

DB3703

淄博市地方标准

DB 3703/T 7.2—2022

企业信用管理工作指南 第2部分：企业信用管理体系

Guidelines for enterprises credit management - Part 2: Enterprises credit management system

2022 - 09- 22 发布

2022 - 11 - 01 实施

淄博市市场监督管理局 发布

目 次

前 言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本原则	2
5 企业信用管理体系结构	2
5.1 结构	2
5.2 资信调查与档案管理	2
5.3 授信管理	3
5.4 合同与履约管理	4
5.5 商账管理	5
5.6 外部信用工具应用	6
5.7 社会责任履行与守法经营	7
5.8 企业信用文化与环境建设	7
5.9 保密管理	7
附 录 A （资料性）	9
附 录 B （资料性）	10
附 录 C （资料性）	11
附 录 D （资料性）	12
参考文献	14

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

DB3703/T 7《企业信用管理工作指南》分为三个部分

- 第1部分：基本要求；
- 第2部分：企业信用管理体系；
- 第3部分：实施、评价与改进。

本文件为 DB3703/T 7 第2部分。

本文件由淄博市发展和改革委员会提出并归口。

本文件起草单位：淄博市信用协会、山东新华制药股份有限公司、山东金城建设有限公司、山东同力建设项目管理有限公司、瑞阳制药股份有限公司、鲁维制药集团有限公司、山东九强集团有限公司、山东黄河建工有限公司、山东新城建工股份有限公司、中土物业管理集团有限公司淄博分公司、山东创业房地产开发有限公司、山东金泰建设有限公司、山东宏程建设有限公司、山东鼎顺餐饮管理有限公司、山东悠乐滋生物科技有限公司、山东昭和新材料科技股份有限公司、山东建云培海智能科技有限公司、淄博市诚信建设促进会、淄博市标准化研究院、中芯网络科技（山东）有限责任公司。

本文件主要起草人：王正、曹凤梅、侯宁、赵玲、高涛、唐强、周坤、张国锋、韩雷、董昕、巩文静、亓萌、曹雨、颜晶晶、尹振华、王永超、赵新莉、石岭、李凯、韩书兴、宗慧宏、郭贤忠、陈玉康、常慕永、王志勇、毕建华、徐丹丹、孟强、黄建宁。

企业信用管理工作指南 第2部分：企业信用管理体系

1 范围

本文件给出了企业信用管理体系基本原则和结构的相关信息。

本文件适用于企业信用管理体系的构建。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 22117—2018 信用基本术语

GB/T 19000—2016 质量管理体系 基础和术语

3 术语和定义

GB/T 22117—2018、GB/T 19000—2016界定的术语和定义适用于本文件。

3.1

不符合 nonconformity

未满足要求。

[来源：GB/T 19000—2016, 3.6.9]

3.2

改进 improvement

提高绩效的活动。

[来源：GB/T 19000—2016, 3.3.1, 有修改]

3.3

纠正措施 corrective action

为消除不符合（3.1）的原因并防止再发生所采取的措施。

注：一个不符合可以有若干个原因。

[来源：GB/T 19000—2016, 3.12.2, 有修改]

3.4

预防措施 preventive action

为消除潜在不符合（3.1）或其他潜在不希望情况的原因所采取的措施。

注：一个潜在不符合可以有若干个原因。

[来源：GB/T 19000—2016, 3.12.1, 有修改]

3.5

信用销售客户 credit customer

以信用为基础，通过分期付款、延期付款等方式进行销售的客户

4 基本原则

企业建立信用管理体系应遵循：

- a) 合法合规原则：应符合国家法律法规的相关要求；
- b) 合理性原则：应依据社会信用体系建设的目标、要求和信用管理工作的客观规律构建，符合企业信用管理工作特点；
- c) 体系化原则：应要素完整、层次清晰、结构合理、全面成套，避免交叉、重复、不协调甚至矛盾等问题；
- d) 实用性原则：应适合企业工作实际和业务需求；
- e) 科学性原则：应对社会信用体系的未来发展进行科学研判，总体架构应适应新的需求和新的业态；
- f) 协调性原则：应调动企业各个部门的积极性，形成合力，协同推进；
- g) 灵活性原则：可依据本文件，结合企业信用管理实际情况进行自我设计，包括删减、增补和整合。

