

国家发展和改革委员会主管 / 中国发展改革报社主办 / 全国独家信用公示信息披露指定期刊

中国信用

信用 创造价值

01

CHINA CREDIT
2022年01月
总第61期

“双十一”网购综合信用评价报告（2021年度）



徐乐江：加快推进民营企业信用体系建设
舟山：海上花园城 绘就“信”蓝图
全国城市信用状况监测排名
剧本杀 站在“风口”还是掉入“陷阱”
社会信用激励机制的价值重塑功能研究
故意感染假装接种？欧美民众对疫苗信心不足



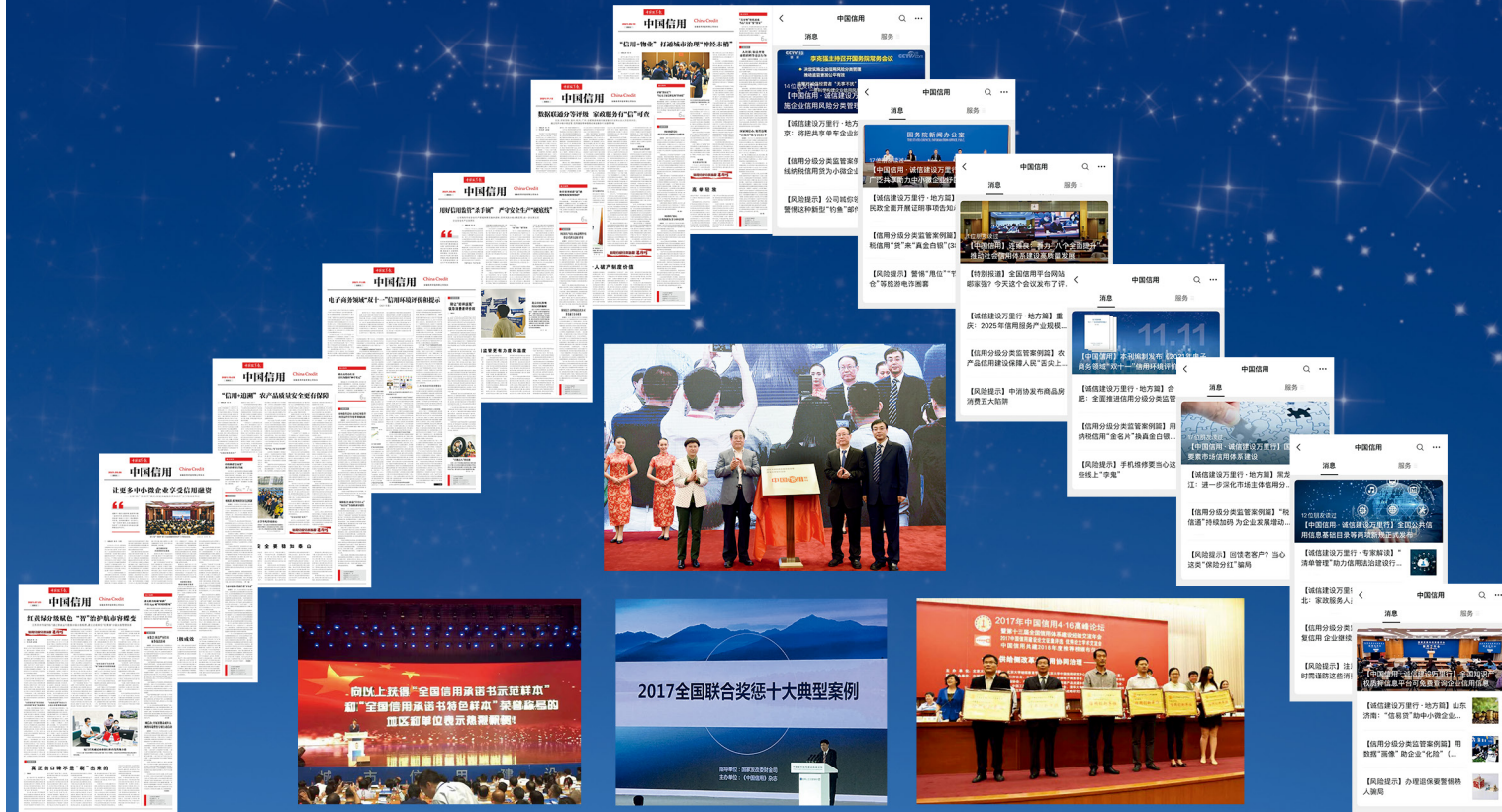
中国信用官方微信

中国信用

二〇二二年第一期

总第六十一期

《中国信用》杂志 创刊五周年



- 连续六年对“双十一”期间的电子商务领域信用风险予以提示，对电子商务领域信用环境予以综合评价。
- 连续五年作为牵头单位，全程参与三批社会信用体系建设示范城市评估工作。
- 连续三年获得中国信用4·16高峰论坛颁发的“信用创新单位”称号。
- 连续开展三届全国“信用中国·城市在行动”媒体纪行活动，发现、梳理城市信用建设亮点和典型案例。
- 连续开展两届全国信用承诺书典型案例征集活动，推动全国信用承诺书规范化、标准化。
- 连续两次在“十大信用微信公众号”评选活动中获得第一名，被业界称为“信用建设新闻的第一发源地”。

五年前

我们承诺：身肩一份重担，心系一份执着，手捧一份真诚，带上“信用”上路，踏出一路风光。

五年中

我们践行：坚定正确的政治方向、舆论导向、新闻志向、工作取向；深入基层用心、用情、用力，讲好信用故事，传播信用声音；让信用体系建设的创新理论和实践飞入寻常百姓家。

下一个五年

我们继续与您共同以“信”为马，一起向未来！
迈步“信”征程，再创“信”辉煌！

信用创造价值



前行动力

◎王 淼

岁末年初，关于信用建设的重大政策接连出台。

国务院办公厅印发了《加强信用信息共享应用促进中小微企业融资实施方案》；国家发展改革委、人民银行会同社会信用体系建设部际联席会议成员单位和其他有关部门（单位），编制印发了《全国公共信用信息基础目录（2021年版）》和《全国失信惩戒措施基础清单（2021年版）》；2022年的首次国务院常务会议，决定实施企业信用风险分类管理，推动监管更加公平有效。

这一系列政策文件的出台，表明信用建设在国家治理、经济社会发展中的基础性作用已经得到了更广泛的承认，正在向着合法规范的方向加速前行。

关于这些文件，本期杂志将用较多的篇幅进行解读，在此就不再赘述，这里只想讨论这样一个问题——信用建设取得这样一个大发展的前行动力何在？

问题导向。能否“get”到时代发展的“点”，是一项政策能否取得满意效果的关键所在。信用建设全面开展的大背景就是，我国的社会信用发展现状不适应社会主义市场经济发展的实际需要。10年前的2012年3月9日，国家发改委副主任连维良在全国社会信用体系建设规划工作座谈会上指出，信用体系建设不完善，信用低下的状况，已经严重制约了经济社会的发展，制约了社会文明的进步。从加强信用信息共享，开展失信联合惩戒，推动“信易+”应用，到全面探索信用监管，信用建设的每一步“大棋”都对应着亟待解决的重要现实问题，无论是最开始阶段的法院“执行难”，假冒伪劣满天飞，还是现在的中小微企业融资难。

科技支撑。信用体系建设之所以能够取得事半功倍的效果，还在于它搭上了数字经济的快车。近年来，大数据、云计算、人工智能、区块链、元宇宙等新技术概念接连出现，使得信用信息的归集共享能力得到前所未有的提高。截至2021年12月末，全国信用信息共享平台归集总量持续增长，共享平台累计归集共享各类信息约704.97亿条，归集双公示信息42140万条。这样的一种信息归集共享能力是信用能够真正破解各项难题的重要基础。

改革取向。信用元素介入，使得改革得以加速破题，快速推进。整个社会信用体系建设次第铺开的过程，也正是一个全面深化改革，加速现代政府建设的过程，创新的层出不穷，也使得政策储备资源不断丰富。以信用监管为例，围绕党中央、国务院的部署，各地方各行业探索出了一系列鲜活的经验。如广州开展的“星级示范车”，让乘客看星选出租车；山东新泰市综合执法局创新使用路长制“三维三色”管理平台，浙江余姚在餐饮服务行业推行“驾照式12分制管理模式”……这些基层实实在在探索出来的经验，也成为信用监管有力有效的直接证明。其它领域，无论是信易贷、信用承诺，还是信用社区建设，同样如火如荼。这充分表明，信用是受到大家共同喜爱一个“改革法宝”。

到本期杂志付印，《中国信用》也已经走过了整整5年的历程，在见证记录中国社会信用体系快速发展过程的同时，我们为她所鼓舞，为她所振奋，我们也希望用她所探索出的经验，磨砺出的精神，继续激励、鞭策我们下一个5年的前行。



中国信用期刊 2022年1月 总第61期

主管单位：国家发展和改革委员会
主办单位：中国发展改革报社
出版单位：中国发展改革报社



官方微信



订阅杂志

编委会主任：徐绍史
编委会副主任：连维良

总编辑：吴小雁
执行主编：王 淼
视觉总监：张海疆
特约美编：李 娜
美术编辑：李明霞
编辑部：岁正阳 010-63691551
吴 限 010-63691531
孟佳惠 010-63691716
采访部：何 玲 010-63691533
刘梦雨 010-63691530
鲁 哲 010-63691956
发行部：徐鸿友 010-63691591
宋福亮

本刊地址：北京市西城区广安门内大街315号信息大厦
邮编：100053
传真：010-63691170
电话：010-63691531
邮箱：zgxyqk@163.com
国内统一刊号：CN10-1453/C
广告经营许可证：京大市监广登字 20180001号
广告发行热线：010-63691591
周期：月刊
开本：16开
定价：38元/月
印刷：北京盛通印刷股份有限公司
地址：北京经济技术开发区经海三路18号
电话：010-67887676-862

指导单位 社会信用体系建设部际联席会议成员单位

发展改革委	人民银行				
中央文明办	中央编办	最高法	财政部	知识产权局	档案局
中央政法委	海关总署	最高检	商务部	全国工商联	中国残联
中央网信办	税务总局	教育部	外汇局	共青团中央	公安部
生态环境部	公务员局	公安部	统计局	铁路总公司	药监局
交通运输部	应急管理部	民航局	住建部	卫生健康委	
科学技术部	农业农村部	文旅部	证监会	人力资源和社会保障部	
中宣部	工业和信息化部	市场监管总局	贸促会	能源局	
民政部	银保监会	司法部	新华社	铁路局	

支持单位 全国社会信用体系建设示范城市（区）及创建城市（区）（排名不分先后）

杭州市、南京市、厦门市、成都市、苏州市、宿迁市、惠州市、温州市、威海市、潍坊市、义乌市、荣成市、青岛市、武汉市、鞍山市、上海市浦东新区、上海市嘉定区、无锡市、合肥市、淮北市、芜湖市、安庆市、福州市、莆田市、郑州市、宜昌市、咸宁市、泸州市、天津市滨海新区、河北省邢台市、辽宁省大连市、营口市、吉林省四平市、上海市徐汇区、普陀区、江苏省常州市、淮安市、扬州市、昆山市、浙江省宁波市、湖州市、金华市、衢州市、舟山市、台州市、丽水市、山东省济南市、烟台市、济宁市、德州市、新泰市、河南省漯河市、南阳市、湖北省荆门市、广东省广州市、深圳市、佛山市、重庆市巴南区、江津区、铜梁区、云南省保山市、陕西省延安市；
辽宁省沈阳市，北京市海淀区，内蒙古自治区呼和浩特市、乌海市，辽宁省辽阳市，黑龙江绥芬河市，湖北省黄石市，广东省珠海市、汕头市



政要声音 SENIOR POLITICIANS' VOICE

徐乐江：充分发挥民营企业、工商联、商会作用
加快推进民营企业信用体系建设

落实好习近平总书记重要论述精神，必须以高度的政治责任感引导民营企业和民营企业家协会切实践行法治意识、契约精神、守约观念，自觉重信誉、守信用、讲信义，持续提升民营企业信用体系建设水平。



特别策划 SPECIAL PLANNING

2021 年度“双十一”网购综合信用评价报告

走过第十三个年头的“双十一”已鸣金落幕。从最初“剁手”式的购物狂欢，到如今理性消费、品质消费渐成主流，“双十一”见证了中国百姓消费升级、中国产业迈向高质量发展的变迁，成为观察中国消费新动向的重要窗口。



“诚”市发现 CITY DISCOVERY

舟山：海上花园城 绘就“信”蓝图

舟山，全国唯一建置在群岛上的地级市，1390 个岛屿如一颗颗璀璨的珍珠镶嵌在东海之滨，犹如一幅全域美丽的海岛画卷。近年来，舟山大力发挥生态城市优势的同时，以信用建设为着力点，积极推出“不停航办证”、告知承诺制等举措，不断提升城市“软实力”。



国际瞭望 INTERNATIONAL OUTLOOK

故意感染假装接种？欧美民众对疫苗信心不足

疫苗，被证明是针对传染病最安全、有效的措施之一，对减少全球感染病例起到不可忽视的作用。然而，在一些欧美国家，购买假疫苗接种证明等“反疫苗”行动却屡禁不止。归根结底，还是因为对疫苗信心不足。

卷首语 FROM EDITOR

前行动力 03

信之声 VOICES OF CREDIT

数字 06
声音 07

政要声音 SENIOR POLITICIANS' VOICE

徐乐江：充分发挥民营企业、工商联、商会作用
加快推进民营企业信用体系建设 08

诚信会客厅 HIGH LEVEL INTERVIEW

依法依规 推动文旅市场信用建设行稳致远 12

政策解读 POLICY INTERPRETATION

以信用信息广泛共享助力中小微企业纾困解难 14
构建新型金融基础设施 破解中小微企业融资难题 16
信用信息共享应用行而不辍 中小微企业融资未来可期 18
推动信用信息共享 夯实普惠金融基石 19
“清单管理”助力信用法治建设行稳致远 20
以法治之力 筑信用之基 全面助推营商环境优化 22
目录清单制是社会信用体系建设迈向良法善治的最新实践 24
完善信用制度和运行机制 推动社会信用体系建设行稳致远 26

信用建设进行时 CREDIT CONSTRUCTING

国家发改委：持续推进企业债券市场信用体系建设 28

特别策划 SPECIAL PLANNING

2021 年度“双十一”网购综合信用评价报告 30

“诚”市发现 CITY DISCOVERY

舟山：海上花园城 绘就“信”蓝图 50
立足新起点 合力打造“信用”舟山 57

信用分级分类监管

CREDIT RATING AND CLASSIFICATION SUPERVISION

物业考核分“五色” 居民幸福有提升 60
环境信用好不好 看看“颜色”就知晓 62

诚信建设万里行 CREDIT CONSTRUCTION PROMOTION

中办国办：统计严重失信企业将受到联合惩戒 64
国家发展改革委
违背市场准入负面清单典型案例纳入信用动态监测 65
民政部：全国性社会组织评估等级纳入社会组织信用体系 66
市场监管总局：以信用监管为基础强化事中事后监管 67

典型案例 TYPICAL CASES

“‘银税互动’产品成了我们融资的首选” 68
“AEO 认证成企业通关‘金字招牌’” 69
“诚信计量示范街区让消费者更放心” 70
“信用凭证成为缩短流程的‘通行证’” 71

创新经验大比拼 EXPERIENCES COMPETITION

信用监管 推动餐饮单位诚信意识不断提高 72
让餐饮业经得起暗访 77

地方动态 LOCAL NEWS

地方信用“连连看” 78

城市信用监测 MONITORING OF CITY CREDIT

全国城市信用状况监测排名 82

红黑榜 HONOR & BLACK LIST

江苏省 2020 年度纳税信用 A 级纳税人名单 85
天津重大税收违法失信案件信息 95
河北省重大税收违法失信案件信息 103

风险提示 RISK WARNING

剧本杀 站在“风口” 还是掉入“陷阱” 105
——防范剧本杀市场乱象风险提示

征信圈 CIRCLE OF CREDIT INVESTIGATION

征信修复却“财信两失” 谁说“黑”征信可“洗白”？ 111

理论研究 THEORY RESEARCH

“十四五”时期经济领域信用风险分析与应对策略 113
社会信用激励机制的价值重塑功能研究 115

诚信故事 HONESTY STORY

一人 一岛 120

国际瞭望 INTERNATIONAL OUTLOOK

故意感染假装接种？欧美民众对疫苗信心不足 122

观点荟萃 ASSEMBLE OF VIEWPOINTS

数字经济信用监管要坚持发展和规范两手抓 125

信用杂谈 CREDIT BY-TALK

“水”评易助长“水”货 126

文苑 LITERARY PALACE

当老实人 开诚信店 127

好文月荐 MONTHLY RECOMMENDATION

128

数字

NUMBERS

5 级

民政部近日印发《全国性社会组织评估管理规定》明确，全国性社会组织评估结果分为 5 个等级，由高至低依次为 5A 级（AAAAA）、4A 级（AAAA）、3A 级（AAA）、2A 级（AA）、1A 级（A），社会组织评估等级有效期为 5 年。全国性社会组织评估等级纳入社会组织信用体系，获得 3A 以上等级的全国性社会组织，在评估等级有效期内，可以按照有关规定，享受相关政策。评估办公室每年抽取一定比例评估等级在有效期内的全国性社会组织，按照《管理规定》评估工作程序有关规定进行跟踪评估。

14 个

文旅部日前公布文化和旅游市场信用经济发展试点地区名单，辽宁省大连市、上海市黄浦区、江苏省镇江市、浙江省宁波市奉化区、山东省威海市荣成市、山东省日照市、湖北省武汉市、广东省广州市、广西桂林市、重庆市铜梁区、重庆市武隆区、四川省乐山市峨眉山市、甘肃省张掖市、青海省海西州等 14 个地区入选。各试点地区要坚持创新思维和系统观念，突出自身优势和地方特色，创新工作内容、工作方式，深入推进试点任务。同时，文旅部将加强指导监督，开展监测评估，鼓励探索创新，研究制定激励政策。

5397 件

2021 年，市场监管总局在全国范围内开展重点领域反不正当竞争执法专项整治，严厉打击医美市场虚假宣传、仿冒混淆等不正当竞争行为，查办了一批医美市场不正当竞争案件，着力规范医美市场竞争秩序，彰显市场监管部门严厉整治医美市场乱象的决心。数据显示，2021 年 1 月~9 月份，全国各级市场监管部门共查办各类不正当竞争案件 5397 件，罚没金额 3.5 亿元。其中，涉及医美领域虚假宣传案件 71 件，罚没金额 355 万元。市场监管总局提醒广大消费者，要科学理性消费，切不可盲目跟风，冲动消费。

1.8 万起

2021 年全国公安机关按照公安部统一部署安排，深入开展“昆仑 2021”专项行动，依法严打侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品犯罪，取得显著战果。截至 2021 年底，破获刑事案件 1.8 万起，受理各级行政执法部门移送涉嫌侵权假冒犯罪案件 4700 余起，较 2020 年同期分别上升 12% 和 24%。同时，严打侵犯著作权犯罪，连续破获盗版《你好，李焕英》《长津湖》等优秀院线电影案件 560 余起。紧盯群众反映集中网上售假问题，集中破获利用网购模式进行欺诈式售假犯罪案件 1300 余起。

901 万

为进一步加大执行力度，推动社会诚信体系建设，最高人民法院先后出台《关于公布失信被执行人名单信息的若干规定》和《关于限制被执行人高消费及有关消费的若干规定》两部司法解释，并联合相关部门，对被执行人在政府采购、招标投标、行政审批、融资信贷、市场准入等方面进行联合信用惩戒；对被采取限制消费的被执行人限乘飞机、高铁，限制住宿星级酒店等措施。截止 2021 年 11 月底，共有 901 万被纳入失信名单的被执行人，自动履行了生效法律文书确定的义务，取得了良好的法律效果和社会效果。

