

中国商务信用平台出品

2013年8月19日至2013年8月31日 2013年第13期 总第78期

# 商务信用

## Business Credit

### 付诚副主任会见京东商城 高级副总裁严晓青一行



商务部关于请报送行  
业信用评价结果的函

云浮市8家企业获  
评国家级信用等级

2013中国电子商务与  
区域经济圆桌论坛召开

高端内参 会员专享



## 商务信用（BCP）简报

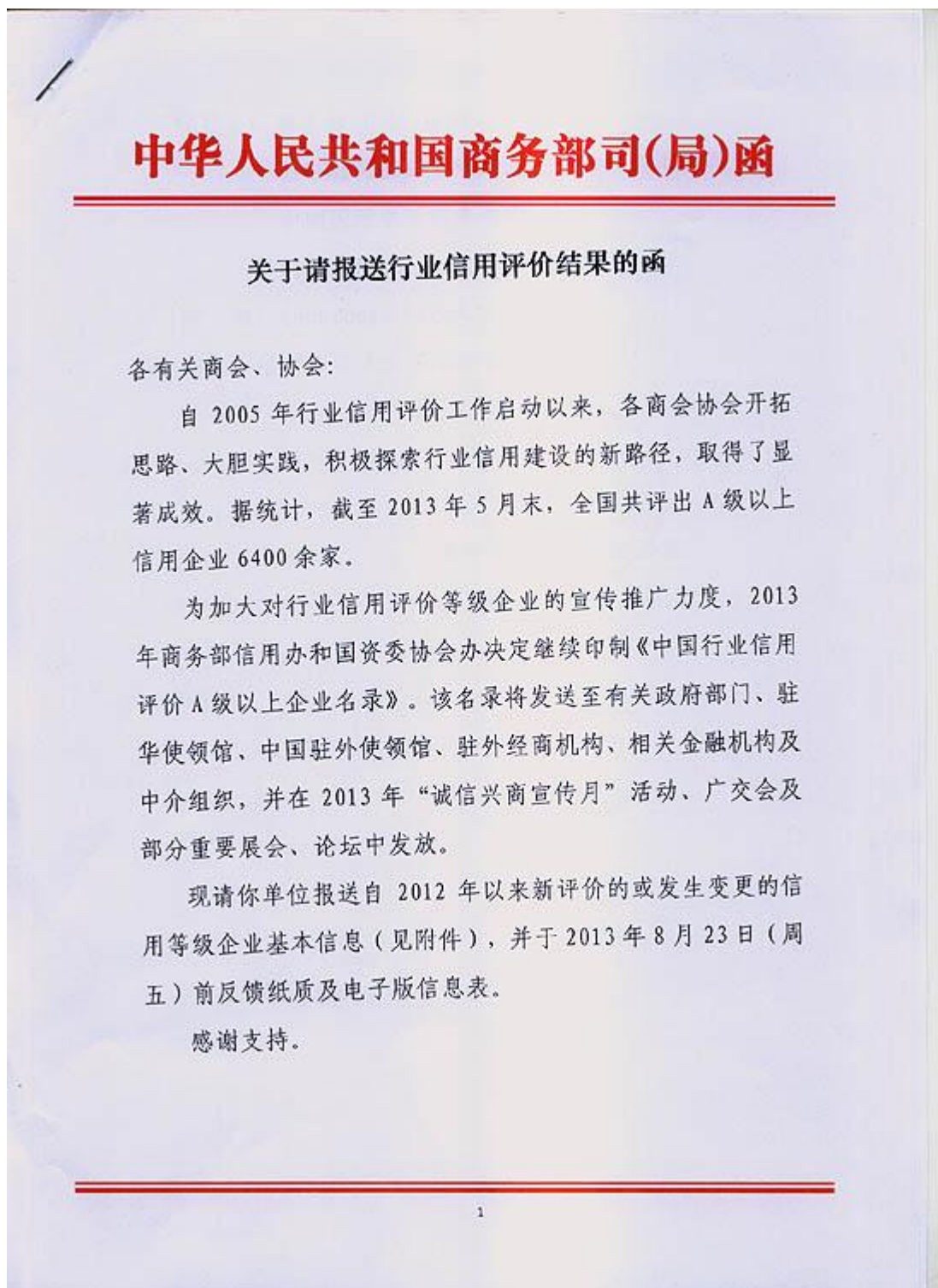
2013 年 8 月 19 日至 2013 年 8 月 31 日

2013 年第 13 期总第 78 期

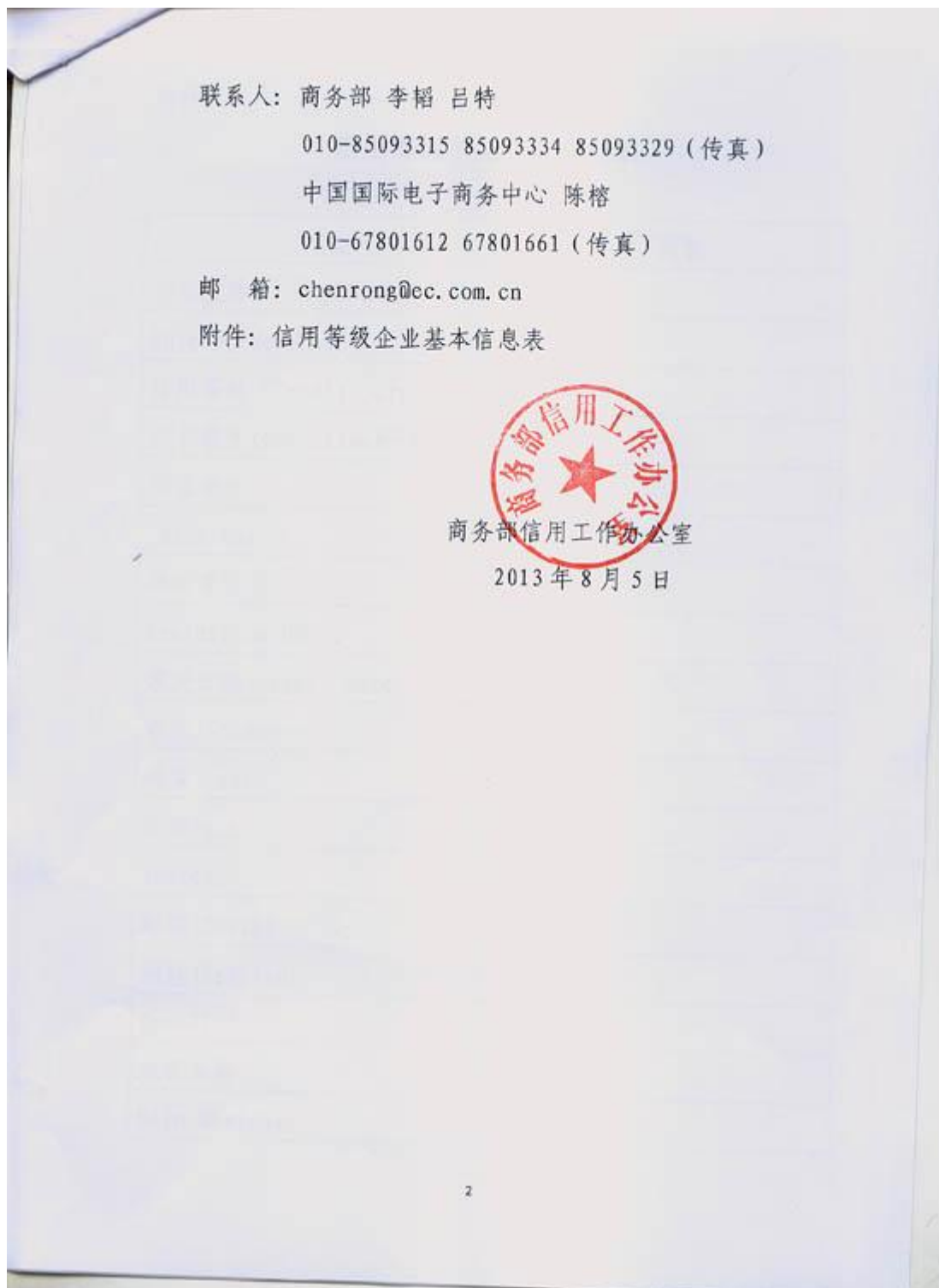
<b>【信用政策】</b> .....	3
商务部关于请报送行业信用评价结果的函.....	3
消法修正案再提交 遇商家欺诈行为拟可索赔 3 倍 .....	5
<b>【工作动态】</b> .....	9
云浮市 8 家企业获评国家级信用等级 .....	9
付诚副主任会见京东商城高级副总裁严晓青一行 .....	10
BCP 受理投诉 55 起 案例：苏宁易购拖延消费者 .....	12
本期 70 家企业集中报名参与评级认证工作.....	15
<b>【各方声音】</b> .....	16
2013 中国电子商务与区域经济圆桌论坛召开.....	16
<b>【信用百科】</b> .....	18
信用评级对企业有哪些作用和好处 .....	18

## 【信用政策】

### 商务部关于请报送行业信用评价结果的函







附件: 信用等级评价基本信息表说明

