

北京企业评价

BEIJING ENTERPRISE EVALUATION

—— 评价 交流 方法 研究 客观 公正 科学 规范 ——

服务创新

服务企业

服务社会



北京企业评价

BEIJING ENTERPRISE EVALUATION

主办 北京企业评价协会
地址 北京市海淀区紫竹院南路17号2号楼一层西侧
邮编 100048
电话 010-68701836 010-68701097 (兼传真)
网址 www.beea.org.cn
邮箱 beea_beijing@163.com

内部资料 免费交流



2013年度北京企业评价协会理事会年会暨会员
工作会圆满召开

推进诚信体系建设 争创诚信长城杯企业

2014年北京市民最喜爱的品牌调查评价结果发布

解读:首部国家级社会信用体系建设专项规划明确34个方面具体任务
树立正确的评级观

本期关注

Attention



会议现场



程维虎理事长进行大会致辞



国家质检总局原副局长、北京企业评价协会名誉理事长李保国总结讲话



北京市民政局社团管理处侯庆权处长讲话



秘书长刘光丽汇报2013年工作总结和2014年工作计划



参会代表认真签到

Piedmont
卷首语。

只有善于学习 才能赢得尊严



随着中国制造的产品大举走向国门遍布世界各个角落，中国当之无愧地成为世界制造业的重要中心，“中国制造”这个品牌给国人带来了极大的自豪感。然而，提到“中国质量”，总体看来，仍然让国人自豪不起来，局部来看，在某些行业甚至令人充满忧虑。

要彻底扭转这一现实，中国企业迫切需要学习，向所有成功者学习，不但要学习先进有效的方法、工具，也需要学习先进的文化理念。备受我国管理界尊敬的袁宝华同志曾经提出的“以我为主，博采众长，融合提炼，自成一家”的十六字方针被公认为我国企业实现全面管理提升乃至突破的正确原则和路径。

日本产品在质量方面获得了世界性声誉是我们不能视而不见的。他们的经验表明，优异的质量不仅仅决定于生产线上的某些神奇的措施，而是根植于企业文化乃至社会文化，源于日本人所推崇的所谓“职人精神”，也就是发端于自尊自重的人生态度，进而敬重自己的职业、敬畏顾客，在此基础上，他们探索出大量行之有效的质量管理理念、方法和工具。

在涉及日本的话题上，许多人存在某种纠结的心态。很多人将日本视为对手甚至敌人，因而形成了一种现象，就是更加愿意心无挂碍地去向与我们文化源流迥异、位于地球另一端的美国去求取管理真经，而对于获得辉煌经济成就的近邻视而不见。向对手学习需要胸怀，也需要智慧。战国时代赵式灵王“胡服骑射”就是这样一种胸怀和智慧。

去年年中，我曾到过一家中日合资、中方绝对控股的冶炼厂。一位全程经历了20多年合资经营过程的管理者充满感慨地介绍说，日方管理者面对生产经营中的问题的态度与我们的差异太大了，刚开始有很多的不习惯，然而他们那些做法的合理性很快就被这批善于学习的中方人员所认识，进而接受并效法。这位管理人员觉得这20年的职业生涯对自己思维方式、做事方式以及习惯的改变是难以想象的。他自豪地介绍，不久前日方代表正式承认，他们这家冶炼厂在质量、效率、工艺技术、环保等主要指标上已经全面超越了作为标杆的日本某冶炼厂。

只有不带偏见，心诚意正地去学习，博采众长，我们才能提高，才能实现超越，赢得尊重，收获自豪。





北京企业评价

BEIJING ENTERPRISE EVALUATION

主 办 北京企业评价协会
地 址 北京市海淀区紫竹院南路17号2号楼一层西侧
邮 编 100048
电 话 010-68701836 010-68701097 (兼传真)
网 址 www.beea.org.cn
邮 箱 beea_beijing@163.com
承印单位 北京康飞图文彩色印刷有限公司

我们将热忱期待您的意见与建议!

卷首语

01 只有善于学习 才能赢得尊严

工作动态

04 2013年度北京企业评价协会理事会年会暨会员工作会圆满召开

05 2013年度北京企业评价协会理事长办公会暨常务理事会召开

06 首批工作部署会

07 召开首期“诚信长城杯创建”培训工作会

08 2014年北京评价机构自律发展研讨会召开

09 北京企业评价协会深入会员企业走访调研

10 2014年北京市民最喜爱的品牌调查评价结果发布

13 组织员工参观革命老区 接受革命传统教育

14 2014年北京婴幼儿(孕)消费市场品牌有奖调查评价活动正式启动

行业动态

15 推进诚信体系建设 争创诚信长城杯企业

17 彰显责任价值·引领商业文明——中国企业评价协会发布《中国企业社会责任评价准则》

19 2014“诚信的力量”上市公司高峰论坛在京举行

21 我国今年将建质量信用评价国家标准



▲ 北京企业评价协会理事会年会暨会员工作会现场



▲ 首批诚信长城杯创建部署工作会现场



▲ 首期“诚信长城杯创建”培训工作会现场



▲ 2014年北京评价机构自律发展研讨会现场

政策法规

22 国务院常务会议确定促进产业转移和布局调整政策措施

23 政策解读：首部国家级社会信用体系建设专项规划明确34个方面具体任务

24 国务院关于印发社会信用体系建设规划纲要(2014—2020年)的通知

35 国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见

管理之道

40 问题管理之针对性与权变性

41 如何快速“读懂”一个企业

42 人性化管理遭遇尴尬处境怎么办?

评价公告

44 最新评价优秀企业公示

评价研究

45 树立正确的评级观

48 我国注册资本登记制度改革给企业带来的影响及应对措施

企业风采

51 金融中介打通理财新渠道 京融财富实现老百姓投资理财金融梦

2013 年度北京企业评价协会理事会年会暨会员工作会圆满召开



北京企业评价协会理事会年会暨会员工作会现场

2014 年 3 月 28 日下午，北京企业评价协会理事会年会暨会员工作会圆满召开。

北京企业评价协会名誉理事长李保国，北京市民政局社团管理处侯庆权处长，北京企业评价协会理事长程维虎，监事长赵丽梅，副理事长易丹辉、房祥忠、周天祥、张利成，党支部书记万守刚等领导以及北京企业评价协会理事、团体会员单位、高等院校、科研机构等各领域的相关企业负责人和专家学者近 150 人出席了会议。大会由北京企业评价协会副理事长易丹辉主持。

首先，程维虎理事长进行大会致辞。程理事长向参加会议以及所有关心、帮助和支持协会发展的领导和会员表示了感谢，同时也指出，协会的“立会之本”就是服务，协会作为一个社团组织，只有通过活动才能凝聚人心，聚集力量，扩大组织、完善组织。协会影响力扩大，组织就会自然壮大。因此，会员企业一定要团结起来，充分发挥自身优势，共同推动企业评价事业的发展。

会议期间，秘书处、监事会分别就北京企业评价协会 2013 年工作总结和 2014 年工作计划、2013 年度财务情况和监事会工作情况做了报告，审议通过了新入会会员单位，还表彰了 2013 年度北京企业评价协会金牌会员、优秀会员单位及企业评价工作先进单位和先进个人。优秀会员单位代表北京京诚会计师事务所有限责任公司、北京派克兰帝有限责任公司还分别进行了发言。

会上，北京市民政局社团管理处侯庆权做了重要讲话，充分肯定了协会一年来的工作成绩，并对协会今后的发展方向提出了建议。

最后，李保国名誉理事长发表总结讲话指出，协会要努力扩大协会的覆盖面，加强会员服务力度，增强协会的影响力和渗透力，同时要继续加强与政府部门的联系沟通，充分发挥协会桥梁纽带的作用，进一步提高社会影响力。

2013 年度北京企业评价协会理事长办公会暨常务理事会召开



理事长办公会暨常务理事会会议现场

3 月 28 日上午，程维虎理事长主持召开了 2013 年度北京企业评价协会理事长办公会暨常务理事会。各理事长、监事长、常务理事及秘书处相关工作人员参加了会议。

会议首先听取并审议了秘书处所作的《2013 年度工作总结和 2014 年工作计划》、《2013 年度财务情况》及监事会的《2013 年度监事会工作报告》。会议认为协会圆满地完成了 2013 年预定计划，充分肯定了协会 2013 年度工作成绩，同时对协会今后的工作发展也提出了建设性意见和建议。会议一致认为：一是要进一步

加强政府和企业之间的联系，充分发挥桥梁纽带作用，全面了解政府相关政策，为企业提供更多的扶持渠道；二是要积极发展会员、增强协会凝聚力。三是要不断探索协会发展规律，创新工作机制和工作思路，始终坚持以“服务政府、服务企业、服务社会”的工作宗旨，把北京企业评价协会办成有广泛的社会影响力、行业凝聚力、品牌公信力的枢纽型社团。

会议还审议通过了 2013 年度“新入会会员企业”，并对即将召开的理事会年会和会员工作会提出了建议。

召开 2014 年诚信长城杯创建首批

工 作 部 署 会

2月28日，诚信长城杯评审委员会办公室召开了2014年诚信长城杯创建首批工作部署会，来自11个行业的诚信长城杯创建办公室成员单位及3家兄弟行业协会的领导出席。会议由北京企业评价协会副理事长张利成主持。

会议主要内容有：汇报诚信长城杯近期工作情况，介绍诚信长城杯创建试点工作方案，解析《企业诚信评价指标体系（草案）》，诚信长城杯创建工作与各行业联合发文范本介绍，以及研讨如何更好地推进诚信长城杯创建首批试点工作。

会议透露，诚信长城杯创建工作正与市工商局企业信用信息系统对接，诚信长城杯（文字+图形）注册商标也得到正式批准，开展诚信长城杯创建条件已经成熟。并且按照首批工作方案，试点推进工作将于今年6月份结束。配合创建工作的开展，诚信长城杯评审委员会办公室已开通了“12915 诚信长城杯企业管理服务平台”，设计了“诚信长城杯企业查询系统”，制作了“诚信长城杯创建工作网上注册申报系统”，并为各行业协会商会设计了网上审批窗口，还分别设计了诚信长城杯

创建证书、诚信长城杯企业网上电子证书、企业诚信码证书等，目前网上申报注册系统测试阶段已基本结束，马上可以投入使用。

会议期间，专门对《企业诚信评价指标体系（草案）》进行了详细讲解，该评价指标体系分别从企业基本状况、企业管理水平、企业诚信表现、企业社会责任等方面展开，每项均细化评价，按照该评价指标体系，各行业协会很容易评价参与企业的诚信水平，从而为诚信长城杯的创建工作把关。

会议还通过了诚信长城杯创建各单位联合发文的文件范本，展示了企业网上注册申报系统，并围绕如何更好地推进诚信长城杯创建首批试点工作展开了热烈讨论。会议一致对“诚信长城杯创建工作的公益性”、“诚信长城杯创建工作的性质——是创建而不是评比”、以及创建工作的长效机制等特点给予认同。各行业创建办公室纷纷表示，将按照统一工作方案积极部署会员企业参与首批创建工作，共同推进诚信长城杯创建工作发展，打造诚信长城杯品牌社会影响力。



部署工作会现场



诚信长城杯创建办公室成员单位及兄弟行业协会合影留念

召开首期“诚信长城杯创建”培训工作会



培训工作会议现场



培训工作会议现场

4月4日，首期“诚信长城杯创建”培训工作会议暨2014年北京机电行业“诚信长城杯创建”部署工作会议在北京京城资产管理有限公司召开。市机电行业协会理事长李济生、王克俭副理事长、秘书长石长桥以及参加创建的首批会员企业30余人出席了会议。我会党支部书记万守刚、秘书长刘光丽受邀参加了会议。

会上，市机电行业协会王克俭副理事长针对今年在行业内开展“诚信长城杯创建”工作进行了具体部署，李济生理事长进行了总结发言。万守刚书记和刘光丽秘书长分别向与会人员介绍了北京市“诚信长城杯创建”

工作的目的和意义以及评级指标体系、创建流程注意事项等具体内容。

“诚信长城杯创建”工作重在诚信宣传推广的过程，开展的目的是为引导我市企业提高诚信经营意识和管理水平，通过加强企业诚信经营的过程管理，推进行业信用体系建设，规范市场秩序，优化北京经济社会发展软环境。首期“诚信长城杯创建”培训工作会议的举办，拉开了我市“诚信长城杯创建”活动的序幕。今后，我会将陆续对各诚信创建办公室成员单位提供支持，大力宣传“诚信长城杯创建”工作，逐步推进“诚信长城杯创建”工作在我市的有序开展。

2014年北京评价机构自律发展研讨会召开



2014年北京评价机构自律发展研讨会现场

2014年北京评价机构自律发展研讨会召开

5月28日,2014年北京评价机构自律发展研讨会召开。

出席本次研讨会的有北京企业评价协会副理事长万守刚、北京企业评价协会秘书长刘光丽、北京市价格协会秘书长赵鹤冲以及来自北京师范大学、大公信用、中金浩资产评估有限责任公司等评价机构和部分参评企业

代表近30人,涉及环境影响评价、安全评价、信用评价、资产评估、物业服务评估、绩效评价等多个领域。会议由北京企业评价协会副理事长万守刚主持。

会上,代表们对评价行业普遍关心的评价机构间恶性竞争、评价人员资质要求、评价行业收费标准制定、评价结果的应用等热点问题上结合自身状况发表了意见,并在如何加强政府监管、建立评价复核裁定制度、开展评价行业评估表彰等方面提出需求和发出呼声。同时,市价格协会赵鹤冲秘书长提出评价自律工作要求真务实,形成长效机制、建立健全规章制度、加强行业组织间的沟通等,同时就代表们关注的收费标准做了政策性解释。

会议期间,还向2014年参加备案以及通过年检的与会评价机构代表颁发了《北京市企业评价机构备案证书》。

最后,万守刚副理事长总结发言时指出:协会希望通过本次活动更好地加强评价机构间的交流,从而促进整个评价行业健康发展,不断壮大。协会将着力发挥自身桥梁纽带和参谋助手两大作用,以及运用好协会的服务、协调、自律三大职能来为各界提供优质服务。



北京市价格协会赵鹤冲秘书长讲话



与会代表合影留念



被评企业代表发言



向备案评价机构代表颁发证书



评价机构代表发言

北京企业评价协会深入会员企业走访调研



2014年6月11日,为进一步密切与会员企业的沟通联系,征求会员企业对协会今年工作的意见建议,张利成副理事长带领党支部书记万守刚、秘书长刘光丽等一行五人的工作组,深入会员企业中铁十六局集团有限公司开展走访调研活动,了解会员企业的经营管理,企业发展情况以及会员企业需求等情况。

中铁十六局集团有限公司副总经理、总工程师马栋介绍了这几年集团公司的经营发展情况,重点项目开发和管理情况。在企业协会王启山秘书长的带领下,工作组还参观了中铁十六局集团有限公司办公楼。张理事长和马总进行了亲切的交谈,就协会今后的发展和今年重点工作、会员企业之间的合作交换了意见。

马总在交谈时说,希望协会于会员企业间多走动,多沟通,信息传递多了,才能相互了解,增强信任,

创造加强合作的基础和条件,十六局集团今后将加大力度支持协会的工作,也非常欢迎协会领导常到企业指导检查工作。

张理事长表示,协会今后要继续发挥桥梁纽带的职能,促进企业与政府沟通,重点打造会员企业之间的交流合作平台,同时协会也将结合会员企业的意见建议,突出政策宣讲及“走出去”等方面的服务,推动协会各方面工作再上新的台阶。

通过本次走访,进一步加强了协会与会员单位间的沟通、交流,并深入考察会员单位的运行状况和发展潜能,了解会员单位业务情况与相关需求,也了解到了会员单位在发展过程中面临的机遇和挑战,为协会下一步开展针对性帮扶措施提供了很好的借鉴和参考。

2014 年北京市民最喜爱的品牌



为更好地引导社会公众品牌消费，同时树立企业品牌形象，提升企业品牌社会影响力，2014 年 2 月 20 日至 5 月 20 日，北京企业评价协会委托北京市产品评价中心组织开展了“2014 年北京市民最喜爱的品牌”调查评价活动。

本次调查评价活动主要针对国内（含港、澳、台地区品牌）与市民日常生活息息相关的食品药品、日用百货、餐饮、服装首饰和文体娱乐五大类别品牌展开，共涉及 100 个小类 1000 多个行业优秀品牌。本次调查问卷的回收通过街头拦访和网络调查两种方式进行，其中网络调查参与人数 6330 人，审核回收合格问卷 2089 份；街头拦访参与人数 1882 人，审核回收合格问卷 1242 份；最终审核回收合格问卷共计 3331 份。

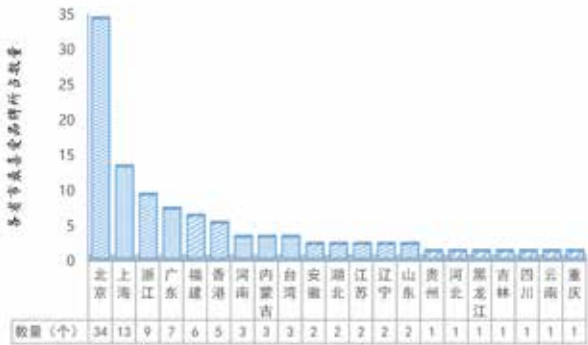
调查数据运用 SPSS 统计分析软件，并结合 Crystal Xcelcius 交互式可视化分析软件，对静态数据进行可视化分析。其中综合统计调查结果，网络调查和街头拦访所占权重按 30%：70% 进行，并将综合统计调查结果征求了市日化、服装、医药、茶叶、粮食、酿酒、洗染、电子电器等相关行业协会意见，查询工商信用信息公示记录等一票否决程序，最后得出“2014 年北京市民最喜爱的品牌 100 强”调查评价结果(见附件)。

调查发现：

一、市民最喜爱品牌中我市所占比例尚需提高。调查结果显示，我市企业自主品牌在 100 个最爱品牌中占 34%（见图 1），其中不乏像京东、新浪和小米这样的新兴高科技企业，虽然远领先于其它省市所占比重，但对于主要在北京区域市民消费进行的调查而言，北京市企业行业最喜爱品牌所占比例仍需进一步提高。

二、北京企业品牌整体上榜位居榜首。在本次被调查评价的共 1093 个相关品牌中，排在前十名的品牌

图1：100个最喜爱品牌分布情况



按地区分布分别为：北京（25.2%），广东省（14.5%），上海市（9.9%），浙江省（9.3%），福建省（4.6%），山东省（4.6%），香港（4.4%），江苏省（4.0%），台湾（2.2%），河南（2.1%），北京企业所占比重位居榜首（见图 2），广东省远超其他省市位居第二，凸显其拥有品牌优势和地位。调查还发现，北京地区品牌市场占有率分布极为不均，如烤鸭连锁、糕点连锁基本都为北京品牌。虽然在现代服务业上普遍占有优势，但在食品饮料、日化、服装、电器等传统行业中基本被外省市企业占据，如电子电器品牌广东企业最多占 54%，而服装鞋帽类品牌大多来自江浙一带占 41.5%。