49.45 万亿元

小微企业贷款投放呈现量增、面扩、价降的良好趋势。截至 2021 年 11 月末，全国小微企业贷款余额 49.45 万亿元，其中单户授信 1000 万元及以下普惠型小微企业贷款余额 18.73 万亿元，同比增速 24.13%，比各项贷款增速高 12.79 个百分点。近三年平均增速超过 25%。有贷款余额户数 3320.9 万户，同比增加 773.65 万户。其中，5 家大型银行前 11 个月增速达到 37.24%。2021 年前 11 个月，全国新发放普惠型小微企业贷款利率 5.71%，2018 年一季度以来已累计下降 2.11 个百分点。

VOICE

声音

国家税务总局局长 王军

对各种偷逃税行为一律严惩不贷

打击“假企业”“假出口”“假申报”专项行动，共依法查处涉嫌虚开骗税企业 44 万户，挽回税收损失 909 亿元。我国税务部门加强税收监管的方式已经发生了明显改变，从以往的“主要依靠经验检查或外部举报发现”变为现在的“依托税收大数据精准分类监管”，在切实维护国家税收安全的同时，更好服务国家治理。下一步，除了落实好常态长效打击“三假”工作机制外，对各种偷逃税行为，一律严惩不贷。同时，还将适当提高抽查比例，持续加大典型案件曝光力度，促进提高市场主体的税法遵从度。

国家科技部部长 王志刚

加快科研诚信建设法制化治理步伐

近年来，新时代科学家精神得到高度认同，涌现了一大批优秀科学家典型。我们加快科研诚信和作风学风建设法制化治理步伐，科技评价制度改革深入推进，建立常态化查处通报机制，形成行之有效的调查工作机制，对学术不端“零容忍”。然而，科研作风学风建设永远在路上，必须坚持正面引导与监督约束并重，久久为功。一是持续大力弘扬科学家精神，加强作风学风宣传引导；二是推进“破四唯”“立新标”相结合；三是完善科技伦理治理体制机制；四是持续对科研不端行为保持“零容忍”高压态势。

国家市场监督管理总局副局长 甘霖

加大对互联网领域、进出口环节监管整治

各地、各成员单位要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，聚焦民生需求和社会关切，强化节假日市场重点治理，严密组织打击侵权假冒绩效考核，多措并举打好 2021 年收官之战；要统筹谋划 2022 年重点工作，加大对互联网领域、农村和城乡结合部市场、进出口环节监管整治，强化线上线下一体化执法；要大力推进协作机制建设，强化跨区域跨部门执法联动，以更严格的标准、更加务实的举措，统筹推动打击侵权假冒各项工作取得新进展。

国家发改委副主任兼国家统计局局长、党组书记 宁吉喆

强化统计领域信用建设

更加有效发挥统计执法发现问题、严肃惩治的震慑作用。严肃查处各类统计违纪违法问题，依规依纪依法对责任人追责问责。进一步拓宽统计违纪违法线索获取渠道，建立统计违纪违法责任倒查机制。加大通报曝光力度，通报重大统计违纪违法案件，曝光典型案例，并向各级纪检监察机关移送有关统计数据造假问题线索。强化统计领域信用建设，规范严重失信企业认定标准。全面检查各地区清理和纠正违反统计法律法规的文件和做法情况。

证监会主席 易会满

推动监管关口前移 为资本设置“红绿灯”

2021 年以来，证监会结合监管实践，在严把资本市场“入口”关、防止资本无序扩张方面逐步深化认识，并在推动完善相关制度机制上做了一些积极探索。下一步，证监会将深入学习贯彻中央经济工作会议精神，一方面，促进资本作为生产要素的积极作用更好发挥；继续强化资本市场在促进科技、资本和产业循环方面的重要功能，保护产权和知识产权。另一方面，推动监管关口前移，各负其责，与相关方面共同建立健全有效控制资本消极作用的制度机制，为资本设置“红绿灯”，形成行业监管与证券监管的强大合力。

人民银行副行长 刘桂平

持续打造数字普惠金融发展良好生态

要坚持守正创新，持续打造数字绿色金融、数字普惠金融发展良好生态。一是推动大数据等技术在绿色金融领域的运用，利用数字技术盘活绿色资产，规范发展第三方认证评估机构和市场，推动环境信息披露。二是大力发展农村数字普惠金融，引导不同类型金融机构以市场需求为导向构建竞争有序的普惠金融供给格局。三是加强监管，尤其要加强农村数字普惠金融监管，打击金融诈骗、非法集资、危害数据等不法行为。

（责任编辑 何玲）



充分发挥民营企业、工商联、商会作用 加快推进民营企业信用体系建设

中央统战部副部长，全国工商联党组书记、常务副主席 徐乐江

在全党全国学习贯彻党的十九届六中全会精神、深入开展党史学习教育的重要时期，全国工商联召开民营企业信用体系建设工作会议，目的是深入贯彻落实习近平总书记关于信用建设的重要论述和重要指示批示精神，落实党中央国务院加强社会信用体系建设有关决策部署，总结民营企业、工商联和商会在信用体系建设中的典型做法，研究部署下一步工作，推动提升民营企业信用体

系建设水平。

一、充分认识加强民营企业信用体系建设的重要意义

2019年全国工商联印发《关于加强民营企业信用体系建设的实施意见》（以下简称《实施意见》）以来，各级工商联和所属商会认真落实重点任务，建立健全信用服务载体，指导帮助民营企业加强自身信用建设，取得了阶段性进展。

但民营企业信用体系建设工作尚处于起步阶段，广大民营企业、各级工商联和所属商会有必要充分认识这项工作的重要性和紧迫性，切实把思想和行动统一到中央的决策部署上来。

（一）加强民营企业信用体系建设是贯彻落实习近平总书记关于信用建设重要论述精神的务实之举。习近平总书记多次强调，各类企业都要把守法诚信作为安身立命之本；民营企业要讲正

气、走正道，做到聚精会神办企业、遵纪守法搞经营，在合法合规中提高企业竞争能力；企业家要做诚信守法的表率，带动全社会道德素质和文明程度提升。贯彻落实好习近平总书记重要论述精神，必须以高度的政治责任感引导民营企业和民营企业家长切实践行法治意识、契约精神、守约观念，自觉重信誉、守信用、讲信义，持续提升民营企业信用体系建设水平。

（二）加强民营企业信用体系建设是社会信用体系建设的重要环节。信用是社会主义市场经济发展的基石，在支持民营经济发展中起到了关键作用。民营企业是用信增信的重要主体、征信信息的重要来源、诚信教育的重要对象，是推进政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设的重要参与者和直接受益者。加强民营企业信用体系建设，有利于坚定民营经济发展信心、激发市场主体活力，有利于充分发挥市场在资源配置中的决定性作用、营造公平诚信的市场环境，从而支持和促进社会信用体系建设。

（三）加强民营企业信用体系建设是推动民营经济实现高质量发展的内在要求。高质量发展是“十四五”乃至更长时期我国经济社会发展的主题，民营经济既是实现高质量发展的重点也是难点。信用是衡量民营企业履约能力、资质信誉、竞争实力的关键指标，是民营企业赖以生存和发展的重要资产。信用好的民营企业，才能真正贯彻落实好创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，才能在新发展阶段真正实现高质量发展，才能做优做强、行稳致远。

（四）加强民营企业信用体系建设是各级工商联和商会的职责所系。工商

联和所属商会立足服务的基本职责定位，加强民营企业信用体系建设，有利于适应新阶段民营企业发展需求，引导民营企业企业家进一步守法诚信，坚定不移听党话、跟党走；有利于发挥桥梁纽带作用，加强与社会信用体系建设工作职能部门的沟通联系，整合第三方专业资源，帮助广大民营企业提升信用建设水平；有利于统筹工商联及所属商会工作力量，上下联动、形成合力，逐步打造工商联和商会的服务品牌。

二、充分发挥民营企业的主体作用

（一）广大民营企业要切实增强信用意识和信用管理水平。要自觉增强诚信意识和法治观念。认真学习领会中央和有关方面出台的关于信用建设方面的重要文件和法律法规精神，掌握各类信用知识，真正把信用作为助推企业发展的重要无形资产。企业经营者是信用建设的第一责任人，要主动关注、珍惜爱护、有效积累个人信用和企业信用，切实把守法诚信融入企业文化和经营管理的全过程。要科学管理、合理利用企业信用资源。从各个业务环节入手，规范化、制度化、流程化处理各项业务，实现全流程信用管理。通过系统设计、收集、分析并科学使用各类信用数据和信用资源，充分发挥信用在企业资质提升、商务合作、融资贷款、政府采购、品牌形象等方面的放大效应。要加强民营企业信用人才队伍建设和专业化信用人才培养。有条件的民营企业要科学合理设置信用管理部门和信用管理岗位。

（二）广大民营企业要建立完善信用制度体系。要建立企业信息披露制度。通过国家信用信息平台，及时、准确地

发布企业年度报告及相关信息，主动在“信用中国”网站等渠道整合、共享、应用企业信用信息。要建立信用承诺制度。理性作出公司注册认缴承诺并履行出资责任，对遵纪守法、信息真实性、安全生产、产品质量、服务保证、承担的责任与义务等情况，及时向社会作出信用承诺并接受约束和惩戒。要建立遵守商业道德制度。保护消费者合法权益，维护消费者信息安全，推行明码实价，抵制各种不正当竞争行为，尊重和保护知识产权。要建立守法合规经营制度。不断提高产品和服务质量，在营销宣传、售后服务等方面加强自我监督，自觉履行法定义务。按时足额缴纳税款，依法依规开展招标投标活动，积极配合政府部门监管。要建立预防财务违规制度。依法开展会计核算，合理筹划债务结构和规模，依法承担各种债务，认真履行还款承诺，不以逃、废、骗等手段恶意拖欠债务，加强对应收、应付账款管理，合理适度使用商业承兑汇票，降低企业财务风险。要建立标准自我声明制度。有条件的企业可以制定高于强制性标准的标准，开展标准自我声明公开并承诺执行落实，推动有关产品、技术、质量、服务等标准与国际接轨互认。要建立企业内部信用奖惩制度。完善企业内部诚信考核与评价制度，实施守信奖励、失信惩戒制度，培养员工诚实守信的工作理念，营造守法诚信的氛围。

（三）广大民营企业要更加注重金融信用。要坚持底线思维。遵守商业道德，珍惜商业信誉，依法合规审慎经营。自觉维护企业在资本市场上的信誉，保护投资者权益。要加强企业自身财务约束。科学安排融资结构，使企业的融资规模与发展阶段相匹配、债务水平与偿付能

力相匹配、承担风险与投资收益相匹配。优化债务类型和期限结构，将企业杠杆率保持在合理范围，保持风险总体可控。要借助金融信用为企业拓宽融资渠道。信用状况良好、经营状况良好的大型民营企业，要加强与金融机构的对接合作，通过企业信用融资增信。处于初创成长期、具有真实融资需求的广大中小微企业，要充分用好“信易贷”这一信用融资工具，主动申请、积极争取金融信用支持。

（四）广大民营企业要加快推进信用修复。民营企业是信用修复的主体。要主动纠正违法失信行为、切实消除不良影响。信用修复不是简单的“洗白记录”“退出惩戒”，而是有前提、有程序、有限度的失信整改过程。企业要及时履行相关义务，积极改善自身信用状况，为信用修复创造有利条件。要主动提出信用修复申请并认真履行修复程序。“信用中国”网站及各级人民法院和行政机关对一般失信行为行政处罚信息的信用修复、被列入法院失信被执行人的信用修复、严重失信行为行政处罚信息等三类信用修复有明确的修复要求、修复程序和修复期限，相关民营企业要及时向相关部门提出信用修复申请，作出信用修复承诺。要积极参加信用修复培训。通过“信用中国”网站、各级政府部门以及第三方信用服务机构举办的各类信用修复培训班，学习掌握信用修复知识，及时修复信用以避免造成更大损失。

三、充分发挥商会的积极作用

（一）推进行业自律工作。要加强行业自身建设。各级商会要认真学习贯彻《实施意见》，建立健全行业自律规

范、自律公约和职业道德准则，营造行业诚信建设的良好氛围。要在重点行业信用体系建设上深入推进。食品、药品、住房、家装、教育等涉及民生领域的重点行业、重点领域的信用体系建设要加快推进，通过开展诚信经营倡议、企业信用承诺发布、自我声明公开等方式，引导会员企业守法诚信经营。要加强信用体系建设情况调研。注重发掘和宣传诚信经营先进典型，及时了解商会和会员企业信用体系建设情况、存在的问题和意见建议。

（二）推动会员企业加快信用体系建设。要加强对会员企业的指导和监督。推动会员企业建立信息披露、信用承诺、遵守商业道德、守法合规经营、预防财务造假、标准自我声明和企业内部奖惩制度等 7 项信用制度，逐步形成完整的企业信用制度体系。要建立会员评价体系。研究制定会员企业信用评价指标体系、评价办法，常态化开展会员企业信用考核与评价，发挥信用评价的正向引导作用。要开展信用专业知识培训。与社会信用体系建设主管部门、信用建设领域专家、专业化第三方机构建立常态化联系，制定培训计划，定期组织会员企业负责人及秘书处相关工作人员开展培训，增强信用管理能力。

（三）建立信用档案推进信用修复。要建立会员企业信用档案制度。将企业信用核查作为入会审核的先决条件。对企业日常信用信息进行采集、整理、加工、保存，形成信用记录，建立信用档案。要拓宽信用信息使用渠道。充分发挥商会贴近企业的独特优势，及时掌握和记录会员企业在日常生产经营中产生的信用信息，争取将商会形成的企业信用信

息记录纳入“信用中国”以及其他公共信息平台。要督促和协助会员企业开展信用修复。定期查询“信用中国”网站信用信息公示，认真核对各级工商联“黑名单”比对结果，动态了解本商会会员企业和企业主要负责人被纳入失信被执行人情况，并督促企业整改和开展信用修复。

四、充分发挥工商联的引导教育作用

（一）切实增强引导服务民营企业信用体系建设工作能力和水平。要强化理论学习。切实提高对推动民营企业信用体系建设工作极端重要性的认识。要抓好组织实施。各级工商联要结合实际，形成主要负责同志负总责、分管负责同志具体抓、相关处室协同配合的民营企业信用体系建设工作机制。要将信用体系建设工作列入年度重点工作，制定具体工作方案，定期开展督查考核。要加强调查研究。全国工商联将每年对中小微企业和大型企业分别开展问卷调查，形成民营企业信用体系建设情况专题分析报告。各省级工商联要摸清本省民营企业信用体系建设情况的底数，深入调研并形成报告。要建立信用信息数据库。建立完善各级工商联执委、所属商会会长副会长企业信用信息数据库，逐步形成上下级工商联联通、覆盖全国的民营企业信用信息数据库。

（二）切实引导教育民营企业增强信用意识。要继续深入推进民营经济人士理想信念教育。充分利用德胜门大讲堂、工商联大讲堂和各类大型会议活动宣贯信用理念和知识，引导民营企业家筑牢依法合规经营底线，自觉做诚信守

法的表率。要加强民营企业信用体系建设培训。各级工商联要抓紧建立常态化信用体系建设培训机制，制定未来五年的培训计划。要注重培树一批信用建设典型。从民营企业、工商联和商会三个维度，着重挖掘、培树一批信用建设优秀典型案例。加大宣传力度，营造良好的舆论氛围。要分类施策做好民营企业信用工作。高度关注中小微企业信用体系建设工作，加强政策宣讲和培训，创新工作载体和服务手段，整合第三方专业资源，引导广大中小微企业珍视信用、用好信用、防范信用风险。对处在产业链核心地位、有代表性和影响力的大型企业，要做好信用风险的监测和预警，及时处置应对。

（三）切实坚持守信激励失信惩戒

的信用服务导向。要建立“黑名单”比对和通报制度。全国工商联将定期对全国工商联执委企业、各直属商会会长和副会长企业开展“黑名单”比对，并将结果进行通报。地方各级工商联也要建立相应制度。要坚持激励和惩戒并重。对信用良好的民营企业和民营企业家在政治安排、评选表彰等推荐上予以倾斜，对存在严重失信行为、被列入“黑名单”的企业在推荐上实行“一票否决”。要重视执委企业信用修复。及时调研了解失信原因，加强与有关部门和第三方专业机构的合作，按照程序有针对性地指导执委企业开展信用修复。要充分发挥信用价值。会同有关部门向民营企业宣介“信易贷”相关产品，加强与工商银行、建设银行、交通银行等金融机构的对接，

组织融资增信相关培训，帮助更多民营企业获得信贷支持。

（四）切实形成民营企业信用体系建设的工作合力。要加强与社会信用体系建设联席会议牵头单位的合作。逐步建立常态化的工作协调机制和信息共享机制。要形成工作合力。各级工商联相关部门之间要加强信息共享，建立工作会商机制，协同配合形成合力，切实提升工作水平。要发挥专业机构的作用。各级工商联要在信用信息采集、“黑名单”比对、信用修复等方面加强与专业机构合作，利用市场化、专业化力量加快推进民营企业信用体系建设。

（根据作者 2021 年 12 月 2 日在全国工商联民营企业信用体系建设工作会议上的讲话节选）



图为 2021 年 12 月 2 日，全国工商联民营企业信用体系建设工作会议现场 （图片由全国工商联提供）

（责任编辑 何 玲）

依法依规 推动文旅市场信用建设行稳致远

——访文化和旅游部市场管理司相关负责人

◎文 / 本刊记者 何玲

《文化和旅游市场信用管理规定》于2022年1月1日正式实施，标志着文化和旅游市场信用管理迈入法治化、规范化新阶段。

步入实施阶段，《文化和旅游市场信用管理规定》将如何落地落实？下一步，对于加快推动文化和旅游市场信用体系建设还有何考虑？记者就此采访了文化和旅游部市场管理司相关负责人。

多措并举综合施策 持续提升监管效能

问：2022年1月，《文化和旅游市场信用管理规定》正式实施，请问文化和旅游部将如何推动该项规定的落地实施？

答：《文化和旅游市场信用管理规定》（以下简称《规定》）于2022年1月1日施行，标志着文化和旅游市场信用管理迈入法治化、规范化新阶段。出台《规定》是贯彻落实党中央、国务院关于健全社会信用体系、加快构建以信用为基础的新型监管机制决策部署的重要举措，是加强文化和旅游市场信用管理的必然要求，将进一步发挥信用在支撑“放管服”改革、推进政府职能转变方面的积极作用，为推动文化和旅游市场高质量发展提供有力的支撑保障。为推动《规定》落地见效，我们加强统筹协调，坚持系统推进，重点开展了以下几方面工作：

一是加强宣传解读。为了让监管主体、市场主体和消费主体等有关群体，及时了解、掌握《规定》的要求，形成良好的诚信氛围，我们采取了1（新闻通稿）+1（答记者问）+N（专家解读）的方式，从不同角度就社会和行业关注的热点问题进行了综合宣传。我们采用答记者问的形式，对《规定》出台的目的和依据、文化和旅游市场信用管理的基本原则、《规定》适用范围、严重失信的认定标准和管理措施等重点问题进行了说明。组织中共中央党校（国家行政学院）、中国人民大学、中国社会科学院、北京第二外国语学院、中国传媒大学等7所高校的专家学者，分别从促进文化和旅游市场信用经济发展、提升文旅市场信用管理法治化水平、解决文化市场突出的诚信缺失问题、提升文旅行业信用监管效能等角度作了解读，引导行业 and 公众深入理解《规定》的核心要义。加强对地方的指导，采用视频授课方式为北京、山东等地的文化和旅游行政部门工作人员讲解《规定》内容及操作流程，为《规定》的落实夯实基础。