5 企业信用管理体系结构

5.1 结构

企业信用管理体系包括资信调查与档案管理、授信管理、合同与履约管理、商账管理、外部信用工具应用、社会责任履行与守法经营、信用文化与环境建设、保密管理等内容。

5.2 资信调查与档案管理

5.2.1 资信调查内容

资信调查内容应包含信用销售客户（或预付款采购供应商）的基本信息、人力资源信息、物质资源信息、经营状况信息、管理信息、财务信息、诉讼信息、商标专利、关联企业信息、银行贷款或抵押担保信息、所在行业状况以及企业守法、守约等信用信息等。

5.2.2 资信调查方法

资信调查方法应包含通过实地调研或直接向信用销售客户（或预付款采购供应商）索取有关资料、通过政府或媒体公开资料查询，或向行业协会、同行、上下游客户合法咨询了解或委托第三方专业机构调查等。

5.2.3 资信评价指标

企业应建立信用销售客户（或预付款采购供应商）资信评价指标及评价模型，评价内容主要包括企业基本素质、经营能力、偿债能力、发展前景、交易历史、信用记录、风险分析以及对本企业重要程度等。

5.2.4 资信评估方法

企业应采用定性分析与定量分析相结合、微观分析与宏观分析相结合、动态分析与静态分析相结合的方式，对信用销售客户（或预付款采购供应商）的资信情况进行全面分析和综合评估，得出客户的信用评分或信用等级。

5.2.5 客户（或供应商）基本分类

企业应对所有客户（或供应商）进行分类管理，可按照客户性质、合作时间、规模、类型、重要程度和信用评价结论进行分类，对信用销售客户（或预付款采购供应商）根据信用风险程度分为低风险客户、一般风险客户、较高风险客户、极高风险客户等类型。

5.2.6 信用档案内容

信用档案主要包括企业通过资信调查掌握的信用销售客户（或预付款采购供应商）信息、企业对信用销售客户（或预付款采购供应商）的信用分析和评价资料、从第三方机构获取的信用销售客户（或预付款采购供应商）信用信息或信用报告、以及与本企业交易的资料等内容。具体包括：

- a) 客户基本资料：营业执照、开票资料、各种资质证书、许可证等复印件，以及采集的客户人力资源信息、物质资源信息、经营及管理状况、财务状况、关联企业情况、银行贷款或抵押担保情况、所在行业状况和企业信用记录等；
- b) 客户调查资料：现场调查表、资信调查报告等；
- c) 与客户沟通资料：业务沟通的传真、电子邮件、通话记录、聊天记录、电话录音等；
- d) 业务资料：合同或订单、运输单、送货单客户签收联等；
- e) 商账资料：历史信用交易统计、应收（预付）账款定期对账单及回复等；
- f) 逾期债权保障资料：催款通知单、客户对账回函、还款计划、付款承诺等。

5.2.7 信用档案管理

5.2.7.1 信用档案的更新和维护

信用档案应分为纸质档案和电子档案并实行动态管理、适时更新，更新周期一般不超过一年。电子档案应实时更新，纸质档案及时回收归档、定期更新。

5.2.7.2 信用档案的保管和查阅

5.2.7.2.1 企业应对信用档案进行编号，建立检索目录并实现电子化管理，逐步实现纸质档案电子化存储。

5.2.7.2.2 企业应对信用档案的保管年限及删除处理作出规定，纸质信用档案的保管期限最低不少于3年，电子信用档案保管期限最低不少于5年。

5.2.7.2.3 信用档案应采用企业集中或部门集中的方式保管，并建立客户信用档案的查阅权限和审批程序，保留档案查阅记录，防止企业商业秘密和客户信息泄露。

5.3 授信管理

5.3.1 总体授信计划

企业应根据内部条件（自身实力、资金流动性、产品特点、经营状况等）和外部环境（市场地位、行业特点、经济周期、国家政策等）制定总体授信策略，确定一定期限内（通常为一年）的授信额度总量和现金收回目标。

