

Research on the Relationship between Integrity and Market Economy in China

by

Weiming Wang

A Dissertation Presented in Partial Fulfillment  
of the Requirements for the Degree  
Doctor of Business Administration

Approved March 2017 by the  
Graduate Supervisory Committee:

Bin Gu, Co-Chair

Jun Qian, Co-Chair

Hong Chen

ARIZONA STATE UNIVERSITY

May 2017

诚信与中国市场经济的关系研究

王伟明

全球金融工商管理博士  
学位论文

研究生管理委员会  
于 2017 年 3 月批准:

顾彬, 联席主席  
钱军, 联席主席  
陈宏

亚利桑那州立大学

二零一七年五月

## ABSTRACT

The discussion on the question of integrity has a long history. It is regarded as an important research proposition in the fields of Chinese and Western philosophy, law, sociology, ethics, management and economics. Even though the research results are combined with each other for reference, there is still a lack of comprehensive analysis and empirical study on integrity. In the process of transition from planned economy to market economy, a series of problems have arisen. The problem of dishonesty has caused huge losses to the society as a whole. Therefore, it is of great theoretical and practical importance to conduct a quantitative analysis on the topic of trustworthiness, and investigate the relationship between trustworthiness and the economy.

This paper adopts a game theory model to analyze the reasons for corporate dishonesty, and the problem faced by the regulators. Based on the results from the model, we clarify the duties of various subjects (enterprises, governments and credit organizations) in the construction of a society with integrity.

Then, we analyze different cases of dishonesty and point out the channels through which the economy would be affected by the problem of dishonesty. (1) as an institution, integrity helps reduce the transaction cost and prompt market efficiency; (2) integrity serves as a production factor that influences the economy; (3) integrity will affect the economy by influencing the ability of small and medium enterprises to borrow.

Finally, after we establish the relationship between integrity and the market economy, we use survey data to conduct an empirical analysis on the development of integrity in China. The survey data allow us to build a cycle of integrity risk, and identify the current position in the cycle. Besides, we also compare the region difference regarding integrity, which supports the idea that integrity matters for the economic development.

Because the questionnaires are the only way to obtain the data that can be analyzed at present, the paper not only fills in the research gap caused by the lack of data, but also jumps out of the existing research methods, and enriches the empirical work for the study of integrity.

## 摘要

诚信问题的讨论由来已久，无论中西方哲学、法学、社会学、伦理学、管理学还是经济学等多个学科，都将其作为一个重要的研究命题。尽管不同学科的研究各有侧重，且研究成果相互结合、互为借鉴，但是对于诚信的研究仍然缺乏综合的视角和实证的方法，尤其是诚信与市场经济的关系研究。在我国从计划经济向市场经济转型的过程中，以等价交换为核心原则的市场经济对传统经济造成了巨大的挑战，也因此产生了一系列问题，比如社会诚信失范现象的遍及，尤其是经济领域内企业的失信现象尤甚，这些诚信失范问题为整个社会的发展带来了巨大损失。因此对我国的诚信状况做出定量研究，分析诚信对经济的影响具有十分重要的理论和现实意义。

本文首先以博弈论模型为理论依据，指出企业失信的原因，以及监管的困境，再在此基础上明确各诚信主体在诚信体系建设中应有的职责。接着，本文通过具体案例，分析不同的诚信失范现象，并由此总结出诚信影响经济发展的三条渠道：（1）诚信作为一种制度可以降低交易成本，提高社会资源配置；（2）诚信是一种社会资本，它像土地、劳动力等其它资本一样，直接影响社会产出；（3）诚信通过信贷渠道影响中小企业的融资，并最终对经济产生影响。最后，在明确了诚信对经济的重要影响后，本文以调查问卷的形式定量研究了我国目前的诚信状况。具体而言，我们分析了企业诚信建设情况、企业诚信需求情况、企业面临的诚信风险与风险预防、企业针对失信采取的措施以及诚信环境建设情况。基于调研数据，我们构建了诚信风险周期，并识别出我国目前所处的周期位置。此外，我们还对东西部地区做了差异化分析，为诚信影响经济发展进一步提供数据支持。

由于调查问卷基本是目前能够获得可分析数据的唯一办法，因此本文不仅能弥补学者们由于数据资料缺失带来的研究缺失，也能跳出现有文献常用的阐述研究法、文献研究法、比较研究法、多学科综合法等固有研究方法框架，丰富了该命题下的实证研究方法。

## 目录

	页码
表格列表.....	ix
图表列表.....	xiv
章节	
第一章 绪 论.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 国内外研究现状评述.....	2
1.3 研究内容.....	7
1.4 研究框架.....	9
1.5 论文的研究思路、方法.....	10
第二章 诚信的相关理论.....	11
2.1 诚信的涵义.....	11
2.1.1 诚信概念的演变.....	11
2.1.2 诚信的四种属性.....	13
2.2 从博弈模型看诚信主体在诚信系统构建中的职责.....	14
2.2.1 博弈模型.....	14
2.2.2 各诚信主体在诚信体系构建中的职责.....	19
第三章 诚信失范与经济发展.....	22
3.1 政府的失信案例.....	22

章节	页码
3.2 企业的失信案例 .....	23
3.2.1 企业之间拖欠货款纠纷 .....	23
3.2.2 工程合同诈骗纠纷 .....	25
3.2.3 互保圈因互相担保导致的诚信纠纷.....	26
3.3 诚信对经济的影响 .....	32
第四章 关于诚信问题的实证研究 .....	36
4.1 实证研究的前期准备 .....	36
4.1.1 研究背景及目的.....	36
4.1.2 问卷设计及调研方法 .....	36
4.1.3 实证研究样本量情况 .....	37
4.1.4 研究框架 .....	40
4.2 公司诚信建设情况 .....	41
4.2.2 企业的诚信建设是否有助于提高企业诚信水平 .....	47
4.2.3 不同的诚信建设措施的相对重要性.....	56
4.2.4 东西部的差异.....	57
4.3 企业诚信需求分析 .....	58
4.3.1 公司选择合作伙伴的考虑因素 .....	59
4.3.2 公司是否对合作伙伴进行诚信约束.....	65
4.3.3 东西部差异 .....	74



章节	页码
4.4 诚信风险与风险预防.....	75
4.4.1 诚信风险现状概述.....	75
4.4.2 诚信风险周期 .....	78
4.4.3 诚信风险的规避.....	82
4.5 企业针对失信采取的措施 .....	91
4.5.1 企业曾遭遇的失信现象及应对 .....	91
4.5.2 企业对有过失信记录企业的合作态度.....	101
4.6 诚信环境.....	105
4.6.1 国内企业诚信环境变化 .....	105
4.6.2 导致企业失信事件频发的因素.....	108
4.6.3 社会诚信问题的改善 .....	114
第五章 中国市场经济下诚信体系建设的对策分析.....	116
5.1 从法治文化视角看诚信法治建设.....	116
5.2 诚信入宪的具体设计.....	116
5.3 完善个人诚信系统 .....	116
5.4 靠市场机制重塑现代诚信 .....	117
5.5 完善契约机制，提供诚信保障.....	118
第六章 总结与展望 .....	119
6.1 全文总结 .....	119

章节	页码
6.2 研究展望 .....	121
参考文献 .....	122
附录	
A 关于企业诚信的调查问卷 .....	126
B 甄别问卷 .....	129
C 主体问卷 (A) .....	131
D 主体问卷 (B) .....	134
E 主体问卷 (C) .....	137
F 背景资料 .....	140

## 表格列表

表格	页码
2.1 无监督条件下的博弈收益矩阵 .....	15
2.2 监督条件下的博弈收益矩阵.....	15
2.3 监管机构和企业的博弈收益矩阵 .....	16
4.1 实证研究调研方法表 .....	37
4.2 按地域分样本的分布情况 .....	37
4.3 样本所在行业情况表.....	38
4.4 样本所在企业性质情况表 .....	39
4.5 调研对象职位情况表.....	39
4.6 调研对象工作年限表.....	39
4.7 不同行业企业是否设有专门从事诚信管理工作的人员和部门情况 .....	43
4.8 不同性质企业是否设有专门从事诚信管理工作的人员和部门情况.....	44
4.9 不同行业企业的企业文化标语是否涉及诚信建设情况 .....	45
4.10 不同性质企业的企业文化标语是否涉及诚信建设情况 .....	46
4.11 不同行业企业诚信状况 .....	48
4.12 不同性质企业诚信状况 .....	49
4.13 不同组别的诚信水平 .....	50
4.14 诚信差异的统计检验.....	50
4.15 诚信建设水平与诚信水平.....	51

表格	页码
4.16 诚信建设水平与诚信水平.....	52
4.17 诚信差异的统计检验.....	54
4.18 文化标语建设与诚信水平.....	54
4.19 文化标语建设与诚信水平.....	55
4.20 回归结果.....	57
4.21 不同地域企业是否设有专门从事诚信管理工作的人员和部门情况.....	57
4.22 不同地域企业的企业文化标语是否涉及诚信建设情况.....	57
4.23 不同地域企业诚信状况.....	58
4.24 不同行业企业选择合作伙伴时最看重的因素.....	60
4.25 不同性质企业选择合作伙伴时最看重的因素.....	61
4.26 企业诚信度与其对合作对手的要求.....	61
4.27 企业诚信建设与其对合作对手的要求.....	63
4.28 企业诚信建设与其对合作对手的要求.....	64
4.29 企业诚信建设与其对合作对手的要求.....	65
4.30 不同行业企业对合作伙伴的经营行为进行诚信约束情况.....	67
4.31 不同性质企业对合作伙伴的经营行为进行诚信约束情况.....	68
4.32 企业诚信度和诚信约束.....	68
4.33 企业诚信建设度和诚信约束.....	69
4.34 企业诚信建设度和诚信约束.....	69

表格	页码
4. 35 企业诚信建设度和诚信约束.....	70
4. 36 不同行业企业进行诚信约束采取的措施.....	73
4. 37 不同性质企业进行诚信约束采取的措施.....	74
4. 38 不同地域企业选择合作伙伴时最看重的因素.....	75
4. 39 不同地域企业对合作伙伴的经营行为进行诚信约束情况.....	75
4. 40 不同行业企业对当前诚信风险的看法.....	77
4. 41 不同性质企业对当前诚信风险的看法.....	78
4. 42 失信遭遇与风险感知.....	79
4. 43 诚信风险感知与企业诚信建设.....	79
4. 44 不同地域企业遭遇失信现象情况.....	81
4. 45 不同地域企业对当前诚信风险的看法.....	81
4. 46 不同地域企业是否设有专门从事诚信管理工作的人员和部门情况.....	81
4. 47 不同行业企业规避诚信风险的主要手段.....	83
4. 48 不同性质企业规避诚信风险的主要手段.....	84
4. 49 不同行业企业针对具体项目采取预防措施情况.....	86
4. 50 不同性质企业针对具体项目采取预防措施情况.....	87
4. 51 不同行业企业诚信风控情况.....	89
4. 52 不同性质企业诚信风控情况.....	90
4. 53 不同行业企业企业遭遇失信现象情况.....	92

表格	页码
4. 54 不同性质企业对合作伙伴的经营行为进行诚信约束情况.....	93
4. 55 不同行业企业遭遇失信损失采取相关措施情况 .....	95
4. 56 不同性质企业遭遇失信损失采取相关措施情况 .....	96
4. 57 不同行业企业减少损失采取的最有效措施.....	97
4. 58 不同性质企业减少损失采取的最有效措施.....	98
4. 59 诚信建设度与有效措施选择.....	99
4. 60 失信损失挽回情况 .....	99
4. 61 不同行业企业对选择与存在诚信问题企业合作的看法.....	102
4. 62 不同性质企业对选择与存在诚信问题企业合作的看法 .....	103
4. 63 企业诚信建设度与合作意向.....	104
4. 64 不同地域企业遭遇失信损失采取相关措施情况 .....	104
4. 65 不同地域企业减少损失采取的最有效措施.....	104
4. 66 不同地域企业对选择与存在诚信问题企业合作的看法 .....	105
4. 67 不同行业企业对当前国内市场诚信环境的看法 .....	107
4. 68 不同性质企业对当前国内市场诚信环境的看法 .....	108
4. 69 不同行业企业中导致失信事件频发的企业内部因素.....	110
4. 70 不同性质企业中导致失信事件频发的企业内部因素.....	111
4. 71 不同行业企业中导致失信事件频发的外部环境因素.....	113
4. 72 不同性质企业中导致失信事件频发的外部环境因素 .....	114

表格

页码

4.73 受访企业关于加强企业诚信建设各项措施评分排名 ..... 115

## 图表列表

图表	页码
2.1 混合策略纳什均衡.....	18
3.1 征信数据 .....	31
3.2 中小企业贷款余额 .....	34
4.1 企业是否设有专门从事诚信管理工作的人员或部门总体情况 (BASE: N=1000) ...	42
4.2 企业文化标语是否涉及诚信建设情况 (BASE : N=1000) .....	44
4.3 企业诚信状况 (BASE : N=1000) .....	47
4.4 企业选择合作伙伴主要考虑的因素 (BASE : N=1000) .....	59
4.5 企业对合作伙伴的经营行为进行诚信约束情况 (BASE : N=1000) .....	66
4.6 企业进行诚信约束采取的措施 (BASE : N=919) .....	71
4.7 企业对当前诚信风险的看法 (BASE : N=1000) .....	76
4.8 诚信风险周期图.....	80
4.9 企业规避诚信风险的主要手段 (BASE : N=1000) .....	82
4.10 预防损失的有效措施 (BASE : N=914) .....	87
4.11 企业诚信风控情况 (BASE : N=1000) .....	88
4.12 公司了解客户诚信状况的信息来源 (BASE : N=1000) .....	91
4.13 企业遭遇失信现象情况 (BASE : N=1000) .....	91
4.14 企业面临的主要失信行为 (BASE : N=829) .....	93
4.15 企业遭遇失信损失采取相关措施情况 (BASE : N=1000) .....	94



图表	页码
4.16 企业减少损失采取的最有效措施 (BASE : N=920) .....	96
4.17 公开起诉成本占纠纷总金额比例 (BASE : N=112) .....	100
4.18 公开起诉不能挽回损失原因 (BASE : N=112) .....	100
4.19 企业对选择与存在诚信问题企业合作的看法 (BASE : N=1000) .....	101
4.20 企业对国内市场诚信环境的看法 (BASE : N=1000) .....	105
4.21 导致失信事件频发的企业内部因素 (BASE : N=1000) .....	109
4.22 导致失信事件频发的外部环境因素 (BASE : N=1000) .....	111
4.23 改善社会诚信问题相关环节 (BASE : N=1000) .....	115

# 第一章 绪 论

## 1.1 研究背景

近年来，“诚信”一词受到了社会的广泛关注。国务院于 2014 印发《社会信用体系建设规划纲要（2014—2020 年）》，明确指出构建诚信社会。与此同时，机关单位发起设立“诚信日”，企业倡导进行“诚信经营”，各种形式的“诚信论坛”迅速发展。

政府和企业之所以对诚信广泛关注，是因为其与市场经济之间密不可分的关联性。哈耶克指出：“市场经济，就其本质而言，是一种人与人之间合作秩序的不断扩展”，而“诚信”则是该秩序得以维持的有效保障。然而，几十年的经济发展也折射出当今社会不诚信的地方：企业和政府的各种不诚信行为导致政府公信力下降，企业契约精神丧失。

市场经济和诚信之间存在着统一又对立的关系。一方面，好的诚信体系可以降低交易成本，有利于经济增长。在经济学里“诚信”被普遍认为是除物质资本和人力资本之外决定一个国家经济增长和社会进步的主要社会资本（张维迎、柯荣住，2002）。例如，Putnam（1993）认为，社会资本指的是社会组织的特征，如信任、规范，它们能够通过推动协调的行动来提高社会的效率”。另一方面，市场经济的理性人假说认定了企业和政府均是利益最大化的追求者，而在追求利益的过程中，如果缺乏必要的监管势必出现诚信失范现象。而诚信失范将增加交易成本，损害经济的有效发展。

市场经济的发展需要诚信，但是市场经济的发展又会导致不诚信的现象发生。这需要我们通过必要的激励机制，从道德和制度层面来避免企业的失信行为。在整个过程中，各诚信主体（政府、民间机构以及企业）应明确自身的职责，共同打造诚信社会。

综上所述，明确各诚信主体在诚信体系建设中所起到的作用，分析诚信对市场经济的影响，定量研究我国诚信问题的现状对我国诚信体系的建设以及经济发展具有一定的现实意义。

## 1.2 国内外研究现状评述

诚信与社会发展中的各种问题均具有较高相关度，其经济学价值也已被广泛认同。诚信被纳入经济学领域后，其研究成果不仅丰富而且具有多边性，诸如信息经济学、博弈论等方法的运用也使得这一问题的研究更加深入。近年来，诚信与各种经济主体之间、与各种经济行为之间的分析都成为国内外学者们的重要选择。

### 一、诚信缺失的原因研究

企业诚信问题是在市场经济发展过程中逐渐形成和发展的，造成企业诚信缺失的原因一直以来都表现出其复杂的特性。

以厉以宁、张维迎、茅于軾等为代表的经济学主要从产权关系角度对企业诚信问题进行了一系列研究。张维迎（2001、2003）在信息经济学的基础上，结合运用博弈论方法，分别对信用与产权、信用与法律、信用与政府管制、信用与信息的关系等问题进行了探讨和分析，认为政府管理体制和产权制度是导致我国目前信用体系混乱的重要原因，一方面政府对市场存在过度管制行为，这一行为会对经济人的稳定预期产生负面影响；另一方面，作为市场主体，我国的国有银行和国有企业从本质上是属于国家的，并没有自己的独立资产，财产关系并不稳定。因此，要想真正地建立市场信用秩序，只有从这两方面进行深入改革：通过对现有政府管理体制进行改革从而降低政府对市场的管制程度，通过产权改革，使得经济主体拥有自己独立的资产。张五常（1999）指出，由于外部性和搭便车问题的存

在，企业缺少实施诚信行为的动力，只有对产权归属进行清晰的界定并合理分配声誉价值，才能从根本上解决外部性和搭便车的问题。

关于诚信缺失问题，在信息经济学和制度经济学范畴内的研究也非常普遍。李新春（2000）从契约理论的角度进行分析，研究发现契约的执行缺失是导致诚信缺失的重要因素，即使存在第三方约束也无法保证契约的强制执行，且违约成本偏低，对于违约的惩罚要么力度不够要么难以实现，这些都会导致契约对合约双方约束力的下降，最终造成了社会失信行为泛滥。张丽华（2005）认为诚信缺失后惩罚机制的不完善以及信息不对称会造成中小企业诚信缺失。刘瀑、王承宗等（2004）将 KMRW 声誉模型用于对企业的诚信缺失行为的博弈分析。隋维林、王国银等（2004）在新制度经济学范畴内，从非正式约束的角度对诚信缺失现象进行了简要概述，并指出造成企业诚信缺失行为的原因：交易成本的不同、失信行为造成的损失以及诚信行为带来的经济效益都会对人们的非正式约束产生重要影响。王仕军（2004）则从不同的制度角度对诚信缺失的原因进行了研究，并指出在于我国非正式和正式制度（政府机构的政绩评价标准以及产权制度等）的不完善以及我国制度实施机制的软化是造成企业经营诚信缺失的重要原因。

除了从产权关系和制度方面对失信原因问题进行研究外，也有大量学者从企业内外因素方面进行了相关分析。邓郁松（2002）从企业外部的角度分析了我国社会诚信环境恶化的原因，他认为当前我国社会失信行为泛滥的根源就在于社会信用体系与市场经济要求并不匹配，仅依靠法律手段无法全面解决社会诚信问题，需通过多管齐下，多方治理并建设与我国市场经济相匹配的社会信用体系才能从根本上解决诚信缺失问题。戴发山（2003）

从企业外部的角度分析了诚信环境恶化问题，他认为投机取巧、从众行为和追求短期利益是造成中小企业诚信缺失的原因，并提出了相应的治理对策。

关于如何减少诚信缺失问题的对策研究，各界学者从不同角度作了各方面的分析，也因此提出了许多有价值的观点。王利明（2002）从加强法制建设入手，他认为强化诚信观念和加强道德建设并不能从根本上解决当前社会信用低下的问题，最有效的途径还是法制建设，必须建立长期且稳定的市场监管法律体系，特别是民事立法亟需加强。张永岳（2003）等人从诚信原则的制度角度出发，认为法制健全、信息充分、政府监管有效、道德制约有力的社会诚信体系是保证市场经济健康高效运行的基础。

## 二、诚信缺失的主体研究

对于诚信的主体研究，学者们分别从企业和政府角度进行了大量的研究。叶圣利（2003）通过研究企业失信的行为方式来对企业这一诚信主体进行了相关研究，他指出企业失信的表现方式多种多样，比如侵犯知识产权，违背契约以及恶意操纵等，失信对象覆盖范围也较广，竞争对手、消费者、股东、债权人甚至政府都在其涵盖之内。企业之所以热衷于失信行为，究其原因，经济利益是企业失信行为的驱动力和核心原因：第一，在面对法律约束情况下，企业主体仍会采取机会主义行为，对自己的失信行为存在逃脱惩罚的侥幸心理；第二，从成本与收益角度分析，企业主体从失信行为中得到的短期利益远远大于失信所付出的成本，第三，长期来说，失信行为给企业主体带来的经济利益也要大于守信行为带来的经济利益。陈谭（2004）以政府为失信主体，认为政府对市场经济诚信环境的构建起着至关重要的作用。政府虽然是市场环境下各主体诚信行为的监督者，但其天然的强势地位、制度供给的缺失、地方利益的保护、官员的自利行为等都有可能导致政府的信用失范。政

府的信用失范包括信用滥用、信用缺失和信用危机等，具体体现在政府职能和官员权力的滥用、公共政策的扭曲以及对国家法律法规的践踏等，政府应该以服务型、道德型、绩效型、法制型和制度型作为其信用建设的目标与方向。

### 三、诚信的功能与作用研究

企业诚信对经济发展的促进作用是不容置疑的，众多研究者们也分别从不同角度对此做出了诠释。在实证研究方面，Knack 和 Keefer (1997) 以 29 个西方发达国家作为数据样本，证实诚信水平与经济增长呈正向关系，诚信水平越高，经济增长越快。Allen, Qian 和 Qian (2005) 研究了中国经济的三部门：(1) 国有部门包括所有政府最终控制的公司；(2) 上市公司部门包括所有在交易所上市并公开交易的公司；(3) 私营部门，发现尽管私人部门法律保护和正规融资渠道的可使用性更差，但是其在经济中的规模、增长和重要性上均超出了其它两个部门。因此，他们认为基于名誉，信任和关系的（非法律的）公司治理机制可有效的替代（非市场、非银行的）融资渠道，支持私营部门的发展。William Easterly (2009) 则认为从个人层面上来说，类似收入分配不均等不公平现象造成个体之间存在差异，而这种差异会严重影响人们对彼此的诚信度，进而对经济发展造成影响。相同的，从国家层面上来说，由于不同国家情况不同，在法律制度、社会制度以及分配的公平性上均存在明显差异，从而呈现出各不相同的诚信水平，最终会导致经济发展水平相差甚远。

对于企业诚信如何发挥出对经济的积极作用，不同的学者秉持不同的观点，本文总结出三类不同的观点，具体包括：第一种观点，以 Adam Smith、David Ricardo、John Mill 等为代表的学者从古典经济学角度出发，认为诚信并不是作为创造价值的直接资本要素发挥其作用，而是作为流通的媒介来促进经济的发展，其作用主要体现在节约交易成本进而

加速利润的平均化，从而间接增加国家财富。如 John Mill 认为：“信用只是使用别人资本的许可，人们不能由此增加，而只能转移生产手段。”。在他看来，生产手段不能由信用增加，只能由信用转移。信用不等于实际资本，信用也不能无中生有地增加实际资本，但却可以使资本从一个部门加速转移到另一个部门，提高资本的利用率，达到促进经济发展的作用。

第二种观点是以 John Law、Henry Santon、McCloud、Schumpete 为代表的经济学家，他们认为诚信就是货币，因为其具有货币的支付和流通功能，因此就是资本。通过诚信量的增加与扩张，可以直接创造出等同于货币和资本价值的社会财富，能够快速繁荣社会商业，为国民经济的发展注入新的活力。

第三种观点是以 Hawtrey、Keynes、Alvin Hansen 和 Samuelson 为代表的“诚信调节论”。具体来说就是通过增加企业之间的诚信，适度调节经济发展周期，使经济发展达到良性循环。经济周期变动有很多原因，由诚信问题带来的信用扩张或是收缩就是其中的一种。如果能够在上游企业和下游企业之间以及同行之间建立起彼此信任的关系，就可能使得原本停滞的生产继续运转，原本滞销的商品继续销售，最终调节甚至是改变经济周期。

#### 四、诚信的制度建设研究

目前有关诚信制度的研究成果中，得到学术界一致认可的观点是：对于市场经济环境下的各诚信主体而言，企业由于其长远发展的内在需求，必然成为诚信建设的主导者和受益者，而政府和类似民间信用组织这样的第三方则扮演着企业诚信制度建设外部辅助力量的角色，其作用体现在维护企业的诚信行为以及诚信环境方面。其中，企业守信制度和与外部力量相关的诚信报告制度是目前研究的两个重要领域。对于从企业内部的角度来分析

诚信制度建立的问题时，郑少智（2001）认为我国应从四个方面入手来构建诚信机制：第一，从制度上位诚信社会创造条件；第二，从软件和硬件上加强诚信社会的建设；第三，建立社会征信服务；第四，营造诚信社会的市场环境。叶圣利（2004）认为诚信问题不论从法律角度还是从道德角度考虑，究其本质就是制度经济学的问题。对此，他从公共产品的属性、诚信的外部性、信息经济学、制度经济学以及博弈论等多方面对诚信缺失的经济行为进行了分析，并指出只有通过不断的制度创新才能解决这个问题。

此外，部分学者也从外部视角探讨企业诚信制度建设：Milgrom、North and Weingast（1990）对律商（Law Merchant）进行了相关研究并认为律商制度与现代的诚信报告制度（Credit reporting Bureau）相似，能够起到传递信息的第三方作用。随后，Kreps and Wilson, Milgrom and Roberts 提出著名的声誉模型（Reputation Model）并指出声誉能够抑制企业家的机会主义行为，对企业守信机制的形成起到积极的正面作用。

### 1.3 研究内容

本文采取理论实证相结合的方法，从多方面阐述诚信问题的由来，规避方法以及其对经济的影响。

首先，我们明确了诚信的涵义，并通过博弈模型，分析企业失信的原因，以及监管的困境。基于模型的结论，我们进一步明确各诚信主体在诚信体系构建中应有的职责。我们发现企业的失信行为是没有监管状态下的最优反应。因此，为了改善社会的诚信状况，监管机构的作用必不可少。然而，监管机构和企业之间也存在博弈。当企业诚信度高，监管机构的反应是不监管；监管机构不监管，企业又会选择欺诈。整个博弈不存在纳什均衡。我们的混合策略纳什均衡显示：(1)、如果企业的诚信度足够大，则监管机构的最优策略是不监管，



否则，机构的最优策略是监管；(2)、如果监管机构的监管力度足够大，则企业的最优反应是诚信，否则，企业的最优反应是欺诈；(3)、给定企业的诚信度，企业交易额（欺诈额）越大，则监管机构的监管力度越大，企业的利润越大，则监管机构的监管力度越小；(4)、给定监管机构的监管力度，对欺诈行为的处罚力度越大，则企业的诚信度越高；(5)、给定同样的企业诚信度，如果加大失信处罚力度，则监管机构可以相应地降低监管力度。

其次，我们通过案例分析当前社会的失信情况，并归纳出诚信失范对经济的影响。我们总结出诚信影响经济发展的三个渠道，分别是诚信的制度效应；诚信作为一种生产因素对经济产生影响，以及诚信通过信贷渠道影响到经济发展。

再次，我们详细分析我国当前社会的诚信状况。由于数据的缺失，已有的研究大多是泛泛地指出目前社会上存在的许多诚信失范的现象，然后用经济模型对诚信问题进行刻画，但是并没有对社会的诚信状况进行量化分析。我国的诚信状况究竟处于什么阶段？企业的诚信建设是否能够改善诚信问题？在诚信体系建设中，各个成新主体的重要性如何？我们通过问卷调查的形式，搜集企业层面的数据，试图对上述问题给出定量分析。

实证分析部分与前文的博弈论模型联系紧密。模型从理论的角度给出了监管机构与企业的关系：如果企业的诚信度足够大，则监管机构的最优策略是不监管，否则，机构的最优策略是监管；如果监管机构的监管力度足够大，则企业的最优反应是诚信，否则，企业的最优反应是欺诈。这种关系意味着企业的诚信度（社会的诚信风险）会存在由小变大，再由大变小的周期变动。我们通过实证分析发现这一周期变动。我们发现，企业根据自身是否遭遇到失信事件来判定诚信风险，当企业觉得风险加大后，会加强对诚信的重视度，表现为加强自身诚信建设并提高对合作伙伴的诚信要求。虽然我们的问卷中没有涉及监管部门，

但是我们不排除监管部门在企业加强诚信建设环节起到监督的作用。而企业的这些做法会改善社会的诚信状况，降低失信现象，进而降低企业的风险认知度。当企业觉察风险变小后，又会放松对自身以及合作伙伴的诚信要求（虽然没有监管数据，但是不排除监管部门也会相应放松监管），导致失信现象增加，诚信风险周期进入新的循环。