二是出台配套制度。为保障《规定》落实，我们印发了《文化和旅游部办公厅关于发布〈文化和旅游市场信用管理规定〉有关文书格式的通知》，发布了《失信主体认定告知书》《失信主体认定决定书》《信用修复申请书》等六类文书格式，

为落实《规定》夯实制度基础。我们印发了《〈规定〉重点问题释义（第一版）》，从“基本认识”“失信主体认定与管理”“法规政策协同与衔接”“配套制度与技术保障”等四方面对15个重点问题进行释义，让信用管理工作人员理解到位、操作规范，保障依法落实，提升信用管理水平。

三是启用管理系统。信用管理系统是落实《规定》的重要载体，我们坚持《规定》制定与系统建设同步考虑、同步推进、同步实施，在原有文化市场黑名单管理系统和旅游市场信用管理系统的基础上进行了改造升级，建成了全国文化和旅游市场信用管理系统，印发了《文化和旅游部市场管理司关于启用全国文化和旅游市场信用管理系统的通知》，发布了《操作手册》，于2022年1月1日正式启用信用管理系统。该系统设置了失信主认定、管理措施、信用信息记录等多个模块，并实施权限管理，为各地依法规范使用信用管理系统、提升管理效能提供了保障。

下一步，我们将进一步完善《规定》配套制度，采取“1（部门规章）+N（规范性文件）”的模式研究制定信用修复、信用承诺、信用评价等相关制度，持续提升信用管理效能。

以信用经济试点为抓手 探索信用品牌培育机制

问：近期，《文化和旅游部办公

厅关于开展文化和旅游市场信用经济发展试点工作的通知》提出促进信用消费。请问目前各地方在探索文化和旅游领域信用消费方面有哪些好的做法？文化和旅游部将如何培育信用品牌？

答：市场经济是信用经济，信用是市场高效运行的前提与基础，是市场健康发展的支撑与保障。为进一步发挥信用在市场经济发展中的价值与作用，有效释放文化和旅游消费潜力，推动文化和旅游市场信用体系建设，2021年8月，我们印发了《文化和旅游部办公厅关于开展文化和旅游市场信用经济发展试点工作的通知》（以下简称《通知》），组织开展了文化和旅游市场信用经济发展试点工作，聚焦“提升信用监管效能”“探索信用交易模式”“拓展信用应用范围”等3方面7项具体任务，着力形成一批制度性成果，为《规定》的实施奠定实践基础、理论基础和制度基础，为推动行业加快恢复和高质量发展提供支撑保障。其中，在探索信用交易模式方面，提出“促进信用消费”“培育信用品牌”两项任务。

促进信用消费方面，全国已有多地推出“信用（易）游”“信用（易）住”“信用（易）吃”等消费模式，串联与旅游相关的“吃、住、行、游、购、娱”等要素商家，将信用评价环节嵌入旅游消费环节，为信用良好的游客提供“先用后付”“先游后付”、减免押金等便捷消费服务。山东日照成立“先游后付”诚信联盟，开发“一机游日照”平台，搭建国有平台与诚信旅行社、酒店、景区、民宿等的诚信联合体，文化和旅游领域放心消费全域创新活动有序开展。重庆武隆加强“信用旅游”建设，上线运行信用旅游系统，针对7类信用较好的人群实行部分景区免门票，部分酒店打折、优先办理入住等优惠措施，

逐步实现“旅游商品经营主体信用透明，诚实信用公平交易，商务环境和谐文明”。四川在2021年中秋节假日期间推出“多彩金秋·安逸四川”主题活动，将“信用游”作为省内旅游服务的重点模式进行全面推广和应用。

培育信用品牌方面，我们以信用经济试点工作为抓手，通过信用品牌培育先行先试积累相关经验，为下一步信用品牌制度化建设打好实践基础。本次信用经济试点，我们遴选并公布了14个文化和旅游市场信用经济发展试点地区。其中，辽宁省大连市、上海市黄浦区 and 广东省广州市等3个试点地区承担了培育信用品牌的试点任务。我们将对上述三地加强指导监督、监测评估以及创新激励，有关省级文化和旅游行政部门要委派专人负责，为试点地区开展工作提供便利；试点地区要鼓励和支持企业在文化和旅游消费领域打造一批品牌化、明星级的信用应用产品与服务，推动形成信用品牌培育机制，打造地方信用品牌。

实施效果跟踪与评估 形成协同高效良好局面

问：下一步，对于加快推动文化和旅游市场信用体系建设还有何考虑？

答：文化和旅游市场信用体系是社会信用体系的重要组成部分，已列入《“十四五”文化和旅游发展规划》《“十四五”文化和旅游市场发展规划》，是“十四五”期间文化和旅游部门需要加快推进的一项系统性工程。我们坚持系统观念 and 创新发展，推动文化和旅游市场信用体系在法治化、规范化轨道上行稳致远。一是对标最新要求，做好政策衔接。2021年，国务院办公厅印发了《加强信用信息共享应用 促进中小微企业融资实施方案》，要求“进一步发挥信用信息对

中小微企业融资的支持作用”；国务院常务会议要求依法依规推进企业信用风险分类管理；国家发展改革委、人民银行印发了《全国公共信用信息基础目录（2021年版）》和《全国失信惩戒措施基础清单（2021年版）》，进一步明确公共信用信息纳入范围，规范了失信惩戒措施，对保护信用主体合法权益进行了制度化安排。我们将对标最新要求，全面梳理相关事项，结合《规定》落实，进一步完善文化和旅游市场信用管理制度，推动相关政策有机衔接、有效实施。

二是坚持依法行政，落实《规定》要求。我们将贯彻落实《法治政府建设实施纲要（2021-2025年）》关于“健全以信用监管为基础的新型监管机制”等有关要求，把《规定》的落实作为当前 and 今后一个时期文化和旅游市场信用体系建设的重要任务抓实抓好。我们将持续做好《规定》内容解读宣传工作，严格失信主体认定，依法依规实施管理措施，遵照合法、关联、比例原则，完善失信联合惩戒对象认定机制，加强对《规定》相关制度实施效果的跟踪与评估，强化政策协同，加强行业诚信文化建设，营造良好社会氛围，推动形成协同高效的良好局面。

三是坚持创新发展，提升监管效能。我们将开展文化和旅游企业信用评价，对企业实施信用分级分类监管，推动实现精准化和差异化监管。我们将持续抓好文化和旅游市场信用经济试点工作，进一步拓展信用应用场景，总结提炼各地的好经验、好做法，形成典型案例，加强示范引领，推进制度化建设。我们将充分发挥“互联网+”、大数据对信用监管的支撑作用，持续优化全国文化和旅游市场信用管理系统，加强推广应用，完善市场主体信用信息记录，不断提升文化和旅游市场信用监管效能。

（责任编辑 何玲）

编者按: 2021 年 12 月 29 日, 国务院办公厅印发《加强信用信息共享应用促进中小微企业融资实施方案》, 发展提供了指引。围绕读者关心的问题, 政策解读栏目特刊发答记者问、专家解读等稿件, 其中专家解读稿件共 7 篇, 本期刊发 3 篇, 以飨读者。

以信用信息广泛共享助力中小微企业纾困解难

国务院办公厅印发《加强信用信息共享应用促进中小微企业融资实施方案》, 旨在进一步发挥信用信息对中小微企业融资的支持作用, 推动建立缓解中小微企业融资难融资贵问题的长效机制

◎文 / 本刊记者 刘梦雨

中小微企业是稳增长、促就业、保民生的重要力量。为进一步发挥信用信息对中小微企业融资的支持作用, 推动建立缓解中小微企业融资难融资贵问题的长效机制, 近日, 国务院办公厅印发《加强信用信息共享应用促进中小微企业融资实施方案》(以下简称《实施方案》)。

针对社会各界广泛关注的信用信息共享水平如何提升, 全国一体化融资信用服务平台网络如何建立, 强化信用信息共享的同时如何保障信息安全与个人隐私保护等问题, 国家发展改革委党组成员、秘书长赵辰昕, 财政金融和信用建设司司长陈洪宛, 中国银保监会普惠金融部负责人毛红军, 国家公共信用信息中心主任周民在近期的国务院政策例行吹风会上予以解读。

扩范围 提质量 降成本 推动信用信息共享满足融资需要

数据显示, 截至 2021 年 11 月末, 全国银行业金融机构发放普惠型小微企业贷款约 18.73 万亿元, 同比增长 24.1%。

据初步统计, 通过各级融资信用服务平台累计发放贷款超过 7 万亿元。“信易贷”模式对支持中小微企业融资发挥了重要作用。

“按照党中央、国务院部署要求, 国家发展改革委会同银保监会等有关部门研究制定了《实施方案》, 这也是近期国务院出台的一系列‘保市场主体、应对新的经济下行压力’政策措施之一。”赵辰昕表示, 《实施方案》坚持以支持银行等金融机构提升服务中小微企业能力为出发点, 多种方式归集各类涉企信用信息, 不断提高中小微企业贷款覆盖率、可得性和便利度, 助力中小微企业纾困发展。

近年来, 我国信用信息共享工作实现了重大突破, 但信用信息共享水平还难以满足市场主体融资需要的现状不容忽视, 一些与企业生产经营密切相关的信用信息没有实现共享, 获取中小微企业信用信息的便利性还有待提高。

对此, 陈洪宛表示: “《实施方案》针对这些堵点和痛点, 通过信用信息共享应用, 推动缓解中小微企业缺乏有效

抵押资产、银企信息不对称的问题, 助力中小微企业纾困解难, 既要增加中小微企业贷款的可获得性, 也要降低金融机构不良贷款的风险。”

具体包括三个方面, 一是扩大信用信息共享范围。将中小微企业融资业务最急需的纳税、社会保险费和住房公积金缴纳、进出口、水电气费等缴纳情况、不动产、知识产权、科技研发等共计 14 大类、37 项信息纳入共享范围, 畅通信息共享渠道。

二是提升信用信息共享质量。《实施方案》明确了信用信息共享清单, 对 37 项信息逐一明确了共享信息的内容、方式、责任单位和完成时间, 更具可操作性。不仅注重共享数据规模, 而且注重共享数据质量, 实现标准化、规范化、机制化的高水平信息共享。

三是降低信用信息获取成本。《实施方案》明确, 各级融资信用服务平台要按照公益性原则, 向接入机构提供基础性信息服务, 并鼓励有条件的平台根据接入机构需求, 按照区域、行业等维度批量推送相关信息, 推动信用信息安

全集约高效应用。

据毛红军介绍, 银保监会非常重视发挥信用信息在促进小微企业融资方面的作用, 把推动信用信息共享作为完善普惠金融基础设施的重点, 把指导银行运用信用信息作为健全“敢贷、愿贷、能贷、会贷”长效机制的重要内容。

银保监会大力推动信用信息共享, 完善银行的外部政策环境, 促进银行更好地为小微企业服务。同时, 指导银行机构积极参与信用信息共享机制, 依法合规用好信息资源, 提升对小微企业服务能力。将银行参与信用信息共享的情况纳入小微企业金融服务监管评价体系, 鼓励银行将企业信用信息与机构内部的金融数据有机结合, 并指导银行防控数据风险, 依法合规查询和使用信用信息, 严防数据对外泄露和滥用。

整合资源 提高效率 构建全国一体化平台网站

记者从会上获悉, 截至目前, 全国融资信用服务平台已经与 103 个地方实现了互联互通, 覆盖了 273 个地方的站点, 入驻的金融机构超过 2000 家, 企业超过 1380 万家。

“《实施方案》提出, 构建全国一体化融资信用服务平台网络。如何理解‘一体化’? 在政策设计上有什么考虑?” 针对《中国信用》杂志记者的提问, 周民表示: “构建‘全国一体化融资信用服务平台网络’, 并不是要推倒重来、搞重复建设, 而是充分整合利用现有资源, 提高运作效率。”

“全国一体化融资信用服务平台网络”的建设路径主要涉及数据共享、融资服务、监测预警、标准规范等四个方面——数据共享一体化。依托一体化平台网络, 打通政府部门与公共事业单位等数

据源单位与金融机构间的数据共享通道, 在规范授权的前提下, 以接口调用、数据核验以及联合建模等方式, 实现数据便捷、高效、安全共享, 降低金融机构多头对接数据的时间、人力、技术、资金成本。

融资服务一体化。一体化平台网络依托“信用中国”网站, 开设中小微企业融资页面入口, 以其权威性和公益性优势, 为地方平台和金融机构引流, 地方平台汇聚银行、保险、担保、信用服务等各类机构, 提供多样化的融资产品与信用增值服务。

监测预警一体化。依托一体化平台网络, 开展中小微企业信用评价, 监测企业信用状况变化, 相关评价结果不仅提供金融机构作为预警参考, 也为全国宏观经济运行监测、中小微企业生产经营提供决策参考。

标准规范一体化。从规范管理上, 依据国家相关法律法规和政策要求, 制定接入管理、数据、接口、授权等一系列管理和技术规范, 形成一体化规范管理机制。

源头保护 分类管理 保障信息主体合法权益

信息安全与个人隐私保护历来是公众关切的话题, 《实施方案》设立专章强化保障信息主体合法权益, 对规范信息管理使用、加强信息安全保障提出了明确要求, 并对主体授权和技术支撑等作出了详细规定。

据介绍, 《实施方案》在起草过程中, 与《民法典》《数据安全法》《个人信息保护法》等法律法规进行了充分衔接, 并广泛听取了有关专家学者和金融机构、中小微企业的意见建议。在源头保护方面, 根据《数据安全法》中关于政务数据安全与开放的有关要求, 《实施方案》明确, 由各数据提供单位按照相关法律法规和党中央、国务院政策文件的要求,

确定相关信息共享公开属性和范围, 从源头上落实信息安全保护责任。

在数据用途方面, 《实施方案》要求对接入机构进行信息安全评估, 只向符合条件的机构开放使用; 要求接入机构获取的信息只能用于中小微企业的融资, 并将严肃查处非法获取、传播、泄露、出售信息等违法违规的行为。

在分类管理方面, 根据《民法典》《数据安全法》《个人信息保护法》等法律法规中关于保护商业秘密、个人隐私等的要求, 《实施方案》明确, 要建立信息分级分类管理和使用制度。对依法已经公开的信息, 可以批量推送给接入的金融机构使用; 对不宜公开的信息, 必须经信息主体授权后, 进行查询或核验; 或者在条件具备的情况下, 通过联合建模等方式进行技术处理后使用, 实现数据“可用不可见”, 严格保护商业秘密和个人隐私。

在技术保障和制度规范方面, 《实施方案》要求, 各级融资信用服务平台应当建立完备的信息安全管理制度, 强化信息安全技术保障。相关运营和建设单位及有关工作人员须严格遵守法律法规制度规定, 严格保守在工作履职过程中知悉的商业秘密和个人隐私。一经发现这方面的问题, 将依法依规严肃查处, 坚决追究相关单位和人员的责任。

下一步, 国家发展改革委、工业和信息化部、人民银行和银保监会将会同有关部门按照中央经济工作会议部署和国务院常务会议要求, 建立健全信用信息共享应用促进中小微企业融资工作协调机制, 引导金融资源向中小微企业、个体工商户等倾斜, 进一步激发市场主体活力, 为继续扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务, 加快构建新发展格局、推动高质量发展提供有力支撑。

构建新型金融基础设施 破解中小微企业融资难题

◎文 / 锁凌燕

近期，国务院办公厅印发《加强信用信息共享应用促进中小微企业融资实施方案》（以下简称《实施方案》），要求各地区各部门认真组织实施。《实施方案》提出构建全国一体化融资信用服务平台网络，这不仅是我国社会信用体系建设的一项重大进展，也是构建新型金融基础设施、完善融资支持体系的重要一步，对于运用市场化办法化解中小微企业融资难、融资贵问题具有重要意义且深远的意义。

打破数据孤岛 助力中小微企业融资扩面降价

《实施方案》的重要意义，首先在于通过构建数据共享机制，破解中小微企业融资中普遍存在的信息难题。中小微企业融资难、融资贵是世界性的难题，一方面是因为中小微企业资产规模小，经济实力相对较弱，融资担保增信的可行性偏低，对外部环境风险的抵御能力有限，风险溢价相应也就更高；另一方面则是因为中小微企业融资中的信息不对称、信息不完备等问题更为突出。由于存续时间短、经营方式更为灵活等各种原因，中小微企业融资需求呈现出规

模小、频度高、时间急等特点，但其能够提供的结构化财务信息在时间长度、指标广度和内容效度等方面都相对有限，借助传统风险管理手段难以准确评价和监测小微企业的信用风险水平、发展前景以及资金使用效益，致使逆选择和道德风险高企，进一步推高融资成本。

在新技术不断进步的背景下，破解信息难题具备了技术基础。一方面，伴随数字经济发展，信息呈现爆炸性增长趋势，数据资源的质量和类型极大丰富，互联网产生的搜索数据、社交媒体数据、交易支付记录等来源广泛、实时性高的新型数据迅速涌现，大大扩充了中小微企业融资定价的数据基础，增加了不同视角的信息，也弥补了传统经济指标、财务数据的滞后性缺陷。另一方面，大数据处理、数据挖掘、文本分析等技术的发展，也催生了创新风险管理模型的发展，我们有条件综合各类异质大数据，对中小微企业的经营风险和信用风险进行更有时效性、更高准确性的度量和评估，从而有可能降低融资成本、提高中小微企业贷款可得性。而以大数据技术为基础的创新发展面临的重要瓶颈在于信息孤岛效应，由于体制机制原因，导致行业和区域上的条块分割，也造成数据

之间的割裂，无法产生数据的深度价值。

《实施方案》要构建的全国一体化融资信用服务平台网络，将逐步把纳税、社会保险费和住房公积金缴纳、进出口、水电煤气、不动产、知识产权、科技研发等信息纳入共享范围。这些信息具有很高的权威性和准确性，本身就是非常高质量的大数据资源，而且特别适合作为与其他外部大数据资源相关联的“锚点”。《实施方案》还进一步指出，鼓励企业通过自愿填报 + 信用承诺等方式补充自身信息，鼓励接入机构根据自身业务特点和市场定位结合内外部信息资源实现对中小微企业的精准画像，鼓励接入机构依法依规将相关信息向融资信用服务平台和有关部门开放共享。这为开发和使用创新型风险管理模型与技术提供了坚实的、高质量的数据基础，非常有利于改善中小微企业融资中长期存在的信息不对称、信息不完备局面，进而助力中小微企业融资扩面降价。

构建信息平台 动态监测防范化解金融风险

《实施方案》的重要意义，还在于为动态监测并防范化解中小微企业融资

风险搭建了坚实的信息平台。中小微企业融资难、融资贵，还有一个方面的重要原因是，中小微企业的自有资本和商誉价值不高，破产成本较低，拖欠、甚至逃废债的成本相对也较低，更易滋生道德风险，继而导致金融机构“惜贷”。在信息分散的条件下，我们对企业风险的了解多基于对报送信息或现场监测收集信息的统计和分析，难以系统性地了解掌握整个投融资业务链条的总量、结构及动态变化，难以全面地掌握融资主体的资产资金情况，这会进一步加剧道德风险。