三、我市企业品牌总体认知程度占比较高。调查

图2：1000品牌分布情况

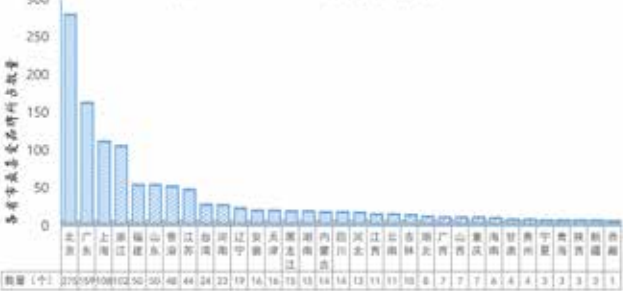


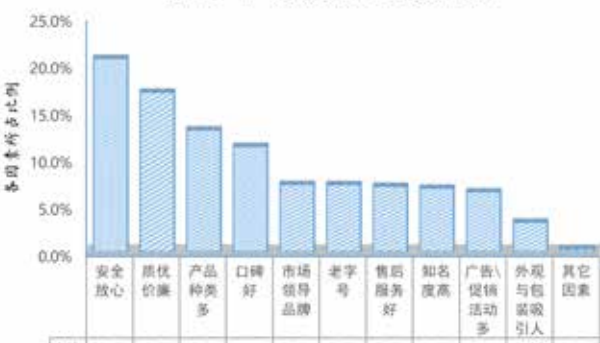
图3：市民品牌认知度



金龙鱼、全聚德、小米（见图 3）。北京企业拥有的品牌有 6 个，明显占有优势。调查结果中既有外省市品牌“海尔”高居北京市场第一的遗憾，也有“联想”、“李宁”和“美的”等北京市老品牌稳扎市民心中的地位，又有“小米”品牌异军突起带来的惊喜。

四、“安全放心”成为市民消费最关注的因素。数据显示，北京市民最关注的消费因素为“安全放心”（见图 4），尤其是对转基因食品问题特别关注并抱有

图4：市民所关注消费因素



争议，其余依次为“质优价廉”、“产品种类多”和“口碑好”等，“外观与包装吸引人”成为市民最不关心的消费因素，说明市民消费逐步趋于理性，不再盲目追求表面化。

调查建议：

一、要积极发挥政府、企业和社会的协同作用，促进我市企业品牌建设工作发展。品牌建设工作要坚

持政府引导，以市场为主导、企业为主体、全社会共同推进的方式协同发展，加大政策扶持，为品牌建设营造良好环境，做大做强优势产业，树立品牌建设标杆，提升首都经济综合实力。

二、企业品牌要不断加大创新、管理和宣传，增强市场竞争力。企业要进一步转变经营理念，注重品牌培育，不断加大品牌技术改造和科研投入，增强品牌创新能力，不断加强和完善品牌管理，合理利用品牌传播途径，努力将企业品牌全力推向市场。

三、努力培育市民的品牌消费观念。坚持市场取向原则，提升企业品牌价值，大力推广和培育市民品牌消费意识，全社会上下齐动，积极在全市打造一个“做品牌、推品牌、用品牌、爱品牌”的良好社会氛围，有效推动首都品牌建设发展。

附件：

2014 年北京市民最喜爱的品牌 100 强

（每类别 1 名，类别排名不分先后）

序号	品牌名称	所属类别
1	金龙鱼	食用油
2	北大荒	大米
3	古船	面粉
4	海天	酱油
5	龙门	食醋
6	金沙河	挂面
7	康师傅	方便面
8	梅林	罐头食品
9	娃哈哈	八宝粥
10	稻香村	粽子
11	思念	汤圆
12	双汇	火腿肠
13	乌江	榨菜
14	王致和	调味品
15	庆丰包子铺	餐饮快餐
16	老边	水饺连锁

17	海底捞	火锅连锁
18	全聚德	烤鸭连锁
19	好利来	糕点连锁
20	中南海	香烟
21	燕京	啤酒
22	牛栏山	白酒
23	长城	葡萄酒
24	张一元	茶业
25	农夫山泉	矿泉水
26	屈臣氏	苏打水
27	汇源	果汁
28	红牛	功能性饮料
29	加多宝	凉茶
30	三元	牛奶
31	蒙牛	酸奶
32	维维	豆奶
33	伊利	雪糕冰淇淋
34	大白兔	糖果
35	喜之郎	果冻
36	旺旺	膨化食品
37	康师傅	饼干
38	牛头牌	牛肉干
39	洽洽	瓜子
40	百花	蜂产品
41	中国劲酒	保健酒
42	同仁堂	连锁药房
43	同仁堂	中成药
44	三九	感冒药
45	斯达舒	胃药
46	京都念慈庵	止咳
47	东阿	阿胶
48	棒棰岛	海参
49	同仁堂	冬虫夏草
50	碧生源	减肥保健品
51	云南白药	牙膏牙具
52	六神	沐浴露
53	六神	香皂
54	舒蕾	洗发水
55	蜂花	护发素
56	相宜本草	护肤用品
57	佰草集	洗面奶
58	美即	面膜

59	雕牌	洗衣用品
60	心相印	生活用纸
61	洁丽雅	毛巾
62	七匹狼	男装
63	红蜻蜓	男鞋
64	波司登	羽绒服
65	南极人	针织内衣
66	鄂尔多斯	羊毛衫
67	雅戈尔	衬衫
68	飞亚达	手表
69	小米	智能手机
70	顺美	西服
71	九牧王	西裤
72	金利来	领带
73	暴龙	太阳镜
74	同仁验光	眼镜店
75	安踏	运动鞋
76	七匹狼	皮带
77	菜百	珠宝首饰
78	达芙妮	女鞋
79	白领	时尚女装
80	爱慕	女士内衣
81	森马	休闲女装
82	瑞蚨祥	旗袍
83	梦舒雅	女裤
84	恒源祥	中老年女装
85	万事利	真丝服饰
86	探路者	户外用品
87	方太	厨卫
88	美的	电饼铛
89	海尔	电冰箱
90	华联	百货商场
91	好邻居	便利店
92	顺丰	快递业
93	福奈特	干洗 / 洗衣店
94	大众点评	餐饮美食网站
95	携程	旅游综合网站
96	优酷	视频网站
97	电玩巴士	游戏网站
98	腾讯	门户网站
99	新浪微博	社交网站
100	京东	电商网站

组织员工参观革命老区接受 革命传统教育



十渡东湖港合影

6月13日，协会组织员工到房山区十渡革命老区进行参观学习，接受爱国主义教育及革命传统教育。

在十渡革命老区根据地旧址，面对历史遗物、场景，每位员工都怀着无比崇敬的心情认真地聆听讲解，深切感受这片土地所承载的厚重历史和精神信仰。通过参观学习，大家深深体会到，革命胜利来之不易，幸福生活来之不易。大家纷纷表示，对于革命先烈，对于老区人民，要身怀感恩之心、感谢之念；在今后工作中，要自觉践行崇高的革命精神，坚持崇高理想，坚定信念，解放思想，实事求是，为建设富裕、文明、和谐新当阳作出新的更大的贡献。

通过本次参观学习，使协会员工增强了责任感和使命感，受到了一次深刻的革命传统教育。大家表示，要牢记历史，居安思危，用自己的实际行动为党旗增光添彩。

同时，通过此次活动中，与大自然亲密接触，不仅每位员工的身心都得到了放松，促进了彼此间的交流沟通，还更进一步增强了全协会的凝聚力和向心力。这种正能量必将促进全体员工踏实工作，积极进取，为协会今后的发展做出积极贡献。

2014 年北京婴幼儿（孕）消费市场品牌 有奖调查评价活动正式启动



近日，2014 年北京婴幼儿（孕）消费市场品牌调查评价活动正式启动。该项活动是继 2012 年首次成功发布婴幼儿品牌调查活动基础上的第二次举办，也是为树立婴幼儿（孕）消费品牌形象、提升品牌认知度，同时也为进一步了解北京市场婴幼儿（孕）品牌消费趋势，为广大消费者提供有力参考依据而开展的一项专项调研项目。活动由北京企业评价协会主办，并特委托北京市产品评价中心具体承办。

此次调查活动的问卷征集工作主要是通过网络调查和街头随机拦访两种方式进行，调查结果还将综合专家评审、征求社会各界意见以及工商系统等部门公示情况多个程序，最终向社会发布科学、公正、合理的调查结果。

此次调查评价活动还设立一等奖 1 名，二等奖 5 名，三等奖 10 名，届时将分别给与一定的物质奖励，希望广大市民积极参与，发表自己的见解。参与者可登陆北京企业评价网（www.beea.org.cn）、北京市产品评价网（www.bpec.org.cn）或问卷网（<http://www.wenjuan.com/s/INFZna>），调查结果将于 10 月份发布。



推进诚信体系建设 争创诚信长城杯企业

诚实守信，是中华民族几千年来传统美德，也是一种宝贵的历史资源和精神财富，也为我们今天构筑诚信社团提供了深刻的启迪。协会作为广大会员企业与政府之间的桥梁纽带，要在实践中加强协会诚信建设，从而维护会员企业根本利益，在协会建设过程中应大力开展诚信教育、倡导诚信理念、增强诚信意识、形成诚信风尚，确保协会事业不断向前发展。

一、诚信长城杯创建政策背景

党的十八大报告提出“加强政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设……”，以及商务部等十七个部门发出《关于开展 2013 年“诚信兴商宣传月”活动的通知》和北京市人民政府《关于进一步加强企业信用监管推进企业信用体系建设的意见》（京政发〔2012〕42 号）等，都充分说明诚信工作的重要性，也促使我们对诚信的理解从伦理道德的范畴提升到制度建设的层面。

二、诚信长城杯创建历程

2010 年 7 月 15 日，第二届北京企业诚信论坛在西单商场隆重召开。论坛期间，北京企业评价协会副理事长张利成向李保国等领导提议在诚信工作领域设立争创长城杯的建议得到首肯。论坛结束，协会即组织广泛征集协会专家库专家意见，决定启动争创诚信长城杯筹备策划工作。

诚信长城杯创建工作是由北京企业评价协会主办，北京市工商业联合会、中国市场学会信用工作委员会、中国质量评价协会等作为指导单位，北京市场协会、北京信用协会作为支持单位，各行业协会、商会作为评审委员会办公室成员单位共同开展的一项工作。该项工作由独立的第三方社会组织，按照科学、公平、公正、公开的原则，依据《诚信长城杯创建管理办法》、《诚信长城杯注册商标使用办法》等，通过企业自愿申请、行业推荐与第三方征信、评审委员会审核、在线公示、公众监督、违规退出等一系列程序，对企业在基础信息、资质交易、用户投诉等方面进行全方位的诚信审查，向承诺诚信经营并通过审查的企业颁发“诚信长城杯”



诚信长城杯创建工作启动仪式现场



向首批创建办公室成员单位进行授牌

创建证书及电子标识，并在“12915 诚信长城杯企业管理服务平台”公布企业创建信息，向社会公众展示“诚信长城杯”经营企业的真实信息、诚信等级信息，为企业、个人、金融机构、政府单位等评价企业诚信情况提供参考。目前诚信长城杯评审委员会办公室成员单位已有北京机电行业协会、北京建筑五金门窗幕墙行业协会、北京市餐饮行业协会、北京日化协会、北京市场协会、北京酿酒协会、北京市洗染行业协会、北京市豆制品协会、北京设备管理协会、北京黑龙江企业商会、北京电子电器协会、北京企业评价协会、北京企业投资协会 13 家行业协会。

2011年7月,北京企业评价协会向国家商标局递交了注册申请。经多次努力,“诚信长城杯”商标最终在2012年底顺利通过公示,取得国家商标局颁发的“诚信长城杯”商标注册证书。期间还递交了“诚信长城杯”图形注册申请,目前也得到了批准。“诚信长城杯”注册商标的取得,为下一步争创诚信长城杯工作的具体实施在商标专用权与知识产权保护方面奠定了坚实基础。

2013年1月23日,北京企业评价协会召开第二届会员大会,修改了新的《章程》,选举产生了新一届领导班子。在新修订的协会《章程》中,“组织开展争创诚信长城杯活动,表彰诚信建设示范单位与先进个人”被明确列入协会的章程业务范围,并由全体会员表决通过,以及上级单位市经信委和市民政局的批准核定。至此,“争创诚信长城杯”计划工作的开展从协会《章程》上得到了保障。

2013年12月26日,北京地区行业协会商会“诚信长城杯创建”工作启动仪式在清华同方科技广场成功召开。出席启动仪式的领导有中国市场学会信用工作委员会尚伟龙副主任,北京市工商业联合会副主席郑勇男,北京市消费者协会董青秘书长主任,北京信用协会安明秘书长,北京市场协会韩荣荣副秘书长等指导、支持单位的领导,以及来自全市各个领域的30家行业协会、商会的领导。会议期间,北京市工商联副主席郑勇男向首批11家创建办公室成员进行授牌。“诚信长城杯创建”启动仪式的举办,标志着“诚信长城杯创建”工作在我市正式拉开帷幕。

2014年2月28日,诚信长城杯评审委员会办公室召开了2014年诚信长城杯创建首批工作部署会,来自11个行业的诚信长城杯创建办公室成员单位及3家兄弟行业协会的领导出席。会议透漏,诚信长城杯创建工作正与市工商局企业信用信息系统对接,诚信长城杯(文字+图形)注册商标也得到正式批准,开展诚信长城杯创建条件已经成熟。并且按照首批工作方案,试点推进工作将于今年6月份结束。配合创建工作的开展,诚信长城杯评审委员会办公室已开通了“12915诚信长城杯企业管理服务平台”,设计了“诚信长城杯企业查询系统”,制作了“诚信长城杯创建工作网上注册申报系统”,并为各行业协会商会设计了网上审批窗口,还分别设计了诚信长城杯创建证书、诚信长城杯企业



部署工作会现场

网上电子证书、企业诚信码证书等,目前网上申报注册系统测试阶段已经结束,可以投入使用。会议期间,专门对《企业诚信评价指标体系(草案)》进行了详细讲解,该评价指标体系分别从企业基本状况、企业管理水平、企业诚信表现、企业社会责任等方面展开,每项均细化评价,按照该评价指标体系,各行业协会很容易评价参与企业的诚信水平,从而为诚信长城杯的创建工作把关。

三、诚信长城杯创建特点和运作模式

诚信长城杯创建工作,可以总结为以下几个特点:

第一、权威公正。享国家商标专用权由权威第三方机构评审,公开公平公正;

第二、体系完善。评审、创建、宣传过程程序严谨,具科学性、合理性;

第三、持续长效。实施非商业化评比制创建与分级管理,更具透明性、有效性;

第四、在线推广。运用12915诚信网络平台推广,提高企业诚信商誉;

第五、资源整合。整合政策、金融、服务商等各方资源,服务平台企业。

创建工作采取“政府推动、社会监督、企业参与、社会公益”以及“多方参与、市场运作、规范管理、长效保障”的模式运作。根据多年诚信工作的实践和积累,证明这套模式适合我国市场、符合现代诚信管理规则,是可持续的运营模式。

四、诚信长城杯创建活动的深远意义

首先,“创建”级别称号的调整是进一步完善“创建”

彰显责任价值·引领商业文明——中国企业评价协会发布《中国企业社会责任评价准则》

6月17日,由中国企业评价协会联合清华大学社会科学学院创新起草的《中国企业社会责任评价准则》在北京钓鱼台国宾馆隆重发布。该评价准则包含“法律道德”等10个一级评价指标、“遵守法律法规”等63个二级和三级评价指标,是主办方借鉴国内外已有的研究和实践经验,经过近两年的反复讨论、研究和试测最终起草发布的。国务院发展研究中心副主任张来明,国务院发展研究中心研究员、全国政协委员、中国企业评价协会会长侯云春,国务院发展研究中心管理世界杂志社社长、中国企业评价协会秘书长高燕京,中国环境新闻工作者协会秘书长刘国正,中国保护消费者基金会会长侯贵良,国务院国资委副巡视员、教授金思宇,

中国广告主协会秘书长刘伯安,中国商报新闻出版总社社长魏稳虎等30余位领导、专家出席了发布会。中国企业评价协会副秘书长李春伟主持了会议。

党的十八届三中全会明确提出,必须适应市场化、国际化新形势,以公平参与竞争、提高企业效率、增强企业活力、承担社会责任为重点,进一步深化改革。这是党的文件第一次将社会责任工作提到前所未有的高度,充分体现了党中央对企业履行社会责任的战略思考和高度重视。为贯彻落实中共“十八大”会议精神,推进我国转变经济发展方式,引导企业履行社会责任,中国企业评价协会、清华大学社会科学学院创新起草了《中国企业社会责任评价准则》。



(上接16页)

机制的要求。“诚信长城杯创建”活动不是评选活动,所有的荣誉是靠企业“创建”出来的,是企业信用值的一个积累过程。

其次,“创建”工作是明确协会是行业诚信管理者角色的要求。“诚信长城杯创建”活动中,行业协会起着至关重要的作用,行业协会是行业诚信建设的管理者和指导者。过去总有一些协会认为各级别“诚信企业”称号的授予是协会推荐后“评”出来的,而且“评”出一些优秀企业后,这个事情就告一段落,就过去了,不但承担评比嫌疑,还不能持久,这种想法和做法与创建活动的本意是相背的。“诚信长城杯创建”活动更加凸显“创建”的过程,强调企业在过程中的自律、协会在过程中的监督、管理,更加明确协会在行业诚信管理过程中真正应该做的是什?协会就是企业诚信建设者和管理者!

第三,“诚信长城杯创建”活动它要表达的是企业诚信创建的实质,乃至社会诚信建设的实质,那就是用机制化、体系化方法进行长效管理,而不是用简单方法去倡导“诚信”。否则,诚信建设就流于表面化、机械化、庸俗化。

第四,通过“诚信长城杯创建”工作的开展,能够带动我市各行各业积极引导企业诚信经营,增强全民诚信意识,从而促进建立完善的企业诚信建设长效机制,不断提高企业诚信建设水平,树立首都良好形象,推动我市物质文明建设和精神文明建设。为进一步推进社会信用体系建设做出积极贡献。

目前,诚信长城杯评审委员会办公室已与多家行业协会商会联合发文,启动了2014年诚信长城杯企业首批创建工作。衷心希望我市各行各业协会商会携手行动,参与到北京市的诚信长城杯创建活动中来,共同为我市的社会信用体系建设贡献力量!