我们可以通过诚信建设和诚信风险的相关性判断我国目前所处在诚信周期的阶段，若两者成正相关则风险增加带动诚信建设，若两者成负相关，则诚信建设改善诚信风险。我们的调研数据显示，目前这两个变量之间呈现出正相关性，所以我国现阶段处于风险增加带动诚信建设这一环节，但是企业的诚信建设尚未明显改善诚信风险。

最后，我们对中国市场经济发展以及诚信体制的建设和发展给出几点策略。

#### 1.4 研究框架

全文一共分为五个主要部分：第一部为绪论；第二部分明确了诚信的定义，并以博弈论模型为基础，明确中国目前各诚信主体在整个诚信体系构建中应有的职责，具体包括在整个诚信环境中，政府、企业、民间信用组织在整个诚信体系构建中应该发挥各自的作用。第三部分为案例分析，所用案例选自笔者任职的信用协会提供的违约纠纷判决案例，根据案例，笔者具体分析了被违约方在违约事件发生后追回资金财产的过程与困境，以及发生违约后各类纠纷对企业、政府以及整个经济环境带来的负面影响。第四部分通过江苏商会、青海省信用协会、青海省工商联等机构向江苏省和青海省各行各业的企业发放的调查问卷，并对问卷结果进行分析。第五部分结合案例和问卷调查结果给出相应的政策建议。第六部分做出全文的总结。

## 1.5 论文的研究思路、方法

本文主要的研究方法有：

文献检索法：在借鉴国内外关于诚信与市场经济关系研究的基础上，本课题所研究的中国市场经济与诚信的关系是对前人研究成果的拓展，因此，对前人优秀理论和研究成果进行吸收、创造性运用是本论文的前提。本文首先采用了文献检索法，主要在“中国学术期刊网”、“中国学位论文全文数据库”以及“Elsevier”、“Springer”等电子期刊资料库中对诚信、市场经济、契约精神等方面的内容进行查询，同时参阅大量有关书籍。

模型分析法：通过博弈论模型，找出企业失信的原因，以及政府监管的困境。并以此为基础进一步阐述各个诚信主体应该在诚信体系建设中发挥的作用。。

案例分析法：对政府和企业的失信案例给予分析，并归纳出诚信失范对经济的影响。

调查问卷分析：为了解决诚信研究中数据缺失的问题，我们通过江苏商会、青海省信用协会、青海省工商联等机构向江苏省和青海省各行各业的企业发放的调查问卷。通过问卷收集了与诚信建设，诚信风险以及风险预防的相关数据，以此反应我国当前的诚信状况。

## 第二章 诚信的相关理论

### 2.1 诚信的涵义

#### 2.1.1 诚信概念的演变

诚信作为一种特殊的社会意识，其本身也经历了长久的演变。从历史的角度看，我国的诚信思想孕育于殷商西周时期，成型于春秋战国，巩固于汉唐，并在明清时代得到深化传承。

在神本位的殷商文化里，“诚信”被认为是上天的要求：“身致其诚信，诚信之谓尽，尽之谓敬，敬尽然后可以事神明，此祭之道也”（《礼记》，第二十五章）。这种神本位的思想被周人打破，诚信也因此被当作对君主的忠信。

到了春秋战国时期，“诚信”问题得到了前所未有的重视，儒、法、道、默等诸家均对其有所论述。诚信被提升到立国之基、为人之本、交友之道的高度，逐渐成为中国传统伦理体系的核心内容。多数学者认为，古代诚信思想也在这个时期基本得以确立。

汉唐时期是诚信思想不断巩固和发展的时期。诚信被唐代君王作为治国方略和指导思想。例如，唐高祖提出“矢石之间，不辨贵贱”的诚信理念；唐太宗强调“以大信行于天下”，而武则天则直言的“君臣不信，则国政不安”。以信治国成为唐代的治国传统。唐朝是封建社会的典型代表，其强调的政治型诚信，为封建社会的长久发展发挥了极其重要的作用。

到了明清时期，资本主义萌芽出现，商业以及商人的地位逐渐提高。此时诚信文化带有经世致用的特点，成为经商之本。明清时期最为强大的徽商和晋商在总结自己的经营之道时，也都把诚信放在首位。例如，徽商吴南坡曾表示，“人宁留诈，吾宁留信，终不以五尺童子饰价为欺。”诚信经营是徽商一贯以来的经营方式，也使其获得了良好的市场信誉。此

外，晋商也是诚信经营的代表。近代思想家梁启超以“晋商笃守信用”六个大字来形容山西商人的经营之道。徽商和晋商的成功表明随着时代的变迁，诚信已经从早期的道德领域，转向商业领域。

而如今，随着社会的不断发展和市场经济的推进，诚信的内涵也更加丰富。人们对诚信的理解已超越伦理道德范畴，不断提升到政治、经济、法律等范畴。尤其是在经济领域，诚信与市场经济对立而统一的关系推动各种激励机制的完善。如何避免市场经济中因理性人假说所带来的诚信问题？如何构建诚信体系促进经济发展？这一系列问题成为经济学家关注的重点。

诚信不仅在中国有着丰富的内涵，在西方文化中也有丰富的思想资源，西方的思想家格外重视诚信。社会契约论把诚信当作是人的一种信守承诺、履行契约的道德规范。社会契约论的代表人物格劳修斯认为：守约是人的本性，契约的形成就要求人们遵守，“有约必践，有害必偿，有罪必罚”。霍布斯进一步认为遵守契约是正义之源，没有契约就没有正义，如果违背契约无正义而言。随后的社会契约论者洛克不只是从正面阐述了遵守契约的相关问题，还从问题的相对面进行了进一步思考：如果按照契约形成的统治集团对人们背信弃义，违背契约精神，自行其是，人们就可以通过武力手段将其推翻，依照新的契约建立利益集团。美国思想家潘恩则是进一步发展了洛克的这一思想：人们依据社会契约成立政府，政府是人们的信任委托，而不是为一些人牟利的店铺，人们有权随时将其收回。

### 2.1.2 诚信的四种属性

通过归纳中西文化中有关诚信的主要思想，并结合当前时代赋予诚信的新内涵，我们可以把诚信的涵义归纳为诚实守信，真实无妄、不欺骗、言出必行，信守承诺。具体而言，诚信的内涵主要体现在以下四个方面。

第一，诚信是一种行为规范。诚信不仅是道德规范，而且又是法律规范。随着社会经济的发展，人们之间的交往变得频繁复杂，道德不能有效约束社会成员诚信缺失行为，诚信不再只是道德层面问题，逐渐演化为法律层面的诚信规范，诚信成为民法的基本原则。诚信作为一种道德规范，是协调人际关系的基本要求，诚信有两个基本表现形式：一是内诚于心，就是要把“诚”作为个体向善、向内的内心追求，是个人诚信道德品格内在的价值评判标准，要求人们要把“诚”作为一切道德原则和道德行为的根本，主要协调的是自我关系；二是外信于人，“信”是个体向外、向真的外在追求，是“诚”的外化，体现为社会化的道德践行，是个体诚信道德品质接受考验的外在价值评判标准，“信”作为一种行为规范，调节的是人与人之间的外在关系。

第二，诚信是一种品格修养。在一些特定的情况下，这种修养会让人放弃“理性人”应有的选择，将人们从简单的利益追求转成精神追求和道德追求。坚持诚信有助于建立起符合社会主义市场经济发展要求的道德秩序。

第三，诚信是一种制度。新制度经济学认为，制度即规则，它影响到人们的政治及经济行为，在人与人之间形成特定的“契约关系”。这种规则有助于降低交易成本，并提高资源的配置效率，有助于整个社会达到帕累托最优。

第四，诚信是一种资本。现代经济学认为，促进经济增长的基本要素已不只是传统的物质资本、技术资本和人力资本，社会资本也是经济发展的关键因素。而诚信则是一种重要的社会资本。上世纪以来，学者们逐渐对社会资本理论产生兴趣，Putnam (1993) 指出，社会资本本质上是一种规范和信任，它能够通过提高社会的协调程度从而增加效率，其弱决定了经济发展水平的差异。从这个定义可以看出，社会资本的中心即是社会成员之间的互相信任。由此可知，诚信本身也是一种社会资本。

## 2.2 从博弈模型看诚信主体在诚信系统构建中的职责

### 2.2.1 博弈模型

用博弈模型研究企业诚信问题的文献较多。其分析主要包括一次性博弈，如吴诗启和邱红 (2005)，王关丽 (2010) 以及王光玲和吴雪花 (2006) 等，和重复博弈 (李一鸣等，2007) 两类。参照王光玲和吴雪花 (2006)，本节通过传统的博弈模型来描述企业之间在有监督条件下的诚信选择，以及政府与企业之间的博弈。

#### 一、无监督条件下企业博弈模型。

我们假设两个企业均提供价值为 $V$ 的产品，并获取利润 $P$ ， $V > P$ ，企业可以选择诚信或欺诈。为了简化分析，我们只考虑企业卖出商品的收益，不考虑企业买入商品的支付。情况一：如果两个企业均选择诚信，那么它们均成功为对方提供商品并收到付款，收益都是利润 $P$ 。情况二：如果一家企业选择诚信，而另一家企业选择欺诈，那么诚信企业的损失价值 $V$ 的商品，而欺诈企业的收益为诚信企业的损失 $V$ 。如果两家企业均选择欺诈，那么它们的收益都是 $0$ 。企业的博弈收益矩阵见表 2.1。

表 2.1 无监督条件下的博弈收益矩阵

		企业 B	
		诚信	欺诈
企业 A	诚信	(P, P)	(-V, V)
	欺诈	(V, -V)	(0, 0)

从上表的收益矩阵，我们很容易得出此博弈的纳什均衡为双方均选择欺诈，最终双方的收益都是 0。这个博弈的结果并非最优结果，因为如果两家企业都选择诚信的话，那么双方的收益都为P，高于欺诈时的 0 收益。此博弈是一个典型的囚徒困境问题，个人的理性选择导致集体的非理性，博弈结果非帕累托最优。为了有效地解决这个问题，我们需要在模型中引入政府监管。

## 二、监督条件下企业博弈模型

在新模型中，我们加入政府对企业的监管。在有效的监管下，我们依旧有三种情况要讨论。情况一：如果两家企业均选择诚信，那么其收益和之前的模型一样，均是P。情况二：如果一个企业选择欺诈，而另一个企业选择诚信，那么在监督模型下欺诈企业不但要归还欺诈所得的收益V，还要缴纳同等金额的罚款。因此，欺诈企业的收益为-V。而诚信企业原先的损失因为欺诈企业归还欺诈所得而消失，此时诚信企业的收益为 0。情况三：如果两家企业都选择欺诈，那么它们的收益都是-V。新的收益矩阵见表 2.2

表 2.2 监督条件下的博弈收益矩阵

		企业 B	
		诚信	欺诈
企业 A	诚信	(P, P)	(0, -V)
	欺诈	(-V, 0)	(-V, -V)



通过对比分析，我们得到新模型下的纳什均衡为两家企业均选择诚信，并最终获得收益 $P$ ，达到双赢的局面。因此，如果能够实现有效监管，那么个人理性和集体理性相一致，最终达到帕累托最优。然而监管是有成本的，因此如果把政府作为博弈的一方，其也会选择对自己有利的选项。如果监管成本过高，那么对政府而言，不监管反而是最优选择，因此我们需要进一步研究企业和监管机构之间的博弈。

### 三、监管机构和企业的博弈模型

在此模型下，企业的选择依旧是诚信和欺诈；而监管机构的选择是监督与不监督。我们假设与模型中的企业交易的另一个企业始终保持诚信。而当企业被监管机构发现欺诈时，其需要退回欺诈款 $V$ ，并缴纳罚金 $Q$ 。监管机构和企业的选择有以下四种组合。情况一：监管机构选择监管，企业选择诚信。此时，监管机构的监管成本为 $C$ ，因此其收益为 $-C$ ；企业的收益为诚信选择的收益 $P$ （对方企业假设为诚信企业）。情况二：监管机构选择监督，而企业选择欺诈。此时，监管机构的收益为企业欺诈的罚款 $Q$ ，减去监管成本 $C$ ，为了简单我们假设 $Q > C$ ；而企业的收益为欺诈时的收益 $-Q$ 。情况三：机构选择不监督，而企业选择诚信。此时机构的收益为 $0$ ，企业的收益为 $P$ 。情况四：机构选择不监督，而企业选择欺诈。此时机构的收益为 $0$ ，企业的收益为 $V$ 。依据这四种情况，我们得到如下的收益矩阵。

表 2.3 监管机构和企业的博弈收益矩阵

		企业	
		诚信	欺诈
监管机构	监督	$(-C, P)$	$(Q - C, -Q)$
	不监督	$(0, P)$	$(0, V)$

很明显，这个博弈不存在纳什均衡。当机构选择监督时，企业的最优反应是诚信；但是当企业选择诚信时，机构的最优反应是不监督。同理，当机构选择不监督时，企业的最优反应是欺诈；而当企业选择欺诈时，机构的最优反是监督。因此，我们需要考虑混合战略的纳什均衡。

为了求解混合战略的纳什均衡，我们引入两个新的变量：企业的诚信度 $\theta$ ， $0 \leq \theta \leq 1$ ，以及机构的监管力度 $\beta$ ， $0 \leq \beta \leq 1$ 。当 $\theta = 0$ 时，企业的行为是欺诈；当 $\theta = 1$ 时，企业的行为是诚信；当 $0 < \theta < 1$ 时，企业选择诚信的概率为 $\theta$ 。同理，当 $\beta = 0$ 时，机构的行为是不监督；当 $\beta = 1$ 时，机构的行为是监督；当 $0 < \beta < 1$ 时，机构选择监督的概率为 $\beta$ 。

给定企业的诚信度 $\theta$ ，监管机构选择监管（ $\beta = 1$ ）和不监管（ $\beta = 0$ ）的期望收益分别是：

$$\pi(1, \theta) = -C\theta + (Q - C)(1 - \theta) = Q - Q\theta - C \quad (1)$$

$$\pi(0, \theta) = 0 \quad (2)$$

因此，如果机构的监管度为 $\beta$ ，则其期望收益为

$$V(\beta, \theta) = \beta\pi(1, \theta) + (1 - \beta)\pi(0, \theta) = \beta(Q - Q\theta - C) \quad (3)$$

机构通过选择 $\beta$ ，最大化（3）式。将（3）式对 $\beta$ 求导，并令求导结果等于 0，我们得到 $\theta = \frac{Q-C}{Q}$ 。因此，我们得到监管机构的反应函数：

$$\begin{cases} \beta = 0, & \text{如果 } \theta > \frac{Q-C}{Q} \\ 0 < \beta < 1, & \text{如果 } \theta = \frac{Q-C}{Q} \\ \beta = 1, & \text{如果 } \theta < \frac{Q-C}{Q} \end{cases} \quad (4)$$

同理，我们可以计算企业的反应函数。首先给定机构的监督程度 $\beta$ ，企业选择诚信（ $\theta = 1$ ）和欺诈（ $\theta = 0$ ）的期望收益分别是：

$$\varphi(\beta, 1) = P \quad (5)$$

$$\varphi(\beta, 0) = -Q\beta + V(1 - \beta) = V - V\beta - Q\beta \quad (6)$$

因此，如果企业的诚信度为 $\theta$ ，那么其预期收益为

$$W(\beta, \theta) = \theta\varphi(\beta, 1) + (1 - \theta)\varphi(\beta, 0) = \theta P + (1 - \theta)(V - V\beta - Q\beta) \quad (7)$$

将(7)式对 $\theta$ 求导，并将求导结果等于0，我们得到 $\beta = \frac{V-P}{Q+V}$ 。由此，我们得到企业的反应

函数：

$$\begin{cases} \theta = 0, & \text{如果 } \beta < \frac{V-P}{Q+V} \\ 0 < \theta < 1, & \text{如果 } \beta = \frac{V-P}{Q+V} \\ \theta = 1, & \text{如果 } \beta > \frac{V-P}{Q+V} \end{cases} \quad (8)$$

通过(4)式和(8)式，我们得到混合纳什均衡的图解如图2.1，其中横轴代表机构的监管力度，纵轴代表企业的诚信度。我们分别画出企业和监管机构的反应函数。

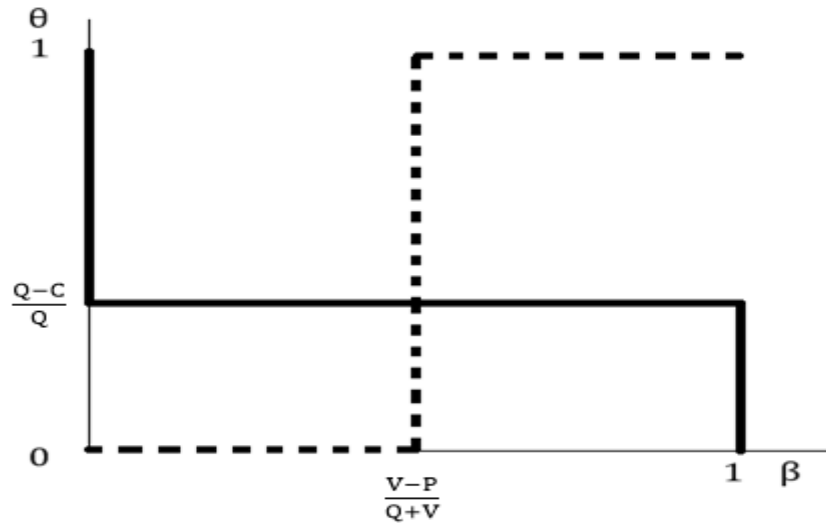


图 2.1 混合策略纳什均衡

通过上图，我们可以归纳出以下几点性质：(1)、如果企业的诚信度足够大， $\theta > \frac{Q-c}{Q}$ ，则监管机构的最优策略是不监管，否则若 $\theta < \frac{Q-c}{Q}$ ，机构的最优策略是监管；(2)、如果监管

机构的监管力度足够大， $\beta > \frac{V-P}{Q+V}$ ，则企业的最优反应是诚信，否则若 $\beta < \frac{V-P}{Q+V}$ ，企业的最优反应是欺诈；(3)、给定企业的诚信度 $\theta$ ，企业交易额（欺诈额） $V$ 越大，则监管机构的监管力度 $\beta$ 越大，企业的利润 $P$ 越大，则监管机构的监管力度越小；(4)、给定监管机构的监管力度 $\beta$ ，对欺诈行为的处罚力度 $V$ 越大，则企业的诚信度越高；(5)、给定同样的企业诚信度，如果加大失信处罚力度，则监管机构可以相应地降低监管力度。

### 2.2.2 各诚信主体在诚信体系构建中的职责

#### 一、企业的职责

博弈模型告诉我们，在没有任何监管的条件下，企业的最优行为是选择欺诈。该结论和我国的现实状况相一致。从我国当前社会环境来看，企业失信问题屡见不鲜，欠债不还、伪劣商品、逃税废债、合同违约、等失信行为随处可见，诚信缺失已然是我国企业面临的重要问题之一，也已经严重影响我国经济的正常运转。诚信缺失也是造成市场经济秩序混乱的重要原因，严重威胁市场经济的健康、持续发展。

因此，为了避免诚信失范带来的负面影响，企业自身应该加强诚信建设，尽可能提高自己的诚信度。企业在诚信问题上的自我提升，是诚信体系建设中最为关键的一步。我们将在第四章以问卷调查的形式，具体分析我国企业的诚信建设情况。

#### 二、政府的职责

在市场经济中，政府既是交易者也是监管者。作为一名交易者，政府和企业一样面临着诚信失范的问题。政府诚信也因此备受关注。在当代社会，政府诚信不仅是市场经济的内在要求，同时也是构建法治国家与和谐社会的基础。由于政府拥有庞大的社会权力，同时也是社会的管理者，因此政府对社会各成员均有十足的影响力，政府诚信也是整个社会诚

信体系的关键核心。政府若能将诚信建设提高到战略层面，不仅能提高社会公共服务水平，还能对企业及个人诚信的建设起到积极的引导作用。反之，如果政府自身都无法守信，很有可能对整个社会的诚信体系产生负面的传导作用。因此，社会诚信体系的建设必然离不开政府诚信的建设。

政府诚信可以从根本上促进商业诚信。政府的诚信是公民财产权的保证，也是市场经济的维护者。只有政府坚守诚信原则，才能保证市场经济稳步健康发展。除了政府诚信，政府公正也是商业诚信的基本保证。政府只有保证了诚信和公正，才可以稳定居民从商的决心和信息，并进而促进商业诚信原则的建立。

社会诚信制度的不仅任重道远，而且时间紧迫。作为诚信体系建设的核心和保证，我国政府应在以下方面发挥自己的职能：

首先，政府应该提供健全有效的宏观调控职能。由于我国的市场经济还处在初级阶段，社会诚信体系的构建容易出现混乱局面。政府既然作为制度供应者，理应从宏观上进行把控，尽快制定统一的法律制度，避免我国目前并无全国统一诚信规范法律制度的尴尬局面。

其次，政府应该提供完善的协调服务职能。首先政府应加强诚信基础设施的建设，为社会诚信体系提供物质保证。其次，政府应为中间信用服务机构提供相应协调服务，为其提供良好的市场发展环境最后，政府应加强诚信宣传教育，加强诚信环境建设，增强全社会信用观念和信用意识，让诚实守信成为全民基本行为规则。

最后，作为一名监管者，政府发挥应有的监督管理职能。正如我们的模型所指出的那样，政府的监管可以打击企业的欺诈行为。然而，政府监管也需要成本，当企业的诚信度较

高，政府就会放松监管，从而引起诚信的恶化。因此，我们应该通过法律法规明确政府的监管职能。社会诚信体系建设的规范和有序需要政府部门加强领导和监管，尽快形成行政性惩戒机制。政府各个监管部门要采取记录、警告、处罚、取消市场准人、直至依法追究法律责任等多种监管手段，切实保障社会诚信体系的有效运行，目的是在全社会形成健全的市场和社会监管机制，为最终建立一个以市场规则为基础，制度健全，手段完备，管理有序的社会诚信体系作好铺垫。

### 三、民间组织在诚信体系构建中的职责

由于政府自身存在诚信失范以及监管不力的动机，我们需要第三方的民间组织在诚信体系建设中，对政府进行协助。现阶段我国诚信问题严重很大程度上与一些地方政府的监管不力或监管机构诚信缺失，导致社会成员或机构对诚信行为利益保障以及不诚信行为惩罚的监督机构公信度产生了怀疑，阻碍了社会诚信行为的弘扬和良性发展，影响了社会诚信体系的建立和完善。民间组织作为独立的第三方机构，应该履行自己的职责，在诚信体系建设中发挥以下作用：首先，民间组织可以通过舆论压力，对政府形成一定的约束力，促使政府提高自身透明度和公信力。其次，民间组织应该加强企业和政府的诚信教育，建立诚信资源库，降低信息获得成本。最后，民间组织应该尽可能为遭遇失信的企业提供解决方案。在我国，由于诉讼成本高，欺诈证据难以搜集等原因，企业在遭受失信后，大多不通过法律途径予以诉讼，而是采用私下解决的方案。民间组织可以充当协调的第三方，公平公正地解决企业之间的矛盾。

### 第三章 诚信失范与经济发展

我们在前一章明确了各诚信主体在诚信体系建设中应有的职责，然而现实情况却显示诚信主体，尤其是政府和企业并没有履行应有职责，导致失信案例频发。本章我们通过具体的案例，分析诚信主体的失信行为、原因以及诚信失范对经济的影响。

#### 3.1 政府的失信案例

诚信政府是政府进行诚信监管，构建诚信社会的先决条件。没有公信力的政府无法担当起诚信监管以及诚信社会建设的重任。然而，现实状况却是，很多政府自身就存在诚信失范的现象，监管和规范行为更是无从谈起。

案例：政府在招商引资过程中由于失信造成的诚信纠纷

2011年3月24日，通过招商引资形式，乔纳施公司与宁陵县政府签署《宁陵县上海家居产业园项目协议书》。按照《宁陵县上海家居产业园项目协议书》第二条第2项“乔纳施公司在合同签订后，15日内将用地保证金1000万元汇至宁陵县财政局土地出让金账户，宁陵县政府收到乔纳施公司款后三个月办理完整土地合法手续.....”的约定，乔纳施公司交纳了1000万元，宁陵县政府却未按照约定完成办理土地合法手续的义务，并在2012年2月15日将乔纳施交纳的1000万元退回，解除了双方的协议书。为此，乔纳施公司诉至人民法院，要求宁陵县政府赔偿1000万元。经法院审理，依法确认了宁陵县政府违反招商引资合同与招商允诺的违约行为，失信于乔纳施公司，为此判决由宁陵县政府支付乔纳施公司违约金400万元，彰显了对失信行为的惩戒和法律的公平公正。

案例分析：

政府失信是当前社会一个极为普遍的现象。媒体曾盘点出政府几大失信行为，包括知情不报、不当辟“谣”、出尔反尔、朝令夕改、拖欠债务和空头支票。本案例对应的是空头支票这一失信行为。在中西部一些地区，各类土地出让、优惠政策往往作为招商引资的蛋糕，但无法兑现的案例比比皆是。

造成政府失信行为的主要原因有以下几点：首先，按照西方经济学的观点，政府本身是一名理性的经济人，它的决策受到“成本—收益”的影响，当失信的收益远大于成本时，政府存在失信的动机。其次，我国的官本位制度，使得政府失信的成本过小。第三方监管的缺失，过轻的处罚措施（本案例中，宁陵县政府受到的罚款不及乔纳施公司提出的一半）均增大了政府的失信动机。最后，不合理的激励机制让政府过度追求经济目标，为随后的失信行为埋下隐患。这一点在经济转型期显得尤其明显。政府政绩与 GDP、招商引资等经济指标挂钩，促使政府以各种土地出让、优惠政策作为招商引资的蛋糕，但是实施起来却困难丛丛，最终以政府失信而收场。本案例就属于此种情况。

### 3.2 企业的失信案例

本节我们从不同角度探讨企业的失信行为，包括企业间拖欠货款纠纷、工程合同纠纷和互保圈因互相担保导致的诚信纠纷三类。

#### 3.2.1 企业之间拖欠货款纠纷

案例：青海盈吉建筑集团有限公司欠付货款失信案

2011年3月，西宁伟业与青海盈吉建筑集团有限公司（简称“青海盈吉”）签订了五份《预拌混凝土购销合同》，由西宁伟业向青海盈吉承建的北川创业园、时代尊城、圣山国际、



夏都家园、隆中景等工程供应混凝土。合同签订后，西宁伟业按照合同约定和青海盈吉的需求向青海盈吉上述项目供应了混凝土。但是，在供应混凝土结束后，青海盈吉公司以各种借口为由不按合同约定付款。经西宁伟业多次催要，青海盈吉居然对供货数量和金额以自己内部未挂账为由不予认可。最终，西宁伟业诉讼至法院。在法院审理过程中，青海盈吉违背基本的诚信，否认西宁伟业与其存在混凝土供应关系，并提供虚假证据捏造了第三方青海省建筑工程总承包有限公司与西宁伟业存在混凝土供应关系。同时，对结算单上签字人员项目部经理及材料员的身份不予认可。经西宁伟业调查取证，查明了案件事实，法院最终判决青海盈吉承担欠付货款 4120449 元、违约金 610501.96 元。在法院强大的执行压力下，青海盈吉最终履行了货款 4120449 元，并承担了违约金 610501.96 元，案件终得以彻底解决。

#### 案例分析：

拖欠货款是企业间最为常见的失信事件。我们的问卷调查显示，在诚信的各项预防措施中，多数企业认为以合同形式保障利益是最有效的预防措施，比例超过以抵押形式保障利益和在项目中持续监督跟进。但是仍有部分企业忽略合同的法律效力，拒绝履行合同中应有的责任。除了受利益驱使外，法律意识淡薄是导致此类事件的主要原因。

法律意识淡薄不单表现在失信行为上，也表现在失信后的处理上。本案例中，受害企业通过法律途径应对对方的失信行为，案件最终得以解决。但是现实状况却是，问题出现后仅有少部分企业会选择法律途径，大多数企业倾向于私下解决。法律诉讼费用过高，诉讼效果不佳是企业不愿意走法律程序的主要原因。我们的调查问卷显示，公开起诉挽回的失信损失中，有 46.4%的企业认为花费成本占失信金额的 20-50%；甚至有 0.9%的企业的诉

讼成本达到了失信金额的 80%以上。而造成诉讼效果差的主要原因有企业拒不执行，以及法院认为被起诉企业处于弱势地位，从而影响法律判决。

### 3.2.2 工程合同诈骗纠纷

案例：

2004 年 5 月 6 日，兰太实业有限责任公司（以下简称兰太公司）与鑫蓝建筑公司（以下简称鑫蓝公司）签订了建设工程施工合同。由鑫蓝公司承建兰太公司名下的多功能酒店式公寓。为确保工程质量优良，兰太公司与天意监理公司（以下简称天意公司）签订了建设工程监理合同。合同签订后，鑫蓝公司如期开工。但开工仅几天，天意公司监理工程师就发现施工现场管理混乱，遂当即要求鑫蓝公司改正。一个多月后，天意公司监理工程师和兰太公司派驻工地代表又发现工程质量存在严重问题。天意公司监理工程师当即要求鑫蓝公司停工。

