

目 录

| | |
|--|----|
| 一、对宏观经济形势的基本判断 | 1 |
| 二、指数概况 | 2 |
| 季内市场信用综合指数升至 159.19 | 2 |
| 季内 YMCI 综合信用指数处于“绿色灯”安全状况 | 4 |
| 季内 YMCI 综合指数波动处于“正常”状况 | 4 |
| 分类指数表现不一，其中风险可控指数上升明显，客商满意 指数下降明显 | 4 |
| 三、分类指数运行特点 | 6 |
| 四、专题分析 | 9 |
| 关于强化电商企业信用建设的若干建议 | 9 |
| 五、附录 | 13 |
| 季内总指数及分类指数月均值 | 13 |
| 4-6 月市场信用综合指数和分类指数一览表 | 13 |
| 经营户问卷调查 | 14 |
| YMCI 走向趋势图 | 15 |
| YMCI 简介 | 15 |
| 六、YMCI 数据来源 | 17 |

2014 年二季度义乌市场信用指数分析报告

一、对宏观经济形势的基本判断

二季度全球经济逐步回暖。美国已走出金融危机的影响，经济开始回升。失业率继续下降，就业市场进一步改善，5 月失业率为 6.3%，6 月降为 6.1%；房地产市场复苏虽然缓慢，但家庭开支温和增长，企业固定资产投资恢复增长；通胀水平低于长期目标，长期通胀预期稳定。美联储认为，美国整体经济将有足够潜力支持就业市场持续改善，经济和就业市场所面临的风险基本接近平衡。此外，美联储继续退出量化宽松政策，从 7 月起将长期国债的月度购买规模从 250 亿美元降至 200 亿美元，将抵押贷款支持证券的月度购买规模从 200 亿美元降至 150 亿美元。

日本经济持续保持温和复苏趋势，4 月初上调消费税对需求造成的下行影响正在逐渐淡化，6 月需求超过供应，为 2008 年第二季度以来首次。随着就业和收入环境的改善，日本私人消费和房屋投资保持弹性趋势，工业产出持续保持温和增长趋势。欧元区推出负利率政策来对抗通缩，经济也继续温和复苏。金砖国家多元化合作机制已经形成，金砖国家银行、交易所联盟正有效运转，金砖国家并没有“褪色”，其包容性增长在促使世界经济回到稳定发展的轨道上来，在改革金融秩序、维护多极化世界的诸多努力中均扮演重要角色。

二季度，我国经济运行总体平稳，主要经济指标处在合理区间，

GDP 增速小幅回升至 7.5%。投资增速有所企稳，4-6 月的增速分别为 17.3%、17.2%以及 17.3%，为 GDP 回升奠定了很好的基础。二季度随着外围经济好转，外贸有较大改善，二季度外贸顺差累计为 859.6 亿美元，同比增长 29.7%。另外，二季度社会消费品零售总额实现 6.21 万亿元，同比增长 12.3%。当前我国经济运行总体平稳，表现在增长趋稳、就业总体稳定、物价基本平稳、农业稳固、居民收入稳定增长，结构调整稳中有进，转型升级稳中有升，新产业、新业态、新产品在分化中孕育。与此同时，我们也要看到，面对传统产业的调整，经济仍面临一定的下行压力，影响经济的不确定因素仍较多。

当前，义乌应对国内外经济形势有清楚的认识，以新一轮国际贸易综合改革试点为契机，深入贯彻落实党的十八大和十八大三中全会精神，全面深化改革，进一步搞好市场，争创省级工业强市，夺取义乌两个文明建设的新胜利。

二、指数概况

（一）市场信用综合指数受风险可控指数影响升至 159.19¹

二季度，义乌市场信用指数比上季度有所上升。YMCI 季内月均数从上季的 156.50 升到本季的 159.19，上升 1.72%，主要是受风险可控指数和交易活跃指数的影响。详见表 1。

¹ 报告中的总指数和综合指数均指 YMCI，含义相同。有时变换称谓属行文方便之需要，特此说明。

表 1 季内月均市场信用综合指数比较

| 市场信用综合指数 | 报告期（本季度） 月均分值 | 环比期（上季度） 月均分值 | 报告期比环比期 |
|----------|------------------|------------------|---------|
| YMCI | 159.19 | 156.50 | 1.72% |