国务院发展研究中心研究员、全国政协委员、中国企业评价协会会长侯云春在会上做主题演讲，他说，通过开展企业社会评价活动，鼓励、引导和推动中国企业提高素质、创先争优、做大做强，更好地服务于社会，是中国企业评价协会的重要职责和努力方向。一是推动企业增强社会

责任意识，为经济社会可持续发展负起应尽责任。二是推动企业完善社会责任体系，强化企业自律约束机制。三是推动我国企业在履行社会责任方面与国际接轨，提升企业国际化水平和竞争力。

侯云春还说，《中国企业社会责任评价准则》的制定，主要基于以下几点考虑：首先，《准则》的指标设定全面、客观，力求获得广泛认同。其次，《准则》与国际标准接轨，并加入“中国特色”元素。再次，《准则》考虑各类企业情况，努力使其具有普适性。最后，《准则》具有“评价”的特性，便于操作。

国务院发展研究中心副主任张来明在会上做了重要讲话，他说，通过贸易、投资、并购、上市等种种经济行为，中国企业已经深入融合到世界经济的版图。倡导可持续发展，建立负责任的企业形象，能够帮助企业获得国际市场的认可，大大提升企业的国际竞争力。可以说，每一个积极践行企业社会责任的中国企业，都成为了国家一张张颇具分量的“中国名片”，企业社会责任已经不仅仅是企业的，更是国家的软实力的重要体现，为中国在国际社会增添话语权作出非凡的贡献。

张来明说，与西方国家相比，我国企业社会责任运动虽然起步较晚，但自2006年后在政府的主导和积极推动下，进入了快速发展阶段。截至2013年年底，超过1500家中国企业发布了企业社会责任报告。不少



《中国企业社会责任评价准则》发布会照片

企业还建立了社会责任部门，统筹推动企业社会责任工作，积极探索将社会责任工作融入企业战略和日常管理。中国企业评价协会、清华大学社会科学学院创新起草了《中国企业社会责任评价准则》，后续还将系统性的开展企业社会责任评价活动，这是一件非常有意义的工作。希望主办方在以后的工作开展中，不断完善理论体系，自主研发最新成果，为企业履行社会责任提供一个科学、系统的参照体系，并逐步建立起第三方评估机制，遵循“公开、公正、科学、严格、透明”的原则，审慎、严肃的对企业履行社会责任的绩效进行评估，更大程度激发企业履行社会责任的积极性，为实现中华民族伟大复兴的“中国梦”作出贡献。

会上，清华大学社会科学学院副教授、中国企业评价协会CSR评价委员会学术总监郑路博士还对《中国企业社会责任评价准则》进行了解读。他说，这次的《准则》在借鉴和改进国内外已有经验和实践的基础上，制定了“法律道德”、“质量安全”、“科技创新”、“诚实守信”、“消费者权益”、“股东权益”、“员工权益”、“能源环境”、“和谐社区”、和“责任管理”等10个一级评价标准，63个二级和三级评价标准。标准的排序和得分比重，也相应体现了各个标准的重要程度。对应每一个评价标准，主办方在后台还制定了相应的量化指标，根据企业履行社会责任的实际情况，

2014 “诚信的力量” 上市公司高峰论坛在京举行

近日，“诚信的力量”2014上市公司高峰论坛在国家行政学院举行。全国工商联原副主席孙晓华、中国信用问题研究专家邹建平、国家行政学院教授周绍朋、北京大学中国战略研究中心研究员郭夏等众多专家及中国上市公司诚信50强的代表参加了本次论坛。

全国工商联原副主席孙晓华认为，市场经济最显著的特征之一，就是公平竞争，要做到公平竞争必须以法治为保障，以诚信为基础。企业是市场经济的主体，企业的诚信对于健全完善社会主义体制，对于创造更多有价值的财富，对于我们国家的强大都有直接而又重要关系。

经济日报原总编辑冯并表示，我们无论从商业文

化大的市场角度，还是企业文化具体的微观角度，应该说诚信都是非常重要的核心问题；大家都知道“人而无信不知其可也”，如果企业缺乏诚信，那更是无信而不立；上市公司是知名度最高的公众企业，应该说它的市场诚信和信任等级也是最高的；诚信不仅仅是具体的服务和产品承诺，也是最大的产品或者是最大的附加值，因此，上市公司在诚信方面的市场要求和自我要求是最苛刻的。

我国知名信用研究专家邹建平分析，企业信用评价是市场经济发展到一定阶段的产物，信用是企业的无形财富，也是企业的第二张身份证，在市场经济条件下，信用作为社会经济发展的重要资源，已经成为企业在



（上接18页）

对各项指标进行打分。最后按照企业在各项指标的得分总和，进行企业社会责任评级，按由劣到优分为：C、B、BB、BBB、A、AA、AAA三类七个基本级。例如，评级为AAA的企业是“社会责任典范企业”，评级为BBB的企业是“社会责任合格企业”，而评级为B的企业为“社会责任缺失企业”。评审委员和调研团队也会通过深入企业的实地研究和个案分析，就企业的社会责任薄弱环节与企业及时进行沟通，帮助企业提升履行社会责任的能力。同时，也会甄别出履行企业社会责任的有效举措和优秀案例，发挥其典型示范作用，推动企业社会责任的“中国名牌”、“中国名企”的宣传和打造。

会上，中国企业评价协会CSR评价委员会执行主任、清华大学企业责任与社会发展研究中心特约研究员刘传伦还对《中国企业社会责任评级规程》进行了介绍。依照《中国企业社会责任评价准则》，开展中国企业

社会责任评级的规则和流程分十个步骤，依次是：企业提交申请书；初审和受理；企业按要求提交详细的评审材料；实地查访；评审委员评审；技术委员会审定；公示；颁发评级证书；公告；服务和动态跟踪。

天津房地产开发经营集团党委书记、董事长邸达、中国石化集团新闻发言人、思想政治工作部主任吕大鹏、三星中国投资有限公司副总裁、CSR事务局副局长王幼燕、京东集团高级副总裁马健荣、腾讯公益慈善基金会企业社会责任总监陈圆圆还代表与会企业在会上进行了演讲。

发布会上，主办方还为“中国企业评价协会CSR评价委员会”35位评审委员代表颁发了聘书，“中国企业社会责任评价标识”也隆重揭幕。国内外大型企业的近60位代表及新华社、中央电视台、中新社、人民网、经济日报等20余家媒体参加了会议。

来源：中国企业评价协会

市场经济中不可或缺的价值标准；上市公司是本地区、本行业的排头兵，它的信用度关系到证券市场的走势及成败，面对扑朔迷离的股市风波和瞬息万变的炒作，人们逐渐从迷茫和困惑中解脱出来，开始把视觉的焦点聚焦到上市公司的信用上来，越来越多的投资者意识到企业信用在整个市场经济中的重要作用。

国家行政学院教授周绍朋结合当前学习十八届三中全会的精神认为，中央经济工作会议上对今年经济工作的总体要求由过去的“稳中求进”四个字改为了八个字“稳中求进、改革创新”，这对当前的改革创新、对上市公司来说是非常重要的工作。

与会专家普遍认为，诚信是一个很严峻的问题，怎么说诚信的重要性，都不为过；诚信对上市公司可以说叫定生死，无非是早死晚死的时间问题，如果不讲诚信，就走上不归之路。

会上，主板上市公司诚信 50 强代表接受了诚信企业荣誉表彰，四川长虹和永辉超市等上市公司高管发表了获奖感言。

新闻链接：
2014 中国上市公司诚信 50 强名单
北京 6 家： 民生银行 同 仁 堂（600085）
有研新材 北京城建
中金黄金 （600489）
国药股份 （600511）
江苏 6 家： 徐工机械 恒顺醋业 航天晨光

联环药业 江南水务 亚星锚链
广东 4 家： 深赤湾 A 美的集团 格力电器 广发证券
上海 4 家： 上汽集团 复星医药 光明乳业 上海医药
山东 3 家： 晨鸣纸业 山东黄金 青岛海尔
山西 3 家： 漳泽电力 山煤国际 通宝能源
安徽 2 家： 时代出版 安徽合力
河北 2 家： 威远生化 长城汽车
浙江 2 家： 雅戈尔 天通股份
内蒙古 2 家： 伊利股份 内蒙君正
四川 2 家： 新希望 四川长虹（600839）
吉林 1 家： 金鸿能源
福建 1 家： 永辉超市（601933）
天津 1 家： 国机汽车
贵州 1 家： 黔轮胎 A
湖南 1 家： 现代投资
重庆 1 家： 太极集团
河南 1 家： 太龙药业
甘肃 1 家： 上峰水泥
江西 1 家： 江铃汽车
广西 1 家： 南方食品
黑龙江 1 家： 国中水务
辽宁 1 家： 大连港
陕西 1 家： 曲江文旅
新疆 1 家： 青松建化

（来源：金融界）



我国今年将建质量 信用评价国家标准

北京商报讯（记者 熊海鸥）国务院办公厅昨日公布“关于印发贯彻实施质量发展纲要 2014 年行动计划的通知”（以下简称“通知”）提出，今年要建立优胜劣汰的质量发展市场机制，制定质量信用评价国家标准，规范质量信用分级分类管理，开展质量信用评价。

通知明确，要探索建立企业质量信用信息公示制度，发布企业产品质量“红黑榜”，推动企业主动发布质量信用报告。同时，以驰名商标、涉外商标、中华老字号商标、地理标志等为重点，严厉打击侵权行为。推动企业严格落实质量首负责制、产品“三包”、缺陷产品召回和工程质量终身负责制。逐步建立企业产品质量与服务标准自我申明公开制度，开展企业公开承诺采用标准与社会监督试点。探索实施企业质量问题先行赔偿、质量责任保险、质量安全约谈等制度。

业内人士认为，建立质量信用评价国家标准，将为企业质量信用分级分类提供依据，真正让违法失信行为“一处失信、处处受限”，加大企业违法成本。不过，要想信用评级对企业起到约束作用，还需强化统一社会信用代码和质量信用信息平台建设，让各个监管部门共享企业质量信用档案，以促进对失信企业进行部门联合惩戒。

来源：北京商报

国务院常务会议确定促进产业转移和布局调整政策措施

国务院总理李克强 6 月 25 日主持召开国务院常务会议，部署做好粮食收储和仓储设施建设工作，研究决定完善农产品价格和市场调控机制，确定促进产业转移和重点产业布局调整的政策措施。

会议指出，粮食一头连着亿万农民，一头连着千家万户。近年来我国粮食持续增产，今年夏粮丰收已成定局，但仓容总体紧张，部分地区严重不足。做好粮食收储既是当前紧迫工作，也是长期任务，事关重大。要多措并举，加强收储和仓储设施建设，确保粮食颗粒归仓。一要大力促销腾库，采取定向销售等办法，消化临储粮和陈粮，为新粮腾出仓容。结合近期对国务院决策部署落实情况的全面督查，开展专项检查，确保所有国家粮仓用于储粮，对挪作他用的，要坚决纠正、严肃问责。二要创新投融资方式，引导社会资本积极参与仓储设施建设。以东北地区和南方稻谷产区为重点，今明两年新建仓容 1000 亿斤。支持主产区农民合作社、专业大户等建设有烘干设备的储粮设施。三要完善粮食经营者库存制度，奖补结合，鼓励企业多购多存。在仓容矛盾突出的地区，对玉米深加工企业给予支持。四要强化地方政府特别是销区责任，严格落实地方储备任务，今年增加地方储备 500 亿斤。督促销区按照不低于 6 个月市场供应量要求，确保粮食储备到位。提高仓储管理信息化水平，保证粮储安全。

会议认为，更多发挥市场作用，完善农产品价格和市场调控机制，是新形势下更好调动农民生产积极性、保障国家粮食安全的一项重要制度安排。会议确定，一是在保护农民利益前提下，推动最低收购价、临时收储和农业补贴政策逐步向农产品目标价格制度转变。从大豆和棉花入手，分品种推进补贴试点，当产品市场价格低于目标价格时，补贴农民，保证农民基本收

益；当产品市场价格升高导致物价总水平上涨过快时，补贴低收入群体，保障基本民生。二是明确政府责任。中央政府重点调控谷物、棉花、油料、糖料等，其他农产品主要通过市场调节，地方政府也要承担稳定市场的责任。三是在保证谷物基本自给、口粮绝对安全的基础上，发挥好进出口和国家储备调节市场供求的作用，防止农产品价格过度波动。

会议指出，顺应经济发展规律，引导东部部分产业向中西部有序转移，对于促进区域梯度、联动、协调发展，带动中西部新型城镇化和贫困地区致富，拓展就业和发展新空间，推动经济向中高端水平跃升，具有重大意义。要突出市场在资源配置中的决定性作用，做好政府引导，让调结构和稳增长、惠民生互为助力。一要营造承接产业转移的良好“硬环境”和“软环境”。加大薄弱环节投资力度，加快改善中西部交通、信息、能源等基础设施，强化财税、金融等服务，做好人才开发和产业配套。二要发挥市场主导作用，注重政策引导，促进东部地区产业创新升级和生产性服务业发展，推动劳动密集型产业和加工组装产能向中西部转移。结合“一带一路”和长江经济带等建设，发展特色优势产业。三要发挥资源禀赋和区位优势，强化资源型产业布局导向。有序推进西部煤炭和现代煤化工、西南水电、北方风电、沿海造船等基地建设。京津冀、长三角、珠三角地区，除热电联产外禁止新建燃煤发电等高耗能高污染项目。四要深化产业国际合作。在西部地区建设向西开放产业平台，支持优势企业到境外开拓市场。五要实施差别化区域产业政策，切实保护环境，节约集约用地用水。通过产业转移和布局优化促进中国经济提质升级、行稳致远。

来源：工业和信息化部产业政策司

政策解读：首部国家级社会信用体系建设专项规划明确 34 个方面具体任务

——让守信者一路畅通

首部国家级社会信用体系建设专项规划——《社会信用体系建设规划纲要（2014—2020 年）》6 月 27 日公布。《纲要》强调，社会信用体系建设要按照“政府推动，社会共建；健全法制，规范发展；统筹规划，分步实施；重点突破，强化应用”的原则有序推进。到 2020 年，实现信用基础性法律法规和标准体系基本建立，以信用信息资源共享为基础的覆盖全社会的征信系统基本建成，信用监管体制基本健全，信用服务市场体系比较完善，守信激励和失信惩戒机制全面发挥作用。

业内专家认为，《纲要》从国家层面进行信用体系建设规划，是完善社会主义市场经济体制、加强和创新社会治理的重要手段，无论对于个人还是企业来说意义重大。

维护消费者合法权益

“从国家层面进行信用体系建设的设计有助于打造‘国家样板’，更好地推进社会信用体系建设。”中国市场学会信用学术委员会主任林钧跃表示。

“社会信用体系建立将保护消费者的合法权益。”北京大学经济学院副院长章政认为，有了社会信用体系之后，人们可以直接查询企业等的信用记录，能够降低上当受骗的风险。对于不守信企业来说，增加了外界约束，一旦出现不良信用记录，再进行一些社会经济活动将颇为困难。

《纲要》从政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信等 4 大重点领域，明确了与人民群众切身利益和经济社会健康发展密切相关的 34 个方面的具体任务，并提出了 3 大基础性措施：加强诚信教育与诚信文化建设；加快推进信用信息系统建设和应用，建立自然人、法人和其他组织统一社会信用代码制度；完善以奖惩制度为重点的社会信用体系运行机制。

其中，对于人们特别关心的食品、药品、日用消费品、农产品和农业投入品等特别提出：加强各类生产经营主体生产和加工环节的信用管理，建立产品质量信用信息异地和部门间共享制度等。

在保护金融消费者合法权益方面，提出加大对金融欺诈、

恶意逃废银行债务、内幕交易、制售假保单、骗保骗赔、披露虚假信息、非法集资、逃套骗汇等金融失信行为的惩戒力度，规范金融市场秩序。

中国人民大学财政金融学院副院长赵锡军强调，当前，人们对于社会信用体系的理解还有差距，因此，在建立相关基础设施的同时，也需要同时推进诚信教育与诚信文化建设。

降低运行成本 服务实体经济

值得注意的是，《纲要》指出，将针对“三农”和小微企业进行专项信用体系建设。“目前，大企业 with 银行、征信机构的联系更为紧密，信息相对健全，而小微企业信用信息还是‘短板’。”赵锡军认为，这使得小微企业无法获得更多的金融服务，信息不平衡也使其面临“融资难、融资贵”的困境。

如何加强农村信用建设，《纲要》指出，将进行农村信用体系建设，为农户、农场、农民合作社、休闲农业和农产品生产、加工企业等农村社会成员建立信用档案，夯实农村信用体系建设的基础；推进农产品生产、加工、流通企业和休闲农业等涉农企业信用建设；建立健全农民信用联保制度，推进和发展农业保险，完善农村信用担保体系。

对于小微企业信用体系，《纲要》提出，建立健全适合小微企业特点的信用记录和评价体系，完善小微企业信用信息查询、共享服务网络及区域性小微企业信用记录；引导各类信用服务机构为小微企业提供信用服务，创新小微企业集合信用服务方式。

“这样，资金的融出方和企业之间能够通过基础信息互相了解，更重要的是降低了市场运行成本，双方不需要浪费大量资源在基础信息的互相采集中，可以减少双方损失，对于市场各方来说都更加便利。”赵锡军表示。

此外，信用体系的建设还能降低市场交易中的风险，章政认为，通过信用体系，市场交易方能够事先了解交易对手的基本信用信息，在一定程度上降低交易中的风险。同时，随着全球经济一体化，社会信用体系的建立也便于中国更好地与世界进行接轨，改善我国的投融资环境。

国务院关于印发社会信用体系建设规划纲要 (2014—2020 年)的通知

国发〔2014〕21 号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：
现将《社会信用体系建设规划纲要（2014—2020 年）》印发给你们，请认真贯彻执行。

国务院
2014 年 6 月 14 日

（此件公开发布）

社会信用体系建设规划纲要 (2014—2020 年)

社会信用体系是社会主义市场经济体制和社会治理体制的重要组成部分。它以法律、法规、标准和契约为依据，以健全覆盖社会成员的信用记录和信用基础设施网络为基础，以信用信息合规应用和信用服务体系为支撑，以树立诚信文化理念、弘扬诚信传统美德为内在要求，以守信激励和失信约束为奖惩机制，目的是提高全社会的诚信意识和信用水平。

加快社会信用体系建设是全面落实科学发展观、构建社会主义和谐社会的重要基础，是完善社会主义市场经济体制、加强和创新社会治理的重要手段，对增强社会成员诚信意识，营造优良信用环境，提升国家整体竞争力，促进社会发展与文明进步具有重要意义。

根据党的十八大提出的“加强政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设”，党的十八届三中全会提出的“建立健全社会征信体系，褒扬诚信，惩戒失信”，《中

共中央 国务院关于加强和创新社会管理的意见》提出的“建立健全社会诚信制度”，以及《中华人民共和国国民经济和社会发展的第十二个五年规划纲要》（以下简称“十二五”规划纲要）提出的“加快社会信用体系建设”的总体要求，制定本规划纲要。规划期为 2014—2020 年。

一、社会信用体系建设总体思路

（一）发展现状。

党中央、国务院高度重视社会信用体系建设。有关地区、部门和单位探索推进，社会信用体系建设取得积极进展。国务院建立社会信用体系建设部际联席会议制度统筹推进信用体系建设，公布实施《征信业管理条例》，一批信用体系建设的规章和标准相继出台。全国集中统一的金融信用信息基础数据库建成，小微企业和农村信用体系建设积极推进；各部门推动信用信息公开，开展行业信用评价，实施信用分类监管；各行

业积极开展诚信宣传教育和诚信自律活动；各地区探索建立综合性信用信息共享平台，促进本地区各部门、各单位的信用信息整合应用；社会对信用服务产品的需求日益上升，信用服务市场规模不断扩大。

我国社会信用体系建设虽然取得一定进展，但与经济发展水平和社会发展阶段不匹配、不协调、不适应的矛盾仍然突出。存在的主要问题包括：覆盖全社会的征信系统尚未形成，社会成员信用记录严重缺失，守信激励和失信惩戒机制尚不健全，守信激励不足，失信成本偏低；信用服务市场不发达，服务体系不成熟，服务行为不规范，服务机构公信力不足，信用信息主体权益保护机制缺失；社会诚信意识和信用水平偏低，履约践诺、诚实守信的社会氛围尚未形成，重特大生产安全事故、食品药品安全事件时有发生，商业欺诈、制假售假、偷逃骗税、虚报冒领、学术不端等现象屡禁不止，政务诚信度、司法公信度离人民群众的期待还有一定差距等。

（二）形势和要求。

我国正处于深化经济体制改革和完善社会主义市场经济体制的攻坚期。现代市场经济是信用经济，建立健全社会信用体系，是整顿和规范市场经济秩序、改善市场信用环境、降低交易成本、防范经济风险的重要举措，是减少政府对经济的行政干预、完善社会主义市场经济体制的迫切要求。

我国正处于加快转变发展方式、实现科学发展的战略机遇期。加快推进社会信用体系建设，是促进资源优化配置、扩大内需、促进产业结构优化升级的重要前提，是完善科学发展机制的迫切要求。

我国正处于经济社会转型的关键期。利益主体更加多元化，各种社会矛盾凸显，社会组织形式及管理模式也在发生深刻变化。全面推进社会信用体系建设，是增强社会诚信、促进社会互信、减少社会矛盾的有效手段，是加强和创新社会治理、构建社会主义和谐社会的迫切要求。

我国正处于在更大范围、更宽领域、更深层次上提高开放型经济水平的拓展期。经济全球化使我国对外开放程度不断提高，与其他国家和地区的经济社会交流更加密切。完善社会信用体系，是深化国际合作与交往，