令兰太公司不解的是，鑫蓝公司明明是当地最具实力的建筑企业，所承建的工程多数质量优良，却为何在这项施工中出现上述问题？经过认真细致地调查，兰太公司和天意公司终于弄清了事实真相。原来，兰太公司虽然是与鑫蓝公司签订的建设工程合同，但实际施工人是当地的一支没有资质的农民施工队（以下简称施工队）。施工队为了承揽建筑工程，挂靠于有资质的鑫蓝公司。为了规避相关法律、法规关于禁止挂靠的规定，该施工队与鑫蓝公司签订了所谓的联营协议。协议约定，施工队可以借用鑫蓝公司的营业执照和公章，以鑫蓝公司的名义对外签订建设工程合同；合同签订后，由施工队负责施工，鑫蓝公司对工程不进行任何管理，不承担任何责任，只提取工程价款 5%的管理费。兰太公司签施工合同时，见对方（实际是施工队的负责人）持有鑫蓝公司的营业执照和公章，便深信不疑，因

而导致了上述结果。兰太公司认为鑫蓝公司的行为严重违反了诚实信用原则和相关法律规定，双方所签订的建设工程合同应为无效，要求终止履行合同。但鑫蓝公司则认为虽然是施工队实际施工，但合同是兰太公司与鑫蓝公司签订的，是双方真实意思的表示，合法有效，双方均应继续履行合同；而且，继续由施工队施工，本公司加强对施工队的管理。对此，兰太公司坚持认为鑫蓝公司的行为已导致合同无效，而且本公司已失去了对其的信任，所以坚决要求终止合同的履行。双方未能达成一致意见，兰太公司遂诉至法院。

案例分析：诚信度差的企业通过让利行为挂靠口碑好的企业，借用好企业的资质，这种寻租行为是对当下诚信危机的直接反应。诚信问题频发使得企业意识到诚信的重要性，在选择合作伙伴时看重诚信度高的企业。但是企业的诚信度积累是一个长期的过程，有限的信息使得大多数企业诚信资料空白，从而走上“借名”的道路，反而加剧了诚信辨别的困难度。

企业资料库的建立是解决此类问题的有效方法，当前计算机信息技术发达，企业信息的公开透明化有助于扫清诚信建设道路上的障碍。

### 3.2.3 互保圈因互相担保导致的诚信纠纷

互保是互相担保的简称，是指对某种风险具有同一保障需求的个人或团体，采取互助合作的组织形式，满足各成员对保险保障需求的担保形式。在本案例中互保是一种叠加的担保形式，就是指中小型企业采用相互担保以提高信用等级来得到银行贷款的一种融资方式。这些企业之间的担保关系就形成了担保链。但是若担保链中一方不履行担保义务，缺失诚信，则会对担保中其他各方造成很大的影响。

案例一：2012年5月23日，江苏银行常州分行（与春晖乳业签订了《最高额综合授信合同》，约定最高授信额度为2680.03万元，授信期间自2012年5月23日起至2015年5月22日止，同时签订了《最高额担保合同》，合同约定春晖公司两其所有的坐落于常州市武进经济开发区的厂房（常房权证武字第31000595号）及土地使用权【武国用（2011）第1205877号】抵押给江苏银行常州分行，事后办理了房屋土地抵押登记手续。2013年5月28日签订了《流动资金借款合同》，合同约定春晖公司向江苏银行常州分行借款700万元，借款期限自2013年5月28日起至2014年3月13日止，年利率6%，每月结息一次。同日，常州伟业混凝土有限公司（以下简称伟业公司）与江苏银行常州分行签订了《保证担保合同》，张友春、吴新代（此两人系江苏春晖乳业公司股东及经营者）与江苏银行常州分行签订了《个人连带责任保证书》，伟业公司、张友春、吴新代对春晖公司签订的上述《流动资金借款合同》提供连带责任保证担保。上述合同签订后，江苏银行常州分行按约足额发放了贷款700万元，借款到期后，春晖公司未按约还款。2015年2月12日常州市天宁区人民法院立案受理了江苏银行常州分行诉江苏春晖乳业有限公司、常州伟业混凝土有限公司、张友春、吴新代金融借款合同纠纷一案，常州市天宁区人民法院（2015）天商初字第266号民事调解书确认江苏春晖乳业有限公司于2015年4月10日前偿还江苏银行常州分行借款本金6914532.73元、利息458072.23元（该利息暂算至2014年12月7日），春晖公司于2015年4月10日前支付江苏银行常州分行律师代理费用288978元，常州伟业混凝土有限公司、张友春、吴新代对上述债务承担连带清偿责任，案件受理费65432元减半收取32716元。加上后期案件执行费用65872元，共计7694298.96元，常州伟业混凝土有限公司对此承担连带责任。

## 案例二：江苏虎神铝业互保案例

2010年3月26日江苏银行股份有限公司常州分行（以下简称江苏银行常州分行）与常州市虎神铝业有限公司（以下简称虎神公司）签订《最高额综合授信合同》约定由江苏银行常州分行向虎神公司提供总额为500万元的授信额度，授信期限为2010年3月26日至2013年3月18日，具体业务为该合同期内虎神公司所有的贷款和商业汇票承兑。同日，江苏银行常州分行还与虎神公司签订了《最高额抵押合同》，虎神公司以其所有的位于常州市新北区孟河镇的土地使用权为上述综合授信合同提供抵押担保，担保金额为500万元，担保的范围包括该合同期内虎神公司所有的贷款和商业汇票承兑所产生的本金、利息（包括罚息和复利）和实现债权的其他相关费用等，事后双方办理了抵押登记手续。

2012年7月20日、9月20日、10月11日，江苏银行常州分行分别于虎神公司签订《商业汇票银行承兑合同》各一份，约定虎神公司向江苏银行常州分行申请办理银行汇票银行承兑业务，银行同意分别承兑三份《商业汇票银行承兑合同》所列商业汇票2张、2张、41张，汇票到期日分别为2013年1月20日、3月12日、3月18日，金额分别为2000万元、2000万元、1000万元，虎神公司分别支付保证金1000万元、1000万元、500万元，三份合同还约定虎神公司应于汇票到期日前，将应付的银行承兑汇票票款足额支付给江苏银行常州分行，否则将承担每日万分之五的逾期利息。同时，江苏银行常州分行与江苏伟业建设集团有限公司（以下简称伟业公司）、何立新签订了《保证担保合同》及《个人连带责任保证书》约定由伟业公司为虎神公司上述合同提供连带责任保证担保，保证的范围均包括本金、利息（包括罚息和复利）和实现债权的其他费用等。

自 2010 年 9 月，江苏伟业建设集团有限公司与常州虎神铝业有限公司签订了相互担保协议，分别向江苏银行常州分行贷款 2000 万元、向中国银行股份有限公司常州分行贷款 1000 万元，伟业公司共为虎神公司担保 3000 万元贷款，其中担保的一笔 1000 万元借款，由于在 2012 年 8 月借款到期后虎神公司不能及时归还，伟业公司已帮助代偿了 1000 万元，剩余的 2000 万元担保在 2013 年 3 月和 4 月也已到期。

2013 年 7 月 4 日江苏省常州市中级人民法院立案受理江苏银行股份有限公司常州分行诉常州市虎神铝业、江苏伟业建设集团有限公司、何立新金融借款合同纠纷案件，常州市中级人民法院（2013）常商初字第 228 号调解书确认伟业公司为虎神公司代偿本案垫付款本金 19852347.16 元以及 2013 年 12 月 19 日的利息 3048897.09 元，虎神公司于 2014 年 3 月 17 日前向伟业公司支付代偿款 22901244.25 元。

2012 年 8 月，因江苏虎神铝业有限公司资金周转困难，无力偿还中国银行股份有限公司常州分行的 1000 万元贷款，作为担保人的江苏伟业建设集团有限公司为了帮助虎神公司还贷，从其下属公司账户调出 1000 万元，借给虎神公司还贷，同时约定还款期限为三个月。2013 年 6 月 4 日江苏省常州市中级人民法院立案受理江苏伟业建设集团诉常州市虎神铝业有限公司、何立新、姜夕华、陈雪坤、毛岸军、王成威、王忠民、宗文刚借款合同纠纷一案，2014 年 6 月 25 日常州市中级人民法院（2013）常商初字第 202 号民事判决书判决虎神公司于本判决生效之日起十日内向伟业公司归还借款本金 1000 万元及 2012 年 8 月 16 日起至实际履行之日止按合同约定计算的利息。

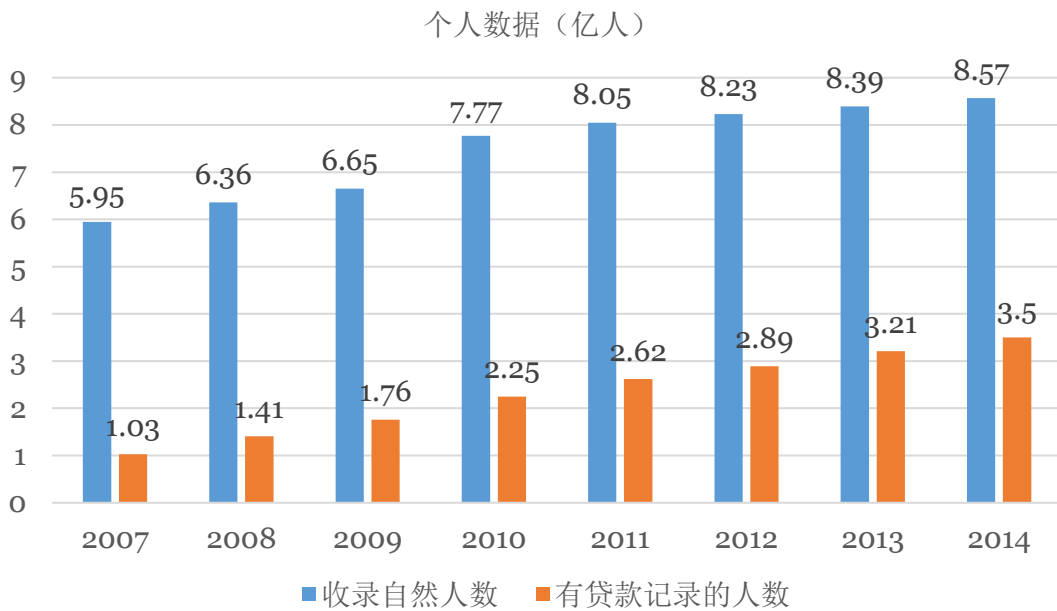
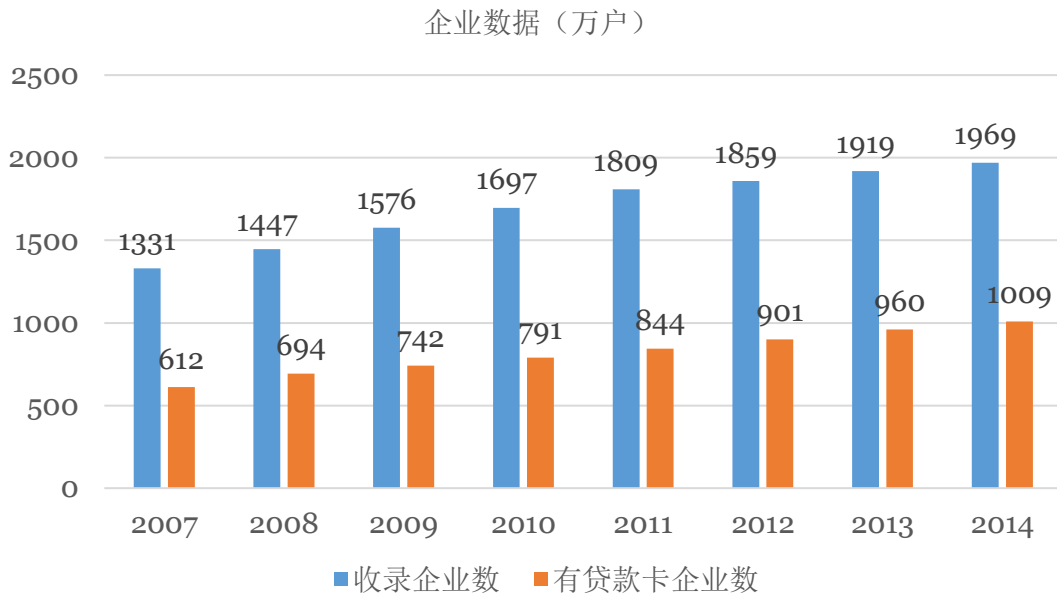
2014 年 3 月 28 日江苏伟业建设集团有限公司向常州市中级人民法院递交《强制执行申请书》要求被申请人常州市虎神铝业有限公司、何立新偿还其代偿款 22901244.25 元、

伟业公司支付的案件受理费 92394.5 元及律师费 125000 元，共计 23118638.75 元。2015 年 3 月 11 日常州市中级人民法院（2014）常执字第 155 号执行裁定书确定在法院依法将被执行人江苏虎神铝业公司款项进行分配，伟业公司实际分得 7643685.1 元，经执行调查被执行人虎神公司现暂无可供执行的财产，申请执行人伟业公司也未能提供被执行人可供执行的财产或财产线索，终结（2013）常商初字第 228 号民事调解书未执行丙方的本次执行程序。

案例分析：互保圈的兴起是解决我国中小企业融资问题的一个有效方式。由于金融机构缺乏对中小企业还款能力和还款意愿的有效识别，企业之间互相担保为企业提供了一定的保障。而互保圈的诚信失范更容易形成多米诺骨牌效应，一家企业出现问题，往往牵连到多家企业。2012 年的时候，杭州曾发生过 600 家民企遭银行催贷事件，而企业之间的互保行为则被认为是此次事件的关键推手。当时大多数企业的生产并未出现大的问题，只是资金链出现问题，而资金链问题的出现也是因各大银行集中催收贷款所造成的。催贷的压力沿着杭州民企间庞大的互保网络蔓延，引发了大面积的企业资金链危机。

互保的根本原因是缺乏对企业的判断，这是由我国征信体系的不完善决定的。以最具权威性的央行征信系统为例，截至 2015 年 4 月底，征信系统收录自然人 8.6 亿多人，收录企业及其他组织近 2068 万户。其中，有借贷记录的不超过一半，对于无贷款记录的企业和个人，央行征信系统仅有基本信息。

图 3.1 征信数据



资料来源：中国人民银行

在信息不完全的情况下，互保的坏处在于金融机构容易忽视对贷款企业的贷前审核和贷后审查，从而出现逆向选择和道德风险问题。而企业诚信度的高低直接决定了逆向选择



和道德风险问题的程度。因此，为了从根本上解决互保类的诚信问题，除了事后借助法律手段，我们更需要通过有效的诚信信息记录对可能出现问题的企业进行事先预防。建立有效的征信体系是解决此类问题的有效手段。

### 3.3 诚信对经济的影响

前文的案例分别从不同的角度揭示了诚信对经济的影响。经过概括，我们认为诚信通过以下三种渠道影响到经济增长。

首先，我们单独将政府失信作为一个案例，是因为政府身为交易者和监管者的双重属性。政府公信力的高低对诚信体系建设能否顺利进行起到关键作用。我们强调建设一个诚信体系，是因为诚信已经被当作是一种资本，它是新古典经济学理论所强调的土地、劳动、物资资本以及人力资本之外的另外一种生产要素，是生产函数中不可缺少的一部分

(Putnam, 1993; 福山, 1998; Knack & Keefer, 1997)。例如，福山(1998)通过实证分析后指出，尽管新古典经济学理论对经济增长的解释在大部分场合仍然有效，但是仍然有 20% 无法解释的部分需要通过文化来解释。而社会成员之间的信任乃是文化对经济的影响途径和表现形式，它会直接影响甚至决定经济效率。对于经济增长来说，这种社会资本具有的效率价值，不仅可以与经济资本相提并论，甚至还具有后者所无法产生的特别价值。因此，很多研究将诚信作为一个变量加入到传统的经济增长模型中，来研究诚信对经济增长的影响

(文建东, 2004)。福山(1998)通过对欧美、日本和其他东南亚国家社会信任度差异的实证审察和分析，充分说明了诸如诚信等社会资本在这些国家经济生活中所发挥的巨大作用和效果，证明一个具有高度诚信的社会将会对一国的经济发展起到巨大的推动作用。徐晟(2007)通过比较东西部地区的诚信度与经济增长的关系后发现，诚信与市场活跃度、房

地产投资、福利金融市场发展等变量之间存在正相关性。东西部诚信度的差异导致两地经济发展存在一定差异。

其次，企业失信的案例，无论是货款拖欠还是挂靠名声好的企业，都意味着诚信失范会增加企业间的交易成本，从而降低资源的配置效率。

诚信失范带来的成本增加主要包括以下三个方面：一是直接成本，包括企业对交易对手的审查费用、监督费用以及因交易对手失信遭受的损失等；二是机会成本，企业遭受失信的同时所失去的获得其他收益的机会；三是处罚成本，失信企业除了受到应有的惩罚外，还会失去下次交易的机会。同时，市场交易效率的高低也于诚信密不可分。交易成本的增加对整体经济增长和社会福利均有负面影响。

在资源配置方面，诚信能够促进资本的自由流动，起到合理配置社会资源，提高资源配置效率的作用。这主要表现在以下两个方面：第一，诚信的经济环境，可以减少交易的风险和不确定性，从而有利于动员和调动一切社会资源，减少由于交易风险带来的资源闲置。第二，诚信缺失会增加交易成本，缩小交易的范围，社会资源处于非有效配置的状态。而诚信则有利于打破交易的壁垒，实现资源的有效配置。

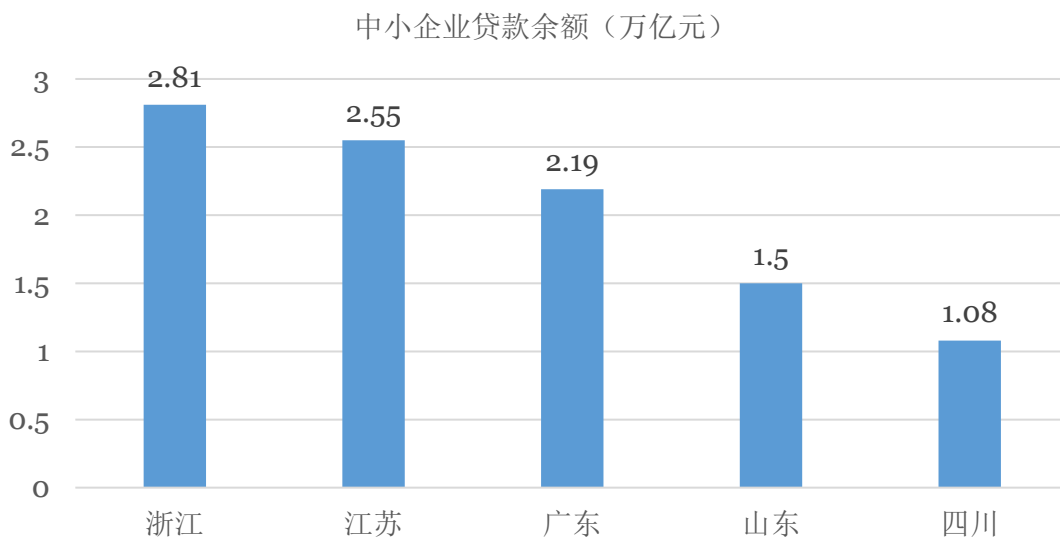
最后，互保圈的案例表明，诚信可以通过信贷渠道间接影响到企业本身以及经济发展。目前我国中小企业的融资难依旧是值得关注的问题。其主要表现为直接融资渠道尚未完全建立，以及间接融资渠道狭窄。在直接融资上，目前我国资本市场的多元化层次尚未形成，创业投资体制不健全，产权交易市场功能尚未发挥，风险投资发展滞后，非正规融资缺乏法律支持，所有这些因素，都使得绝大多数中小企业无法通过股票和债券市场直接融资。相对于直接融资，间接融资方式虽然更加丰富，但是实际上，受我国票据市场与商业信用

不够发达的制约，只有极少数企业能够用票据贴现实现融资，而绝大多数中小企业只能依靠银行贷款实现融资，其中又以商业银行贷款为主。

而中小企业的诚信失范问题直接导致银行的惜贷行为。由于受我国金融机构风险评估制度和银行利润影响，商业银行的服务对象主要锁定在“大集团、大企业”，对中小企业的信贷门槛相对较高。加之中小企业资信等级不高、缺乏可供抵押的资产，其融资难度也因此大大提高。

银监会数据显示，截至 2016 年 3 月末，全国金融机构贷款（本外币口径）余额 102.56 万亿元，其中，中小企业贷款余额 24.30 万亿元，占各项贷款余额的 23.69%。此外，中小企业的银行贷款还有着显著的地区差异，下图显示中小企业贷款主要分布在浙江、江苏、广东、山东、四川这 5 个省份。大部分地区的贷款余额不到 1 万亿元。

图 3.2 中小企业贷款余额



资料来源：银监会网站。

不到 1/4 的贷款量，以及显著的地区差异显示出银行对中小企业的惜贷行为。中小企业融资难有各种各样的原因，其中诚信失范现象严重，信用评估体系不健全，造成银行对它缺少有组织的判断，是银行对其放贷举棋不定的重要原因。在中小企业诚信水平不高，银行缺乏有效的评估体系的情况下，银行的收益和风险不成正比，从而降低对中小企业的融资，给中小企业发展带来瓶颈，并进一步对经济产生负面影响。

## 第四章 关于诚信问题的实证研究

### 4.1 实证研究的前期准备

#### 4.1.1 研究背景及目的

我们在第三章通过各种案例总结出诚信对经济的影响，诚信通过三个渠道影响到经济发展。基于诚信对经济的重要作用，我们需要对我国的诚信状况做出定量分析。我们通过在线调查和电话访问的形式，以企业为出发点，探讨了企业的诚信建设情况和风险规避手段，通过企业认知来识别我国目前的诚信建设阶段，再结合现状找出能够改善企业诚信环境、营造良好的企业诚信经营氛围的切实可行的方法措施。

#### 4.1.2 问卷设计及调研方法

前期沟通：了解本案调研背景，了解客户需要通过本次调研需要得出的结果涉及哪些方面；

中期设计：基于客户提供的相关资料，通过二手资料分析了解目前企业诚信环境情况以及当前的企业内外部诚信管理政策等，综合进行问卷的初步设计；通过 2014 年 12 月 16 日发布的第三次全国经济普查数据查找企业性质、所在行业以及地域分布状况确定样本配额；将初步设计的问卷同客户进行沟通，修改确认细节问题；

问卷试访：进行问卷试访工作，再次修改细节问题并确认，形成最终问卷。

具体的实证研究方案图如下表所示。问卷详见附件一。

表 4.1 实证研究调研方法表

抽样方法	样本量	调查方法	调查流程
随机抽样 +分层抽样 +配额抽样	1000	在线调查	线上平台规划、设计——百特在相关的企业主群、高管群等发布在线调查（伟业可给予一定支持）——有兴趣的符合条件的人群可在线填写问卷并抽取红包——百特导出数据——百特审核-数据分析
		电话访问	百特根据配额抽样收集、整理目标特征企业信息——百特访问员进行电话访问（同步录音质控）——百特督导审核、质控——数据录入-数据分析

#### 4.1.3 实证研究样本量情况

根据样本所在区域、所属行业以及企业性质对样本进行分类处理，结果如表 4.2-4.4 所示。调研对象的职位及工作年限情况见表 4.5、4.6。

表 4.2 按地域分样本的分布情况

序号	企业所在地域	样本量
1	东部地区（北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和河南）	762
2	西部地区（内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆）	238
	合计	1000

从地域上看，我们的问卷集中在东部和西部地区，涵盖了 22 个省及直辖市。之所以选择这两个区域主要有以下两点考虑：一是，东西部地区存在着明显的经济差异，我们希望了解这两个地区的诚信状况是否也有区别，从而为诚信与市场经济的关系提供有效的证据；二是，忽略了中部地区和东北部地区可以让差异显得更为突出，便于比较分析。

表 4.3 样本所在行业情况表

序号	企业所在行业	样本量
1	农、林、牧、渔业	69
2	采矿业	91
3	制造业	188
4	电力、燃气及水的生产和供应	119
5	建筑业	70
6	交通运输、仓储和邮政	56
7	信息传输、计算机服务和软件业	60
8	批发和零售	47
9	住宿和餐饮业	33
10	金融业	28
11	房地产业	27
12	租赁和商务服务	22
13	科学研究、技术服务和地质勘查	31
14	水利、环境和公共设施管理	36
15	居民服务和其他服务	45
16	教育	31
17	卫生、社会保障和社会福利	25
18	文化、体育和娱乐业	13
19	公共管理和社会组织	9
	合计	1000

表 4.4 样本所在企业性质情况表

序号	企业性质	样本量
1	国有企业	112
2	集体企业	154
3	有限责任公司	349
4	股份有限公司	222
5	私营企业	131
6	港、澳、台商投资企业（含港澳台商独资和注资）	24
7	外商投资企业（含外商独资和注资）	8
	合计	1000

从调研公司所处行业和企业性质来看，我们的样本涵盖了绝大部分行业不同性质的公司，具有足够的分散性和代表性。

表 4.5 调研对象职位情况表

序号	调研对象职位	样本量
1	企业的法人/老板/创始人/合伙人/总裁/总经理等	105
2	企业财务主管/负责人	149
3	企业行政主管/负责人	216
4	企业人事主管/负责人	253
5	企业市场/销售部门主管/负责人	164
6	企业招标/采购部门主管/负责人	79
7	企业内部审计部门主管/负责人	34
	合计	1000



表 4.6 调研对象工作年限表

序号	调研对象工作年限	样本量
1	2-3 年	470
2	4-5 年	334
3	5 年以上	196
	合计	1000

最后，我们的调查对象都是在公司具有至少 2 年以上工作经验的管理层，对公司具有较高的了解程度，对调研问题也较深刻的理解，所给出的答案具有一定的可靠性和参考价值。

#### 4.1.4 研究框架

本次实证研究主要分为以下部分，首先，我们分析企业对诚信的重视程度，包括企业是否加强自身的诚信建设（4.2 节）和企业是否看重合作伙伴的诚信状况（4.3 节）；然后，我们分析了企业面临的诚信风险，并结合企业对诚信的重视度提出了诚信周期的概念，识别出我国处于诚信周期的阶段（4.4 节）；再次，我们分析了企业遭受失信后所采取的措施，比较了不同措施的利弊（4.5 节）；最后，我们探讨了我国目前的诚信环境，着重分析了引发企业失信的内部原因以及外部原因（4.6 节）。

为了构建诚信风险周期，我们做了以下假设做了检验。**H1**：企业的诚信建设有助于企业诚信度的提升；**H2**：企业对合作伙伴的诚信需求会因为自身的诚信度而不同，企业诚信度越高，其对合作伙伴的诚信要求也越高；**H3**：企业根据自身经历而非周边情况判断社会的诚信风险；**H4**：企业觉察到诚信风险增加后会加大诚信建设的力度。这些假设检验在不同的章节中给出。

## 4.2 公司诚信建设情况

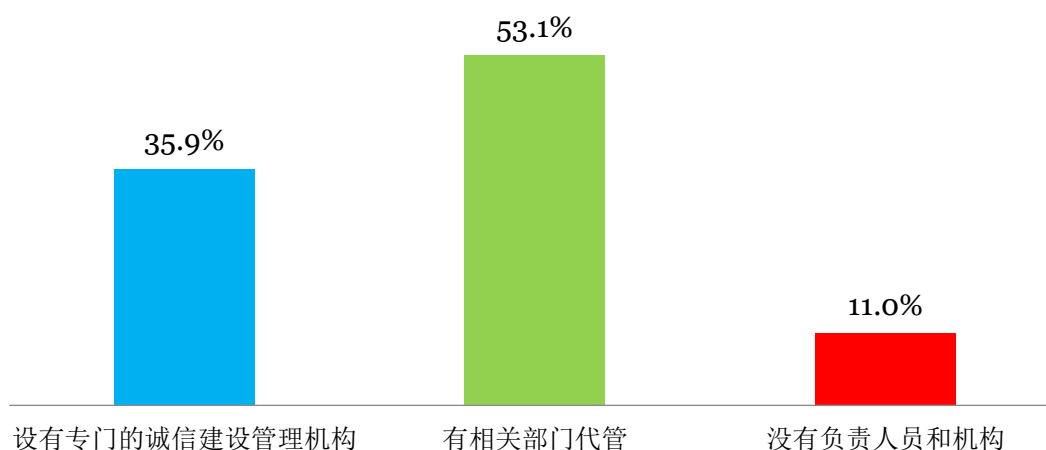
从前文的博弈模型中，我们发现企业自身的诚信度是企业决策中的一个关键因素，并决定最终的市场均衡。因此该要素是一个值得进一步研究的要素。在本节中，我们给出调研企业的诚信建设状况以及其自身的诚信状况。具体而言，我们试图解决以下三个问题。第一，企业是否重视诚信建设？第二，企业的诚信建设是否对提高企业诚信有帮助？（H1）第三，不同的诚信建设措施对企业诚信状况的改善程度有何不同影响？为了回答这三个问题，我们考察了以下三个因素，一是企业是否设有专门的诚信管理机构；二是企业文化标语中是否涉及诚信建设，诚信宣传；三是企业自身的信用状况。其中前两个因素反映企业的诚信建设情况，第三个因素反映企业的诚信建设效果。

### 4.2.1 企业是否重视诚信建设

我们通过简单的数据统计来回答这个问题。企业的诚信建设体现在两个方面，一是成立专门的机构负责诚信建设；二是在企业文化标语中涉及诚信建设和诚信宣传。

我们先看机构设置方面，调查结果显示，**38.9%**的企业设有专门的诚信建设管理机构；有些企业虽然没有专门的诚信管理机构，但是会有相关部门代管，这一比例为 **42.8%**；只有 **18.3%**的企业没有与诚信相关的负责人员和机构。