相关链接: <http://www.bcpcn.com/articles/161/51322.html>

## 消法修正案再提交 遇商家欺诈行为拟可索赔 3 倍

已施行近 20 年的消费者权益保护法两个月前启动大修，备受关注。修改后的消法草案与现行法相比，改动条款达近三分之一。在初次审议基础上，消费者权益保护法修正案草案昨天再次提交全国人大常委会会议审议。二审草案作出几处修改，明确规定鲜活易腐等商品不适用无理由退货制度，将惩罚性赔偿由两倍提高至三倍，并规定危害消费者生命健康的虚假广告代言人需承担连带责任。

完善“后悔权”制度

明确四种商品不可退货

□消法修正案

一审稿：

第二十八条经营者采用网购、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，但根据商品性质不宜退货的除外。经营者应当自收到退回货物之日起七日内返还消费者支付的价款。

二审稿：

第二十八条经营者采用网购、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但下列商品除外：（一）消费者定作的；（二）鲜活易腐的；（三）消费者拆封的音像制品、计算机软件；（四）交付的报纸、期刊；（五）其他根据商品性质不宜退货的。

经营者应当自收到退回货物之日起七日内将商品退回；经营者应当自收到退回货物之日起七日内返还消费者支付的商品价款。

现行消法规定商品有质量问题时，消费者有权要求退货。修正草案在此基础上规定了无理由退货制度，俗称“后悔权”（消费者冷静期制度），该制度的引入被视为此次消法修改的一大亮点。