5.3.2 授信条件与标准

授信条件是企业要求客户支付赊销款项的条件。企业应制订授信业务的标准和信用条件，建立信用政策的调整与完善机制，内容包括对客户授信有明确的信用条件或要求，信用政策包含信用账期、信用额度和鼓励客户提早还款的信用折扣等，同时考虑结算方式的风险和成本。

5.3.3 授信流程及管理

企业应建立明确的授信（或预付款采购）业务流程和权限要求，授信（或预付款）审批签字手续齐全、符合权限要求，重大授信或超信用政策的授信（或大金额预付款）由企业最高管理者审批决定。

5.3.4 授信方法

企业应综合考虑客户资信评价结果、客户信用需求量、客户产品市场前景、客户付款诚信记录、行业惯例等因素，科学运用同业比较法、初次限额法、销售预测法、风险收益比较法等进行授信，确定对某一客户的具体授信额度和账期。

- a) 对企业的新客户确定授信额度的方法包括但不限于：
 - 1) 同业比较法；
 - 2) 初次限额法；
 - 3) 销售预测法等。
- b) 企业的老客户确定授信额度的方法包括但不限于：
 - 1) 营运资产计算；
 - 2) 资产负债比率计算；
 - 3) 信用限额的计算；
 - 4) 信用额度调整等。

5.3.5 授信风险控制

授信对象出现超过信用政策规定状况时可采取停止发货（或服务）、停止接单、停止授信或要求客户增信等风险控制措施，也可以在授信时合理采用信用保险、信用担保、应收账款保理等手段转移风险。对重点信用销售客户（预付款采购供应商）应定期走访，及时掌握客户最新信用状况。

5.4 合同与履约管理

5.4.1 合同签订前管理

5.4.1.1 企业需对合同履约风险进行全面评估，具体包括：在招投标管理流程中或合同评审时，组织包括技术、质量、生产（或服务）、销售、财务等相关部门对标书或合同进行全面评估。

5.4.1.2 信用销售（或预付款采购）前审核对方的主体资格和专业资质是否符合法律法规要求，委托代理人是否得到有效授权。

5.4.2 合同签订过程管理

5.4.2.1 企业订立信用销售（或预付款采购）合同一般采用书面形式，不应采用口头形式，信用销售合同的主要条款应体现信用政策。

5.4.2.2 合同签订时注意签字盖章手续规范、满足合同要求，只有签字的合同需保证委托代理权限有效。

5.4.2.3 合同主要条款应齐全，包括：标的、数量和质量、价款或报酬、履行期限、履行地点和方式、结算方式、违约责任、其他（验收方法、风险责任、纠纷争议解决）等条款。

5.4.2.4 重大合同应采取担保措施或经法务审核，重点审核不合理条款和无效条款。

5.4.2.5 在合同中设定逾期付款（或延期交货）的费用补偿条款或惩罚措施，可以控制企业信用销售（或预付款采购）的结算成本。

5.4.3 合同履行过程管理

5.4.3.1 合同履行过程中，应对合同履约情况进行跟踪、监督。检查监督的形式可以是公司例会、日报、周报、旬报以及定期或不定期的检查。

- 5.4.3.2 企业可以通过建立合同台账或信息化管理系统记录合同履行情况，包括计划安排情况、生产（或服务）进度情况、发货（或服务完成）情况、开票情况、收款情况。
- 5.4.3.3 企业应妥善保存和管理好合同执行过程中的重要原始资料和记录。企业应对合同履行中出现的各类纠纷及时妥善处理，以防影响账款回收。
- 5.4.3.4 对信用交易合同中的重大合同，可选用定金、保证、抵押、质押、留置等担保方式的增信措施，并经过专业律师或本企业法务人员审核。
- 5.4.3.5 合同的变更、转让和解除、终止，应符合法律法规要求和合同约定（见表1）。合同不能履行的，应按有关规定采取风险控制措施和进行责任追究。

