一个特定客户过度授信,以降低个体风险。

3. 按照风险给企业带来的损失类型划分,可分为显性损失风险和隐性损失风险

显性损失是指信用风险给企业带来的损失是直接反映在利润表中,表现为利润的减少、业绩的下降。最常见的就是坏账损失。

隐性损失是指信用风险带来的损失并不直接反映在利润表中,而是由于利润的损失,使企业资金运用能力下降,从而损失了再投资的机会。隐性损失虽然没有表现为企业财富的减少,但损失了企业的盈利机会和盈利能力,其对企业的打击应该引起高度重视。例如,逾期账款长期拖欠不还,企业在损失利息和利润的同时,还可能失去有利的投资机会。利息、利润损失属于显性损失,投资机会的损失属于隐性损失。企业降低显性损失风险和隐性损失风险的办法,就是控制好账期,尽量减少逾期账款的发生。

4. 按照信用风险发生的业务领域的不同,可以划分为企业信用风险和银行信用风险

企业信用风险是指企业在利用商业信用方式进行交易时,债务人不履行按时付款或付货的义务而使债权人遭受经济损失的可能。企业信用风险发生在企业间的商品或劳务交易活动中,这就是广义的信用风险。

银行信用风险是指银行在与客户的资金信贷业务中所发生的、不按期还本付息的可能,即所谓的狭义的信用风险。

以上各种不同类别的信用风险发生的原因,既可能是主观的,也可能是客观的。比如,信用法律法规不健全、社会信用服务体系不完善、企业现代信用理念缺乏、内部信用风险管理能力薄弱等。无论什么原因,只要债务方不履约或不能履约,就会给债权方造成经济损失。其最直接的表现就是客户到期不付款或没有能力付款。对风险的分类,有助于我们区分和把握风险来源,正确地理解和认识风险的性质。

二、信用风险的特点

认识和理解信用风险的特点,有益于加深人们对信用风险的理解和认识,有助于企业提高

信用风险管理的有效性。基于风险的来源和发生方式的角度,信用风险具有如下特点:

(一)集合性和转换性

在市场经济中,除了信用风险之外,还有其他多种风险,如经济风险、政治风险、自然风险、汇率风险等。在企业的经营与销售活动中,不论遇到哪一种风险,最终都可能转换成信用风险,因为各种风险都毫无例外地导致同一个结果,就是债务方不履约或不能履约。因此,信用风险具有集合性的特征。这使得信用风险的管理更为复杂,同时也要求企业信用管理更加系统、专业和细致。

(二)传递性和扩散性

市场中各方交易者通过信用交易,往往形成一个资金链。如果交易一方遭遇信用风险,就可能影响他对其他债权人履行合同,致使其他债权人遭遇信用风险。如此一个一个地传递下去,使信用风险迅速扩散。信用风险的扩散,在其他条件的辅助下,有可能酿成无法预料和控制的经济危机。从这个角度看,对信用风险的防范,是保持整个社会经济顺畅运行的必要条件。

(三)隐蔽性和突发性

信用交易中,当付款人出现付款危机时,可以通过“借新债还旧债”的方式或者“多借新债、少还旧债”的方式将风险暂时掩饰过去。但是这样做并未消除风险,相反,有可能使风险得到累积。对于债权方来说,如果没有严格的信用管理制度或者其信用管理制度没有得到严格执行,就很难发现和及时规避信用风险。这种风险甚至可以潜伏数年之久,一旦累积的风险超出其承受能力,所有累积的风险就会突然间猛烈爆发,债权人将会措手不及,所受的打击也会极其沉重,有时甚至是毁灭性的。最为典型的案例就是四川长虹电器股份有限公司在 2001~2004 年间,对美国经销商 APEX 形成了 26 亿元人民币的坏账,几乎相当于四川长虹 1998~2003 年这 6 年净利润的总和。

(四)不易测定性

信用风险的发生,在一般情况下,主要取决于交易者的付款能力和付款意愿。付款能力的变化通常通过财务状况体现出来,而企业真实的财务报表是企业的商业资料,他人很难及时获得。并且,财务状况的变化也是日积月累、逐渐进行、反复变化的,外人很难准确地掌握。付款意愿则是付款人的一种心理愿望,事先很难预测。加之引发信用风险的因素的多样性、突发性,决定了信用风险发生的时间和规模难以确定,对其进行量化处理和客观评价的难度很高。

信用风险所具有的特点,对企业信用风险管理的有效性提出了较高的专业性和技术性的要求。

三、信用风险管理的重要性

1. 信用风险不加控制,就是企业的“无形杀手”

在经济发达的国家和地区,企业信用交易都很发达,表现为高比重的赊销和低比率的坏账。在发达国家,信用销售占总销售额的比重已达 80%以上。我国经济目前整体的平均赊销率只有 20%左右,我国企业的信用风险管理水平与发达国家相比,差距显著。据美国联邦储备委员会的统计资料显示,目前美国企业应收账款的周转天数(DSO)平均为 37 天,美国追账公司追账的成功率至少在 60%以上;而中国企业的合同履约率不到 50%,DSO 平均为 90~120 天,追账成功率仅为 18.9%;中国企业的坏账率超过 5%,而发达国家的企业却只有

0.25%~0.5%的水平,国际平均水平也只在1%左右^①,我国企业每年由于坏账造成的经济损失十分巨大。随着我国经济信用程度的加深,企业对于赊销信用风险的管理水平将成为现代企业管理水平的重要衡量指标。

信用风险这一无形杀手可能给企业带来的损失主要表现在:

(1)占用企业的生产经营资金,降低资金的周转速度。应收账款未实现现金流入,属于应收而未收的资产。应收账款不断增加,使企业的资金周转速度减慢,导致大量的流动资金沉淀在非生产环节,致使企业的生产经营资金短缺,影响企业生产经营活动的正常进行。