根据一审草案规定，消费者通过网络等方式购买商品后，可在 7 天内“无条件”退货，无需说明理由。在初次审议中，一些人大常委会委员提出，该规定对增强消费信心具有积极意义，但“不宜退货”含义不明，可能出现“恶意退货”等现象，使经营者面临困境，同时运费由谁承担不明确。

昨天审议的二审稿对此作出相应修改，明确规定四种商品不适用“后悔权”，包括定作商品、鲜活易腐商品、拆封的音像制品和计算机软件、交付的报刊。此外，二审稿还明确消费者提出退货后 7 天内要将商品退回，运费由消费者承担。

打击虚假广告

明确代言人承担连带责任

一审稿：

第四十四条广告经营者、发布者设计、制作、发布食品药品等关系消费者生命健康商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，广告经营者、发布者与提供该商品或服务的经营者承担连带责任。

二审稿:

第四十四条广告经营者、发布者设计、制作、发布关系消费者生命健康商品或者服务的虚假广告,造成消费者损害的,应当与提供该商品或者服务的经营者承担连带责任。

社会团体或者其他组织、个人在前款虚假广告中向消费者推荐商品或者服务,造成消费者损害的,应当提供该商品或者服务的经营者承担连带责任。

药品经营者以及广大经营者、发布者违反法律法规发布药品广告,除依法予以行政处罚外,造成消费者损害的,依法承担民事责任;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

初次审议中,有委员提出,除食品药品外,对其他商品或服务虚假广告的广告经

营者、发布者也应当规定连带责任。

因此二审稿采纳部分建议,增加在虚假广告中向消费者推荐商品或服务的也需担责条款。

>>专家观点明星勿将广告当艺术片拍

刘俊海指出,该规定继承和发展了广告法和食品安全法当中有关名人代言的责任,同时适用范围进一步扩大,只要涉及广大消费者生命健康的商品都适用连带责任,这是为进一步净化广告市场,特别是约束广告代言人,包括社会团体、专业人士、明星大腕等,让他们慎独自律。刘俊海建议,明星代言产品的时候一定扭转观念,不要把广告片当做艺术片去拍,那是一项法律活动,危险的法律游戏,那里的台词跟电影里的台词不一样,“如果对推荐的商品没把握,最好不要做广告,否则消费者将来会来告你”。

有意见认为,“关系生命健康的商品”的规定不够明确,刘俊海分析认为,这实际上就是指侵害消费者人身权益的,不管是伤还是亡,都侵害了消费者的健康权益、生命权益。他提到,当前广告法修改程序已启动,将全方位提高名人违法代言的惩罚力度。

□商标法修正案

商标侵权赔偿上限拟提至 300 万元

第十二届全国人大常委会第四次会议昨天下午听取全国人大法律委员会关于《商标法修正案(草案)》审议结果的报告。在两次审议基础上,草案对审查时限、法定赔偿上限等作出修改。

>>赔偿

比现行额度提高 5 倍

此前审议中,有人大常委委员建议缩短商标的初步审查时限,有委员建议增加“国歌、军歌”等不可作为商标注册,还有委员提出部分盗用商标的行为利润很高,甚至以千万计,目前法定赔偿 200 万的上限较低。

相关建议在修正草案中均有体现。草案明确侵犯商标专用权赔偿数额按权利人所受到的实际损失、侵权人因侵权所获得的利益、注册商标许可使用费的倍数

顺序确定，难以确定的由法院根据侵权情节判决 300 万元以下的赔偿。这比现行 50 万元的法定赔偿额提高了 5 倍，也比二审稿中 200 万元的上限有较大提高，同时不设下限。

#### >>禁用

国歌、军歌标志纳入

鉴于二审稿明确增加“声音”可作为商标注册和使用，因此三审稿在禁止作为商标标识使用的规定中，增加同我国的“国歌”、“军歌”相同或者相近似的标志。

此外，因国家工商行政管理总局提出，目前商标案件的平均审查时限只能根据案件的不同类型控制在 12 个月或者 18 个月内，其中涉及单方当事人的案件在 9 个月内审查完的占 76%，涉及双方当事人的案件在 12 个月审查完的占 67%。

这就意味着，多数案件确实难以在二次审议稿规定的时限内完成，因此三审稿中商标审查的基本时限并未缩短，而是延长，由六个月或九个月调整为九个月或十二个月，有特殊情况经批准可延长的时限，相应由六个月或九个月调整为三个月或六个月。

#### >>追责

违规将记入信用档案

此外，商标法修正案草案还规定，商标代理机构有违反商标法规定行为的，除依法追究其法律责任外，由工商部门记入信用档案。

目前，我国仅一般商标代理机构就有约 9000 家，每年通过商标代理机构提交的商标注册申请超过总申请量的 90%。但是，整个商标代理行业的服务却并不尽如人意，从业人员素质参差不齐，同行之间恶性竞争，导致出具虚假法律文件、欺诈委托人钱财、恶意抢注等现象屡屡出现。