表1 法定解除合同的五种情形

序号	法定解除合同的五种情况
1	因不可抗力导致合同无法履行
2	合同到期前，当事人一方以言行明确表示毁约
3	一方不履行，经另一方催告仍在期限内不履行
4	一方当事人因其他违约行为导致本合同无法履约
5	符合其他法定解除条件

5.4.4 合同履行后管理

- 5.4.4.1 合同履行完成后，应定期对合同完成情况进行统计和评估，并建立合同执行情况工作考核和责任追究机制，对相关责任人进行奖励或责任追究。
- 5.4.4.2 合同履行完成后，应建立客户履约动态跟踪机制，与客户的信用监控有机结合起来，动态关注可能影响客户履行债务的情况，出现问题及时采取对策进行处理。

5.4.5 企业自身合同履约管理

- 5.4.5.1 企业签订合同，参与投标，应客观评估自身生产资源、技术条件、资金情况等，确保自身能够履约。
- 5.4.5.2 企业根据合同关键事件，制定可修订的履约计划，履约计划包括但不限于执行计划、付款计划、收款计划等。

5.5 商账管理

5.5.1 商账管理工作内容

商账管理工作内容包括但不限于：

- 客户收货和发票确认；
- 及时与客户沟通确认质量和服务；
- 跟踪监控应收账款；
- 培养客户正确的付款习惯；
- 在应收账款即将到期前提示客户付款；
- 及时调整客户信用额度；
- 分析本企业与各客户应收账款状况；
- 根据企业和客户的具体情况不断调整和完善应收账款政策。

5.5.2 商账统计、账龄分析与结算

5.5.2.1 信用管理部门应每月建立应收（或预付）账款统计表和账龄统计表，定期进行商账统计和账龄分析，并将结果准确、及时地向有关方面反馈或披露。

5.5.2.2 企业可根据自身经营需求，选择对应收账款进行统计分析的方式。统计分析可包括应收账款整体状况、应收账款客户结构分析、应收账款业务员结构分析等。

5.5.2.3 企业在信用销售（或预付款采购）中应采用安全性高、成本低的结算方式。企业可将应收账款按账龄长短分成若干组，并按组估计坏账损失的可能性，进而计算坏账损失的金额。

5.5.2.4 信用管理部门在日常管理中要关注客户是否按订单或合同约定的账期和方式，全额及时结算账款。

5.5.3 商账监控与预警

5.5.3.1 企业应设立符合实际经营状况的商账管理指标，并建立商账监控与预警机制，合理使用账龄分析、比率分析、因素分析等方法，弄清逾期账款的产生原因，逾期账款定期向业务部门发出预警报告，以便采取针对性管理措施。

5.5.3.2 超过规定期限的逾期账款要按照财务核算规定计提坏账准备。

5.5.3.3 企业一般以计提坏账准备金应付坏账。坏账处理的方法有坏账催收、实物清偿和法律诉讼。

5.5.4 商账催收

5.5.4.1 商账催收方式包括内勤催账、外勤追收、委托追账和法律诉讼。逾期在3个月之内的，主要依照内部催收环节进行处理；逾期3个月以上的，则需要考虑委托商账追收机构进行追讨；逾期1年以上的，应该考虑应用诉讼手段。

5.5.4.2 企业应注意保持逾期账款的法律诉讼保护时效，对追讨难度较大的逾期账款必要时可以通过法务或聘请律师等法律手段进行外部催收。

5.6 外部信用工具应用

5.6.1 外部信用工具运用方式

企业可以充分运用信用服务机构的咨询和辅导，快速提升信用管理水平；通过运用信用服务机构的产品与服务，以及其他外部信用工具，不断完善信用管理手段，防控和转移信用风险，增强市场竞争力。运用方式包括但不限于：