树立国际品牌和声誉，降低对外交易成本，提升国家软实力和国际影响力的必要条件，是推动建立客观、公正、合理、平衡的国际信用评级体系，适应全球化新形势，驾驭全球化新格局的迫切要求。

（三）指导思想和目标原则。

全面推动社会信用体系建设，必须坚持以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，按照党的十八大、十八届三中全会和“十二五”规划纲要精神，以健全信用法律法规和标准体系、形成覆盖全社会的征信系统为基础，以推进政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设为主要内容，以推进诚信文化建设、建立守信激励和失信惩戒机制为重点，以推进行业信用建设、地方信用建设和信用服务市场发展为支撑，以提高全社会诚信意识和信用水平、改善经济社会运行环境为目的，以人为本，在全社会广泛形成守信光荣、失信可耻的浓厚氛围，使诚实守信成为全民的自觉行为规范。

社会信用体系建设的主要目标是：到 2020 年，社会信用基础性法律法规和标准体系基本建立，以信用信息资源共享为基础的覆盖全社会的征信系统基本建成，信用监管体制基本健全，信用服务市场体系比较完善，守信激励和失信惩戒机制全面发挥作用。政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设取得明显进展，市场和社会满意度大幅提高。全社会诚信意识普遍增强，经济社会发展信用环境明显改善，经济社会秩序显著好转。

社会信用体系建设的主要原则是：

政府推动，社会共建。充分发挥政府的组织、引导、推动和示范作用。政府负责制定实施发展规划，健全法规和标准，培育和监管信用服务市场。注重发挥市场机制作用，协调并优化资源配置，鼓励和调动社会力量，广泛参与，共同推进，形成社会信用体系建设合力。

健全法制，规范发展。逐步建立健全信用法律法规体系和信用标准体系，加强信用信息管理，规范信用服务体系发展，维护信用信息安全和信息主体权益。

统筹规划，分步实施。针对社会信用体系建设的长期性、系统性和复杂性，强化顶层设计，立足当前，着眼长远，统筹全局，系统规划，有计划、分步骤地

组织实施。

重点突破，强化应用。选择重点领域和典型地区开展信用建设示范。积极推广信用产品的社会化应用，促进信用信息互联互通、协同共享，健全社会信用奖惩联动机制，营造诚实、自律、守信、互信的社会信用环境。

二、推进重点领域诚信建设

（一）加快推进政务诚信建设。

政务诚信是社会信用体系建设的关键，各类政务行为主体的诚信水平，对其他社会主体诚信建设发挥着重要的表率 and 导向作用。

坚持依法行政。将依法行政贯穿于决策、执行、监督和服务的全过程，全面推进政务公开，在保护国家信息安全、商业秘密和个人隐私的前提下，依法公开在行政管理中掌握的信用信息，建立有效的信息共享机制。切实提高政府工作效率和服务水平，转变政府职能。健全权力运行制约和监督体系，确保决策权、执行权、监督权既相互制约又相互协调。完善政府决策机制和程序，提高决策透明度。进一步推广重大决策事项公示和听证制度，拓宽公众参与政府决策的渠道，加强对权力运行的社会监督和约束，提升政府公信力，树立政府公开、公平、清廉的诚信形象。

发挥政府诚信建设示范作用。各级人民政府首先要加强自身诚信建设，以政府的诚信施政，带动全社会诚信意识的树立和诚信水平的提高。在行政许可、政府采购、招标投标、劳动就业、社会保障、科研管理、干部选拔任用和管理监督、申请政府资金支持等领域，率先使用信用信息和信用产品，培育信用服务市场发展。

加快政府守信践诺机制建设。严格履行政府向社会作出的承诺，把政务履约和守诺服务纳入政府绩效评价体系，把发展规划和政府工作报告关于经济社会发展目标落实情况以及为百姓办实事的践诺情况作为评价政府诚信水平的重要内容，推动各地区、各部门逐步建立健全政务和行政承诺考核制度。各级人民政府对依法作出的政策承诺和签订的各类合同要认真履约和兑现。要积极营造公平竞争、统一高效的市场环境，不得施行地方保护主义措施，如滥用行政权力封锁市场、包庇纵容行政区域内社会主体的违法违规和失信行为等。要支持统计部门依法统计、真实统计。政府举债要依法依规、

规模适度、风险可控、程序透明。政府收支必须强化预算约束，提高透明度。加强和完善群众监督和舆论监督机制。完善政务诚信约束和问责机制。各级人民政府要自觉接受本级人大的法律监督和政协的民主监督。加大监察、审计等部门对行政行为的监督和审计力度。

加强公务员诚信管理和教育。建立公务员诚信档案，依法依规将公务员个人有关事项报告、廉政记录、年度考核结果、相关违法违纪违约行为等信用信息纳入档案，将公务员诚信记录作为干部考核、任用和奖惩的重要依据。深入开展公务员诚信、守法和道德教育，加强法律知识和信用知识学习，编制公务员诚信手册，增强公务员法律和诚信意识，建立一支守法守信、高效廉洁的公务员队伍。

（二）深入推进商务诚信建设。

提高商务诚信水平是社会信用体系建设的重点，是商务关系有效维护、商务运行成本有效降低、营商环境有效改善的基本条件，是各类商务主体可持续发展的生存之本，也是各类经济活动高效开展的基础保障。

生产领域信用建设。建立安全生产信用公告制度，完善安全生产承诺和安全生产不良信用记录及安全生产失信行为惩戒制度。以煤矿、非煤矿山、危险化学品、烟花爆竹、特种设备生产企业以及民用爆炸物品生产、销售企业和爆破企业或单位为重点，健全安全生产准入和退出信用审核机制，促进企业落实安全生产主体责任。以食品、药品、日用消费品、农产品和农业投入品为重点，加强各类生产经营主体生产和加工环节的信用管理，建立产品质量信用信息异地和部门间共享制度。推动建立质量信用征信系统，加快完善 12365 产品质量投诉举报咨询服务平台，建立质量诚信报告、失信黑名单披露、市场禁入和退出制度。

流通领域信用建设。研究制定商贸流通领域企业信用信息征集共享制度，完善商贸流通企业信用评价基本规则和指标体系。推进批发零售、商贸物流、住宿餐饮及居民服务行业信用建设，开展企业信用分类管理。完善零售商与供应商信用合作模式。强化反垄断与反不正当竞争执法，加大对市场混淆行为、虚假宣传、商业欺诈、商业诋毁、商业贿赂等违法行为的查处力度，对典型案例、重大案件予以曝光，增加企业失信成本，促进诚信经营和公平竞争。逐步建立以商品条形码等

标识为基础的全国商品流通追溯体系。加强检验检疫质量诚信体系建设。支持商贸服务企业信用融资，发展商业保理，规范预付消费行为。鼓励企业扩大信用销售，促进个人信用消费。推进对外经济贸易信用建设，进一步加强对外贸易、对外援助、对外投资合作等领域的信用信息管理、信用风险监测预警和企业信用等级分类管理。借助电子口岸管理平台，建立完善进出口企业信用评价体系、信用分类管理和联合监管制度。

金融领域信用建设。创新金融信用产品，改善金融服务，维护金融消费者个人信息安全，保护金融消费者合法权益。加大对金融欺诈、恶意逃废银行债务、内幕交易、制售假保单、骗保骗赔、披露虚假信息、非法集资、逃套骗汇等金融失信行为的惩戒力度，规范金融市场秩序。加强金融信用信息基础设施建设，进一步扩大信用记录的覆盖面，强化金融业对守信者的激励作用和对失信者的约束作用。

税务领域信用建设。建立跨部门信用信息共享机制。开展纳税人基础信息、各类交易信息、财产保有和转让信息以及纳税记录等涉税信息的交换、比对和应用工作。进一步完善纳税信用等级评定和发布制度，加强税务领域信用分类管理，发挥信用评定差异对纳税人的奖惩作用。建立税收违法黑名单制度。推进纳税信用与其他社会信用联动管理，提升纳税人税法遵从度。

价格领域信用建设。指导企业和经营者加强价格自律，规范和引导经营者价格行为，实行经营者明码标价和收费公示制度，着力推行“明码实价”。督促经营者加强内部价格管理，根据经营者条件建立健全内部价格管理制度。完善经营者价格诚信制度，做好信息披露工作，推动实施奖惩制度。强化价格执法检查与反垄断执法，依法查处捏造和散布涨价信息、价格欺诈、价格垄断等价格失信行为，对典型案例予以公开曝光，规范市场价格秩序。

工程建设领域信用建设。推进工程建设市场信用体系建设。加快工程建设市场信用法规制度建设，制定工程建设市场各方主体和从业人员信用标准。推进工程建设领域项目信息公开和诚信体系建设，依托政府网站，全面设立项目信息和信用信息公开共享专栏，集中公开工程建设项目信息和信用信息，推动建设全国性的综合检索平台，实现工程建设项目信息和信用

信息公开共享的“一站式”综合检索服务。深入开展工程质量诚信建设。完善工程建设市场准入退出制度，加大对发生重大工程质量、安全责任事故或有其他重大失信行为的企业及负有责任的从业人员的惩戒力度。建立企业和从业人员信用评价结果与资质审批、执业资格注册、资质资格取消等审批审核事项的关联管理机制。建立科学、有效的建设领域从业人员信用评价机制和失信责任追溯制度，将肢解发包、转包、违法分包、拖欠工程款和农民工工资等列入失信责任追究范围。

政府采购领域信用建设。加强政府采购信用管理，强化联动惩戒，保护政府采购当事人的合法权益。制定供应商、评审专家、政府采购代理机构以及相关从业人员的信用记录标准。依法建立政府采购供应商不良行为记录名单，对列入不良行为记录名单的供应商，在一定期限内禁止参加政府采购活动。完善政府采购市场的准入和退出机制，充分利用工商、税务、金融、检察等其他部门提供的信用信息，加强对政府采购当事人和相关人员的信用管理。加快建设全国统一的政府采购管理交易系统，提高政府采购活动透明度，实现信用信息的统一发布和共享。

招标投标领域信用建设。扩大招标投标信息公开和共享范围，建立涵盖招标投标情况的信用评价指标和评价标准体系，健全招标投标信息公开和共享制度。进一步贯彻落实招标投标违法行为记录公告制度，推动完善奖惩联动机制。依托电子招标投标系统及其公共服务平台，实现招标投标和合同履行等信用信息的互联互通、实时交换和整合共享。鼓励市场主体运用基本信用信息和第三方信用评价结果，并将其作为投标人资格审查、评标、定标和合同签订的重要依据。

交通运输领域信用建设。形成部门规章制度和地方性法规、地方政府规章相结合的交通运输信用法规体系。完善信用考核标准，实施分类考核监管。针对公路、铁路、水路、民航、管道等运输市场不同经营门类分别制定考核指标，加强信用考核评价监督管理，积极引导第三方机构参与信用考核评价，逐步建立交通运输管理机构与社会信用评价机构相结合，具有监督、申诉和复核机制的综合考核评价体系。将各类交通运输违法行为列入失信记录。鼓励和支持各单位在采购交通运输服务、招标投标、人员招聘等方面优先选择

信用考核等级高的交通运输企业和从业人员。对失信企业和从业人员，要加强监管和惩戒，逐步建立跨地区、跨行业信用奖惩联动机制。

电子商务领域信用建设。建立健全电子商务企业客户信用管理和交易信用评估制度，加强电子商务企业自身开发和销售信用产品的质量监督。推行电子商务主体身份标识制度，完善网店实名制。加强网店产品质量检查，严厉查处电子商务领域制假售假、传销活动、虚假广告、以次充好、服务违约等欺诈行为。打击内外勾结、伪造流量和商业信誉的行为，对失信主体建立行业限期禁入制度。促进电子商务信用信息与社会其他领域相关信息的交换和共享，推动电子商务与线下交易信用评价。完善电子商务信用服务保障制度，推动信用调查、信用评估、信用担保、信用保险、信用支付、商账管理等第三方信用服务和产品在电子商务中的推广应用。开展电子商务网站可信认证服务工作，推广应用网站可信标识，为电子商务用户识别假冒、钓鱼网站提供手段。

统计领域信用建设。开展企业诚信统计承诺活动，营造诚实报数光荣、失信造假可耻的良好风气。完善统计诚信评价标准体系。建立健全企业统计诚信评价制度和统计从业人员诚信档案。加强执法检查，严厉查处统计领域的弄虚作假行为，建立统计失信行为通报和公开曝光制度。加大对统计失信企业的联合惩戒力度。将统计失信企业名单档案及其违法违规信息纳入金融、工商等行业和部门信用信息系统，将统计信用记录与企业融资、政府补贴、工商注册登记等直接挂钩，切实强化对统计失信行为的惩戒和制约。

中介服务业信用建设。建立完善中介服务机构及其从业人员的信用记录和披露制度，并作为市场行政执法部门实施信用分类管理的重要依据。重点加强公证仲裁类、律师类、会计类、担保类、鉴证类、检验检测类、评估类、认证类、代理类、经纪类、职业介绍类、咨询类、交易类等机构信用分类管理，探索建立科学合理的评估指标体系、评估制度和工作机制。

会展、广告领域信用建设。推动展会主办机构诚信办展，践行诚信服务公约，建立信用档案和违法违规单位信息披露制度，推广信用服务和产品的应用。加强广告业诚信建设，建立健全广告业信用分类管理制度，打击各类虚假广告，突出广告制作、传播环节各参与

者责任，完善广告活动主体失信惩戒机制和严重失信淘汰机制。

企业诚信管理制度建设。开展各行业企业诚信承诺活动，加大诚信企业示范宣传和典型失信案件曝光力度，引导企业增强社会责任感，在生产经营、财务管理和劳动用工管理等各环节中强化信用自律，改善商务信用生态环境。鼓励企业建立客户档案、开展客户诚信评价，将客户诚信交易记录纳入应收账款管理、信用销售授信额度计量，建立科学的企业信用管理流程，防范信用风险，提升企业综合竞争力。强化企业在发债、借款、担保等债权债务信用交易及生产经营活动中诚信履约。鼓励和支持有条件的企业设立信用管理师。鼓励企业建立内部职工诚信考核与评价制度。加强供水、供电、供热、燃气、电信、铁路、航空等关系人民群众日常生活行业企业的自身信用建设。

（三）全面推进社会诚信建设。

社会诚信是社会信用体系建设的基础，社会成员之间只有以诚相待、以信为本，才会形成和谐友爱的人际关系，才能促进社会文明进步，实现社会和谐稳定和长治久安。

医药卫生和计划生育领域信用建设。加强医疗卫生机构信用管理和行业诚信作风建设。树立大医精诚的价值理念，坚持仁心仁术的执业操守。培育诚信执业、诚信采购、诚信诊疗、诚信收费、诚信医保理念，坚持合理检查、合理用药、合理治疗、合理收费等诚信医疗服务准则，全面建立药品价格、医疗服务价格公示制度，开展诚信医院、诚信药店创建活动，制定医疗机构和执业医师、药师、护士等医务人员信用评价指标标准，推进医院评审评价和医师定期考核，开展医务人员医德综合评价，惩戒收受贿赂、过度诊疗等违法和失信行为，建立诚信医疗服务体系。加快完善药品安全领域信用制度，建立药品研发、生产和流通企业信用档案。积极开展以“诚信至上，以质取胜”为主题的药品安全诚信承诺活动，切实提高药品安全信用监管水平，严厉打击制假贩假行为，保障人民群众用药安全有效。加强人口计生领域信用建设，开展人口和计划生育信用信息共享工作。

社会保障领域信用建设。在救灾、救助、养老、社会保险、慈善、彩票等方面，建立全面的诚信制度，

打击各类诈捐骗捐等失信行为。建立健全社会救助、保障性住房等民生政策实施中的申请、审核、退出等各环节的诚信制度，加强对申请相关民生政策的条件审核，强化对社会救助动态管理及保障房使用的监管，将失信和违规的个人纳入信用黑名单。构建居民家庭经济状况核对信息系统，建立和完善低收入家庭认定机制，确保社会救助、保障性住房等民生政策公平、公正和健康运行。建立健全社会保险诚信管理制度，加强社会保险经办管理，加强社会保险领域的劳动保障监督执法，规范参保缴费行为，加大对医保定点医院、定点药店、工伤保险协议医疗机构等社会保险协议服务机构及其工作人员、各类参保人员的违规、欺诈、骗保等行为的惩戒力度，防止和打击各种骗保行为。进一步完善社会保险基金管理制度，提高基金征收、管理、支付等各环节的透明度，推动社会保险诚信制度建设，规范参保缴费行为，确保社会保险基金的安全运行。

劳动用工领域信用建设。进一步落实和完善企业劳动保障守法诚信制度，制定重大劳动保障违法行为社会公示办法。建立用人单位拖欠工资违法行为公示制度，健全用人单位劳动保障信用等级评价办法。规范用工行为，加强对劳动合同履行和仲裁的管理，推动企业积极开展和谐劳动关系创建活动。加强劳动保障监督执法，加大对违法行为的打击力度。加强人力资源市场诚信建设，规范职业中介行为，打击各种黑中介、黑用工等违法失信行为。

教育、科研领域信用建设。加强教师和科研人员诚信教育。开展教师诚信承诺活动，自觉接受广大学生、家长和社会各界的监督。发挥教师诚信执教、为人师表的影响作用。加强学生诚信教育，培养诚实守信良好习惯，为提高全民族诚信素质奠定基础。探索建立教育机构及其从业人员、教师和学生、科研机构 and 科技社团及科研人员的信用评价制度，将信用评价与考试招生、学籍管理、学历学位授予、科研项目立项、专业技术职务评聘、岗位聘用、评选表彰等挂钩，努力解决学历造假、论文抄袭、学术不端、考试招生作弊等问题。

文化、体育、旅游领域信用建设。依托全国文化市场技术监管与公共服务平台，建立健全娱乐、演出、艺术品、网络文化等领域文化企业主体、从业人员以及文化产品的信用信息数据库；依法制定文化市场诚

信管理措施，加强文化市场动态监管。制定职业体育从业人员诚信从业准则，建立职业体育从业人员、职业体育俱乐部和中介企业信用等级的第三方评估制度，推进相关信用信息记录和信用评级在参加或举办职业体育赛事、职业体育准入、转会等方面广泛运用。制定旅游从业人员诚信服务准则，建立旅游业消费者意见反馈和投诉记录与公开制度，建立旅行社、旅游景区和宾馆饭店信用等级第三方评估制度。

知识产权领域信用建设。建立健全知识产权诚信管理制度，出台知识产权保护信用评价办法。重点打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品行为，将知识产权侵权行为信息纳入失信记录，强化对盗版侵权等知识产权侵权失信行为的联合惩戒，提升全社会的知识产权保护意识。开展知识产权服务机构信用建设，探索建立各类知识产权服务标准化体系和诚信评价制度。

环境保护和能源节约领域信用建设。推进环境监测、信息与统计能力建设，加强环保信用数据的采集和整理，实现环境保护工作业务协同和信息共享，完善环境信息公开目录。建立环境管理、监测信息公开制度。完善环评文件责任追究机制，建立环评机构及其从业人员、评估专家诚信档案数据库，强化对环评机构及其从业人员、评估专家的信用考核分类监管。建立企业对所排放污染物开展自行监测并公布污染物排放情况以及突发环境事件发生和处理情况制度。建立企业环境行为信用评价制度，定期发布评价结果，并组织开展动态分类管理，根据企业的信用等级予以相应的鼓励、警示或惩戒。完善企业环境行为信用信息共享机制，加强与银行、证券、保险、商务等部门的联动。加强国家能源利用数据统计、分析与信息上报能力建设。加强重点用能单位节能目标责任考核，定期公布考核结果，研究建立重点用能单位信用评价机制。强化对能源审计、节能评估和审查机构及其从业人员的信用评级和监管。研究开展节能服务公司信用评价工作，并逐步向全社会定期发布信用评级结果。加强对环资项目评审专家从业情况的信用考核管理。