全国人大法律委员会经研究，建议增加规定：商标代理机构有违反商标法规定行为的，除依法追究其法律责任外，由工商部门记入信用档案。

#### >>业界声音不宜退货的商品需细化界定

互联网律师赵占领表示，二审草案比一审草案有进步，列出一些不适合退货的商品，但是由于商品种类太多，不可能穷尽。但最后一条“其他根据商品性质不宜退货的”没有细化界定，到底怎样的商品不宜退货，在执行层面会造成消费者和卖家扯皮，增加卖家的投诉率以及客服的压力。再者，二审稿中没规定商品在什么情况下可退，只说消费者“无需说明”理由。比如，最基本的，一个商品被消费者人为损坏了，就不能要求商家退换了。

一家卖内衣的淘宝店主表示，店里销售的都是贴身内衣产品，如果消费者买了穿了，确实就不方便再退货，因为出于卫生考虑，这个产品就不能再卖了。因此，该店主建议新政策要考虑店家的实际情况，不能一刀切。

#### >>专家观点四类商品有质量缺陷也该退

中国人民大学商法研究所所长、中国消费者协会副会长刘俊海认为，“后悔权”制度是一种能让消费者和商家多赢共享的现代商业模式，此次采取“4+1”

的立法思路，用四种列举加一项“兜底”的方式细化后悔权制度不予适用的例外情形，主要为预防消费者滥用后悔权制度，同时也为解除广大商家的疑虑，让他们平心静气地接受该制度。

“这些例外情形如果不规定，很多经营者会从心里抵制后悔权制度，会有恐惧感，觉得洪水猛兽来了”，刘俊海认为，目前列举的四种情形都有一定理由，但不意味着这四种商品就一概不能退货，如果其存在质量缺陷，消费者仍可依据三包制度条款退货，且由经营者承担运费。

但刘俊海指出，“不适宜退货的其他情形”这个“兜底”条款兜底比较大，消费者和商家今后围绕什么适宜什么不适宜可能出现争议，也可能有商家用各种理由将商品列入“不适宜”退货的范围，因此建议将“不适宜”改成“以及经营者与消费者同意不适用该条规定的情形”，列举之外的商品通过双方协议排除，从而实现“原则都适用，例外排除”。

#### 惩罚性赔偿加码

##### “1+2”赔偿改为“1+3”

消法一审草案规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务费用的两倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。

初次审议中，不少人大常委会委员提出，实践中一些经营者制假售假，甚至生产销售危害消费者生命健康的缺陷产品，严重侵害消费者权益，主观恶性较大，当提高惩罚性赔偿数额。消法二审草案将原规定的两倍惩罚性赔偿修改为“三倍”，即由“1+2”赔偿改为“1+3”。

##### >>专家观点建议上不封顶下有保底

刘俊海认为，追加一倍赔偿，体现二审稿比一审稿有进步，但仍建议惩罚性赔偿“上不封顶，下有保底”，并提到民间很多商店都写着“假一罚十”，而没有写“假一罚三”的，可见“假一罚十”符合民事习惯，已获商业界认可。

中国消费者协会律师团团长邱宝昌指出，对消费者欺诈的应实施惩罚性赔偿，加大赔偿数额才能对经营者有威慑力。（京华时报）

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/81/51344.html>



## 【工作动态】

### 云浮市 8 家企业获评国家级信用等级

良好信誉促进企业做强做大

14 日，云浮市企业商务信用授牌大会在市群众艺术馆小影剧院隆重召开。我市共有 8 家企业获得中国国际电子商务中心和北京国富泰企业征信有限公司授予的信用等级评价牌匾。市委常委、宣传部部长李尧坤出席会议并希望我市各企业增强企业信用意识，以良好的企业信誉来促进企业发展。

据悉，商务部属下的中国国际电子商务中心建立的中国商务信用平台是国际认可的，打破了西方三大信用评级机构美国标准普尔公司、穆迪投资服务公司、惠誉国际信用评级有限公司对世界信用评级的垄断。同时这也是我市企业首次参加国家级信用等级评价，意义十分重大。在当天的大会上，中国国际电子商务中心和北京国富泰企业征信有限公司有关负责人分别向云浮海岸石业有限公司、广东传奇岗石有限公司、云浮市大陆石业工艺有限公司、云浮市东山石材有限公司、云浮市新昌宏石业有限公司、云浮市新丽新岗石发展有限公司、云浮市辉华石材有限公司等 7 家企业授予“企业信用评价 AA 级信用企业”牌匾，向新云石业（云浮）有限公司授予“企业信用评价 AAA 级信用企业”牌匾。

李尧坤强调，信用是企业的立身之本，也是企业竞争的软实力，但信用评级不是一劳永逸的，希望我市企业家们增强企业信用意识，争做诚实守信企业，通过建立良好的信誉不断把企业做强做大，让更多的云浮产品走向国际市场，为云浮的经济发展作出贡献。

云浮海岸石业有限公司副总经理邓义煌说，海岸石业自 2007 年在云浮建厂以来，在上级政府和有关部门的关怀下，取得了长足的发展，目前公司纳税额位居云浮同行前列。这次获得国家级信用评级，不仅是一份荣誉，更意味着一种责任，以后海岸石业仍将一如既往地坚持诚信经营，守法经营。

会后，北京国富泰企业征信有限公司总经理陈登立还向参会的有关领导和企业家们，就企业如何创建商务信用进行了详细讲解。（云浮日报）

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/403/51368.html>

## 付诚副主任会见京东商城高级副总裁严晓青一行

8月20日上午，京东商城严晓青高级副总裁、电子商务学会彭李辉秘书长一行莅临中心和国富泰公司，中心付诚副主任会见了来访客人，双方就电子商务、数据中心、大数据应用、电子商务信用、零售供应商信用管理等多领域深入交流，对加强合作共赢发展进行了深入沟通。国富泰陈登立总经理陪同会见。