a) 外部信用信息：主要指政府、行业协会、媒体的公开信息，信用服务机构提供的企业上下游客户信用信息；

b) 外部信用报告：包括信用调查报告（资信调查报告）、信用评级报告、资信评估报告等；

c) 信用管理辅导服务：在开展信用管理贯标及示范创建时，应用第三方信用服务机构的辅导服务，包括企业信用管理状况评价、指导企业建立信用管理制度、制定企业信用策略、设计信用管理组织、设计客户信用分析模型、建立企业信用档案、开展信用管理培训和设计开发信用管理信息化系统等服务；

d) 信用风险转移工具：指信用担保、信用保险、信用保理、债权融资等工具。

5.6.2 外部信用工具运用领域

外部信用工具运用领域主要有：

a) 供应商选择；

b) 客户资信调查；

c) 商账管理；

d) 招投标活动；

e) 对外投融资；

f) 期货或汇率风险对冲等。

5.7 社会责任履行与守法经营

5.7.1 企业履行社会责任的核心事项

企业履行社会责任的核心事项包括：

a) 消费者权益：企业应向消费者提供安全、可靠的产品和诚信服务，积极、妥善地处理消费者投诉，不得泄露消费者信息和隐私；

b) 职工权益：企业应遵守法律规定、保障职工合法权益；建立培训和激励机制，保持职工收入合理增长；尊重和关爱职工，确保职业健康和安全生产；定期开展工会活动，建立和谐劳动关系；

c) 节能环保：企业应节约土地和其他资源，节能减排、防止环境污染，保持和恢复生态平衡，为社会创造良好环境；

d) 诚信经营：企业应遵章守法、诚信经营，按时支付供应商货款；规范披露信息，保护股东权益；尊重和保护知识产权，公平竞争，不违反商业道德，反对商业贿赂；

e) 社会贡献：企业应依法纳税、创造社会财富；增加就业、发展地方经济；持续增加投入、推动技术和管理创新；弘扬优秀文化、建设文明和谐企业；积极参与社会公益活动、热心慈善捐助。

5.7.2 守法经营

5.7.2.1 企业应树立良好的社会形象，不应有严重违法失信信息或行为。

5.7.2.2 企业如有一般失信信息或行为，应采取有效措施，积极纠正失信行为并消除影响，及时进行信用修复。失信主体可通过做出信用承诺、完成信用整改、通过信用核查、接受专题培训、提交信用报告、参加公益慈善活动等方式开展信用修复。

5.7.2.3 企业应利用政府公共信用信息系统，及时披露本企业生产经营、市场开拓、信用管理、信用状况、资质资格、获奖获评、知识产权、新品开发、技术创新、产品质量、品牌创建等相关信息。

5.8 企业信用文化与环境建设

5.8.1 信用文化与环境

企业应逐步建立信用文化，开展信用文化教育，加强全员信用风险意识，形成企业自身的信用文化积累体系，营造守信环境氛围。

5.8.2 诚信奖惩制度

企业可建立公正、合理、科学的诚信奖惩制度，以便于对企业员工的诚信或不诚信行为进行奖惩。奖惩手段可落实到用工选择、岗位分派、职务任免、级别升降、薪酬分配等具体环节之中，对维护企业诚信的行为给予奖励，对违反企业诚信或给企业信誉、形象造成损害的行为给予惩罚。

5.9 保密管理

5.9.1 保密人员及设备管理

5.9.1.1 明确保密人员，设定保密等级和接触权限，签订保密协议，并开展保密要求培训。

5.9.1.2 明确可能造成销售客户（或预付款采购供应商）信用信息流失的设备，规定使用目的、人员和方式。

5.9.2 保密信息及区域管理

5.9.2.1 明确保密信息，规定保密等级、期限和传递、保存及销毁的要求。对涉密信息进行加密处理；涉密信息应有备份及防删除功能，确需删除时，需授权审批。

5.9.2.2 明确保密区域，规定外来人员活动范围等。特殊涉密区域需两人以上或特殊授权方可进入。

附录 A
(资料性)