而跨部门、跨领域的共享信息平台有助于切实防范道德风险。一方面，信息共享平台可以以更有时效性的方式把涉及中小微企业的多渠道、多来源、多种类的信息汇聚在一起，进行关联挖掘分析，金融机构有可能以更精细、更“智慧”、更动态的方式提升风险监测的实时性、系统性和有效性，显著缓解信息不对称问题。另一方面，伴随涉企信用信息平台的日益完善，也将有条件建立健全失信联合评价与惩戒机制，提升其违约违规成本，遏制其行为不端动机，切实防范道德风险。

更进一步地，共享信息平台的建设完善也有助于风险“减量”。归集共享各部门涉企信用信息，本身就是加强部门协调合作的重要机制。政府各部门和各类金融机构可以在信息共享的基础上，形成数据汇集和数据更新的工作机制，将不同来源的数据进行清洗、整合、关联、集成，形成风险数据库。在此基础上，各部门可以进一步借助大数据技术、结合外部舆情信息等非结构化数据，加强风险隐患排查，形成协同联动工作格局，健全风险预防、发现、预警、

处置机制，牢牢守住不发生系统性风险的底线。此外，形成企业风险数据库后，也有条件进一步开发、校验中小微企业信用风险评估与预测模型，为客观评判、综合防范金融风险奠定方法论基础。

汇聚数据要素 助力金融科技创新发展

《实施方案》推进全国一体化融资信用服务平台网络建设、完善数据共享机制，也有望进一步推动金融科技创新发展，推动数据要素的多向赋能，从而在创新优化融资模式、提升对中小微企业金融服务质量等方面发挥更大的作用。金融业是典型的数据密集型行业，其经营的技术水平和绩效在很大程度上依赖于数据的数量、质量和分析技术。金融科技的迅速发展，赋能行业客户画像、风险评估、经营流程等各个经营环节，正在深刻地改变金融业态、推动业务模式创新。一体化融资信用服务平台网络的建设，一方面意味着金融业的数据可得性会得到极大提升，经营和交易都将更加便利，另一方面也会助力金融行业和科技行业形成联系更加

紧密的共同体，推动金融机构与科技公司竞合发展，充分利用各方优势，为破解中小微企业融资难题提供市场化的、创新型的解决方案。

国家“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要中提出：“迎接数字时代，激活数据要素潜能，推进网络强国建设，加快建设数字经济、数字社会、数字政府，以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式变革。”在数字时代，数据成为关键的生产要素，其功能将从发展的“工具”“助手”，开始向“基石”“引领”的方向进行转变，而数据作为一种生产要素，只有在流通、应用中才能创造最大的价值。可以说，数据的流通和共享是决定数字经济发展的关键因素，对于建设数字强国具有重要的战略意义。《实施方案》依法依规推进数据资源开放共享，不仅会为破解中小微企业融资难题创造良好的基础设施和发展环境，也将为金融科技创新发展提供坚强的支持和保障。

（作者简介：锁凌燕，北京大学经济学院副院长、风险管理与保险学系教授）



信用信息共享应用行而不辍 中小微企业融资未来可期

◎文 / 葛春尧

中小微企业在我国国民经济中占据重要地位，是社会财富的主要创造者之一，是我国吸纳就业的主渠道，中小微企业健康稳定发展是发展经济、扩大就业的有力引擎。当前形势下，进一步提升信用信息共享对中小微企业融资的支持作用，推动缓解中小微企业融资难融资贵问题的重要性日益凸显。近日，国务院办公厅印发的《加强信用信息共享应用促进中小微企业融资实施方案》（以下简称《实施方案》）坚持需求导向，聚焦破解中小微企业融资信息不对称的难题，创新信用信息共享协同机制，致力于提升中小微企业贷款覆盖率、可得性和便利度。

搭建共享网络 走出信用信息共享新路径

当前，中小微企业经营信息不透明，银企之间存在突出的信息不对称问题。银行受困于缺乏有效渠道收集中小微企业的信用信息，无法有效提升信用贷款的支持力度。对此，《实施方案》提出，依托已建成的全国中小企业融资综合信用服务平台，横向联通国家企业信用信息公示系统和有关行业领域信息系统，纵向对接地方各级融资信用服务平台，构建全国一体化融资信用服务平台网络，打造企业信用信息共享新路径。这些举措，打通了全国信用信息共享交换的统一渠道，畅通银企信息流动，大大促进了金融机构提升服务中小微企业的能力。

拓宽共享范围 实现信用信息共享新突破

共享应用中中小微企业信用信息是一项庞杂繁复的工程，需要统筹规划、统一部署，要在充分调查研究的基础上，逐渐推进涉企信用信息全面深入的共享应用。《实施方案》打破“数据壁垒”和“信息孤岛”，进一步提升市场主体注册登记、行政许可、司法判决及执行、荣誉表彰、政策支持等公用信用信息的准确性、完整性和及时性。《实施方案》还提出逐步将纳税、社会保险费和住房公积金缴纳、进出口、水电气、不动产、知识产权、科技研发等信息纳入共享范围。这将切实扩大信用信息在小微企业客户画像、智能风控等方面的应用，提升普惠金融服务中小微企业质效。

优化共享方式 形成信用信息共享新格局

推动金融机构获取信用信息全面评价中小微企业，提升中小微企业贷款可获得性，需在扩大数据共享范围的基础上，优化信用信息共享方式，提升金融机构信用信息获取便利性。《实施方案》提出，要立足实际，灵活采取物理归集、系统接口调用、数据核验等多种方式共享相关信息。从主要举措看，相关责任要求明确，针对不同类型的信息设定针对性的共享标准和对接要求，对信用信息共享发展起到了重要的保障和支撑作用。在优化服务方面，《实施方案》聚焦全方面多维度的信用信息数

据服务，在抓好信用信息服务落地落实的同时，提出要加强信息安全管理 and 主体权益保护，保证依法合规管理使用有关信息。

强化组织协同 构建信用信息共享新机制

要实现充分利用信用信息共享促进中小微企业融资，需要转变单线发展思路，搭建多方合作机制，整合各层级、各部门的资源，以中小微企业的全面评价为视角，用协同配合的方式打通信用信息共享服务的诸多堵点。《实施方案》中构建了完整的政策保障体系，对各项工作进行对应分解，建立各层级、各部门的协同工作机制，强化大局观念，加强协同配合，形成政策合力，放大政策效应。设立工作专班对落实情况进行通报跟踪，切实为加强信用信息共享和促进中小微企业融资提供了有力支撑。

当前，数字经济持续发展，社会信用体系不断完善，信贷支持中小微企业呈现出多场景突破发展的态势。《实施方案》的出台是贯彻落实党中央、国务院关于着力缓解中小微企业、“三农”等普惠领域融资难、融资贵指示精神的具体举措，将显著提升金融机构评价中小微企业的能力，提升市场主题活力；并将逐渐形成数字赋能、精准对标、提质增效的普惠金融强大合力，切实推动金融支持中小微企业、支持实体经济行则将至，做则必成。

【作者简介：葛春尧，中国银行普惠金融事业部（乡村振兴金融部）总经理】

推动信用信息共享 夯实普惠金融基石

◎文 / 李亚

近日，国务院办公厅印发《加强信用信息共享应用促进中小微企业融资实施方案》（以下简称《实施方案》），旨在充分发挥信用体系建设对普惠金融的支持作用，建立缓解中小微企业融资难融资贵问题的长效机制，助力普惠金融发展再上新台阶。

近年来金融机构利用大数据风控技术，在普惠金融领域探索推进客户准入、授信审批、贷后管理等信贷流程的数字化、线上化、自动化，在一定程度上缓解了中小微企业信贷业务风控效果与风控成本难以平衡的问题，大幅提升了了对中小微企业的融资服务能力和服务质量，有效促进了金融服务实体经济。但在实际操作中，仍面临一系列的问题，主要表现为以下方面：

一是信用信息采集难。中小微企业的信息较为零散，散落在不同的主管部门或信息系统，金融机构逐个对接沟通成本高，实施难度大。

二是信用信息应用难。中小微企业信息标准化程度较低，各数据源的存储、管理、输出标准不一，在数据质量、更新频率、共享方式、授权机制等方面存在较大差异，导致金融机构的数据引入、数据清洗工作量大。同时，反映中小微企业真实经营状况的数据维度不够、可用性不强，应用难度较大。

三是信用信息合规风险高。金融机构的自有数据往往难以满足风控的需要，尤其是拓展新客户时，对外部数据的依赖程度较高。随着《个人信息保护法》以及“断直连”等一系列法律法规政策的出台，

合规性风险是金融机构在获取外部数据过程中面临的重大风险。如何确保从外部机构所获数据的合法性，数据是否经过“充分授权”，是否存在过度收集行为，这些都直接影响了信用信息作用的发挥。

《实施方案》的印发，可以有效推动解决金融机构开展中小微企业融资业务中的痛点难点，从体制机制层面绘制了我国信用信息共享的路线图，在保障信息主体合法权益的前提下，确定了信用信息的共享范围、共享方式，提出优化信息服务，完善小微企业信用评价体系，从而支持创新优化融资模式，加强对中小微企业的金融服务。

“原则 + 框架” 吹响信用信息共享的集结号

“需求导向，充分共享，创新应用，防控风险，多方参与，协同联动，依法依规，保护权益”的 32 字基本原则，立足市场需求，寻找破局之法，体现出政府破解中小微企业融资难题、加大对中小微企业金融支持力度的决心。《实施方案》就构建全国一体化融资信用服务平台网络，搭建各层级各领域信用信息共享的框架做出了总体规划，将促使沉淀在各方的数据实现流动交换，有效提升信用信息共享及应用能力。

“范围 + 方式” 构筑金融机构风险的防护网

《实施方案》明确了各类信用信息的共享内容、共享方式、完成时间等，为推进信用信息共享确定了时间表、路线图，具有

较强的指导性和操作性，同时对于金融机构筑牢信用风险、合规风险两张“防护网”也具有重要意义。《实施方案》明确，纳入共享的信用信息包括与企业经营活动密切相关的纳税、社保、住房公积金、水电气、知识产权等，金融机构获取的信息更加全面，风险管理和识别更精准，增强了金融机构信贷投放的信心。公开信息实现批量对接，敏感信息实现“可用不可见”，规范信息管理使用，防范数据泄露风险，金融机构在分析和应用信用信息时更加安全便捷。

“示范 + 引导” 开创银企互利共赢的新局面

《实施方案》提出要创建一批信用信息共享应用促进中的小微企业融资示范区、示范银行，形成诚信示范效应。通过系列宣传和引导，在提升中小微企业融资服务获得感的同时，提升企业自身信用意识，增加银企互信，实现小微企业、金融机构的双方双赢效果，打造风清气正的信用社会氛围。

下一步，交通银行将深入贯彻党中央、国务院决策部署，抓住《实施方案》出台创造的良好契机，紧密围绕中小微企业和个体工商户的金融服务需求，持续强化产品创新、渠道建设、风险管控等能力建设，让数据多跑路，让企业少跑腿，不断加大对中小微企业首贷、续贷、信用贷款、制造业贷款、中长期贷款等金融支持，为服务实体经济做出更大贡献。

（作者简介：李亚，交通银行普惠金融事业部总经理）

编者按：2021 年 12 月 31 日，国家发展改革委、人民银行印发《全国公共信用信息基础目录（2021 年版）》《全国失信惩戒措施基础清单（2021 年版）》，分别 类及其适用对象，充分体现了“依法依规、保护权益、审慎适度、清单管理”的总体要求。为更好地回应社会关切，政策解读栏目特刊发综述、专家解读等稿件，其规范界定了公共信用信息纳入范围和失信惩戒措施的种 中专家解读稿件共 6 篇，本期刊发 3 篇，以飨读者。

“清单管理”助力信用法治建设行稳致远

——专家解读《全国公共信用信息基础目录（2021 年版）》和《全国失信惩戒措施基础清单（2021 年版）》

◎文 / 本刊记者 何 玲

近年来，信用管理的触角已渗透到百姓生活的方方面面。与此同时，“信用边界在哪”“惩戒对象如何界定”“失信行为‘箩筐化’”等“信用泛化”问题一度被舆论推上风口浪尖。近日，国家发展改革委、人民银行会同社会信用体系建设部际联席会议成员单位和其他有关部门（单位）编制的《全国公共信用信息基础目录（2021 年版）》（以下简称《目录》）和《全国失信惩戒措施基础清单（2021 年版）》（以下简称《清单》）正式发布，对公共信用信息纳入范围和失信惩戒措施的种类及其适用对象分别进行了明确界定。

参与《目录》和《清单》编制的有关专家在接受记者采访时指出，《目录》和《清单》是贯彻落实《国务院办公厅关于进一步完善失信约束制度构建诚信建设长效机制的指导意见》文件精神的具体举措，也是我国社会信用建设法治化最新成果的集中体现，对于规范公权力主体的权力运行、保障私权利主体合法权益，具有重大的现实意义。

依法依规 编制依据严格审慎

2020 年 12 月 25 日，《国务院办公厅关于进一步完善失信约束制度构建诚信建设长效机制的指导意见》印发一周后，国家发展改革委副主任连维良在国务院政策例行吹风会上表示，所有信用措施的运用，包括纳入信用记录、列入严重失信主体名单等，都要以党中央、国务院文件为依据，或者有国家层面和地方有立法权的机构出台的法律法规作为依据，严格依法依规。

严格依法依规的宗旨贯穿于《目录》和《清单》制定的全过程。

在《目录》和《清单》开篇说明中，“严格以法律、行政法规和党中央、国务院政策文件为依据……”字样格外醒目。其中，《目录》强调，除法律、法规或者党中央、国务院政策文件另有规定外，公共管理机构不得超出本目录所列范围采集公共信用信息。公共管理机构根据履行职责需要在本目录所列范围之外采集的信息，不得作

为公共信用信息使用。《清单》指出，除法律、法规或者党中央、国务院政策文件另有规定外，公共管理机构不得超出本清单所列范围开展失信惩戒。公共管理机构以外的组织自主开展失信惩戒的，不得违反相关法律、法规的规定。

记者在梳理中发现，在《目录》中，11 项纳入的公共信用信息涉及依据包括《民法典》《企业信息公示暂行条例》等 20 余部法律法规，35 个公共信用信息归集重点领域的法规政策依据也有 100 余部；在《清单》中，每一项惩戒措施与相应的失信行为和失信对象严格对应，失信惩戒措施的法规政策依据有 100 余部，并列出了相应的条目。

中央党校（国家行政学院）政法部民商经济法室主任王伟教授告诉记者：“仔细考察本次出台的《目录》和《清单》，在法律法规等上位法中都有明确规定，或者在党中央、国务院的政策文件上都有明确要求，这就从根本上解决了社会信用建设标准和法制不统一的问题。公共信用信息、失信惩戒措施等重大问题

上实现法规的统一，将有力地推动社会信用法治的统一。”

清单管理 划清边界保护权益

面对舆论“信用泛化”问题的担忧，此次《目录》和《清单》拿出了实实在在的“硬核”举措予以了回应和规范，即将分散在相关法律法规政策中的规定，以清单这种简洁明了的方式进行集中展示。

其中，《目录》明确了 4 类应当依法审慎纳入的信息，包括涉及商业秘密、个人隐私的信息，以及涉及未成年人、不具备完全民事行为能力等其他自然人的信息，除法律、法规明确规定外，不得纳入公共信用信息范围；涉及信访、垃圾分类、不文明养犬、无偿献血、退役军人管理、宗教信仰等的个人信息，除法律、法规明确规定外，不得纳入公共信用信息范围。

“公共信用信息目录在以列表形式明确公共信用信息纳入范围的同时，也针对过去社会信用建设中的‘泛信用’现象中的突出问题，明确了四类应当审慎纳入的信息范围，这实际上是为政府列出了一个限制或禁止作为的负面清单。通过这种‘亮红灯’的方式，将进一步强化对有关部门行为的规制，促进社会公众对权力运行合法性的监督。这对于推动政府依法审慎认定失信行为，是一种有效的治理措施。”王伟形象地将审慎纳入的信息清单比喻成了“红灯”。

中国市场学会信用学术委员会主任林钧跃表示，《目录》提出四类应审慎纳入的信用信息，有助于解决信用泛化问题，但在未来修订《目录》时，建议着重考虑“审慎”的方式和程度，使之与市场型失信惩戒机制（市场联防机制）相辅相成。

在《清单》中，惩戒措施主要包括三类，14 项，一是由公共管理机构依法依规实施的减损信用主体权益或增加其义务

的措施；二是由公共管理机构根据履职需要实施的相关管理措施，不涉及减损信用主体权益或增加其义务；三是由公共管理机构以外的组织自主实施的措施。记者了解到，上述三类措施是对各部门各地方实施的失信惩戒措施进行了总结和提炼，对于符合法律法规的惩戒措施列入《清单》，并列明了惩戒内容、惩戒对象、法规政策依据、实施主体。

作为信用法治研究领域的专家，王伟对于失信惩戒具体措施尤为关注。他直言：“《清单》关于依法依规实施市场或行业禁入、依法依规实施职业禁入或从业限制等 14 项惩戒措施的规定，就是对惩戒措施进行了一种高度类型化的界定和划分，这对于正确厘定惩戒措施的法律性质，进而更加准确地分类适用法律，具有重要价值。由此，采取失信惩戒措施的条件、程序等法治要求将更加严格和刚性，将极大挤压违法作为的空间，有利于保障私权利主体合法权益。”

落地实施 动态更新将成常态

有了全国公共信用信息基础目录“指南”，明确了失信惩戒措施实施的“标尺”，如何确保各部门各地方在落地实施过程中“不走样”，切实规范信用管理？

目前，在信息共享方面，从全国到各地地方都已形成了一套信用信息归集共享的机制，涉及数据共享的标准、接口等；在信用惩戒方面，各行业各部门出台了信用信息管理办法或者评价办法等，对于信用信息的应用也都作出了明确的要求。

王伟表示，地方相关部门可按照要求，制定相应的补充目录和补充清单。在此过程中，应该实行严格法治，依法审慎地规定公共信用信息纳入范围以及失信惩戒的具体措施。

记者发现，在《清单》中，有些惩戒

措施所对应惩戒对象列举的非常具体，比如依法依规实施市场或行业禁入措施中，第一项惩戒内容是在一定期限内依法禁止取得特定的直接关系公共安全、人身健康、生命财产安全的行政许可，其对应的惩戒对象为“申请属于直接关系公共安全、人身健康、生命财产安全的行政许可时隐瞒有关情况或者提供虚假材料的行政许可申请人；以欺骗、贿赂等不正当手段取得属于直接关系公共安全、人身健康、生命财产安全的行政许可的被许可人”。但还有些惩戒对象列举的相对比较概括，比如依法依规纳入严重失信主体名单措施中，第六项惩戒内容依法依规纳入乳品企业黑名单对应的惩戒对象为“有特定严重失信行为的乳品企业”。

“对于没有列明具体惩戒对象的，建议相关行业部门进一步明确惩戒对象的认定标准，进而推动《清单》的实施。”林钧跃认为，各地方应密切关注全国人大信用立法进程及确立的立法精神。当前，我国正在推动参与更多领域国际规则的制定，建议我国社会信用体系建设要更多对接国际标准。

在《目录》《清单》实际落实过程中，王伟强调要进一步坚持和运用法治思维。他表示，“按照习近平法治思想的要求，各级公共管理机构尤其是各级领导干部是推进法治进程的‘关键少数’，要自觉运用法治思维和法治方式，推动社会信用法治迈上新台阶，更好发挥信用在实现国家治理体系和治理能力现代化方面的积极作用。在全国统一的《目录》和《清单》发布后，各地应积极贯彻落实，提高社会信用建设的法治化水平，努力推动社会信用建设高质量发展，让信用能够更好服务于经济社会发展需要。”