### 付诚副主任与严小青高级副总裁交流

付诚副主任首先对严晓青副总裁一行的来访表示欢迎，并向客人重点介绍了中心基本情况以及多年来在承担商务部信息化建设等方面取得的经验，包括政务系统开发与运营维护、商品溯源系统、电子支付、CA安全、数据灾备，以及国富泰协助相关职能部门完善市场秩序管理，推动企业诚信体系建设方面所取得的突出成绩，鼓励京东商城与国富泰本着优势互补、互利互惠、共同发展的原则开展深入合作的意向。

严晓青副总裁介绍了京东商城B2C业务、物流业务、金融业务高速发展、2015年入住亦庄经济开发区、以及在电子商务发展中供应商信用管理中存在的问题，提出了“诚信”是电子商务健康发展的绿色屏障，表达了愿意与中心和国富泰就数据安全、信用应用等方面开展深层次合作的意向。

陈登立总经理介绍了国富泰的背景、产品服务、信用应用，以及近几年在电子商务企业信用服务等方面的工作和所获良好口碑，简要说明了国富泰“6（认证、评价、评级、征信、舆情、平台）+3（证照、诚信供应商、红黑榜）+1（企业信用管理）”的产品服务体系。



#### 参观中心机房和国富安 CA 机房

通过本次参观交流,国富泰公司与京东商城对彼此的业务和资源有了较为深入地了解,为下一步的深入合作打下了基础。

相关链接: <http://www.bcp.cn/articles/61/51158.html>

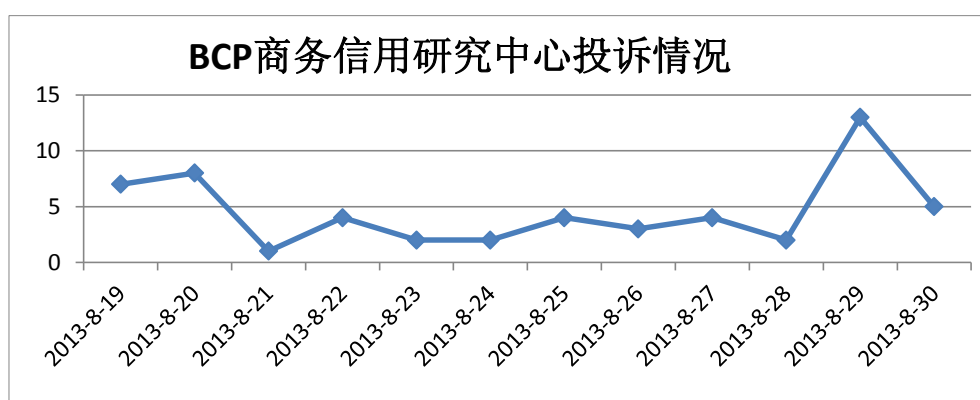
## BCP 受理投诉 55 起 案例：苏宁易购拖延消费者

### 【投诉概况】

2013 年 8 月 19 日至 2013 年 8 月 30 日，BCP 投诉中心共受理投诉 55 起，总投诉解决率 12.37%，投诉解决率呈下降趋势。

### 【投诉现状分析】

由下图可以看出，2013 年 8 月 19 日至 2013 年 8 月 30 日，投诉数量保持稳定。主要投诉问题有“收到货品与描述不符”、“申请退款后，网站不予退款”、“退款只退到网站的账户内，不能提现”等。经过 BCP 投诉平台不懈的努力，目前“酒仙网”、“麦考林”、“天秀团”等多家未认证网站，也积极加入到 BCP 投诉联盟中来，协助 BCP 平台处理消费者投诉。



### 【近期典型投诉案例】

#### 苏宁易购售后差强人意 处理缓慢拖延消费者

“开学，我爱家长惠；32 场，天天抢购惠；花嫁季，底价把你征服。”—苏宁易购，让网购更享受！苏宁易购网打的广告可谓是一语双关精彩至极，想必售后服务也是让人竖起拇指，然而事实并非如此。

近日，欧女士向中国商务信用平台反映：她于 2013-08-07 提交的订单，2013-08-09 收到货，隔天使用发现产品存在质量问题当天向苏宁易购客服反映问题，苏宁易购售后人员承诺可于 2013-08-13 日上门鉴定，但其并未按约定时间上门鉴定。欧女士又于 2013-08-13 及 2013-08-14 日多次电话催促，得到的答复都是尽快（24 小时内）处理并与欧女士联系！但直至今今天 2013-08-19 还未有人上门鉴定也未曾接到回复电话。

同样遭遇的还有刘女士，刘女士说：“我在苏宁易购购买了一台索尼的微单，7 月 20 号送往太原的，后来在 8 月初，我回到北京，在使用过程中发现质量有

问题，于是找到索尼客服，并开具了质量检验证明单，证明确实是有质量问题，然后我联系苏宁易购的客服，从 8 月 4 号开始，我每天联系一次，每次都跟我讲，24 小时会有结果，但我从 8 月 4 号一直等到 8 月 9 号，苏宁易购仍旧没有给我处理。”刘女士认为苏宁易购这种坑骗消费者，不讲商业信用的行为，让她实在让人忍无可忍。

