

YMCI2011 年度报告课题组人员名单:

章 政 吴小雁 王大树 杜丽群

刘蔚然 骆明君 徐德顺 文伟平

虞丽娜

目 录

一、引言.....	1
二、对当前经济形势的基本判断	2
（一）国内外宏观经济形势.....	2
（二）开放的浙江与义乌经济.....	3
三、义乌市场特征概况	4
四、2012 年 YMCI 运行情况及特点	5
（一）综合指数概况.....	5
（二）综合指数预警监测状况.....	6
（三）综合指数月度特点综述.....	8
（四）分类指数特点综述.....	9
（五）关键指标分析.....	13
（六）“北大视点”和“专题分析”集锦	17
视点一：信用建设应纳入小城市培育发展.....	18
视点二：由短信服务引发的信用建设思考.....	19
视点三：由经济数据泄密案引发的信用思考.....	20
视点四：温州信用危机带来我们的警示.....	21
视点五：食品安全呼唤诚信自律.....	22
视点六：由广药和加多宝争夺王老吉商标引发的思考.....	23
视点七：加强对外商资信调查的几点建议.....	25
视点八：推行信用贷款是缓解中小企业融资难之关键.....	26
视点九：经济转型中的社会诚信文化建设.....	28
视点十：关于信用不良记录的保存期限.....	30
视点十一：弘扬孝义文化是义乌信用文化建设的重要举措.....	31
视点十二：由蒙代尔呼吁建立企业信用评级制度引发的思考.....	33
专题一：义乌：实现“商标大市”向“商标强市”转变	34
专题二：后金融危机时代的中国义乌市场.....	37

专题三：规范发展商账追收业的调查与思考.....	42
专题四：健康发展电子商务之对策建议.....	45
五、2013 年有关 YMCI 工作的展望与建议.....	49
六、附录.....	51
附录一：YMCI 综合指数和分类指数一览表	51
附录二：YMCI 走向趋势图	51
附件三：2012 年媒体报导、转载一览表.....	52
七、YMCI 数据来源	55

2012 年义乌市场信用指数运行情况分析报告

一、引言

19 世纪英国著名经济学家、哲学家约翰·穆勒曾指出，信用以信任心为根据，信任心的推广，使每个人藏在身边以备万一的最小额资本都可以用在生产的用途上。如果没有信用制度，人们对交易缺乏信心，就不会发生借贷，资产也不会转为投资资本，市场就会处于非常低迷的状态。

信用是市场经济的灵魂，是维系市场经济的基本链条。信用能够不断实现市场的扩展，能够不断地带来经济利益，能够动员和合理配置社会资源。正是凭借信用，义乌市场在过去的三十年，实现了从“鸡毛换糖”到“世界超市”的转变，实现了由商品交易中心向商品展示、产品研发、价格形成、国际贸易多功能为一体国际性商贸中心的转变。

义乌市场的发展与繁荣，离不开信用建设。这些年来，义乌市场信用建设一直走在全国前列，在信用管理领域做了许多有益的探索。例如，始于 2007 年的义乌市场“星级信用商位”评选活动，对诚信经营及表现好的商户给予挂星奖励，对销售假冒伪劣商品的商户则进行“摘星”惩戒，甚至启动市场逼退机制。截止 2012 年 12 月，义乌市场共有“星级信用商位”12001 家，其中一星级信用商位 9274 家，二星级 1823 家，三星级 777 家，四星级 127 家。再如，2008 年开通的义乌信用网，为展示义乌市社会信用体系建设的发展状况，提供企业信用信息相关服务发挥了重要作用。

YMCi（义乌市场信用指数）也正是基于这一背景应运而生。由北京大学中国信用研究中心科研力量支持开发的义乌市场信用指数创建于 2007 年 9 月，是义乌市委市政府践行科学发展观、落实市场信用建设、创新市场管理模式的具体举措。五年多来，YMCi 模型功能不断得到优化，应用能力逐步提高，应用范围逐渐扩大，为提升市场监管效能、强化市场服务、培育市场竞争力创造了十分有利的条件。

《2012 年义乌市场信用指数运行情况分析报告》（简称：《2012 年报》）对过去一年义乌市场信用指数运行情况及其工作进行了全面系统总结，并对下一年有关 YMCi 工作做了前瞻性展望与科学化建议。年报主要由四个方面内容构成。

第一方面，重点分析当前经济形势和义乌市场特征。第二方面，重点解读 2012 年 YMCI 运行的主要情况与特点，包括“北大视点”和“专题分析”集锦。第三方面，对于 2013 年 YMCI 工作的展望与建议。第四方面，2012 年相关资料的附录。

我们希冀《2012 年报》能够给义乌广大经营户提供实用信息与企业信用管理参考，能够给地方政府在信用和市场建设方面提供有价值的决策支持，为提高义乌市场信用监管服务水平和促进市场繁荣带来帮助。

二、对当前经济形势的基本判断

（一）国内外宏观经济形势

2012 年可谓是全球经济的寒冬之年。全球金融危机爆发已经近 5 年了，但世界经济仍然没有完全恢复，面临着后金融危机时代的许多严峻挑战。

欧元区国家、美国、日本等国在内的发达国家经济持续低迷不振。根据联合国最新发布的《2013 年世界经济形势与展望》报告，世界经济增长在 2012 年明显下滑，增长幅度为 2.2%。受发达国家经济低迷影响和外溢效应，新兴经济体和发展中国家的出口增长大幅度下降，其经济增长在 2012 年也不尽如人意。2012 年“金砖国家”之一俄罗斯经济增长预估值从此前的 3.7% 下调至 3.4%，创 2009 年以来新低。伴随着经济不确定性与趋向下滑的风险，我们认为，未来两年的世界经济预期仍具有挑战性。欧元区危机、美国“财政悬崖”以及个别发展中国家的硬着陆，都有可能导导致一场新的全球性衰退。

在复杂严峻的国际经济形势下，中国经济差强人意，GDP 比上年增长 7.8%，基本符合预期。下一阶段中央经济工作重心是，认真贯彻落实党的十八大精神，坚持以科学发展为主题，以加快转变发展方式为主线，以提高经济增长质量和效益为中心，稳中求进，扎实工作，进一步深化改革开放，进一步强化创新驱动，进一步加强和改善宏观调控，进一步保障和改善民生，促进经济持续健康发展和社会和谐稳定。

我们认为，在 2013 年我国经济回暖的进程中，应更加关注外部输入性风险冲击，预计今后两年外部风险冲击也许更多地来自发展中国家。

（二）开放的浙江与义乌经济

2012 年，浙江省深入贯彻落实科学发展观，深入实施“八八战略”和“两创”总战略，围绕建设“两富”现代化浙江的目标，面对严峻复杂的外部环境和困难挑战，坚持“稳中求进、转中求好”的工作基调，千方百计促发展，坚定不移抓转型，尽心尽力惠民生，浙江省经济在加快转型升级中实现平稳增长。2012 年，浙江生产总值 34606 亿元，比上年增长 8%，其中，一、二、三产增加值分别为 1670、17312 和 15624 亿元，增长 2%、7.3%和 9.3%。三次产业比例由上年的 4.9:51.2:43.9 调整为 4.8:50.0:45.2。人均 GDP 为 63266 元，约合 10022 美元，增长 7.7%。

2012 年，浙江结构调整取得新进展：一是战略性新兴产业、高新技术产业和装备制造业成为工业经济发展的新增长点，民间投资、工业和制造业投资快速增长；二是服务业发展较快，2012 年，第三产业增加值比上年增长 9.3%，拉动 GDP 增长 4.1 个百分点，增长贡献率达 51.1%；三是农业和粮食生产保持稳定。同时，“四大国家战略举措”获批实施和“四大建设”取得积极进展。浙江海洋经济发展示范区、舟山群岛新区、义乌国际贸易综合改革试点、温州金融综合改革试验区等“四大国家战略举措”相继获批实施。大产业大平台大企业大项目“四大建设”扎实推进，产业集聚区发展较好地引领浙江省经济集约发展、集聚发展，一批企业做大做强。2012 年末，浙江省有各类市场主体 346.9 万户，比上年净增 26.2 万户，其中，在册企业 92.6 万户，比上年增长 6.4%。2012 年经济生活中存在的主要问题有：一是市场需求减弱特别是出口形势严峻成为影响当前经济增长的首要因素。受欧美日等主要市场疲软，贸易保护主义抬头等不利因素影响，2012 年，浙江省外贸出口仅增长 3.8%，增速比上年回落 16.1 个百分点。二是部分行业产能过剩和一些小微企业生产经营困难，利润下降，亏损增加。2012 年，规模以上工业 38 个行业大类中，增加值增速在 5%以下的有 13 个行业，其中下降的行业有 2 个；企业亏损面 14%，同比扩大 3.6 个百分点。三是制约企业特别是民营小微企业发展的因素尚未得到根本改善，多数企业处于产品链和价值链的末端、产品附加值及利润率低，不少企业仍感税负重、融资难、成本在上升。明年伴随着地方换届的完成，经济基础更加稳健，不利条件是出口形势不确定性增强以及房地产投资增速过快回落，小微企业生产经营或面临更大压力。

2012 年是义乌深化国际贸易综合改革，全面推进“市场贸易”的利好之年。

全年全市完成地区生产总值 802.9 亿元，比上年增长 10.2%，GDP 增速比浙江省高 2.2 个百分点。全市经济运行呈现“稳中有进，显著回升”的态势。主要表现在：全市经济回升在第三季度已经得到体现，第四季度回升力度更大；投资、消费、出口“三驾马车”拉动有力，增速分别为 31%、15.7%、150%；“市场贸易方式”先行先试成效明显，新设立“市场贸易”新型贸易企业 116 家，自营出口增长 150%。随着义乌国际贸易综合改革试点的推进，预计 2013 年义乌市经济会在压力较大的情况下继续处于稳中有升、稳中向好的态势。

三、义乌市场特征概况

2012 年 2 月 5 日，义乌市场迎来了 30 周岁的生日。从 1982 年第一代市场开始，义乌始终坚持“兴商建市”，不畏艰难，不弃微利，从提篮小卖到马路市场，再到现代化的国际商贸城，走出了市场带动工业、工业支撑市场、市场与产业联动的发展新路。30 年，义乌市场实现了从“鸡毛换糖”到“世界超市”的转变，实现了由商品交易中心向商品展示、产品研发、价格形成、国际贸易多功能为一体国际性商贸中心的转变。义乌市场 30 年的建设发展是社会主义市场经济转型升级的精彩缩影，是各级政府和市场监管服务部门改革发展的有力见证，对孕育和壮大民营企业，推动区域经济和城市化发展，活跃商品流通和促进就业，起着举足轻重的作用。

2012 年的义乌正处于深入推进国际贸易综合改革试点，大力推进“两区六城”建设，努力争当“两富”现代化浙江排头兵的关键时期。义乌市委、市政府围绕国际贸易综合改革试点目标，科学把握市场发展趋势，推动企业转型升级，取得了骄人的业绩。

2012 年，义乌以试行“市场采购”贸易方式为重点，加快推进国际贸易综合改革试点，打造发展新引擎；以商贸服务业集聚区建设为重点，加快推进市场和商贸服务业发展，形成竞争新优势；以切实增加有效投入为重点，加快推进工业经济转型升级，推动经济迈上新台阶；以“百万人口城市”规划为重点，加快推进城乡规划建设，实现城市功能新提升；以深化“两创两提”活动为重点，加快推进公共服务体系建设，实现发展环境新改善。我们认为，义乌市场发展思路清晰，措施踏实有力，2012 年义乌靓丽的国民经济和社会改革与发展成果，就是最好的诠释。

下一步，义乌市场发展应遵循不久前召开的金华市委常委会会议精神，以党的十八大精神为指导，加快建设“国际贸易特区”，努力建设现代化大城市，按照金华市委书记陈一新同志要求，推动“五个转变”，加快与提升市场发展。第一，推动市场结构从以生活类商品综合市场为主向生活类、生产类、文化类商品综合市场并重发展转变；第二，推动贸易结构从以出口贸易为主向出口、进口、转口贸易并重发展转变；第三，推动市场业态从以单体市场为主向单体市场和连锁市场并重发展转变；第四，推动市场模式从以实体市场为主向实体市场和虚拟市场并重发展转变；第五，推动产业结构从以商品贸易经济为主向商品贸易经济、会展经济、旅游经济并重发展转变。

四、2012 年 YMCI 运行情况及特点

（一）综合指数概况

2012 年义乌市场信用综合指数呈稳步上升态势，年中虽有小幅下降，但总体保持增长趋势，最终 YMCI 从年初的 138.48 攀升至年末的 149.89，增长 8.24%。

2012 年全年义乌市场信用综合指数保持稳中有升，除 1 月、2 月、8 月低于历史均值（经验数据）140 以外，其他月份尤其是在四季度，一直保持上升趋势。可见义乌经济已逐步趋暖，信用水平也保持在历史较高位置。

2012 年义乌市场信用综合指数的走势，如图 1 所示。

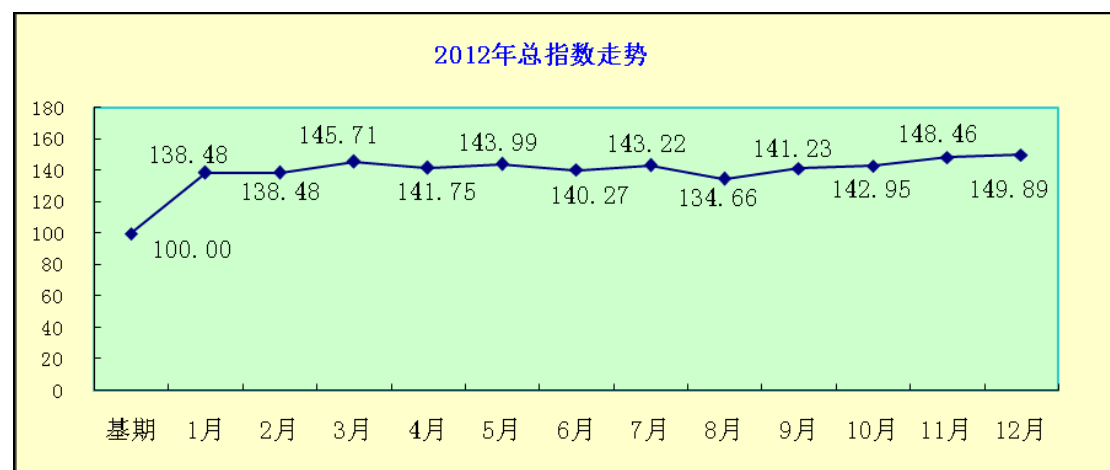


图 1 市场信用综合指数走势图¹

¹ 本文所有图表之数据来源于 YMCI 课题组，特此说明。

（二）综合指数预警监测状况

根据 YMCI 波动预警子系统的监测，2012 全年市场信用综合指数的变化特征总体呈现为稳中有升的格局。其中：变动幅度处于“N”状态（即波动处于“-5%~5%”之间）的，有 9 个月，占 75%；处于 B 状态（即波动处于“ $\geq 5\%$ ”）的，有 1 个月，占 8.33%；处于 W 状态（即波动处于“ $< -5\%$ ”）的，有 2 个月，占 16.67%。详见表 1。

表 1 YMCI 全年波动预警状况²

时间	YMCI 数值	YMCI 波动幅度	YMCI 波动预警标识
一月	138.48	↓ 6.63%	W
二月	138.48	0.00%	N
三月	145.71	↑ 5.22%	B
四月	141.75	↓ 2.72%	N
五月	143.99	↑ 1.58%	N
六月	140.27	↓ 2.58%	N
七月	143.22	↑ 2.10%	N
八月	134.66	↓ 5.98%	W
九月	141.23	↑ 4.88%	N
十月	142.95	↑ 1.22%	N
十一月	148.46	↑ 3.85%	N
十二月	149.89	↑ 0.96%	N

根据 YMCI 五色灯预警子系统的监测，2012 全年市场信用综合指数均为绿色灯标识，表现为义乌市场信用状况一直处于安全状态。这主要得益于义乌商人一贯重视诚信经营，市场信用建设的基础良好，同时也是近年来义乌市政府加强市场监管、引领市场主体注重信用建设的结果。

² 注释：YMCI 波动预警子系统（NBW 预警系统）具有提示性预警能力，通过环比指标对比分析，反映本期 YMCI 综合指数及分类指数较上期变化的相关信息， $NBW = \text{本期指数} / \text{上期指数} * 100\% - 1$ 。

* $-5\% \leq NBW < 5\%$ NBW 为正常状态（Normal）
* $NBW \geq 5\%$ NBW 为变好状态（Better）
* $NBW < -5\%$ NBW 为变坏状态（Worse）

各月的市场信用综合指数详见表 2。

表 2 YMCI 五色灯预警系统³

时间	YMCI 分值	YMCI 分值区域	五色灯标识
一月	138.48	≥ 110	●（绿灯）
二月	138.48	≥ 110	●（绿灯）
三月	145.71	≥ 110	●（绿灯）
四月	141.75	≥ 110	●（绿灯）
五月	143.99	≥ 110	●（绿灯）
六月	140.27	≥ 110	●（绿灯）
七月	143.22	≥ 110	●（绿灯）
八月	134.66	≥ 110	●（绿灯）
九月	141.23	≥ 110	●（绿灯）
十月	142.95	≥ 110	●（绿灯）
十一月	148.46	≥ 110	●（绿灯）
十二月	149.89	≥ 110	●（绿灯）