社会组织诚信建设。依托法人单位信息资源库，加快完善社会组织登记管理信息。健全社会组织信息公开制度，引导社会组织提升运作的公开性和透明度，规范社会组织信息公开行为。把诚信建设内容纳入各

类社会组织章程，强化社会组织诚信自律，提高社会组织公信力。发挥行业协会（商会）在行业信用建设中的作用，加强会员诚信宣传教育和培训。

自然人信用建设。突出自然人信用建设在社会信用体系建设中的基础性作用，依托国家人口信息资源库，建立完善自然人在经济社会活动中的信用记录，实现全国范围内自然人信用记录全覆盖。加强重点人群职业信用建设，建立公务员、企业法定代表人、律师、会计从业人员、注册会计师、统计从业人员、注册税务师、审计师、评估师、认证和检验检测从业人员、证券期货从业人员、上市公司高管人员、保险经纪人、医务人员、教师、科研人员、专利服务从业人员、项目经理、新闻媒体从业人员、导游、执业兽医等人员信用记录，推广使用职业信用报告，引导职业道德建设与行为规范。

互联网应用及服务领域信用建设。大力推进网络诚信建设，培育依法办网、诚信上网理念，逐步落实网络实名制，完善网络信用建设的法律保障，大力推进网络信用监管机制建设。建立网络信用评价体系，对互联网企业的服务经营行为、上网人员的网上行为进行信用评估，记录信用等级。建立涵盖互联网企业、上网个人的网络信用档案，积极推进建立网络信用信息与社会其他领域相关信用信息的交换共享机制，大力推动网络信用信息在社会各领域推广应用。建立网络信用黑名单制度，将实施网络欺诈、造谣传谣、侵害他人合法权益等严重网络失信行为的企业、个人列入黑名单，对列入黑名单的主体采取网上行为限制、行业禁入等措施，通报相关部门并进行公开曝光。

（四）大力推进司法公信建设。

司法公信是社会信用体系建设的重要内容，是树立司法权威的前提，是社会公平正义的底线。

法院公信建设。提升司法审判信息化水平，实现覆盖审判工作全过程的全国四级法院审判信息互联互通。推进强制执行案件信息公开，完善执行联动机制，提高生效法律文书执行率。发挥审判职能作用，鼓励诚信交易、倡导互信合作，制裁商业欺诈和恣意违约毁约等失信行为，引导诚实守信风尚。

检察公信建设。进一步深化检务公开，创新检务公开的手段和途径，广泛听取群众意见，保障人民群

众对检察工作的知情权、参与权、表达权和监督权。继续推行“阳光办案”，严格管理制度，强化内外部监督，建立健全专项检查、同步监督、责任追究机制。充分发挥法律监督职能作用，加大查办和预防职务犯罪力度，促进诚信建设。完善行贿犯罪档案查询制度，规范和加强查询工作管理，建立健全行贿犯罪档案查询与应用的社会联动机制。

公共安全领域公信建设。全面推行“阳光执法”，依法及时公开执法办案的制度规范、程序时限等信息，对于办案进展等不宜向社会公开，但涉及特定权利义务、需要特定对象知悉的信息，应当告知特定对象，或者为特定对象提供查询服务。进一步加强人口信息同各地区、各部门信息资源的交换和共享，完善国家人口信息资源库建设。将公民交通安全违法情况纳入诚信档案，促进全社会成员提高交通安全意识。定期向社会公开火灾高危单位消防安全评估结果，并作为单位信用等级的重要参考依据。将社会单位遵守消防安全法律法规情况纳入诚信管理，强化社会单位消防安全主体责任。

司法行政系统公信建设。进一步提高监狱、戒毒场所、社区矫正机构管理的规范化、制度化水平，维护服刑人员、戒毒人员、社区矫正人员合法权益。大力推进司法行政信息公开，进一步规范和创新律师、公证、基层法律服务、法律援助、司法考试、司法鉴定等信息管理和披露手段，保障人民群众的知情权。

司法执法和从业人员信用建设。建立各级公安、司法行政等工作人员信用档案，依法依规将徇私枉法以及不作为等不良记录纳入档案，并作为考核评价和奖惩依据。推进律师、公证员、基层法律服务工作者、法律援助人员、司法鉴定人员等诚信规范执业。建立司法从业人员诚信承诺制度。

健全促进司法公信的制度基础。深化司法体制和工作机制改革，推进执法规范化建设，严密执法程序，坚持有法必依、违法必究和法律面前人人平等，提高司法工作的科学化、制度化和规范化水平。充分发挥人大、政协和社会公众对司法工作的监督作用，完善司法机关之间的相互监督制约机制，强化司法机关的内部监督，实现以监督促公平、促公正、促公信。

三、加强诚信教育与诚信文化建设

诚信教育与诚信文化建设是引领社会成员诚信自

律、提升社会成员道德素养的重要途径，是社会主义核心价值观体系建设的重要内容。

（一）普及诚信教育。

以建设社会主义核心价值观体系、培育和践行社会主义核心价值观为根本，将诚信教育贯穿公民道德建设和精神文明创建全过程。推进公民道德建设工程，加强社会公德、职业道德、家庭美德和个人品德教育，传承中华传统美德，弘扬时代新风，在全社会形成“以诚实守信为荣、以见利忘义为耻”的良好风尚。

在各级各类教育和培训中进一步充实诚信教育内容。大力开展信用宣传普及教育进机关、进企业、进学校、进社区、进村屯、进家庭活动。

建好用好道德讲堂，倡导爱国、敬业、诚信、友善等价值理念和道德规范。开展群众道德评议活动，对诚信缺失、不讲信用现象进行分析评议，引导人们诚实守信、遵德守礼。

（二）加强诚信文化建设。

弘扬诚信文化。以社会成员为对象，以诚信宣传为手段，以诚信教育为载体，大力倡导诚信道德规范，弘扬中华民族积极向善、诚实守信的传统文化和市场经济的契约精神，形成崇尚诚信、践行诚信的社会风尚。

树立诚信典型。充分发挥电视、广播、报纸、网络等媒体的宣传引导作用，结合道德模范评选和各行业诚信创建活动，树立社会诚信典范，使社会成员学有榜样、赶有目标，使诚实守信成为全社会的自觉追求。

深入开展诚信主题活动。有步骤、有重点地组织开展“诚信活动周”、“质量月”、“安全生产月”、“诚信兴商宣传月”、“3•5”学雷锋活动日、“3•15”国际消费者权益保护日、“6•14”信用记录关爱日、“12•4”全国法制宣传日等公益活动，突出诚信主题，营造诚信和谐的社会氛围。

大力开展重点行业领域诚信问题专项治理。深入开展道德领域突出问题专项教育和治理活动，针对诚信缺失问题突出、诚信建设需求迫切的行业领域开展专项治理，坚决纠正以权谋私、造假欺诈、见利忘义、损人利己的歪风邪气，树立行业诚信风尚。

（三）加快信用专业人才培养。

加强信用管理学科专业建设。把信用管理列为国

家经济体制改革与社会治理发展急需的新兴、重点学科，支持有条件的高校设置信用管理专业或开设相关课程，在研究生培养中开设信用管理研究方向。开展信用理论、信用管理、信用技术、信用标准、信用政策等方面研究。

加强信用管理职业培训与专业考评。建立健全信用管理职业培训与专业考评制度。推广信用管理职业资格培训，培养信用管理专业化队伍。促进和加强信用从业人员、信用管理人员的交流与培训，为社会信用体系建设提供人力资源支撑。

四、加快推进信用信息系统建设和应用

健全社会成员信用记录是社会信用体系建设的基本要求。发挥行业、地方、市场的力量和作用，加快推进信用信息系统建设，完善信用信息的记录、整合和应用，是形成守信激励和失信惩戒机制的基础和前提。

（一）行业信用信息系统建设。

加强重点领域信用记录建设。以工商、纳税、价格、进出口、安全生产、产品质量、环境保护、食品药品、医疗卫生、知识产权、流通服务、工程建设、电子商务、交通运输、合同履行、人力资源和社会保障、教育科研等领域为重点，完善行业信用记录和从业人员信用档案。

建立行业信用信息数据库。各部门要以数据标准化和应用标准化为原则，依托国家各项重大信息化工程，整合行业内的信用信息资源，实现信用记录的电子化存储，加快建设信用信息系统，加快推进行业间信用信息互联互通。各行业分别负责本行业信用信息的组织与发布。

（二）地方信用信息系统建设。

加快推进政务信用信息整合。各地区要对本地区各部门、各单位履行公共管理职能过程中产生的信用信息进行记录、完善、整合，形成统一的信用信息共享平台，为企业、个人和社会征信机构等查询政务信用信息提供便利。

加强地区内信用信息的应用。各地区要制定政务信用信息公开目录，形成信息公开的监督机制。大力推进本地区各部门、各单位政务信用信息的交换与共享，在公共管理中加强信用信息应用，提高履职效率。

（三）征信系统建设。

加快征信系统建设。征信机构开展征信业务，应建立以企事业单位及其他社会组织、个人为对象的征信系统，依法采集、整理、保存、加工企事业单位及其他社会组织、个人的信用信息，并采取合理措施保障信用信息的准确性。各地区、各行业要支持征信机构建立征信系统。

对外提供专业化征信服务。征信机构要根据市场需求，对外提供专业化的征信服务，有序推进信用服务产品创新。建立健全并严格执行内部风险防范、避免利益冲突和保障信息安全的规章制度，依法向客户提供方便、快捷、高效的征信服务，进一步扩大信用报告在银行业、证券业、保险业及政府部门行政执法等多种领域中的应用。

（四）金融业统一征信平台建设。

完善金融信用信息基础数据库。继续推进金融信用信息基础数据库建设，提升数据质量，完善系统功能，加强系统安全运行管理，进一步扩大信用报告的覆盖范围，提升系统对外服务水平。

推动金融业统一征信平台建设。继续推动银行、证券、保险、外汇等金融管理部门之间信用信息系统的链接，推动金融业统一征信平台建设，推进金融监管部门信用信息的交换与共享。

（五）推进信用信息的交换与共享。

逐步推进政务信用信息的交换与共享。各地区、各行业要以需求为导向，在保护隐私、责任明确、数据及时准确的前提下，按照风险分散的原则，建立信用信息交换共享机制，统筹利用现有信用信息系统基础设施，依法推进各信用信息系统的互联互通和信用信息的交换共享，逐步形成覆盖全部信用主体、所有信用信息类别、全国所有区域的信用信息网络。各行业主管部门要对信用信息进行分类分级管理，确定查询权限，特殊查询需求特殊申请。

依法推进政务信用信息系统与征信系统间的信息交换与共享。发挥市场激励机制的作用，鼓励社会征信机构加强对已公开政务信用信息和非政务信用信息的整合，建立面向不同对象的征信服务产品体系，满足社会多层次、多样化和专业化的征信服务需求。

五、完善以奖惩制度为重点的社会信用体系运行机制

运行机制是保障社会信用体系各系统协调运行的制度基础。其中，守信激励和失信惩戒机制直接作用于各个社会主体信用行为，是社会信用体系运行的核心机制。

（一）构建守信激励和失信惩戒机制。

加强对守信主体的奖励和激励。加大对守信行为的表彰和宣传力度。按规定对诚信企业和模范个人给予表彰，通过新闻媒体广泛宣传，营造守信光荣的舆论氛围。发展改革、财政、金融、环境保护、住房城乡建设、交通运输、商务、工商、税务、质检、安全监管、海关、知识产权等部门，在市场监管和公共服务过程中，要深化信用信息和信用产品的应用，对诚实守信者实行优先办理、简化程序等“绿色通道”支持激励政策。

加强对失信主体的约束和惩戒。强化行政监管性约束和惩戒。在现有行政处罚措施的基础上，健全失信惩戒制度，建立各行业黑名单制度和市场退出机制。推动各级人民政府在市场监管和公共服务的市场准入、资质认定、行政审批、政策扶持等方面实施信用分类监管，结合监管对象的失信类别和程度，使失信者受到惩戒。逐步建立行政许可申请人信用承诺制度，并开展申请人信用审查，确保申请人在政府推荐的征信机构中有信用记录，配合征信机构开展信用信息采集工作。推动形成市场性约束和惩戒。制定信用基准性评价指标体系和评价方法，完善失信信息记录和披露制度，使失信者在市场交易中受到制约。推动形成行业性约束和惩戒。通过行业协会制定行业自律规则并监督会员遵守。对违规的失信者，按照情节轻重，对机构会员和个人会员实行警告、行业内通报批评、公开谴责等惩戒措施。推动形成社会性约束和惩戒。完善社会舆论监督机制，加强对失信行为的披露和曝光，发挥群众评议讨论、批评报道等作用，通过社会的道德谴责，形成社会震慑力，约束社会成员的失信行为。

建立失信行为有奖举报制度。切实落实对举报人的奖励，保护举报人的合法权益。

建立多部门、跨地区信用联合奖惩机制。通过信用信息交换共享，实现多部门、跨地区信用奖惩联动，使守信者处处受益、失信者寸步难行。

（二）建立健全信用法律法规和标准体系。

完善信用法律法规体系。推进信用立法工作，使

信用信息征集、查询、应用、互联互通、信用信息安全和主体权益保护等有法可依。出台《征信业管理条例》相关配套制度和实施细则，建立异议处理、投诉办理和侵权责任追究制度。

推进行业、部门和地方信用制度建设。各地区、各部门分别根据本地区、相关行业信用体系建设的需要，制定地区或行业信用建设的规章制度，明确信用信息记录主体的责任，保证信用信息的客观、真实、准确和及时更新，完善信用信息共享公开制度，推动信用信息资源的有序开发利用。

建立信用信息分类管理制度。制定信用信息目录，明确信用信息分类，按照信用信息的属性，结合保护个人隐私和商业秘密，依法推进信用信息在采集、共享、使用、公开等环节的分类管理。加大对贩卖个人隐私和商业秘密行为的查处力度。

加快信用信息标准体系建设。制定全国统一的信用信息采集和分类管理标准，统一信用指标目录和建设规范。

建立统一社会信用代码制度。建立自然人、法人和其他组织统一社会信用代码制度。完善相关制度标准，推动在经济社会活动中广泛使用统一社会信用代码。

（三）培育和规范信用服务市场。

发展各类信用服务机构。逐步建立公共信用服务机构和社会信用服务机构互为补充、信用信息基础服务和增值服务相辅相成的多层次、全方位的信用服务组织体系。

推进并规范信用评级行业发展。培育发展本土评级机构，增强我国评级机构的国际影响力。规范发展信用评级市场，提高信用评级行业的整体公信力。探索创新双评级、再评级制度。鼓励我国评级机构参与国际竞争和制定国际标准，加强与其他国家信用评级机构的协调和合作。

推动信用服务产品广泛运用。拓展信用服务产品应用范围，加大信用服务产品在社会治理和市场交易中的应用。鼓励信用服务产品开发和创新，推动信用保险、信用担保、商业保理、履约担保、信用管理咨询及培训等信用服务业务发展。

建立政务信用信息有序开放制度。明确政务信用

信息的开放分类和基本目录，有序扩大政务信用信息对社会的开放，优化信用调查、信用评级和信用管理等行业的发展环境。

完善信用服务市场监管体制。根据信用服务市场、机构业务的不同特点，依法实施分类监管，完善监管制度，明确监管职责，切实维护市场秩序。推动制定信用服务相关法律制度，建立信用服务机构准入与退出机制，实现从业资格认定的公开透明，进一步完善信用服务业务规范，促进信用服务业健康发展。

推动信用服务机构完善法人治理。强化信用服务机构内部控制，完善约束机制，提升信用服务质量。

加强信用服务机构自身信用建设。信用服务机构要确立行为准则，加强规范管理，提高服务质量，坚持公正性和独立性，提升公信力。鼓励各类信用服务机构设立首席信用监督官，加强自身信用管理。

加强信用服务行业自律。推动建立信用服务行业自律组织，在组织内建立信用服务机构和从业人员基本行为准则和业务规范，强化自律约束，全面提升信用服务机构诚信水平。

（四）保护信用信息主体权益。

健全信用信息主体权益保护机制。充分发挥行政监管、行业自律和社会监督在信用信息主体权益保护中的作用，综合运用法律、经济和行政等手段，切实保护信用信息主体权益。加强对信用信息主体的引导教育，不断增强其维护自身合法权益的意识。

建立自我纠错、主动自新的社会鼓励与关爱机制。以建立针对未成年人失信行为的教育机制为重点，通过对已悔过改正旧有轻微失信行为的社会成员予以适当保护，形成守信正向激励机制。

建立信用信息侵权责任追究机制。制定信用信息异议处理、投诉办理、诉讼管理制度及操作细则。进一步加大执法力度，对信用服务机构泄露国家秘密、商业秘密和侵犯个人隐私等违法行为，依法予以严厉处罚。通过各类媒体披露各种侵害信息主体权益的行为，强化社会监督作用。

（五）强化信用信息安全管理。

健全信用信息安全管理体系。完善信用信息保护和网络信任体系，建立健全信用信息安全监控体系。加大信用信息安全监督检查力度，开展信用信息安全

风险评估，实行信用信息安全等级保护。开展信用信息系统安全认证，加强信用信息服务系统安全管理。建立和完善信用信息安全应急处理机制。加强信用信息安全基础设施建设。

加强信用服务机构信用信息安全内部管理。强化信用服务机构信息安全防护能力，加大安全保障、技术研发和资金投入，高起点、高标准建设信用信息安全保障系统。依法制定和实施信用信息采集、整理、加工、保存、使用等方面的规章制度。

六、建立实施支撑体系

（一）强化责任落实。

各地区、各部门要统一思想，按照本规划纲要总体要求，成立规划纲要推进小组，根据职责分工和工作实际，制定具体落实方案。

各地区、各部门要定期对本地区、相关行业社会信用体系建设情况进行总结和评估，及时发现问题并提出改进措施。

对社会信用体系建设成效突出的地区、部门和单位，按规定予以表彰。对推进不力、失信现象多发地区、部门和单位的负责人，按规定实施行政问责。

（二）加大政策支持。

各级人民政府要根据社会信用体系建设需要，将应由政府负担的经费纳入财政预算予以保障。加大对信用基础设施建设、重点领域创新示范工程等方面的资金支持。

鼓励各地区、各部门结合规划纲要部署和自身工作实际，在社会信用体系建设创新示范领域先行先试，并在政府投资、融资安排等方面给予支持。

（三）实施专项工程。

政务信息公开工程。深入贯彻实施《中华人民共和国政府信息公开条例》，按照主动公开、依申请公开进行分类管理，切实加大政务信息公开力度，树立公开、透明的政府形象。

农村信用体系建设工程。为农户、农场、农民合作社、休闲农业和农产品生产、加工企业等农村社会成员建立信用档案，夯实农村信用体系建设的基础。开展信用用户、信用村、信用乡（镇）创建活动，深入推进青年信用示范户工作，发挥典型示范作用，使农民在参与中受到教育，得到实惠，在实践中提高信用意识。

推进农产品生产、加工、流通企业和休闲农业等涉农企业信用建设。建立健全农民信用联保制度，推进和发展农业保险，完善农村信用担保体系。

小微企业信用体系建设工程。建立健全适合小微企业特点的信用记录和评价体系，完善小微企业信用信息查询、共享服务网络及区域性小微企业信用记录。引导各类信用服务机构为小微企业提供信用服务，创新小微企业集合信用服务方式，鼓励开展形式多样的小微企业诚信宣传和培训活动，为小微企业便利融资和健康发展营造良好的信用环境。