中国商务信用平台提醒消费者在网购时要注意：

在付费前，尽可能选择经 BCP 商务信用研究中心认证过的网站。如在未经过 BCP 商务信用研究中心认证过的团购网站、网店购物时，应严格审核网站、网店的资质，通过第三方服务机构查询该网站的域名、备案、经营主体等信息。（中国商务信用平台）

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/51/51370.html>

### 返利网问题频曝光 工商总局点名批评

以返利为噱头的返利网站，多次被消费者投诉为“虚假返利”，欺骗消费者。日前，工商总局也曝光返利网因霸王条款成网购违法典型。消费者反映，返利网返利率超低仅 0.6%，返利等候时间长，商品的价格甚至比不返利还贵。返利网真的能让消费者得到实惠吗，还是仅仅看上去很美？

消费者王先生近日向人民网财经反映，今年 7 月，王先生准备网购一款手表，在微博上他看到一个返利网的广告，称通过返利网购买的商品，最高能返利达 35%。王先生怦然心动就注册了返利网的一个账号，然后登陆返利网进入淘宝网，买了一块价值 228 元的手表。

王先生计算着通过返利网，至少能节约几十元钱，订单完成付款后，去返利网查看，却发现没有任何返利，“难道要等到货后才返利？”，然而等商品到货后，王先生依然没有看到任何返利，足足等了一个多月后，王先生查看返利网自己的账户，才看到返利网返给了他 154 个 F 币，而这些 F 币，仅仅相当于 1.54 元钱，并且还不知道如何使用这些 F 币。

王先生算了一笔账，228 元返利 1.54 元的 F 币，返利率仅有 0.6%，这和返利网宣传的动辄 35% 的返利率有着天壤之别。“这哪是什么返利？分明就是欺骗消费者。”王先生觉得被返利网玩了一把，便宜没捞着，倒花了很多时间去注册返利网。

### 返利网问题频曝光 价格比不返利还贵

返利网遭质疑并不是第一次，人民网财经记者整理发现，返利网的争议主要集中在几个方面：承诺返利却始终未兑现；承诺返利却拖延时间长达两到三个月；承诺返利却要求消费者在满足一定积分后才能返利，强制消费；返利网返利程序复杂返利行为难以顺利实现等等。



而更严重的，是返利网上的商品比其它不需返利的同一商品价格还要高。消费者小林日前通过返利网，从淘宝网上的一个商家那里购买了一款价值 300 多元的高级眼霜，随后返利网按约定返还给了小林 11 元。但付款之后没多久，小林就后悔了。“我在淘宝网上一查，这个眼霜在其他网店里便宜到只要 200 元左右，我就这么多花了 100 块钱。”

小林的遭遇并不是个例，多名消费者也在网上投诉，通过返利网在淘宝上购买的所谓“最低价”商品，比其他不需要通过返利的其他卖家的同一商品价格还要高，“要是不认真比对，就会让返利网浑水摸鱼过去。”

工商总局点名批评返利网

日前，返利网因霸王条款成网购违法典型，受到国家工商总局点名批评，称其利用格式合同做出对消费者不公平、不合理的规定，侵害了消费者的权益。

7月9日，国家工商总局点名返利网“利用格式合同侵害消费者合法权益”，问题出在《返利网用户使用协议》第六块内容“责任范围与责任限制”条款的第1条和第6条。工商部门在调查发现，在协议中返利网存在利用格式条款，免除对提供的商品或者服务依法应当承担保证责任的行为，以及利用格式条款免除因违约依法应当承担的违约责任的行为。

此外，在《返利网用户使用协议》还规定会员应及时使用自己的返利网账户中的虚拟资产，返利资产自到会员的返利网账户后如超过一年未消费或使用，返利网有权自行处置该笔虚拟资产。工商总局指出，这些霸王条款不公平、不合理，侵害了消费者权益。

消费者权益保护协会专家认为，“为消费者返利”本是返利网站最基本的功能，也是其商业模式的价值所在。然而从消费者所反映情况来看，返利网显然把消费者权益放到了末端，消费者的利益、购物体验等均未得到应有的尊重，实惠得不到，还将滋生出更多的麻烦与损失。对此，专家也提醒消费者，切不可因为一些蝇头小利，而遭受更大的损失。(新民网)

相关链接：<http://www.bcpn.com/articles/51/51150.html>

### 质检总局：德国大闸蟹未获准进口 存在风险

新华网北京 8 月 22 日电（记者陈炜伟、朱立毅）国家质检总局 22 日通报称，近日，有国内电商网站进行德国大闸蟹的团购预售活动，预定批次已超过 30000 批，引起社会广泛关注。国家质检总局表示，德国大闸蟹尚未具备对华出口资质，未经法定准入和检疫合格的德国大闸蟹存在诸多风险。

国家质检总局动植物检疫监管司有关负责人介绍，德国大闸蟹尚未具备对华出口资质。根据现行中国法规规定和国际通行做法，大闸蟹类水生动物在首次对华出口前，须由出口国官方向中国国家质检总局正式提出申请，经过严格的风险评估和一系列检疫准入程序，如中国官方认定其风险可控并在可接受风险水平内，由进出口国官方确认卫生要求和检疫证书后方可对华出口。目前，国家质检总局既未收到德国官方的正式申请，也未收到企业进口德国大闸蟹的检疫许可申