从季内各月的走势看，呈倒“V”型发展态势。YMCI 四月为 161.35，五月降低至 157.59，下降 2.33 个百分点，六月增至 158.63，比五月份增加 0.66 个百分点。详见表 2 和图 1。

表 2 季内各月市场信用综合指数变化

| 指标名称 | 季内月平均 | 2014.04 | 2014.05 | 2014.06 |
|----------|--------|---------|---------|---------|
| 市场信用综合指数 | 159.19 | 161.35 | 157.59 | 158.63 |

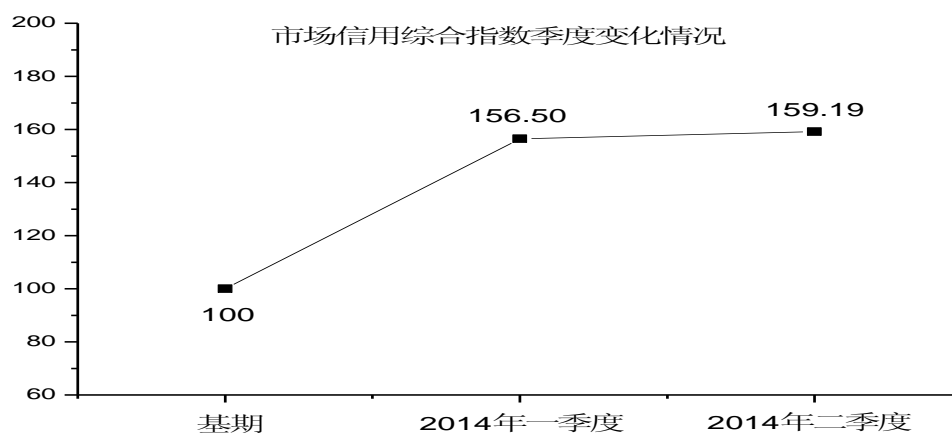


图 1 市场信用综合指数季度变化走势图

季内月均值报收于 159.19，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上升 1.72%，“波动预警子系统”显示为“正常”（N, Normal）状态。详见图 2 和图 3。