（四）推动创新示范。

地方信用建设综合示范。示范地区率先对本地区各部门、各单位的信用信息进行整合，形成统一的信用信息共享平台，依法向社会有序开放。示范地区各部门在开展经济社会管理和提供公共服务过程中，强化使用信用信息和信用产品，并作为政府管理和服务的必备要件。建立健全社会信用奖惩联动机制，使守信者得到激励和奖励，失信者受到制约和惩戒。对违法违规等典型失信行为予以公开，对严重失信行为加大打击力度。探索建立地方政府信用评价标准和方法，在发行地方政府债券等符合法律法规规定的信用融资活动中试行开展地方政府综合信用评价。

区域信用建设合作示范。探索建立区域信用联动机制，开展区域信用体系建设创新示范，推进信用信息交换共享，实现跨地区信用奖惩联动，优化区域信用环境。

重点领域和行业信用信息应用示范。在食品药品安全、环境保护、安全生产、产品质量、工程建设、电子商务、证券期货、融资担保、政府采购、招标投标等领域，试点推行信用报告制度。

（五）健全组织保障。

完善组织协调机制。完善社会信用体系建设部际联席会议制度，充分发挥其统筹协调作用，加强对各地区、各部门社会信用体系建设工作的指导、督促和检查。健全组织机构，各地区、各部门要设立专门机构负责推动社会信用体系建设。成立全国性信用协会，加强行业自律，充分发挥各类社会组织在推进社会信用体系建设中的作用。

建立地方政府推进机制。地方各级人民政府要将

国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见

国发〔2014〕10号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

近年来，随着我国新型工业化、信息化、城镇化和农业现代化进程的加快，文化创意和设计服务已贯穿在经济社会各领域各行业，呈现出多向交互融合态势。文化创意和设计服务具有高知识性、高增值性和低能耗、低污染等特征。推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展，促进与实体经济深度融合，是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措，是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求，是促进产品和服务创新、催生新兴业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高生活质量的重要途径。为推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展，现提出以下意见。

一、总体要求

（一）指导思想。以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，按照加快转变经济发展方式和全面建成小康社会的总体要求，以改革创新

和科技进步为动力，以知识产权保护利用和创新型人力资源开发为核心，牢固树立绿色节能环保理念，充分发挥市场作用，促进资源合理配置，强化创新驱动，增强创新动力，优化发展环境，切实提高我国文化创意和设计服务整体质量水平和核心竞争力，大力推进与相关产业融合发展，更好地为经济结构调整、产业转型升级服务，为扩大国内需求、满足人民群众日益增长的物质文化需要服务。

（二）基本原则。统筹协调，重点突破。统筹各类资源，加强协调配合，着力推进文化软件服务、建筑设计服务、专业设计服务、广告服务等文化创意和设计服务与装备制造业、消费品工业、建筑业、信息业、旅游业、农业和体育产业等重点领域融合发展。根据不同地区实际、不同产业特点，鼓励先行先试，发挥特色优势，促进多样化、差异化发展。

市场主导，创新驱动。以市场为导向、企业为主体，产学研用协同，转变政府职能，加强扶持引导，实施支持企业创新政策，打破行业和地区壁垒，充分调动社会各方面积极性，促进技术创新、业态创新、



（上接 34 页）

社会信用体系建设纳入重要工作日程，推进政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设，加强督查，强化考核，把社会信用体系建设工作作为目标责任考核

和政绩考核的重要内容。

建立工作通报和协调制度。社会信用体系建设部际联席会议定期召开工作协调会议，通报工作进展情况，及时研究解决社会信用体系建设中的重大问题。

内容创新、模式创新和管理创新，推进文化创意和设计服务产业化、专业化、集约化、品牌化发展，促进与相关产业深度融合，催生新技术、新工艺、新产品，满足新需求。

文化传承，科技支撑。依托丰厚文化资源，丰富创意和设计内涵，拓展物质和非物质文化遗产传承利用途径，促进文化遗产资源在与产业和市场的结合中实现传承和可持续发展。加强科技与文化的结合，促进创意和设计产品服务的生产、交易和成果转化，创造具有中国特色的现代新产品，实现文化价值与实用价值的有机统一。

（三）发展目标。到2020年，文化创意和设计服务的先导产业作用更加强化，与相关产业全方位、深层次、宽领域的融合发展格局基本建立，相关产业文化含量显著提升，培养一批高素质人才，培育一批具有核心竞争力的企业，形成一批拥有自主知识产权的产品，打造一批具有国际影响力的品牌，建设一批特色鲜明的融合发展城市、集聚区和新型城镇。文化创意和设计服务增加值占文化产业增加值的比重明显提高，相关产业产品和服务的附加值明显提高，为推动文化产业成为国民经济支柱性产业和促进经济持续健康发展发挥重要作用。

二、重点任务

（一）塑造制造业新优势。支持基于新技术、新工艺、新装备、新材料、新需求的设计应用研究，促进工业设计向高端综合设计服务转变，推动工业设计服务领域延伸和服务模式升级。汽车、飞机、船舶、轨道交通等装备制造业要加强产品的外观、结构、功能等设计能力建设。以打造品牌、提高质量为重点，推动生活日用品、礼仪休闲用品、家用电器、服装服饰、家居用品、数字产品、食品、文化体育用品等消费品工业向创新创造转变，增加多样化供给，引导消费升级。支持消费类产品提升新产品设计和研发能力，加强传统文化与现代时尚的融合，创新管理经营模式，以创意和设计引领商贸流通业创新，加强广告营销策划，增加消费品的文化内涵和附加值，健全品牌价值体系，形成一批综合实力强的自主品牌，提高整体效益和国

际竞争力。

（二）加快数字内容产业发展。推动文化产品和服务的生产、传播、消费的数字化、网络化进程，强化文化对信息产业的内容支撑、创意和设计提升，加快培育双向深度融合的新型业态。深入实施国家文化科技创新工程，支持利用数字技术、互联网、软件等高新技术支撑文化内容、装备、材料、工艺、系统的开发和利用，加快文化企业技术改造步伐。大力推动传统文化单位发展互联网新媒体，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，提升先进文化互联网传播吸引力。深入挖掘优秀文化资源，推动动漫游戏等产业优化升级，打造民族品牌。推动动漫游戏与虚拟仿真技术在设计、制造等产业领域中的集成应用。全面推进三网融合，推动下一代广播电视网和交互式网络电视等服务平台建设，推动智慧社区、智慧家庭建设。加强通讯设备制造、网络运营、集成播控、内容服务单位间的互动合作。提高数字版权集约水平，健全智能终端产业服务体系，推动产品设计制造与内容服务、应用商店模式整合发展。推进数字电视终端制造业和数字家庭产业与内容服务业融合发展，提升全产业链竞争力。推进数字绿色印刷发展，引导印刷复制加工向综合创意和设计服务转变，推动新闻出版数字化转型和经营模式创新。

（三）提升人居环境质量。坚持以人为本、安全集约、生态环保、传承创新的理念，进一步提高城乡规划、建筑设计、园林设计和装饰设计水平，完善优化功能，提升文化品位。注重对文物保护单位、历史文化名城名镇名村和传统村落的保护。加强城市建设和景观风貌规划，突出地域特色，有效保护历史文化街区和历史建筑，提高园林绿化、城市公共艺术的设计质量，建设功能完善、布局合理、形象鲜明的特色文化城市。加强村镇建设规划，培育村镇建筑设计市场，建设环境优美、设施完备、幸福文明的社会主义新农村。贯彻节能、节地、节水、节材的建筑设计理念，推进技术传承创新，积极发展绿色建筑。因地制宜融入文化元素，加快相关建筑标准规范的更新或修订。完善建筑、园林、城市设计、城乡规划等设

计方案竞选制度，重视对文化内涵的审查。鼓励装饰设计创新，引领装饰产品和材料升级。

（四）提升旅游发展文化内涵。坚持健康、文明、安全、环保的旅游休闲理念，以文化提升旅游的内涵质量，以旅游扩大文化的传播消费。支持开发康体、养生、运动、娱乐、体验等多样化、综合性旅游休闲产品，建设一批休闲街区、特色村镇、旅游度假区，打造便捷、舒适、健康的休闲空间，提升旅游产品开发和旅游服务设计的人性化、科学化水平，满足广大群众个性化旅游需求。加强自然、文化遗产地和非物质文化遗产的保护利用，大力发展红色旅游和特色文化旅游，推进文化资源向旅游产品转化，建设文化旅游精品。加快智慧旅游发展，促进旅游与互联网融合创新，支持开发具有地域特色和民族风情的旅游演艺精品和旅游商品，鼓励发展积极健康的特色旅游餐饮和主题酒店。

（五）挖掘特色农业发展潜力。提高农业领域的创意和设计水平，推进农业与文化、科技、生态、旅游的融合。强化休闲农业与乡村旅游经营场所的创意和设计，建设集农耕体验、田园观光、教育展示、文化传承于一体的休闲农业园。注重农村文化资源挖掘，不断丰富农业产品、农事景观、环保包装、乡土文化等创意和设计，着力培育一批休闲农业知名品牌，提升农产品附加值，促进创意和设计产品产业化。发展楼宇农业、阳台农艺，进一步拓展休闲农业发展空间。支持专业农产品市场建设特色农产品展览展示馆（园），推进特色农产品文化宣传交流。建立健全地理标志的技术标准体系、质量保证体系与检测体系，扶持地理标志产品，加强地理标志和农产品商标的注册和保护。支持农业企业申报和推介绿色环保产品和原产地标记，鼓励利用信息技术创新具有地域文化特色的农产品营销模式。

（六）拓展体育产业发展空间。积极培育体育健身市场，引导大众体育消费。丰富传统节庆活动内容，支持地方根据当地自然人文资源特色举办体育活动，策划打造影响力大、参与度高的精品赛事，推动体育竞赛表演业全面发展。鼓励发展体育服务组织，以赛

事组织、场馆运营、技术培训、信息咨询、中介服务、体育保险等为重点，逐步扩大体育服务规模。推动与体育赛事相关版权的开发与保护，进一步放宽国内赛事转播权的市场竞争范围，探索建立与体育赛事相关的版权交易平台。加强体育产品品牌建设，开发科技含量高、拥有自主知识产权的体育产品，提升市场竞争力。促进体育衍生品创意和设计开发，推进相关产业发展。

（七）提升文化产业整体实力。坚持正确的文化产品创作生产方向，着力提升文化产业各门类创意和设计水平及文化内涵，加快构建结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系，推动文化产业快速发展。鼓励各地结合当地文化特色不断推出原创文化产品和服务，积极发展新的艺术样式，推动特色文化产业发展。强化与规范新兴网络文化业态，创新新兴网络文化服务模式，繁荣文学、艺术、影视、音乐创作与传播。加强舞美设计、舞台布景创意和舞台技术装备创新。坚持保护传承和创新发展相结合，促进艺术衍生产品、艺术授权产品的开发生产，加快工艺美术产品、传统手工艺品与现代科技和时代元素融合。完善博物馆、美术馆等公共文化设施功能，提高展陈水平。

三、政策措施

（一）增强创新动力。深入实施知识产权战略，加强知识产权运用和保护，健全创新、创意和设计激励机制。加强商标法、专利法、著作权法、反不正当竞争法等知识产权保护法律法规宣传普及，完善有利于创意和设计发展的产权制度。完善网络环境下著作权保护等法律法规，加强数据保护等问题研究。加强知识产权监督执法，加大对侵权行为的惩处力度，完善维权援助机制。优化知识产权申请与审查制度，建立并完善专利优先审查通道和软件著作权快速登记通道，健全便捷高效的商标注册审查体系。完善知识产权入股、分红等形式的激励机制和管理制度。活跃知识产权交易，促进知识产权的合理有效流通。提升企业知识产权综合能力，培育一批知识产权优势企业。鼓励企业、院校、科研机构成立战略联盟，引导创意

和设计、科技创新要素向企业聚集，加大联盟知识产权管理能力建设，推行知识产权集群式管理。

（二）强化人才培养。推动实施文化创意和设计服务人才扶持计划，打破体制壁垒，扫除身份障碍，营造有利于创新型人才健康成长、脱颖而出的制度环境。优化专业设置，鼓励普通本科高校和科研院所加强专业（学科）建设和理论研究。鼓励将非物质文化遗产传承人才培养纳入职业教育体系，发挥职业教育在文化传承创新中的重要作用，重点建设一批民族文化传承创新专业点。推动民间传统手工艺传承模式改革，培养一批具有文化创新能力的技术技能人才。积极推进产学研用合作培养人才，发展专业学位研究生教育，扶持和鼓励相关行业和产业园区、龙头企业与普通本科高校、职业院校及科研机构共同建立人才培养基地，支持符合条件的设立博士后科研工作站，探索学历教育与职业培训并举、创意和设计与经营管理结合的人才培养新模式，加快培养高层次、复合型人才。加大核心人才、重点领域专门人才、高技能人才和国际化人才的培养和扶持力度，造就一批领军人物。完善政府奖励、用人单位奖励和社会奖励互为补充的多层次创意和设计人才奖励体系，对各类创意和设计人才的创作活动、学习深造、国际交流等进行奖励和资助。加强创业孵化，加大对创意和设计人才创业创新的扶持力度。规范和鼓励举办国际化、专业化的创意和设计竞赛活动，促进创意和设计人才创新成果展示交易。积极利用各类引才引智计划，引进海外高端人才。健全符合创意和设计人才特点的使用、流动、评价和激励体系，按照国家有关规定，进一步落实国有企业、院所转制企业、职业院校、普通本科高校和科研院所创办企业的股权激励政策，推进职业技能鉴定和职称评定工作，加强人才科学管理。

（三）壮大市场主体。实施中小企业成长工程，支持专业化的创意和设计企业向专、精、特、新方向发展，打造中小企业集群。鼓励挖掘、保护、发展中华老字号等民间特色传统技艺和服务理念，培育具有地方特色的创意和设计企业，支持设计、广告、文化软件工作室等各种形式小微企业发展。推动创意和设

计优势企业根据产业联系，实施跨地区、跨行业、跨所有制业务合作，打造跨界融合的产业集团和产业联盟。鼓励有条件的大型企业设立工业设计中心，建设一批国家级工业设计中心。积极推进相关事业单位分类改革，鼓励国有文化企业引进战略资本，实行股份制改造，积极引导民间资本投资文化创意和设计服务领域。支持有条件的企业“走出去”，扩大产品和服务出口，通过海外并购、联合经营、设立分支机构等方式积极开拓国际市场。推进文化等服务业领域有序开放，放开建筑设计领域外资准入限制。围绕提升产业竞争力，建立健全文化创意和设计服务与相关产业融合发展的技术标准体系，加快制定修订一批相关领域的重要国家标准。鼓励行业组织、中介组织和企业参与制定国际标准，支持自主标准国际化。

（四）培育市场需求。加强全民文化艺术教育，提高人文素养，推动转变消费观念，激发创意和设计产品服务消费，鼓励有条件的地区补贴居民文化消费，扩大文化消费规模。鼓励企业应用各类设计技术和设计成果，开展设计服务外包，扩大设计服务市场。创新公共文化服务提供方式，加大政府对创意和设计产品服务的采购力度。消除部门限制和地区分割，促进形成统一开放、竞争有序的国内市场。充分利用上海、深圳文化产权交易所等市场及文化产业、广告、设计等展会，规范交易秩序，提升交易平台的信息化和网络化水平，促进产品和服务交易。鼓励电子商务平台针对创意和设计提供专项服务，帮助小微企业、创意和设计创业人才拓展市场。鼓励有条件的地区在国家许可范围内，根据自身特点建设区域性和行业性交易市场。在商贸流通业改造升级中，运用创意和设计促进专业市场和特色商业街等发展。鼓励批发、零售、住宿、餐饮等生活服务企业在店面装饰、产品陈列、商品包装和市场营销上突出创意和设计，更加注重节能环保，顺应消费者需求。

（五）引导集约发展。依托现有各类文化、创意和设计园区基地，加强规范引导、政策扶持，加强公共技术、资源信息、投资融资、交易展示、人才培养、交流合作等服务能力建设，完善创新创业服务体系，

促进各类园区基地提高效益、发挥产业集聚优势。鼓励各地根据资源条件和产业优势，明确发展重点，科学规划建设融合发展集聚区，打造区域性创新中心和成果转化中心。建立区域协调机制与合作平台，加强产业集群内部的有机联系，形成合理分工与协作，构建优势互补、相互促进的区域发展格局。充分发挥各部门职能，组织实施基础性、引导性重大工程和重点项目，提升产业整体素质，增强发展后劲。

（六）加大财税支持。增加文化产业发展专项资金规模，加大对文化创意和设计服务企业支持力度。在体现绿色节能环保导向、增强可操作性的基础上，完善相关税收扶持政策。在文化创意和设计服务领域开展高新技术企业认定管理办法试点，将文化创意和设计服务内容纳入文化产业支撑技术等领域，对经认定为高新技术企业的文化创意和设计服务企业，减按15%的税率征收企业所得税。文化创意和设计服务企业发生的职工教育经费支出，不超过工资薪金总额8%的部分，准予在计算应纳税所得额时扣除。企业发生的符合条件的创意和设计费用，执行税前加计扣除政策。对国家重点鼓励的文化创意和设计服务出口实行营业税免税。落实营业税改增值税试点有关政策，对纳入增值税征收范围的国家重点鼓励的文化创意和设计服务出口实行增值税零税率或免税，对国家重点鼓励的创意和设计产品出口实行增值税零税率。

（七）加强金融服务。建立完善文化创意和设计服务企业无形资产评估体系。支持符合条件的企业上市，鼓励企业发行公司债、企业债、集合信托和集合债、中小企业私募债等非金融企业债务融资工具。支持金融机构选择文化创意和设计服务项目贷款开展信贷资产证券化试点。鼓励银行业金融机构支持文化创意和设计服务小微企业发展。鼓励金融机构创新金融产品和服务，增加适合文化创意和设计服务企业的融资品种，拓展贷款抵（质）押物的范围，完善无形资产和收益权抵（质）押权登记公示制度，探索开展无形资产质押和收益权抵（质）押贷款等业务。建立社会资本投资的风险补偿机制，鼓励各类担保机构提供融资担保和再担保服务。鼓励保险公司加大创新型文

化保险产品开发力度，提升保险服务水平，探索设立专业文化产业保险组织机构，促进文化产业保险发展。政府引导，推动设立文化创意和设计服务与相关产业融合发展投资基金。积极引导私募股权投资基金、创业投资基金及各类投资机构投资文化创意和设计服务领域。

（八）优化发展环境。评估清理现有行政审批事项，确需保留的，要精简审批流程，严控审批时限，公开审批标准，提高审批效率。支持以划拨方式取得土地的单位利用存量房产、原有土地兴办文化创意和设计服务，在符合城乡规划前提下土地用途和使用权人可暂不变更，连续经营一年以上，符合划拨用地目录的，可按划拨土地办理用地手续；不符合划拨用地目录的，可采取协议出让方式办理用地手续。广告领域文化事业建设费征收范围严格限定在广告媒介单位和户外广告经营单位，清理其他不合理收费，推动落实文化创意和设计服务企业用水、用电、用气、用热与工业同价。完善城乡规划、建筑设计收费制度，鼓励和推行优质优价。创新政府支持方式，发挥社会组织作用，加强人才队伍建设，资助创业孵化，开展研讨交流等。

四、组织实施

各地区、各部门要按照本意见的要求，根据本地区、本部门、本行业实际情况，切实加强对推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展工作的组织领导，编制专项规划或行动计划，制定相关配套文件。要建立工作机制，加强地区间、部门间、行业间的协同联动，确保各项任务措施落到实处。要加强宣传，积极营造全社会支持创新、鼓励创意和设计的良好氛围。加强文化产业振兴方面的立法工作，不断健全相关法律法规和制度。重视完善文化产业统计制度，加强文化创意和设计服务类产业统计、核算和分析。加快发展和规范相关行业协（商、学）会、中介组织，充分发挥行业组织在行业研究、标准制定等方面的作用。发展改革委会同相关部门对本意见的落实情况进行跟踪分析和监督检查，重大事项及时向国务院报告。