客户信用档案库建设工作基本程序

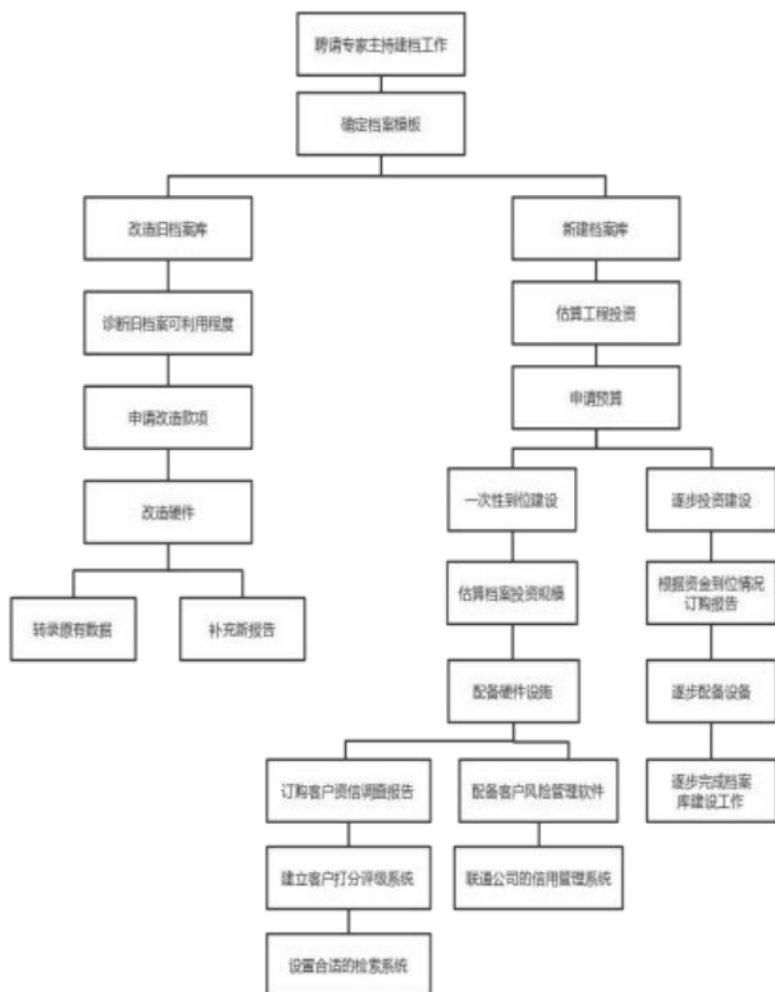


图 A.1 客户信用档案库建设工作基本程序

附录 B
(资料性)