2012 年从各分类指数对总指数的贡献份额来看，依次为商品质量指数 36.15%、交易活跃指数 29.14%、风险可控指数 19.67%、客商满意指数 15.04%。详见图 2。

³注释：五色预警灯形象化地表现了 YMCI 综合指数及分类指数变化水平，方便指数使用者观测和了解相关情况。

- | | |
|------------------------------|-----------------------|
| * YMCI 指数 ≥ 110 | 绿灯（S, security, 安全级） |
| * $100 \leq$ YMCI 指数 < 110 | 蓝灯（N, normality, 正常级） |
| * $90 \leq$ YMCI 指数 < 100 | 黄灯（C, caution, 关注级） |
| * $80 \leq$ YMCI 指数 < 90 | 橙灯（W, warning, 警戒级） |
| * YMCI 指数 < 80 | 红灯（D, danger, 危险级） |

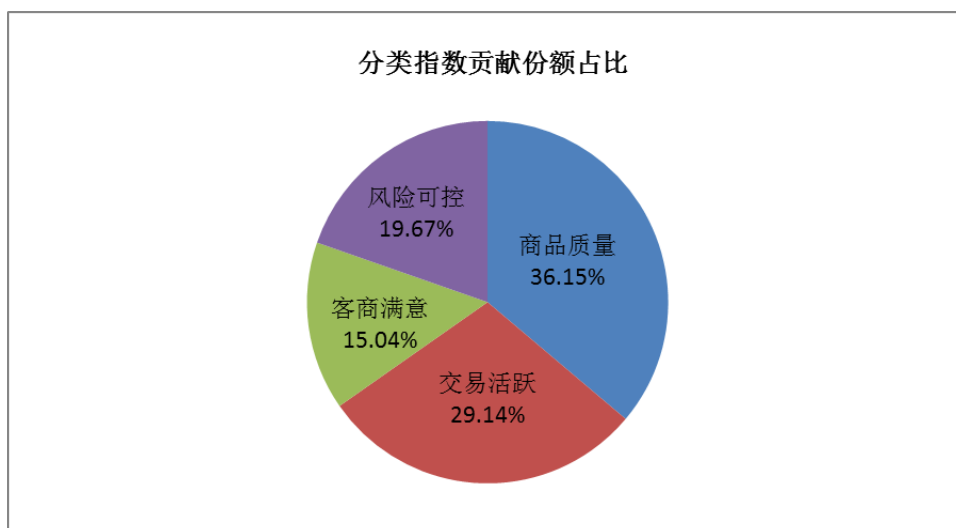


图 2：各分类指数对总指数的贡献份额

（三）综合指数月度特点综述

一季度，义乌市场信用指数略有下降，季内变化曲线幅度不大，比较平坦。一月、二月均为 138.48，三月份冲高至 145.71。YMCI 季内月均数从上季的 145.96 落到本季的 140.89，处于基本稳定的状态。“五色灯预警子系统”显示为“绿色灯”安全状况；季内月均数较上季月均数微降 3.47%，变化幅度小于“5%”，“波动预警子系统”显示为“正常”（N, Normal）状态。

二季度，义乌市场信用指数稳中有升。YMCI 季内月均数从上季的 140.89 上升至本季的 142.00，增长 0.79%。季内各月变化幅度不大，相对平稳。四月为 141.75，五月增加至 143.99，上升 1.58%，六月为 140.27，较五月下降 2.58%。“五色灯预警子系统”显示为“绿色灯”安全状况；季内月均数较上季月均数增加 0.79%，变化幅度小于“5%”，“波动预警子系统”显示为“正常”（N, Normal）状态。

三季度，义乌市场信用指数略有下滑，YMCI 季内月均数从上季的 142.00 落到本季的 139.70，下降 1.62%，处于基本稳定的状态，但已跌至历史均值 140 线之下。从季内各月的走势看，七月份为 143.22，八月下降至 134.66，降幅 5.98%，九月份上升至 141.23，上升 4.88 个百分点。“五色灯预警子系统”显示为“绿色灯”安全状况，但跌破历史均值 140 线，值得警惕；季内月均数较上季月均数微降 1.62%，变化幅度小于“5%”，“波动预警子系统”显示为“正常”（N, Normal）

状态。

四季度，义乌市场信用指数有所提升，YMCI 季内月均数从上季的 139.70 升到本季的 147.10，增长 5.30%，处于基本稳定的状态。从季内各月的走势看，变化曲线稳中有升。YMCI 十月为 142.95，十一月升高至 148.46，上升 3.85 个百分点，十二月 149.89，微增 0.96 个百分点。四季度 YMCI 表现比较坚挺，季内月均值报收于 147.10，远大于 110，“五色灯预警子系统”显示为“绿色灯”安全状况；季内月均数较上季月均数提升 5.30%，变化幅度大于“5%”，“波动预警子系统”显示为“变好”（B, Better）状态。

（四）分类指数特点综述

YMCI 总分指数通过各指标相对水平数量变动的相对数和在不同时间上对比的相对数，直观清晰地观察到义乌地区经济和信用发展的特征变量和参数的变化情况。现分述如下：

1. 商品质量指数

一季度商品质量指数平稳增长，月均数从上季的 145.52 增至 149.13，增长 2.48%。从各月情况看：一月商品质量指数 150.13，二月攀升至 151.13，三月小幅下跌至 146.13。主要原因是产品质量监管处罚案件数的减少，一月下降至 7 起，二月继续下浮至 3 起，三月上升至 25 起。

二季度商品质量指数变化比较平稳，月均数从上季的 149.13 降至 144.20，下降 3.31%。从各月情况看：四月商品质量指数 145.68，比上月 146.13，下降 0.31%，五月继续微降至 141.40，六月回升至 145.51。主要原因是食品定量检测合格率的下降和商品质量监管处罚案件数量的上升。商品质量监管处罚案件数量从上季度的 35 起增加至本季度的 89 起，净增加 154.92%；食品定量检测合格率从上季度的 96.20%下降至本季度的 96.03%。

三季度商品质量指数总体平稳增长，月均数从上季的 144.20 增至 145.72，增长 1.05%。七月商品质量指数 146.82，八月微降至 146.71，九月下降至 143.62。主要原因是 7 月产品质量监管处罚案件数减少。本月产品质量监管处罚案件数量为 25 起，比上月 29 起，净减少 4 起。而九月产品质量处罚案件由上月的 15 起增加至本月的 20 起，净增加 5 起，上升 33.33%。

四季度月均数从上季的 145.72 增至 149.29，增长 2.45%。十月商品质量指数 146.39，较上月 143.62，增长 1.93%。主要原因是食品定量检测合格率从上月的 98.60%提高至 98.86%。十一月商品质量指数 150.68，较上月 146.39，增长 2.93%。由于商品质量处罚案件的减少，相应推高了商品质量指数。十二月商品质量指数（150.81）保持稳定，较上月 150.68，增长 0.09%。根据我们对 300 个经营户问卷调查显示，十二月有 156 个和 134 个调查户，分别认为市场内基本不存在和较少存在“销售假冒伪劣商品、不合格商品和傍名牌、低价倾销、虚假宣传等情况”，商品质量可信度持续较高，分别占调查总户数的 52%和 45%。

2. 交易活跃指数

一季交易活跃指数下降幅度较大，从上季月均 147.95 降至 126.47，下降 14.52%。主要原因是上季正值中国传统春节，市场销售旺盛，具有不可比性。另外也反映了今年以来国内外市场景气不足。波动预警子系统显示“变坏”(Worse)状态。一月交易活跃指数 125.60，与上月 153.30 相比，下降 18.07%。波动预警子系统显示，本分类指数处于“变坏”(W, Worse)状态。主要是由于春节因素的影响，小商品成交额仅为 31.82 亿元，远低于上月 98.90 亿元的成交量。二月交易活跃指数持续下探，二月交易活跃度指数 113.98，与上月 125.60 相比，下降 9.25%。主要原因是资金的流入和流出量下降明显，从一个侧面反映了国际国内市场不景气。三月交易活跃指数为 139.84，比上月 113.98，增长 22.69%。其中，外商人数的成倍增加和小商品成交额的放量是促成本月交易活跃指数增加的主要原因。本月小商品成交额为 36.47 亿元，比上月 30.35 亿元，净增长 20.16%。

二季度交易活跃指数上升幅度较大，从上季月均 126.47 升至 139.09，增加 9.97%，波动预警子系统显示“变好”(Better)状态。主要是由于上季度的二月份受春节因素影响，小商品成交额较低和资金流入流出量大幅锐减所致。波动预警子系统显示为“变好”(Better)状态。四月交易活跃指数 139.36，五月上升至 142.08，与上月 139.36 相比，上升 1.95%。主要原因是五月小商品成交额明显放量所致。六月下降至 135.82，下降 4.41%。主要原因是外商人数减少、小商品成交额和资金流入量不同幅度的下降。

三季度交易活跃指数有所下降，从上季月均 139.09 降至 135.84，下降 2.34%。总体反映内外需求不足，影响市场走势。七月升至 138.15，增长 1.72%。主要原

因是资金流入和流出量双增所致。七月份资金流入和流出分别增长 12.79%和 13.06%。八月降至 128.16，降幅为 7.23%。主要原因有二：一是八月外商人数减少，八月在义外商人数比七月减少 0.75 万人；二是八月资金流入流出量，均较七月减少，反映资金的结算回笼状况不如七月。九月再次上升至 141.20，涨幅为 10.17%。主要原因是外贸升温，九月外商人数增加，与上月相比增长了 45.06%。同时，九月小商品成交额，随着国外圣诞节采购热等季节性因素的到来，放量至 56.06 亿元，创今年月度之最。

四季度交易活跃指数增长幅度较大，从上季月均 135.84 升至 152.02，增加 11.91%，波动预警子系统显示“变好”(Better)状态。主要原因上季度指数下降过多，本季度有所回升，同时年末订单增加，市场进入旺季，小商品成交额持续放量。十月呈现继续攀升，从上月的 141.20 上升至 144.93，增长 2.64%。主要原因是市场将进入季节性采购旺季，加之义博会、森博会等手段，催动了小商品成交额的放量。十月小商品成交额 69.64 亿元，比上月 56.06 亿元，净增加 13.58 亿元，创今年以来单月最高值。十一月市场进入旺季，小商品成交额继续放量。十一月交易活跃指数 148.54，较上月 144.93，增长 2.49%。十一月小商品成交额 75.75 亿元，比上月净增加 6.11 亿元，创今年以来单月最高值。另外，由于市场的活跃，前来采购交易的外商人数较上月增加 12.81%，也推动了交易活跃指数继续攀升。十二月市场小商品成交额放出天量。十二月交易活跃指数 162.60，较上月 148.54，增长 9.47%。十二月小商品成交额 114.28 亿元，突破百亿元大关，比上月净增加 38.53 亿元，不但创今年以来单月最高值，而且也是近些年来少有天量。与此同时，资金的流入流出量双双增长，当月资金流入、流出分别比上月增长 15.20%和 9.50%。由于市场的活跃，有力地推动了交易活跃指数大幅攀升。

3. 客商满意指数

一季度客商满意指数比上季度小幅下浮，月平均指数值为 144.81，与上季度月平均指数值 146.17 相比，下降 0.93%。前两个月变化不大。一月指数 146.35，二月上浮为 148.22。三月指数 139.86，下降 5.64 个百分点。主要原因是，三月消费者投诉案件数累计 350 起，比上月 261 起，净增加 89 起；12365 投诉案件数累计 9 起，比上月 5 起，净增加 4 起。

二季度客商满意指数比上季度小幅下浮，月平均指数值为 141.22，下降

2.48%。四月指数 140.71，与上月 139.86 相比，上升 0.61%。主要是由于消费者投诉案件减少所致。四月消费者投诉案件数累计 335 起，比三月 350 起，净减少 15 起。五月为 141.00，六月上升至 141.95。主要原因是这两月经营户诚信度和外商满意度持续保持高位，诚信度水平和满意率均有所提高。

三季度客商满意指数比上季度小幅上升，月平均指数值为 142.41，上升 0.84%。本季度各月的客商满意指数保持相对平衡。根据 300 户问卷调查结果显示，本季度经营户诚信度和外商满意度均保持在相对高位。七月客商满意指数略微下浮，客商满意分类指数为 141.38，与六月 141.95 相比，下降 0.40%。八月客商满意指数保持上升态势，客商满意分类指数为 141.73，与七月 141.38 相比，增长 0.25%。九月客商满意指数持续上升，客商满意分类指数为 144.12，与八月 141.73 相比，增长 1.69%。

四季度客商满意指数月平均指数值为 142.91，与上季度月平均指数值 142.41 相比，微升 0.35%。十月指数为 142.82，位于“经验值”（指总指数近年来历史平均水平）临界点 140 之上。但与上月 144.12 相比，微降了 0.90%。主要原因是 300 户问卷调查结果显示，本月经营户诚信度和外商满意度比上月略有下降。十一月为 142.79，十二月升至 143.12。根据 300 户典型调查得知，十二月经营户诚信度和外商满意度继续处于较高水平。加之消费者投诉案件数减少，从上月 432 件减至本月 385 件，从而促使本月客商满意指数稳中有升。

4. 风险可控指数

一季度风险可控指数月平均水平高达 145.16，与上季度月平均 143.60 相比，增幅为 1.09%。一月指数 131.50，较上月的 141.73，净下降 7.22%。波动预警子系统显示“变坏”（Worse）状态。主要原因是企业新设数量有所减少和资金保障力度减弱。受春节因素影响，一月新设企业数为 244 家，比上月 333 家，净减少 89 家。同时，300 户经营户问卷调查显示，本月企业资金保障力度有所减弱，也在一定程度上带动了该分类指数的下跌。二月回升至 145.80。主要原因是企业新设数量增加。二月新设企业数为 398 家，比上月 244 家，净增加 154 家。三月继续走强，升至 158.17，增长 8.48%。主要原因是企业新设数量增加。三月新设企业数为 652 家，比上月 398 家，净增加 254 家。

二季度风险可控指数月平均值为 143.14，与上季度月平均 145.16 相比，尽

管略降 1.39%，但仍处于高位水平。从各月情况看，该分类指数波动较大。四月风险可控指数 139.26，较上月的 158.17，净下降 11.96%。主要是由于三月企业新设数量基数较高，导致四月该指标大幅减少。四月新设企业数为 511 家，比三月 652 家，净减少 141 家。五月回升至 153.61，增长 10.30%，扭转了上月下降 11.96% 的势态。主要是由于五月企业新设数量大幅增加所致。五月新设企业数为 605 家，比上月 511 家，净增加 94 家。六月为 136.54，较上月的 153.61，下降 11.11%。主要原因是公安经济案件数量的大幅增加。六月公安经济案件数 115 起，比上月 33 起，净增加 82 起。

三季度风险可控指数月平均水平为 132.96，与上季度月平均 143.14 相比，降幅为 7.11%。波动预警子系统显示“变坏”（Worse）状态。七月上升明显，从六月的 136.54 涨至 145.91，增长 6.86%。主要是由于七月公安经济案件明显减少。数据显示，七月公安经济案件立案数从六月的 115 起下降到 24 起，净减少 91 起。八月降至 118.03，下降 19.11%。主要是由于八月公安立案数量大幅增加所致。八月公安立案数为 317 起，而七月仅为 24 起，净增加 293 起。九月风险可控指数明显上升，上升至 134.93，提高 14.32%。究其原因，主要是公安立案数量大幅减少所致。九月公安立案数量从八月的大幅增加恢复至常态水平。九月公安立案数为 38 起，比八月 317 起，净减少 279 起。

四季度风险可控指数月平均水平为 139.03，与上季度月平均 132.96 相比，增幅为 4.57%。十月新设企业数量从上月的 401 个减少到 362 个，进而导致风险可控指数微降，从上月的 134.93 降至 134.06，下降 0.64%。十一月新设企业数量从上月的 362 个增加到 528 个，净增加 166 个。主要由于此因素的拉动，促使风险可控指数大幅上升，从上月的 134.06 猛增至 148.72，增长 10.94%。十二月新设企业数量从上月的 528 个减少到 371 个，净减少 157 个。主要由于此因素，促使风险可控指数大幅下降，从上月的 148.72 暴跌至 134.31，下降 9.69%。

（五）关键指标分析

义乌市场信用综合指数受到四类分类指数的综合影响。为了更清晰明了地分析综合指数的变化动态和原因，我们特遴选 8 个具体指标进行分析，即当期有效注册商标数量、产品质量监管处罚率、外商人数、小商品成交额、企业平均年限、新设企业数量、侵犯知识产权案件数。

1. 关于商品质量指数的关键指标

1.1 当期有效注册商标数量（含国内和马德里）

当期有效注册商标数量受到当期的企业新增量以及产品新增量的直接影响，能较好地预示当前经济的冷热度与市场景气度。全年有效注册商标从年初的40438个增加到年末的47786个，净增加7348个。从趋势变化看，9月份新增数量最多，净增加5550个，占全年注册商标增加数的75.53%。具体走势如图3。