来源：工业和信息化部产业政策司



问题管理之针对性与权变性

文 / 孙继伟

问题千差万别、千变万化，即使同一个问题，也有不同的解读。

区分不同情况，对问题进行针对性的界定、挖掘，根据问题的不同属性，权变性地提出相应的对策，才能切合解决问题的需要。

对问题分析、问题界定和问题解决影响最大的因素是：问题涉及的对象、阶段、层次、角度四个方面。如下图所示。

快，机制活，易于适应不同客户的多样性需求。因此，通常是：大企业渴望灵活，小企业渴望稳定。

另外，也有对象的普遍性与特殊性差异。一般的企业管理上具有规模效益，但是，以创意、设计为主的企业，规模扩大不一定能带来规模效益。一般的企业，需要预设经营目标，并按时间分解考核，而有些企业的经营目标能否达成主要取决于外部环境，如果硬要按预设的经营目标进行考核奖惩，反而是不公平的。

二、阶段

企业的发展阶段一般划分为创业阶段、成长阶段、成熟阶段、转型阶段、衰落阶段（或复兴阶段）五个明显的阶段。企业在不同阶段面临的关键问题和潜在问题如下页表。这些阶段是企业整体发展的“大阶段”，在平时的问题分析中，也受到一些“小阶段”的影响。

三、层次

对同一问题，企业的高层、中层和基层人员可能有不同的认识。在同一个部门，或者是母公司、子公司、孙公司的不同的层次，也会出现不同层次的不同看法。

在2004年“联想大裁员”中，一位员工亲历联想大裁员后写的文章《公司不是家》引起了强烈的反响，其中讲到：

“我在联想的这三年，亲眼见到联想从全面扩张，到全面收缩的全过程。联想四面出击，却伤痕累累。这是谁的错？是领导的错！既然是领导犯下的错，为什么要由我们普通员工来承担？”

问题类别	问题描述	问题根源
市场问题	市场需求下降、客户开发不足、产品或服务同质化、品牌老化、渠道冲突等	1. 市场定位不准确 2. 产品或服务同质化 3. 品牌老化 4. 渠道冲突
成本问题	原材料价格上涨、人工成本增加、管理费用增加、物流成本增加等	1. 供应链管理不善 2. 成本控制不力 3. 采购策略不当 4. 物流效率低下
技术问题	技术落后、研发投入不足、技术创新能力弱、人才流失等	1. 研发投入不足 2. 技术创新能力弱 3. 人才流失 4. 技术储备不足
管理问题	组织结构不合理、管理制度不完善、执行力不强、沟通不畅等	1. 组织结构不合理 2. 管理制度不完善 3. 执行力不强 4. 沟通不畅

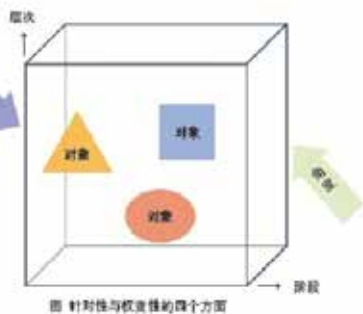


图 针对性与权变性的四个方面

一、对象

当管理的对象有明显差异时，面临的问题也有差异，相应地需要不同的解决方案。正所谓“到什么山，唱什么歌！”不仅对员工个人要考虑年龄、家庭背景、兴趣爱好等差异，对企业整体也要考虑对象的差异。

有的企业因绩效考核指标太烦琐，考核太严格，约束了创造性，所以需要走出“绩效主义”的牢笼；有的企业则因考核欠缺，“干多干少一个样、干好干坏一个样”，制约了员工积极性、创造性的发挥，所以需要量化、细化考核指标，加强绩效考核。

大企业和小企业的特征明显不同。大企业官僚主义严重，但能经得起风雨，信誉好，容易赢得客户认可；小企业容易给人不可靠的感觉，但效率高，反应

当时的联想集团总裁柳传志在《2004 财年誓师大会上的讲话》既表示了对员工看法的理解，对自己的决策失误进行了检讨，同时又站在股东代表和决策层的立场，从更高层面上阐述了对大规模裁员的想法。其中讲到：

“十仗中胜七仗就是优秀的指挥官！杨元庆只能从企业发展的角度，从大局的角度看问题，这才是最根本的为员工负责。如果元庆真的为局部员工负责的思想方法去考虑问题，企业就会陷入一片儿女情长之中，完全无法发展，中国就会失去联想。因此企业前进的主旋律只能是战鼓，是激昂。”

四、角度

对于同一个问题，从不同角度解读或界定，会形成不同的看法和结论。反映这一道理的经典故事就是

“盲人摸象”了。

鲁迅也曾说，从《红楼梦》中，经学家看见《易》，道学家看见淫，才子看见缠绵，革命家看见排满，流言家看见宫闱秘事。

面对问题，有人望而却步，有人勇往直前，有人迂回穿行。这往往是因为人们看问题的角度不同。

角度的差异来自多种原因，有的是由于身份、地位或岗位不同，相应地看问题的角度不同，这就是人们经常说的“屁股决定脑袋”、“吃哪家饭说哪家话”；有的是由于价值观不同，相应地看问题的角度不同；有的是人们为达到不同的目的而故意从不同的角度看问题；还有的只是由于心态、心情和兴致所至，引起了看问题的角度不同。

如何快速“读懂”一个企业

能够在短时间内知晓企业的本质特性并能迅速作出判断，可以为正确做出反应奠定基础。

快速读懂企业的关键在于，熟知企业的运行机理，知道哪些是重点信息，并且知道这些重点信息的因果机理（即哪种状态会导致什么结果），然后据此得到判断。

企业的诞生往往来自于创立者、机构出于某个意愿而提出的动议，由此，企业组织才会形成。创始人、核心班子、员工达到这个目的意愿有多强烈，决定了一个企业的动力，也构成了一个企业的生命力。

这个动力系统会驱动着企业在所处领域中披荆斩棘。而这个动力系统是否会源源不断输出动力，来源于它是否能够得到正反馈（赚到钱了或是达到另外某种目的了等等），而要达到正反馈取决于其所在的领域是不是有前景的领域、以及其是否具备在这些领域内成功的能力。

发展顺利的企业，往往动力强劲，并且因为所属的领域有前景和具备在领域内成功的能力而不断得到

正反馈，进而动力系统不断得以加强，进而形成正向的循环。

如果我们想快速看懂一个企业，就需要通过各种信息关注这三个问题。

企业的动力系统：企业是否有做好的意愿？这种意愿来自哪里？有多强烈？是否可以持续？如果一个企业没有了动力，就失去了未来成功的基础。

企业所处产业领域：即动力系统所针对的领域是否有前景。所处领域如果没有前景，即使动力系统很强劲，也会因为没有正反馈而使动力系统衰退。

企业所具备的能力：即企业是否具备在所处领域内成功的能力。

具备上述三个条件的企业就有希望。如果不完全具备这三个条件，则需要分析究竟是哪一个条件需要补齐、能否弥补。这便构成了完成判断、指出缺陷和明确方向的依据。

实践中，我们可以通过四个步骤来快速读懂一个

企业。

第一步：明确目的及对工作进行规划。我们必须根据目的来倒推整个工作的内容，也就是先明确我们“阅读”这个企业的目的是什么。在实际工作中有所侧重，并进行工作规划。

第二步：搜集信息并分析。通过多种方式完成信息的搜集并进行系统分析，同时根据上述关注的三大问题，对信息进行归类，使得杂乱的事实具有现实的意义。

企业的动力系统方面，可以从机制、股权结构、公司发展历史、老板经营的领域、公司创始人的简历、公司高管的简历等方面归类。

企业所处产业领域方面，产业规模和增长速度是企业的成长空间所在；利基是一个产业长期可持续发展的价值所在；竞争强度是一个企业的博弈格局所在；产业链上下游结构、产业链上下游的规模、竞争强度，是一个企业的延展空间所在；动态地看产业，

就必须把握产业生命周期、资源结构、规模经济和经营范围、技术创新。

企业所具备的能力方面，根据企业所处产业领域进行 KPI 的提炼，比如研发，或者是低成本的生产能力。

同时，还有其他很多与上述三个方面相关的信息，都值得我们关注，可以作为判断或验证的依据。

第三步：完成判断，获得结论：坚持“理论—假设—验证”的闭环认识方法论。通过观测所发现的稳定的因果关系，经过抽象形成理论，理论进而演绎出假设，假设要再经过事实的论证，最后又会形成我们的理论。

第四步：应用结论。根据判断来提出企业下一步应该做什么。

快速读懂企业，固然有方法，但是这个方法要运用得纯熟、精当，则需要观察者长期积累的功夫。

来源：《企业管理》



人性化管理遭遇尴尬处境怎么办？

Q：我是一个从底层技术人员一步步成长起来的研发部门管理者，比较理解研发人员的工作规律和诉求，因此在管理上尝试一些人性化的方法，如上班不用打卡，加班有加班餐，下班太晚可以打车等。但很快就遇到了尴尬：不打卡就有些人来得很晚，应该上午 9 点上班，11 点才到，下班又会走得很早；一些单身员工不加班就在办公室打游戏，混到很晚吃加班餐，然后才打车回家。我不知道下一步该怎么办了？

王建华（和君咨询集团）

人性化管理需要在工作和生活上区别对待，作为管理者需要“菩萨心肠，霹雳手段”才行。“菩萨心肠”是指对于员工要真正发自内心的关怀，这种“人性化”更多的是体现在员工的生活上，体谅员工生活当中的难处，给员工争取一些福利。“霹雳手段”则是体现在对

员工工作要求上，保障工作完成的质量和效率，该处罚时要处罚。高要求反而能提高员工的技能和本领，这就是所谓“残酷的爱”。在工作和生活上不区分，一味的人性化，老好人，只会退化组织能力，丧失员工本领，最后会导致非常尴尬的境地，不是真正的人性化。

施玉梅（扬州市职业大学）

俗话说：“没有规矩，不成方圆。”我觉得人性化管理不能代替企业规范化的规章管理制度。员工的自觉性远远没有达到人人都可以自律的地步，所以必须借助企业统一的制度来约束员工的行为，以规避员工的懒惰、占便宜等不良思想，从而营造企业公平公正的管理环境。至于人性化管理的运用应该是在员工遇到困难的时候，例如生病、家庭困难、疏忽犯错时，此时给予员工以关怀、帮助和包容，员工才会感激并

获得持久的激励效应。我遇到过一个真实的案例：一位公司的技术人员因为生病请假了一个多月，按照规定当月的工资需要全部扣除，员工本已经做好了这样的思想准备，但是老总知道以后，和行政人事部门商量，扣除期间的休息日，并用年假来冲抵病假期，最后使得员工的收入保全了大部分。我觉得这是一个非常好的人性化管理的案例。

高蕊（中国企业联合会研究部）

员工的行为是在现有制度下的理性选择，要改变现状，只能完善现有管理方法。第一，工作时间弹性，在早上 10 点半到晚上 10 点半，但每天在公司的时间不能少于规定的 n 小时。第二，工作实行任务结果导向，以每周或者每月为时间单位进行考核。

李晓云（南昌航空大学科技学院）

“人本管理”就是以人为中心，通过理解和尊重员工，以及员工参与，激发员工的工作热情和主观能动性，通过员工的自我管理和激励，实现组织目标和员工发展的管理理念。但人本管理并不是放任员工，有效的人本管理，其关键在于建立一整套完善的管理机制和环境，使员工处于自动运转的主动状态，激发员工的自我效能感。其主要内容包括：（1）动力机制，即利益激励机制和精神激励机制；（2）压力机制，包括竞争的的压力和目标责任压力；（3）约束机制，即制度规范和伦理道德规范；（4）保证机制，主要指法律的保护和社会保障体系；（5）选择机制，即企业和企业员工的双向选择的权力；（6）环境影响机制，即和谐、融洽的人际关系和良好的工作条件和环境。

该研发部之所以会出现这些现象，主要是两方面的原因：一是管理制度没有跟上；二是员工素质没有跟上。根据研发部的工作性质，实行弹性工作制，不用上班打卡是完全可行的，但基于某些员工当前的素质，应建立相应的动力和压力机制，比如实行项目制，每位研发工程师都应加入项目组，有相应的工作任务，按项目组完成工作的质和量来进行考核，并与工资和各项奖励挂钩，而不以工作时间来考核工程师。同时对滥用公司的关怀和福利的员工，一经发现，要严惩不怠，通过外力规范员工的行为，最后养成良好的习惯。

王章文（宁波一力阻尼器有限公司）

首先，这种人性化管理方式值得尝试和推广，可

以调动研发部门技术人员的工作积极性，也更能适应研发部门技术人员的工作性质，可以灵活、机动地处理工作中遇到的问题；其次，任何事情都具有利弊两个方面，新制度出台后，为了避免负面问题的出现，配套制度要跟上，必要的约束和监管机制不可少，比如不定期抽查考勤卡，抽检加班期间的工作内容等，对于确实是事出有因的人员，人性化的管理方式，更能提高他们的工作积极性和工作热情。同样，对于采取欺骗公司的工作方式，要制定相应的规章制度，加以严惩，以便更能鼓励先进，惩罚违规、违纪员工。

魏民（建设银行山东省份分行）

对制订的人性化管理措施，要向员工讲明其目的、意义及前提，让员工理解管理层的苦心；对加班的人、晚走打车的人，要有一定的公示程序，让群众进行监督，对工作打游戏的行为，可通过“开放式办公环境+监控”的形式进行透明化处理。

胡建东（上海泛在企业管理有限公司）

首先对人性化管理要有正确的理解，所谓人性化管理是指两方面，一是在法律（规则）制定的时候，充分考虑“人文”的因素，即制定“善法”；二是执行的时候，该依法执行就依法执行，执行之后，给予人文的帮助或者关怀。所以，人性化管理是有基础的，首先是基于法制环境，即有明确的制度环境；然后才是关怀和帮助。本案例中这种情况，首先是制度还不过关，比如不用打卡上下班，你就得采用“工作量考核”，加班成本对冲加班收益等制度。比如，现在社会上扶助倒地的老人反被老人讹诈，法院应该首先判老人诈骗罪，依法判刑以儆效尤；当老人认识错了，再根据老人实际情况缓刑或者减免。所以，先不急“人性”，先完善制度再说。

何艳娜（河南教育学院）

人性化管理不是人情化、不是放任和放纵。制度是企业管理的基础，没有制度的约束，工作是无法顺利进行的。当制度和人情产生冲突的时候，作为管理者要坚持原则执行制度，若把人情凌驾于制度之上，会让员工对企业制度的约束力产生怀疑，从而出现钻空子的混乱局面。

人性化管理，落脚点仍然是“管理”而不是充当员工的“保姆”。

最新评价优秀企业公示

——北京市信用企业名录

(排名不分先后)

- 1、北京市宝辰新技术有限公司

2、北京高铁三瑞电子技术有限公司

3、北京翰高兄弟科技发展有限公司

4、北京嘉华通软科技有限公司

5、北京康华国联机电设备有限公司

6、北京华德安工科技有限公司

7、北京鑫畅路桥建设有限公司

8、北京博希格动力技术有限公司

9、世纪良基投资集团有限公司

10、华纺房地产开发公司

11、北京金瓯鼎建筑装饰工程有限公司

12、北京北达城乡规划设计研究院

13、北京瑞泰鸿信数字科技有限公司

14、北京金隅装饰工程有限公司

15、北京知蜂堂蜂产品有限公司

16、北京顺迅电梯设备工程有限公司

17、北京中电兴发科技有限公司

18、北京中天博地科技有限公司

19、北京树诚科技发展有限公司

20、北京绿茵天地体育产业股份有限公司

21、同辉佳视（北京）信息技术股份有限公司

22、北京畅享互联科技有限公司

23、北京讯德电子有限公司

24、北京华夏赛科技术发展有限公司

25、北京鑫创佳业信息系统工程有限公司

26、北京京诚华宇建筑设计研究院有限公司
- 27、中商流通生产力促进中心有限公司

28、北京天石网通科技有限责任公司

29、中国新兴建设开发总公司

30、中交一公局第五工程有限公司

31、中鸿信国际拍卖有限公司

32、北京中科院软件中心有限公司

33、北京红源光电技术公司

34、北京唐正时代科技有限公司

35、北京赛欧必弗科技有限公司

36、北京中科软件有限公司

37、北京万集科技股份有限公司

38、北京市万年青环保厨房设备有限责任公司

39、北京市北奔汽车修理厂

40、赛尔网络有限公司

41、北京国承瑞泰科技股份有限公司

42、北京家德恒远净化技术有限公司

43、北京苍穹数码测绘有限公司

44、嘉纳尔科技（北京）有限公司

45、北京中投视讯文化传媒有限公司

46、北京帝测科技发展有限公司

47、北京瑞拉爱堡地质勘探技术有限公司

48、北京恒动环境技术有限公司

49、北京英凯瑞科技发展有限公司

50、北京中艺美建筑装饰工程有限公司

51、北京欧亚波记机械设备有限公司

52、北京恒乐工程管理有限公司

树立正确的评级观

作者：关建中 大公国际信用评级集团董事长



作者：关建中

提出树立正确的评级观这样一道命题，是因为西方错误评级导致的国际信用体系大破坏引发了人类对评级与经济社会发展关系的深刻思考，认识的局限性正在阻碍着人们纠正错误评级的行动，亟待对全球信用危机以来有关评级的思想观念进行梳理总结，形成共识，用正确的评级观指导人们的评级实践。

那么，什么是正确的评级观呢？

一、信用评级关系人类社会安全发展

信用关系已经成为国家和世界的经济基础，信用评级作为构建信用关系的媒介，其状态直接决定着信用关系及其经济基础的稳固。

树立这样一个评级观，将使我们能够科学总结全球信用危机的教训，从评级制度设计入手保障人类社会安全发展。

二、信用评级是信用经济逆周期力量

信用关系社会化催生了两对矛盾，即生产与信用、信用与评级，后者本质上要求评级通过揭示债务数量安全边界阻止信用的无度扩张，是信用经济逆周期的

力量。

树立这样一个评级观，将使我们准确找到评级在信用经济社会中的历史方位，明确评级所应承担的社会责任。

三、债权人应当拥有评级话语权

唯有债权人拥有评级话语权才能通过有效揭示债务人风险和控制债务数量安全边界维护信用关系的稳固。

树立这样一个评级观，将使我们能够清晰知晓唯有实现评级话语权与资本所有权的统一，才能真正揭示债务风险，保障信用关系安全。

四、现存国际评级体系是信用危机的制造者

其评级标准是服务于所在国利益需要，完全违背了客观信用风险形成因素的内在逻辑，由此决定了评级的失败。

树立这样一个评级观，将使我们能够认清现存国际评级体系的本质，形成改革共识，找到解决世界性评级不公的正确路线图。

五、构建新型国际评级体系是历史的选择

建立一个代表人类社会共同利益并能承担世界评级责任的新型国际评级体系，形成新旧两种评级体系并存发展格局是世界评级制度模式的唯一正确选择。

树立这样一个评级观，将使我们能够找到改革国际评级体系的正确方向，坚定改革信念，明确改革责任的承担者。

六、竞争型的评级制度模式必然导致评级背叛公众责任

多个评级供给者竞争是在为债务人提供高信用级别的选择环境，竞争型的评级制度直接推动了信用级别商品化。

树立这样一个评级观，将使我们能够从改变评级制度入手，探索实现责任与发展的评级体制机制模式。

七、评级标准决定着评级机构的评级能力

对评级机构进行“评级”的唯一正确标准是，看其是否具有独创的信用评级思想理论体系及标准制定能力，看其评级思想理论及标准是否体现了信用风险的客观运动规律。

树立这样一个评级观，将使我们能够在纷繁无序的评级世界中发现规律，创造有利于评级健康发展的制度环境。

八、禁止信用级别竞争，鼓励评级技术竞争是唯一正确的监管理念

禁止信用级别竞争，鼓励评级技术竞争的监管理念体现了构建信用关系对评级履行公众责任的本质要求，运用这一理念进行评级制度模式设计和监管，才能从制度层面激励评级技术进步，使评级真正揭示信用风险维护债权人利益。