图 4.1 企业是否设有专门从事诚信管理工作的人员或部门总体情况（Base: N=1000）



从不同行业看，“信息传输、计算机服务和软件业”、“电力、燃气及水的生产和供应”和“农、林、牧、渔业”在“设有专门的诚信管理机构”方面较为积极，占比分别为 50.0%、47.9% 和 47.8%；“金融业”、“居民服务与其他服务”和“卫生、社会保障和社会福利”由“有关部门代管”的比例较高，占比为 71.4%、68.9% 和 68.0%；部分“租赁和商务服务”、“文化、体育和娱乐产业”、“批发和零售”以及“科学研究、技术服务和地质勘查”行业在诚信管理机构的设置方面尚有待进一步提升。

表 4.7 不同行业企业是否设有专门从事诚信管理工作的人员和部门情况

	设有专门的诚信 建设管理机构	有相关部门 代管	没有负责人员 和机构	Base
农、林、牧、渔业	47.8%	36.2%	15.9%	69
采矿业	38.5%	53.8%	7.7%	91
制造业	37.2%	53.2%	9.6%	188
电力、燃气及水的生产和供应	47.9%	47.9%	4.2%	119
建筑业	41.4%	50.0%	8.6%	70
交通运输、仓储和邮政	26.8%	62.5%	10.7%	56
信息传输、计算机服务和软件业	50.0%	45.0%	5.0%	60
批发和零售	31.9%	48.9%	19.1%	47
住宿和餐饮业	33.3%	63.6%	3.0%	33
金融业	17.9%	71.4%	10.7%	28
房地产业	37.0%	48.1%	14.8%	27
租赁和商务服务	13.6%	59.1%	27.3%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	22.6%	58.1%	19.4%	31
水利、环境和公共设施管理	36.1%	47.2%	16.7%	36
居民服务和其他服务	15.6%	68.9%	15.6%	45
教育	19.4%	64.5%	16.1%	31
卫生、社会保障和社会福利	20.0%	68.0%	12.0%	25
文化、体育和娱乐业	30.8%	46.2%	23.1%	13
公共管理和社会组织	44.4%	44.4%	11.1%	9

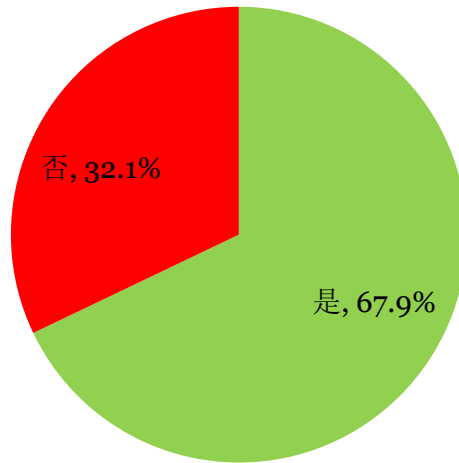
从不同性质的企业看，“国有企业”、“和“外资投资企业”设立“专门的诚信建设管理机构”的比例较高，均为 62.5%；“股份责任公司”和“有限责任公司”主要是“有相关部门代管”，占

比分别为 61.7%和 58.7%；“股份责任公司”和“私营企业”在诚信管理机构和人员配置方面尚显不足。

表 4.8 不同性质企业是否设有专门从事诚信管理工作的人员和部门情况

	设有专门的诚信 建设管理机构	有相关部门 代管	没有负责人员 和机构	Base
国有企业	62.5%	32.1%	5.4%	112
集体企业	43.5%	50.6%	5.8%	154
有限责任公司	33.2%	58.7%	8.0%	349
股份有限公司	19.8%	61.7%	18.5%	222
私营企业	36.6%	45.8%	17.6%	131
港、澳、台商投资企业	37.5%	50.0%	12.5%	24
外资投资企业	62.5%	37.5%	0.0%	8

图 4.2 企业文化标语是否涉及诚信建设情况 (Base : N=1000)



此外，在诚信宣传方面，67.9%的企业在企业文化标语中涉及诚信建设，32.1%的企业在企业文化标语中未涉及诚信建设。

从不同行业看，在企业文化标语是否涉及诚信建设中，“房地产业”、“公共管理和社会组织”、“批发和零售业”的企业文化标语中均涉及诚信建设；而“租赁和商务服务”、“科学研

究、技术服务和地质勘查”、“教育”表现较差，其中“租赁和商务服务”表现最差，50.0%的企业文化标语未涉及诚信建设。

表 4.9 不同行业企业的企业文化标语是否涉及诚信建设情况

	是	否	Base
农、林、牧、渔业	69.6%	30.4%	69
采矿业	70.3%	29.7%	91
制造业	63.3%	36.7%	188
电力、燃气及水的生产和供应	71.4%	28.6%	119
建筑业	65.7%	34.3%	70
交通运输、仓储和邮政	71.4%	28.6%	56
信息传输、计算机服务和软件业	78.3%	21.7%	60
批发和零售	74.5%	25.5%	47
住宿和餐饮业	66.7%	33.3%	33
金融业	71.4%	28.6%	28
房地产业	77.8%	22.2%	27
租赁和商务服务	50.0%	50.0%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	54.8%	45.2%	31
水利、环境和公共设施管理	69.4%	30.6%	36
居民服务和其他服务	64.4%	35.6%	45
教育	58.1%	41.9%	31
卫生、社会保障和社会福利	64.0%	36.0%	25
文化、体育和娱乐业	69.2%	30.8%	13
公共管理和社会组织	77.8%	22.2%	9

从不同性质企业看，在企业文化标语是否涉及诚信建设中，“国有企业”、“港、澳、台商投资企业”和“外商投资企业”的企业文化标语中均涉及诚信建设的比例较高；而“私营企业”、“股份有限公司”、“有限责任公司”表现较差。

表 4.10 不同性质企业的企业文化标语是否涉及诚信建设情况

	是	否	Base
国有企业	78.6%	21.4%	112
集体企业	72.1%	27.9%	154
有限责任公司	66.2%	33.8%	349
股份有限公司	65.3%	34.7%	222
私营企业	59.5%	40.5%	131
港、澳、台商投资企业	79.2%	20.8%	24
外商投资企业	87.5%	12.5%	8

总之，我们的数据显示，在现有经济发展形势下，大部分企业比较重视企业诚信建设。机构和标语建设从不同的角度描述了企业的诚信建设程度，两个有一定的关联性，也并非完全重合。一般来说，设有专门的诚信建设管理机构比例高的行业在标语建设上也占比较高，如信息传输、计算机服务和软件业。该行业在前者的比例为 50%，在后者的比例为 78.3%，在所有行业中均排名第一。然而，也存在一些例外。例如批发和零售行业虽然有将近 19.1%的企业没有任何诚信管理相关机构，在所有行业中排名倒数第四；但是该行业却有 74.5%的企业在文化标语中涉及到诚信建设，在所有行业中排名第四。因此部门建设和标语建设分别从不同的角度反映了企业的诚信建设情况。我们将在以下章节探讨这两个因素对诚信建设的有效性。

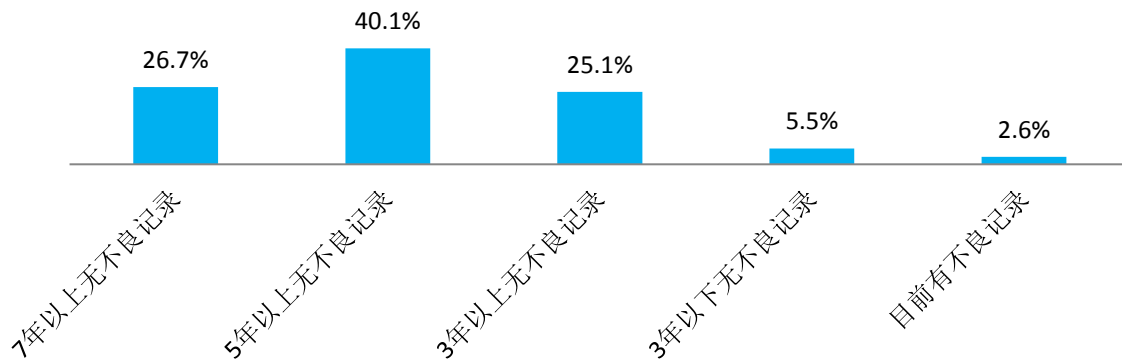
#### 4.2.2 企业的诚信建设是否有助于提高企业诚信水平

本节我们对 H1 做出检验，即企业的诚信建设有助于企业诚信度的提升。我们先对企业的诚信水平进行描述，再通过分组检验法验证诚信建设是否有助于企业诚信度的提升。

##### 一、诚信水平概况

我们用无不良记录的年限来表达企业的诚信水平。本次研究发现，97.4%的企业目前无不良记录，其中 26.7%的企业保持 7 年以上无不良记录；40.1%的企业保持 5 年以上无不良记录；25.1%的企业保持 3 年以上无不良记录；5.5%的企业保持 3 年以下无不良记录；仅有 2.6%的企业目前存在不良记录。

图 4.3 企业诚信状况（Base：N=1000）



从行业分类来看，“批发和零售业”、“租赁和商务服务”、“科学研究、技术服务和地质勘查”、“交通运输、仓储和邮政”目前有不良记录的企业占比较高，其中“批发和零售业”占比最高为 10.6%，“住宿和餐饮业”、“建筑业”、“水利、环境和公共设施管理”、“教育”、“卫生、社会保障和社会福利”、“文化、体育和娱乐业”及“公共管理和社会组织”暂无不良记录。



表 4.11 不同行业企业诚信状况

	7 年以上 无不良记 录	5 年以上 无不良记 录	3 年以上 无不良记 录	3 年以下 无不良记 录	目前有 不良记 录	Base
农、林、牧、渔业	55.1%	26.1%	13.0%	4.3%	1.4%	69
采矿业	23.1%	48.4%	22.0%	5.5%	1.1%	91
制造业	20.7%	44.1%	27.7%	5.3%	2.1%	188
电力、燃气及水的生产和 供应	31.1%	32.8%	26.1%	7.6%	2.5%	119
建筑业	30.0%	40.0%	25.7%	4.3%	0.0%	70
交通运输、仓储和邮政	35.7%	33.9%	23.2%	1.8%	5.4%	56
信息传输、计算机服务和 软件业	28.3%	45.0%	20.0%	3.3%	3.3%	60
批发和零售	19.1%	29.8%	29.8%	10.6%	10.6%	47
住宿和餐饮业	36.4%	39.4%	21.2%	3.0%	0.0%	33
金融业	25.0%	46.4%	25.0%	0.0%	3.6%	28
房地产业	25.9%	44.4%	18.5%	7.4%	3.7%	27
租赁和商务服务	9.1%	31.8%	40.9%	9.1%	9.1%	22
科学研究、技术服务和地 质勘查	12.9%	38.7%	35.5%	6.5%	6.5%	31
水利、环境和公共设施管 理	22.2%	41.7%	27.8%	8.3%	0.0%	36
居民服务和其他服务	17.8%	48.9%	26.7%	4.4%	2.2%	45
教育	9.7%	64.5%	19.4%	6.5%	0.0%	31
卫生、社会保障和社会福 利	24.0%	24.0%	48.0%	4.0%	0.0%	25
文化、体育和娱乐业	23.1%	46.2%	23.1%	7.7%	0.0%	13
公共管理和社会组织	55.6%	33.3%	0%	11.1%	0.0%	9

从不同性质的企业看，“国有企业”、“有限责任公司”、“私营企业”目前有不良记录的企业占比较高，其中“国有企业”占比最高为 4.5%，“港、澳、台商投资企业”、“外资投资企业”表示暂无不良记录。

表 4.12 不同性质企业诚信状况

	7 年以上 无不良记 录	5 年以上 无不良记 录	3 年以上 无不良记 录	3 年以下 无不良记 录	目前有 不良记 录	Base
国有企业	59.8%	21.4%	10.7%	3.6%	4.5%	112
集体企业	26.6%	48.1%	19.5%	3.9%	1.9%	154
有限责任公司	21.5%	44.7%	29.5%	2.6%	1.7%	349
股份有限公司	21.2%	39.2%	28.8%	7.2%	3.6%	222
私营企业	21.4%	38.2%	26.0%	11.5%	3.1%	131
港、澳、台商投 资企业	16.7%	33.3%	33.3%	16.7%	0.0%	24
外资投资企业	62.5%	25.0%	0.0%	12.5%	0.0%	8

## 二、从原始数据看机构设立和诚信水平的关系

为了量化诚信机构设立所代表的诚信建设强度，我们用 1 代表有专门的诚信管理机构，2 代表有诚信代管机构，3 代表没有任何诚信部门。从 1 到 3，数字越小代表诚信建设强度越大。此外，为了量化企业诚信水平，我们用 1 代表 7 年以上无不良记录，2 代表 5 年以上无不良记录，3 代表 3 年以上无不良记录，4 代表 3 年以下无不良记录，5 代表当前有不良记录。从 1 到 5，数字越小说明企业诚信水平越高。以机构设立为参考，如果诚信建设强度越高，则诚信水平也越高，那么我们判定这两列数据应该呈现出正相关性。数据显示两者的相关系数为 0.1612，呈现出一定的正相关性。

我们进一步将数据按照机构设置情况分组，其中有专门诚信管理机构的企业为 G1 组，有诚信代管机构的企业为 G2 组，没有任何诚信相关机构的企业为 G3 组。每组的诚信水平均值如下表所示。我们看出随着诚信建设程度不断减弱（从 G1 到 G3），诚信水平的取值不断增加，从 1.9638 到 2.4，预示着诚信度不断下降（诚信水平的取值越大，意味着诚信度越低）。

表 4.13 不同组别的诚信水平

	G1	G2	G3
平均诚信水平	1.9638	2.2655	2.4000

简单的数字比较并不具有统计上的显著性，我们通过 t 检验对每组诚信水平的均值进行检验，结果如下。专门设立诚信机构的企业的诚信度显著异于其它两组。但是如果企业只是用其它机构进行诚信代管，那么其效果并没有显著异于没有任何诚信机构的企业。因此，对企业而言，设立专门的诚信管理机构更有助于企业诚信度的提升。

表 4.14 诚信差异的统计检验

$H_0$	G1 组的诚信水平均值不显著异于 G2 组	G1 组的诚信水平均值不显著异于 G3 组	G2 组的诚信水平均值不显著异于 G3 组
P值	2.5357e-06	8.3481e-05	0.1806
结论	拒绝 $H_0$	拒绝 $H_0$	不拒绝 $H_0$

### 三、从行业数据看机构设置和诚信水平的关系

上一节的比较分析指出机构设置对企业诚信度的影响。虽然我们的结论显示机构代管和没有任何机构相比并没有显著的优势，但是这一结论取决于我们对诚信水平的评分。而我们从 1 到 5 的评分具有一定的随意性。在本节我们通过不同行业的横截面数据进一步分析诚信管理机构的设立与企业诚信度的关系。

我们的假设是，如果诚信机构的设立有助与提高企业的诚信度，那么设立专门诚信机构最多的行业，其信用度也应该最好。我们的数据显示，信息传输、计算机服务和软件业有50%的企业设有专门的诚信建设管理机构，而该行业里7年以上无不良记录的企业比例也是最高的。下表给出了各个行业诚信建设水平（表4.7各列）与各个行业不同诚信水平（表4.11各列）的相关系数。

表 4.15 诚信建设水平与诚信水平

	设有专门的诚信建设管理机构	有相关部门代管	没有负责人员和机构
7年以上无不良记录	0.6476	-0.4845	-0.4295
5年以上无不良记录	-0.1944	0.2621	-0.0480
3年以上无不良记录	-0.5762	0.4805	0.3058
3年以内无不良记录	0.1482	-0.4908	0.4839
目前有不良记录	-0.2983	0.0653	0.4369

一个有趣的发现是设有专门的诚信建设管理机构与7年以上无不良记录有很强的正相关性，相关系数为0.6476。而有关部门代管和7年以上无不良记录却显示出负的相关性。依据这些结果，我们认为如果企业有机构进行诚信代管，则在中短期会对企业的诚信有帮助，有相关部门代管与5（3）年以上无不良记录的相关系数均为正数，但是代管机构无法长期保持企业的高诚信水平。要想企业长期无不良记录，则需要设立专门的机构进行诚信管理。

另一个发现是，没有负责机构与目前有不良记录呈现出高的正相关性，相关系数为0.4369，而有专门机构（有代管机构）与目前有不良记录的相关性为-0.2983（0.0653）。

我们的结论是虽然没有任何负责机构并不意味着诚信失范，没有负责机构和 3 年以上(内)无不良记录依旧保持正相关，但是诚信失范的产生与无负责机构却有很强的关联。

因此，基于以上两点发现，我们认为当前经济下企业所表现出的诚信缺失与企业诚信建设不到位有关，诚信缺失的企业多为无诚信管理或代管的企业。若想长期保持企业的诚信水平，仅有机机构代管是不够的，需要设立专门的诚信管理机构。以上结论是基于不同行业的横截面数据得出的，如果结论是可靠的，那么不同的分类方法不会给结论带来显著差异。为了证实结论的稳健性，接下来，我们按照不同的企业性质对数据进行分类，再做出类似的相关性分析。

#### 四、从企业性质数据看机构设立和诚信水平的关系

根据企业性质，我们将企业分成国有企业、集体企业、有限责任公司、股份有限公司、私营企业、港澳台商投资企业以及外资投资企业 7 类，利用横截面数据分析企业诚信机构建设情况与企业诚信度的关系。我们计算表 4.8 的各列数据和表 4.12 各列数据的相关性，计算结果见表 4.16。

表 4.16 诚信建设水平与诚信水平

	设有专门的诚信建设和管理机构	有相关部门代管	没有负责人员和机构
7 年以上无不良记录	0.8963	-0.8343	-0.7472
5 年以上无不良记录	-0.7109	0.8065	0.3626
3 年以上无不良记录	-0.8697	0.7739	0.7813
3 年以内无不良记录	0.0053	-0.1370	0.2067
目前有不良记录	-0.1226	-0.0611	0.3773

我们得到类似的结论，在所有的诚信建设指标中，只有设有专门的诚信建设管理机构与 7 年以上无不良记录呈现正相关性，其余均为负相关。说明为了长期保持企业的高诚信水平，企业需要设立专门的诚信管理机构。有相关部门代管虽然可以在中短期内保证企业的诚信水平，但是无法达到长期效果。不设立任何机构的企业虽然不一定导致诚信缺失，但是诚信失范的产生与无负责机构却有很强的关联。因此，我们认为当前经济下企业所表现出的诚信缺失与企业诚信建设不到位有关，诚信缺失的企业多为无诚信管理或代管的企业。若想长期保持企业的诚信水平，仅有机机构代管是不够的，需要设立专门的诚信管理机构。

#### 五、从原始数据看标语建设和诚信水平的关系

为了量化诚信标语建设所代表的诚信建设强度，我们用 1 代表企业文化标语涉及到诚信建设，2 代表企业文化标语不涉及到诚信建设。从 1 到 2，数字越小代表诚信建设强度越大。和前文类似，为了量化企业诚信水平，我们用 1 代表 7 年以上无不良记录，2 代表 5 年以上无不良记录，3 代表 3 年以上无不良记录，4 代表 3 年以下无不良记录，5 代表当前有不良记录。从 1 到 5，数字越小说明企业诚信水平越高。以标语建设为参考，如果诚信建设强度越高，则诚信水平也越高，那么我们判定这两列数据应该呈现出正相关性。数据显示两者的相关系数为 0.1076，呈现出一定的正相关性。

我们进一步将数据按照文化标语建设情况分组，其中文化标语涉及到诚信建设的企业为 P1 组，文化标语不涉及到诚信建设的企业为 P2 组。每组的诚信水平均值如下表所示。我们看出随着诚信建设程度不断减弱（从 P1 到 P2），诚信水平的取值不断增加，从 2.1001 到 2.324，预示着诚信度不断下降（诚信水平的取值越大，意味着诚信度越低）。简单的数

字比较并不具有统计上的显著性，我们通过 t 检验对每组诚信水平的均值进行检验，结论是企业文化标语诚信建设有助于企业诚信度的提升。

表 4.17 诚信差异的统计检验

	H1	H2
平均诚信水平	2.1001	2.3240
检验: H1 组的诚信水平均值不显著异于 H2 组	P值= 6.5018e-04	结论: 拒绝原假设

#### 六、从行业数据看标语建设和诚信水平的关系

在本节我们通过不同行业的横截面数据进一步分析诚信管理机构的设立与企业诚信度的关系。我们的假设是，如果文化标语建设有助与提高企业的诚信度，那么文化标语涉及诚信建设最多的行业，其信用度也应该越好。表 4.18 给出了各个行业诚信建设水平（表 4.9 各列）与各个行业不同诚信水平（表 4.11 各列）的相关系数。

表 4.18 文化标语建设与诚信水平

	文化标语涉及诚信建设	文化标语不涉及诚信建设
7 年以上无不良记录	0.5943	-0.5943
5 年以上无不良记录	-0.0903	0.0903
3 年以上无不良记录	-0.6034	0.6034
3 年以内无不良记录	-0.0131	0.0131
目前有不良记录	-0.1691	0.1691

我们将注意力放在 7 年以上无不良记录和目前有不良记录这两个极端例子上，中间段的结果可解释性不强。我们发现，文化标语涉及诚信建设与 7 年以上无不良记录有很强的正相关性，相关系数为 0.5943。而没有标语建设与目前有不良记录呈现出正相关性，相关系数为 0.1691。该发现与机构建设的结论类似，当前经济下企业所表现出的诚信缺失与企

业诚信建设不到位有关，诚信缺失的企业多为无标语建设的企业。标语建设有助于提高企业长期的诚信水平。以上结论是基于不同行业的横截面数据得出的，如果结论是可靠的，那么不同的分类方法不会给结论带来显著差异。为了证实结论的稳健性，接下来，我们按照不同的企业性质对数据进行分类，再做出类似的相关性分析。

#### 七、从企业性质数据看标语建设和诚信水平的关系

根据企业性质，我们将企业分成国有企业、集体企业、有限责任公司、股份有限公司、私营企业、港澳台商投资企业以及外资投资企业 7 类，利用横截面数据分析企业诚信机构建设情况与企业诚信度的关系。我们计算表 4.10 的各列数据和表 4.12 各列数据的相关性，计算结果见表 4.19。

表 4.19 文化标语建设与诚信水平

	文化标语涉及诚信建设	文化标语不涉及诚信建设
7 年以上无不良记录	0.7067	-0.7067
5 年以上无不良记录	-0.6689	0.6689
3 年以上无不良记录	-0.6727	0.6727
3 年以内无不良记录	0.3014	-0.3014
目前有不良记录	-0.5154	0.5154

我们得到类似的结论，文化标语涉及诚信建设与 7 年以上无不良记录有很强的正相关性，相关系数为 0.7067。而没有标语建设与目前有不良记录呈现出正相关性，相关系数为 0.5154。因此，我们认为当前经济下企业所表现出的诚信缺失与企业诚信建设不到位有关，诚信缺失的企业多为无标语建设的企业。标语建设有助于提高企业长期的诚信水平。



## 八、检验小结

本节我们对 **H1** 进行检验，即企业的诚信建设有助于企业诚信度的提升。通过不同的分组检验，我们认为企业的诚信建设有助于提高企业的诚信度。若想长期保持企业的高诚信水平，企业需要致力于诚信建设，设立专门的诚信管理机构。

### 4.2.3 不同的诚信建设措施的相对重要性

通过前文分析，我们发现专门机构的设立以及标语建设均有助于提高企业的长期诚信水平。本节我们分析两个因素的相对重要性。由于企业性质的数据过少，仅有 7 个数据。我们利用行业横截面数据分析两个因素的相对重要性。

机构设置和标语建设从不同的角度描述了企业的诚信建设程度，两个有一定的关联性，也并非完全重合。一般来说，设有专门的诚信建设管理机构比例高的行业在标语建设上也占比较高，如信息传输、计算机服务和软件业。该行业在前者的比例为 50%，在后者的比例为 78.3%，在所有行业中均排名第一。然而，也存在一些例外。例如批发和零售行业虽然有将近 19.1%的企业没有任何诚信管理相关机构，在所有行业中排名倒数第四；但是该行业却有 74.5%的企业在文化标语中涉及到诚信建设，在所有行业中排名第四。因此部门建设和标语建设分别从不同的角度反映了企业的诚信建设情况。我们用以下回归来分析两个因素的相对重要性。

$$7 \text{ 年以上无不良记录} = \alpha_0 + \alpha_1 * \text{设有专门的诚信建设管理机构} + \alpha_2 * \text{标语建设} \quad (9)$$

回归结果见表 4.20。虽然两个因素均对企业的长期诚信水平有正面影响，但是设有专门的诚信建设管理机构的显著性更强，而标语建设的影响并不显著。

表 4. 20 回归结果

$\alpha_0$	$\alpha_1$	$\alpha_2$	调整后的 $R^2$
-23.1440	0.4940*	0.4985	0.4053
(-1.0282)	(1.8912)	(1.2546)	

注：括号里的值为 t 统计量，\*代表在 10%的水平下显著。

#### 4.2.4 东西部的差异

考虑到诚信对经济的影响，以及东西部经济的差异，我们认为有必要研究东西部企业诚信建设以及诚信水平的差异。

从诚信建设上看，东部地区设置专门诚信建设机构的比例约是西部地区的两倍，而西部地区没有相关负责人员和机构的比例约为东部的两倍。此外，在标语建设上，东部涉及诚信建设的比例也略高于西部，69%对 64.3%。代表诚信建设的两个指标均表明，东部企业的诚信建设力度大于西部企业。

表 4. 21 不同地域企业是否设有专门从事诚信管理工作的人员和部门情况

	设有专门的诚信建设 管理机构	有相关部门代管	没有负责人员和机构	Base
东部	40.0%	51.0%	8.9%	762
西部	22.7%	59.7%	17.6%	238

表 4. 22 不同地域企业的企业文化标语是否涉及诚信建设情况

	是	否	Base
东部	69.0%	31.0%	762
西部	64.3%	35.7%	238

东西部地区的诚信水平表明，由于东部地区的诚信建设力度更高，其 7 年以上无不良记录的比例更高。这和我们之前的发现是一致的，诚信建设力度越高，其长期影响效果越

好。一个有趣的发现是东部地区目前有不良记录的比例要高于西部地区。按理说，东部地区的诚信建设力度更大，其目前有不良记录的比例应该低于西部企业。我们的解释是，根据前文的发现，目前有不良记录的企业多为没有诚信机构建设的企业，但是没有诚信机构并不一定导致当前有不良记录。不排除有些企业在没有任何诚信建设的条件下，也可以保持诚信。就像前文行业分析所示，没有诚信监管机构与3年以上无不良记录依旧成正相关。东部地区，没有诚信机构的企业比例为8.9%，低于西部地区的17.6%。但是东部地区目前有不良记录的比例要高于西部地区。这说明就当前来看，东部企业对于有没有诚信建设更为敏感，更需要诚信建设作为约束。

表 4.23 不同地域企业诚信状况

	7年以上无不良记录	5年以上无不良记录	3年以上无不良记录	3年以下无不良记录	目前有不良记录	Base
东部	28.1%	41.2%	22.7%	5.1%	2.9%	762
西部	22.3%	36.6%	32.8%	6.7%	1.7%	238

#### 4.3 企业诚信需求分析

博弈模型给出，当企业做出诚信与否的决定后，其收益取决于交易对手的选择。因此，交易对手的诚信与否对企业有着至关重要的影响。本节我们侧重讨论企业对交易对手的诚信要求，主要的考察因素包括以下两个：一是公司选择合作伙伴时最看重的因素，二是公司是否对合作伙伴进行诚信约束。在本节我们也会给出对 H2 的检验，即企业对合作伙伴的诚信需求会因为自身的诚信度而不同。这里的诚信需求也包括两方面，一是公司选择合作伙伴时，是否看重诚信；二是公司是否对合作伙伴进行诚信约束。

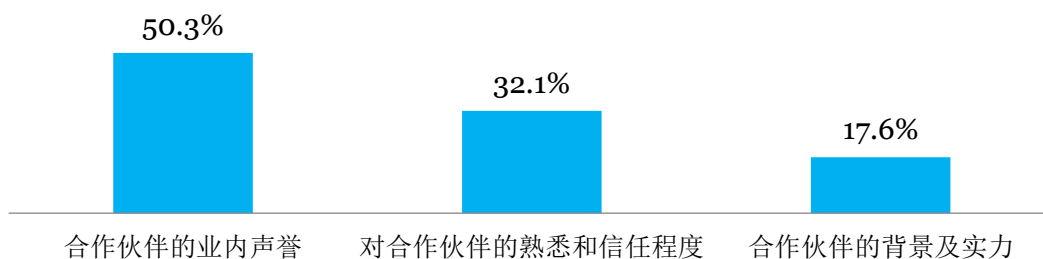
### 4.3.1 公司选择合作伙伴的考虑因素

#### 一、数据描述

我们考虑公司在选择合作伙伴时，如何在以下三个因素中做出选择：合作伙伴在业内的声誉、对合作伙伴的熟悉和信任程度以及合作伙伴的背景及实力。其中前两个因素均和诚信有一定相关性，而第三个因素则与诚信的相关性不是很强。我们选用两个不同的因素来反映企业对合作伙伴诚信度的要求，这是因为诚信本身就是一个模糊的需要识别的概念，企业可以通过业内声誉对合作伙伴进行诚信识别，也可以通过自身与合作伙伴的合作经历进行识别。区分两种不同的识别方式，可以让我们了解哪种方式对于诚信识别更有效果。