在信用建设法治化轨道上，相信动态更新的《目录》和《清单》必将成为规范信用管理的“利剑”，确保社会信用体系建设行稳致远。

以法治之力 筑信用之基 全面助推营商环境优化

©文 / 罗培新

“市场经济首先是信用经济，信用经济必须是法治经济。”在 2020 年 11 月 25 日国务院常务会议上，李克强总理深刻地指明了这一点。法治之于信用，是车之两轮，鸟之双翼。不讲法治的信用，无异于无轮之车，折翼之鸟，不但无法行稳致远，而且极可能导致公权滥用，私益受损，伤及市场活力，戕害营商环境。

法治，必须是具像的，要拥有可落实落地、具备可操作性的路径。《全国公共信用信息基础目录（2021 年版）》（以下简称《目录》）及《全国失信惩戒措施基础清单（2021 年版）》（以下简称《清单》）正是这方面极好的示范。

正本清源 规范严谨

正如其名称所彰显的那样，《目录》与《清单》解决的，正是信用法治中的“基础”问题，也就是说，什么属于公共信用信息，如何运用公共信用信息实施惩戒。

首先，《目录》规定，本目录所称信用信息，是指可用于识别、分析、判断信用主体信用状况的信息。依此限缩性表述，那些无法承担“识别、分析、判断”信用功能的信息，不应纳入目录，例如，无偿献血、退役军人管理、宗教信仰等的

个人信息，完全与“信用”无关，《目录》将其排除在外，法理事理情理，理理相通。

按照同一逻辑，慈善捐赠、志愿服务也可以排除在外，这样，就吻合了“信用”意在判断行为主体履行法定或约定义务状况的功用价值，避免信用治理泛道德化。仅此一项，即可最大程度地遏制现实生活中的种种“信用治理”乱象。例如，某地规定，捐赠 1 万元，加信用分十分，实属对信用的极大误用。

紧接着，《目录》规定，本目录所称公共信用信息，是指国家机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织（以下简称“公共管理机构”）在履行法定职责、提供公共服务过程中产生和获取的信用信息。依此规定，“公共信用信息”的公共性，体现在信息产生和获取的主体方面，即除了行使公共权力的国家机关之外，依授权行使管理职能的法定组织，也是公共信用信息的归集主体。

例如，上海申通地铁集团有限公司虽然是企业，但依据法规的授权，可以针对地铁空间内的违法行为行使执法权；类似地，上海机场集团有限公司也可以对空港区域内的违法行为行使执法权，特别是在疫情防控期间，由此获得的行政相对人

违法信息，当然可以纳入公共信用信息目录的范围。

在明确了基本概念之后，《目录》依次列明了“公共信用信息纳入范围”“应当依法审慎纳入的信息”及“公共信用信息归集的重点领域”。很显然，这里采取的是“一般规定”加上“负面特殊规定”再辅以“正面重点领域”的结构。

所谓“负面特殊规定”，是指“应当依法审慎纳入的信息”，其中充满了基于法理的价值判断。例如，涉及商业秘密、个人隐私的信息，显然不得归集，因为人格权的维护，其法益价值显然高于信用治理。而涉及未成年人、不具备完全民事行为能力能力的其他自然人的信息，也不得纳入公共信用信息范围，其法益价值在于，未成年人心智尚不健全，“年轻人犯错误，上帝也会原谅”，何况在法律上，尚不具备完全民事行为能力的未成年人，也不具备法律责任能力。

而所谓“正面重点领域”，是指应当重点加强公共信用信息归集工作的领域，举凡“安全生产和消防安全、医疗卫生、国防、质量管理、劳动用工”等领域，要么关乎国家安全，要么关乎公共利益，要么关乎社会公平底线的守护，当然必须运

用信用手段，严加治理。

央地协同 审慎包容

无论是《目录》还是《清单》，均充分体现了央地协同、审慎包容的理念和技术。

所谓央地协同，是指国家与地方层面，分别设定公共信用信息的纳入范围的权限，分别界定失信惩戒措施的种类及其适用对象，其中最为重要的是权源安排。

《目录》规定，除法律、法规或者党中央、国务院政策文件另有规定外，不得超出本目录所列范围采集公共信用信息。类似地，《清单》规定，除法律、法规或者党中央、国务院政策文件另有规定外，不得超出本清单所列范围开展失信惩戒。

这也就意味着，国家层面有权在《目录》及《清单》之外增设公共信用信息种类及惩戒措施的，仅限于法律、行政法规、党中央、国务院政策文件；在地方层面，则仅限于地方性法规。此种安排，释放了两个清晰的信号：

其一，审慎。把权源做了前述限缩，意味着国家各部委、地方政府均不得通过政府规章、规范性文件等方式来增设公共信用信息种类及惩戒措施。以往雷区遍布、动辄得咎、寸步难移的局面，有望得以极大地缓解。

此外，《目录》还规定，对于“涉及拖欠物业服务费、公共交通逃票、闯红灯等个人信息的纳入，应当有法律、法规依据，符合情节严重或存在主观恶意等标准，且经有关部门依法依规认定”。这样的安排，也洋溢着审慎的光辉。这些行为，一来违法违约的情形轻微，二来可能是无心之失（如忘了缴纳物业服务费），三来可能存在合理前因（如可能是因为物业服务不符合约定而拖欠），故而，《目录》增设了“符合情节

严重或存在主观恶意等标准，且经有关部门依法依规认定“等限制性条件。

其二，包容。地方可根据国家原则与精神，结合实际，通过地方性法规，制定各自的公共信用信息补充目录与失信惩戒补充清单，与国家基础目录与基础清单一起，适用于本地区。

此种安排，既合法理，又严谨务实。各地经济社会发展并不均衡，信用制度拟解决的问题也不尽相同，例如，上海属于超大城市，人口高度集聚，道路交通管理、拍卖车牌、垃圾分类等，都可能需要运用信用管理措施，而这些问题，在其他精细化管理需求并不特别迫切的中小城市，或许并不突出。

因而，《上海市道路交通管理条例》第五十八条规定，有下列情形之一的，相关信息纳入本市公共信用信息服务平台：（一）实施严重道路交通违法行为，依法被处以暂扣机动车驾驶证、吊销机动车驾驶证、拘留等行政处罚的；（二）由他人替代记分、替代他人记分或者介绍替代记分的；（三）发生交通事故后逃逸的；（四）一年内有五次以上道路交通违法逾期不履行处罚决定的。这是一种典型的地方性法规“补充目录”，而且，不设兜底条款，给民众以确定的预期。

另外，《南京市社会信用条例》将“亵渎英烈，宣扬、美化侵略战争和侵略行为，严重损害国家和民族尊严的”行为，列为属于严重失信行为，是因为南京这方面的城市记忆非常惨痛；杭州将严重破坏西湖风景名胜、大运河（杭州段）、良渚文化遗址、淳安特别生态功能区等生态环境、文化遗产的行为，列为严重失信行为，是因为杭州作为著名旅游城市，对于生态旅游资源极度珍视……值得注意的是，只有地方性法规才可以增

设公共信用信息及惩戒措施。

程序规范 法益平衡

无论是《目录》还是《清单》，均要求各地区在编制补充目录与补充清单时，须严格以地方性法规为依据，广泛征求地方各有关部门（单位）和相关市场主体、行业协会商会、法律服务机构、专家学者和社会公众意见，并且在编制完成后 5 个工作日内抄送国家发展改革委、人民银行，并在“信用中国”网站及地方人民政府门户网站公开。

“阳光是最好的防腐剂，灯光是最好的警察”。此种阳光与公开的做法，还打开了宝贵的意见听取空间。

难得可贵的是，《清单》还规定，国家机关应当遵照合法、关联、比例原则，严格依法依规实施清单内的失信惩戒措施。

最难理解的是关联原则。为避免行政机关在行政管理时加入不正当的他项考虑，给行政相对人确立预期，应当要求行政机关按照合理行政原则，确定与本部门行政管理事项相关联的信用信息范围，作为开展分类管理的依据，并向社会公布。举例来说，公安机关在办理户籍申请时，应当公布与户籍申请相关联的信用信息，如遭受刑事处罚、非法燃放烟花爆竹、乘车逃票、欠缴公用事业费等是否会影响户籍申请，都要逐一列明，避免不当扩大惩戒范围。

《目录》的最后，附上了“公共信用信息纳入范围的法规政策依据”，《清单》的最后，也附上了“失信惩戒措施的法规政策依据”，条分缕析，堪称两幅边界非常清晰的法治地图。

（作者简介：罗培新，上海市司法局副局长、法学教授）

目录清单制是社会信用体系建设迈向良法善治的最新实践

◎文 / 王伟

近期,《全国公共信用信息基础目录(2021年版)》(以下简称“目录”)和《全国失信惩戒措施基础清单(2021年版)》(以下简称“清单”)正式发布实施,这是落实社会信用体系建设相关法治要求的重要举措,为公权力部门归集公共信用信息、实施失信惩戒提供了重要指引,廓清了公私之间的行为边界,将显著提升社会信用体系建设的法治化水平。

回顾我国社会信用体系建设实践,失信行为的认定及失信信息的纳入、失信惩戒是社会信用运行的两大制度基础和重要支撑。在推进全面依法治国的背景下,要实现社会信用体系建设法治化,必须首先实现公共信用信息纳入、失信惩戒这两大重点领域的法治化。2020年《国务院办公厅关于进一步完善失信约束制度 构建诚信建设长效机制的指导意见》(国办发〔2020〕49号,以下简称“49号文”)对这两大方面的法律规制提出了要求,提出要“明确界定公共信用信息范围”,对公共信用信息“实行目录制管理”;“依法依规确定失信惩戒措施”,对失信惩戒“实行清单制管理”。本次出台的目录、清单遵循了良法善治的理念,符合信用法治的逻辑

和最新要求,是信用法治新观念的最新实践成果,为推动社会信用体系建设法治化奠定了更加坚实的法治基础。

良法善治理念在社会信用体系建设领域的最新实践

实行目录制、清单制管理,是我国在改革开放过程中所进行的重要管理机制创新。通过市场准入负面清单、权力清单、责任清单等方式,可以将分散在法律、法规、政策中的相关规定,以目录清单这种简洁明了的方式进行集中展示。因此,目录清单制是推动实现国家治理体系和治理能力现代化的重要法律机制,有助于廓清公私边界,规范政府权力,保障合法权利,强化社会共治和社会监督。在社会信用领域实行目录清单制,是以信用良法推动信用善治的良好实践。

在社会信用体系建设的早期,我们已经开始注重采用目录清单制对公权力的边界进行廓清。如:上海、浙江、江苏、湖北、厦门、南京等地方所制定的相关社会信用立法,也普遍实行目录制、清单制。实践证明,目录清单制是实现严格法治的一种重要制度创新。本次出

台的目录、清单,按照49号文的要求,借鉴了我国社会信用体系建设中的相关经验,以列表形式对公共信用信息纳入范围、失信惩戒措施进行了具体明确的展示,符合全面依法治国的基本方向。

实现信用法治统一的重要制度创新

按照49号文的要求,在社会信用体系建设中,必须严格以法律、行政法规和党中央、国务院的政策为依据,确定公共信用信息的纳入范围及失信惩戒措施的具体种类。这就要求我们在推进社会信用体系建设的过程中,必须以效力层级较高的法律法规以及党中央、国务院的政策文件作为根据。由此,效力层级较低的规范性文件、通知等,将不能作为认定失信行为、采取失信惩戒措施的根据。考察本次出台的目录、清单,其具体内容在法律法规等上位法中都有明确规定,或者在党中央、国务院的政策文件上都有明确要求,并以目录清单的形式进行集中列示。

目录、清单的出台将有助于推动社会信用体系建设标准和法制统一,有效解决不同部门有着不同的失信认定标准、

不同部门有着不同惩戒措施的“信用泛化”乱象,防止政出多门、任意行事。认定标准、惩戒措施的全国统一,意味着信用标准和法制更加统一,由此也将进一步推动信用法治的高度统一。

目录清单制集中体现了法治理念

目录、清单本身并不创设新的权力和责任,其本质上是对相关法律法规规定以及党中央、国务院政策文件的集中整理和汇编,并以目录、清单的形式对相关部门的职责职权进行更加清晰的列示和界定,由此划定了公权力的权力和责任边界,切实“将权力关进制度的笼子”。与此同时,目录清单实际上也明确了私权利主体免于受到失信惩戒的领域,这也厘清了相关信用主体从事社会交往、投资交易等活动的空间和范围。为释放市场和社会活力,营造良好信用秩序,提供了重要遵循。

目录将公共信用信息界定为“国家机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织在履行法定职责、提供公共服务过程中产生和获取的信用信息”,将注册登记信息等11项信息纳入公共信用信息范围,同时明确要求不得在该范围之外将相关信息作为公共信用信息进行采集,为信用主体确立了合理的行为预期和行为边界。可以看到,目录所明确的信用信息的范围,将能提醒和警示信用主体在其活动中要严格守法履约,以形成并维持良好的信用形象,避免产生失信信息甚至受到失信惩戒。此外,信用信息目录还将涉及商业秘密、个人隐私等内容

的信息,进一步规范了政府权力,强化了对信用主体的权益保护。

清单所规定的惩戒措施中也有部分措施是由公权力主体所实施,涉及私权利主体的权益减损、义务增加或其他不利益的负担。清单明确记载了相关公权力主体采取失信惩戒措施的具体情形、惩戒措施种类等事宜,有效规范了政府权力,防止权力任性。在所列惩戒事项之外,信用主体拥有充分的活动自由。这就体现了对信用主体意思自治、行为自由的尊重,有利于从整体上营造良好的信用秩序,有利于促进经济社会的健康发展。

综上所述,目录、清单是良法善治理念在社会信用领域的集中体现,是社会信用体系建设法治化的一次巨大进步。按照习近平法治思想的要求,公权力机关尤其是各级领导干部是推进法治进程的“关键少数”,要自觉运用法治思维和法治方式,推动社会信用法治迈向新

台阶,更好发挥信用在实现国家治理体系和治理能力现代化方面的积极作用。

在全国统一的目录和清单发布后,各地应积极贯彻落实,提高社会信用体系建设的法治化水平,努力推动社会信用体系建设高质量发展,让信用能够更好服务于经济社会发展需要。同时,按照49号文的要求,地方可以制定相应的公共信用信息补充目录和失信惩戒措施补充清单。地方在推行这两项重要制度的过程中,同样应该按照良法善治的理念,实行严格法治,依法审慎地规定公共信用信息的纳入范围以及失信惩戒的具体措施,为社会信用体系建设法治化奠定更加扎实的制度基础。

【作者简介:王伟,中央党校(国家行政学院)政法部民商经济法室主任、教授、博士生导师】



完善信用制度和运行机制 推动社会信用体系建设行稳致远

◎文 / 黄华东

近日，国家发展改革委、人民银行联合印发《全国公共信用信息基础目录（2021年版）》和《全国失信惩戒措施基础清单（2021年版）》（以下简称目录清单），自印发之日起实施。目录清单为进一步明确公共信用信息归集范围和规范失信惩戒措施提供了详细的法律和政策依据；同时，明确相关定义、工作原则、编制要求，为地方开展工作提供了清晰的行动指南。这是全国社会信用体系建设的又一重要里程碑，进一步完善了信用制度和运行机制，大力提升了信用建设法治化、规范化、制度化水平。

贯彻落实习近平法治思想的重要举措

习近平法治思想是全面依法治国的根本遵循和行动指南。《国务院办公厅关于进一步完善失信约束制度 构建诚信建设长效机制的指导意见》（以下简称《指导意见》）强调社会信用体系建设必须严格在法治轨道上运行。目录清单是国家和地方多年工作实践和探索经验的总结，是习近平法治思想在社会信用体系建设中的具体体现。一是实现社会信用

体系建设目录制和清单制法治框架的构建。公共信用信息目录制和失信惩戒措施清单制是我国社会信用体系建设的重要创新，有利于厘清政府和市场、政府和社会之间的适用边界，可以有效约束公权力，推动社会共治和社会监督。目录清单明确了11项公共信用信息、14项失信惩戒措施和法规政策依据，内容简洁清晰、一目了然，便于管理部门和信用主体对照查找。二是严格遵循依法依规开展社会信用体系建设的法治原则。目录清单将法治原则贯穿始终，在“说明”第一条就明确指出“严格以法律、行政法规和党中央、国务院政策文件为依据，编制本目录（清单）”，并对相关法规政策依据进行了系统归纳和梳理。同时，目录规定了归集信用信息时应当遵循合法、正当、必要、最小化原则，清单规定了实施失信惩戒措施时应当遵循合法、关联、比例原则。三是充分体现保障人民权益的根本目的。目录清单回应了社会普遍关心的问题和诉求，把保障人民权益切实落到实处。目录明确规定须严格依法依规审慎纳入的信息，要求严格遵守关于保护国家秘密、保护商业秘密和个人隐私的有关规定。清单明确提出

任何部门不得以现行规定对失信行为惩戒力度不足为由，在法律法规或者国家政策文件规定外增设惩戒措施，不得擅自扩大清单内惩戒对象范围，不得在法定惩戒标准上加重惩戒。

完善诚信建设长效机制的关键举措

党的十九届四中全会提出，完善诚信建设长效机制，健全覆盖全社会的征信体系，加强失信惩戒。《指导意见》通过进一步完善失信约束制度，提高信用建设法治化规范化水平来构建诚信建设长效机制，目录清单的印发实施是实现这一目标的关键举措。一是首次明确信用信息和失信惩戒的内涵。此次在国家层面首次明确信用信息和失信惩戒的定义和内涵，并规定了惩戒措施的3种类型，正本清源，统一了社会各界认识，为完善诚信建设长效机制夯实了制度基础。二是建立目录清单的动态管理机制。为保证科学性、有效性和及时性，同时和年度立法、国家政策做好衔接，目录清单明确规定目录（清单）原则上按年度更新，通过建立动态管理机制，对目录（清单）及时进行优化调整或增减，

不断完善社会信用体系建设的制度内容。三是进一步明确政府各相关部门主体责任。社会信用体系建设需要全社会的共同参与，需要信用主管部门和各行业主管部门的共同努力。目录清单明确了公共信用信息归集的责任单位和实施失信惩戒的责任主体，使权责更加一致、执行更加到位、监管更加有力，推动形成社会信用体系建设的强大合力。

推动顶层设计和地方实践有机统一的有力举措

《指导意见》充分考虑我国经济社会发展实际情况，在依法依规、保护权益、审慎适度、清单管理的总体思路下，明确在全国目录（清单）的基础上，地方可依据地方性法规规定，制定适用于本地的补充目录（清单）。目录清单对相关内容进行细化，有力推动了顶层设计和地方实践的有机统一。一是严格规定地方编制补充目录（清单）的具体程序。程序合法是内容合法的前提和保障，目录清单对地方编制补充目录（清单）的程序进行了严格规定，确保地方编制补充目录（清单）时，特别是事关信用主体切身利益的失信行为记录和增加失信惩戒措施时，严格在法治轨道上运行。二是统一地方开展补充目录（清单）编制工作的规范标准。目录清单明确了公共信用信息归集要求、失信惩戒相关内容和法规政策依据，同时对纳入地方补充目录的信息内容以列举方式进行了详细规定。今后各地开展补充目录（清单）编制工作时，均须严格按照国家规定进行编制，有力提升了信用建设规范化水平。三是保障地方开展社会信用体系建



设的特殊性。目录清单赋予了地方在其事权范围内对社会信用体系建设享有必要的管理权限和空间，确保权威性的同时，兼顾地方信用工作的现实需要，这种安排既合法理，又严谨务实，有利于各地在社会信用体系建设工作中探索出地方特色、地方经验。