树立这样一个评级观，将使我们能够避免把加强评级监管演变为加剧评级竞争，防止开历史的倒车。

九、减少对评级的依赖是背离信用经济发展规律的空想

减少对评级的依赖是人们为避免错误评级再次酿成信用灾难做出的一种无奈选择，表现出对信用经济

社会发展规律认识上的空白，它将在实践上加剧社会信用风险信息不对称，阻止资本社会化流动，错配信用关系，导致信用秩序的混乱和危机。

树立这样一个评级观，将使我们能够正确抉择，理性思考评级发展模式。

十、让评级承担法律责任行不通

评级不同于其它中介服务，它不是对已发生事实的认定，而是一种主观判断的结论，为投资者提供咨询参考，如果让评级者承担法律责任，不会有人愿冒这样的风险去从事评级。

树立这样一个评级观，将使我们能够对评级进行专业化管理，避免制度失误导致整个评级行业的扭曲发展。

十一、收费模式不是导致评级不公的根本原因

由充分竞争评级体系模式导致信用级别竞争带来的危害，这才是形成评级不公的根本原因。

树立这样一个评级观，将使我们能够摒弃形而上学的认识方法，找到符合评级发展规律的管理方式。

十二、通过鼓励竞争解决评级问题只能加剧评级危机

通过高于其它机构的信用级别争抢客户而加剧评级商业化竞争并对整个评级业的市场公信力进行一轮新的破坏，没有丝毫进步意义。

树立这样一个评级观，将使我们能够对已有竞争评级体系模式进行深层反思，奠定重构评级制度的思想基础。

十三、推动不同国家的评级结果互认完全不具备操作性

在缺乏跨国评级监管体系保障条件下，评级结果跨国互认势必导致完全由债务人选择评级机构，其评级立场对评级信息可靠性的影响将是负面的，这种互认将演

变成信用风险跨国转移，后果十分严重。

树立这样一个评级观，将使我们能够丢掉幻想，积极寻找人类评级发展的正确之路。

十四、建立区域性评级机构背离了信用全球化的时代需要

一个区域性的评级信息既不能满足当地资本的跨地区流动需要，更不能为其它地区的资本流动所认可，试图用区域评级破解现存国际评级体系问题是一种不切实际的幻想。

树立这样一个评级观，将使我们能够顺应时代需要，投身于建立一家全球性评级机构的实践。

十五、双评级体系模式是解决世界性评级问题的最佳选择

在现存主权特征国际评级体系运行的同时，再建立一个非主权特征的新型国际评级体系，实现两个评级体系并存、开放、包容、互补、制衡的世界评级新格局。这是人类改变国际评级制度实践的最佳选择。

十六、政府是评级责任的首要担当者

这一评级观的逻辑是：

1、评级是信用经济社会的一种管理制度，政府是这一顶层制度设计的担当者。通过不断扩大直接融资规模形成新的社会消费能力成为政府调控宏观经济保障经济社会可持续发展的重要手段，由此形成了社会债务规模与偿债来源的国民经济重大比例关系，这



一客观规律要求政府不仅要有保障信用规模增长的制度，而且要科学制定揭示社会偿债来源风险的信用评级制度，唯有这样，才能避免评级制度缺失及不合理导致社会债务规模的过度增长形成对国民经济的最终破坏。

2、评级攸关国家信用体系和经济基础安全，政府是这一责任的担当者。由债权人与债务人构成的信用关系社会化不仅构建起了社会再生产赖以正常运行的社会信用体系，而且成为整个社会的经济基础，

评级作为构建信用关系的媒介，直接决定着国家信用体系和经济基础的状态，而对评级履行这一重大社会责任起决定性作用的是政府制定的评级制度。唯有按照信用经济社会发展对评级的本质要求制定鼓励能承担评级责任的管理制度，才能避免错误评级成为颠覆国家信用体系和经济基础的破坏力量。

树立这样一个评级观，将使我们能够准确设计国际评级体系蓝图，降低改革成本。

由西方错误评级引发的全球信用危机远没有结束，改变世界评级现状，用公正的评级信息引导资本流动，为复苏世界经济提供正能量，是当今时代最为现实的需要。如何尽快走出评级的认识误区，进行正确的评级实践取决于人们评级思维方式的变革，树立正确的评级观顺应了这一历史需要。



我国注册资本登记制度改革给企业带来的影响及应对措施

北京中金浩资产评估有限责任公司 丁坚 樊钰

2014年3月1日公司注册资本登记制度改革在中国全面实施,《注册资本登记制度改革方案》主要内容有五项:第一,从过去实缴制改为认缴制;第二,放宽了入资的条件;第三,年检制度改为年报公示制度;第四,简化了对企业经营场所的审核;第五,推行电子营业执照和企业注册登记的全程电子化管理。

一、注册资本登记制度的改革给企业带来的机遇

公司注册资本登记制度的改革从实施以来取得了不小的成果。从相关报道我们可以看出:数量上,民营企业大量增加;企业结构上,中小企业、小微企业大量增长,推动了第三产业、新兴产业发展;试点情况上,这项改革很好的激发市场活力,增加改革红利。改革降低了投资者的准入门槛,带动了就业增长,特别是对小微企业的发展具有巨大的推动作用。

根据十二届全国人大常委会第六次会议审议通过的关于修改公司法的决定和《方案》,公司、公司股东(发起人)在注册资本管理方面增加了一系列权利:一是自主约定注册资本总额;二是自主约定公司设立时全体股东(发起人)的首次出资比例;三是自主约定出资方式 and 货币出资比例,对于高科技、文化创意、现代服务业等创新型企业可以灵活出资,提高知识产权、实物、土地使用权等财产形式的出资比例,克服货币资金不足的困难;四是自主约定公司股东(发起人)缴足出资的出资期限,

不再限制两年内出资到位,提高公司股东(发起人)资金使用效率。在登记注册环节,改革后,公司实收资本不再作为工商登记事项。在进行公司登记时,也无需提交验资报告。

二、注册资本登记制度的改革主要变化

(1) 承担制

新制度政府放宽入资条件,但并没有改变公司股东以其认缴的出资额承担责任的规定,也没有改变承担责任的形式。股东(发起人)要按照自主约定并记载于公司章程的认缴出资额、约定的出资方式和出资期限向公司缴付出资,股东(发起人)未按约定实际缴付出资的,要根据法律和公司章程承担民事责任。如果公司发生债务纠纷或依法解散清算,没有缴足出资的股东(发起人)应先缴足出资。

(2) 年报制

将企业年检制度改为年度报告,一方面充分借助信息化技术手段,采取网上申报的方式,便于企业按时申报;另一方面,强化企业的义务,要求其向社会公示年报信息,供社会公众查询。这会使社会公众便于了解企业的情况,促进企业自律和社会共治,维护良好的市场秩序。工商行政管理机关将未按规定报送公示年度报告的企业载入经营异常名录,以信用监管方式取代行政处罚方式,达到引导企业规范经营的目的。

(3) 信用体系建设

从《方案》对市场主体信用信息公示系统公示的内容规定来看,市场主体登记机关通过系统公示

各类市场主体的登记、备案、监管等信息;市场主体通过系统公示其年度报告、股东出资情况、获得资格资质等信息。各政府管理部门通过系统可以获取市场主体公示信息,作为其实施行政许可和监督管理的重要依据。

三、新制度下知识产权评估的重要性

1、行业竞争方面

年检制度改为年报制度看似放松管理,其实是对企业自律提出更高的要求。比如企业做好知识产权评估,将企业拥有的部分专利、专有技术有形化,以货币价值的形式展示出来,并增资到企业的注册资本金中,这样可以在更广的平台上增强社会公众对企业的直观印象。随着技术型企业的发展,将来可能会涉及一些项目投标的工作,较高的注册资本金可以提升企业的竞争力,增强市场对企业的信任度。在相同行业的技术型企业中,可能较高的注册资本金,其科技竞争性在投标、对外合作中具有一定优势。

2、信息公示

市场主体信用信息公示系统有效地扩大了市场主体信息的公示范围,方便了社会各方对市场主体信息的需求和查询,真正实现了信息资源的社会共享,进而将对市场主体单一部门监管扩大为全社会共同监管。比如对于用知识产权作为注册资本的依然要做好知识产权评估,在以后出现纠纷时可以作为资产依据,如果没有做好相关评估准备,以后出现问题时很有可能造成虚假出资,严重者会让企业被计入黑名单,导致“一处违法、处处受限”的尴尬局面。

3、财务建设

比如公司有知识产权,做好知识产权的评估,有严谨的财务数据做支撑,对公司在展现企业整体形象和招投标、对外合作中有很多优势。另外,企业用无形资产增资的,还可以通过无形资产进行摊销。

4、社会组织监督

《方案》要求发挥社会组织的监督自律作用,行业协会、中介机构等社会组织贴近市场主体,具备相关专业知识,对维护相关领域经营环境有主动作为的积极性,是加强对市场专门领域监管的重要力量。目前,介于市场主体与政府监管机构之间的各类行业协会和中介机构承担着越来越多的社会服务和社会自治事务,发挥着越来越重要的作用。特别是政府职能由直接管理向间接管理转变所留下的监管空间,需要行业自律组织及时进行填补。知识产权评估行业作为第三方专业机构,也应顺应时代潮流,紧跟政府步伐,加强自身专业知识,为企业的知识产权做出专业的评估,为企业的发展提供有力支撑,为政府和相关公众了解市场主体提供参考,从而促进行业自律和社会共治。而对知识产权进行专业的评估,使知识产权有形化、数量化,以货币价值的形式展示出来,也是方便政府实施行政许可和监督管理。

改革大幅度降低了公司的设立门槛、还权于市场,是为了激活市场,不是放任市场。改革就是要将市场可以解决的问题交还给市场,同时加强主体自律、行业自律和社会监管,最终建立诚信经营的市场体系。创业人员和企业应审时度势,重视资产评估,量化资产,为注册资本做依据,增加企业信用度,为进入良性循环再加一层保障,否则极有可能错失良机,耽误企业的运营和发展,在自己的脖子上加上一把钢刀。

行业发展情况

资产评估行业是诚信为本的行业,解决诚信问题,制度建设是根本。过去20多年来,资产评估行业制度建设取得了长足的发展,形成了一整套较为完善的制度体系框架。但是资产评估行业制度建设仍有不足之处,一个突出的问题就是迄今还没有一部规范行业发展的法律。值得欣喜的是,由全国人大直接“操刀”的《资产评估法(草案)》,2012

年2月已经全国人大第一次审议，草案在管理体制、资格考试、法律责任等诸多方面已经搭建了较为成熟的框架，未来《资产评估法》的出台，将为理顺评估行业管理体制、完善行业准入制度，规范行业管理和执业行为等提供基本的法律保障。与此相适应，资产评估相关法规和规章制度也需进一步健全和完善。

特别值得注意的是，随着执业范围和服务领域的日益拓展，必须要加强评估理论创新研究，不断发展和完善资产评估准则体系。虽然我们已经建立了23项资产评估基本准则、具体准则、指南和指导意见，涵盖了企业价值、不动产、无形资产、机器设备、珠宝首饰等评估业务主要领域。但在新时期随着新兴业务的大幅度拓展，即将或正在形成全新的一系列新业务指引，资产评估准则必须与时俱进，不断创新。自2012年起，中评协已开始尝试将“指引”纳入资产评估准则体系，以便为资产评估师提供更为详尽的工作指导和规范。资产评估要取得社会公信力，在程序执行到位的基础上更要注重分析、估算的统一性、准确性，这应当成为评估准则未来关注的方向。

作为中介服务机构，评估服务的客观性、公正性是资产评估机构赖以生存的根本，也构成了机构的核心竞争力，需要严格的质量控制来保障。资产评估机构必须加强内部制度建设，规范执业标准、执业流程、内部培训体系和业务承揽方式，以提供质量稳定、标准划一的评估服务。

按照《资产评估机构审批和监督管理办法》，资产评估机构应当建立首席评估师制度，首席评估师作为评估机构当然的权益合伙人或股东，统一负责评估报告审核及内部质量控制，从制度上保障质量控制在机构中的地位。同时，资产评估机构要加强内部财务管理，健全会计核算体系，按规定建立职业风险保障制度，合理防范财务风险。从长远来看，要实现机构的可持续发展，就必须完善资产评估机构的治理机制，根据机构的发展战略、业务特点和

规模，选择相应的组织形式，建立科学合理的股东或合伙人进退机制、激励约束机制、内部决策机制、利益分配机制等，不断改进机构内部治理，只有这样，才能提升核心竞争力，实现做强的目标。

从近年来财政部开展的资产评估行业执业质量检查工作结果来看，尽管执业质量呈现持续提升态势，但在评估报告及其工作底稿规范性等方面仍有待进一步提高。特别是在业务质量控制方面，尽管大多数资产评估机构都建立了三级报告质量复核等一系列内部管理制度，仍有一些机构存在管理松散、质量控制制度流于形式等状况。个别中小资产评估机构从业人员少、业务单一，由一个资产评估师兼任质量控制体系中的多个角色，评估复核形同虚设。正因如此，2010年底，中评协印发了《评估机构业务质量控制指南》，自2012年起在证券评估机构正式施行，目前《中小评估机构业务质量控制指引》也在征求意见、积极研究当中。《规划》进一步提出要从增强机构核心竞争力的角度，强化风险管理和质量控制，广大资产评估机构应当予以充分重视。

良好的外部环境对于评估规范执业至关重要。目前评估市场上还存在着一定程度的行业壁垒和地方保护行为，在企业改制、抵押贷款、资产处置、司法拍卖等领域，委托不规范、指定机构评估、向评估机构索要回扣、压低评估收费、干预评估执业等行为时有发生，这种状况不利于资产评估机构的公平竞争，也容易导致商业贿赂等腐败行为。财政部门是我国资产评估行业的主管部门，应在优化行业执业环境中发挥重要作用。财政部门要转变管理观念，增强服务意识，要继续按照党中央、国务院关于加快发展现代服务业的一系列重要指示精神，加快推进资产评估管理体制、机制和制度建设，加强与国资、法院、工商、发展改革、监察等相关部门的沟通与配合，切实打破行业壁垒和地方保护，有效治理行政干预、商业贿赂、变相实行二次准入等行为，共同规范市场秩序，净化市场环境，为资产评估行业发展创造良好条件。

金融中介打通理财新渠道 京融财富实现老百姓投资理财金融梦



一边是银行资金收紧，中小企业融资困难；一边是大量民间资本闲置，违规高利贷暗潮涌动——这个两难命题如何破解？

近2年，大大小小的P2P金融中介犹如雨后春笋般涌现，现如今，民间金融中介行业已经成了大趋所势的朝阳行业，在国家法律法规政策允许的条件下，金融中介服务行业可以起到盘活民间资本的作用，这样的良好的民间效果可以有效地促进国内实体经济的良好发展，在这样行业蓬勃发展的时候，京融财富作为金融创新、金融中介服务行业的领头羊提供最安全最可靠的投资理财环境。让老百姓和创业投资者实现金融财富。

金融中介已是市场与改革的双重需求（金融专家或金融协会会长XXXX访谈）

为何要发展金融中介服务机构？金融专家XXX访谈“企业和居民金融服务需求日益多元化，必然带动金融中介服务机构业务快速发展。同时，金融中介服务机构与传统金融机构呈互补关系，它不仅可以增强金融市场活力，还能支持、反哺传统金融机构，增强其盈利能力及市场竞争力，从而提高金融业整体附加

值，支持并服务于产业转型升级。这些都是金融发展规律的内在要求。”

金融中介已是市场与改革的双重需求，我们应加快制定金融中介服务业发展规划，同时积极发展财务公司和组建消费金融公司、金融租赁公司，打造金融中介服务业发展高地。“还应大力扶持互联网金融发展，鼓励金融机构与全国电商平台、第三方支付、网络信贷公司开展互联网金融合作。同时鼓励外资金中介服务机构发展，构建金融中介服务机构聚集区。

让民间借贷“阳光化”，提供老百姓安全、放心的理财平台

（京融品牌副总裁陈营冻 访谈）

如何让民间借贷市场良性发展？业内认为，京融财富等P2P机构的进驻，将更有利于

整体中小企业融资和民间借贷“阳光化”。

1、“目前，很多人认为民间借贷就是高利贷。其实这种认识是错误的，按照国家规定，利息超过银行基准利率四倍才是高利贷，低于这条红线都会受到法律保护。目前，我们京融财富等P2P中介为老百姓理财提供了更多渠道，也为中小企业融资解决了难题，但纵观整个行业发展，我们依然期盼出台专门的政策规范。

2、京融独特的投资理财模式 让老百姓理财更安全更放心

第一，京融财富运用金融中介服务机构的身

定位自己在行业中的站位，并不是投资者也不是需要资金的人，所以我们京融财富中介的身份让投资者更加放心；

第二，借款人的相关信息是由机构进行整合的，并根据借款方的信息提供专业的、规范的、适合的融资方式和解决方案；

第三，根据投资方的个人或企业要求，在国家政策法规允许的条件下，给投资方提供更加盈利的理财服务；

第四，我们正在发展全国连锁加盟机构，复制商业模式的同时全面整合双向社会资源，让金融中介服务更加品牌化、专业化、规范化、合法化，最终形成群体指向。

京融财富是提供一个金融中介实体店平台给借贷方与投资者来进行投资理财的，这样的金融中介服务在国内金融行业中起到的作用是绝对不可小觑的，它可以使民间资金逐渐趋于正规化、阳光化、大众化，京融财富其独特的投资模式 让老百姓理财更安全更放心。

记者认为金融中介的出现，有利于解决民间借贷混乱无序的问题，引导国内民间借贷市场安全、健康、良性发展。“更重要的是，有利于地方中小企业发展。”

近年来随着互联网金融的飞速发展，互联网金融模式引起大众的高度关注，传统金融机构组织和非金融机构组织都在寻求金融业务的互联网创新。但是现在的金融中介行业现象不够透明，并不是真正意义上

的金融信息中介，他们打政策的擦边球，甚至可能走在了违法、违规或超范围经营的边缘。在这样的大趋势下，中金控股应互联网时代的发展，“京融”品牌因势而生；京融·中国是完全合法、合规安全的平台。提供便捷、高效、专业的品牌（京融）服务。

京融·中国是透明、阳光的金融中介信息平台，提供基于互联网的金融信息，并通过强大的门店网络实现对投融资客户的直接服务。

京融·中国可以有效解决小微企业融资难、融资成本高的问题，可以很大程度的降低融资成本和风险，提高投资理财的收益和安全度。

京融·中国是目前中国市场上为数不多的可以将这一社会突出矛盾及问题高效解决的平台。

“京融”是一家集专业的 P2P 网站（一流的投融资平台）。

百城千店（庞大的销售服务网络）为一体的金融中介机构。

“京融”拥有客户大数据资源及数十亿授信，为加盟商进行大客户、大资金的匹配。

“京融”致力于通过这种连锁品牌服务模式成为中国资本市场中一流的专业化、品牌化的金融信息平台。

京融 易贷理财 金融中介 全国连锁



“京融”一个同时满足三方共同利益的金融中介

400-010-1066
www.jingrongchina.com.cn

两大方向：线上京融网金融门户网站 + 百城千店





向金牌会员单位、优秀会员单位颁发证书



监事长赵丽梅汇报2013年度监事会工作报告



北京派克兰帝有限责任公司代表发言



秘书处汇报2013年度财务情况



北京京诚会计师事务所有限责任公司代表发言