我们的数据显示，当前国内经济环境下企业选择合作伙伴时，**50.3%**企业会考虑合作伙伴的业内声誉，**32.1%**的企业会考虑对合作伙伴的熟悉和信任程度，仅**17.6%**的企业会主要考虑合作伙伴的背景及实力，说明企业在选择合作伙伴时比较重视合作伙伴的诚信，对于合作伙伴的背景及实力或其他因素则放在次要位置。

图 4.4 企业选择合作伙伴主要考虑的因素（Base：N=1000）



从不同行业看，“信息传输、软件和信息技术服务业”和“农、林、牧、渔业”最看重的是对合作伙伴的熟悉和信任程度，其他行业均最看重合作伙伴在业内的声誉。

表 4.24 不同行业企业选择合作伙伴时最看重的因素

	对合作伙伴的熟悉和信任程度	合作伙伴的业内声誉	合作伙伴的背景及实力	Base
农、林、牧、渔业	46.4%	33.3%	20.3%	69
采矿业	28.6%	52.7%	18.7%	91
制造业	29.8%	51.1%	19.1%	188
电力、燃气及水的生产和供应	37.8%	53.8%	8.4%	119
建筑业	35.7%	54.3%	10.0%	70
交通运输、仓储和邮政	32.1%	50.0%	17.9%	56
信息传输、计算机服务和软件业	50.0%	36.7%	13.3%	60
批发和零售	42.6%	42.6%	14.9%	47
住宿和餐饮业	45.5%	48.5%	6.1%	33
金融业	25.0%	53.6%	21.4%	28
房地产业	33.3%	44.4%	22.2%	27
租赁和商务服务	4.5%	63.6%	31.8%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	16.1%	64.5%	19.4%	31
水利、环境和公共设施管理	19.4%	63.9%	16.7%	36
居民服务和其他服务	15.6%	42.2%	42.2%	45
教育	32.3%	48.4%	19.4%	31
卫生、社会保障和社会福利	24.0%	52.0%	24.0%	25
文化、体育和娱乐业	15.4%	69.2%	15.4%	13
公共管理和社会组织	0.0%	88.9%	11.1%	9

从不同性质企业看，“国有企业”和“外资投资企业”最看重因素为对合作伙伴的熟悉和信任程度；“集体企业”、“有限责任公司”、“股份有限公司”和“私营企业”最看重因素为合作伙伴的业内声誉中。

表 4.25 不同性质企业选择合作伙伴时最看重的因素

	对合作伙伴的熟悉和信任程度	合作伙伴的业内声誉	合作伙伴的背景及实力	Base
国有企业	64.3%	26.8%	8.9%	112
集体企业	35.7%	52.6%	11.7%	154
有限责任公司	29.2%	52.1%	18.6%	349
股份有限公司	19.4%	59.0%	21.6%	222
私营企业	28.2%	51.9%	19.8%	131
港、澳、台商投资企业	33.3%	33.3%	33.3%	24
外资投资企业	50.0%	37.5%	12.5%	8

## 二、企业自身诚信（建设）度和其对合作对手的要求

以下，我们对 H2 做出检验，即企业对合作伙伴的诚信需求会因为自身的诚信度而不同。我们首先统计了不同诚信水平的企业对合作伙伴的要求。统计结果如表 4.26 所示。

表 4.26 企业诚信度与其对合作对手的要求

	对合作伙伴的熟悉和信任程度	合作伙伴的业内声誉	合作伙伴的背景及实力
7 年以上无不良记录	50.94%	35.21%	13.86%
5 年以上无不良记录	28.18%	56.11%	15.71%
3 年以上无不良记录	21.91%	54.98%	23.11%
3 年以内无不良记录	20.00%	56.36%	23.64%
目前有不良记录	23.08%	57.69%	19.23%

我们的发现有以下几点：第一，实力和诚信相比，企业在选择合作伙伴时更看重对方的诚信。第二，绝大多数企业都选择合作伙伴的业内声誉作为对合作企业信用度的评判，但是信用记录最好的企业更倾向于通过对合作伙伴的熟悉和信任程度来识别对方的诚信度。

第三，一般而言，自身诚信度越高的企业越看重对方的诚信度。从 7 年以上无不良记录到

3 年以内无不良记录，选择看重对方实力的企业比例逐渐增加。但是这种递增的关系被目前有不良记录的企业打破。目前有不良记录的企业对合作伙伴诚信的看重度要高于 3 年以上（内）无不良记录的企业。

第一点发现不难理解，根据我们的博弈模型，如果企业的合作伙伴选择不诚信，那么无论企业本身选择诚信与否，其收益均小于合作伙伴选择诚信下的收益。因此，企业大多会希望对方能够遵守诚信。对于第二点发现，我们可以从无限次重复博弈的角度去解释。从 7 年以上无不良记录到 3 年以内无不良记录，选择对合作伙伴的熟悉和信任程度的企业比例不断下降。我们将一家企业最近一次失信的时间作为时间起始点， $t_0$ ， $t_0$  可以看作一次新的重复博弈的开始。 $t_0$  到当前时间的间隔则为企业持续无不良记录的时间，时间越长，企业博弈的次数也就越多，积累下来的可靠的合作伙伴就越多。这样的企业越愿意从熟悉的可以信任的伙伴中选择合作方。在其它条件一样的情况下，时间短的企业积累的可靠伙伴数量越少，这些企业需要通过业内声誉来判断合作方的诚信诚信度。

第三点发现告诉我们信用最不好的企业并不是最不看重对方信用度的企业。它们虽然没有 7（5）年以上无不良记录的企业重视合作伙伴的诚信度，但是却比 3 年以上（内）无不良记录的企业更看重合作伙伴的诚信度。我们的博弈模型显示，如果企业选择诚信，那么如果合伙者选择不诚信，则该企业遭受的损失最大。因此，自身诚信度越高的企业对对方诚信度要求越高。这是诚信要求从 7 年无不良记录到 3 年内无不良记录不断增强的原因。但是当前有不良记录的企业却不是诚信要求最低的企业，这是什么原因呢？我们认为短期内企业的无失信行为并不能体现企业对诚信的重视度。就像我们在企业诚信建设与企业诚信度里发现的那样，没有任何诚信机构的企业，也可能不发生失信行为。是否重视诚信，加

强诚信建设会对企业长期的诚信行为有影响（7年以上无不良记录与企业设立专门的诚信机构成显著正相关）；但是在短期，我们很难分辨一家没有不良记录的企业究竟是因为重视诚信，还是因为只是没有遇到让其失信的机会（没有任何诚信建设的企业也可能在短期内做到不失信）。因此，鉴于短期无不良记录并不能代表企业对诚信的重视度以及履行度，我们认为企业的诚信建设度更能影响企业对合作伙伴的诚信要求。

表 4.27 统计了不同诚信建设度的企业（机构建设）对合作伙伴的要求。统计结果显示，越重视诚信建设的企业越看重合作伙伴的诚信度。表 4.26 和表 4.27 的差别也说明若需对一家企业的诚信度进行判断，3 年无不良记录并不能提供充足的证据。如果企业想长期保持高的诚信度，那么诚信建设是必不可少的。

表 4.27 企业诚信建设与其对合作对手的要求

	对合作伙伴的熟悉和信任程度	合作伙伴的业内声誉	合作伙伴的背景及实力
设有专门诚信机构	53.48 %	41.78 %	4.74%
有相关部门代管	21.09%	56.12%	22.79%
没有负责人员和机构	15.45%	50.00%	34.55%

### 三、企业诚信建设度和其对合作对手的要求—横截面数据分析

本节我们通过行业数据和企业性质数据来进一步论证企业诚信建设度与企业对合作者诚信需求的正相关性。

首先，我们用行业数据，计算企业诚信建设（机构建设）与企业对合作者各项要求的关联性。具体而言，我们计算表 4.7 各列与表 4.24 各列的相关系数。计算结果见表 4.28。



表 4.28 企业诚信建设与其对合作对手的要求

	对合作伙伴的熟悉和信任程度	合作伙伴的业内声誉	合作伙伴的背景及实力
设有专门诚信机构	0.4754	-0.0827	-0.6685
有相关部门代管	-0.2089	-0.0605	0.4440
没有负责人员和机构	-0.5402	0.2435	0.5276

我们最关注的是表 4.28 的最后一列。我们的假设是一个行业里不重视诚信建设的企业越多，那么该行业看重合作伙伴背景和实力的企业也就越多，两者应该成正相关。反之，一个行业里重视诚信建设的企业越多，那么该行业在选择合作伙伴时，看重合作伙伴背景及实力的企业就越少，两者应该成负相关。我们的结果与假设一致。设有专门诚信机构与看重合作伙伴的背景及实力的相关系数为-0.6685，说明一个行业设有专门诚信机构的企业越多，那么这个行业看重合作伙伴的诚信度的企业就越多，而看重合作伙伴背景及实力的企业就越少。同理，没有负责人员和机构与看重合作伙伴的背景及实力的相关系数为 0.5276，意味着不加强自身诚信建设的企业通常对对方的诚信要求也不高，因为这类企业对诚信的重视度不够。

接下来，我们再用企业性质数据再一次验证以上假设。具体而言，我们计算表 4.8 各列与表 4.25 各列的相关系数。计算结果见表 4.29。我们的到与表 4.28 相同的结论：越重视自身诚信建设的行业，越看重合作伙伴的诚信度，而不是背景及实力。反之，越不重视自身诚信建设的行业，越看重作伙伴的背景及实力。

表 4.29 企业诚信建设与其对合作对手的要求

	对合作伙伴的熟悉和信任程度	合作伙伴的业内声誉	合作伙伴的背景及实力
设有专门诚信机构	0.9495	-0.7715	-0.6154
有相关部门代管	-0.9155	0.7993	0.5122
没有负责人员和机构	-0.7427	0.5149	0.6111

#### 四、检验小结

**H2:** 企业对合作伙伴的诚信需求会因为自身的诚信度而不同，企业诚信度越高，其对合作伙伴的诚信要求也越高。我们发现，该假设并不完成成立。虽然 7 年以上无不良记录的企业对合作伙伴的诚信要求最高，但是信用最不好的企业并不是最不看重对方信用度的企业。鉴于短期无不良记录并不能代表企业对诚信的重视度以及履行度，我们认为企业的诚信建设度更能影响企业对合作伙伴的诚信要求。而我们的检验结果也证实这一想法。即企业诚信建设度越高，则对合作伙伴的诚信需求越高。

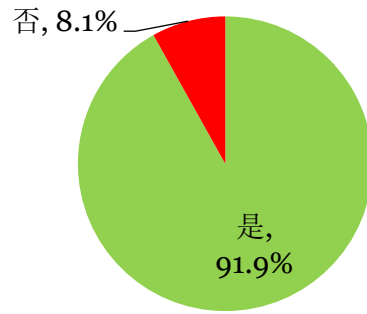
#### 4.3.2 公司是否对合作伙伴进行诚信约束

本节利用公司是否对合作伙伴进行诚信约束这一变量，再次对 **H2** 进行检验。即企业诚信度越高，越会对合作伙伴进行诚信约束。

##### 一、数据描述

本节我们从公司对合作伙伴的诚信约束情况分析公司对合作伙伴的诚信要求。本次研究发现，91.9%的企业对合作伙伴的经营行为进行诚信约束，另有 8.1%的企业未对合作伙伴的经营行为进行诚信约束。

图 4.5 企业对合作伙伴的经营行为进行诚信约束情况 (Base : N=1000)



从不同行业看，企业对合作伙伴的经营行为进行诚信约束中，“公共管理和社会组织”对合作伙伴的经营行为进行诚信约束的企业占该行业比例最高为 100.0%；“教育”对合作伙伴的经营行为进行诚信约束的企业占该行业比例最低为 80.6%。

表 4.30 不同行业企业对合作伙伴的经营行为进行诚信约束情况

	是	否	Base
农、林、牧、渔业	92.8%	7.2%	69
采矿业	89.0%	11.0%	91
制造业	93.6%	6.4%	188
电力、燃气及水的生产和供应	90.8%	9.2%	119
建筑业	92.9%	7.1%	70
交通运输、仓储和邮政	94.6%	5.4%	56
信息传输、计算机服务和软件业	95.0%	5.0%	60
批发和零售	91.5%	8.5%	47
住宿和餐饮业	97.0%	3.0%	33
金融业	96.4%	3.6%	28
房地产业	96.3%	3.7%	27
租赁和商务服务	90.9%	9.1%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	87.1%	12.9%	31
水利、环境和公共设施管理	97.2%	2.8%	36
居民服务和其他服务	84.4%	15.6%	45
教育	80.6%	19.4%	31
卫生、社会保障和社会福利	88.0%	12.0%	25
文化、体育和娱乐业	84.6%	15.4%	13
公共管理和社会组织	100.0%	0.0%	9

从不同性质企业看，对合作伙伴的经营行为进行诚信约束中，“外商投资企业”中对合作伙伴的经营行为进行诚信约束的企业占该性质企业比例最高为 100%；“股份有限公司”中对合作伙伴的经营行为进行诚信约束的企业占该性质企业比例最低为 86.9%。

表 4.31 不同性质企业对合作伙伴的经营行为进行诚信约束情况

	是	否	Base
国有企业	95.5%	4.5%	112
集体企业	93.5%	6.5%	154
有限责任公司	93.1%	6.9%	349
股份有限公司	86.9%	13.1%	222
私营企业	91.6%	8.4%	131
港、澳、台商投资企业	91.7%	8.3%	24
外商投资企业	100.0%	0.0%	8

## 二、企业自身诚信（建设）度和诚信约束

和前文类似，我们首先考察企业是否会根据自身的诚信水平，而采取对合作伙伴不同的要求。

表 4.32 企业诚信度和诚信约束

	对合作伙伴有诚信约束	对合作伙伴无诚信约束
7年以上无不良记录	96.25%	3.75%
5年以上无不良记录	92.52%	7.48%
3年以上无不良记录	90.04%	9.96%
3年以内无不良记录	76.36%	23.64%
目前有不良记录	88.46%	11.54%

我们得到类似的结果，绝大多数企业都会对合作伙伴进行诚信约束。一般而言，自身诚信度越高的企业对合作企业进行诚信约束的比例越高。从 7 年以上无不良记录到 3 年以内无不良记录，选择进行诚信约束的企业比例逐渐增加。但是这种递增的关系被目前有不良

记录的企业打破。目前有不良记录的企业对合作伙伴诚信的看重度要高于 3 年以内无不良记录的企业。

我们的解释也和前文类似，企业短时间的诚信状况（3 年）不能准确反映企业对诚信的重视程度。如果我们依据企业的诚信建设程度将企业分类，我们发现诚信建设程度越高的企业对合作伙伴有诚信约束的比例越高。

表 4.33 企业诚信建设度和诚信约束

	对合作伙伴有诚信约束	对合作伙伴无诚信约束
设有专门诚信机构	97.21%	2.79%
有相关部门代管	90.96%	9.04%
没有负责人员和机构	79.09%	20.91%

### 三、企业诚信建设度和诚信约束—横截面数据分析

本节我们通过行业数据和企业性质数据来进一步论证企业诚信建设度与企业诚信约束的正相关性。

首先，我们用行业数据，计算企业诚信建设（机构建设）与诚信约束的相关性。具体而言，我们计算表 4.7 各列与表 4.30 各列的相关系数。计算结果见表 4.34。

表 4.34 企业诚信建设度和诚信约束

	对合作伙伴有诚信约束	对合作伙伴无诚信约束
设有专门诚信机构	0.4818	-0.4818
有相关部门代管	-0.3108	0.3108
没有负责人员和机构	-0.3977	0.3977

我们关注设有专门诚信机构和没有负责人员和机构这两个极端情况，中间项的结论并不明显。我们的假设是重视诚信的企业不但重视自身的诚信建设，也更关注合作伙伴的诚

信情况，在合作时会给对方诚信约束。一个行业里重视诚信建设的企业越多，那么该行业对合作伙伴有诚信约束的企业也就越多，两者应该成正相关。同理，一个行业里不重视诚信建设的企业越多，那么该行业里进行诚信约束的企业就越少，两者应该成负相关。我们的结果与假设一致。设有专门诚信机构与诚信约束的相关系数为 **0.4818**，说明一个行业设有专门诚信机构的企业越多，那么这个行业进行诚信约束的企业就越多。同理，没有负责人员和机构与诚信约束的相关系数为 **-0.3977**，意味着不加强自身诚信建设的企业通常不会对合作伙伴进行诚信约束，因为这类企业对诚信的重视度不够。

接下来，我们再用企业性质数据再一次验证以上假设。具体而言，我们计算表 4.8 各列与表 4.31 各列的相关系数。计算结果见表 4.35。我们的到与表 4.34 相同的结论：越重视自身诚信建设的行业，越看重合作伙伴的诚信度，从而给对方实施诚信约束。反之，越不重视自身诚信建设的行业，大多对合作伙伴也无诚信要求。

表 4.35 企业诚信建设度和诚信约束

	对合作伙伴有诚信约束	对合作伙伴无诚信约束
设有专门诚信机构	<b>0.9153</b>	<b>-0.9153</b>
有相关部门代管	<b>-0.7585</b>	<b>0.7585</b>
没有负责人员和机构	<b>-0.9117</b>	<b>0.9117</b>

#### 四、检验小结

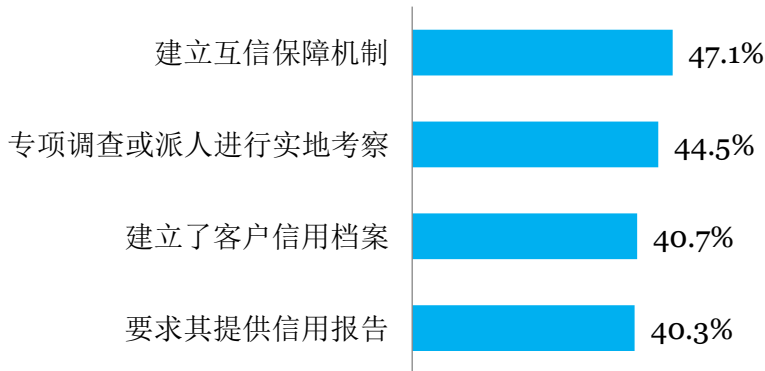
**H2:** 企业对合作伙伴的诚信需求会因为自身的诚信度而不同，企业诚信度越高，其对合作伙伴的诚信要求也越高。这里的诚信需求通过诚信约束来体现。和前文一致，我们发现，该假设并不完成成立。虽然 7 年以上无不良记录的企业对合作伙伴进行诚信约束的比例最高，但是信用最不好的企业的诚信约束比例并不是最低的。我们的解释也和前文一致，

短期无不良记录并不能代表企业对诚信的重视度以及履行度。企业的诚信建设度更能影响企业对合作伙伴的诚信要求。而我们的检验结果也证实这一想法，即企业诚信建设度越高，则对合作伙伴的诚信约束比例越高。

## 五、诚信约束的方式

本次研究发现，企业在对合作伙伴进行诚信约束的时候，主要采用以下四种方式：“建立互信保障机制”、“专项调查或派人进行实地考察”、“专项调查或派人进行实地考察”以及要求提供信用报告”。每个选项的选取比例相差不大，其中使用的方式比较“建立互信保障机制”、“专项调查或派人进行实地考察”的企业稍多，占比分别为 47.1%、44.5%；采取“要求提供信用报告”措施的企业占比最低，为 40.3%。

图 4.6 企业进行诚信约束采取的措施（Base：N=919）



从不同行业看，企业进行诚信约束采取要求提供信用报告的措施中，“住宿和餐饮业”、“房地产业”、“批发和零售”企业占比较多，其中“房地产业”占比最高为 50.0%，“文化、体育和娱乐业”占比最低为 9.1%；进行诚信约束采取建立客户信用档案的措施中，“文化、体育和娱乐业”、“公共管理和社会组织”占比较多，其中“金融业”占比最高为 55.6%，“卫生、社会保障和社会福利”占比最低为 27.3%；进行诚信约束采取专项调查或派人实地考察的措施



中，“住宿和餐饮业”“金融业”、“建筑业”占比较多，其中“住宿和餐饮业”占比最高为 56.3%，  
“水利、环境和公共设施管理”占比最低为 25.7%；进行诚信约束采取专项调查或派人实地考察的措施中，“文化、体育和娱乐业”、“批发和零售”、“信息传输、计算机服务和软件业”、  
“电力、燃气及水的生产和供应文化”企业占比较多，其中“信息传输、计算机服务和软件业”  
占比最高为 59.6%，“科学研究、技术服务和地质勘查”占比最低为 33.3%。

表 4.36 不同行业企业进行诚信约束采取的措施

	要求提供 信用报告	建立客户 信用档案	专项调查 或派人实 地考察	建立互 信保障 机制	Base
农、林、牧、渔业	34.4%	37.5%	40.6%	48.4%	64
采矿业	39.5%	30.9%	44.4%	45.7%	81
制造业	44.9%	43.8%	47.2%	48.9%	176
电力、燃气及水的生产和供应	43.5%	38.0%	39.8%	50.9%	108
建筑业	44.6%	43.1%	55.4%	44.6%	65
交通运输、仓储和邮政	43.4%	50.9%	49.1%	34.0%	53
信息传输、计算机服务和软件业	38.6%	47.4%	54.4%	59.6%	57
批发和零售	46.5%	44.2%	53.5%	55.8%	43
住宿和餐饮业	46.9%	46.9%	56.3%	50.0%	32
金融业	48.1%	44.4%	55.6%	40.7%	27
房地产业	50.0%	46.2%	34.6%	50.0%	26
租赁和商务服务	45.0%	40.0%	35.0%	30.0%	20
科学研究、技术服务和地质勘查	29.6%	40.7%	40.7%	33.3%	27
水利、环境和公共设施管理	31.4%	28.6%	25.7%	45.7%	35
居民服务和其他服务	18.4%	31.6%	31.6%	39.5%	38
教育	40.0%	44.0%	40.0%	48.0%	25
卫生、社会保障和社会福利	31.8%	27.3%	31.8%	50.0%	22
文化、体育和娱乐业	9.1%	36.4%	36.4%	54.5%	11
公共管理和社会组织	22.2%	55.6%	33.3%	44.4%	9

从不同性质企业看，进行诚信约束采取要求提供信用报告的措施中，“集体企业”、“私营企业”的企业占比较多，其中“集体企业”占比最高为 46.5%，“外资投资企业”占比最低为 25.0%；进行诚信约束采取建立客户信用档案的措施中，“国有企业”占比较多，比例为 49.5%，

“港、澳、台商投资企业”占比最低为 27.3%；进行诚信约束采取专项调查或派人实地考察的措施中，“国有企业”、“私营企业”占比较多，其中“私营企业”占比最高为 51.7%，“港、澳、台商投资企业”占比最低为 31.8%；进行诚信约束采取专项调查或派人实地考察的措施中，“国有企业”、“外资投资企业”占比较多，其中“外资投资企业”占比最高为 62.5%，“私营企业”、“股份有限公司”占比最低为 42.5%。

表 4.37 不同性质企业进行诚信约束采取的措施

	要求提供 信用报告	建立客户 信用档案	专项调查或派 人实地考察	建立互信 保障机制	Base
国有企业	42.1%	49.5%	51.4%	60.7%	107
集体企业	46.5%	42.4%	43.8%	47.9%	144
有限责任公司	36.9%	39.7%	44.6%	45.8%	325
股份有限公司	37.3%	38.9%	38.3%	42.5%	193
私营企业	45.8%	39.2%	51.7%	42.5%	120
港澳台商投资企业	40.9%	27.3%	31.8%	54.5%	22
外资投资企业	25.0%	37.5%	37.5%	62.5%	8

#### 4.3.3 东西部差异

本节我们探讨企业对合作伙伴诚信需求的地区差异。表 4.38 和表 4.39 显示，无论是企业的看重因素还是诚信约束情况，东部企业比西部企业更重视合作伙伴的诚信状况。虽然东西部企业均最看重合伙企业的业内声誉，但是东部企业对合伙企业的熟悉和信任程度这一因素的重视程度要明显高于西部企业。

表 4.38 不同地域企业选择合作伙伴时最看重的因素

	对合作伙伴的熟悉和信任程度	合作伙伴的业内声誉	合作伙伴的背景及实力	Base
东部	36.1%	49.3%	14.6%	762
西部	19.3%	53.4%	27.3%	238

表 4.39 不同地域企业对合作伙伴的经营行为进行诚信约束情况

	是	否	Base
东部	93.6%	6.4%	762
西部	86.6%	13.4%	238

我们在研究东西部企业诚信建设的时候，发现无论是机构设置还是标语建设，东部地区的诚信建设情况要优于西部地区。而本节我们又发现东部企业更重视合作企业的诚信状况。结合这两个发现，我们认为重视诚信的地区不仅注重自身的诚信建设，也很看重合作伙伴的诚信状况，并试图通过诚信约束改善合作伙伴的诚信状况。

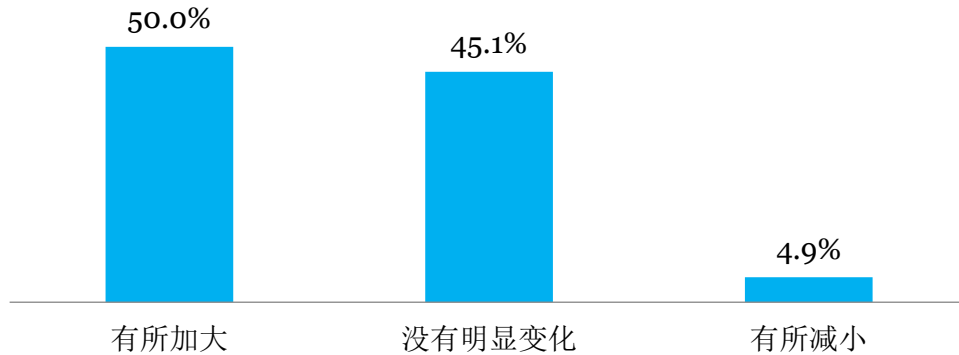
#### 4.4 诚信风险与风险预防

本节我们重点讨论企业所面临的诚信风险以及风险防范。我们首先分析诚信风险的现状；然后将风险现状与诚信建设相结合，提出风险周期的概念并识别出我国目前所处的周期阶段；最后我们分析了各种规避诚信风险的手段。有关 H3 和 H4 的检验也在以下章节给出。

##### 4.4.1 诚信风险现状概述

本次研究发现，50.0%的企业认为当前企业面临的诚信风险较过去有所加大；45.1%的企业认为当前企业面临的诚信风险较过去没有明显变化；仅有 4.9%的企业认为当前企业面临的诚信风险较过去有所减小。

图 4.7 企业对当前诚信风险的看法 (Base : N=1000)



从不同行业看，认为当前企业面临的诚信风险较过去有所加大的企业中，“住宿和餐饮业”占比最高为 66.7%，“居民服务和其他服务”占比最低为 20.0%；认为当前企业面临的诚信风险较过去没有明显变化的企业中，“居民服务和其他服务”、“卫生、社会保障和社会福利”的企业占比较高，其中卫生、社会保障和社会福利占比最高为 77.8%，“住宿和餐饮业”占比最低为 27.3%；认为当前企业面临的诚信风险较过去有所减小的企业中，“金融业”、“教育”企业占比较高，其中“金融业”占比最高为 10.7%。

表 4.40 不同行业企业对当前诚信风险的看法

	有所加大	没有明显变化	有所减小	Base
农、林、牧、渔业	58.0%	39.1%	2.9%	69
采矿业	52.7%	40.7%	6.6%	91
制造业	50.0%	44.1%	5.9%	188
电力、燃气及水的生产和供应	59.7%	34.5%	5.9%	119
建筑业	58.6%	38.6%	2.9%	70
交通运输、仓储和邮政	51.8%	46.4%	1.8%	56
信息传输、计算机服务和软件业	48.3%	45.0%	6.7%	60
批发和零售	42.6%	53.2%	4.3%	47
住宿和餐饮业	66.7%	27.3%	6.1%	33
金融业	46.4%	42.9%	10.7%	28
房地产业	48.1%	48.1%	3.7%	27
租赁和商务服务	40.9%	59.1%	0.0%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	48.4%	48.4%	3.2%	31
水利、环境和公共设施管理	41.7%	52.8%	5.6%	36
居民服务和其他服务	20.0%	77.8%	2.2%	45
教育	48.4%	41.9%	9.7%	31
卫生、社会保障和社会福利	28.0%	72.0%	0.0%	25
文化、体育和娱乐业	38.5%	53.8%	7.7%	13
公共管理和社会组织	55.6%	44.4%	0.0%	9

从不同性质企业看，认为当前企业面临的诚信风险较过去有所加大的企业中，“国有企业”、“外资投资企业”占比较多，其中“外资投资企业”占比最高为 87.5%，“股份有限公司”占比最低为 37.4%；认为当前企业面临的诚信风险较过去没有明显变化的企业中，“股份有限公司”占比最高为 57.7%，“外资投资企业”占比最低为 12.5%；认为当前企业面临的诚信风

险较过去有所减小的企业中，“港、澳、台商投资企业”占比最高为 17.6%，“外资投资企业”占比最低为 0。

表 4.41 不同性质企业对当前诚信风险的看法

	有所加大	没有明显变化	有所减小	Base
国有企业	72.3%	19.6%	8.0%	112
集体企业	59.7%	37.7%	2.6%	154
有限责任公司	48.1%	47.9%	4.0%	349
股份有限公司	37.4%	57.7%	5.0%	222
私营企业	45.0%	48.9%	6.1%	131
港、澳、台商投资企业	41.7%	45.8%	12.5%	24
外资投资企业	87.5%	12.5%	0.0%	8