推动信用建设迈上新台阶的行动指南

目录清单要求明确、内容清晰、操作性强，有效解决了当前地方信用建设中遇到的公共信用信息边界模糊、失信惩戒措施扩大泛化或不敢使用、部门权责不清等难题，对各地开展工作具有重要的指导意义。接下来，我们将严格按照要求开展工作，推动信用广东建设迈上新台阶。一是依法依规开展公共信用信息归集和失信惩戒工作。严格按照目录要求归集公共信用信息，同时对照应当依法审慎纳入的信息，梳理“信用广

东”平台数据，确保归集信息均在目录范围内。依法依规实施失信惩戒，巩固失信约束措施清理规范工作成果，及时监测新出台政策文件中涉及信用建设内容，确保失信惩戒措施均在清单范围内。二是依据地方性法规编制广东省补充目录清单。《广东省社会信用条例》（以下简称《条例》）于2021年6月1日正式施行。我们将严格按照目录清单和《条例》所列范围、依照规定程序编制仅适用于广东省的补充目录（清单）。三是进一步加强信息安全和信用主体权益保护。我们将加强信息安全管理 and 信用网站风险管理，严禁泄露、篡改、损毁、窃取、出售、非法提供信用信息或非法获取、传播、利用信用信息谋私等行为，切实保护信用主体权益，确保信用广东建设在法治轨道上运行。

（作者简介：黄华东，广东省发展改革委总经济师）

（责任编辑 王淼）



国家发改委 持续推进企业债券市场信用体系建设



加大普惠小微企业信用贷款投放

2021年12月14日，国家发展改革委、工信部发布的《关于振作工业经济运行推动工业高质量发展的实施方案的通知》提出，推动外贸稳定发展，巩固提升出口信用保险作用，抓实抓好外贸信贷投放；加大制造业融资支持，支持符合条件的企业发行公司信用类债券，推广以信息共享为基础的“信易贷”模式；减轻中小企业负担，加大普惠小微企业信用贷款投放。



违背市场准入负面清单有关情况将纳入城市信用监测

2021年12月16日，《国家发展改革委关于建立违背市场准入负面清单案例归集和通报制度的通知》发布。根据该通知，国家发展改革委会同有关部门和第三方机构对违背市场准入负面清单情况进行归集排查，建立案例归集和定期通报制度，将违背负面清单有关情况纳入全国城市信用状况动态监测，并在国家发展改革委门户网站和“信用中国”网站向社会公布。



建立中小企业信用信息依法归集共享机制

2021年12月17日，工信部、国家发展改革委等19部门联合印发的《“十四五”促进中小企业发展规划》提出，建立健全中小企业信用信息依法归集、共享、查询、公开机制，推动地方政府、公用事业单位及市场主体所掌握的各类涉企信息整合应用，破解中小企业融资服务中信息不对称问题。支持征信机构发展针对中小企业融资的征信产品和服务，鼓励信用评级机构为中小企业开展高质量评级服务，推动扩大信用评级机构评级在中小企业融资中的采信应用程度。



完善市场监管信息化支撑

2021年12月24日，国家发展改革委印发《“十四五”推进国家政务信息化规划》。该规划提出要完善市场监管信息化支撑，形成以“双随机、一公开”监管和“互联网+监管”为基本手段、以重点监管为补充、以信用监管为基础的新型监管机制，有力支撑商事制度改革，优化营商环境，畅通国内经济大循环，促进国内国际双循环。建设内容包括推进市场准深化全国信用信息共享平台开发应用，健全信用信息目录和标准体系，建立公共信用信息和金融信息共享整合机制，实施企业信用风险分类管理等。



发挥信用手段在企业债券风险识别等环节的基础作用

2021年12月31日，国家发展改革委发布《关于开展2022年度企业债券本息兑付风险排查和存续期监管有关工作的通知》，对2022年度企业债券本息兑付等风险进行全面系统排查。其中，强调强化信用监测，提早发现风险。持续推进企业债券市场信用体系建设，发挥信用手段在企业债券风险识别、监测、管理、处置等环节的基础作用。加强信用数据归集，强化信用约束，利用信用手段监测风险苗头，及时跟进处置。



全国信用信息共享平台归集总量持续增长

截至2021年12月末，全国信用信息共享平台归集总量持续增长，共享平台累计归集共享各类信息约704.97亿条，归集双公示信息42,140万条。其中，行政许可信息34,167万条，行政处罚信息7973万条。

（责任编辑 何玲）

“双十一”网购综合信用评价报告

(2021 年度)

十三年来，“双十一”似乎已经成为了消费者的一种习惯。从最初“剁手”“薅羊毛”式的购物狂欢，到如今理性消费、品质消费渐成主流，“双十一”见证了中国百姓消费升级、中国产业迈向高质量发展的变迁，成为观察中国消费新动向的重要窗口。

为更好地反映我国电子商务领域信用建设情况，营造清朗网络空间，中国发展改革报社《中国信用》杂志对“双十一”网购的信用数据情况进行分析、研究，总结出“双十一”网购十个新趋向、十个信用风险问题以及针对上述风险提出了六方面意见建议，为消费者理性消费提供客观参考和科学引导，为相关部门做好电子商务的规范管理提供依据，以期更好地促进我国电子商务健康规范发展。

——题记

走过第十三个年头的“双十一”已鸣金落幕。“2021 年‘双十一’，所有人都累了”，这样一篇广为流传的网文指出，“双十一”这个被电商平台造出的概念节进入到第 13 年，2021 年“双十一”的战线被进一步拉长。从 2021 年 10 月开始，各大电商平台、主播、商家就跑步进入“双十一”周期。各类促销、推广活动层出不穷，但仍然无法改变“双十一”正在变冷的趋势。

尽管因为不再喜报实时成交额而被普遍吐槽“氛围感”不足，但扎实稳健的收盘数据表明本届“双十一”依然不负持续释放供需压力，在疫情常态化下推动经济增长的“年度重托”。根据网经社电子商务研究中心统计，截至 2021 年 11 月 12 日零时，各大电商平台纷纷刷新“纪录”。其中，天猫交易额达 5403 亿元，同比增速达 8.45%，京东交易额超 3491 亿元，同比增长 28.58%，两者合计超 8894 亿元，全网交易额超 9600 亿元。

为更好地反映我国电子商务领域信用建设情况，营造清朗网络空间，中国发展改革报社《中国信用》杂志在提前进行预警报告研究的基础上，对“双十一”网购的信用数据情况进行分析、研究，对电商平台、商家、物流企业、消费者等主体的价格、质量、交易、支付等信用状况进行梳理和总结，为消费者理性消费提供客观参考和科学引导，为相关部门做好电子商务的规范管理提供依据。

课题组的研究显示，在国家有关部门的大力推动下，电子商务平台企业主体责任进一步落实，假冒伪劣、虚假广告、虚假交易、刷单炒信、恶意差评等违法违规行为在一定程度上得到了遏制，电商购物环境在持续改善。但伴随着消费格局发生的新变化，一些新的网络欺诈行为手法

仍在花样翻新，一些新的违约失信现象时有发生。除了众多消费者厌倦了电商平台的促销“套路”外，中小商家鱼龙混杂、售后问题多反馈难等问题，这些都在一定程度上影响了我国电子商务领域长远健康发展，亟待相关部门的规范和引导。

从狂欢到理性 电商进入规范发展新阶段

2021 年“双十一”交易额继续保持增长，商务部发布的数据显示，“十三五”时期，我国电子商务交易额从 2015 年的 21.8 万亿元增至 2020 年的 37.2 万亿元，我国已连续 8 年成为全球规模最大的网络零售市场。

2021 年“双十一”，没有了往年喜报式的成交战报，各大平台也没有像此前那样频繁更新实时交易额。尽管最终销售总额依然创历史新高，但增速实际上已趋于平缓。2021 年，天猫“双十一”交易额同比增长 8.45%，而这个增速在 2020 年为 26%。不难看出，商家和消费者对“双十一”的热情在下降，消费者对“报复式”集中消费显得审美疲劳，商家也在忙于备货和比拼中略显疲惫，各种“新玩法”也不温不火。

这表明“双十一”正从狂欢回归理性。一方面，电商促销日趋“常态化”，一些直播电商“包揽”了部分“全年最低价”，“双十一”的集中购买和促销被渐渐冲淡。另一方面，受疫情影响，电商行业渗透率进一步提升，社会各界对电商平台的定位和认识逐渐深化，消费者更关心的是购物体验 and 权益保障，“买个便宜”的网购冲动减少。

“双十一”理性回归的背后，是电商市场走过了行业扩张期，进入到规范健康的发展新阶段。2021 年，监管部门频频出手，“二选一”“大数据杀

熟”等问题得到整治，违规企业收到“垄断罚单”。“双十一”前夕，工信部要求电商平台不得未经消费者同意擅自发送营销短信。与此同时，社交电商、直播电商、生鲜电商等电子商务新业态新模式日趋完善，电商正在更广的领域发挥着提振经济、促进公平、带动就业等作用。综合而言，2021 年的“双十一”呈现出十个新特点。

(一)“狂欢节”变“狂欢季”，战线延长战绩依然亮眼。

2021 年“双十一”各大电商平台延续 2020 年战线拉长的营销玩法，多个平台从 2021 年 10 月 20 日开启首波预售，抖音更是将电商大促提前至 2021 年 10 月 15 日，成为年度首个开启“双十一”大促的平台玩家。以淘宝/天猫为例，除了直播电商与大促晚会，还增加了互动小游戏、自制脱口秀综艺等新的营销手段，为平台“双十一”大促持续引流。

战线虽然拉长，但各大平台的销售业绩依然亮眼。天猫数据显示，淘宝 2021 年 11 月 1 日开售 1 小时，已有超 2600 个品牌成交额超 2020 年全年。2021 年 10 月 20 日预售开启至 2021 年 10 月 26 日 24 时，淘宝直播有 165 个成交额超千万的直播间。京东数据显示，从 2021 年 10 月 31 日晚 8 时开始的 4 个小时内，京东累计售出商品超 1.9 亿件。截至 2021 年 10 月 31 日 22 时，全国超百万消费者已经收到京东“双十一”包裹。在直播电商方面，2021 年 10 月 27 日，抖音首日有 22 位主播销售额破千万元，其中 TOP1/2/3 主播的销售额分别达 7456 万元/5502 万元/4215 万元；快手 2021 年 10 月 20 日启动“116 品质购物节”，平台首日 GMV（交易总额）同比增加 272%，且主会场知名品牌贡献 GMV 超 40%。



（二）直播呈“三分”之势，自播助力品牌“出圈”增长。

整体来看，直播已成为常态化运营工具，在未来一段时间依然将维持高速增长态势。根据星图数据，2021年“双十一”期间，电商直播贡献了电商交易额核心增量，创造高达737.6亿元GMV（交易总额）；2021年11月1日、11月11日GMV分别达112亿元、82亿元。排名前3位的平台依次为点淘、快手、抖音。除了三巨头以外，蘑菇街、京东、苏宁、拼多多这些知名的电商平台都布局了直播业务，寻求在直播赛道分一杯羹，共享直播电商的红利。

对于品牌来说，“双十一”已经不仅仅是简单的促销活动，而是获得销量、影响力以及美誉度的重要节点。在直播电商崛起的当下，受平台扶持驱动，各大品牌也在通过自播掌握更多的主动权和话语权。

2021年“双十一”收官后，抖音电商公布了“双十一”好物节的数据，直播

总时长达2546万小时。其中，商家自播总时长达1227万小时，总体累计看播人次395亿，品牌成交额破千万（含破亿）的品牌达577个，单场成交额破千万（含破亿）直播间282个。同时，根据艾瑞咨询《2021年中国直播电商行业研究报告》数据，“双十一”期间直播平台销售份额有78%由店铺自播贡献；而直播平台自播店铺数量同比增长达91.5%，增长高于直播达人同比增长的85.1%。不同于达人播主要适用于新品推广、品牌拉新，自播是企业常态化直播手法，并主要适用于增强用户粘性，转化私域流量场景。

在直播间内容逐渐同质化的情况下，品牌自播形式全面开花，除明星、高管、KOL全方位全时段造势，还创新性地采用“场景式直播”“虚拟人物直播”等形式，加入了这场有关流量、交易量的争夺战，提升品牌流量与知名度。其中，白象食品、佰草集、完美日记、李宁等国货品牌也通过品牌自播，在2021年的“双十一”战场上实现了突围与自我突破。比如以宫廷

剧内容创新形式打造“出圈”级别自播效果的佰草集脱颖而出，迅速为品牌积累了流量，最高一场累计观看人数达到82.9万，人数峰值最高一次近6万。

（三）“种草”经济持续加码，内容消费重构用户决策流程。

2021年“双十一”，各平台争相加码“种草”经济。淘宝和京东都上线了自己的“种草”平台，淘宝借助此前推出的“逛逛”打造“双十一种草机”；京东则把“发现”频道改为了“逛”，且放在了醒目位置。“双十一”前夕，抖音推出内测“类小红书”的“种草”产品；而快手则在2021年1月就发布了“好物快种草”的新话题活动；知乎也上线了“好物推荐”功能。对此，网经社电子商务研究中心特约研究员、百联咨询创始人庄帅表示，各大平台纷纷发力“种草”最重要的目的并不是卖货，而是为了增加用户粘性。

实际上，“种草”让用户的浏览时间更长，从内容维度去看，“种草”内容和电商之间的转化更加直接，改变了用户的消费决策链条。消费者的购买决策从“被动灌输”转变为更具自主意识的“主动选择”，尤其在购买一些“重决策”商品（如美妆、母婴、电子产品等）的时候，往往需要对比多方信息来决定“是否购买”“买什么”或者“去哪里购买”，来完成最终的购买决策；而内容平台积累起的庞大内容池就自然成为了消费者“主动种草”及“被动种草”的肥沃土壤。

以淘宝为例，跟往年“双十一”不同的是，2021年的淘宝似乎想借助一年一度大促狂欢节之际吹响“内容种草”的号角，除了把直播电商升级为“发现电商”，在淘宝App首页增加直播一级入口，延长“种草期”，借头部主播资源给消费者提前“种草”，还上线了“种草机”“购物车分享”等新功能，为消费者提供购物

指南，旨在从消费者购物决策环节前的链路打入，延长用户停留时长及增强用户粘性，将存量流量的价值最大化。定位“发现电商”的点淘，是淘宝向“内容化”发展的重要阵地；从2021年年初开始，“淘宝直播”App升级为“点淘”，并在内容生态上加强对短视频的布局，目的是构建短视频“种草”+直播间“拔草”的商业闭环；数据显示，“点淘”近一年的流量增长迅猛，截至2021年10月，MAU超过2000万，同比增长176.1%，升级后的“点淘”在用户粘性上也有较明显的提升，2021年10月人均每日使用时长同比增多半个小时以上；可预见的是，在未来的长期发展里，“内容种草”将会是电商版图里不可或缺的一部分。

（四）不再熬夜“剁手”，“晚8点抢购”模式或将成为常态。

此前，“为什么付尾款总在半夜”的话题，经常在“双十一”期间冲上热搜，很大一部分消费者在抢购结束后只能睡4到5个小时就得切换成打工状态，“尾款人”们每年都在奢求一个舒适的尾款时间。

跟往年大促传统的“零点抢购”玩法不同，2021年“双十一”为了倡导广大用户“不熬夜抢购”，以京东、淘宝为代表的主流电商平台均把预售、付尾款等活动的开启时间从凌晨12点提前至晚上8点。京东提出的“晚8点”模式不仅限于一个时间点，而是贯彻整个活动周期：分别是“10月20日晚8点预售开启”“10月31日晚8点支付尾款”“10月31日~11月11日京东App每天晚8点下红包雨”“11月10日晚8点提前开抢”；而淘宝/天猫也将两波预售时间都提前到了晚上8点进行，分别是“10月20日晚8点启动第一波预售”“11月4日晚8点开启第二波预售”。这种模式不仅提



搭上“双十一”快车同时，澳门也在打造自己本土的电商业日。2021年11月11日至12月31日，澳门举办第四届电子商务节，横跨“双十一”“双十二”和圣诞节的购物狂欢节。图为2021年11月11日，市民在澳门氹仔一家商店选购商品 新华社发

升了用户的购物体验，获得了消费者的认可，而且有利于商家乃至行业的健康发展。

“晚8点”前后是中国人休闲放松的黄金时段，通过“晚8点”抢占黄金4小时，让中老年人也加入进来，实现用户增长，同时段的直播电商、线下门店等业态也能加入这个“黄金档”，拓展市场空间增量，带动消费进一步增长。QuestMobile发布的《2021年双十一预售期洞察报告》指出，京东的策略调整更贴合用户行为，与用户最活跃时段一致。报告显示，“不熬夜”的福利让2021年京东“双十一”日活用户同比增长达42.5%，领跑了整个电商渠道，足见“深得人心”。

（五）取消“二选一”，消费者拥有更多选择权。

阿里巴巴被重罚182.28亿元，美团被罚34.42亿元……自2020年严厉打击“二选一”等垄断行为后，平台经济的环境日益明朗，2021年迎来了首个真正

取消“二选一”的“双十一”。网经社电子商务研究中心主任曹磊指出，2021年天猫、京东两大头部平台的很多商品价格都差不多。重罚之下，各家电商会有所忌惮，不管是招商还是促销均会更加规范。减少“二选一”后，商家可以布局多个渠道和平台，消费者也有了更多的选择余地。同时，商家之间也能形成更好的良性竞争。

网经社电子商务研究中心特约研究员、上海汉盛律师事务所高级合伙人、律师李旻认为，“二选一”失效后，巨头们只能依靠手握的流量、资源优势暗自较劲，这点从平台方“小二”的角色转变就可以看出。2021年“双十一”大促前，平台“小二”会主动给商家推活动、推资源、推功能，一些天猫“小二”甚至会主动帮品牌推荐合适的直播主播。平台方的“小二”正在向服务型角色转变。

（六）国货新势力崛起，国潮商品焕发生机。

在各大电商平台上，新国潮都是一



支不可忽视的力量。直播间作为电商平台主力渠道，在 2021 年已成为优质国货品牌的深度种草平台和销售助推强力。以李佳琦直播间为例，诸多与其深度合作的国货品牌，“双十一”首日销售成绩远超 2020 年全年，在细分赛道实现销量领先。比如夸迪旗舰店在“双十一”预售首日交易额已达 2020 年“双十一”总交易额的 3.7 倍，大促期间同时实现 402.9% 的亮眼增长。与此同时，用户对国货的好感度与接受度也大幅提升，星图数据显示，不同代际人群在网络购物消费中都倾向于购买国货，但对国货品牌的购买意愿存在差异。超过 75% 的年轻消费者对国货品牌有较高关注度及认可度。其中，00 后和 10 后对于日后要增加购买国货品牌的意愿要高于 90 后群体，购买国货意愿最高的群体是 80 后。

同时，新电商平台引领新国货消费风潮，老字号、新兴国货品牌正在打开线上市场。2021 年“双十一”期间，九阳、格兰仕等小家电，立白、洁柔等日用品，

上海家化等护肤美妆，张小泉、箭牌等厨具卫浴等众多优质国货品牌，都联合拼多多开展了“双十一”消费狂欢活动，享受平台百亿补贴等重点资源加持。罗戈网物流大数据显示，截至 2021 年 11 月 11 日 8 点，共有 220 家老字号品牌在天猫“双十一”期间销售额同比增长超 100%。在京东，国潮商品也十分火热，国货美妆品牌增长强劲，从 2021 年 11 月 10 日晚上 8 点到 11 日 0 点开场仅 4 个小时，美妆宝、欧诗漫等 10 余个国货品牌同比增长超 100%，其中花西子同比增长超 6 倍。