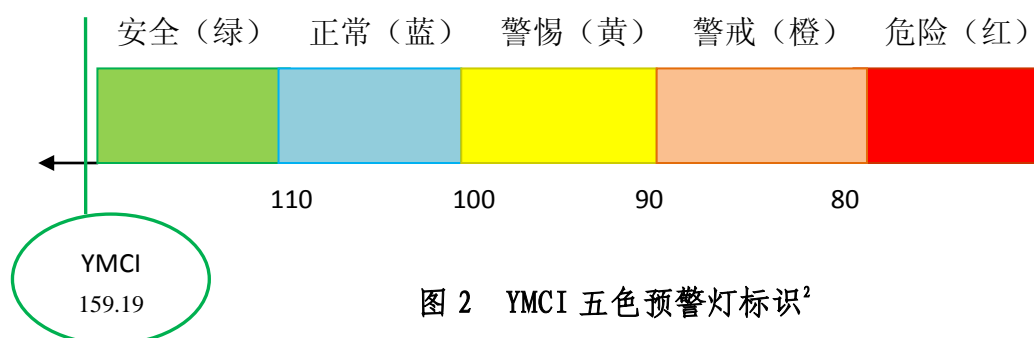


图2 YMCI 五色预警灯标识²

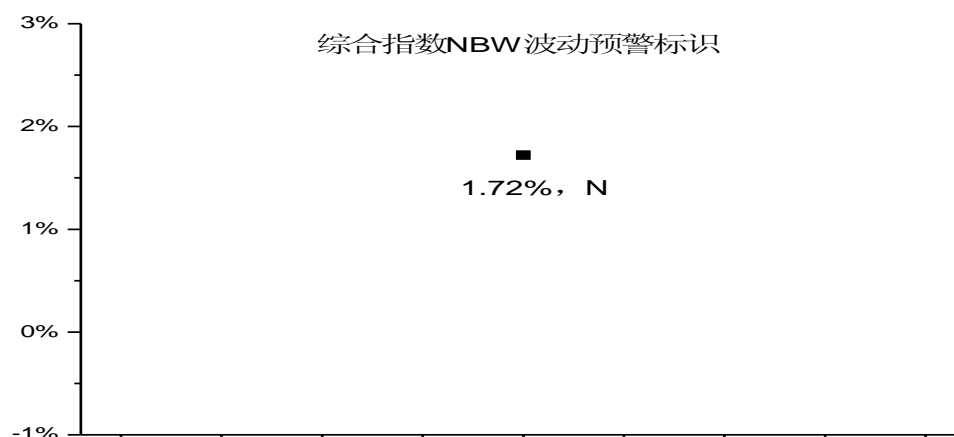


图3 YMCI 波动预警标识³

（二）分类指数表现不一，其中风险可控指数上升明显，客商满意指数下降明显

从监测的四大分类指数来看，本季度风险可控指数急速上升，从上季度月均 170.19 升至本季月均数 184.11，上升 8.18%。本季度客商满意指数从上季度月均数 125.66 降至本季度月均数 115.00，下降 8.48%。而商品质量指数和交易活跃指数变化较为平稳，商品质量指

²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）
- * $100 \leq \text{YMCI 指数} < 110$ 蓝灯（N, normality, 正常级）
- * $90 \leq \text{YMCI 指数} < 100$ 黄灯（C, caution, 关注级）
- * $80 \leq \text{YMCI 指数} < 90$ 橙灯（W, warning, 警戒级）
- * YMCI 指数 < 80 红灯（D, danger, 危险级）

³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， $\text{NBW} = \text{本期指数} / \text{上期指数} \times 100\% - 1$ 。

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

数季内月均数从上季的 158.38 降至本季的 156.11，下降 1.43%；交易活跃指数季内月均数从上季的 160.59 升至本季的 168.26，上升 4.78%。

总指数和四大分类指数的变化情况，详见表 3 和图 4、图 5。

表 3 季内总指数及分类指数月均值

| 分类指标 | 报告期(2014 年二季度) 月均值 | 环比期(2014 年一季度) 月均值 | 报告期环比 期(±%) |
|-------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| 综合指数(YMCI) | 159.19 | 156.50 | 1.72% |
| 商品质量指数(CQI) | 156.11 | 158.38 | -1.43% |
| 交易活跃指数(TAI) | 168.26 | 160.59 | 4.78% |
| 客商满意指数(BSI) | 115.00 | 125.66 | -8.48% |
| 风险可控指数(RCI) | 184.11 | 170.19 | 8.18% |