#### 4.4.2 诚信风险周期

本节，我们通过总结一些变量之间的关联性来构造诚信风险周期，并通过诚信风险和诚信建设的相关性识别出我国目前所处的周期位置。

##### 一、周期构建

我们的起始点是企业对诚信风险的感知。一般而言，企业对诚信风险的认知可以来源于自身的经历，也可以来源于外界信息。我们需要知道那种因素起到决定性作用。这也是我们要检验的假设 3。H3：企业根据自身经历而非周边情况判断社会的诚信风险。我们的数据支持 H3 的判断。在以往交易中遭受过失信现象的企业大多认为诚信风险有所加大，只有 2.77% 的认为风险有所减小；而未遭受过失信现象的企业，虽然可以通过外界信息（其它企业的失信经历）来感知风险，但结果却是大多数企业认为诚信风险没有变化甚至变小了。

表 4.42 失信遭遇与风险感知

	有所加大	没有明显变化	有所减小
遭受过失信现象	55.13%	42.1%	2.77%
未遭受失信现象	25.15%	59.65%	15.2%

接下来，我们认为当企业经历了失信现象，觉察到诚信风险变大后，企业也会相应的增加对诚信的重视程度，其中的一个表现就是加强自身的诚信建设。这也是我们的 H4，企业觉察到诚信风险增加后会加大诚信建设的力度。我们通过企业的诚信建设情况以及企业对诚信风险的感知情况证实了该假设。

我们根据诚信感知的不同将企业分类，并统计每个类别下的企业的诚信建设情况。具体结果见表 4.43。统计数据呈现出一定的规律性，认为诚信风险变大的企业对诚信建设的重视度也越高，大多设有专门的诚信机构；反之，认为诚信风险变小那组企业的诚信建设度较差，仅 26.36%的企业设有专门诚信机构，有 10.91%的企业没有任何人员和机构。因此，我们认为诚信风险和诚信建设度有一定的正相关性。

表 4.43 诚信风险感知与企业诚信建设

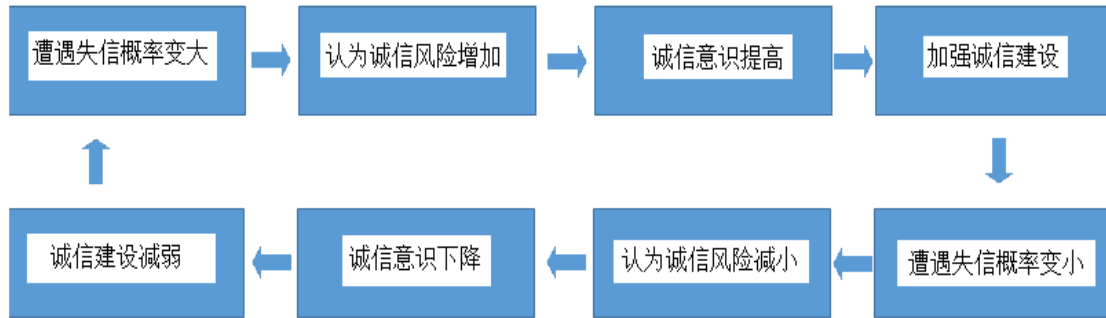
	设有专门诚信机构	有相关部门代管	没有负责人员和机构
有所加大	67.97%	27.86%	4.18%
没有明显变化	42.75%	53.11%	4.14%
有所减小	26.36%	62.73%	10.91%

在风险变大，带动企业诚信建设后，企业的这一行为最终会改善社会的诚信状况（H1，H2）。当社会的诚信状况变好，那么企业遭受到失信的情况就下降，而表 4.42 显示没有遭受失信行为的企业会认为社会的诚信风险下降，而表 4.43 表明，此时企业就会忽视诚信建设。我们在 4.2 节讨论过，忽视诚信建设会让企业的失信行为增加。最终社会又会落入失信



行为增加的过程。这也是我们所构造的诚信周期的起始点，失信行为让企业觉得诚信风险增大，然后开始新一轮的循环。

图 4.8 诚信风险周期图



## 二、周期阶段识别

值得一提的是在这个周期中，我们会观测到诚信建设和社会诚信风险的两种关联性。一种是风险增加带动诚信建设，在这个过程中我们看到两者的正相关性；另一种是诚信建设改善诚信风险，在这个过程中我们看到的是两者的负相关性。因此，我们可以通过诚信建设和诚信风险的相关性判断我国目前所处在诚信周期的阶段。我们的调研数据显示，目前这两个变量之间呈现出正相关性（表 4.43），所以我国现阶段处于周期图的上半部分。诚信风险的加大引起企业重视度的提高，但是企业的诚信建设尚未明显改善诚信风险。

## 三、东西部差距

我们按照诚信周期图对东西部地区进行差异化分析。首先，从两地企业遭遇的失信现象来看，虽然东部企业遭遇失信现象的比例略高于西部企业，但是两者的差别并不是很大。因此，我们认为东西部地区真是的诚信状况没有太大区别。

表 4.44 不同地域企业遭遇失信现象情况

	是	否	Base
东部	83.2%	16.8%	762
西部	81.9%	18.1%	238

然而，基于类似的失信情况，东西部地区企业对风险的感知却存在一定的差异性。表 4.45 显示东部地区有超过一半的企业认为诚信风险有所加大，而西部企业只有 32.8%。此外西部企业认为风险有所减小的比例也超过东部企业的两倍。此外表 4.46 显示东部地区的诚信建设情况明显好于西部地区。基于类似的失信现象，不同的风险认知度和诚信建设情况，以及前文得出的我国目前所处于诚信风险图的上半部分，我们认为东部地区的企业对诚信风险的认知及重视程度要高于西部地区，从而带来东部地区更强的诚信建设力度。而西部地区的失信现象的普遍性虽然和东部地区类似，但是并没有引起西部地区足够的重视，西部地区的企业对诚信风险的认知能力较弱，从而导致西部地区的诚信建设力度不如东部地区强。

表 4.45 不同地域企业对当前诚信风险的看法

	有所加大	没有明显变化	有所减小	Base
东部	55.4%	40.7%	3.9%	762
西部	32.8%	59.2%	8.0%	238

表 4.46 不同地域企业是否设有专门从事诚信管理工作的人员和部门情况

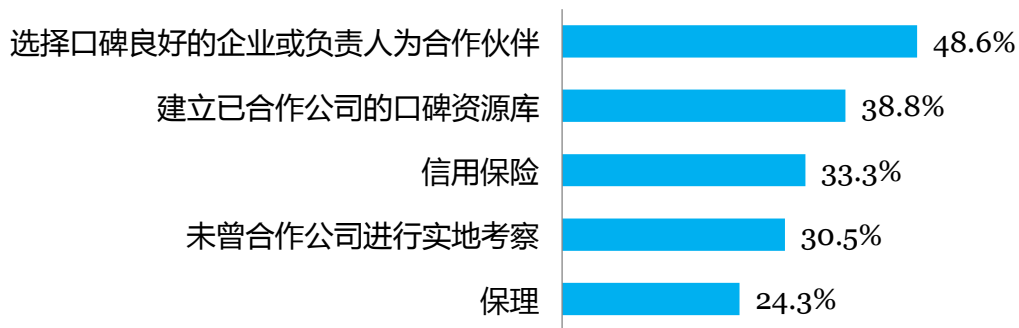
	设有专门的诚信建设管理机构	有相关部门代管	没有负责人员和机构	Base
东部	40.0%	51.0%	8.9%	762
西部	22.7%	59.7%	17.6%	238

#### 4.4.3 诚信风险的规避

##### 一、规避诚信风险的手段

本次研究发现，企业规避诚信风险主要通过“选择口碑良好的企业或负责人为合作伙伴”及“建立已合作公司的口碑资源库”，占比分别为 48.6%、38.9%；仅有 24.3%的企业会选择保理。

图 4.9 企业规避诚信风险的主要手段（Base：N=1000）



从不同行业看，企业选择口碑良好的企业或负责人为合作伙伴作为规避诚信风险的主要手段中，“采矿业”、“交通运输、仓储和邮政”、“信息传输、计算机服务和软件业”、“批发和零售”、“金融业”、“房地产业”、“租赁和商务服务”、“水利、环境和公共设施管理”占比较高，其中“交通运输、仓储和邮政”占比最高为 60.7%，“文化、体育和娱乐业”占比最低为 23.1%；选择建立已合作公司的口碑资源库作为规避诚信风险的主要手段中，“金融业”、“文化、体育和娱乐业”、“公共管理和社会组织”占比较高，其中“文化、体育和娱乐业”占比最高为 61.5%，“采矿业”占比最低为 24.2%；选择未曾合作公司进行实地考察作为规避诚信风险的主要手段中，“采矿业”、“批发和零售”、“建筑业”占比较高，其中“建筑业”占比最高为 38.6%，“公共管理和社会组织”占比最低为 11.1%；选择信用保险作为规避诚信风险的主要

手段中，“建筑业”、“信息传输、软件和信息技术服务业”、“住宿和餐饮业”、“公共管理和社会组织”占比较高，其中“公共管理和社会组织”占比最高为 50.0%，“科学研究、技术服务和地质勘查”占比最低为 12.9%；选择保理作为规避诚信风险的主要手段中，“交通运输、仓储和邮政”、“住宿和餐饮业”、“租赁和商务服务”占比较高，其中“租赁和商务服务”占比最多均为 40.9%，“公共管理和社会组织”占比最低为 11.1%。

表 4.47 不同行业企业规避诚信风险的主要手段

	选择口碑良好的企业或负责人为合作伙伴	建立已合作公司的口碑资源库	未曾合作公司进行实地考察	信用保险	保理	Base
农、林、牧、渔业	49.3%	40.6%	26.1%	33.3%	17.4%	69
采矿业	51.6%	24.2%	37.4%	27.5%	22.0%	91
制造业	46.8%	42.0%	32.4%	35.1%	25.0%	188
电力、燃气及水的生产和供应	46.2%	37.0%	32.8%	35.3%	30.3%	119
建筑业	52.9%	35.7%	38.6%	40.0%	22.9%	70
交通运输、仓储和邮政	60.7%	42.9%	32.1%	33.9%	30.4%	56
信息传输、计算机服务和软件业	56.7%	43.3%	28.3%	50.0%	26.7%	60
批发和零售	57.4%	40.4%	38.3%	31.9%	29.8%	47
住宿和餐饮业	42.4%	42.4%	33.3%	45.5%	30.3%	33
金融业	53.6%	50.0%	21.4%	32.1%	17.9%	28
房地产业	59.3%	44.4%	22.2%	29.6%	11.1%	27
租赁和商务服务	59.1%	31.8%	13.6%	31.8%	40.9%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	35.5%	48.4%	32.3%	12.9%	16.1%	31

水利、环境和公共设施管理	50.0%	25.0%	25.0%	19.4%	27.8%	36
居民服务和其他服务业	35.6%	35.6%	24.4%	20.0%	15.6%	45
教育	41.9%	32.3%	32.3%	32.3%	19.4%	31
卫生、社会保障和社会福利	32.0%	44.0%	16.0%	28.0%	24.0%	25
文化、体育和娱乐业	23.1%	61.5%	15.4%	30.8%	23.1%	13
公共管理和社会组织	33.3%	55.6%	11.1%	55.6%	11.1%	9

从不同性质企业看，“外资投资企业”规避诚信风险的主要手段中“建立已合作公司的口碑资源库”占比最高为 75.0%；其他企业均最重视“选择口碑良好的企业或负责人为合作伙伴”。

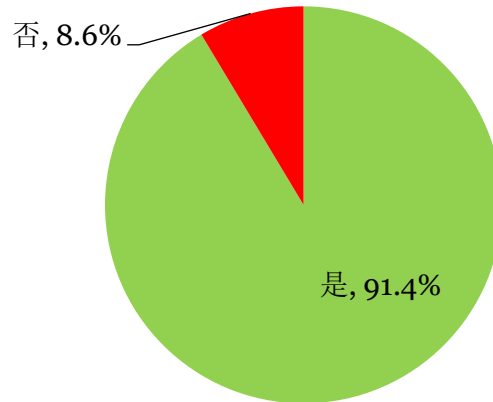
表 4.48 不同性质企业规避诚信风险的主要手段

	选择口碑良好的企业或负责人为合作伙伴	建立已合作公司的口碑资源库	未曾合作公司进行实地考察	信用保险	保理	Base
国有企业	58.9%	48.2%	34.8%	42.9%	31.3%	112
集体企业	47.4%	45.5%	32.5%	33.8%	26.6%	154
有限责任公司	48.7%	37.5%	30.9%	32.4%	22.6%	349
股份有限公司	41.9%	33.3%	27.0%	30.6%	23.0%	222
私营企业	51.9%	32.1%	29.0%	32.8%	23.7%	131
港、澳、台商投资企业	54.2%	45.8%	33.3%	25.0%	20.8%	24
外资投资企业	37.5%	75.0%	25.0%	37.5%	12.5%	8

## 二、项目预防措施

此外，涉及到具体项目的时候，为了避免合作伙伴的失信行为，大部分企业会采取一定的预防措施。我们的数据显示，91.4%的企业在针对某项具体的合作项目时采取预防措施。

图 4.9 企业针对具体项目采取预防措施情况 (Base : N=1000)



从不同行业看，企业针对具体项目采取预防措施中，“信息传输、计算机服务和软件业”占该行业比例最高为 96.7%；“租赁和商务服务”占该行业比例最低为 77.3%。

表 4.49 不同行业企业针对具体项目采取预防措施情况

	是	否	Base
农、林、牧、渔业	91.3%	8.7%	69
采矿业	92.3%	7.7%	91
制造业	90.4%	9.6%	188
电力、燃气及水的生产和供应	94.1%	5.9%	119
建筑业	94.3%	5.7%	70
交通运输、仓储和邮政	96.4%	3.6%	56
信息传输、计算机服务和软件业	96.7%	3.3%	60
批发和零售	93.6%	6.4%	47
住宿和餐饮业	90.9%	9.1%	33
金融业	92.9%	7.1%	28
房地产业	92.6%	7.4%	27
租赁和商务服务	77.3%	22.7%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	80.6%	19.4%	31
水利、环境和公共设施管理	88.9%	11.1%	36
居民服务和其他服务	82.2%	17.8%	45
教育	87.1%	12.9%	31
卫生、社会保障和社会福利	96.0%	4.0%	25
文化、体育和娱乐业	92.3%	7.7%	13
公共管理和社会组织	88.9%	11.1%	9

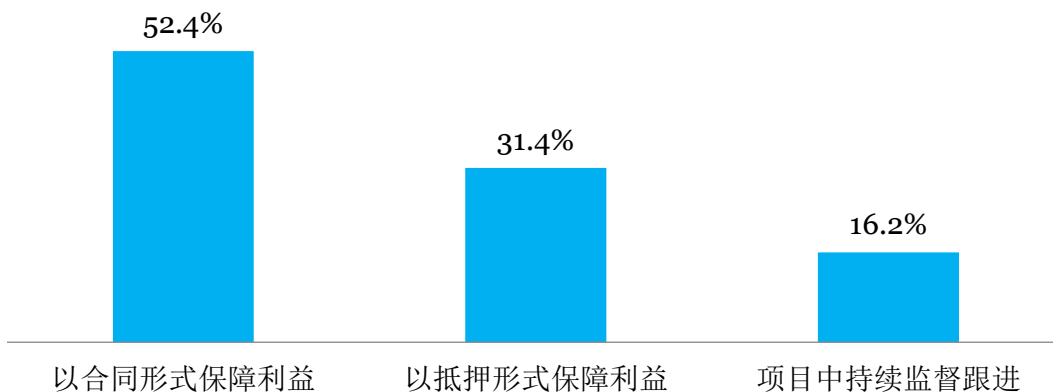
本次研究发现，不同性质企业针对具体项目采取预防措施中，“外商投资企业”占该性质企业比例最高为 100%；“港、澳、台商投资企业”占该性质企业比例最低为 79.2%。

表 4.50 不同性质企业针对具体项目采取预防措施情况

	是	否	Base
国有企业	96.4%	3.6%	112
集体企业	94.2%	5.8%	154
有限责任公司	92.6%	7.4%	349
股份有限公司	85.6%	14.4%	222
私营企业	92.4%	7.6%	131
港、澳、台商投资企业	79.2%	20.8%	24
外商投资企业	100.0%	0.0%	8

至于预防的具体措施，我们发现，在针对具体项目采取预防措施的企业中，52.4%的企业认为以合同形式保障利益是最有效的预防措施，占比最高。

图 4.10 预防损失的有效措施（Base：N=914）

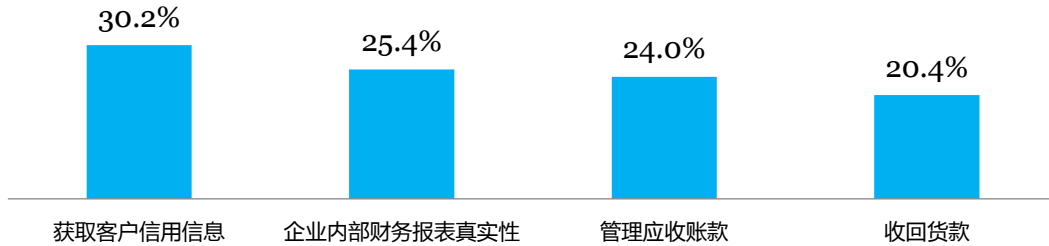


### 三、规避诚信风险的难点

本次研究发现，企业诚信风控过程中，30.2%的企业认为最困难的环节是获取客户信用信息，占比较高；其次为企业内部财务报表真实性，占比 25.4%；管理应收账款收回货款占比最低为 20.4%。



图 4.11 企业诚信风控情况 (Base : N=1000)



从不同行业看，企业风控过程中认为最困难的环节是获取客户信用信息的企业中，“公共管理和社会组织”占比最高为 44.4%，“文化、体育和娱乐业”占比最少为 7.7%；企业风控过程中认为最困难的环节是企业内部财务报表真实性的企业中，“教育”占比最高为 41.9%，“房地产业”占比最少为 7.4%；企业风控过程中认为最困难的环节是管理应收账款的企业中，“房地产业”占比最高为 33.3%，“居民服务和其他服务”占比最少为 13.3%；企业风控过程中认为最困难的环节是收回货款的企业中，“卫生、社会保障和社会福利”占比最高为 36.0%，“租赁和商务服务”占比最少为 13.6%。

表 4.51 不同行业企业诚信风控情况

	获取客户 信用信息	企业内部 财务报表 真实性	管理应 收账款	收回货款	Base
农、林、牧、渔业	15.9%	27.5%	21.7%	34.8%	69
采矿业	39.6%	17.6%	23.1%	19.8%	91
制造业	27.1%	31.4%	27.7%	13.8%	188
电力、燃气及水的生产和供应	34.5%	24.4%	20.2%	21.0%	119
建筑业	22.9%	31.4%	25.7%	20.0%	70
交通运输、仓储和邮政	39.3%	23.2%	19.6%	17.9%	56
信息传输、计算机服务和软件业	31.7%	21.7%	21.7%	25.0%	60
批发和零售	25.5%	29.8%	29.8%	14.9%	47
住宿和餐饮业	39.4%	15.2%	30.3%	15.2%	33
金融业	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	28
房地产业	33.3%	7.4%	33.3%	25.9%	27
租赁和商务服务	31.8%	22.7%	31.8%	13.6%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	35.5%	22.6%	25.8%	16.1%	31
水利、环境和公共设施管理	30.6%	19.4%	27.8%	22.2%	36
居民服务和其他服务	42.2%	17.8%	13.3%	26.7%	45
教育	19.4%	41.9%	22.6%	16.1%	31
卫生、社会保障和社会福利	24.0%	28.0%	12.0%	36.0%	25
文化、体育和娱乐业	7.7%	38.5%	23.1%	30.8%	13
公共管理和社会组织	44.4%	33.3%	22.2%	0.0%	9

从不同企业性质看，企业风控过程中认为最困难的环节是获取客户信用信息的企业中，“集体企业”占比最高为 31.8%，“外资投资企业”占比最少为 25.0%；企业风控过程中认为最

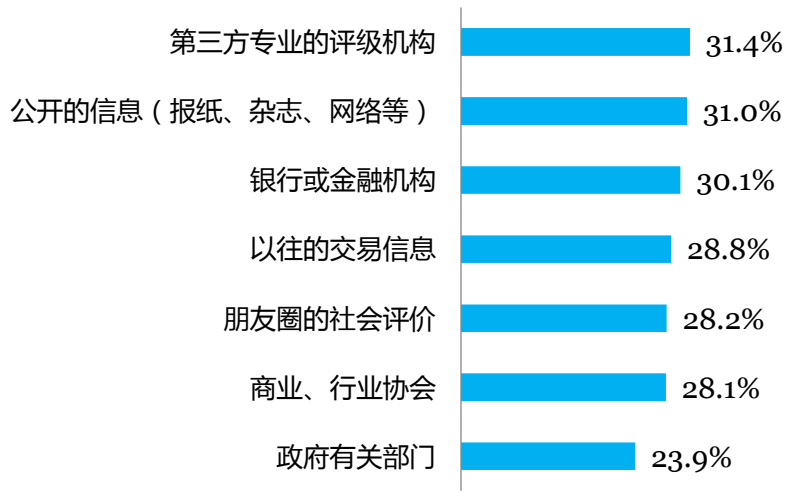
困难的环节是企业内部财务报表真实性的企业中，“外资投资企业”占比最高为**50.0%**，“有限责任公司”占比最少为**20.1%**；企业风控过程中认为最困难的环节是管理应收账款的企业中，“港、澳、台商投资企业”占比最高为**29.2%**，“外资投资企业”占比最少为**12.5%**；企业风控过程中认为最困难的环节是收回货款的企业中，“私营企业”占比最高为**23.7%**，“外资投资企业”占比最少为**12.5%**。

表 4.52 不同性质企业诚信风控情况

	获取客户信用信息	企业内部财务报表真实性	管理应收账款	收回货款	Base
国有企业	30.4%	25.9%	24.1%	19.6%	112
集体企业	31.8%	22.1%	24.7%	21.4%	154
有限责任公司	31.2%	24.6%	24.9%	19.2%	349
股份有限公司	27.5%	29.7%	21.6%	21.2%	222
私营企业	30.5%	21.4%	24.4%	23.7%	131
港、澳、台商投资企业	29.2%	29.2%	29.2%	12.5%	24
外资投资企业	25.0%	50.0%	12.5%	12.5%	8

在众多选项中，获取客户信用信息成为广大企业公认的难点，这与我国尚不成熟的征信体系有关。就目前而言，企业获取信息的渠道比较分散。本次研究发现，在公司了解客户诚信状况的信息来源中，不同企业所采取的方式差异不大，从而缺乏一个正规可靠的信息来源。虽然通过第三方专业的评级机构渠道了解企业占比最多，但也仅为**31.4%**，并没有显著优于其它渠道。

图 4.12 公司了解客户诚信状况的信息来源 (Base : N=1000)



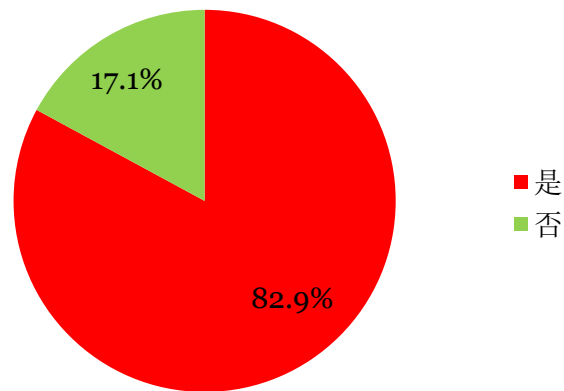
#### 4.5 企业针对失信采取的措施

##### 4.5.1 企业曾遭遇的失信现象及应对

###### 一、失信现象数据描述

虽然在 4.4 节讨论失信行为与诚信风险的认知度时，我们已经使用过失信行为的有关数据，但是当时并没有对该数据进行具体描述。我们的调研发现，82.9%的企业表示遭遇过失信现象，比例相对较高。

图 4.13 企业遭遇失信现象情况 (Base : N=1000)



就行业来看，不同行业企业遭遇失信现象中，“房地产业”、“水利、环境和公共设施管

理”、“科学研究、技术服务和地质勘查”占该行业比例较高，其中“房地产业”占比最高为96.3%；“金融业”占该行业比例最低为67.9%。

表 4.53 不同行业企业企业遭遇失信现象情况

	是	否	Base
农、林、牧、渔业	79.7%	20.3%	69
采矿业	86.8%	13.2%	91
制造业	83.5%	16.5%	188
电力、燃气及水的生产和供应	82.4%	17.6%	119
建筑业	85.7%	14.3%	70
交通运输、仓储和邮政	80.4%	19.6%	56
信息传输、计算机服务和软件业	80.0%	20.0%	60
批发和零售	74.5%	25.5%	47
住宿和餐饮业	87.9%	12.1%	33
金融业	67.9%	32.1%	28
房地产业	96.3%	3.7%	27
租赁和商务服务	77.3%	22.7%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	90.3%	9.7%	31
水利、环境和公共设施管理	94.4%	5.6%	36
居民服务和其他服务	73.3%	26.7%	45
教育	87.1%	12.9%	31
卫生、社会保障和社会福利	84.0%	16.0%	25
文化、体育和娱乐业	84.6%	15.4%	13
公共管理和社会组织	77.8%	22.2%	9

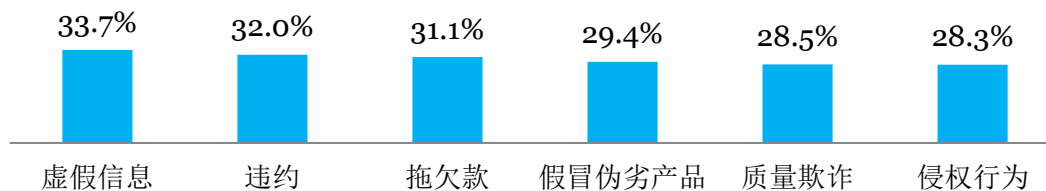
从不同性质企业看，企业遭遇失信现象中，“集体企业”占该性质企业比例最高为88.3%；“港、澳、台商投资企业”占该性质企业比例最低为70.8%。

表 4.54 不同性质企业对合作伙伴的经营行为进行诚信约束情况

	是	否	Base
国有企业	80.4%	19.6%	112
集体企业	88.3%	11.7%	154
有限责任公司	85.1%	14.9%	349
股份有限公司	79.7%	20.3%	222
私营企业	80.2%	19.8%	131
港、澳、台商投资企业	70.8%	29.2%	24
外商投资企业	87.5%	12.5%	8

而企业面临最多的失信行为是虚假信息，占比 33.7%；质量欺诈及侵权行为较少，占比分别为 28.5%及 28.3%。总体上看，各项失信行为均有涉及，差别不是很大。

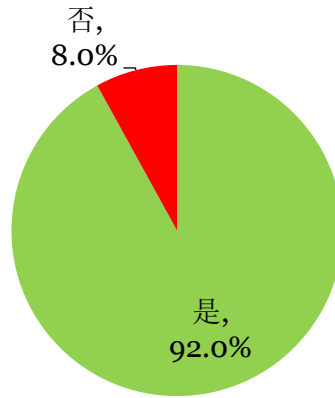
图 4.14 企业面临的主要失信行为（Base：N=829）



## 二、企业遭遇失信后的应对

既然失信行为经常发生，那么企业在遭受失信行为后，会如何应对呢？我们的数据显示，92.0%的企业在遭遇失信损失后会采取相关措施。

图 4.15 企业遭遇失信损失采取相关措施情况 (Base : N=1000)



从不同行业看，企业遭遇失信后会损失采取相关措施中，“文化、体育和娱乐业”占该行业比例最高为 100.0%；“居民服务和其他服务”占比最低，但仍然高达 80.0%。

表 4.55 不同行业企业遭遇失信损失采取相关措施情况

	是	否	Base
农、林、牧、渔业	88.4%	11.6%	69
采矿业	94.5%	5.5%	91
制造业	93.6%	6.4%	188
电力、燃气及水的生产和供应	95.8%	4.2%	119
建筑业	97.1%	2.9%	70
交通运输、仓储和邮政	91.1%	8.9%	56
信息传输、计算机服务和软件业	96.7%	3.3%	60
批发和零售	91.5%	8.5%	47
住宿和餐饮业	90.9%	9.1%	33
金融业	92.9%	7.1%	28
房地产业	96.3%	3.7%	27
租赁和商务服务	81.8%	18.2%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	87.1%	12.9%	31
水利、环境和公共设施管理	83.3%	16.7%	36
居民服务和其他服务	80.0%	20.0%	45
教育	83.9%	16.1%	31
卫生、社会保障和社会福利	92.0%	8.0%	25
文化、体育和娱乐业	100.0%	0.0%	13
公共管理和社会组织	88.9%	11.1%	9