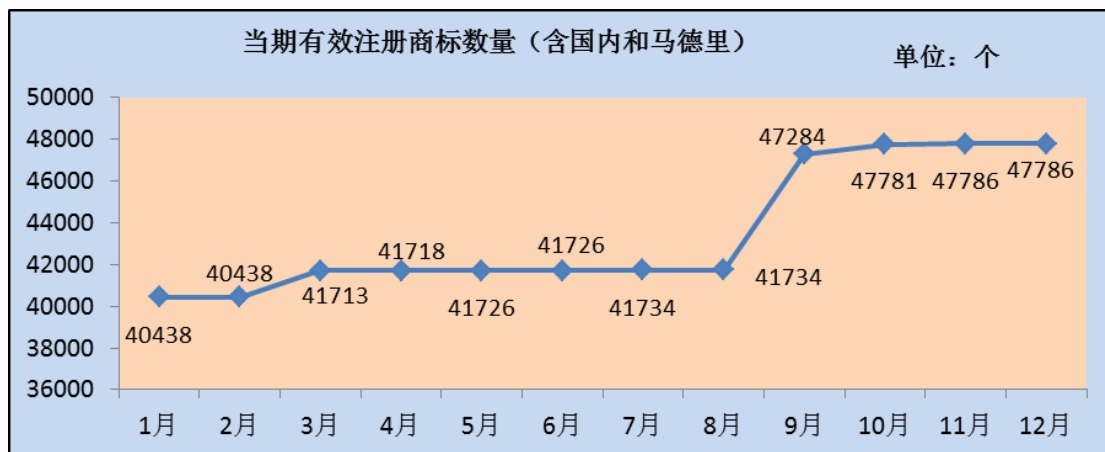


图3： 当期有效注册商标数量走势

1.2 产品质量监管处罚率

产品质量监管处罚率是影响商品质量指数的关键指标，本年度产品质量处罚案件数的变化呈现前高后低、波动减少的特征，5月份达到35件的峰值，此后一路减少，到8月份降为15件，其走势如图4。

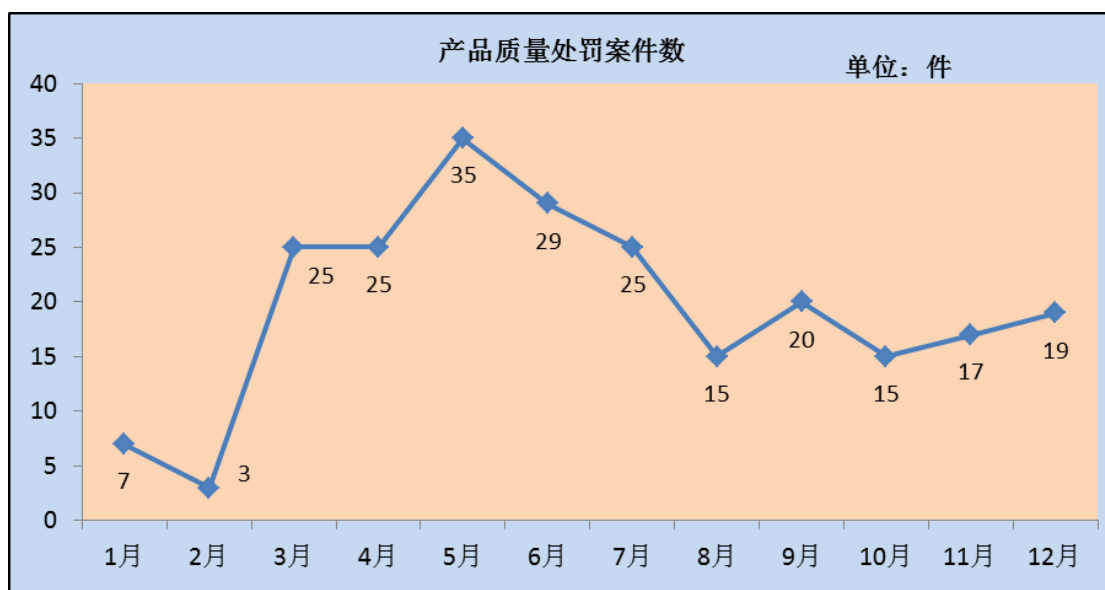


图4： 产品质量处罚案件数走势

2. 关于交易活跃指数的关键指标

2.1 外商人数

外商人数直接反应当月的进出口贸易景气度。本年度外商人数有较大波动，其中年初一月和二月人数最少。3月至5月达到第一个高峰。年中，外商人数又开始减少，到9月份开始进入第二个高峰，第四季度平均每月外商人数有所下浮。具体变化趋势如图5。

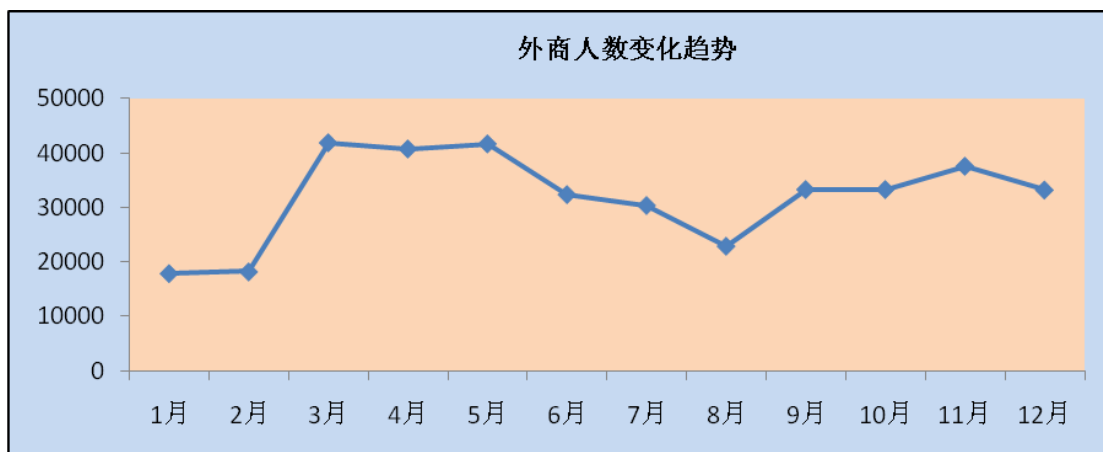


图 5：外商人数走势

2.2 小商品成交额

小商品成交额是描述交易活跃指数的关键指标，本年度小商品成交额的变化趋势可喜可贺，在外部经济遭受金融危机影响的背景下，小商品成交额一路攀升，尤其在年末突破了百亿大关，12月份达到114.28亿，成为拉动市场的主要因素，其走势如图6。

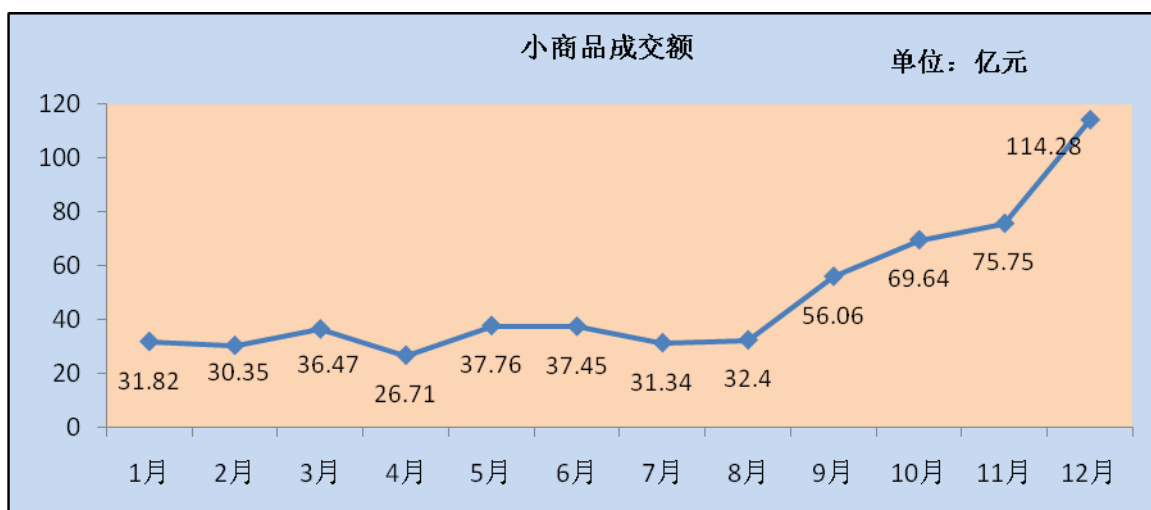


图 6：小商品成交额走势

3. 关于客商满意指数的关键指标

3.1 企业平均年限

企业平均年限的趋势直接反映企业的生命周期，可以预期经济形势的走势。企业平均年限变长，代表宏观经济环境的良好和经济回暖。全年企业平均年限总体呈增长趋势。在7月份波动最大，达到峰值5.09年。全年走势如图7。

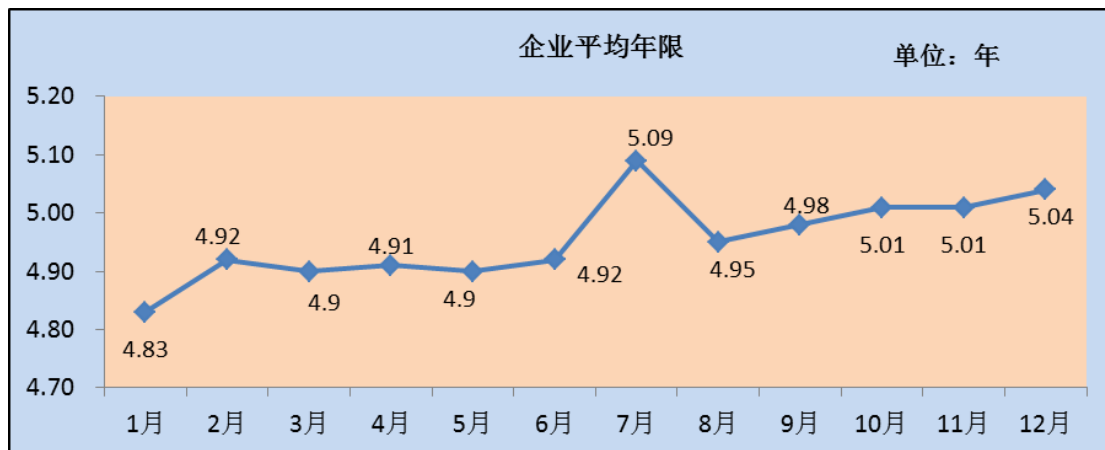


图7：企业平均年限走势

3.2 消费者投诉率

消费者投诉率是影响客商满意指数的关键指标，本年度消费者投诉案件数呈现前底后高的走势。其中，6月以前基本控制在400件以内，7月份后反弹明显，下半年呈缓慢下降趋势，具体变化趋势如图8。

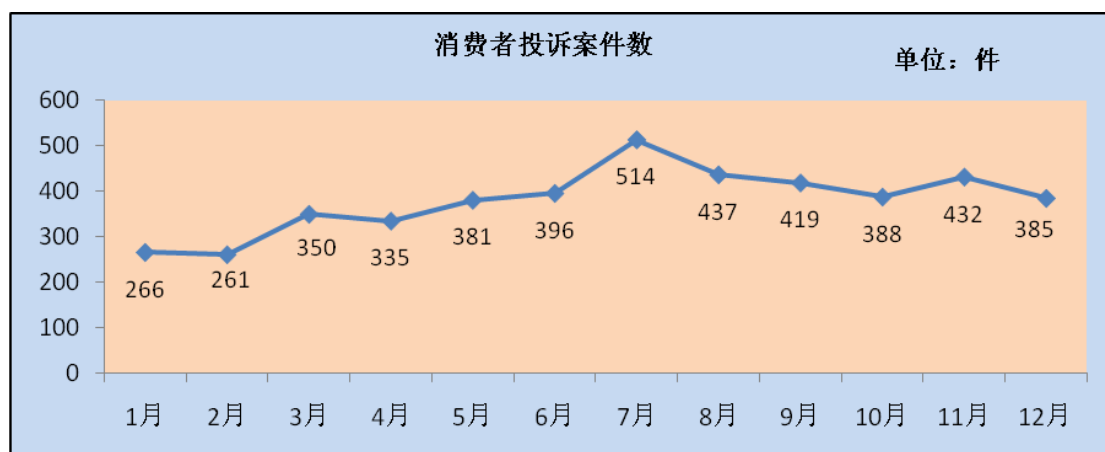


图8：消费者投诉案件数走势

4. 关于风险可控指数的关键指标

4.1 新设企业数量

新设企业数量是影响风险可控指数的关键指标，本年度新设企业数量的走

势呈现“两头低、中间高”的特征。具体来看，3 月份新设企业数量猛增至 652 个，6 月以后有所下降，11 月又增加至 528 个，成为 2012 年度义乌市场建设的一个重要特征，具体如图 7。

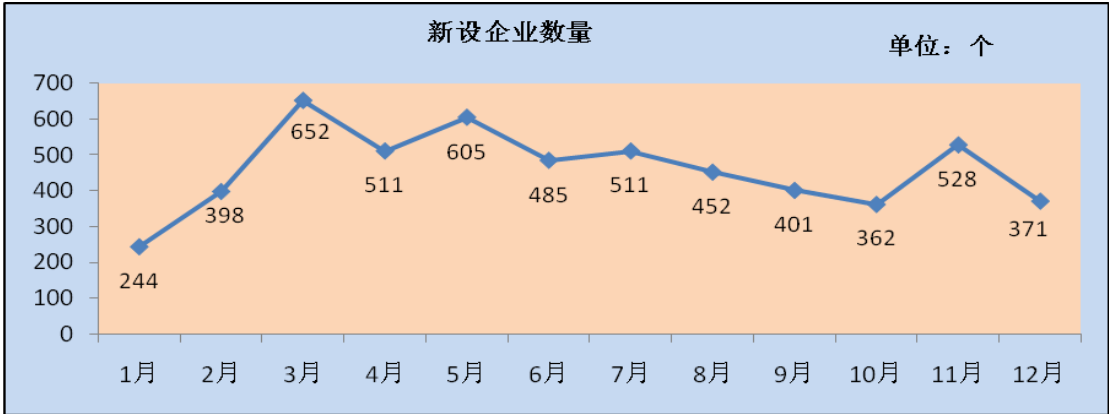


图 7：新设企业数量数走势

4.2 侵犯知识产权案件数

知识产权的侵犯会严重影响市场的信誉指数，直接影响风险可控指数。全年侵犯知识产权案件数波动较大，基本呈倒三角趋势。年初较少，一月和二月均低于 10 件，5 月猛增至 48 件，为全年最多。下半年均在 20 件上下波动，其中 8 月和 10 月较少。具体的走势如图 8。

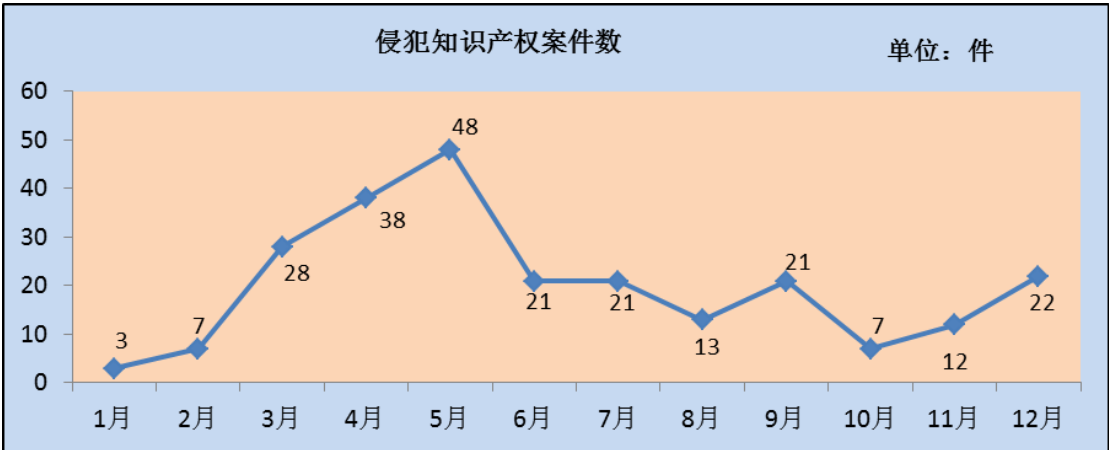


图 8：侵犯知识产权案件数走势

(六) “北大视点”和“专题分析”集锦

“北大视点”和“专题分析”是北京大学中国信用研究中心科研人员，结合义乌市场的实际，主要从信用研究与信用建设的角度，发表的独立观点和决策参考意见。现集锦于后，以飨读者。