请。德国大闸蟹此前从未获准进口至中国。

国家质检总局指出，未经法定准入和检疫合格的德国大闸蟹存在诸多风险。大闸蟹类水生动物涉及动物卫生、公共卫生、食品安全和生态环境安全等重要敏感问题，属于高风险商品。德国大闸蟹已在德国定殖近百年，是否因环境改变而发生变异，或携带当地水体环境可能存在的有毒有害物质和有害生物尚无定数，未经过严格的检疫和检测，盲目引进或食用可能对消费者身体健康和生态环境造成隐患。

据介绍，国家质检总局已就此问题紧急约谈有关电商企业，要求其严格遵守国家法律规定，妥善处理相关问题，并向公众作出说明。有关企业已就此于 21 日正式通知下属办事机构。国家质检总局将密切关注相关问题的后续进展，并及时跟进采取措施。同时，国家质检总局提示广大消费者，现阶段请勿盲目购买不明来源和未经检疫合格的德国大闸蟹，避免遭受不必要的损失和健康损害。

这位负责人同时表示，如果存在消费需求，且德国官方正式申请对华出口大闸蟹，国家质检总局将按法定程序同德国官方密切合作，妥善解决德国大闸蟹检疫准入问题。(新华网)

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/522/51271.html>

## 本期 70 家企业集中报名参与评级认证工作

据统计本期（2013 年 8 月 19 日至 2013 年 8 月 31 日），陕西鼎望光电工程有限公司、江苏安普克科技有限公司、万载县融城建材有限公司、万载县融城建材有限公司、万载县融城建材有限公司、宜兴安瑞陶瓷科技有限公司、浙江恒泰机械制造有限公司西安分公司、汉中顺通暖通设备安装有限公司、南京尚迅服装有限公司、南京迪卡亚汽配有限公司、合肥蓝海园林科技有限公司、延安富农农业技术服务有限公司、“榆林市高新区德恒通医药有限责任公司、江西德广投资有限公司、西安图林电子科技有限公司、北京美视铭科技有限公司、广东嘉友网络科技有限公司、杭州国鼎电子商务有限公司、济南隆韵网络技术有限公司、泰安市长润商务咨询服务有限公司、泉港区前程互联信息服务中心、狄米特（北京）文化传播有限公司、深圳市中佑天达科技有限公司、西安文韬广告文化传播有限公司、福建省安溪县新康茶叶有限公司、浙江中申资产管理有限公司、北京三季时空电子商务有限公司、山东联信投资管理有限公司等 60 家企业向中国商务信用平台（BCP）报名参与信用评级认证，相关评审工作正在进行中。

## 【各方声音】

### 2013 中国电子商务与区域经济发展圆桌论坛召开

近日，在发改委、工信部及科技部相关司局的指导和支持下，由中国电子商务集成创新产业联盟主办，知名 B2B 服务商中国网库承办的 2013 中国电子商务与区域经济发展圆桌论坛在北京歌华酒店如期举行。

作为国内首届电子商务与开发区区域经济发展的论坛，本次会议得到了各界高度重视，出席本次论坛的部委嘉宾有发改委地区司副司长沈叙健、工信部中小企业司副司长许科敏、工信部中小企业司创新发展处处长刘怡、工信部中小企业发展促进中心政研处处长毛伟忠、科技部经济技术开发区协会秘书长关嵘等。中国网库、敦煌网、华夏银行、国富泰、赛迪咨询信息中心等第三方电子商务服务机构和资深电商专家，以及近百名来自全国各地开发区、产业园区的领导等共同参加了本次论坛会。

本次论坛围绕“构建电商生态圈，助推产业新经济”这一主题展开，重点讨论区域电子商务生态环境建设、地方产业转型升级及实体经济的电子商务应用等热点问题，旨在为我国区域经济发展、产业聚集及实体经济转型发展寻求新思路、新方向，同时为各地方发展电子商务产业提供交流与合作的良好平台。

会议上，发改委地区司副司长沈叙健、工信部中小企业司副司长许科敏，科技部经济技术开发区协会秘书长关嵘、工信部中小企业发展促进中心政研处处长毛伟忠，中国网库、敦煌网、赛迪网等分别发言致辞。会议最后，与会的开发区、产业园区代表现场与大家就地区产业的转型升级形式、电子商务产业的扶持政策做了交流和探讨。

据现场透露，电子商务是帮助中小企业开拓国内外市场的一个重要途径，也是我们对中小企业推进工程的一个重要内容，多年来一批电子商务服务商以搭建平台、组成联盟等多种方式在为中小企业提供信息服务、开展专业培训、探索信用融资等方面开展了大量的工作，取得了显著的效果和经验，为缓解中小企业的突出困难做出了积极的贡献。

据悉，开发区经过 30 年的发展为我们中国的改革开放做出了巨大的贡献。从发改委经济整顿之后对全国开发区进行的统计后显示，目前，由国家认可的开发区一共有 1568 家。其中，像经济技术开发区目前已经批准了 200 家，高新技术开发区由当初的 54 家，现在发展到了 105 家。它们的 GDP、税收收入和实际运用外资总额已经占了我们全国的 18%、16%和 14%。开发区在推进电子政务、推进信息化，在推进开发区产业转型升级的过程中积累了成功的经验，在国家政策的推动下，电商企业的参与下，其中一部分开发区已经在电商产业基地建设方面摸索出经验和路径。