从不同性质企业看，企业遭遇失信后会损失采取相关措施中，“外商投资企业”占该性质企业比例最高为 100.0%；“有限责任公司”占该性质企业比例最低为 89.7%。



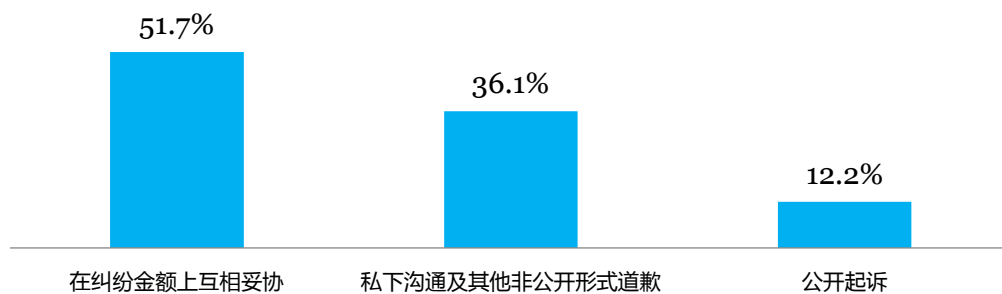
表 4.56 不同性质企业遭遇失信损失采取相关措施情况

	是	否	Base
国有企业	98.2%	1.8%	112
集体企业	93.5%	6.5%	154
有限责任公司	89.7%	10.3%	349
股份有限公司	90.1%	9.9%	222
私营企业	93.1%	6.9%	131
港、澳、台商投资企业	95.8%	4.2%	24
外商投资企业	100.0%	0.0%	8

### 三、应对措施比较

至于企业在遭受失信行为后，会采取什么样的应对措施，我们发现，51.7%的企业认为在纠纷金额上互相妥协是减少损失采取的最为有效的措施，占比最高；只有 12.2%的企业认为公开起诉最为有效的措施，占比最低。

图 4.16 企业减少损失采取的最有效措施（Base：N=920）



从不同行业看，企业认为私下沟通及其他非公开形式道歉是减少损失采取的最为有效的措施中，“农、林、牧、渔业”占比最高为 59.0%，“卫生、社会保障和社会福利”占比最低为 8.7%；认为在纠纷金额上互相妥协是减少损失采取的最为有效的措施中，“文化、体

育和娱乐业”占比最高为 84.6%，“农、林、牧、渔业”占比最低为 37.7%；认为公开起诉是减少损失采取的最为有效的措施中，“房地产”占比最高为 19.2%，“文化、体育和娱乐业”占比最低为 0.0%。

表 4.57 不同行业企业减少损失采取的最有效措施

	私下沟通及其他非公开形式道歉	在纠纷金额上互相妥协	公开起诉	Base
农、林、牧、渔业	59.0%	37.7%	3.3%	61
采矿业	38.4%	48.8%	12.8%	86
制造业	35.2%	51.7%	13.1%	176
电力、燃气及水的生产和供应	45.6%	38.6%	15.8%	114
建筑业	32.4%	51.5%	16.2%	68
交通运输、仓储和邮政	39.2%	51.0%	9.8%	51
信息传输、计算机服务和软件业	39.7%	41.4%	19.0%	58
批发和零售	41.9%	48.8%	9.3%	43
住宿和餐饮业	43.3%	53.3%	3.3%	30
金融业	19.2%	57.7%	23.1%	26
房地产业	26.9%	53.8%	19.2%	26
租赁和商务服务	38.9%	50.0%	11.1%	18
科学研究、技术服务和地质勘查	14.8%	70.4%	14.8%	27
水利、环境和公共设施管理	36.7%	56.7%	6.7%	30
居民服务和其他服务	19.4%	72.2%	8.3%	36
教育	19.2%	76.9%	3.8%	26
卫生、社会保障和社会福利	8.7%	82.6%	8.7%	23
文化、体育和娱乐业	15.4%	84.6%	0.0%	13
公共管理和社会组织	37.5%	50.0%	12.5%	8

从不同性质企业看，企业认为私下沟通及其他非公开形式道歉是减少损失采取的最为有效的措施中，“国有企业”占比最高为 62.7%，“港、澳、台商投资企业”占比最低为 21.7%；认为在纠纷金额上互相妥协是减少损失采取的最为有效的措施中，“港、澳、台商投资企业”占比最高为 60.9%，“国有企业”占比最低为 23.6%；认为公开起诉是减少损失采取的最为有效的措施中，“港、澳、台商投资企业”占比最高为 17.4%，“外商投资企业”占比最低为 0。

表 4.58 不同性质企业减少损失采取的最有效措施

	私下沟通及其他 非公开形式道歉	在纠纷金额上 互相妥协	公开起诉	Base
国有企业	62.7%	23.6%	13.6%	110
集体企业	42.4%	50.7%	6.9%	144
有限责任公司	31.9%	57.8%	10.2%	313
股份有限公司	23.5%	57.5%	19.0%	200
私营企业	36.9%	52.5%	10.7%	122
港、澳、台商投资企业	21.7%	60.9%	17.4%	23
外商投资企业	62.5%	37.5%	0.0%	8

这里的发现表明企业大多认为公开起诉不是一个有效的方式，而相互妥协则更为有效。而且越是重视诚信建设的企业越不看好公开起诉，反而是没有任何诚信建设的企业较为看重公开起诉。我们的统计数据显示，在设有专门诚信机构的企业中，只有 10% 的认为公开起诉是最有效的方式；而没有任何负责人员和机构的企业中有 26.51% 认为公开起诉是最有效的方式。

表 4.59 诚信建设度与有效措施选择

	私下沟通及其他非公开形式道歉	在纠纷金额上互相妥协	公开起诉
设有专门诚信机构	54%	36%	10%
有相关部门代管	25.67%	63.04%	11.29%
没有负责人员和机构	21.69%	51.81%	26.51%

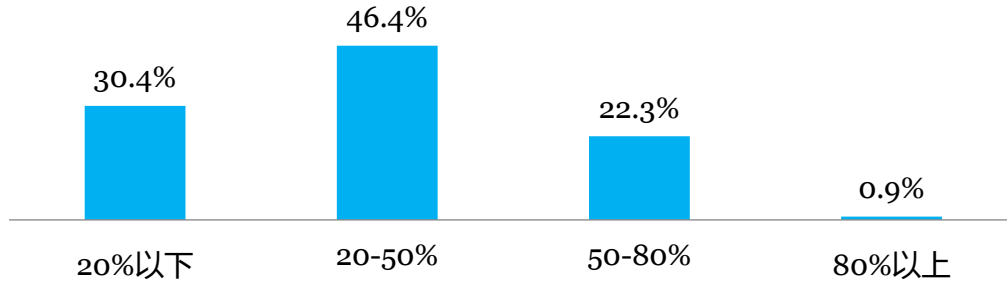
为了更进一步地理解企业的选择，我们比较了各类途径对损失的挽回情况。具体数字见表 4.60。

表 4.60 失信损失挽回情况

	私下沟通及其他非公开形式道歉	在纠纷金额上互相妥协	公开起诉
不能挽回任何损失	13.6%	1.7%	5.4%
挽回 20%以下损失	50.6%	37%	50%
挽回 20%~50%损失	24.5%	50%	25.9%
挽回 50%~80%损失	6.6%	10.1%	11.6%
挽回 80%以上损失	4.8%	1.3%	7.1%

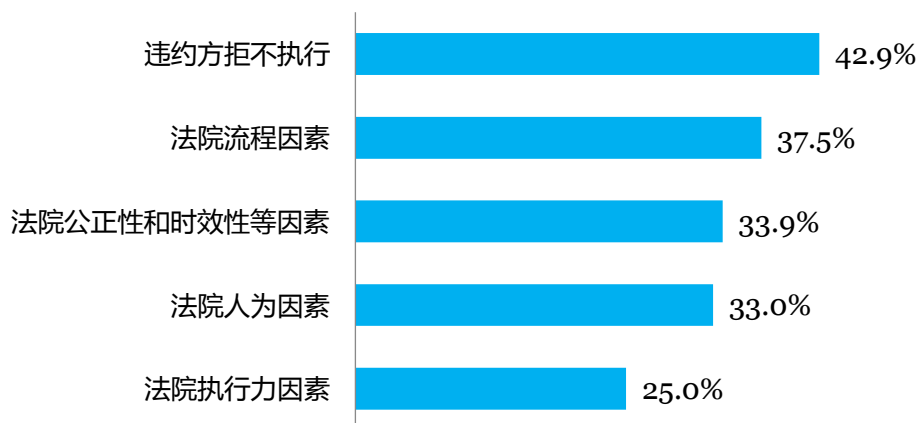
这里有两点需要注意的地方，首先公开起诉能挽回 50%以上损失的比例是最高的，达到 18.7%，而其它两项措施只有 11.4%。既然如此，为什么企业在面临失信行为时不认为公开诉讼最有效？而且越重视诚信建设的企业越持有这种观点？我们发现这和公开诉讼的费用过高有关。数据显示，在通过公开起诉挽回的失信损失中，花费成本占总成本大多集中在 20-50%的区间，占比为 46.4%；仅不到 1/3 的企业的公开起诉成本占纠纷金额的 20%以下；有小部分甚至达到了 80%以上。过高的诉讼费用，是企业不愿意选择公开起诉的重要原因。

图 4.17 公开起诉成本占纠纷总金额比例 (Base : N=112)



其次，即便选择公开起诉，仍有 5.4% 的企业不能挽回任何损失，这一比例高于在纠纷金额上互相妥协的 1.7%。该比例过高也是企业不推崇公开起诉的原因。更进一步的数据显示，在公开起诉不能挽回损失的原因中，违约方拒不执行占比最高为 42.9%。拒不执行的高比例也说明为什么大多数企业会认为公开诉讼效果不大。在法制不健全，企业法律意识淡薄的前提下，公开诉讼反倒会引起对方企业的厌恶，造成对方拒不执行，倒不如私下协调解决更有效果。

图 4.18 公开起诉不能挽回损失原因 (Base : N=112)

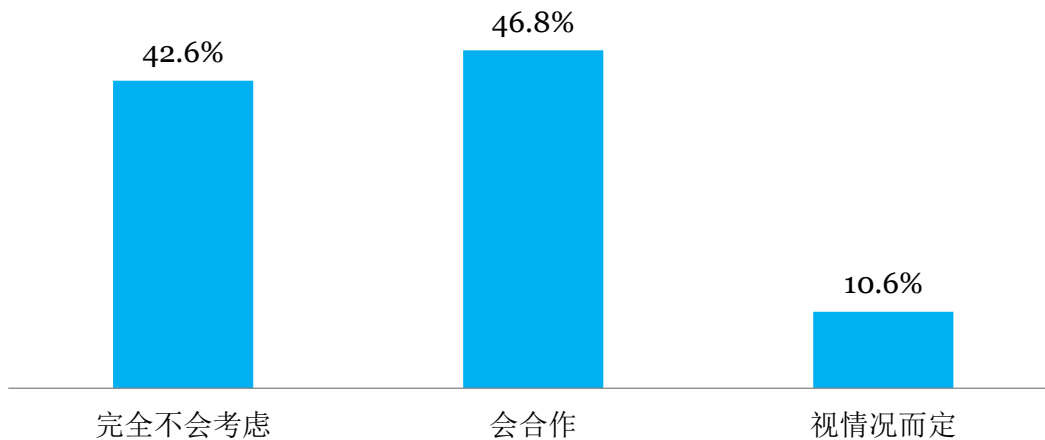


#### 4.5.2 企业对有过失信记录企业的合作态度

##### 一、数据描述

本次研究发现，**42.6%**的企业完全不会考虑与存在诚信问题企业合作，有**46.8%**的企业会与存在诚信问题企业合作，另外**10.6%**的企业表示会视情况而定。愿意合作的企业比例竟然超过了完全不考虑的比例。

图 4.19 企业对选择与存在诚信问题企业合作的看法（Base：N=1000）



从不同行业看，企业完全不会考虑选择与存在诚信问题企业合作中，“房地产业”占比最高为**70.4%**，“教育”占比最低为**25.8%**；会选择与存在诚信问题企业合作中，“教育”占比最高为**67.7%**，“公共管理和社会组织”占比最低为**11.1%**；视情况选择与存在诚信问题企业合作中，“公共管理和社会组织”占比最高为**33.3%**。

表 4.61 不同行业企业对选择与存在诚信问题企业合作的看法

	完全不会考虑	会合作	视情况而定	Base
农、林、牧、渔业	65.2%	26.1%	8.7%	69
采矿业	35.2%	54.9%	9.9%	91
制造业	40.4%	45.7%	13.8%	188
电力、燃气及水的生产和供应	42.9%	51.3%	5.9%	119
建筑业	34.3%	54.3%	11.4%	70
交通运输、仓储和邮政	46.4%	46.4%	7.1%	56
信息传输、计算机服务和软件业	43.3%	40.0%	16.7%	60
批发和零售	31.9%	51.1%	17.0%	47
住宿和餐饮业	39.4%	45.5%	15.2%	33
金融业	35.7%	46.4%	17.9%	28
房地产业	70.4%	29.6%	0.0%	27
租赁和商务服务	31.8%	45.5%	22.7%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	35.5%	64.5%	0.0%	31
水利、环境和公共设施管理	38.9%	52.8%	8.3%	36
居民服务和其他服务	51.1%	44.4%	4.4%	45
教育	25.8%	67.7%	6.5%	31
卫生、社会保障和社会福利	56.0%	32.0%	12.0%	25
文化、体育和娱乐业	53.8%	46.2%	0.0%	13
公共管理和社会组织	55.6%	11.1%	33.3%	9

从不同性质企业看，完全不会考虑选择与存在诚信问题企业合作中，“国有企业”占比最高为 58.0%，“有限责任公司”占比最低为 36.7%；会选择与存在诚信问题企业合作中，“外商投资企业”占比最高为 62.5%，“国有企业”占比最低为 29.5%；视情况选择与存在诚信问题企业合作中，“港、澳、台商投资企业”占比最高为 13.7%。

表 4.62 不同性质企业对选择与存在诚信问题企业合作的看法

	完全不会考虑	会合作	视情况而定	Base
国有企业	58.0%	29.5%	12.5%	112
集体企业	51.3%	39.0%	9.7%	154
有限责任公司	36.7%	53.3%	10.0%	349
股份有限公司	37.4%	52.3%	10.4%	222
私营企业	44.3%	42.0%	13.7%	131
港、澳、台商投资企业	41.7%	54.2%	4.2%	24
外商投资企业	37.5%	62.5%	0.0%	8

大多数企业会选择和存在诚信问题的企业合作，这个结果看似有悖我们的常理，需要我们给出进一步分析。

## 二、从诚信建设程度看合作选择

本节我们考虑诚信建设会不会改变企业的合作选择。我们的假设是，重视诚信建设的企业应该更重视诚信。因此这类企业和存在诚信问题的企业合作意愿不强；反之，不重视诚信建设的企业会更愿意和有问题的企业合作。

表 4.63 统计了各类企业选项的百分比，统计结果并不违背我们的假设。所有企业中，设有专门诚信机构的企业完全不考虑问题企业的比例最大；诚信建设较差的企业更愿意和问题企业合作，但是没有负责人员和机构的企业对问题企业的厌恶度却小于有相关部门代管的企业。此外，数据显示即使是诚信建设度最高的企业，完全不考虑有诚信问题的企业的比例也仅为 52.65%，刚超过一半。



表 4.63 企业诚信建设度与合作意向

	完全不会考虑	会合作	视情况而定
设有专门诚信机构	52.65%	35.1%	12.26%
有相关部门代管	36.53%	55.93%	7.53%
没有负责人员和机构	39.09%	40.91%	20%

我们认为导致大多数企业仍然选择存在诚信问题的企业作为合作伙伴的原因有以下几个：首先，存在诚信问题的企业太多，企业可以选择的样本受限。这个和我们前文发现的我国处于诚信周期图的上半部分相一致，诚信问题已经引起了社会的广泛关注，但是社会的关注尚未带来诚信问题的根本解决；其次，在选择样本受限的情况下，企业只能通过诚信约束来避免可能遇到的诚信问题。这也和前文的发现相一致，超过 90%的企业会对合作伙伴进行诚信约束。

#### 4.5.3 东西部差异

在诚信问题发生后，东西部企业的应对措施没有显著的区别。绝大多数企业都会采取相关措施，东部企业的比例略高于西部企业。东西部企业均大都认为在金额上互相妥协是最有效的方法，而公开起诉的效果最差。最后，在是否选择与存在诚信问题企业合作的看法上，东西部地区的企业选择也没有太大区别，认为会合作的比例略高于不会合作的比例。

表 4.64 不同地域企业遭遇失信损失采取相关措施情况

	是	否	Base
东部	94.0%	6.0%	762
西部	85.7%	14.3%	238

表 4.65 不同地域企业减少损失采取的最有效措施

	私下沟通及其他非公开形式道歉	在纠纷金额上互相妥协	公开起诉	Base
东部	39.5%	47.9%	12.6%	716
西部	24.0%	65.2%	10.8%	204

表 4.66 不同地域企业对选择与存在诚信问题企业合作的看法

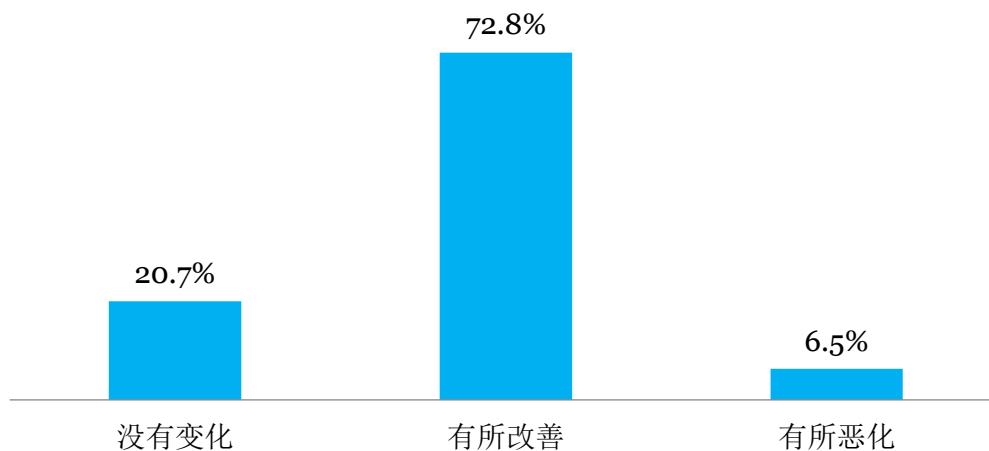
	完全不会考虑	会合作	视情况而定	Base
东部	42.3%	46.2%	11.5%	762
西部	43.7%	48.7%	7.6%	238

## 4.6 诚信环境

### 4.6.1 国内企业诚信环境变化

这里的诚信环境与前文的诚信风险不同，主要指的是各诚信主体对诚信的重视程度。我们的调查问卷发现，69.9%的企业认为当前国内市场诚信环境有所改善，仅 11.3%的企业认为当前市场诚信环境较以前有所恶化。

图 4.20 企业对国内市场诚信环境的看法（Base：N=1000）



从不同行业看，认为当前国内市场诚信环境较过去没有变化的企业中，“农、林、牧、渔业”占比最高为 37.7%， “文化、体育和娱乐业”占比最低为 0；认为当前国内市场诚信环境较过去有所改善的企业中，“文化、体育和娱乐业”占比最高为 92.3%， “农、林、牧、渔业”比最低为 55.1%；认为当前国内市场诚信环境较过去有所恶化的企业中，“卫生、社会保障和社会福利”占比最高为 20.0%， “科学研究、技术服务和地质勘查”占比最低为 0。

表 4.67 不同行业企业对当前国内市场诚信环境的看法

	没有变化	有所改善	有所恶化	Base
农、林、牧、渔业	37.7%	55.1%	7.2%	69
采矿业	26.4%	69.2%	4.4%	91
制造业	21.3%	76.1%	2.7%	188
电力、燃气及水的生产和供应	17.6%	76.5%	5.9%	119
建筑业	14.3%	81.4%	4.3%	70
交通运输、仓储和邮政	21.4%	75.0%	3.6%	56
信息传输、计算机服务和软件业	23.3%	73.3%	3.3%	60
批发和零售	19.1%	66.0%	14.9%	47
住宿和餐饮业	15.2%	81.8%	3.0%	33
金融业	10.7%	75.0%	14.3%	28
房地产业	18.5%	74.1%	7.4%	27
租赁和商务服务	22.7%	59.1%	18.2%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	19.4%	80.6%	0.0%	31
水利、环境和公共设施管理	16.7%	72.2%	11.1%	36
居民服务和其他服务	15.6%	71.1%	13.3%	45
教育	29.0%	64.5%	6.5%	31
卫生、社会保障和社会福利	8.0%	72.0%	20.0%	25
文化、体育和娱乐业	0.0%	92.3%	7.7%	13
公共管理和社会组织	33.3%	55.6%	11.1%	9

从不同企业性质看，认为当前国内市场诚信环境较过去没有变化的企业中，“外资投资企业”占比最高为 62.5%，“股份有限公司”占比最低为 14.4%；认为当前国内市场诚信环境较过去有所改善的企业中，“有限责任公司”占比最高为 79.9%，“外资投资企业”占比最低为

37.5%；认为当前国内市场诚信环境较过去有所恶化的企业中，“港、澳、台商投资企业”占比最高为 12.5%，“外资投资企业”占比最低为 5.3%。

表 4.68 不同性质企业对当前国内市场诚信环境的看法

	没有变化	有所改善	有所恶化	Base
国有企业	39.3%	58.0%	2.7%	112
集体企业	24.7%	70.1%	5.2%	154
有限责任公司	15.8%	79.9%	4.3%	349
股份有限公司	14.4%	76.1%	9.5%	222
私营企业	19.8%	68.7%	11.5%	131
港、澳、台商投资企业	29.2%	58.3%	12.5%	24
外资投资企业	62.5%	37.5%	0.0%	8

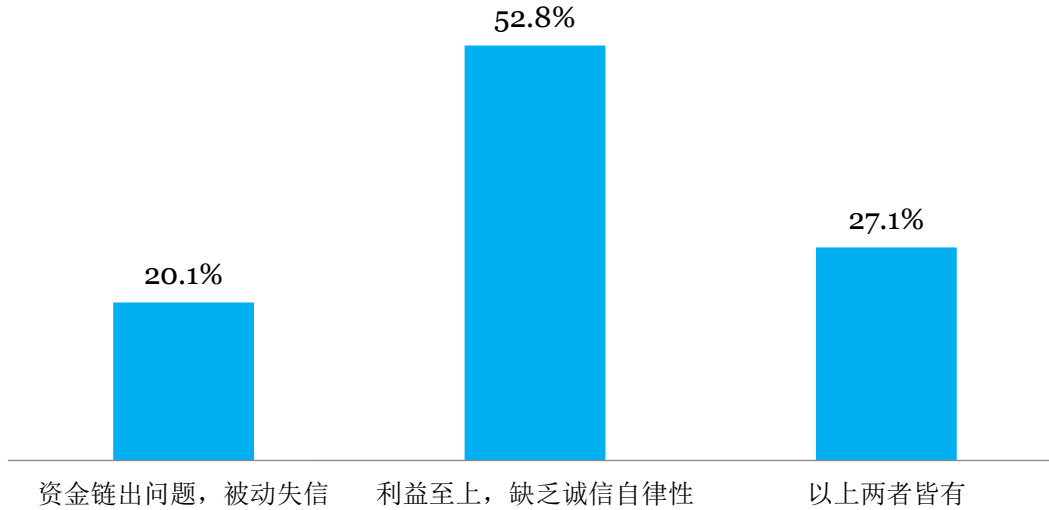
诚信环境得到改善，说明越来越多的失信问题正得到社会各界的广泛重视，企业政府都开始加强诚信建设。正如我们上文指出，目前我国处于诚信周期图的上半部分，即社会失信问题频发，进而带动社会各界尤其是企业自身对诚信的重视度，并最终促使企业加强诚信建设。然而，诚信建设是一个长期的过程，就前文分析显示，诚信重视度的加强尚未带来诚信风险的下降。

#### 4.6.2 导致企业失信事件频发的因素

##### 一、导致企业失信事件频发的内部因素

本次研究发现，20.1%的企业认为导致失信事件频发的企业内部因素是资金链出问题，被动失信；52.8%的企业认为导致失信事件频发的企业内部因素是利益至上，缺乏诚信自律性；另外 27.1%的企业认为两者皆有。

图 4.21 导致失信事件频发的企业内部因素 (Base : N=1000)



从不同行业看, 认为导致失信事件频发的企业内部因素是资金链出问题、被动失信的企业中, “农、林、牧、渔业”占比最高为 43.5%, “水利、环境和公共设施管理”占比最低为 5.6%; 认为导致失信事件频发的企业内部因素是利益至上、缺乏诚信自律性的企业中, “教育”占比最高为 74.2%, “农、林、牧、渔业”占比最低为 39.1%; 认为导致失信事件频发的企业内部因素两者皆有的企业中, “批发和零售”占比最高为 48.9%, “公共管理和社会组织”占比最低为 11.1%。

表 4.69 不同行业企业中导致失信事件频发的企业内部因素

	资金链出问题，被动失信	利益至上，缺乏诚信自律性	两者皆有	Base
农、林、牧、渔业	43.5%	39.1%	17.4%	69
采矿业	16.5%	59.3%	24.2%	91
制造业	20.2%	51.6%	28.2%	188
电力、燃气及水的生产和供应	26.9%	52.1%	21.0%	119
建筑业	24.3%	48.6%	27.1%	70
交通运输、仓储和邮政	16.1%	57.1%	26.8%	56
信息传输、计算机服务和软件业	25.0%	45.0%	30.0%	60
批发和零售	10.6%	40.4%	48.9%	47
住宿和餐饮业	24.2%	48.5%	27.3%	33
金融业	28.6%	50.0%	21.4%	28
房地产业	11.1%	70.4%	18.5%	27
租赁和商务服务	13.6%	54.5%	31.8%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	6.5%	58.1%	35.5%	31
水利、环境和公共设施管理	5.6%	72.2%	22.2%	36
居民服务和其他服务	11.1%	46.7%	42.2%	45
教育	12.9%	74.2%	12.9%	31
卫生、社会保障和社会福利	8.0%	52.0%	40.0%	25
文化、体育和娱乐业	7.7%	61.5%	30.8%	13
公共管理和社会组织	22.2%	66.7%	11.1%	9

从不同企业性质看，认为导致失信事件频发的企业内部因素是资金链出问题、被动失信的企业中，“港、澳、台商投资企业国有企业”占比最高为 48.2%，“有限责任公司”占比最低为 12.6%；认为导致失信事件频发的企业内部因素是利益至上、缺乏诚信自律性的企业

中，“外资投资企业”占比最高为 62.5%，“国有企业”占比最低为 31.3%；认为导致失信事件频发的企业内部因素两者皆有的企业中，“私营企业”占比最高为 38.9%，“外资投资企业”占比最低为 12.5%。

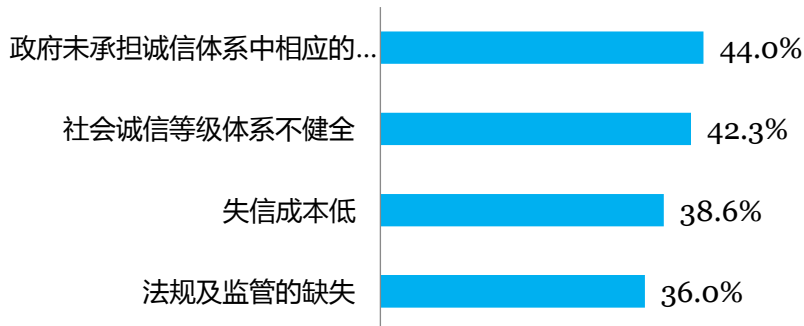
表 4.70 不同性质企业中导致失信事件频发的企业内部因素

	资金链出问题， 被动失信	利益至上，缺 乏诚信自律性	两者皆有	Base
国有企业	48.2%	31.3%	20.5%	112
集体企业	23.4%	59.7%	16.9%	154
有限责任公司	12.6%	60.5%	26.9%	349
股份有限公司	13.5%	55.9%	30.6%	222
私营企业	22.9%	38.2%	38.9%	131
港、澳、台商投资企业	20.8%	45.8%	33.3%	24
外资投资企业	25.0%	62.5%	12.5%	8

## 二、导致企业失信事件频发的外部因素

本次研究发现，企业认为在导致失信事件频发的外部环境因素中，政府未承担诚信体系中相应的责任、社会诚信体系不健全、失信成本低及法规及监管的缺失等因素相差不大，各方面都存在或多或少的的原因。

图 4.22 导致失信事件频发的外部环境因素（Base：N=1000）





本次研究发现，认为导致失信事件频发的企业内部因素是政府未承担诚信体系中相应责任的企业中，“公共管理和社会组织”占比最高为**66.7%**，“金融业”占比最低为**28.6%**；认为导致失信事件频发的企业内部因素是法规及监管的缺失的企业中，“文化、体育和娱乐业”占比最高为**53.8%**，“水利、环境和公共设施管理”占比最低为**13.9%**；认为导致失信事件频发的企业内部因素是失信成本低的企业中，“批发和零售”占比最高为**51.1%**，“卫生、社会保障和社会福利”占比最低为**28.0%**；认为导致失信事件频发的企业内部因素是社会诚信等级体系不健全的企业中，“建筑业”和“金融业”占比最高为**57.1%**，“公共管理和社会组织”占比最低为**11.1%**。