视点一：

信用建设应纳入小城市培育发展

2010年12月，义乌市佛堂镇成功获得批准，成为浙江省小城市培育试点。随后，义乌市委、市政府根据省委、省政府的部署，制订了《佛堂镇小城市试点三年行动计划》和2011年工作实施计划。一年多来，小城市试点开局良好，小城市建设初见成效。2012年2月8日、9日，由浙江省国土资源厅副厅长马奇率领的考核组，对佛堂镇小城市培育试点工作进行了考核。考核组听取了市政府和佛堂镇的工作情况汇报，查询档案资料，并赴佛堂镇现场进行了小城市培育试点工作考察检查，对义乌市培育小城市的经验予以充分肯定。2011年，佛堂镇建成区面积已经达到13.12平方公里，建成区常住人口超过12.6万，完成工农业总产值215.8亿元，项目总投资额超过30亿元，经济社会发展增速明显，逐步实现由“镇”到“城”的跨越。

我们认为，信用建设对城市文明有着深远意义。义乌市在培育发展小城市的过程中，应一如既往重视城市信用体系建设问题，可尝试以小城市为一个基本单元，提前完成社会信用体系工程建设工作，把规范市场经济秩序和弘扬先进的信用文化有机地融入城镇建设的规划行动。

城市信用体系建设要有一个覆盖全局的方案，要首先做好顶层设计，支持企业信用、个人信用和政府信用制度的全面建立，发展包括评级经济在内的信用经济，力保合的履行，诚实纳税，降低企业的管理成本和政府的监管成本。国内已有的若干成功案例表明：推动建立城市信用体系，个人、企业、政府和社会都将从中受益，企业偷漏税、拖欠工资和未按时缴纳社会保险等现象会得到有效抑制，金融系统的不良贷款率、消费者的投诉率以及质监安监事故数、拒绝执行法院判决等指标也会得到大幅下降。

总之，城市信用体系是个系统工程，需要和各级政府的法规配套，协同动作，需要在上级政府的主导下长期“施工”与“经营”。我们坚信，义乌市在贯彻落实党中央、国务院关于加快建立健全社会信用体系总体要求和推进浙江省小城市培育试点的同时，会积极创新小城市信用体系建设，为全面建设诚实守信的区域经济和文明社会再创辉煌。

视点二：

由短信服务引发的信用建设思考

自 2007 年 9 月义乌信用指数创建以来，该项工作一直得到市质监局的大力支持。与此同时，指数报告及其相关衍生服务也为质监局有效监管市场主体提供了有力帮助。根据我们长期的跟踪监测，义乌市产品质量监管处罚率多年来一直控制在万分之一以内的低水平，在全国同行业中处于领先地位。

近日媒体报道，从 2010 年开始，市质监局建立了质监短信平台，各职能科室、基层质监所将业务所涉及企业的法人代表、质量负责人的手机号码分门别类存放在平台上，定期向他们发送各类提醒信息，包括给企业发送食品添加剂申报信息、标识标签更新信息、特种设备安全操作信息、创牌信息、标准备案信息等。平台运行两年来，质监部门共发送信息 5 万余条，大大方便了企业了解相关政策，规避了相应的生产风险。

短信服务是信息服务市场主体的内容之一，而信息服务是信用建设的一个重要组成。我们认为，提高信息服务质量和加强市场信用建设，有利于引导市场主体遵纪守法、诚实守信经营，有利于规范市场经济秩序，有利于弘扬先进的信用文化。信用建设是全社会事情，质监局这一做法“小荷才露尖尖角”，值得有关方面肯定与借鉴。

当然，信息的采集与分布，包括征信，是要受到法律与规章约束的。从国际上看，欧盟严格立法，出台了《数据保护法》；英国出台了《数据保护法案》、《信息自由法案》等；美国也是高调保护信用当局决策信息。我国的《新刑法》也规定对个人隐私予以保护，《信用征信条例》已经二次征求社会意见，不久可望正式出台。日前，央行召开 2012 年征信工作会议，明确提出了今年加快推进建立包括证券、保险、外汇等信息在内的金融业统一征信平台，实现信息采集的规范化、标准化。

质监局为企业提供短信服务，事情虽小，但意义重大。我们希望义乌市信息服务工作越做越好，使义乌市信用建设的各项工作保持在全省、乃至全国领先的水平。

视点三：

由经济数据泄密案引发的信用思考

继原国家统计局办公室秘书室副主任、副处级干部孙振和原央行金融研究所货币金融史研究室副主任、副处级干部伍超明之后，经济数据泄密案的另一位被起诉者——原金麦龙资产管理有限公司总经理伍志文非法获取国家秘密一案 3 月下旬已经由北京市西城区法院一审审结，伍志文被判处有期徒刑 5 年零 6 个月。以上案例，给我们信用工作者敲响了警钟。我们理应未雨绸缪，从中汲取教训，规范信用信息的收集和使用，加强信用信息管理。

众所周知，记载着市场主体信用信息的信用记录分散于各类机构之中，包括金融、通信、工商、公安、物价、质检等诸多部门。其信用信息的内容各不相同，而信息使用者及需求的内容也不尽相同。把不同信用信息的收集者、使用者及信用信息内容在制度或机制上做一安排，使三者统一起来，是社会信用体系建设的关键所在。

一般认为，收集信用信息并提供给使用者，称为信用信息服务。信用信息服务根据其实现方式不同，主要分为信用信息共享和征信两个部分。信用信息共享是指收集信用信息并提供给多个使用者的制度安排；征信是指收集信用信息并加工整理，对征信主体做出信用评价，一般是有偿对外提供给使用者，帮助客户判断和控制风险的活动。如何做到政务信用信息公开以及行政机关信用信息的内部互通，是信用信息共享的范畴。而征信则是市场化的专业信息服务活动。

在日常工作中，信用信息的收集与使用，需要区分哪些属于国家机密，哪些属于个人隐私？这就需要我们把握好这个“度”。经济数据泄密案的犯罪嫌疑人利欲熏心，超越了法律界线，理所当然受到了法律制裁。如何规范信用信息的收集与使用，是信用工作者需要思考的问题。现代社会对于信用行为的促进和保障应当以法律和相关制度为基础的。从主要发达国家来看，美国、日本、英国、德国等都是依靠法律来规范与约束机构与公民的信用信息。这些年，我国在这方面的立法明显加快。《民法通则》、《合同法》等多部法律对经济主体交易的诚信行为进行了规范；《政府信息公开条例》等的颁布，使信息公开在一定程度上得以规范；新修订的《刑法》也提出了对个人隐私信息的保护等。

我们认为，从国家层面来看，当前，推动社会信用体系建设相关立法，可从

以下方面考虑：一是制定《社会信用促进法》和《信用信息保护法》，通过顶层立法、指导信用促进行为，规范信息收集使用。二是制定和出台《政务信用信息管理条例》和《征信业管理条例》，以法律法规形式明确区分政务信用信息与非政务信用信息，并根据其不同的特性予以规范。从地方来看，可结合各自实际，制定相关的信用信息管理规章，规范各部门领域内的信息采集、使用及对信用信息主体的保护。

经济案件泄密案是一个很好的反面教材。由于义乌市处于改革开放的前沿，是国务院批准设立的国际贸易综合试点城市，我们希冀，义乌市有关部门加强规范收集与使用信用信息的宣传与教育，结合国家已经出台的相关法律法规，加强地方规章建设，全面规范信用信息的公开和使用、信息主体的权益保护等，使得公开的信用信息与非公开的信用信息区分及使用可章可循，并使该项工作走在全国前列。

视点四：

温州信用危机带来我们的警示

改革开放以后，温州经济快速发展。经过若干年的积累，温州的民间资本实力雄厚，民间的借贷活动非常活跃。近年来，在股市、楼市不再是主要投资方向的情况下，民间借贷市场成了温州游资的主要流向。然而，如今温州活跃的民间借贷，在一系列“跑路”、跳楼、崩盘事件发生之后，仿佛进入了“冬眠期”。

如何看待近期的“温州危机”？我们认为，“温州危机”实质是“信用危机”。我们知道，温州的民营经济发展得益于民间金融，而民间金融和它的信用体系紧密联系在一起。这种信用体系，是建立在“熟人社会”上的信用。据悉，在这次温州民间借贷危机之前，温州人内部信用非常好，甚至不用打收条或字据就能借到数百万元乃至数千万元，但是这场风波使温州的信用降到“冰点”。温州问题从表象看，是民间金融“高利贷化”，但是其背后应是产业“空心化”，是虚拟经济背离了实体经济的发展，以致于大量资本逃离实业。可以说，产业空心化的延伸，造成了今日之恶果。

当然，我们不应低估高利贷的危害。17 世纪英国古典政治经济学创始人威廉·配第早就指出，利息是同地租一样公道、合理、符合自然要求的東西。但是

高利贷具有典型的剥削性质，其利息已经远远超过马克思所云的最高境界“利润”。马克思认为，利息率的变化范围应在“零”和平均利润率之间。但是由于我国金融和经济体制的制约，中小企业融资难一直是老大难问题。为了防止资金链面临断裂的风险，有些温州企业只好求助于高利贷，有的高利贷月息高达 6 分、8 分之多，正所谓“不用高利贷是等死，用了高利贷是找死”。

义乌的经济比较发达，民间资本活跃也是由来已久。我们应从温州信用危机中，得到哪些警示呢？第一，为非正规金融正名。治理高利贷的良方，就是增加资金供给主体，发展草根金融以支持草根经济，构建“门当户对”的金融体系。这次温州金融改革综合试点，很重要的一条，就是让民间资本建立中小金融机构，打破银行垄断。第二，让民间金融“阳光化”，“阳光是最好的消毒剂”，接受监管，会推动民间金融的规范化发展。第三，走出地缘、血缘之上的“熟人社会”信用，重构现代“契约社会”信用体系，靠契约办事。第四，要建设金融业乃至全社会统一的征信平台，解决信息不对称的问题，构建现代信用体系，加强全社会信用建设。

温州这场民间借贷危机的实质是信用危机，而信用危机最终将会带来制度规范。我们应该从中汲取教训。

视点五：

食品安全呼唤诚信自律

近年来，食品安全事件频频发生，成为公众生活中的一大痼疾，并引发全社会的信用危机。一些名企也难以幸免，陷入“质量门”。例如：思念汤圆吃出创可贴，三全馒头保质期内发霉，蒙牛乳业被爆添加牛尿。这些食品安全丑闻不仅侵犯了消费者的权益，危害了公众的身心健康，更是对商业道德底线的公然践踏。食品安全重于泰山，建立并完善市场监管的长效机制，确保厂家商家诚实守信经营已经是刻不容缓。

2012 年 6 月 11 日，全国食品安全宣传周启动仪式暨第四届中国食品安全论坛在北京举行。中共中央政治局常委、国务院副总理李克强对活动做出重要批示。李克强在批示中指出：食品安全是事关每个家庭、每个人的重大基本民生问题，必须在加强监管、坚决严厉依法打击食品安全违法犯罪的同时，着力提升整个食

品行业的道德诚信素质，这是实现食品安全形势持续稳定好转的根本基础。

民以食为天，食以安为先。食品是人类赖以生存和发展的最基本的物质资料，食品安全涉及人类最基本权利的保障，切实保障食品安全是一项重要的民生工程。我们认为，诚信是保障食品安全的前提。确保食品安全，除了要强化政府部门的监管作用，加大推进食品安全日常监管和规范化建设的力度外，更要加大推进食品经营者诚信自律体系建设的力度，落实食品经营者主体责任。河北保定的“油条哥”因坚决抵制使用“复炸油”，打出“良心油条”的品牌，吸引了众多消费者排队购买。像“油条哥”这样，把诚信奉为从业准则，必将享有更多的尊重，赢得更大的市场，获得更高的信任。在人们对“油条哥”的赞誉声中，可以看出人们对食品安全的殷切期待和对诚信的衷心呼唤。

义乌市一直高度重视企业的诚信经营，在食品安全问题上也是从不马虎。近些年来，义乌市食品定量检测合格率一直保持在 96%左右，在内地处于领先水平，但与供给香港食品安全率 99.999%相比还有距离。结合本次食品安全论坛成果，我们认为，义乌市应从中得到一些启示，强化相关工作。第一，要继续强化诚信教育宣传，通过不同的传播方式和创新手段，加大日常教育力度，使守信光荣、失信可耻的理念深深植入义乌市食品生产经营者的内心。第二，要加强诚信信息发布的透明度，健全完善义乌市诚信信息平台，对食品生产者诚信档案公开透明，动态更新完善诚信信息数据库，形成有效的信用评级体系。第三，要完善社会诚信监督体系，通过行业协会、商会等社会组织，以及广大群众的监督，推动行业内的自我教育、自我管理、自我监督。第四，在加强道德诚信建设的同时，一如既往地要强化对失信行为的执法和惩处力度，通过有效的鞭策机制来形成强大的外部约束力。

视点六：

由广药和加多宝争夺王老吉商标引发的思考

近日，人们所熟知的红色版“王老吉”商标成为了广药集团和加多宝集团争夺的焦点。广药集团 5 月 11 日收到了中国国际经济贸易仲裁委员会于 5 月 9 日作出的裁决书，裁决书要求加多宝集团停止使用“王老吉”商标。该裁决具有终局效力，自作出之日起生效。

说起广药与加多宝的“王老吉”之争，要追溯到 1995 年。当年，广药把红罐王老吉的生产销售权租给加多宝。后来根据合同约定和补充协议，将租赁期限延长至 2020 年。然而，就在补充协议签订后不久，时任广药集团总经理李益民被查出收受加多宝 300 万港币贿赂，被判处无期徒刑。李益民东窗事发后，广药集团认为，王老吉商标被“严重贱租”了，双方从 2008 年起开始就商标问题进行交涉，直至 2012 年 5 月中国国际经济贸易仲裁委员作出仲裁决定，要求加多宝集团停止使用“王老吉”商标。

众所周知，商标是用来区别一个经营者的品牌或服务与其他经营者的商品或服务的标记，是企业立足市场的重要财产。王老吉品牌经过加多宝集团多年的经营，通过“怕上火喝王老吉”的准确定位和精准营销，让名不见经传的王老吉品牌家喻户晓。2009 年，王老吉国内销售额达 160 亿元，超过了可口可乐的 150 亿元，成为“中国饮料第一品牌”；据悉，目前王老吉商标的市场价值高达 1080.15 亿元。

我国法律规定，商标注册人享有商标收益的专用权，受法律保护。作为王老吉商标的注册人——广药集团享有商标的所有权，而加多宝集团只享有授权使用权，广药集团在发现不利于自己市场开发时，决定夺回自己的商标使用权无可厚非。虽然从市场经营情况看，加多宝集团对“王老吉”品牌贡献诸多，赢得了不少消费者的认可。但法律是公正的也是无情的，企业要想在未来的市场竞争中占据优势地位，必须从根源上培养和创建自己的品牌商标。

由于义乌市场在国内、国际具有特殊的地位，义乌市商标管理工作一直走在省内和国内前列，截止到 2012 年 6 月，义乌市当期有效注册商标数量（含国内和马德里）已达 41726 件，其中浙江省著名商标数量达 97 件，中国驰名商标 84 件，并且一直保持稳中有升的势态。我们认为，义乌市仍应百尺竿头更进一步，切实做好商标管理工作，提升知识产权信用的水平。

为此，我们建议：第一，应该加大对企业开展品牌建设的帮助，利用商标品牌的独特作用助推企业转型升级。要以“择优扶持、梯级创牌”为原则，充分发挥“三位一体”的品牌建设模式，不断巩固政府推动、工商助动、企业主动的创牌格局，为企业创牌提供全方位的服务。第二，加大商标战略、商标法律、商标知识的宣传力度，要在义乌市营造创造商标、重视商标、保护商标的文化氛围，

提高企业实施商标战略的能力，增强企业的市场竞争力。第三，要建立完善的商标保护长效机制。建立和完善依法、规范、高效的机制，将日常监管与专项行动相结合，行政执法与司法相结合，注册、运用、保护和管理相统一。第四，积极争创国家商标战略实施示范城市，增强市场品牌综合实力，进一步提升义乌在国内外市场中的美誉度和信用水平。

视点七：

加强对外商资信调查的几点建议

近些年来，在义乌市场频频出现外商诈骗的不良事件。有的外商不愿意支付定金，拿到提单并提货后就本地“蒸发”；有的外商提货变现后，干脆直接逃回其国内，导致义乌经营户的货款难以追回；更有甚者，在义乌经济案件预警平台上被列入“不良记录”后，换一个“马甲”继续诈骗。我们认为，义乌作为全球最大的小商品进出口集散地，应该做好外商资信调查工作，逐步建立健全对外商的资信建档机制，有效地防范外商欺诈事件的发生，以避免经营户不必要的经济损失，共同维护良好的国际信用环境和市场经济秩序。

资信调查一般是指由专业机构对被调查对象，如企业的注册登记情况、股权结构、人力资源、经营业绩、管理水平、财务状况、行业声誉、以往信用情况等，进行直接或间接调查研究，根据调查结果出具信用报告并对其信用等级给予评定，以供决策人在商务活动决策过程中参考。资信调查是信用风险管理中的一项最普遍、最基本的业务，是企业信用管理的基础。通过资信调查，企业能够及时、系统、客观地了解 and 掌握目标企业的资信状况，在选择合作伙伴、确定结算方式或处理纠纷等决策中有着非常重要的参考价值。