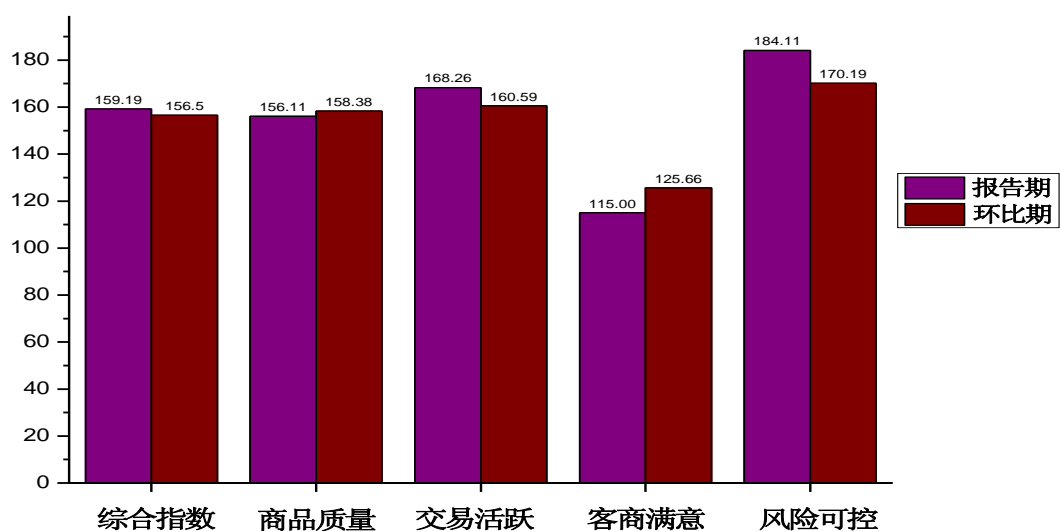


图 4 各分类指数报告期与环比期变化情况

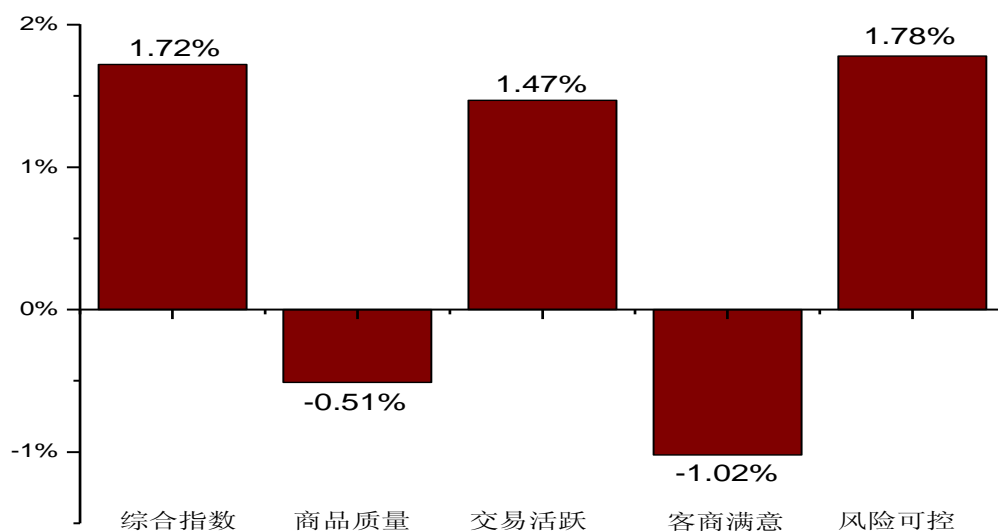


图 5 各分类指数对总指数贡献度

三、分类指数运行特点

(一)

商品质量指数是 YMCI 的领头分类指数。本季度商品质量指数月均数从上季的 158.38 升至 156.11，降幅为 1.43%，属于“正常”（N, Normal）状态。从各月情况看：

四月商品质量指数从上月 161.31 降至本月 157.19，下降 2.55%。主要原因是本月产品质量处罚案件数为 13 起，比上月 4 起，净增加 9 起。

五月商品质量指数从上月 157.19 降至本月 155.37，下降 1.16%。主要原因是本月产品质量处罚案件数增加，从上月 13 起，增至 24 起，净增加 11 起。

六月商品质量指数从上月 155.37 升至本月 155.78，上升 0.26%。主要原因是本月产品质量处罚案件数减少，从上月 24 起，减少到本月 20 起。

(二)

交易活跃指数主要度量义乌市场交易活跃的程度。交易活跃指数从上季的月均 160.59 升至 168.26，增幅为 4.78%。从分月情况看：

四月交易活跃指数从上月 170.23 小幅升至 173.08，增长 1.67%。主要原因除受资金结算滞后影响、资金流入流出量增加外，经济户口数量增加也是一个重要原因。本月经济户口数量增加至 210429 户，比上月 206717 户，净增加 3712 户。

五月交易活跃指数从上月 173.08 减至 167.52，下降 3.21%。主要原因是外商人数有所减少，从上月 47518 人减至本月 45740，净增加 1778 人，外贸形势不容乐观。

六月交易活跃指数从上月 167.52 减至 164.18，下降 1.99%。主要原因是外商人数有所减少，从上月 45740 人减至本月 37477，骤减 8263 人，反映外贸形势仍不容乐观。

(三)

客商满意指数主要反映市场参与者对市场信用的满意状况。本季度客商满意指数变化较大，月平均指数值为 115.00，与上季度月平均指数值 125.66 相比，下降 8.48%。从分月情况来看：

四月客商满意指数从上月的 107.25 增至本月 111.45，增长了 3.92%。主要原因是 12365 投诉案件数减少所致。本月 12365 投诉案件数为 28 起，而上月为 33 起，净减少 5 起。

五月客商满意指数从上月的 111.45 攀升到本月 115.39，增长了 3.54%。主要原因是 12365 投诉案件数减少所致。本月 12365 投诉案件数为 20 起，而上月为 28 起，净减少 8 起。

六月客商满意指数从上月的 115.39 攀升到本月 118.16，增长了 2.40%。主要原因是 12365 投诉案件数减少所致。本月 12365 投诉案件数为 16 起，而上月为 20 起，净减少 4 起。