（七）打造“小时购”品牌，发力布局即时消费。

在商品供给方面，2021 年“双十一”前夕，京东联合达达集团推出“小时购”品牌，结合线下门店借助“双十一”大促流量加速即时消费渗透。具体包括覆盖超市、手机店、鲜花坊等十万家全品类线下门店，收货地址附近 3 公里 ~ 5 公里全品类门店优质商品可享即时送达服务，零售业务的配送时效升级至

小时达、甚至是分钟达。多年来，京东深耕本地供应链，目前已成为“小时购”坚实基础。据京东数据统计，2021 年“双十一”期间，京东超市“小时购”业务成交额同比增长超 50 倍，其中使用“小时购”服务购买手机的用户量同比增长 400%。

在京东发力即时零售的同时，阿里系阵容中的天猫超市、盒马、淘鲜达也同樣在发力即时零售。2020 年天猫超市就宣布小时达服务已覆盖全国 483 个城市，2021 年则宣布其在全国 132 个四五线城市开通生活用品小时达服务。零食、毛巾、牙膏等生活用品实现极速送达，当日达、次日达和送货上门服务已覆盖全国主要区域。

此外，美团闪购也已上线三年，目前已经覆盖 2800 个县（市），能够实现蔬果生鲜、日百五金、数码图书等多种商品的“30 分钟到家”服务，日订单量已经达到 300 万笔，业务占比也在美团的整体营收中不断提升。

（八）升级平台会员权益，全方位提升用户购物体验。

2021 年“双十一”前夕，阿里和京东不约而同地瞄准了同一个方向——付费会员。两大电商平台纷纷上线多项会员特权，进一步完善会员服务体系，从优惠加倍的消费体验到精准贴心的服务保障，竭力维护平台会员的权益。同时，在平台上新增“购物榜单”“商品流行趋势”等多个主题页面，通过平台数据帮助会员挑选品牌优品。

天猫“88VIP”和京东“PLUS 会员”在“双十一”战场对阵，直接“打明牌”，全程针对“88VIP”和“PLUS 会员”推出专属补贴。纵观历年“双十一”，双方在付费会员方面直接竞争的景象绝无仅有。根据平台规则，天猫“88VIP”可领 900 元大额消费券，购物可享 10 倍天猫

积分，同时强化平台属性，推出退货秒退款服务；京东“PLUS 会员”可领 1000 元超级补贴，并宣布将在“双十一”期间给“PLUS 会员”节省超 200 亿，同时基于京东“自营”基因，全面发挥京东供应链与自建物流优势，提供 7 天无理由退换货双向免运费服务。

选择成为一个平台的付费会员，意味着消费者对于这个平台充分认可和信赖，平台也借此筛选出了一批优质用户。根据京东“PLUS 会员”此前披露的信息显示，购买会员的人群明显呈现出“三高”特质，即高消费力、高粘性、高活跃度，而且乐于追新。

（九）社会责任成主旋律，电商迈入“绿色时代”。

2021 年“双十一”，在成交额增长之外，各参与主体更多聚焦于绿色低碳、乡村振兴、公益等高社会价值议题。直播电商亦深度拥抱公益、低碳大势，以李佳琦直播间为例，据不完全统计，其“双十一”期间共举办包括助力“非遗国潮”、推动“乡村振兴”等 17 场公益直播，并在第三届中国国际进口博览会召开期间，直播带货来自阿富汗的手剥松子，短时间卖空 12 万罐。后续又有多家权威媒体报道，包括央视朝闻天下等栏目。农产品成为各平台重点经营类目，各平台积极向农产品品牌提供流量和运营等方面的扶持。根据天猫数据，2021 年“双十一”期间天猫西部 12 省份农产品销售额同比增长 20%；160 个乡村振兴重点帮扶县的电商销售额同比增长 44.2%，农产品销售额同比增长 24.8%，832 个脱贫县电商销售额同比增长 28.8%。根据京东数据，2021 年“双十一”期间京东农产品成交额超过 10 月份日均 5.8 倍，农产品产值超 300 亿元，500 多万农户实现收入大幅增长。

近年来，我国正在寻求更具可持续性、包容性和韧性的经济增长方式，碳达峰、碳中和目标愿景要求中国建立健全绿色低碳循环发展的经济体系，建立清洁、低碳、高效、安全的现代化能源生产和消费体系。2021 年，各平台也积极将绿色环保理念传递给消费者。天猫发布了“双十一”减碳计划，计划每一笔订单在交易环节的碳排放在“618”降低 17.6% 的基础上进一步减少，并首次推出绿色会场；京东物流在储、包、运全链路节能减排 2.6 万吨碳排放。据苏宁易购大数据显示，2021 年“双十一”期间，全渠道以旧换新人数增长 74%，新一级能效空调销售额增长 69%；京东在全国 30 多个城市投入使用循环包装“青流箱”，无需胶带封包，可循环使用数十次，实现累计减碳 2.6 万吨，使用循环包装累计达到 1135 万次，相当于减少 3400 吨一次性垃圾……绿色作为高质量发展的底色，正在驱动改变生产和消费行为。

（十）跨境电商逆势增长，数字化重构外贸新模式。

2021 年，新冠肺炎疫情驱动全球消费需求加速转往线上，数字化正在重构国际贸易运营模式。近年来我国跨境电商保持逆势增长，并成为外贸新亮点。在跨境业务方面，2021 年“双十一”期间，京东国际、洋码头、Lazada、全球速卖通、Shopee 等跨境电商企业均战绩赫赫：京东国际整体成交额同比增长 11 倍、洋码头全球免税直购店最佳单品 1 小时破亿元、Shopee 大促开局 5 分钟售出 1100 万件商品。网经社电子商务研究中心 B2B 与跨境电商部主任、高级分析师张周平表示，从各家最新战报数据来看，相比 2020 年“双十一”，2021 年无论是参与的商家数量，还是交易额等核心数据指标都出现较大幅度增长。

2021 年 11 月商务部、中央网信办、国家发改委印发的《“十四五”电子商务发展规划》提出，到 2025 年跨境电商交易额将达 2.5 万亿元，相比 2020 年的 1.69 万亿元增长 47.92%。跨境电商已经成为稳定外贸的重要力量。在政策、市场、资本等的不断加持下，中国跨境电商企业将迎来新一轮发展红利，同时借由“双十一”这类购物节，越来越多“中国制造”真正地走向了世界。

“双十一”电子商务主要信用风险分析

一年一度的全民消费盛宴已落下帷幕，在新冠肺炎疫情防控常态化形势下，“双十一”依然不负市场厚望、释放惊人潜力。据央行数据显示，2021 年“双十一”期间，网联、银联共处理支付交易 270.48 亿笔，金额 22.32 万亿元，同比增长 17.96% 和 14.98%；2021 年 11 月 11 日当天，网联、银联合计最高业务峰值 9.65 万笔 / 秒，彰显出中国消费启动国际生产引擎、带动全球经济共振的强劲势头，见证了新发展格局下中国市场为国内国际双循环持续赋能的崭新活力。

然而，在彰显中国消费强劲势头的时候，诸多消费者权益保护问题随之而来。根据中消协发布的“‘双十一’消费维权舆情分析报告”显示，在 2021 年 10 月 20 日 ~11 月 12 日 24 天的监测期内，共收集到与“双十一”相关的消费维权类信息 21,353,081 条，日均信息量约 89 万条。其中，2021 年 11 月 1 日、10 日和 11 日信息量较多，2021 年 11 月 10 日最多为 1,416,790 条。这些消费维权类信息主要通过微博、客户端、微信、互动论坛、网站、视频、数字报等进行传播，其中，微博、客户端和微信位居信息量传播前 3



为助力农民增收，杭州市临安区太湖源镇在镇、村党群服务中心打造直播间，积极培养电商人才，鼓励农户开拓直播等新型销售模式，推动乡村人才振兴和产业升级，助力共同富裕。图为太湖源镇党员志愿者和种植户在竹林直播采收雷笋，助力线上销售 新华社 发



“双十一”前，广西柳州市融水苗族自治县各电商企业积极备足融水香鸭、酸鱼、糯米柚等大苗山农特产品，以供应市场。图为广西融水苗族自治县一家电商企业的员工在打包农产品 新华社 发

位，占比分别达 36.36%、33.70% 和 12.73%。在所有消费维权信息中，“吐槽类”信息达 4,953,918 条，占信息总量的 23.2%，此类信息体现了消费者对其所接受商品和服务的负面评价，而在所有负面信息中，价格争议、虚假发货、平台营销问题最为集中。

根据相关分析数据，以及其他方面的研究资料，经过全面系统梳理，我们认为 2021 年“双十一”电子商务领域的信用风险，主要集中在促销乱象、价格欺诈、物流迟滞、售后隐患等四大方面十个关键点。

（一）促销乱象待规范

2021 年 11 月 1 日，“付尾款”“抄笔记”“促销规则复杂”等关键词冲上网络热搜，不少消费者发出感慨：“复杂规则难坏‘尾款人’！没点奥数功底都不配过‘双十一’了。”预售模式下，各种促销规则看似优惠，实则套路满满。不仅价格更贵，商品预售还涉嫌虚假宣传，宣

称的最低价、价保措施不执行、尾款金额与宣传也不符。

虚假宣传“全年最低价”。2021 年 11 月 18 日，# 欧莱雅道歉 # 冲上微博热搜。有消费者投诉称，在李佳琦直播间预售买的欧莱雅安瓶面膜远贵于“双十一”现货，要求退还差价。据悉，欧莱雅在 2021 年 10 月 13 日、14 日的官方微博中宣称李佳琦直播间将会是“全年最大优惠”，共计 50 片的面膜售价为 429 元。然而 2021 年 11 月 1 日有消费者发现，在店播直播间里 50 片面膜的到手价却只有 257 元。有消费者表示，欧莱雅在声称产品为“最低价”之后，仍后续持续放出大额优惠券，使后续价格更低。此外，还有网友表示，欧莱雅官方旗舰店直接下架预售商品链接，导致消费者无处保价也无地申诉。对于欧莱雅来说，提前将平台规则了解清楚应该成为重要工作。除了店铺活动，其还需要了解平台各类优惠券，在打出诸如“全年最大力度”等具有

绝对性质的宣传语时，需要提前进行再三核准。一旦陷入“虚假宣传”的质疑中，将对品牌形象产生难以挽回的影响。

规则复杂堪比“奥数题”。近年来，“双十一”的活动和规则越来越多，从预售、优惠券、秒杀，到拼凑满足不同的跨店满减，再到养猫盖楼、组队 PK，过分复杂。2020 年“双十一”就被消费者吐槽“规则看不懂”，2021 年不但没有精简，难度反而比 2020 年更胜一筹，更有网友表示，“不学点奥数都参加不了活动”。2021 年，“双十一”策划组生将购物节变成了全民算术大赛——天猫活动、店铺活动、直播间活动；满减、满赠加凑单……扬州的刘女士原本想在“双十一”大促期间购买一件大衣和一些生活用品，结果被各种店铺优惠券、跨店满减活动搞得晕头转向。选品只用了 5 分钟，计算优惠却花费了一个多小时，付完款后发觉也没便宜多少，“实在是心累，明年还是不要在‘双十一’买东西了，伤不起！”跟刘女士一样，许多用户都被“高难度”规则给吓退，纷纷表示已不在“双十一”购物，要做一个淡定的“旁观者”。

“订金”“定金”区别大不同。“双十一”大促期间，消费者买很多商品都需要先支付定金，付了定金又不想买了，却发现定金不能退；还有的消费者付完定金后发现，比直接买还要贵。上海市民朱女士在某电商平台看中了一款冰箱，由于该商品属于预售产品，需提前支付 200 元定金预购。交完定金后，商家却告诉朱女士要 20 天以后才能发货。由于觉得商家发货过晚，加之看中了另外一款更大容积的冰箱，朱女士便联系商家想要退款。商家却告诉朱女士：非商家责任，定金不退！朱女士随即翻看该冰箱物品介绍的详情页面，上面写着“定金支付后，消费者未在规定时间内支付尾款，定金恕不退还”。

“这就是在玩文字游戏嘛，有几个人能分清‘定金’与‘订金’的区别？”朱女士随即申请平台客服介入，在客服的协调下，商家最终同意给朱女士走七天无理由退换的流程，将在 15 个工作日退还 200 元定金。中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示，“定”和“订”，读音相同，法律后果却完全不同。定金具有担保合同履行的性质，订金只是日常习惯用语，不是法律语言，不具有担保功能。一般情况下，交付的订金视为预付款。交易成功时，订金充当货款；交易失败时，订金应全额返还，收受订金的一方即使违约，仍应承担退还订金的义务。也就是说，从严格的法律角度讲，订金能退，定金不能退。有些商家就利用这一字之差，给消费者埋下陷阱。

预售赠品“正品”变“杂牌”。在竞争激烈的购物大促中买到心仪商品本是一件美事，但辛苦抢购来的赠品出现问题，就是另一种感受了。北京的消费者李女士在 2021 年“双十一”大促期间，在天猫戴森官方旗舰店经历了这么一件事：原价购入的戴森限定版美发造型器的赠品不是配套正品的梳子套装，而是一件从产品到包装都不见戴森字样或 Logo 的“杂牌”梳子套装，官方客服称其为“戴森‘双十一’活动特别定制的全新梳子套装”。事实上，李女士的遭遇并非个例。在小红书和黑猫投诉等平台上，关于“双十一”活动期间赠品质量的投诉并不在少数，甚至还有人专门组建了“双十一”赠品维权群。针对一些官方旗舰店的赠品纠纷，北京易和律师事务所律师苗慧敏表示，原则上讲，在未经特别说明的情况下，购买商品附赠的赠品应该与商品为同一品牌，且商家有法律义务对赠品的质量负责。私自更换赠品的行为存在一定的欺诈性质，同时商家赠送产品其实也是一种销售行

为，所谓的对“赠品产品质量不负责”在法律上不被支持。

（二）价格欺诈须严惩

每年“双十一”，因价格引发的信用问题都会在数量上出现激增。根据中消协报告显示，2021 年的监测期内，共收集有关“价格争议”类负面信息 919,382 条，日均在 38,308 条左右，信息量分布呈现集中趋势，11 月 1 日舆情信息量最高，为 143,984 条。价格争议集中在 11 月 1 日，与预售价格和尾款有关：一是不少准备付尾款的消费者发现叠加各种优惠后，预售价格可能并非最优惠；二是不同直播间的差价争议、直播带货与直接下单的差价争议等。

“先涨后降”套路再翻新。价格是市场竞争的利器。每到“双十一”促销节，线上线下市场皆笼罩在“全年最低”“限时抢购”“0 元秒杀”等宣传广告当中，给消费者形成“买到即赚到”的心理预期。但实际上，一些商家“双十一”促销价格未必真实惠。“现在商家套路太深了，‘双

十一’期间竟比平时价格还高，这种‘先涨后降’的假优惠特别坑人。”原来，苏先生几个月前网购一款电脑液晶显示器，当时的成交价为 1099 元，2021 年“双十一”期间，同款的商品价格竟然上涨至 1299 元。除了部分商品存在“先涨后降”的假优惠外，有些商家打着“双十一”促销的由头，实则价格与此前相同，根本没有降。“2021 年 9 月份网购一款价值 799 元的电饭煲，‘双十一’期间，准备买一款送给父母，结果该商品页面标注促销特惠，但价格还是 799 元，与此前毫无变化。”合肥市民王女士说，商家打着“双十一”促销由头，却并未让消费者享受实惠。来自中国消费者协会的监测显示，通过消协组织多年的价格监测和消费者投诉来看，一些商家“双十一”促销价格未必真实惠，有的商家使用的是“先涨后降”的套路，有的商家设置各种花式“买赠”，实际到手价格与平时并无差别，甚至还可能会是全年最贵。

价保服务反被“割韭菜”。和眼花



临近“双十一”，安徽省淮北市各快递企业通过更新智能分拣设备、增派人手，提升仓储和配送能力，积极应对“双十一”快递物流高峰。图为 2021 年 11 月 10 日，在淮北市烈山区一家快递企业分拨中心，工作人员在分拣车间忙碌 新华社 发

缭绕的优惠券、消费券一样，各平台的价保服务也是一道道“阅读理解题”。许多消费者表示，一些商家在价保服务中埋了不少“雷”。2021年“双十一”期间知名服饰品牌斐乐因隔日发放优惠券降价200元却拒绝履行价保一事引发众多网友不满。在斐乐官方旗舰店购买运动鞋的消费者李女士表示，她于2021年10月20日晚间在店铺付定金购买了鞋和羽绒服等产品，并抢到了满2000元减700元的优惠券。11月1日凌晨，她付完了尾款，随即上午便收到了货，并拆下了吊牌。“但在11月2日晚间，斐乐直播间又放出了1万张满2000元减900元的优惠券，这不就是‘割了’200元差价吗？”据悉，在黑猫投诉平台，关于斐乐价保的投诉在“双十一”期间达到111条。在对比各大平台后，记者发现，电商的价保规则远比“同一商品若是降价可退差价”这一解释来得更为复杂。例如在品类上，黄金、鲜花、米面粮油、景点门票、电玩配件等不属于天猫的价保范畴，而京东、苏宁和唯品会则要求价保商品必须为平台自营商品。若是商品因优惠券降价，京东可以进行价保，唯品会则不在价保范围内。此外，在天猫上，一些限时限量低价优惠如秒杀、洋葱盒子试用、天猫U先样品试用和红包、运费、百亿补贴、日常天猫购物券等，也不在价保范畴里。苏宁同样将界限划得很清，带有“××天价保”或“贵就赔”服务标签的自营商品才能获得7天的价保服务。

（三）物流“爆仓”迎挑战

购物节是消费者的“狂欢”，也是快递业的“大考”。据国家邮政局发布的最新数据显示，我国快递量再创新高，2021年1月～11月，我国快递业务量已超900亿件。“双十一”期间，我国快递业务量达68亿件，平均每天揽收的

包裹超过4亿件，而在“双十一”当天，全国共揽收快递包裹6.96亿件，创下历史新高。与此同时，消费者关于快递物流的投诉也一直居高不下。2021年“双十一”期间，投递单次大幅上升，消费者的投诉也随之增多。据统计，消费者投诉较多的问题主要有快递丢失、未经同意投放快递柜、物流信息慢、网购刷单、来路不明快递、海淘伪造境外快递信息等问题。

物流迟滞疑似“假发货”。根据中消协报告显示，监测期内，共收集有关“虚假发货”类负面信息227,795条，日均信息量9491条。舆情信息量从2021年11月1日起开始增多，11月6日达到峰值为28,202条。11月1日开始，不少网友吐槽物流信息不更新，客服机器人回复无法有效沟通。舆情持续增多并充分互动后，网友开始认为根本原因是商家虚假发货，造成物流信息多日不再更新。“我在淘宝上给朋友买了一束向日葵鲜花，11月7日下的单，因为是从云南发往安徽，中间大概用了3天时间，11月10日到达所在区域公司。本以为当天就可以派送了，但是11月10日开始页面就一直显示运输中。”家住合肥的夏小姐说道，“之前买过很多次，都是3天～5天就送到，卖家也表示一般发出后2天～3天左右到达。但是这次从11月10日开始，界面就不更新物流信息，也不知道有没有派送。”夏小姐表示，直到11月14日，快递才送到，前后一共历时7天。

“二次收费”问题难禁止。“双十一”前夕，多家快递公司宣布涨价，这也是多年来一些快递公司的常规操作。然而，在取件端，不少乡镇的消费者仍旧遭遇了“二次收费”，成了被割两茬的“韭菜”。“只有巴掌大的快递，收了我3块钱取件费。”家住重庆市巫溪县徐家镇的