长期以来，义乌市一直重视资信调查工作，为市场的健康发展发挥了积极作用。特别是经济案件预警平台建立并运行的三年，为义乌当地经营户提供了不少及时的有价值的预警信息。但是总的来看，目前义乌的资信调查工作尚处在探索和发展阶段，尚存在不少问题，值得引起注意。包括：征信主体缺乏；资信调查人员缺少专业知识和专门训练；信息不畅且滞后；资信信息没能做到有效共享；等等。

为此，我们建议，义乌在大力发展外贸的同时，应加强对外商的资信调查工

作：

一是要对外商主体进行资信调查，搞清对方的真实法律地位和性质。主体资信调查的主要内容包括：企业或组织是否合法存在；其法定名称、地位、法定代表人姓名、国籍及企业或组织的注册地；企业是有限公司还是无限公司，是否具备法人条件，是否具备签订合同相应的资信能力。

二是要对外商经济状况进行调查。主要内容包括：外商的资本状况；外商的经营范围；外商的生产经营情况；外商与本企业经贸往来的情况；外商与其他客户往来的情况。

三是要建立健全完善的资信数据库。义乌市有关市场管理服务部门应加快整合工商、税务、海关、公安和银行系统等部门现有的专业数据库和信息网络，畅通信息接口，建立和完善资信数据库和交换中心，集中统一管理外商资信数据。

四是要培育独立的资信调查机构，让资信调查走上专业的道路。坚持“政府引导、多元化投资、市场化运作”的原则，增加征信市场主体，支持独立的资信调查机构发展。同时，要拓展资信机构的服务面，鼓励资信调查机构根据客户的不同需求开发丰富的资信调查产品，推动资信调查机构走规模化、品牌化发展的道路。

五是呼唤加快资信调查制度建设。一方面，遵守国家及相关部门已经出台的相关法律法规，做到资信调查工作有法可依，资信调查行为规范，保障外贸经营活动健康有序的发展。另一方面，充分发挥国际贸易综合试点城市的“先行先试”的功能，在制度建设方面大胆创新与实践。

视点八：

推行信用贷款是缓解中小企业融资难之关键

8月24日，浙江省政府采购支持中小企业信用融资试点签约仪式如期举行。6家金融机构对于政府采购的中小企业融资，无需中小企业供应商提供财产抵押或第三方担保，或附加其他任何形式的担保条件，切实减轻企业融资成本和负担，体现了“信用创造价值”的理念。

浙江省政府这一举措，引发了我们对金融和信用的重新再思考，对破解当前小微企业融资难这一难题有积极意义和现实帮助。我们认为，小微企业由于资本

实力不强，有时很难提供有效资产抵押或外部担保，而对有信用的企业发放信用贷款则能缓解这个矛盾。

目前，我国商业银行对于小微企业的贷款方式主要有：抵押贷款、质押贷款、保证贷款，而信用贷款的比例则微乎其微，初步估计比重不足 10%。由于小微企业本身资产规模相对较小，资产价值较低，银行等金融机构无法接受此类资产作为抵押物；由于担保责任大，小微企业需要贷款时，大多找不到合适的保证企业，故无缘求助于银行。这样一来，就滋生了地下钱庄、“影子银行”非正常生长，高利贷盛行就是很好的佐证。然而，我们知道，小微企业虽然小微，但创新动力强、能够增加不少就业岗位，也是国家和地方重要的税源之一。小微企业搞得好，对于搞活经济，增加社会福利，提高整个经济效率大有裨益。如果银行能够转变思想观点，敢于承担风险，与小微企业共渡难关，则小微企业的融资难问题有望缓解。我们呼吁，商业银行需要大力推行信用放款，银企共担风险，扭曲过去资金供求双方主体地位不平等之现象。义乌是个金融十分开放和充满金融活力的地方，义乌的金融机构尤其是银行业金融机构，更应该响应浙江省政府的政策引导，大力推行信用放款，以促进义乌市场经济既快又好发展。

第一，政府应该加大政策扶植力度。通过相关政策的出台，引导和鼓励金融机构加大对小微企业的融资支持，引导银行业通过信用方式对小微企业投放贷款。

第二，金融部门需要转变思想观点，实行普惠金融义不容辞，明白银企是唇亡齿寒的关系，增强对贷款风险的容忍度，平等地对待小微企业。

第三，要加快建立小微企业信用制度体系。强化小微企业的信用观念，进一步推进小微企业信用建设，加强小微企业信用信息数据库建设，做好小微企业征信工作，规范对小微企业的信用定价机制。

第四，要继续优化社会信用环境，督促和引导小微企业守信用、重合同，依法规范经营，维护金融债权。

第五，要增加金融市场供给主体。积极发展地方性中小金融机构，包括村镇银行、小额贷款公司、资金互助社等新型金融组织，以满足小微企业的资金需求。

总之，要想从根本上解决小微企业融资困难，必须从微观和宏观两方面入手。在微观方面，小微企业应加强自身的经营管理水平，强化企业的信用意识，改善

自身的资信状况，为企业融资创造有利条件；在宏观方面，应充分发挥政府的调控作用，引导金融机构大胆改革、勇于探索，改变过去过于求稳过于厌恶风险的本位主义。最后，作为国际贸易综合试点城市的义乌，完全有理由在推进信用放款方面走在全省乃至全国的前列。

视点九：

经济转型中的社会诚信文化建设

义乌小商品市场的产生，源于义乌历史上的“敲糖帮”。早在清初时期，义乌农民通过“敲糖换鸡毛”的活动，用本地特产红糖熬成的“派皮糖”（糖块），换取各鸡毛、鹅毛。而这简单的物物交换就是义乌市场诚信交易的雏形。之后，义乌市场经济经历几番转变，在规模和内涵上有了翻天覆地的变化。时至今日，2011年3月4日，国务院正式批复《义乌市国际贸易综合改革试点总体方案》，至此义乌已成为我国第十个“经济特区”。义乌人所具备的数百年“鸡毛换糖”经商传统和“货真价实、童叟无欺”的朴实经商理念一直延续到当今。在市场经济大潮中，义乌商人更练就了“敢为人先”和“能吃别人不能吃的苦，愿赚别人不愿赚的小钱”的独特品格，“亲商让利，诚实守信”，引来天下八方客。

具有新时代特征的义乌市场自1982年创办以来，从“一无所有”到“无所没有”，通过规范管理和开展信用建设早已成为名闻遐迩、信誉卓著的信用市场，年成交额连续多年居全国各专业市场榜首。2006年国家工商总局授予义乌中国小商品城“守合同重信用”称号。信用，已不仅属于义乌市场，还属于整个义乌城市，融入了整个城市。2006年8月，义乌市民已将“诚信”提炼为义乌精神。

目前，随着中国经济发展方式转变以及机构调整，义乌作为国际贸易综合改革试点城市，正在努力发展成为“百万城市”，也正面临经济转型。在经济转型过程中，如何深化社会诚信文化建设是摆在当代义乌人面前的新命题。

根据商务部发布的关于对外贸易发展的12•5规划，未来的中国将寻求更加平衡的对外贸易，优化对外贸易商品结构，改善市场布局，提高国际竞争力。通过完善对外贸易管理制度和政策、完善涉外税收政策、完善涉外金融政策、完善对外贸易监管体系、努力减少贸易摩擦、促进多边和双边贸易合作、简化对外贸易流程、培养对外贸易专业人才来保障对外贸易的健康发展。12•5文化规划号

召，传承创新、推动文化大发展大繁荣。坚持社会主义先进文化前进方向，弘扬中华文化，建设和谐文化，发展文化事业和文化产业，满足人民群众不断增长的精神文化需求，充分发挥文化引导社会、教育人民、推动发展的功能，增强民族凝聚力和创造力。当前，我国文化建设正处在深化改革、加快发展、促进繁荣的重要时期，以高度的文化自觉和文化自信，加快推进文化改革发展，在中国特色社会主义伟大实践中进行文化创造，不断开创社会主义文化建设新局面。

结合到义乌本土实际，我们研究认为，诚信作为中国的传统文化已经深深的镌刻在义乌人民的心里。而义乌市场的繁荣则与市场的诚信度息息相关。通过义乌市场信用指数（YMCI）的检验检测可知，经营户诚信度和外商满意度直接影响到客商满意分类指数，从而影响义乌市场的信誉和商品成交额。与此同时，我们也发现，义乌在诚信文化建设方面，尚存在一些薄弱环节。总有个别心术不正、私欲膨胀、见利忘义的不法分子趁机利用义乌市场，制假售假坑害客商和消费者，严重损害了义乌市场的声誉和形象。另外，在市场监管信息分类、诚信预警、诚信制度建设等方面尚需要加强。顺应 12·5 规划以及经济发展方式转型，为把义乌打造成国际贸易新名城和百万城市，加强义乌诚信文化建设已显得越来越重要。我们建议，可以从以下方面加强义乌市场的诚信文化建设：

第一，继续加强义乌公民诚信文化教育。要广泛进行诚实守信的道德教育，在全社会确立诚实守信既是中华民族的传统美德又是社会主义道德体系基石的观念。要紧紧围绕整顿和规范市场经济秩序，强化信用意识，坚决打击制假售假、欺诈经营、虚假广告、偷税漏税等违法行为。要引导人们坚持诚信为本，操守为重，通过职业道德和社会公德的调控机制使一些问题能够依靠良心作用和道德责任主动加以解决。

第二，建立不良行为经营者教育培训与诚信好坏惩罚制度。对有“生产、销售假冒伪劣商品”或“违反工商、公安、税务等法律法规”等不良行为者，可按“统一确定对象，定期集中培训，授课电教结合，通过书面考核”的方式进行培训。通过培训手段，从正面来教育和提升不良行为经营者的诚信意识和诚信行为。同时，对诚实守信、拾金不昧表现突出的经营者在“闪光台”上予以表扬奖励，对于不良信用行为则根据情节轻重予以警示或处罚并在信用记录网中予以记录，完善诚信档案，健全诚信系统数据，切实有效地保障义乌市场的文明有序健康发展。

展。

第三，不断健全信用分类监管体系。以信用监管为突破口，大胆探索实践，努力创建集信用征集、评价反馈、分类监管、分类奖惩为一体，以商业文明为引领，经营户信用分类监管和商品分级监管为基础，信用指数发布、品牌比对、质量监测三大中心为链接，知识产权保护、消费维权、合同履行、经营者自律四大机制为保障的市场信用分类监管体系。

第四，健全科学有效的市场信用考核评估体系。市场信用由商品质量、合同履行、知识产权保护、消费维权、信贷、纳税等众多要素构成，各个要素之间相互联系、相互制约，在市场信用体系建设中发挥着不同的作用，对市场信用产生着不同的影响。为此，我们需要建立健全体系完整、构成合理的市场信用考核评估体系，做好市场信用分类监管的基础性工作，以此来促进诚信文化建设。

总之，在经济转型和市场建设的过程中，义乌市需要强化社会诚信文化建设。通过一整套诚信教育管理制度和监督机制的落实，让诚信文化深植商户心中，使失信者受到惩戒、守信者得到鼓励，市场的信用度、美誉度日益提高，以促进义乌市场商贸活动文明、健康、有序发展，为进一步实现“物质富裕、精神富有”的新义乌而持续不懈努力。

视点十：

关于信用不良记录的保存期限

最近，“个人信用不良记录留五年”这一新闻，被媒体炒得沸沸扬扬，这从一个角度折射出公众对个人信用记录的重视和反应。有记者从中国人民银行征信中心证实：“个人征信系统的新版信用报告（2011 版信用报告）已于 2012 年 8 月 1 日正式上线运行，个人征信系统的所有接入机构都应接受查询新版信用报告并以其为准。担心信用卡或贷款逾期负面记录会伴随自己终身的市民，可以把心放一放了。”

我们为央行的这一举措叫好。不良信息的保存期限，由“没有规定具体期限”到“5 年期限”的设定，无疑是参考了《征信管理条例》（第二次征求意见稿）的规定：征信机构对采集的个人不良信息的保存期限不超过 5 年，自不良行为或者事件终止之日起计算。从法理上看，对信用报告中的不良信息设定一定的生命

周期，是有其科学根据的。这是因为“你的过去可以预测你的未来，但并不能完全代表你的未来”。而将不良记录不是“永久保存在信用报告中”，也是成熟的市场经济发达国家通行惯例。设定 5 年期限，对消费者（信息主体）来说意义重大，满足了消费者重建信用的需要，有利于引导消费者积极积累良好的信用记录，促进“守信激励，失信惩戒”机制的完善。更何况部分市民不良记录的形成，并非主观故意，而是对征信知识了解不够导致。

公众对个人信用不良记录保存期限这一变化反应如此之强烈，反映了信用在人们心目中的地位，信用的威力和客观作用昭然若揭。公元前 300 多年古希腊著名思想家亚里士多德在其关于商品交换的伦理原则的叙述中，就体现了信用和公平的核心地位。18、19 世纪是古典经济学的全盛阶段，也是对信用研究相对集中的阶段。英国著名经济学家和伦理学家亚当·斯密的《国富论》奠定了古典经济学的理论基础，他提出了劳动分工和商品交换，而交换的基础即为诚信与公平。“信用是劳动分工的基础；是中西方民商法立法的根本；是市场经济的基石；市场经济本质上就是信用经济”，这些观点已经成为当今社会的共识。

综上所述，我们认为，信用记录有保存期限，不但符合法理、符合国际惯例，也符合我国的信用建设现状。但也要防范少数市民“逆向思维”，以为不良记录可以消除，反而助长其违反信用行为。义乌是市场经济发达地区，义乌市场的繁荣就是得益于义乌商人的诚信。我们呼吁广大市民，在市场经济的大潮中，一以贯之重视自己的“经济身份证”，杜绝各种不讲信用的言行，牢记历代义乌商人成功的法宝——“诚信”。只有你的真实行为诚信了，你的信用记录才会优秀。从地方政府层面来看，仍需要加大对信用知识的普及与宣传，加大信用建设步伐，重视、鼓励和规范发展征信机构，为信用记录、查询、分析、增值等提供合理服务，以促进整个义乌市场经济的健康发展。

视点十一：

弘扬孝义文化是义乌信用文化建设的重要举措

百善孝为先，孝义文化源远流长，博大精深。秦时孝子颜乌葬父、孝行感动群乌而衔泥助葬的感人故事一直备受推崇。可以说“孝义”是义乌的文化之源，2000 多年前“颜乌葬父、孝感天地”的故事代代相传，长期以来一直流传于义

乌的街头巷尾。为挖掘孝义文化，传承传统美德，打造独具特色的地方文化品牌，日前，第四届孝义文化节在孝义文化发源地义乌市苏溪镇举行。这次活动总结前三届孝义文化节成功举办经验的基础上，今年在内容方面进行了创新，不断丰富文化节内涵。除了孝义主题文艺演出、白衣天使助老活动、老年人门球赛、婺剧精品展演外，还举办了“义”之画——践行“两富”（物质富裕、精神富有）现场笔绘、“义”之论——孝义文化论坛、“义”之言——“爱心小天使”故事会等丰富多彩的节目。

我们为义乌市传承、创新孝义文化这一举措喝彩。义乌市苏溪镇作为颜乌的家乡，通过在保护中发展、在传承中创新，致力打造孝义文化节品牌，是义乌市信用文化建设的重要举措，是义乌市推进文化强市、践行十七届六中全会和十八大会议精神的具体体现。

信用是市场经济的基石，是民商法立法的根本，同时也是道德规范的准则。弘扬孝义文化，尊老敬老爱老也是履行家庭和社会信用义务之行为，是信用文化建设的重要内容，是传承中国传统文化具体实践。十七届六中全会通过了《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，号召全党充分认识推进文化改革发展的重要性和紧迫性，更加自觉、更加主动地推动社会主义文化大发展大繁荣。胡锦涛同志在十八大报告中也提出，文化是民族的血脉，是人民的精神家园，全面建成小康社会，实现中华民族伟大复兴，必须推动社会主义文化大发展大繁荣，兴起社会主义文化建设新高潮，提高国家文化软实力，发挥文化引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的作用。

我们认为，义乌地方党委和政府应从全局和战略高度，充分认识文化建设的重要地位和作用，切实把文化改革发展摆在全局工作的重要位置，纳入重要议事日程，纳入经济社会发展全局，有利于推动文化建设与经济建设、社会建设协调发展，牢牢把握文化改革发展的主动权。我们完全有理由相信，在十八大报告的引领下，义乌市信用建设将出迈上新台阶，义乌市将逐步走向一条科学、协调和可持续的文化发展之路，最终实现文化强市目标。

视点十二：

由蒙代尔呼吁建立企业信用评级制度引发的思考

众所周知，罗伯特·蒙代尔是1999年诺贝尔经济学奖得主，是“最优货币区理论”的奠基人，是欧元的设计者和推动者，因此也被称为“欧元之父”。2012年12月上旬，罗伯特·蒙代尔来到义乌，进行了为期4天的访问。访问期间，蒙代尔认为，在经济衰退过程中，中小企业倒闭的原因不是接不到订单，而是因为资金链断裂。对于这一现象，罗伯特·蒙代尔建议，中国政府还可以引进国外资金帮助这些企业，同时还要尽快建立和完善企业信用等级评估制度，消除信任危机，使民间资本可以更好地流向实体经济。针对蒙代尔的这一建议，下面我们结合义乌实际，就如何建立企业信用评级制度谈些体会与看法。