（四）

风险可控指数反映市场交易行为过程中控制各种风险不确定因素的程度。本季度风险可控指数月平均水平为 184.11，与上季度月平均 170.19 相比，增幅高达 8.18%。从各月情况看：

四月风险可控指数从上月 202.98 降至 188.46，下降 7.15%。主要是由于新设企业数回归常态所致。本月新设企业数为 1053 家，比上月 1169 家，减少了 116 家。

五月风险可控指数从上月 188.46 降至 178.23，下降 5.43%。主要是由于新设企业数回归常态所致。本月新设企业数为 968 家，比上月 1053 家，减少了 85 家。

六月风险可控指数从上月 178.23 升至 185.64，上升 4.16%。主要是由于新设企业数回归常态所致。本月新设企业数为 1013 家，比上月 968 家，增加了 45 家。

四、专题分析

关于强化电商企业信用建设的若干建议

电子商务是利用电子通讯手段，在交易双方互不谋面情形下进行的商务活动。因为电子商务不是面对面进行的，它比传统商务更需要讲信用、树信誉。交易双方相互信赖是进行电子商务活动的基础。因此，发展电子商务的关键之一在于强化电商企业的信用建设。

信用不仅是经济发展的内在要求，而且是买卖双方放心交易的最基本保障。现在市场竞争越演越烈，为避免优胜劣汰的命运，电子商务企业必须运用好“信用”这个武器。良好信用的企业在市场竞争中占绝对的优势，从而可以占领广阔的市场。在市场经济中，企业之间的竞争，最终是信誉和品牌的竞争。而品牌是由信誉凝聚而成的。一个企业失去信誉，也失去了客户，从而失去了所有未来发展的可能。信用是企业的命脉，是提高竞争力的有效武器。

根据我们的初步调查，目前电子商务存在多方面信用缺失的问题。主要表现在：（1）假冒伪劣商品穿行市场，屡禁不止；（2）各种不实信息广告充斥各类媒体；（3）赖账逃债，恶意拖欠债务；（4）披

露虚假业绩时有发生；（5）知识产权随意侵害，缺乏保护等等。

电商企业的信用缺失，不但导致企业和消费者直接经济损失，而且对经济发展的潜在影响极具破坏力。为此，我们提出强化电商企业信用建设的建议如下：

第一，企业要想保证电子商务的顺利进行，需要强化内部约束机制。坚持公平竞争原则，自觉遵守工商税务等有关行政部门的管理与监督。依法建立各种会计账目和各项规章制度，保证各种信息资料的真实和完整，杜绝一切弄虚作假行为。树立企业信用，树立高质量、高安全性的企业服务形象，诚信经营，着重提升产品质量，做一个对社会负责的企业，消除客户、消费者对网上交易的担忧。

第二，建立电子商务活动中的信用机制，需要有完善的法制环境。电子商务发展仅以企业为主体，信用机制仅依靠企业或行业的自律规范，是不充分、不全面的，信用机制的形成需要政府的干预。国家应该根据电子商务活动的特殊规律，制定相应的法律法规，大力营造良好的电子商务信用环境，以法律的形式对电子商务中的企业和个人的权利和义务及各自的行为规范做出明确的规定，使得建立和实施信用制度有法可依。有了相应的法律法规作保障后，可以提高人们网上购物的信心，促进电子商务的发展。

第三，建立专业的信用认证机构，开展信用评价。在整个电子商务交易过程中，尤其是电子支付过程，为实现电子商务的安全交易，

认证机构有着不可替代的地位和作用。认证机构作为第三方来承担网上安全电子交易认证服务、签发数字证书并确认用户身份的服务机构，目的是使交易双方彼此相信对方的身份。认证机构还扮演着一个交易双方签约、履约的监督管理的角色，交易双方有义务接受认证机构的监督管理，从而保证交易的安全进行。因此需要建立能够进行信用评估、发放和管理认证证书的用户信任的权威性机构。它不仅要对进行网络交易的双方负责，还要对整个电子商务的交易秩序负责。我国应在借鉴国外成功经验的基础上，结合我国特点，依据公平、公正、独立的原则，建立和培育我国的个人和企业信用认证机构。由信用认证机构建立起信用记录档案，对个人和企业信用做出整体评价，以保证评价结果的客观与公正，以促进电子商务的顺利发展。