表 4.71 不同行业企业中导致失信事件频发的外部环境因素

	政府未承担诚信体系中相应责任	法规及监管的缺失	失信成本低	社会诚信等级体系不健全	Base
农、林、牧、渔业	43.5%	26.1%	37.7%	44.9%	69
采矿业	31.9%	37.4%	38.5%	40.7%	91
制造业	47.9%	37.2%	40.4%	45.2%	188
电力、燃气及水的生产和供应	47.9%	38.7%	42.9%	33.6%	119
建筑业	47.1%	34.3%	41.4%	57.1%	70
交通运输、仓储和邮政	41.1%	37.5%	35.7%	44.6%	56
信息传输、计算机服务和软件业	58.3%	48.3%	36.7%	43.3%	60
批发和零售	48.9%	44.7%	51.1%	55.3%	47
住宿和餐饮业	57.6%	39.4%	45.5%	54.5%	33
金融业	28.6%	50.0%	32.1%	57.1%	28
房地产业	44.4%	18.5%	33.3%	44.4%	27
租赁和商务服务	63.6%	13.6%	36.4%	36.4%	22
科学研究、技术服务和地质勘查	22.6%	35.5%	35.5%	29.0%	31
水利、环境和公共设施管理	36.1%	13.9%	36.1%	33.3%	36
居民服务和其他服务	35.6%	26.7%	31.1%	24.4%	45
教育	35.5%	51.6%	29.0%	35.5%	31
卫生、社会保障和社会福利	40.0%	32.0%	28.0%	36.0%	25
文化、体育和娱乐业	30.8%	53.8%	30.8%	46.2%	13
公共管理和社会组织	66.7%	33.3%	44.4%	11.1%	9

从不同企业性质看，认为导致失信事件频发的企业内部因素是政府未承担诚信体系中相应责任的企业中，“国有企业”占比最高为**56.3%**，“外资投资企业”占比最低为**37.5%**；认为导致失信事件频发的企业内部因素是法规及监管的缺失的企业中，“国有企业”占比最高为**68.6%**，“港、澳、台商投资企业”占比最低为**29.2%**；认为导致失信事件频发的企业内部因素是失信成本低的“外资投资企业”占比最高为**50.0%**，“有限责任公司”占比最低为**35.5%**；认为导致失信事件频发的企业内部因素是社会诚信等级体系不健全的企业中，“外资投资企业”占比最高为**50.0%**，“港、澳、台商投资企业”、“股份有限公司”占比最低为**33.3%**。

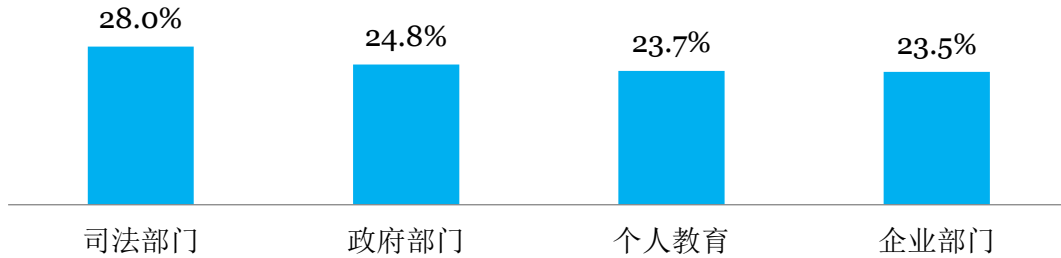
表 4.72 不同性质企业中导致失信事件频发的外部环境因素

	政府未承担诚信体系中相应责任	法规及监管的缺失	失信成本低	社会诚信等级体系不健全	Base
国有企业	56.3%	43.8%	41.1%	42.9%	112
集体企业	44.8%	31.2%	40.3%	46.8%	154
有限责任公司	40.7%	39.0%	35.5%	43.8%	349
股份有限公司	41.0%	32.9%	38.3%	33.3%	222
私营企业	45.8%	33.6%	42.0%	48.9%	131
港、澳、台商投资企业	50.0%	29.2%	41.7%	33.3%	24
外资投资企业	37.5%	37.5%	50.0%	50.0%	8

#### 4.6.3 社会诚信问题的改善

本次研究发现，多数企业认为司法部门、政府部门、个人教育及企业部门四个环节作用均有助于改善全社会诚信问题，其中司法部门的比重略高于其他三个环节。

图 4.23 改善社会诚信问题相关环节 (Base : N=1000)



“全社会道德价值观的梳理”和“政府及执法机构公正、透明、有时效性”是本次是研究对象认为可以加强企业诚信建设最重要的两项措施，这其中既强调了政府及相关部门的监督职能，也强调企业需要从自身做起，注重企业诚信建设和遵守。

表 4.73 受访企业关于加强企业诚信建设各项措施评分排名

排名	加强我国企业诚信建设的措施
1	全社会道德价值观的梳理
2	政府及执法机构公正、透明、有时效性
3	规范信用服务行业
4	公开可查询个人或企业诚信记录
5	加大对失信行为的监督和惩处力度
6	加强行业自律建设

## 第五章 中国市场经济下诚信体系建设的对策分析

### 5.1 从法治文化视角看诚信法治建设

现代社会中，法律制度是诚信建设的最基本保障。国家在实施依法治国的过程中，既是以宪法为依托进行运用的过程，也是以法保证社会诚信体系建立的过程。有了法律制度的保证，社会诚信才能够持久和稳定。当诚信缺失了法律的支撑和保证，必然回应其社会诚信缺失泛滥等一系列问题的出现。没有法律保障，只靠道德支撑，社会诚信体系必定不能长久持续下去。

### 5.2 诚信入宪的具体设计

宪法作为国家的根本大法，应在社会诚信体系的建设中发挥其应有的作用。谭红在《诚实信用原则应当入宪》一文中对诚信原则入宪提出了具体的设计：第一，在宪法第 27 条增加“一切国家机关和国家工作人员行使权力必须遵循诚实信用原则”，作为第 3 款。增加此款的目的在于规范公权力的行使，防止其被滥用。第二，把宪法第 53 条修改为“中华人民共和国公民必须遵循诚实信用原则，遵守宪法和法律，保守国家秘密，爱护公共财产，遵守劳动纪律，遵守公共秩序，尊重社会公德”。此修改的目的一方面在于把遵守诚信原则确定为公民的基本义务，并使该条达到对宪法第 51 条所暗含的诚信原则的明确肯定；另一方面在于把诚信原则作为公民行使权利履行义务的基本要求和指导准则。

### 5.3 完善个人诚信系统

社会诚信体系可分成四个分支系统：个人诚信系统、企业诚信系统、政府诚信系统以及公众诚信系统。而不论哪个系统，其最终行为都要通过个人行为实现和表达，因而对个人诚信系统的约束和规范显得尤为重要。

在市场经济下，利益原则和信息不对称的缺陷必然会使市场主体也就是个人，面临诚信与不诚信的道德选择，在此种情况下，个人良好的道德自律和法律自律是一方面的因素，另一方面也应加强对个人诚信的社会管理，只有通过两个方面因素的协同作用，才能确保个人在诚信与不诚信的道德选择中做出正确选择。

加强对个人诚信的社会管理，首先需要在政府、企业、社会组织内部建立健全个人诚信档案，制定科学的评估标准，保证信用评估的客观、公正；其次，还应完善个人诚信缺失的惩戒措施，保证诚信档案的约束力。对失信行为的惩处，应根据其程度和情节决定，可包括行政处罚、法律制裁和经济制裁等，使其失信成本大大超过收益，并且一处失信，处处受到限制。通过对诚信权益的保障和失信行为的惩处，实现个人诚信行为的常态化建立。

#### 5.4 靠市场机制重塑现代诚信

诚信危机的实质在于，诚信在市场经济条件下成为了一种特殊商品，但是这种诚信商品由于市场机制尚不健全而难以得到准确的市场定价，因此导致了诚信市场的价格混乱并最终引发了诚信危机。北京大学法学院副教授凌斌博士在《克服当代诚信危机的市场机制与法律条件》一文中指出，要解决诚信危机，必须首先认识到市场经济是重塑诚信的基本机制，认识到市场本身的基础性作用。市场经济摧毁了传统诚信，也必然要依靠市场经济来重塑现代诚信。影响现代诚信的首先不是所谓“诚信制度”的建立以及法律的规制，而首先是参与交易的个体对诚信价格的判断；同时，诚信制度能够起作用的前提是这个制度能够把每一个不同个体的诚信价格充分和真实的标识出来。

## 5.5 完善契约机制，提供诚信保障

由于我国市场经济成立时间较短，市场契约化程度偏低，保障契约关系的规章制度尚不健全，社会也未形成完整的契约观念，从而也就无法为契约诚信的构建提供保障。基于以上情况，我们应从两个方面着手改进：一是从法律角度对契约产权机制进行完善。产权不清，人们无需为自己的失信行为负责，也无法从守信行为中得利，自然就没有守信的必要。只有把遵守契约与利益的奖罚联系起来，才能从根本上保证诚信的建立。二是从政治角度健全契约民主制度。政府诚信作为社会诚信体系不可或缺的一环，其本质上是国家与人民之间达成的契约，因此通过制度建设来促使政府履约，限制政府权力，必然会加快政府诚信完善，也会加快社会诚信体系的构建。

## 第六章 总结与展望

### 6.1 全文总结

本文研究的主题是：诚信与市场经济的关系。围绕着这一主题，本文主要从对诚信体系构建的主要成员入手，按照提出问题、分析问题与解决问题“三步曲”。将市场经济诚信体系构建中的因素分为政府、企业、民间机构等，分别研究了各实体在诚信体系中的功能与职责，旨在从理论与实践的结合上构建一个诚信与市场经济关系的研究框架。具体地说：

首先，本文界定了诚信这一核心概念。分析研究了国内外关于市场经济与诚信之间的关系研究的文献，并介绍了本文的研究目的与研究意义。

其次，本文通过博弈模型指出企业失信的原因以及监管的困境，并由此引出在构建市场经济诚信体系中各个实体的职责。本文分析了市场经济诚信体系构建中政府、企业、民间组织等的作用。政府部门在构建中起着关键作用，作为行政执法部门，起着监督，指导等作用；企业作为市场经济的主体，也是诚信体系建设中的重要主体，作为企业本身，应该做到诚实守信，有法可以，有法必依。

第三，本文列举了市场经济活动中常见的失信案例：从企业之间拖欠贷款纠纷、互保圈因互相担保导致的诚信纠纷、工程合同诈骗纠纷以及政府在招商引资过程中由于失信造成的诚信问题等案例，分析了每个案例中各个实体由于失信对社会造成的危害，并对当今社会诚信缺失，造成诚信危机的原因进行了剖析。根据这些案例，我们还归纳出了诚信影响经济发展的三个主要渠道。（1）诚信作为一种制度可以降低交易成本，提高社会资源配置；（2）诚信是一种社会资本，它像土地、劳动力等其它资本一样，直接影响社会产出；（3）诚信通过信贷渠道影响中小企业的融资，并最终对经济产生影响。



第四，本文进行了关于市场经济中关于企业的诚信的实证研究。设计调查问卷，并对目标企业进行发放回收，进行数据统计分析。着重分析了企业诚信建设情况、诚信预防及针对失信采取的措施以及诚信环境情况分析等方面。基于调研数据，我们的主要发现包括以下几点：(1)、诚信风险存在周期性质。企业根据自身是否遭遇到失信事件来判定诚信风险，当企业觉得风险加大后，会加强对诚信的重视度，表现为加强自身诚信建设并提高对合作伙伴的诚信要求。而企业的这些做法会改善社会的诚信状况，降低失信现象，进而降低企业的风险认知度。当企业觉察风险变小后，又会放松对自身以及合作伙伴的诚信要求，导致失信现象增加，诚信风险周期进入新的循环。(2)、我们可以通过诚信建设和诚信风险的相关性判断我国目前所处在诚信周期的阶段，若两者成正相关则风险增加带动诚信建设，若两者成负相关，则诚信建设改善诚信风险。我们的调研数据显示，目前这两个变量之间呈现出正相关性，所以我国现阶段处于风险增加带动诚信建设这一环节，但是企业的诚信建设尚未明显改善诚信风险。(3)、诚信建设是一个长期的过程。从短期看，没有设立诚信部门的企业并不一定存在失信行为，但是若希望企业长期无失信行为，专门的诚信建设是必不可少的。将此发现与(2)相结合，我们认为若想改变当前的诚信现状，除了加强诚信建设外，时间成本也是必不可少的。(4)、大多数企业在经历失信行为后，并不认为法律诉讼是挽回损失的最佳途径，反而认为私下协商更为有效，而且越重视诚信建设的企业越持有这种观点。这和法律诉讼成本高，以及诉讼后仍有较高比例无法挽回任何损失有关。

第五，结合案例分析以及实证研究得到的结果，给出了市场经济条件下构建诚信体系的主要策略：加大失信惩治力度、全社会道德价值观的梳理、政府及执法机构公正、透明、有时效性、规范信用服务行业等建议与意见。

## 6.2 研究展望

市场经济与诚信关系研究是一个具有重要理论意义和实践价值的课题。本文的研究初步达到了预期的目的。然而，在一些方面还存在不足和局限，期望在今后对市场经济与诚信问题的研究中继续努力。这主要表现在以下几个方面：

一是在对市场经济与诚信关系内涵的界定上，本研究主要是对中国市场经济中诚信体系的如何构建以及重要性进行了研究，但市场经济的类型不仅仅中国独有，社会主义的市场经济与资本主义的市场经济还是存在差别的，未来的研究要拓展到全球的市场经济环境中去研究。

另外，本研究的样本主要来自国内的企业，对于外企、跨国企业没有取样，存在不足，样本量偏小，未来的研究要增大样本量，是的研究的范围更广，更具有一般性。

## 参考文献

- 包利民.当代社会契约论[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2007.
- 卞继伟.如何评估市场经济对道德观念的影响 [J]. 中国青年政治学院学报,2002(5) , 105-108.
- 蔡拓.全球化与政治的转型[M]. 北京: 北京大学出版社, 2007.
- 蔡拓.当代全球问题[M]. 天津: 天津人民出版社, 1994.
- 陈凤.市场经济下如何推进社会道德建设[J].哲学研究,2010(11) , 11-12.
- 陈培永.市场经济与道德代价[J].武汉科技大学学报,2013(6) , 271-280.
- 陈谭.政府信用失范与政府信用建设.[J].社会主义研究.2004 (2), 18-33.
- 陈学明.马克思的公平观与社会主义市场经济[J].马克思主义研究,2011(1), 07-15.
- 戴发山.中小企业诚信经营的战略意义与策略[J].科学与管理, 2003 (3): 88-90.
- 邓郁松.建立社会信用体系的国际经验与启示[J].新经济导刊, 2002 (3): 34-35.
- 丁然:《论进德与道德滑坡》,载《理论前沿》, 2004 (6)。
- 范李娟.中小企业诚信管理机制研究[D].西安: 西安科技大学管理学院, 2006.
- 费孝通.乡土中国[M]. 北京: 人民出版社, 2008.
- 高兆明.伦理学理论与方法[M]. 北京: 人民出版社, 2005.
- 胡启忠.契约正义论[M]. 北京: 法律出版社, 2007.
- 胡希宁、范彩军、李峰:《培育社会主义市场道德促进经济社会和谐发展》,《理论学刊》,2007 (3)。
- 黄继锋.从马克思主义科学与价值相统一的视域看社会主义道德[J].思想理论教育导刊,2013(12) 30-35.
- 蒋先福.契约文明[M]. 上海: 上海人民出版社, 1999.

- 姜涌.市场经济与道德建设不是二律背反[J].山东社会科学,1994(6) 63-65.
- 李建华.法治社会中的伦理秩序[M].北京:中国社会科学出版社,2004.
- 黎青平:《道德滑坡的危禅及其对策》,载《求实》,1995年第2期。
- 李仁玉,刘凯湘.契约观念与秩序创新[M].北京:北京大学出版社,1993.
- 李新春,2000:企业联盟与网络,广东人民出版社
- 李元书,李宏宇.市场经济与道德建设的争论[J].学术交流,1998(1) 46-49.
- 梁慧星.为权利而斗争[C].北京:中国法制出版社 2000.
- 刘可风.论市场经济领域中道德的适度定位问题[J].哲学研究,2004(6) 79-84.
- 刘陆鹏:《健全社会负控机制-新阶段改革的重要课题》,载《山东大学学报》,1993年第1期。
- 刘瀑,王承宗,乔红.市场经济中诚信缺失的博弈分析[J].经济经纬,2004(5): 145-147.
- 马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集(第1,2,3,4,12,19,20,23,40,41,42,46,49卷)[M].北京:人民出版社,第一版.
- 马克思,恩格斯.马克思恩格斯选集(第1,2,3,4卷)[M].北京:人民出版社,1995.
- 马克思.资本论(第1,3卷)[M].北京:人民出版社,1975.
- 茅于軾.中国人的道德前景[M].广州:暨南大学出版社,1997.
- 强昌文.契约伦理与权利[M].济南:山东人民出版社,2007.
- 隋维林,王国银,杨延杰.诚信的非正式经济制度分析[J].浙江工贸职业技术学院学报,2004(4): 47-50.
- 谭松贤.试论社会主义市场经济条件下的道德建设[J].探索与争鸣,2001(6) 32-33.
- 万俊人.论市场经济的道德维度[J].中国社会科学,2000(2) 04-13.
- 王利明:《关于诚信的法学思考》,中国人民大学学报,2002年第4期

- 王仕军.企业经营诚信缺失的制度背景[J].企业改革与管理, 2004 (8): 5-6.
- 王岩.再论社会主义市场经济条件下的道德原则[J].道德与文明,2010(5) 12-16.
- 文建东:《社会诚信体系与经济发展》,《湖南社会科学》2004年第5期。
- 许斌龙.从血缘走向契约[M].北京:法律出版社 2009.
- 袁贵仁,吴向东.道德建设:对市场经济的适应和超越[J].哲学研究,1997(6), 19-24.
- 叶圣利.中国诚信经济思想研究[D].上海:复旦大学经济学院, 2004.
- 俞可平.全球化悖论[M].北京:中央编译出版社, 1998.
- 张恒山.法理要论[M].北京:北京大学出版社, 2002.
- 张丽华.论我国中小企业信用治理[D].山东:中国海洋大学, 2005.
- 张维迎.产权、政府与信誉[M].上海:三联书店, 2001.
- 张维迎.法律制度的信誉基础[J].经济研究, 2003 (1): 3-13.
- 张五常.交易费用的范式 [J].社会科学战线, 1999 (1): 1-8.
- 张永岳、郝德良、张淑智、夏成才、周库怡、耿忠平、顾雪生:《关于诚信体系建设的几个理论问题》,学术月刊, 2003年第12期
- 郑少智.非对称信息条件下诚信机制的构建问题[J].学术研究, 2001 (12): 46-49.
- 周德宏.浅析社会主义市场经济下的道德建设[J].前沿,2002(12) 114-115.
- 邹平林:《道德滑坡还是范式转换——论社会转型期的进德困境及U:出路》,载《道德与文明》,2011年第2期。
- Black's Law Dictionary (6th edition), St. Paul Minn West Publishing Co,1990.
- David Gauthier. Hume, Contractarian[J]. The Philosophical Review, 1979,Vol.88 (1).
- Joshua Foa Dienstag. Between History and Nature: Social Contract Theory in Locke and the Founders[J]. The Journal of Politics, 1996, Vol.58 (4).

Knack, S., Keefer, P. Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation[J] Quarterly Journal of Economics, 1997, 112 (4)

Macpherson.C.B. Class, Classless, and the Critique of Rawls: A Reply to Nielsen [J]. Political Theory (S0090-5917), Vol. 6, May 1978.

Milgrom, P., Douglas North and Weingast, B. The role of institutions in the revival of trade: the law merchant, private judges, and the champagne fairs [J]. Economics and Politics , 1990,(2)1-23

Nielson Kal. Marx on Justice: The Tuck-Wood Thesis Revisited[J].The University of Toronto. Law Journal (S0042-0220), Vol.38, Winter1988.

Putnam, R., 1993 , Making Democracy Work :Civic Traditions in Modern Italy .Princeton University .Princeton University .

William Easterly.我能相信你吗? [J].现代阅读, 2009 (1): 15.

## 附录 A

### 关于企业诚信的调查问卷

非常感谢您投入的时间和精力来完成这份问卷，调研的结果只用于经济科学的研究，与政府，工商，管理等部门无关。请您尽力提供仔细实际的答案，并自由提供您的细节或建议，或附带文件。我们对本次调研所得的信息严格守密，不会向任何第三方提供您和您企业的任何身份或信息。

(访问员注意：电话访问中访问员需自行把握重点，尽量沟通被访者接受访问。)

---

被访者姓名： \_\_\_\_\_ 联系方式： \_\_\_\_\_

企业名称： \_\_\_\_\_

企业所在地： 省（直辖市/自治区） \_\_\_\_\_ 市（区） \_\_\_\_\_

---

配额：

企业地域	序号
东部地区（北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和河南）	01
中部地区（山西、安徽、江西、河南、湖北和湖南）	02
西部地区（内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆）	03
东北地区（辽宁、吉林和黑龙江）	04

---

企业性质	序号	企业性质	序号
国有企业	01	私营企业	05
集体企业	02	港、澳、台商投资企业	06
有限责任公司	03	外商投资企业	07
股份有限公司	04		

---

企业所在行业	序号	企业所在行业	序号
采矿业	01	信息传输、软件和信息技术服务业	10



制造业	02	租赁和商务服务业	11
电力、热力、燃气及水生产和供应业	03	科学研究和技术服务业	12
建筑业	04	水利、环境和公共设施管理业	13
批发和零售业	05	居民服务、修理和其他服务业	14
交通运输、仓储和邮政业	06	教育	15
金融业	07	卫生和社会工作	16
房地产业	08	文化、体育和娱乐业	17
住宿和餐饮业	09	公共管理、社会保障和社会组织	18

附录 B

甄别问卷

S1.请问您在贵公司的职务是？（单选）

---

企业的法人/老板/创始人/合伙人/总裁/总经理等	01	
企业财务主管/负责人	02	
企业行政主管/负责人	03	
企业人事主管/负责人	04	继续
企业市场/销售部门主管/负责人	05	
企业的招标/采购部门主管/负责人	06	
企业的内部审计部门主管/负责人	07	
以上皆无	99	终止访问

---

S2.请问您在贵公司工作几年了？（单选）

---

2 年以下	01	终止访问
2-3 年	02	
4-5 年	03	继续
5 年以上	04	

---

附录 C

主体问卷 (A)

A1.请问贵公司是否设有专门从事诚信管理工作的人员或部门? (单选)

---

设有专门的诚信建设管理机构	01	没有负责人员和机构	03
有相关部门代管	02		

---

A2.请问贵公司的企业文化标语中是否涉及诚信建设? (单选)

---

是	01	否	02
---	----	---	----

---

A3.请问贵公司在了解客户诚信状况时,主要的信息来源是? (多选)

---

公开的信息(报纸、杂志、网络等)	01	政府有关部门	05
银行或金融机构	02	以往的交易信息	06
商业、行业协会	03	朋友圈的社会评价	07
第三方专业的评级机构	04	其他,请注明	98

---

A4.请问在当前诚信环境下,贵公司选择合作伙伴时最看重的因素是? (单选)

---

对合作伙伴的熟悉和信任程度	01	合作伙伴的背景及实力	03
合作伙伴的业内声誉	02	其他,请注明	98

---

A5.请问贵公司规避诚信风险的主要手段有哪些? (多选)

---

选择口碑良好的企业或负责人为合作伙伴	01	信用保险	04
建立已合作公司的口碑资源库	02	保理	05
未曾合作公司进行实地考察	03	其他,请注明	98

---

A6.1.请问贵公司是否对合作伙伴的经营行为进行诚信约束? (单选)

---

是	01	否	02-跳问 A7
---	----	---	----------

---

A6.2.请问贵公司主要采取了哪些措施? (多选)

---

要求其提供信用报告	01	建立互信保障机制(如实物抵押等)	04
建立了客户信用档案	02	其他,请注明	98
专项调查或派人进行实地考察	03		

---

A7.请问以下哪句话最适合描述贵公司的信用状况？（单选）

---

7年以上无不良记录	01	3年以下无不良记录	04
5年以上无不良记录	02	目前有不良记录	05
3年以上无不良记录	03		

---

附录 D

主体问卷 (B)

B1.请问与过去相比,贵公司面临的诚信风险是否有变化?(单选)

有所加大	01	有所减小	03
没有明显变化	02		

B2.1.请问贵公司在过去的经营过程中是否遭遇过失信现象?(单选)

是	01	否	02-跳至 B3.1
---	----	---	------------

B2.2.请问贵公司遇到的失信损失占企业销售收入的比例大约为 %。

B3.1.请问贵公司在针对某项具体的合作项目时是否采取预防措施?(单选)

是	01	否	02-跳至 B4.1
---	----	---	------------

B3.2.请问您认为以下哪一项措施可以最有效地预防损失?(单选)

以合同形式保障利益	01	项目中持续监督跟进	03
以抵押形式保障利益	02	其他,请注明	98

B4.1.请问贵公司在遭遇失信损失后是否采取相关措施?(单选)

是	01	否	02-跳至 B5
---	----	---	----------

B4.2.请问贵公司认为以下哪一项为减少损失采取的措施最为有效?(单选)

私下沟通及其他非公开形式道歉	01	询问 B4.3,然后跳至 B5
在纠纷金额上互相妥协	02	询问 B4.4,然后跳至 B5
公开起诉	03	询问 B4.5-4.8,然后跳至 B5
其他,请注明	98	跳至 B5

B4.3.请问贵公司预计通过私下沟通等非公开形式追款能够挽回的失信损失是多少?  
(单选)

不能挽回任何损失	20%以下	20-50%	50-80%	80%以上
01	02	03	04	05

B4.4.请问贵公司预计通过互相妥协能够挽回的失信损失是多少?(单选)

不能挽回任何损失	20%以下	20-50%	50-80%	80%以上
01	02	03	04	05

B4.5.请问贵公司预计通过公开起诉所花费的财务成本和时间成本占到纠纷总金额的占比是多少?(单选)



20%以下	20-50%	50-80%	80%以上
01	02	03	04

**B4.6.**请问贵公司预计通过公开期数能够挽回的失信损失是多少？（单选）

不能挽回任何损失	20%以下	20-50%	50-80%	80%以上
01	02	03	04	05

**B4.7.**请问如果公开起诉情况下，依旧不能挽回损失，您认为是以下哪些原因造成的？（多选）

法院人为因素	01	法院公正性和时效性等因素	04
法院流程因素	02	违约方拒不执行	05
法院执行力因素	03	其他，请注明	98

**B4.8.**请问公开起诉情况下，您认为影响法院判决的因素有？（多选）

被起诉企业具有国资背景	01	被起诉企业与法院存在私下行为	03
被起诉企业处于弱势地位	02	其他，请注明	04

**B5.**请问对于因诚信问题而被起诉的企业，贵公司是否会考虑与其合作？（单选）

完全不会考虑	01	会合作	02	视情况而定	03
--------	----	-----	----	-------	----

附件 E

主体问卷 (C)

C1.请问与以前相比，您认为我国市场诚信环境是否有变化？（单选）

没有变化	01	有所改善	02	有所恶化	03
------	----	------	----	------	----

C2.请问贵公司面临的失信行为主要是？（多选）

拖欠款	01	质量欺诈	05
违约	02	侵权行为	06
假冒伪劣产品	03	其他，请注明	98
虚假信息	04		

C3.请问行业、企业失信事件频发，您认为来自企业内部的原因是？（单选）

资金链出现问题，被动失信	01	以上两者都有	03
利益至上，缺乏诚信自律性	02	其他，请注明	98

C4.请问行业、企业失信事件频发，您认为来自外部环境的原因是？（多选）

政府未承担诚信体系中相应的责任	01	社会诚信等级体系不健全	04
法规及监管的缺失	02	其他，请注明	98
失信成本低	03		

C5.请问您认为企业诚信风险控制过程中最困难的环节是？（单选）

获取客户信用信息（比如核心负责人的口碑）	01	收回货款	04
企业内部财务报表真实性	02	其他，请注明	98
管理应收账款	03		

C6.请问您认为改善全社会诚信问题哪一环节的努力最重要？（单选）

政府部门	01	企业部门	03
司法部门	02	个人教育	04

C7.要加强我国企业诚信建设，请问您对以下描述性语句进行打分，1-10分打分，10分最重要，1分一点也不重要，1-10分的任何分值都可以。

全社会道德价值观的梳理	
公开可查询个人或企业诚信记录	
政府及执法机构公正、透明、有时效性	

---

加大对失信行为的监督和惩处力度

加强行业自律建设

规范信用服务行业

其他，请注明

---

**C8.**请问，您认为我国企业诚信经营中面临的主要问题有哪些?您有哪些建议?

---

附件 F

背景资料

Z1.请问贵公司成立至今多少年了？（单选）

3 年以下	01	3-5 年	02	6-10 年	03	10 年以上	04
-------	----	-------	----	--------	----	--------	----

Z2.请问贵公司的性质是？（单选）注意配额

国有企业	01	私营企业	05
集体企业	02	港、澳、台商投资企业	06
有限责任公司	03	外商投资企业	07
股份有限公司	04		

Z3.请问贵公司所在的行业是？（单选）注意配额

采矿业	01	信息传输、软件和信息技术服务业	10
制造业	02	租赁和商务服务业	11
电力、热力、燃气及水生产和供应业	03	科学研究和技术服务业	12
建筑业	04	水利、环境和公共设施管理业	13
批发和零售业	05	居民服务、修理和其他服务业	14
交通运输、仓储和邮政业	06	教育	15
金融业	07	卫生和社会工作	16
房地产业	08	文化、体育和娱乐业	17
住宿和餐饮业	09	公共管理、社会保障和社会组织	18

Z4.请问贵公司的员工人数属于以下哪个范围？（单选）

200 人以下	01	1000-1999 人	04
200-499 人	02	2000 人及以上	05
500-999 人	03		

Z5.请问贵公司的年营业收入为以下哪个范围？（单选）

1000 万以下	01	5000 万-1 亿	04
1000-3000 万	02	1-3 亿	05
3000-5000 万	03	3 亿以上	06