企业信用评级（Enterprise Credit Rating）作为一个完整的体系，包括信用评级的要素和指标、信用评级的等级和标准、信用评级的方法和模型等方面的内容。企业主体信用分析的主要内容包括：产业生命周期、企业领导群体素质、企业竞争能力、经营管理水平、财务状况和偿债能力等方面。目前，由于企业的投资者与经营者、产品的供给者与消费者之间存在着信息不对称，因此会形成逆向选择和道德风险两个问题。信用评级可弥补资金供需双方的信息缺口，有利于更好地发挥资金中介的功能，使资金需求者能取得所需资金从事其各项生产经营活动，使资金供给者的投资拥有适合其风险偏好的标的，从而增强了资本市场的整体效率。同时，信用评级有利于产品的消费者更好地了解产品的供给者，使社会逐步重视作为微观经济主体的企业的信用状况，从而带动个人、市场经济主体和政府的信用价值观的确立，进而建立起有效的社会信用管理体制。

目前义乌市已经开展企业信用评级工作，其中一些相关评级工作已经走在全国的前头，尤其是对加强市场分类监管、促进市场健康发展起得了十分有益作用，但该项工作总体应尚处于初级阶段。特别值得一提的是，自2000年以来，义乌市工商局就将信用监管作为新型市场监管理念和方式进行了探索和实践，初步建立起了一套能准确反映经营户信用现状并进行分类监管，集信用征集、综合评价、公示反馈、监督管理、激励奖惩等主要内容的信用监管网络平台，形成了较为完整的、全面的信用评价体系。为保证评价结果的科学性，工商部门还将信用评价级别动态化，只要经营者合法经营，恪守诚信，经过一段时间，就可以向高一级

晋升，如果失信被处罚，高一级的经营者信用等级也可能会下降。通过信用分类监管，义乌市场的经营户素质明显提高，市场经营户违法率、消费者消费投诉量比呈下降趋势，客商对义乌市场的诚信满意率则不断提高。

今后，义乌市应继续加强企业征信评级工作，发展评级经济，以促进整个市场经济的健康快速增长。为此，我们重点提出如下两点建议：

第一，政府包括工商、税务、海关、劳动等部门应在一如既往地认真贯彻新《刑法》和即将出台的《征信条例》、保护社会主义市场经济秩序的同时，加大对企业信用信息的征集、评价及对外公开披露。可制定企业有关信用信息公开披露规定，定期或不定期向全社会披露企业信用信息，主要包括：违反工商行政管理法律、法规行为记录；偷、骗、抗税行为记录以及其他违反税收法律法规行为记录；逃、骗、套汇违法行为记录；逃废金融债务记录；走私记录；假冒伪劣行为记录等。政府还要建立部门间信息沟通互换机制，包括由中国人民银行主持建立的“银行信贷登记系统”和部分信用担保公司建立的申请担保企业的信用信息数据库等，甚至要求企业交易对手加强对企业信用信息的记录。

第二，增加信用评级主体，鼓励征信类信用服务机构对企业开展征信活动。企业征信一般是指特定的一个（或多个）征信产品需求者要求征信机构提供被征信企业商业信用状况的活动。征信机构对外提供的被征信企业征信报告可包括如下内容：企业的历史背景、股东情况、负责人情况、组织机构、财务状况、银行往来、经营情况、付款记录、诉讼记录、抵押与质押记录、职工情况等。当然，征信主体依法守法经营是前提条件。如此下来，信用评级主体增加了，信用评级业务活跃和规范了，评级经济势必得到迅速发展，同时也有利于进一步维护市场经济秩序和推动整个市场经济的健康发展。

专题一：

义乌：实现“商标大市”向“商标强市”转变

商标是用来区别一个经营者的品牌或服务和其他经营者的商品或服务的标记，是现代经济的产物。自 2008 年国务院发布《国家知识产权战略纲要》以来，国家工商总局连续四年向全社会公开发布《中国商标战略年度发展报告》，展现商标战略实施成果，总结商标工作经验。浙江省包括义乌市在商标工作方面一直

走在全国的前列。截止 2011 年底，浙江民企拥有注册商标 58.6 万件，平均每 1.2 家民营企业就拥有一件注册商标。这些商标中，有 240 件是全国驰名商标，占全国总数的 8.3%，意味着中国每 12 件驰名商标中，就有 1 件属于浙江民企。根据义乌工商局数字统计，截止 2012 年 3 月，义乌当期有效注册商标数量（含国内和马德里）为 41713 件，其中：浙江省著名商标数 97 件，中国驰名商标 82 件。义乌市企业商标的数量和质量均处于国内同类城市的领先水平。

我们在看到成绩的同时，也要清醒地认识到，我国商标注册数量虽然多，但是国际品牌尚少。“世界品牌 500 强中，中国只有 21 个，100 强内中国只有 4 个。说明中国品牌的世界竞争力还不强，与我们国家的经济规模和发展速度不相适应。我国商标专用权的保护虽然取得很大成效，但是商标侵权案件时有发生。”国家工商总局副局长付双建在 4 月 24 日国务院的新闻发布会上如是说。

义乌市商标管理工作一直走在省内和国内前列，但仍需发扬成绩、克服不足，根据上级主管部门要求，结合自身实际，努力实现从“商标大市”向“商标强市”的转变。为此，我们提出以下几点建议，仅供参考。

第一，全面推动和落实商标战略的转移，从商标大市向商标强市转变。义乌市应致力于推进品牌发展战略，充分发挥“三位一体”的品牌建设模式，逐步形成并巩固政府推动、工商助动、企业主动的创牌格局。市场监管服务部门要自上而下，加大服务与指导的力度，辅助企业建立日常商标管理制度，指导企业充分认识当前国内外经济形势的变化，加强由商标大市向商标强市转变的紧迫感和自觉性。有关职能部门要把帮助企业建立商标管理机制的相关工作，纳入业务考核指标。检验工作成果的标准是企业是否真正实施商标战略。例如梦娜品牌，充分利用 2008 年奥运会的平台，不仅打响了国内知名度，同时打响了品牌的国际知名度。

第二，加大在商标的设计创意上的投入。商标的设计是决定商标经营发展，能否走向国际化关键环节之一。商标设计是用文字或艺术手段将商标构思具体化、成果化。一个好的商标设计就是企业的最好名片，当企业从初创期到发展壮大时，这个商标慢慢的就可以成为驰名商标。义乌的“浪莎红”品牌则是一个很好的例子。因为红色是最时尚的颜色之一，也是最具中国文化特色的颜色之

一。“中国有个浪莎红”，既符合浪莎作为民族企业的一面旗帜，又充分体现品牌的核心要素——时尚感。

第三，建立健全将商标的品牌文化融入到企业文化活动的制度。坚持商标战略实施围绕中心、服务大局，是提升商标战略实施决策层次、赢得广泛支持的牢固根基。企业文化是市场竞争的潜在核心力量，义乌市的品牌应该用先进的品牌文化去培育企业文化，把品牌文化加入到先进企业文化中。浙江芬莉袜业有限公司重视包括品牌文化在内的企业文化建立，坚持以“和谐、奉献、创新”的企业精神，先后在浙江、江苏、云南创办子公司，营销网络遍布全国，产品远销欧美、日本等三十多个国家和地区，目前公司已发展成为以袜子为龙头，集内衣、纺织、进出口、贸易及房地产开发多元化经营的一家综合性集团公司。

第四，建立完善商标保护的长效机制。建立完善依法、规范、高效的长效机制，将日常监管与专项行动相结合，行政执法与司法相结合，注册、运用、保护和管理相统一。我国品牌市场不容乐观，商标侵权案件屡禁不止，尤其在欧洲杯足球锦标赛期间，一些不法商家利用这个机会，制售商标侵权的体育用品，扰乱市场秩序。义乌市工商局曾查获多起体育用品的商标侵权案件。欧洲杯的到来的确为经营户提供了新的商机，但经营户切不可丢失知识产权意识。未经商标所有人授权，不可在体育用品上随意添加他人注册的商标。

第五，商标工作要坚持开拓创新和务求实效。不少地方政府已经将商标工作列入政府目标考核，商标工作的开拓创新不仅要在整体方向上务求实效，而且要在实施商标战略运行机制各个微观环节上切实做好工作。要在商标管理实际工作中针对行业与产品、品牌的管理与使用进行调查研究，探索本地商标工作的新举措。企业规范使用与高效使用商标，是实现商标社会效果影响与市场价值的重要途径。

第六，不要忘记“走出去”企业商标战略的重要目标。义乌厂商、经营户要努力培育民族自主品牌走出国门。坚持把品牌的产品质量放在第一位，将诚信企业文化渗透到商标管理的每一个环节中。让越来越多义乌品牌走向世界，让越来越多义乌品牌成为世界名牌。

专题二：

后金融危机时代的中国义乌市场

这一轮国际金融危机始于 2007 年底的美国，2008 年 7 月其影响逐渐蔓延到全球。2009 年起，中国经济一直笼罩在金融风暴的阴影之下，作为中国三大贸易合作伙伴的美、日、欧经济的急剧萎缩，直接影响中国的出口贸易。国际市场需求下降、国内经济不景气等负面影响给义乌市场来了前所未有的挑战。

然而，“危”中见“机”，经济规律告诉我们，每一次大的经济危机必然带来新的技术革新和产业革命。换言之，金融危机也给义乌市场带来了千载难逢的发展机遇。义乌市场的低成本优势更加凸显，强大的市场集聚性功能进一步放大，尤其是电子商务的飞速发展给义乌市场注入了新的活力。2011 年，义乌小商品市场成交额累计完成 515.12 亿元，经营户累计达到 18 万户，其中超过 40% 的经营户开通了电子商务业务。阿里巴巴公司提供的数据显示，仅是义乌市场经营户 2011 年在淘宝网通过支付宝产生的成交额就已达 120 亿元。

当下，经济指标数据表明，世界经济正在逐步走出金融危机的阴影，呈现出回暖的态势。那么，“后金融危机”时代，义乌市场究竟如何发展呢？为此，我们展开专题调研与分析。

（一）重温义乌商品经济发展的经验

义乌小商品市场的产生，源于义乌历史上的“敲糖帮”。早在清初时期，义乌农民就有“敲糖换鸡毛”的活动，用本地特产红糖熬成的“派皮糖”（糖块），换取各农户家留之无用的鸡毛、鹅毛。换回的鸡毛、鹅毛，通过挑选后，出售给手工业者，制作掸子之类的商品，以此获取一定的收入，余下的杂毛，用来沤制春耕生产所需的土肥。之后，义乌市场经济经历几番转变，在规模和内涵上有了翻天覆地的变化，到了 2011 年 3 月 4 日，国务院正式批复《义乌市国际贸易综合改革试点总体方案》，至此义乌已成为我国第十个“经济特区”。

根据史料，义乌小商品市场发展历史大体可分五个阶段。一是“马路市场”阶段（20 世纪 70 年代末——1984 年）。廿三里镇，是“鸡毛换糖”的发源地，也是义乌小商品市场的最早发源地。在短缺经济驱使下，敲糖帮的交换物由梨膏糖变成了日用百货。后来，政策渐渐放宽，逐步允许摊贩们在马路上自由经商。在义乌县城湖清门街头摆卖，形成了群众自发性的“小商品市场”。二是“草帽市场”

阶段（1984 年——1986 年）。1984 年，湖清门的摊位已满足不了进场经营的需求，县政府于是投资建成占地 35 万平方米、固定摊位 1800 个的第二代小商品市场，由于新一代市场架设了钢架玻璃瓦棚顶，故被戏称为“草帽市场”。三是高速发展阶段（1986 年——1992 年）。1985 年 11 月，中国小商品城第三代市场动工兴建，1986 年竣工开业，其后经过多次扩建至 1990 年底，占地面积 5.7 万平方米，设有固定摊位 8503 个，临时摊位 1500 多个，成为全国最大的小商品专业批发市场。1991 年小商品市场成交额首次突破 10 亿元大关。四是规模化发展阶段（1992 年——2002 年）。1991 年，第四代中国小商品城市场动工兴建，1992 年投入使用，共有摊位 7100 个。1994 年 6 月 4 日，中国小商品城第四代市场二期工程通过验收，小商品城建筑面积扩大到 22.8 万平方米，摊位数增至 23000 个。五是国际化发展阶段（2002 年至今）。进入 21 世纪，义乌小商品市场走上了国际化的发展道路，建设了第五代专业市场——中国义乌国际商贸城，而且“无形市场”与“有形市场”比翼双飞，相当于再造了一个具有义乌特色的“国际电子商务城”。目前义乌已拥有从事 B2B、B2C、C2C 的网店 2.5 万多家，有报道称，全国网络货物交易额 40% 的商品来自义乌市场。

从“敲糖换鸡毛”到“马路市场”，从“草帽市场”到第三代、第四代以及当下的第五代和电子商务城，使得过去贫瘠的“一无所有”的义乌发展为“无所没有”的国际商贸中心，义乌商品经济和市场发展证明了一个道理：市场是创造出来的，市场经济是发展出来的。

（二）金融危机对义乌市场影响的正反效应

2008 年由美国次贷危机引发的全球金融危机不断蔓延。开始时由房地产的次贷危机影响到投资银行，然后由投资银行蔓延到商业银行和保险公司，最终从虚拟经济向实体经济蔓延。不但发达国家深受其害，发展中国家也不能幸免。

作为新兴经济体的中国，受到了不同程度的影响，主要有：一是出口增速减缓。统计显示，自 2007 年下半年开始，中国实际出口增速下滑。投资和消费“两驾马车”拉动经济增长的功能日益增强。二是对中国金融市场造成严重心理冲击。金融危机爆发后，中国投资者极度恐慌，中国股票市场深幅下调逾 60%，远超过美欧市场的调整幅度。三是外汇储备管理和对外投资的风险增大。金融危机形成后，管理好 3 万多亿美元的全球最大外汇储备并保证其保值增值难度增大。

当然，金融危机也给中国带来前所未有的机遇，主要有：第一，倒逼中国经济转型，产业和产品结构调整与升级，实现从加工贸易向一般贸易转变。第二，扩大海外并购和能源资源开发，打破技术瓶颈和能源资源瓶颈。第三，增强人民币的国际地位，推进人民币的国际化。

义乌是中国经济的一个缩影。具体到义乌市场，主要有如下影响：（1）外贸形势的不容乐观，尤其是欧美日市场和备受战争困扰的中东北非地区；（2）来义乌经商的外国人不如从前稳定，甚至由于经济的拮据外商不讲诚信的现象时有发生；（3）内贸也受到不同程度影响。但是，与此同时，义乌市场也面临重大发展机遇，主要有：（1）严峻的形势，有利于地方党委政领导下决心，推进企业转型和产业结构的调整与升级，不断提高产品的科技含量和制造业水平；（2）对发展更低成本的“无形市场”形成共识，致使电子商务发展如火如荼，物流、资金流、信息流、人流等更加合理配置；（3）“义乌试点”的获批，为义乌商人带来无限“先行先试”商机；（4）中国的国际形象和人民币地位的提高，有利于对外经商、贸易结算等新型业务的拓展。

（三）后金融危机时代义乌市场发展策略

后金融危机时代，义乌市场主体应该审时度势，冷静思考，重新定位市场，借助国际贸易综合改革试点，着力提高企业的活力以及风险防范意识。为此，我们提出以下建议：

第一、重新思考义乌市场的定位，强化义乌市场优势

义乌市场是全球规模最大的小商品集散地。虽然金融危机蔓延到全球，但小商品的需求不会改变。义乌市场内的小商品绝大多数是消费周期短、价格低廉的生活必需品。这些小商品需求刚性强、弹性小，在后金融危机下消费需求不会减少。但是，伴随着无形市场的兴起，对有形市场的冲击是必然的，这一点义乌商人已经清醒地看到并正实施有效对策，实行有形市场和无形市场的有机结合。关于义乌市场的定位，有必要重新慎重思考。

还必须认识到，义乌市场的低成本竞争优势较为明显，义乌还应健全涉外服务功能，培育发展现代物流、购物旅游、电子商务等与市场相配套的现代贸易服务业。同时，义乌市场具有强大的信息集聚功能，市场展贸结合，动态汇集了来自全国乃至世界各地的商品供给信息、需求信息。为此，把握市场发展的机遇，

发挥拼柜组合和前店后厂的优势，需在进一步提升贸易机会和贸易效率上做文章。

第二、推进三个平台建设，有形市场和无形市场相得益彰

依托有形市场资源，建立完善信息发布平台、网上工作平台和支付交易平台，开发适合义乌市场的电子商务系统，为有形市场服务，实现有形无形两个市场相互促进，共同发展。

针对有形市场，一要办好三类展会。做大做强义博会、文博会、森博会、旅博会等政府主导型展会，从扩大办展数量向提升办展质量转变，加强市场与展会的联动，深化展会对市场的宣传推介作用和引商兴市作用。二要推广以公平市场主体、商品归类管理、责任追溯追究等为主要内容，以“管得住、通得快”为主要特征的“市场采购”新型贸易方式。三要加快构建现代金融服务体系，引进境内外各类金融机构，建设区域性跨境贸易人民币结算中心，探索资本项目下人民币跨境支付结算业务。四要创新招商选商机制和商位供给方式，招引更多的品牌产品、优质生产企业进入市场直销或设立总代理、总经销，扩大品牌经营比例，调整市场商品结构，增强市场的集聚力。