第四，成立信用查询组织，发展资信调查业务。对企业来讲交易对象的信用是十分重要的。电子商务区别于传统交易模式的一个根本保证是整个社会交易环境对信息流的依赖性大大加强。信用查询组织调查并汇集各行各业的信用状况，向查询人提供被调查企业领导决策者的品格、企业经营宗旨、信誉、以往的信用程度和企业的经营能力等，以便在进行电子商务活动前，能进行有效身份的鉴别。

第五，发挥政府“有形的手”的作用，加大守信激励与失信惩戒力度。对诚实守信得电子企业实行优先办理、简化程序等“绿色通道”支持激励政策。同时也应强化行政监管性约束和惩戒，在现有行政处罚措施的基础上，健全失信惩戒制度，建立各行业黑名单制度和市场

退出机制。并建立失信行为有奖举报制度，切实落实对举报人的奖励，保护举报人的合法权益。

第六，发挥行业协会商会作用，加强行业自律。切实发挥行业协会商会的作用，对违规的失信者，按照情节轻重，对机构会员和个人会员实行警告、行业内通报批评、公开谴责等惩戒措施，推动形成社会性约束和惩戒。完善社会舆论监督机制，加强对失信行为的披露和曝光，发挥群众评议讨论、批评报道等作用，通过社会的道德谴责，形成社会震慑力，约束社会成员的失信行为。

五、附录

（一）附表

季内总指数及分类指数月均值

| 分类指标 | 报告期（2014 年二季度） 月均值 | 环比期（2014 年一季度） 月均值 | 报告期比环 比期（±%） |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|
| 综合指数(YMCI) | 159.19 | 156.50 | 1.72% |
| 商品质量指数(CQI) | 156.11 | 158.38 | -1.43% |
| 交易活跃指数(TAI) | 168.26 | 160.59 | 4.78% |
| 客商满意指数(BSI) | 115.00 | 125.66 | -8.48% |
| 风险可控指数(RCI) | 184.11 | 170.19 | 8.18% |

4-6 月市场信用综合指数和分类指数一览表

| 分类指标 | 报告期（2014.04）分值 | 环比期（2014.03）分值 | 环比增长 |
|-------------|----------------|----------------|--------|
| 综合指数(YMCI) | 161.35 | 164.21 | -1.74% |
| 商品质量指数(CQI) | 157.19 | 161.31 | -2.55% |
| 交易活跃指数(TAI) | 173.08 | 170.23 | 1.67% |
| 客商满意指数(BSI) | 111.45 | 107.25 | 3.92% |
| 风险可控指数(RCI) | 188.46 | 202.98 | -7.15% |

| 分类指标 | 报告期（2014.05）分值 | 环比期（2014.04）分值 | 环比增长 |
|-------------|----------------|----------------|---------|
| 综合指数(YMCI) | 157.59 | 161.35 | -2.33 % |
| 商品质量指数(CQI) | 155.37 | 157.19 | -1.16 % |
| 交易活跃指数(TAI) | 167.52 | 173.08 | -3.21 % |
| 客商满意指数(BSI) | 115.39 | 111.45 | 3.54 % |
| 风险可控指数(RCI) | 178.23 | 188.46 | -5.43 % |

| 分类指标 | 报告期（2014.06）分值 | 环比期（2014.05）分值 | 环比增长 |
|-------------|----------------|----------------|--------|
| 综合指数(YMCI) | 158.63 | 157.59 | 0.66% |
| 商品质量指数(CQI) | 155.78 | 155.37 | 0.26% |
| 交易活跃指数(TAI) | 164.18 | 167.52 | -1.99% |
| 客商满意指数(BSI) | 118.16 | 115.39 | 2.40% |
| 风险可控指数(RCI) | 185.64 | 178.23 | 4.16% |

（二）经营户问卷调查

义乌市场信用指数（YMCI）经营户有奖问卷调查表

（2014 年 06 月）

本问卷为义乌市人民政府企业信用工作领导小组办公室为打造公平、公正的市场环境，维护交易者的合法权益，提升服务质量而设置的。您的回答信息将会被保密，调查结果将用于科学研究，感谢您的配合！