(2)增加企业的现金支出。应收账款的发生意味着企业销售收入的成立。流转税是以销售收入为计税依据,按期以现金方式缴纳;应收账款使企业账面利润增加,导致预缴税金增加,加上应收账款的管理成本支出增加了企业的现金流出。

(3)形成坏账损失,影响企业的经营业绩。信用风险的最终结果是导致坏账的发生,坏账是企业无法收回或收回可能性极小的应收账款。由于发生坏账而产生的损失,称为坏账损失。企业对发生的坏账依法处理后,作为企业的一项经营活动发生的管理费用,是以企业利润冲减的,这必然会减少和损失企业的经营业绩。

2. 通过管理风险,主动选择能够带来收益的风险

信用风险管理的宗旨和目的不在于消除风险,因为那样只会损失能够获得盈利的机会。应收账款的坏账率为零的企业,一定不是风险管理做得好的企业。如果能够预先制定应对风险的制度和措施,则风险就能成为一个有益的因素。企业通过风险管理,可以主动鉴别和选择那些能带来收益的风险,增加企业的盈利机会。

3. 通过科学、有效的管理,能够及时发现和控制风险,规避和减少经济损失

信用风险管理又称“赊销风险管理”,是通过建立信用管理制度和制定信用政策,采用科学的管理方法,指导和协调内部各部门的业务活动,对客户信息进行收集和评估,对客户信用额度进行审核和授予、采取债权保障措施、积极进行应收账款催收等各交易环节进行有效监督,以保障应收账款安全和及时收回的管理过程。这个过程贯穿企业交易的全过程,从事前、事中、事后的各个环节对风险进行合理度量和科学选择,对风险隐患及早发现、及时控制、适时转移、极力压缩。通过严密、审慎的管理,能够将有利因素发挥到最大限度,把整体的风险损失降到最小。

4. 缺乏信用风险控制意识和能力的企业将被市场所摒弃

从经济活动个体的角度看,信用交易可以通过信用风险发生与否来影响当事人的经济利益。当经济主体规避了信用风险时,它便保全了其经济利益;否则,它会遭受损失直至葬身于信用风险。因此,人们出于对自身经济利益和企业长久发展的维护,会极为重视对信用风险的防范,会把全部的机会留给那些恪守履约的交易者。可见,不注重信用风险控制和管理的企业,是难以在市场竞争中立足和发展的。

因此,对信用风险进行有效的管理,是企业生存和发展的基础,是企业获利的基本条件。企业要善于控制和管理信用风险,才能在市场经济的海洋中乘风破浪、勇往直前。

^① 吴迅:“应收账款全程信用管理模式研究”,《法制与经济》,2009年第11期,第56页。

第二节 企业信用管理的涵义与职能

一、企业信用管理的涵义

企业信用管理从外延上讲,有广义和狭义之分。广义的信用管理是指企业为获得他人提供的信用和授予他人信用而进行的管理活动。狭义的信用管理也是传统的信用管理,是指针对本企业给予其他企业的授信活动而进行的科学管理,其目的就是防范和控制赊销交易方式下的信用风险给企业造成的损失。从实际现状看,目前企业信用管理主要是针对赊销方式下的信用风险进行管理的活动。

从内容上看,企业信用管理是企业在信用交易过程中为了最大限度地实现有效销售,防范或减少信用风险损失,由专人或建立专门的部门,以健全的信用管理制度为基础,制定信用管理政策,指导和协调内部相关部门的业务活动,对客户信息进行收集和评估、确定客户的信用条件、保障企业债权和应收账款回收等各环节的工作进行统筹管理的系统活动。其基本要点包括:

1. 信用管理是针对本企业的赊销活动进行的管理

市场竞争结果是买方市场的形成。企业需要在各方面采取措施,扩大销售,除了依靠产品质量、价格、服务和加大宣传力度外,赊销已成为企业扩大销售的强有力的手段。赊销是企业对企业、商场对消费者、生产厂家对消费者的“先提货后付款”的销售方式。赊销之后,在企业财务账面上就产生了应收账款,如果不对其加以严格的管理,就会拖延收付,直至成为坏账,最后需从企业的利润中冲销,使企业遭受经济损失,严重的甚至破产倒闭。因此,对应收账款的管理,是信用管理的核心。

2. 信用管理是系统性的活动

企业对应收账款的管理,是从选择交易客户开始的。因此,信用管理活动贯穿整个交易活动的全过程。它包括:搜集和更新客户信息、建立和维护客户信用档案、对客户进行信用审核和信用授予、对应收账款的回款情况加以管理、对逾期应收账款进行催收等。

3. 信用管理要有一套健全的管理制度

对应收账款的管理,既涉及企业的销售,又涉及回款,还牵连着售后服务和企业的总体经营决策,仅仅靠销售部门或财务部门是不够的,它需要企业多部门的合力运作,必要时设立专职的信用管理部门进行专业化管理。其中,管理的规章制度的建立至关重要,它可以杜绝随意性和临时性的决策,是企业对信用风险的管理具有规范性、持续性和实效性的基本保障。因此,不论企业是否有专门的信用部门,都应该有科学的信用管理制度。

二、企业信用管理的职能

(一)企业信用管理的核心内容

一般来说,信用管理最基本的职能是管理客户信用和应收账款,目的就是要防范和降低信用风险,增加赊销货款的回收,减少损失。然而,信用风险通常要经过一段时间的累积,一般不容易被发现。虽然它很隐蔽,但是反映在受信企业的经营过程中,只要细心观察,就会发现企业经营中种种不合规程的状况,这些往往都是风险的前期表现。因此,信用管理的核心内容是