针对无形市场，一要全面规划和整合行业的资源，构筑各行业的电子商务平台，集成信息管理、采购过程管理、合同管理、库存管理，客户关系管理，同时动态地进行信息发布和企业信息宣传。应建立搜索引擎以实现基于整个行业电子商务系统的信息查询。二要加快行业信息基础设施的建设，为电子商务的发展提供物质基础。一方面在思想上要重视信息基础设施建设，加大资金投入，改善企业信息基础设施条件，加快建立以财务成本管理为核心的企业信息管理系统，另一方面加强管理的规范化，要有一套统一、规范、有效的信息化规章制度，使企业能准确、规范地采集、处理和交换信息。三要加强信息技术人员队伍的建设，培养复合型人才。义乌小商品行业企业可采取优惠政策来吸引人才，尤其是既懂信息技术又懂管理的复合型人才；同时建立信息技术教育体系，加强对现有职工、技术人员的培训，使其知识得到不断的更新，建立稳定的技术队伍。四要积极发展行业电子商务下的物流配送。利用和改造现有的小商品销售网络，建立电子商务下的物流配送体系。小商品行业企业可作为第三方物流的提供者，不仅可以进行原材料供应、产品配送，而且可以利用已有的设备和网络配送其他的商品，构

成一个功能齐全、布局合理的行业物流体系。五要做好与阿里巴巴等服务企业的合作，实现优势互补。六是推广江东电子商务的先进经验，寓管理于服务之中。

第三、强化市场管理，推动市场可持续发展

一是强化市场管理职责，转变纯商位管理为“商品、商人、商位”三位一体管理，建立重点商品的行业自律公约，推动引导市场经营户开展产品 3C 认证以及 RoHS 指令的认证，推动经营户由“坐商”向现代贸易企业转变。二是强化商会管理市场的功能，提升商会在市场行业布局调整、规范市场经营秩序、调解贸易争端、制订行业标准与贸易规则等方面的作用，推进市场可持续发展。三是对经营户全面开展信用评价，倡导和维护良好信用环境，并积极探索对外商展开信用评价，开具资信证明，防范经营风险。四是对网店逐步开始注册登记管理，同时又要防止“一管就死”的格局。五是充分发挥市场信用指数的作用，实现 YMCI 从市场指数向管理指数过渡，从金融指数向社会指数过渡。六是及时做好信息发布和预警工作，引导市场内经营户组织生产、经营适销的商品，增强市场商品的吸引力。

第四、利用国际贸易综合改革试点契机，树立外贸方式转变新典范。

一要站在全局战略高度，把转变外贸发展方式作为推进试点的首要任务。优化出口结构，推动从一般小商品向高端商品及相关服务等方面拓展；大力开拓非洲、拉美等新兴市场；加快“走出去”步伐，在国内外重要市场建设中国小商品展示交易平台，在全球范围复制和输出专业市场运营模式。

二要进一步增强市场集聚、辐射、服务功能，推进区域经济从要素驱动向创新驱动转变。加快发展“绿色贸易”，带动传统优势产业转型升级，促进现代制造业加快发展；推动生产性服务业与制造业联动发展；积极建设中小企业公共服务平台，探索建立市场与特色产业集群的合作机制。

三要立足全省乃至全国大局，增强义乌市场对周边经济的辐射带动作用。发挥义乌的市场优势，充分利用义乌市场的窗口优势，为东中西部企业提高国际竞争力和影响力搭建更大平台；发挥义乌市场的区位优势，带动浙西南区域的发展，打造长三角物流重要节点城市，为上海至长沙物流、上海港、宁波--舟山港等提供稳定可持续增长的“实物流”，加强各种要素资源的互补合作；主动接受上海国际金融中心、航运中心的辐射，学习借鉴上海浦东综合配套改革的经验和做法，

加快融入长三角整体发展。

综上所述,义乌市场已初步建成具有国际影响力且是中国最大的商品贸易平台之一,是广大国内外企业和采购商共享式的重要贸易平台。由于金融危机加快了国际制造业和现代服务业向发展中国家转移的速度,义乌市场的集散功能必将进一步得到提升,义乌市场的作用也必将更加突出。后金融危机时代,面对新的机遇和挑战,我们认为,义乌市场首先要努力实现贸易发展方式转变,成为转变外贸发展方式的示范区,以带动区域经济和产业的转型升级,以更加文明、诚信、高效、便捷的服务,支撑国际小商品贸易中心和国际商贸名城的不断发展。

专题三:

规范发展商账追收业的调查与思考

长期以来,义乌市一直倡导诚信经营。信用,不仅属于义乌市场,也属于整个义乌城市,已融入了整个社会。但是由于经济的快速发展,商品交易的异常活跃,各式各样的内外商接触得越来越多,难免会出现坏账、呆账,于是信用管理中的商账追收行业也就应运而生。

诚然,商账追收行业的存在与发展,的确填补了市场某些空白,有助于市场的健康发展,但也存在不少不规范的地方,引发了我们的思考。

(一)

据媒体报道,2008年8月5日,义乌经商的陈某刚进入一家宾馆大厅,被自称是刑警队的几位黑衣男子架走,拖到宾馆门口的一辆商务车上。随后被带到城郊一处公墓旁。陈某被拉下车后,对方开始对他拳打脚踢。陈某不解,问对方为何打他。其中一个人“开导”他,是不是欠了别人钱。陈某顿时醒悟,他借了朋友骆某450万元,连本带利已经还了一部分,尚欠280万元。义乌人骆某为了讨回借出去资金的本金和利息,委托“讨债公司”追讨欠款。结果,“讨债公司”人员采取暴力讨债,拘禁欠款人。专门帮人讨债的何某及5名“讨债公司”成员涉嫌非法拘禁被市公安局刑事拘留。

从以上真实案例我们得知,义乌的商账追收业亟待规范。一些所谓的经济咨询、商业纠纷调查等公司,有的并没有在工商部门注册过,实质上都是些非法的、“隐身”讨债公司推出的业务,插手民间债务纠纷。讨债人除了恐吓、打骂、要

赖，根本就没有什么有效手段。而且这种非法讨债极易引发非法拘禁案件和故意伤害等案件，是触犯我国刑事法律的，必将受到法律的制裁。

（二）

商账追收业是个新型的行业。2006 年 4 月国家正式发布商账追收师这个新职业，“商账追收师”与“信用分析师”、“信用评估师”、“信用调查师”、“商务调查师”一并成为信用管理行业的 5 个新职业，但目前工商部门仍明令禁止注册追收债务性质的公司。商账追收师的主要职责是，通过合法的商账追收流程和技巧，对国内、海外债务人，包括企业、事业单位和个人进行商账追收服务。商账追收主要针对企业的“应收账款”，通过专业、合法的追收服务，帮助企业及时收回账款，降低企业风险率和坏账率，防范和规避企业由于使用赊销方式带来的信用风险。这与上述案例中的非法追账行为是大相径庭和格格不入的。

义乌企业长期与内外贸客商打交道，“赊销”是传统的经营手段。据调查，有的企业认为，坏账率高达 10%以上，有的企业认为有 5%左右。过了赊销期，形成不良拖欠后，追账成为很是头痛的事情。诉讼是最后的救济途径，但委托律师直接诉讼，往往担心费用高昂、结果难测、能否顺利执行等问题。加之，有的企业自我保护意识不强，在民事诉讼中缺乏有力的证据，但又忍心不下被坑骗的苦果，故试图通过追账公司挽回损失。很显然，商账追收有着巨大的市场。选择信用管理公司、征信公司或其它社会民间机构进行低成本的追收，开始成为企业经营者首选方式，商账追收业已经悄然成长。

从某种角度说，商账追收业务的繁盛反映出法院执行不力的问题。法之生命在于法的实现，执行是法律获得生命必不可少的环节。执行难是自 1982 年《民事诉讼法（试行）》实施以来一直就存在并愈演愈烈的难题。被执行人难找，被执行财产难寻，协助执行人难求，应执行财产难动，执行难，难于上青天。大量生效法律文书得不到执行，执行中存在大量违法乱纪事件，严重损害了当事人的合法权益和社会秩序，导致司法权威的损害和民众对法律信心的丧失。

（三）

商账管理与追收在欧美发达国家早已成为一个专业。据悉，美国有 7000 多家收账专业公司，以美国邓白氏集团为例，它是世界上历史最久（150 年）且规模最大（年产值 20 亿美元）的企业资信调查类信用管理公司。在欧洲，尤其是

德国、奥地利等商账追收业发达的国家，法律规定，商账追收机构必须取得营业许可证，才能从事商账追收活动。相对西方国家公司登记的宽松制度，商账追收营业许可证的取得要复杂得多，对实收资本、从业人员要求等都有严格的规定，德国慕尼黑地方法院甚至规定从业机构必须进行职业赔偿责任保险。

现阶段，由于立法能力和立法经验的限制，我国暂时还无法颁布类似美国《公平债务追收法》和德国《法律顾问法》的法律，但开放商账追收业，制定商账追收业的准入和淘汰制度，法制化追收行为，已是当务之急。只有这样，掌握现代信用管理理念和科学、法制、有效追收方法的商账管理公司才能在阳光下执业，同时严厉打击那些破坏社会经济秩序、妨害企业正常经营的非法讨债公司。

商账追收业行业组织可弥补法律约束的不足与空白，开放商账追收业，是理论和市场经济运行的双重要求。发展和规范商账追收业，是生产力发展的需要，也是市场经济发展的必然要求和发展趋势。

（四）

义乌是国际贸易综合试点改革城市，我们认为，在商账追收业也可率先做些探索与尝试，在信用管理方面大胆实践和冲破成见，践行科学发展观，努力构建高度文明、和谐、诚信的义乌市场经济体制。

第一，商账追收行业作为一个特殊的行业，工商部门在市场准入方面，可做些政策上的突破。

第二，政府部门可引导建立行业组织，以保证商账追收业的健康规范发展。商账追收行业组织应该成为联系本行业的从业机构和从业人员的桥梁和纽带，为本行业从业者提供交流的机会和场所，维护商账追收机构的合法权益，提倡行业自律，协调商账追收机构之间的矛盾和纠纷。

第三，在市场准入的同时，鼓励开展客户委托合同管理、账龄管理、逾期应收账管理等商账追收服务，对鱼目混珠、采用不法手段扰乱市场秩序的非法商账追收机构加大查处的力度，完善和规范商账追收手段和方式。

第四，规范发展商账追收行业。“商账管理和追收”，是一个投入少、见效快的特殊行业，它要求的是丰富的关系资源基础、高素质的专业队伍和严谨务实的管理机制。商账追收公司进行“非诉讼”追收、债务调查和诉讼协助时，应遵循法律法规和规章的要求，依法合理办事。对债务人拖欠行为实施适度的心理

掌控施压，应严格按照“维持客户、理据充分、催收有度”的催收原则，对债务人的拖欠心理进行及时压力调整、进度控制，最终达到成功催收的目的。

综上所述，现代商账追收作为债务信息的传递者和中间人，业务发展得当，能够协调商业矛盾，减小交易成本，是社会主义市场经济的有益补充。我们应该认识到，管理严明、运作规范的现代商账追收业不仅不会破坏社会秩序，而且是现代商业经济运行必不可少的润滑剂。我们衷心希望义乌的商账追收业越来越规范。

专题四：

健康发展电子商务之对策建议

2012年1月9日，总投资达80亿元的国际电子商务园奠基开工，这意味着义乌市场再次加快电子商务的发展，正式向全球最大的国际电子商务城进军。截至2012年，义乌市的网商数量已经超过6万家，电子商务成交额直逼有形市场小商品全年的成交额。其中，3500家网店淘宝信用等级为“五钻”以上，1100家月均交易额超过10万元，连续2年都有义乌网商名列阿里巴巴“全球十大网商”之中。

伴随着义乌电子商务的迅猛发展，消费纠纷也随之增加。2012年3月，义乌第一家消费维权服务站网上投诉、咨询平台上线。该平台开通以来，积极受理各类电话及来人投诉、咨询，有力地帮助市民及外地客商挽回大量经济损失。另据2013年1月24日商务部主管协会——中国服务贸易协会电子商务委员会发布的调查报告显示，目前电商行业的整体服务水平表现不高，物流配送服务差、物品丢失、退换货难等事件层出不穷。70.99%的消费者购物网站物图不符现象最为关注；58.10%的被访者不满意退换货服务；54.15%的被访者认为电商企业售后服务难保证；50.28%对电商售后服务直接表达了不满意。由此可以看出，交易双方中的信用问题是电子商务在中国发展的主要瓶颈，也是亟待解决的难题。

根据我们的调查和研究，我们发现目前义乌电子商务存在的主要问题有：

（一）信用管理体系有待进一步健全

目前我国尚处于信用制度建立的初级阶段，还未建立起健全的社会征信管理体系，缺乏有效的失信、违规行为监督惩罚机制，市场化运作模式虽已初步形成，

但运作还存在一些不规范现象，未形成有效的行政管理机制，行业自律性较差，商业信用体系不健全。对于义乌市场来说，整个信用管理体系的建立与健全工作，已经走在全国的前列，但仍有值得改进与完善之处。譬如：当地的银行、税务、司法、保险等部门拥有各自的信息库，但这些信息库之间没有实现在遵守商业秘密和个人隐私的前提下进行有效的互通共享。在电子商务交易中，即使有的行业信息库互联，但由于部分本应公开的商业信用信息相互保密，直接造成贸易双方无法从中获得最有效的真实信息。至于第三方担保、评级制度，只有一部分国内的知名电子商务企业加入了网络诚信联盟，而义乌大多数经营户没有加入。电子商务企业的评级制度只是针对在其自身的网站上参与交易的顾客，基本上是各自为营，因此缺乏普遍的约束力。

（二）网络购物虚拟性和技术复杂性，容易给不法分子带来可趁之机

电子商务自身的远程性、记录的可更改性、主体的复杂性等特征，决定了交易过程信用问题尤为突出。一旦一方发生信用问题交易就会成为泡影，甚至导致另一方上当受骗。

据反映，尤其是在节假日，有极个别的义乌商家故意虚报信息和价格，导致消费者在购买下单的价格和实际支付的价格有一定的出入。更为严重的是一些不法之徒利用互联网、电子商务进行诈骗，严重干扰了电子商务的健康、良性发展。

（三）电子商务支付环节风险高

支付是电子商务交易中的一个核心环节，包括资金流的顺畅和安全问题。调查发现，义乌是电商发达地区，和国内其他地区一样，同样存在电子商务支付风险。

电子支付已逐渐成为电子商务支付的主要方式，银行、商户、第三方支付平台构成了支付产业链。《中国第三方网络支付安全调研报告》显示，目前安全问题仍然是用户不使用网络支付的主要原因。用户在网络支付过程中由于木马、钓鱼网站和账户、密码被盗的原因带来资金损失所占的比例最高，分别为 24%和 33.9%。2012 年 8 月，在第四批支付机构风险管理工作专题会上，央行支付结算司相关部门负责人披露的数据显示，目前已经获得许可的 197 家第三方支付机构的支付业务量、支付业务金额及客户备付金余额已经分别占到全国总规模的 82%、95%和 93%。然而，在第三方支付高速发展背后，仍存在以下突出问题：资金管

理存在较大的风险隐患；银行卡收单业务违规现象突出；支付机构内控风险管理能力普遍不足；支付机构随意开展所谓创新业务，突破业务类型和范围，逃避监管；预付卡等业务合作方面不规范问题较多。以上问题，义乌地区或多或少亦存在，故值得义乌有关方面借鉴与吸取教训。

（四）电子商务法律法制体系不健全

由于电子商务发展的历史短，配套立法尚不完善。目前，我国电子商务立法主要的表现形式是规章。虽然已颁布了《电子签名法》，但它只是在一个很浅的层面上对电子商务企业进行控制。电子商务是个跨越工商行政管理、海关、保险、财税、银行等众多部门和不同地区、不同国家的商务活动，在企业实际电子商务交易中，涉及许多方面的法律问题，但由于法律的滞后性，目前缺乏相关的立法。虽然如此，义乌方面亦可出台针对电子商务活动进行管理和引导的相关政策措施，制止一些交易者利用法律空白和漏洞从事网上欺诈活动，以保证电子商务的健康快速发展。

针对义乌市场电子商务发展中存在的主要问题，尤其是在信用管理方面，我们提出以下建议：

1. 各部门协调统一，完善信用管理体系建设。

就全国而言，中央政府应将电子商务信用体系的建设作为国家重大的社会系统工程，领导、组织、协调、统一各地、各部门的信用系统建设工作，认真解决目前我国信用体系面临的信用信息条块分割的问题，把目前我国相关政府部门各自的信息库互相联网，有条件地对全社会进行共享，从而建立一个覆盖全社会的信用查询网络，为建设电子商务信用体系打好坚实的数据基础。从义乌实际出发，义乌的工商行政管理、海关、保险、财税、银行等众多部门都掌握一定量的信用数据，义乌作为国际贸易试点的排头兵，可尝试将这些部门所掌握的企业与个人信用数据进行联网，在遵守国家法律法规的前提下，在保护商业秘密和个人隐私的同时，以一定的形式向社会开放，提供无偿或有偿的查询服务，实现第一时间的信用信息披露，探索建立健全符合义乌本土实际的信用管理体系，以推动电子商务健康蓬勃发展。