义乌市人民政府企业信用工作领导小组办公室

义乌市市场监督管理局市场研究中心

本问卷共 7 个问题，请在您选择的答案前打√。

1. 市场内存在销售假冒伪劣商品、不合格商品和傍名牌、低价倾销、虚假宣传等情况吗？

☐A 基本不存在（109） ☐B 存在，但较少（167） ☐C 存在，非常多（24）

2. 根据您的了解，目前市场摊位租金的变化情况？

☐A 租金在增加（95） ☐B 租金基本不变（179） ☐C 租金在下降（26）

3. 请您客观评价，当前义乌市场经营户自身的诚信状况如何？

☐A 经营户绝大多数讲诚信（104） ☐B 经营户大多数讲诚信（176）
☐C 经营户不讲诚信情况时有发生（20）

4. 根据您的了解，外商对义乌市场总体信用状况的满意程度？

☐A 外商非常满意（113） ☐B 外商基本满意（169） ☐C 外商不太满意（18）

5. 本月货款赊销金额占商品销售额的比例是:

☐A 小于 20% (108)

☐B 20%-50% (169)

☐C 50%以上 (23)

6. 本月经营成本与上月相比变化情况:

☐A 减少 (101)

☐B 变化不大 (5%以内) (174)

☐C 增加 (5%以上) (25)

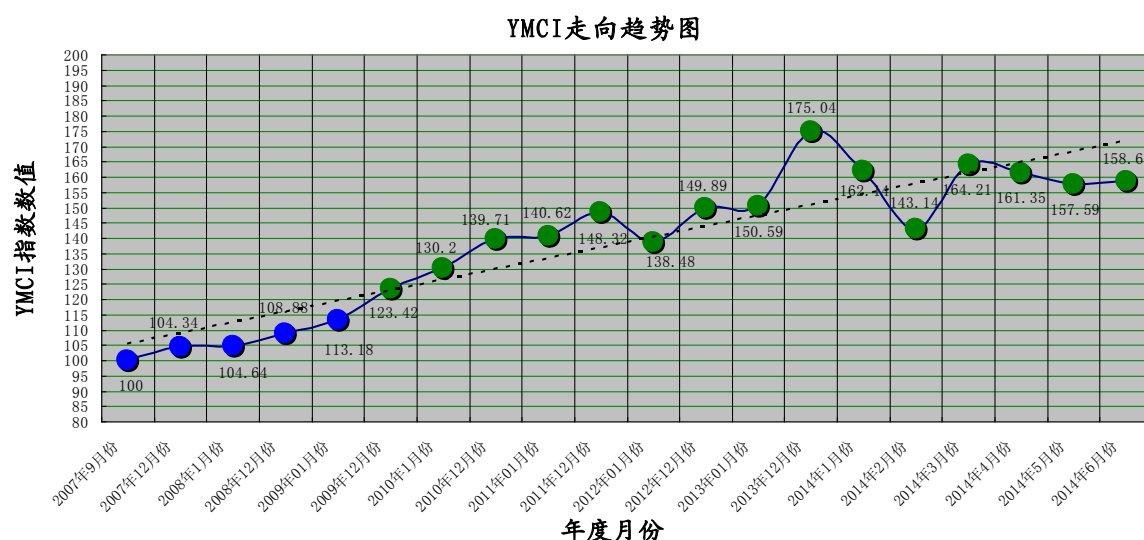
7. 您的经营资金能否满足当月生意需要?

☐A 可以 (97)

☐B 有一定缺口 (177)

☐C 缺口很大 (26)

(三) YMCI 走向趋势图



(四) YMCI 简介

义乌市场信用指数 (Yiwu Market Credit Index), 简称 YMCI, 由义乌市市场监督管理局 (义乌市市场经济监督管理研究中心) 和北京大学中国信用研究中心研发编制, 是一套反映和量化义乌市场信用变化发展趋势和特征的指数体系。YMCI 模型先后经过二次优化, 由 27 个指标、4 大分类指数构成, 采用了五色灯和 NBW 两个预警系统。

YMCI 是国内首个市场信用指数, 该指数自 2007 年 9 月运行以来,

较好地反映和预警了义乌市场信用发展变化，已成为指引义乌市场主体走向诚信经营的“风向标”，是监督市场信用状况变化的“晴雨表”。YMCII 的编制和发布，有利于市场分类监管指导，有效增强和提升了义乌市场信用的水平和竞争力，是义乌市场经济“软实力”的一大象征。

六、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、义乌市市场监督管理局（义乌市市场经济监督管理研究中心）
- 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：骆丽丽

YMCI 数据校验：傅卫庆