企业授信流程示意图

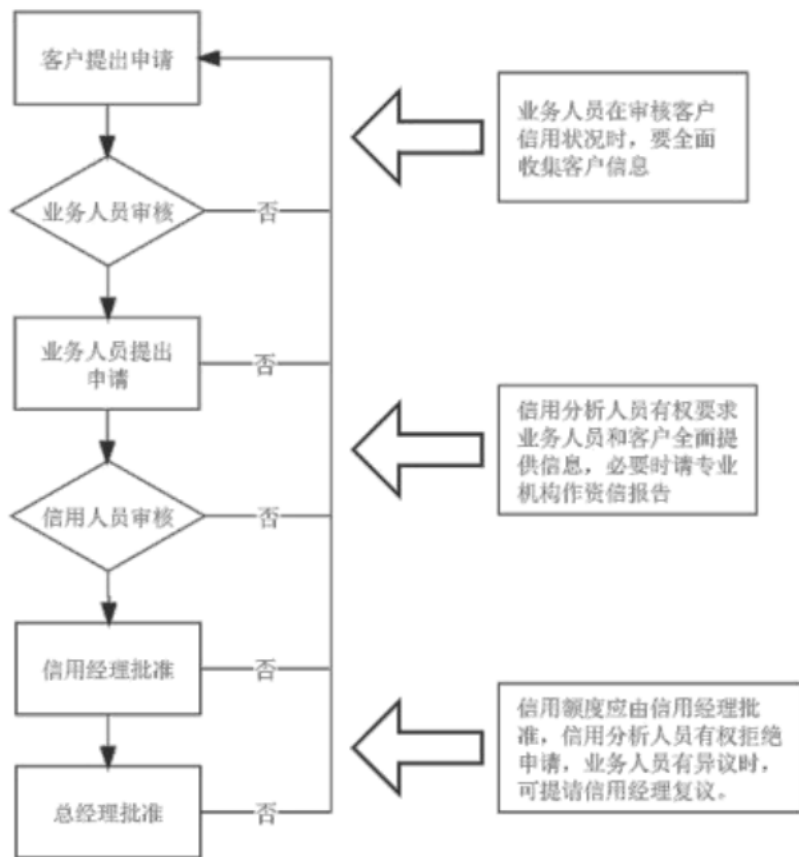


图 B.1 企业授信流程示意图

附 录 C
(资料性)

14步骤收账程序

表 C.1 14 步骤收账程序示意图

步骤	阶段	时间段	联系方法	催账形式
1	提醒阶段	逾期第一天	传真	礼貌提示
2	提醒客户	以后第四天	传真	再度提示
3	了解问题	以后第四天	电话	了解客户发生了什么问题
4	第一次正式催账	以后第四天	传真	显示证据
5	严肃通知	以后第四天	传真	严肃通知
6	第二次正式催账	以后第四天	传真	显示证据
7	压迫客户式谈	与 6 同一天	通话/拜访	表达不满
8	第一次经理对话	以后第三天	电话	催账级别升高
9	第二次经理对话	以后第三天	电话	最后一次通话
10	外勤追收安排	以后第三天	上门	面对面催讨，财务安排
11	经理最后通知	以后第三天	挂号信	最后通牒
12	律师函	以后五个工作日	挂号信/快递	法律说明，诉讼后果提示
13	送专业商账追收机构	1 周以后	委托追账	与追账代理签约
14	提出法律诉讼	半年以后	委托律师	法律行动

附录 D

(资料性)

授信方法

D.1 对企业的新客户确定授信额度的方法

D.1.1 同业比较法

与新客户初次往来时，可以比较同行业内其他企业所授予该客户的信用限额，直接设定同样的信用限额。

D.1.2 初次限额法

与新客户交易时，在经过简单调查后，认为其信用情况尚可时，可以暂时定出初次限额，经过一段时间的进一步接触，再重新修订信用限额。

D.1.3 销售预测法

依据全年对每一客户的销售目标及货款回收期间而设定的信用限额，可利用以下公式：

信用限额=全年销售目标×货款回收期（月）÷12（月）

D.2 企业的老客户确定授信额度的方法

D.2.1 营运资产计算

营运资产是衡量客户规模的尺度，这一指标与销售营业额无关，只同客户的净流动资产和账面价值有关。其公式为：

营运资产=（营运资本+净资产）÷2

式中营运资本=流动资产—流动负债

D.2.2 资产负债比率计算

在营运资产计算的基础上，该模型应用4个常用的财务比率进行计算，得出评估值。这一评估值是衡量客户资信状况的另一个重要指标，使用的4个比率分别是：

流动比率=流动资产÷流动负债

速动比率=（流动资产—存货）÷流动负债

短期债务净资产比率=流动负债÷净资产

债务净资产比率=债务总额÷净资产评估值=流动比率+速动比率—短期债务净资产比率—债务净资产比率

D.2.3 信用限额的计算

对上面的营运资产和评估值加以考虑，具体方法是每一个评估值都对应一个百分比，以该百分比乘以营运资产即得出信用限额。

D.2.4 信用额度调整

以上的评估值仅仅是根据客户的综合分析来确定的,以评估值表示客户的信用等级标准与营运资产百分比的对应关系,也可根据企业的经营状况及信用政策进行调整。例如,在形势较差时,可以给予较低的百分比,上下浮动一般不超过5%。授信额度并不是固定不变的,当客户的经营状况、风险水平及其所处的经营环境发生变化时,企业可以根据实际情况,随时调整信用额度,必要时,甚至可以取消信用额度。

参考文献

- [1] GB/T23791—2009 企业质量信用等级划分通则
 - [2] IB/TE-315:9000 国际信用管理体系标准
-