2. 完善电子商务相关规章制度。

通过完善信用立法、强化信用执法，为我国电子商务的信用体系建设营造一个良好的法制社会环境。从全国层面来说，应尽快出台《国家信用法》、《征信条例》等，从法律法规上对企业信用数据与企业商业秘密、个人信用数据与个人隐私资料加以区分，并对信用信息的管理与利用的方式与范围进行严格规范，使得征信工作有法可依，使得企业与个人的信用档案信息只能在法律规定的范围内披露与安全使用，从而保障我国的社会征信行业在法制框架内健康有序的发展。对于义乌来说，可以重点明确电子商务需要规范的要求细则和具体做法，如：尝试出台电子合同相关规章制度；倡导诚实守信，加快地区电子商务信用体系建设；重视电子商务中的知识产权保护等。

3. 积极扶持中立第三方信用机构。

近年来我国网上银行的发展势头迅猛。然而，随着网上银行日益普及，网上银行安全事故不断发生，一方面固然与客户安全意识淡薄有关，但是更重要的是网上银行本身存在的隐患——信息安全并没有得到很好的解决。现在各大商业银行和电子商务网站，多数还是采用用户名、密码的形式进行安全认证，采用合法第三方数字证书的用户比例较少。在电子商务应用之中，大多数采用第三方付款方式，如“腾讯”的财付通，“淘宝”的支付宝等。为此，义乌应积极扶持第三方支付机构的发展，甚至探索借助于银行方面所实行的“银联”系统的成功经验，使得第三方支付机构之间能够互补、实时转账，以提高全社会资金使用效率。

4. 完善第三方物流配送体系。

第三方物流是由物流供方和需方以外的物流企业提供物流服务的业务方式，是在物流渠道中，由专业的物流企业以合同的形式在一定期限内提供用户所需的全部和部分物流服务。物流公司要开发有效的信息系统，最大限度地利用运输和分销网络，降低成本提高服务质量。义乌是重要的小商品商贸集散地，需要大力发展和完善第三方物流配送体系，尤其要完善节假日爆仓情况下的配送管理体系，力保货品及时安全送达。

5. 加强电子商务技术的开发和应用。

建立完善的电子商务信用体系，必须依靠高科技手段，必须不断加强网上安全认证技术的开发和应用，如数据挖掘技术的开发、信息安全技术的开发、信用系统数据平台建设、数据仓库的整合与数据采集（建立基于统一格式和智能化的

数据仓库系统)。建议义乌制订政府信用相关数据和信息的采集、交换和存储标准、电子签名、CA 认证等服务体系,加快各级各部门政务信息电子化、网络化建设,建立完善电子政务技术平台,为信用信息资源的整合和共享创造条件。

6. 加强对消费者合法权益保护。

在电子商务线上交易中,与现实线下购物相比,消费者权益保护要求更高。一方面是隐私权,另一方面就是财产权,只有当消费者充分相信进行电子商务交易与传统的购物同样方便有效,出现纠纷同样可以投诉、获得补偿,整个交易活动才能感到安全。为此,义乌市应继续加强电子商务环境下对消费者合法权益的保护。

综上所述,我们认为,目前电子商务已成为扩大内需的新引擎、优化传统产业的助推器、发展中小企业的加速器、破解民生问题的新武器。伴随着义乌着力打造的国际电子商务城、国际商贸城电子商务专区、网商创业园等发展平台,应抓住国际贸易综合改革试点契机,通过健全机制、完善配套,创新外贸电子商务的信用、交易、支付、结算、海关、检验检疫等支撑体系,来营造电子商务产业良好的发展环境,帮助网商开拓国际终端市场和中小批发商市场。同时要重点加强信用、仲裁、支付、托收等功能,打通工商、经侦、税务、银行、仓运各个环节的信息流通,营造良好的电子商务环境。我们完全有理由相信,义乌的电子商务会发展得更快,义乌的电子商务会发展得更健康。

五、2013 年有关 YMCi 工作的展望与建议

通过专题分析和视点内容,不难看出,目前我国信用体系建设总体尚处于初级阶段,信用缺失较为严重。在经济全球化的今天,完善信用体系迫在眉睫。

值得庆幸的是,义乌在信用建设方面已然走在全国的前列,义乌市场信用指数也正在为人们所熟知,也正在发挥其应有的作用。为了保持 YMCi 常青和旺盛的生命力,下一步关键是如何充分利用和发挥 YMCi 的功能与作用,为义乌信用建设和市场经济发展提供更有价值的服务,在提升“软和硬两个实力”方面贡献力量。

2013 年，是“十二五”规划实施的第三年，是义乌深化国际贸易试点改革、加快转变经济发展方式的深化时期。为了更好地做好 YMCI 工作，我们建议把以下几个方面作为工作的重点：

一是继续重视信用指数编制工作。把信用指数的编制和发布工作纳入日常工作，加强组织管理与领导，增加必要的人力、物力和财力，定期对市场中的信用状况开展系统的数据采集和调研工作，提高指数的解读能力与实际应用范围。

二是建立和健全信息资料报送反馈和传输制度。21 世纪是信息高速膨胀的时代，信用指数的编制与报告解读离不开“准、快、新、特”。为此，需要建立健全各种相关信息资料的报送和反馈制度，注重第一手资料信息采集的同时，重视筛选、整理与分析有价值信息，特别需要抓住当期有关信用与市场活动的新热点，为义乌信用体系的完善、市场健康发展和政府“有形的手”进行经济科学决策提供有价值的参考建议与支持系统。

三是研发与信用指数相关的产品。加大 YMCI 的预警功能；帮助经营户提升企业信用管理能力；积极创造条件，创新信用工具，研发信用商票，解决小微企业融资难的问题；可研究考虑将 YMCI 证券化，扩大其金融服务功能，增加投资产品与工具，发展衍生品市场，实现金融创新。

四是逐步建立 YMCI 信用管理标准。可以考虑逐步建立具有义乌特点的 YMCI 信用管理标准，促进企业加强信用管理，努力实现 YMCI 编制、运用、服务的一体化和标准化。同时，可总结推广义乌市场信用建设经验，为全国区域信用建设作出新贡献。

五是加强信用文化建设。发展文化产业是贯彻十八大会议精神的重点所在，也是义乌未来需要着力发展的方向。义乌有传统的信用文化需要传承，同时，有新时代的信用文化特点值得总结，可研究将信用文化如何产业化，努力做到物质文明与精神文明的双丰收。

六、附录

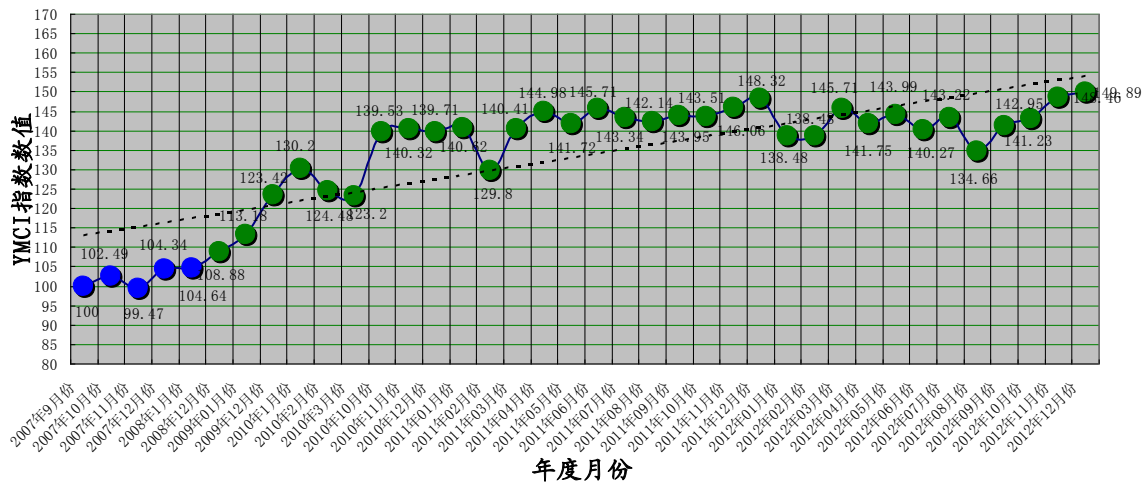
附录一：YMC I 综合指数和分类指数一览表

一至十二月综合指数和分类指数一览表

	YMC I	商品质量	交易活跃	客商满意	风险可控
一月	138.48	150.13	125.60	146.35	131.50
二月	138.48	151.13	113.98	148.22	145.80
三月	145.71	146.13	139.84	139.86	158.17
四月	141.75	145.68	139.36	140.71	139.26
五月	143.99	141.40	142.08	141.00	153.61
六月	140.27	145.51	135.82	141.95	136.54
七月	143.22	146.82	138.15	141.38	145.91
八月	134.66	146.71	128.16	141.73	118.03
九月	141.23	143.62	141.20	144.12	134.93
十月	142.95	146.39	144.93	142.82	134.06
十一月	148.46	150.68	148.54	142.79	148.72
十二月	149.89	150.81	162.60	143.12	134.31
月均数	142.42	147.08	138.36	142.84	140.07

附录二：YMC I 走向趋势图

YMC I走向趋势图



附件三：2012 年媒体报导、转载一览表

时 间	题 目	媒 体
2 月 8 日	2011 年四季度义乌市场信用指数居最好水平	中国经济网
2 月 9 日	去年四季度义乌市场信用指数创新高	义乌商报
2 月 9 日	义乌市场信用指数居最好水平	金华日报
2 月 9 日	2011 年义乌市场信用综合指数蜿蜒上升	义乌新闻网
2 月 10 日	去年四季度义乌市场信用指数居最好水平	义乌电视台
2 月 12 日	去年四季度，义乌市场信用指数居最好水平	义乌电台
2 月 13 日	2011 年义乌市场信用综合指数增长 5.48%	义乌电视台
2 月 15 日	2011 义乌市场信用指数增 5.48%	义乌商报
2 月 20 日	去年义乌市场信用指数增幅 5.48%	浙中新报
3 月 7 日	一月义乌市场信用指数下挫 春节假期影响商品成交	中国经济网
3 月 7 日	春节假期影响成交 一月义乌市场信用指数下挫	义乌电视台
3 月 8 日	一月义乌市场信用指数下挫	义乌商报
3 月 8 日	一月义乌市场信用指数下挫 6.63%	浙中新报
3 月 11 日	一月义乌市场信用指数下挫	义乌电台
3 月 29 日	二月份义乌市场信用综合指数收于 138.48 点	市场导报
3 月 29 日	二月份义乌市场信用综合指数收于 138.48 点	义乌电视台
3 月 30 日	二月份义乌市场人气尚未完全恢复	义乌商报
4 月 2 日	二月份义乌市场人气尚未完全恢复，四大分类指数“三升一降”	义乌电台
4 月 4 日	2 月义乌市场信用综合指数收于 138.48 点	金华晚报
5 月 4 日	市场信用指数重返 145 点高位	钱江晚报
5 月 4 日	三月义乌市场信用指数重返高点	浙中新报
5 月 4 日	三月义乌市场信用指数重返 145 点高位	省局外网
5 月 4 日	三月市场交易活跃 拉高市场信用指数	义乌电视台
5 月 7 日	义乌市场信用指数重返 145 点高位	每日商报
5 月 7 日	义乌市场信用指数重返 145 点	金华日报
5 月 8 日	三月义乌市场信用指数重返 145 点高位	市场导报
5 月 9 日	三月义乌市场信用指数重返 145 点高位	义乌电台
6 月 11 日	4 月义乌市场信用指数小幅下挫	浙中新报
6 月 11 日	四月义乌市场信用指数环比下降 2.72%	义乌电视台
6 月 11 日	四月义乌市场信用指数环比下降 2.72%	义乌新闻网
6 月 11 日	4 月义乌市场信用指数小幅下挫	金华电台
6 月 12 日	义乌市场信用指数四月环比下降 2.72%	金华晚报
6 月 12 日	4 月义乌市场信用指数环比下降 2.72%	义乌商报
6 月 13 日	四月义乌市场信用指数环比下降 2.72%	钱江晚报
6 月 16 日	4 月义乌市场信用指数环比下降 2.72%	义乌电台
6 月 19 日	四月义乌市场信用指数环比下降 2.72%	市场导报

6月30日	5月义乌市场信用指数小幅上涨	浙中新报
7月3日	5月义乌市场信用指数环比增 1.58%	金华晚报
7月3日	五月义乌市场信用指数环比微增 1.58% 收于 143.99 点	义乌电视台
7月3日	5月义乌市场信用指数环比增 1.58%	金华晚报
7月5日	5月义乌市场信用指数环比微增	义乌商报
7月24日	义乌市场信用指数小幅下滑	钱江晚报
7月24日	6月义乌市场信用指数小幅下滑	义乌商报
7月24日	六月义乌市场信用指数小幅下滑	义乌电视台
7月24日	六月义乌市场信用指数小幅下滑	金华电台
7月26日	六月义乌市场信用指数小幅下滑 102	义乌电台
7月30日	6月义乌市场信用指数小幅下滑	浙中新报
7月31日	交易活跃指数环比增 9.97%	浙中新报
7月31日	二季度义乌市场信用指数“高位舞蹈”	义乌商报
7月31日	六月义乌市场信用指数处于“绿灯”区域	市场导报
8月5日	二季度义乌市场信用指数月度均值上升至 142 点	义乌电台
8月5日	二季度义乌市场信用指数处于高位	义乌电视台
8月6日	二季度义乌市场信用指数上升	金华日报
8月6日	二季度义乌市场信用指数月度均值 142.00 点	义乌电视台
8月28日	7月义乌市场信用指数环比微增 2.10%	义乌电视台
8月29日	7月义乌市场信用指数环比小幅上升	义乌商报
8月29日	7月义乌市场信用指数环比微增 2.10%	金华电台
8月30日	7月义乌市场信用指数稳中有升 报收于 143.22	义乌电视台
8月30日	7月义乌市场信用指数稳中有升, 报收于 143.22 点	义乌电台
9月3日	7月义乌市场信用指数环比微增 2.10%	每日商报
9月3日	7月义乌市场信用指数止跌回升	金华日报
9月3日	7月义乌市场信用指数环比增 2.1%	浙中新报
9月17日	义乌市工商局进行信用分类监管软件研讨	浙中新报
9月22日	市场风险因素增加 8月份义乌市场信用指数下滑明显	义乌电视台
9月24日	8月义乌市场信用指数下滑明显	每日商报
9月24日	8月义乌市场信用指数下滑明显	金华日报
9月24日	8月义乌市场信用指数下滑明显	钱江晚报
9月24日	8月义乌市场信用指数下滑 5.98%	浙中新报
9月24日	8月份义乌市场信用指数下滑明显	义乌电台
9月26日	8月义乌市场信用指数下滑明显	义乌商报
10月25日	九月义乌市场信用指数重返 140 点以上高位	省局外网
10月26日	义乌市场信用指数重返高位	浙中新报
10月26日	9月义乌市场信用指数回归高位	义乌商报
10月26日	九月义乌市场信用指数重返 140 点以上高位	金华电台
10月27日	九月义乌市场信用指数重返 140 点以上高位	义乌电视台
10月27日	9月义乌市场信用指数回归高位	义乌电台
10月30日	九月义乌市场信用指数重返高位收于 141.23 点 环比	市场导报

	增 4.88%	
11 月 8 日	市场经营户：降的是数据 升的是信心	义乌商报
11 月 12 日	三季度义乌市场信用指数下挫	浙中新报
12 月 3 日	市场交易重归活跃 义乌市场信用指数环比微增 1.22%	省局外网
12 月 4 日	市场信用综合指数环比“翻红”	浙中新报
12 月 5 日	义乌中国小商品城 10 月成交额创年内新高	金华日报
12 月 6 日	义乌市场信用指数 环比微增 1.22%	义乌商报
12 月 6 日	市场交易重归活跃 义乌市场信用指数环比微增 1.22%	义乌电视台
12 月 9 日	市场交易重归活跃 义乌市场信用指数环比微增 1.22%	义乌电台
12 月 10 日	义乌市场信用指数环比微增 1.22%	每日商报
12 月 11 日	10 月份义乌市场单月成交额创今年新高	义乌电视台

七、YMCI 数据来源

一、YMCI 部门共享数据由以下部门提供（排列顺序以提供更新数据先后为序）：

- 1、义乌市工商行政管理局
- 2、义乌市公安局
- 3、义乌市小商品指数中心
- 4、义乌市质量技术监督局
- 5、中国银行业监督管理委员会金华监督分局义乌办事处

二、YMCI 经营户问卷调查数据由国际商贸城一期、二期、三期经营户抽样提供。

YMCI 数据采集：吴忆晗

YMCI 数据校验：骆明君