电商作为现代服务业的战略新兴产业，本质依然是现代服务业；要引进各类

电子商务服务机构、网购电子商务，推动信息消费和购买服务和拉动金融物流服务提升，对于每个产业都有自己的服务业；制定相关的实体企业电子商务扶持政策，培训等；要推动一批本地实体发展单品电子商务交易平台。

整合地方产业资源，发展以本地特色产业或优势产业主导的单品电子商务应用，有利于带动区域电子商务产业集聚发展，形成区域电子商务特色细分应用，同时将带动周边地区、城市发展特色化电子商务，提升区域电子商务整体水平，进而提高所在区域整体的商品流通贸易水平，更好的促进区域经济发展。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/403/51369.html>

## 【信用百科】

### 信用评级对企业有哪些作用和好处

在市场经济中各个经济主体在社会活动中都离不开信用，借、贷，购、销，人欠、欠我等等一切经济交往，均与信用有直接的关联。信用评级是市场经济的产物，它是对各类市场参与主体履行相应经济契约的能力及其可信程度所进行的一种综合分析和测定，是市场经济中不可缺少的一种中介服务；对企业（单位）的具体作用和好处，归纳起来主要有以下五个方面：

一是企业（单位）在市场活动中有了一份有效的信用“身份证”。在市场经济中各个企业（单位）都是独立自主的经营者，要签订购销合同、参加招投标、申请资质、争取政府采购等等都需要有一个有效的信用“身份证”，才能取得对方的信任。由社会上经过监管机关严格审查认可的信用评级机构，通过规范化的评估程序，独立、客观、公正地评定的信用等级，便成为一份有效的信用“身份证”，使合作者取得一个确切、公正的信用信息，对加速进行合作决策起了无可替代的作用。

二是企业（单位）进入金融市场筹集资金有了一个可靠的“通行证”。在资本市场中企业（单位）要运用债券等融资工具筹集资金，必须经过有资格的评估机构评定信用等级，才能发行债券；在信贷市场中企业（单位）要向金融机构申请贷款同样需要经过信用评级，特别是具有一定贷款规模的重点大户贷款企业（单位）必须经过确认资格的独立第三方专业评级机构进行规范评估，才能获得金融机构的贷款支持。所以信用评级是进入金融市场必须取得的“通行证”。

三是企业（单位）降低筹资成本的重要手段。在市场经济国家中，企业（单位）信用等级高低是直接与筹资成本大小挂钩的。信用等级高、资信优良的企业（单位）发行债券或申请贷款的利率就低，信用等级低、资信状况差的企业（单位）发行债券或申请贷款利率就相应要较高些；没有信用等级企业（单位），即无信用记录者，就不允许在市场中发行债券，一般也很难贷到款。目前我国利率市场化改革已经稳步推开，根据人民银行规定，商业银行对企业（单位）的贷款可以在基准利率基础上，根据企业（单位）信用状况，按风险收益对称原则来决定贷款利率的高低，因此信用等级高低必将直接关系到企业（单位）筹资成本的大小。

四是信用等级是企业（单位）的一项重要无形资产。企业在市场竞争中需要知己知彼，自己需要了解竞争对手及合作伙伴的真实情况，同样竞争对手和合作伙伴也需要了解本企业的真实情况。由社会中介机构对企业评定的资信评估，就能客观、公正的提供这一信得过的信息，有利于企业之间相互促进、相互合作。取得良好信用等级企业（单位）是一项重要的无形资产，它能吸引有关方面大胆放心与之合作，这对企业发展开拓了广阔的道路。即使在发展过程中



某一年度信用等级偏低的企业（单位），有了这一客观、公正的信用记录，也会使金融机构或合作伙伴掌握和了解企业（单位）的历史过程和现实情况，从而得出正确的结论，与之继续支持和合作。

五是改进企业（单位）经营管理的一个重要动力。在独立第三方对企业（单位）信用评估中，可以看到本企业好在哪里？不足又在哪里？能明确今后努力方向和发展思路。对取得优秀或较好信用等级企业（单位），等于对其经营状况作了一个客观的肯定和确切的评价，使企业（单位）进一步优化管理。评定等级偏低的企业（单位）也能从中看到不足，从而找出问题，改进工作，提高管理水平。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/82/51439.html>

**主办单位：中国商务信用平台（BCP）**

业务咨询：

北京国富泰企业征信有限公司

电话：4006-400-312

传真：010-678001662

E-mail: [service@bcpcn.com](mailto:service@bcpcn.com)

责编：

方婷婷

联系电话：

信用认证：010-67801137 [ligen@ec.com.cn](mailto:ligen@ec.com.cn) 李根

信用评级：010-67801162 [litiefu@ec.com.cn](mailto:litiefu@ec.com.cn) 李铁富

信用评价：010-67801186 [pingjia@12312.gov.cn](mailto:pingjia@12312.gov.cn) 武兴华

商务合作：010-67800059 [fuzhenxing@ec.com.cn](mailto:fuzhenxing@ec.com.cn) 付振兴

信用投诉：010-67800100 [service@bcpcn.com](mailto:service@bcpcn.com)

地址：北京经济技术开发区荣华中路 11 号 邮编：100176

网址：[www.12312.gov.cn](http://www.12312.gov.cn) [www.bcpcn.com](http://www.bcpcn.com)