谭盈盈说，取件当天，快递寄存点的人在电话中告知她将送货上门。她担心送货上门会收费，便表示去自提，快递寄存点的人说，“这样就不会收费”。然而，去取件时还是被收了费，这让她很不解。当天晚上，谭盈盈向县城的快递公司投诉。该公司的负责人表示，把钱退给她。当她问到“以后在镇上取快递还要收费吗？”该负责人表示，她可以选择到县城自提或者选择邮政快递等不收“拖车费”的快递。在不少人的印象中，乡镇快递“二次收费”大多发生在物流不够畅通的偏远地区。据媒体报道，在四川甘孜藏族自治州的部分乡镇，老百姓取一个快递需要额外支付1元～15元不等的费用。

（四）售后不足营销难“闭环”

一些商家盲目追求销售量、交易额，存在售后服务缺失的现象，导致消费者对消费感受、产品质量、个性定制等方面存在的问题缺乏保障的渠道，长此以往，就容易形成恶性的线上消费环境。售后服务态度差无人回应、售后电话打不通、智能客服不“智能”……据江苏省消保委统计，“双十一”期间，相关售后服务类负面舆情信息共计有2709条，种种问题都反映了网购平台的售后服务不到位，客服质量有待提升。

人工客服“难寻”，智能客服“难走心”。依据国内网络消费纠纷调解平台“电诉宝”2021年“双十一”期间受理的全国146家互联网消费平台纠纷案例大数据分析，退货难、问题商品、客服踢皮球等投诉最为集中。在沈阳上大学的冷冰投诉反映，她购买的化妆品套装里的两瓶爽肤水在收到的时候已经碎了，她立刻联系了天猫商家，客服要求她将破损商品拍照，她照做了，然后客服便不再回复消息了。更让冷冰气愤的是，所有消息都是已读不回。值得注意的是，面对激增的

流量，各大电商对智能客服的依赖越来越强。据介绍，一名金牌客服在状态满满的情况下每日接待量可达400人次，而在智能客服系统则能够支持日均50万以上的访问量，成本更低，应答效率更高。但在给人们带来不少便利的同时，智能客服系统也常出现读不懂关键词、回答呆板、答非所问等现象，给消费者添了不少堵。江苏省消保委发布的《数字化背景下客户服务便利度消费调查报告》显示，在参与调查的消费者中，52.9%的消费者遇到过客服沟通障碍问题。遇到过上述问题的人中有71.2%的消费者称遇到机器人“答非所问”、不智能的问题，23.6%的消费者表示无法找到人工客服或遭遇人工客服踢皮球现象，反映投诉无门或问题得不到解决的消费者占比5.2%。“不走心”的智能客服还让本就不太会使用智能设备的老年人维权更是难上加难，在江苏省消保委此次调查的48个平台中，仅4个平台设置了老年专线。

短信“轰炸”信息恐泄露。与“消失”的客服形成鲜明对比的，是存在感十足的“双十一”营销短信。“双十一”节前，疯狂的营销短信让人不胜其烦；“双十一”节后，利用网购、退款信息，设下“陷阱”的诈骗屡有发生。而各种营销、诈骗短信都是源自于消费者的个人信息泄露。“亲，点亮五星好评，给您返5元现金”，消费者在拆快递时经常能发现包裹里多出这样的小纸条。另外，一些包裹标签上也会附带二维码，并配有“扫码返现”“加油券免费领”“抽iPhone手机”等文字。广东省消费者委员会调查发现，在600款受调样本中，有85款样本都附有“好评返现卡”。更为过分的是，一些商家为了索取好评而对消费者进行“信息轰炸”。从不参与好评返现活动的闫女士表示，“这次大促期间，我收到了来自短



浙江省丽水市景宁畲族自治县举办了青年职业技能大赛暨农村电商技能赛，旨在激励青年电商人才精进业务、提升技能，促进农村电商产业快速发展 新华社 发

信、卡片、旺旺消息的‘狂轰滥炸’，甚至还接到过告知‘好评返现’的电话。”

展望与建议

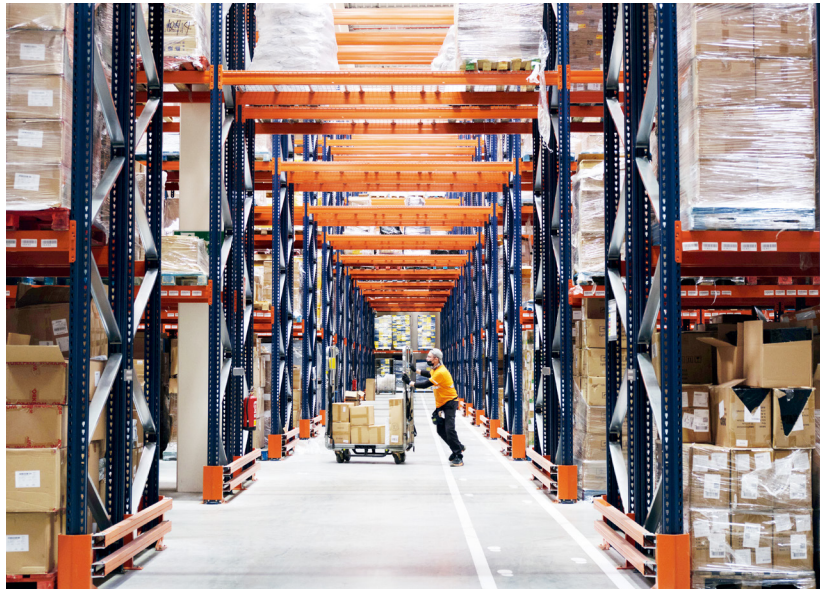
成熟的数字经济，呼唤社会诚信的支撑。新电商作为新型服务产业，成为新的源泉和动力，在促进消费、拉动内需方面发挥了巨大作用。统计数据显示，2020年全国实物商品网上零售额9.8万亿元人民币，逆势增长14.8%，占社会消费品零售总额比重达到24.9%，中国已经连续8年成为全球第一大网络零售市场。然而，在数字经济蓬勃发展过程中，依然要清醒地认识到，电商仍面临一些成长的烦恼。伴随着业态和模式的创新，一些新型违约失信问题时有发生，诚信规范监督仍有死角和盲区，还有包括网络诚信、虚假交易、侵犯知识产权等行业问题亟待解决，加强新电商诚信建设至关重要。

结合电子商务发展趋势以及目前存在的主要问题，根据社会信用体系建设

的总体要求，我们从政府、行业、平台、商家、物流以及消费者六个角度对进一步做好电子商务领域的信用建设提出如下建议：

（一）健全法律法规，填补细分领域规范空白。

2019年1月1日，我国《电子商务法》正式实施，为电商诚信建设提供了法治保障，标志着电商诚信建设从此进入了法治时代。然而，《电子商务法》过于原则，如何细化相关规定，13条诚信条款怎么细化落实，仍需要相关部门出台与信用建设相关的、具体可操作的规范。各个地方应因地制宜，结合本地的情况出台一些更有针对性的地方法规和政策文件，加强电子商务信用信息的共享。同时，建议整合与电子商务领域相关的各项法律法规、规范性文件等法律资源，及时修订《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国电子商务法》《互联网广告管理暂行办法》等法律条文，有针对性、有保障性地为直播



在西班牙，随着越来越多商家参与“双十一”大促，“双十一”正在成为与“黑色星期五”类似的消费者狂欢日。图为工作人员在西班牙瓜达拉哈拉市的菜鸟网络所设立的海外仓中工作 新华社 发

电商、跨境电商、短视频平台等细分领域制定专门的法规细则，进一步厘清各方法律责任，明确责任主体和责任追究方式，规范执法标准，严格执法程序，以便更加有效、更加精准地对电子商务领域进行全面规范与管控。

（二）加强行业自律，完善电商信用评价体系。

充分发挥行业组织作用，促进行业自律，鼓励电商企业开展诚信承诺，建立诚信企业联盟，发展信用服务机构，健全信用支撑体系，完善共治共建的市场机制，为推进国家治理体系和治理能力的现代化做出应有的贡献。同时，电子商务信用体系的构建离不开信用评价，公平公正的信用评价是建设电子商务信用体系的必要组成部分。相关部门应积极搭建电子商务领域信用体系平台，在电子商务领域开展信用建设试点示范，采用集平台内经营者、消费者、平台、银行、政府管理部门等于一体的信用评价指标体系，给予第三方信

用评价以足够的应用场景和支持力度，严格把关第三方的独立性和公正性，鼓励企业采用有效的第三方评价结果。

（三）用好现代技术，促进企业规范健康发展。

新的技术手段为打击违法失信行为提供了重要支撑，例如京东云打造了“一码到底”的防伪溯源技术，将商品从原产地到消费者的全生命周期每个环节的重要数据上链，确保全环节流转可查询、可追溯，目前该技术已服务超 1500 家企业，覆盖超 1900 个品牌的 40 万种商品，落链数据达到 10 亿级，消费者“品质溯源”查询次数超 1000 万次。此外，应鼓励平台在数据计算和服务方面进行探索，通过人工智能自动识别假冒商品的特征，对不合格商品和高风险卖家进行主动拦截，打造一个集个人信用、商家信用、平台治理及数据安全的完整的诚信系统，将商家守信信用经历的历史信息纳入评价，为不同信用档次的商家匹配不同的权益，让诚信

经营的商家有更大机会获得更多商业可能性。同时，在数据安全方面，平台要加强数据保护和用户个人信息保护，防止网络诈骗、犯罪等情况的发生，在运用技术手段开展精准营销的同时，应着力解决如何保护平台用户个人信息以及数据安全性的问题，避免“大数据杀熟”等扰乱市场秩序的行为；应注重运用技术手段实施监管，例如实现风险预警、可疑交易行为跟踪以及相关数据统计等，从技术层面规范平台参与者的行为。

（四）明确平台责任，督促引导商家诚信经营。

作为市场主体，既是参与者也是管理者，发挥着服务中介的作用。基于社会责任，平台应以国家法律法规为底线和前提，结合自身角色定位和特点，完善现有平台规则，增强管理的透明度，使之更加公平、合理、透明。在产品质量方面，平台要运用技术手段对品质进行有效的监管，提升消费者对平台的信任度和满意度。同时，要加大惩罚力度，强有力的执行力度是保障法律法规能够起到作用的关键，其重点正是要严格执法、依规办事。要加大对失信的电商经营者的处罚和反击力度，曝光违法违规失信行为，依法对其进行监督和管理，对于商家存在的失信行为，尤其是借助网络虚拟性和隐蔽性进行的违法交易，加大查处力度，对虚假发货、质量隐患、网络水军、刷单等行为予以严肃处理，引导商家朝着诚实守信健康产业发展，提升整个网络电商服务水平。

（五）提高服务质量，推动物流配送电商发展。

根据国家邮政局中国快递大数据平台显示：2021 年我国快递业务量已达 1000 亿件，这是我国快递年业务量首次突破千亿级别，已连续 8 年稳居世界第一，日均服务用户近 7 亿人次。从数据

量来看，近年来快递业务量整体规模持续扩大。2007 年~ 2021 年，快递行业业务量从 12 亿件增至 1000 亿件 / 年，14 年时间实现近 84 倍规模扩张。随着“千亿件时代”的来临，物流行业到货加价、“二次收费”、丢件、漏件、配送迟滞等问题接踵而至。目前，打造匹配这一数量级的优质配送服务和良性竞争环境，是反对快递物流行业“内卷”的重中之重。首先，应对快递企业进行监管，相关部门联合出台政策，规定对快递企业送货形式区别定价，严厉禁止“盲目涨价”“二次收费”等违法行为；其次，通过增加智慧管理模式等方式，加强规范快递员服务行为，给予快递人员相应的激励机制，根据运送的商品的重量、体积、被服务对象的满意度及抽查等相关的结果，构建一个精细化的快递人员服务质量的监督评价体系，从而形成一种良性的激励机制，从根本上提高物流行业服务质量。

（六）严厉打击“羊毛党”，培养消费者良好维权意识。

实际上，职业“羊毛党”发展已久，并早已呈团伙化、规模化、自动化趋势。业内估计职业“羊毛党”已超过百万，市场规模超过 1000 亿，已然薅出了“羊圈生态”。而作为被薅的商家，不但没有吸引到计划数量的目标用户，反而成为了“羊毛党”赚钱的手段。这不仅浪费了推广人力和资金，也因为真正用户无法获得优惠券、活动提前中止等给品牌带来一定的负面影响。因此，要对存在“薅羊毛”、虚假退货骗取运费险、恶意退换货等失信行为加大打击力度，及时纳入不良行为记录，扩大失信交易惩罚的执法范围，加大执法力度，为交易双方和电商平台营造一个良好的信用法制环境。据中国消费者协会发布的《直播电商购物消费者满意度在线调

查报告》显示，从消费者的维权认知与经历来看，有 37.3% 的受访消费者在直播购物中遇到过消费问题，但仅有 13.6% 的消费者遇到问题后进行投诉，表明消费者对于维护自身合法权益缺乏足够的耐心和信心，在一定程度上也助长了乱象的滋生蔓延。建议加大对网络直播类消费教育和消费维权的宣传力度，引导民众树立科学理性的消费观念和安全健康的消费习惯，鼓励广大消费者积极参与到行业监督之中，养成良好的维权意识和维权习惯，促进电商行业健康持续发展。

小结

第十三个“双十一”落下帷幕。这是疫情以来的第二个“双十一”，是互联网环境发生深刻改变以来的第一个“双十一”，也是“二选一”被取消后的第一个“双十一”。作为“双十一”的发起者，阿里巴巴最终交出的答卷是成交额 5403 亿元，其他平台也都交出了各自的“答卷”。不再执着于数据，不再视增长为唯一导向，

已成为平台、商家、消费者乃至全社会的共识。“双十一”已然来到了一个转型周期，需要经历一个破茧成蝶的过程。无论如何，在未来很长的一段时间里，“双十一”仍然是观察国民经济运行的一个重要窗口，对国民经济发展的信心提升，仍然有着强烈的心理作用。在电子商务领域，夯实企业责任、加大技术创新、强化舆论监督、健全社会组织、完善信用服务、提升诚信意识，还有待于政府、企业、社会的多方参与、共同努力。向阳而生，向光而行。在通往网络强国的路上，诚信建设始终不忘初心、始终方向笃定。习近平总书记强调，法治意识、契约精神、守约观念是现代经济活动的重要意识规范，也是信用经济、法治经济的重要要求。我们相信，只要法治兜底、技术赋能，发挥合力效应、筑牢诚信基石，下一个“双十一”购物节将价格更加透明化、玩法更加简洁化、服务更加贴心化。

（报告编制：《中国信用》杂志编辑部电子商务领域信用建设研究课题组）



王小桦是甘肃省陇南市康县王坝镇王家坝村村民。看着身边的一个个村庄变身美丽乡村，她萌生了展现家乡生活美景的想法。图为王小桦在陇南市康县寺台镇罗湾村拍摄短视频推介村民家中的柿饼 新华社 发

附件一

“双十一”网购综合信用评价报告十个正面案例



1、北京丰台启动“双十一”网络交易监测覆盖 5000 余家线上经营者

北京市丰台区市场监管局在 2021 年“双十一”前部署了网络市场监管“网剑”专项行动，聚焦电商平台主体责任、竞争秩序问题、重点商品和服务以及消费痛点问题，加大执法办案力度。目前，该局已启动“双十一”期间网络交易监测，覆盖全区 5000 余家线上经营者。

据介绍，2021 年“双十一”期间网络交易监测应用了该局自主开发的“慧眼监管”系统，建立“双十一”期间丰台区网络交易线上监测模型，采集获取参加“双十一”线上促销活动的丰台区企业的商品、预售商品信息，全面掌握“双十一”期间丰台区网络交易市场整体情况，锁定违法行为，目前，5000 余家线上经营者纳入监测。

2021 年“双十一”前，该局还召开了“双十一”集中促销活动线上行政指导会，利用视频会议形式对辖区平台企业进行行政指导，一方面，在促销期间，要把好平台准入关，落实审查核验义务；提高促销行为的公开化和透明度，禁止采取“先提价后打折”、虚构原价、不履行价格承诺等违法方式开展促销；禁止虚假交易、刷单炒信、虚假评价等不正当竞争违法行为发生；规范促销广告内容，加强知识产权保护，做好违法违规商品清查和假冒伪劣产品及时采取禁限措施；增强售后服务管理及时解决消费投诉力度，畅通消费者的投诉渠道，妥善处理好消费者诉求。

（来源：北青 - 北京头条）

2、上海警方联动快递企业送反诈“大礼包”

2021 年“双十一购物狂欢节”来临，在上海，不少民警走上了快递流水线，与快递员一起分包裹、贴标签。

原来，这是上海市公安局静安分局为进一步加强反诈宣传，在江宁地区联动各家快递企业，共同试点开展的一次反诈宣传“特别行动”。“反诈邀请函”“反诈包裹”“反诈宣传手册”……一整套印有“全民反诈警民同行”标签的反诈“大礼包”连同包裹，一起发到居民手中。



近年来，河北省邢台市南和区依托当地宠物产业和数字乡村建设优势，大力发展电商经济，不断延伸宠物产业链条，助推区域经济高质量发展。图为在河北省邢台市南和区贾宋镇数字乡村云仓，工作人员在分装宠物产品 新华社 发

日前，已经有不少市民收到了经过警方“加工”过的快递包裹。市民王女士说：“近几日的快递都印有反诈提醒标语，当面签收时，快递员还会现场发放警方的反诈宣传折页和反诈宣传手册，并提醒要她下载安装国家反诈中心 App，开启‘诈骗预警’功能，可以说相当用心。”

江宁路派出所教导员王初表示，此次行动的初衷，是为了进一步提高地区居民抗风险，防诈骗的意识和技能，以“双十一”为契机，以快递包裹为载体，在短时间内突破原有的反诈宣传覆盖面。同时，静安警方还将进一步尝试跨领域、跨行业联动合作机制，希望更多企业、民间组织和个人加入静安反诈联盟。

（来源：澎湃新闻）

3、福建市场监管部门对 11 家电商企业集中促销开展行政指导

为规范福建省电商平台（企业）网络集中促销活动，保护消费者的合法权益，维护健康的网络市场秩序，2021 年 11 月 10 日，福建省市场监管局联合福州市市场监管局组织召开规范“双十一”网络促销经营活动行政指导座谈会，约谈了阿里、京东、抖音电商、永辉、朴朴等 11 家电商平台（企业）驻闽有关机构代表。

会议传达了市场监管总局《关于规范“双十一”网络促销经营活动的工作提示》《福建省 2021 网络市场监管专项行动（网剑行动）实施方案》，明确工作要求：要共同确保“双十一”促销活动平稳有序。电商平台（企业）要严格落实主体责任、严格规范促销行为、严格规范广告发布行为、严格禁止不正当竞争行为、严格防范经营假冒伪劣商品行为、严格禁止销售违法违规商品、及时妥善化解网络消费纠纷。要贯彻落实 2021 网络市场监管专项行动（网剑行动）。电商平台（企业）要突出对自身主体责任的落实、突出对平台内经营者的监测监管、突出对消费者和经营者合法权益的保护。要切实强化网络市场协同监管和社会共治。市场监管部门要落实线上线下一体化监管，分工协作、形成合力，强化政企协作社会共治，形成平台自治与政府监管的良性互动，共同引导平台内经营者提高守法经营意识，为福建省网络市场营造一个风清气正、公平有序的发展环境。

会上，各电商平台（企业）代表就履行主体责任以及参与“双十一”网络集中促销活动情况进行了汇报。福建省市场监管局价监处、广告处、餐饮处等 11 个相关业务处室和福州市市场监管局网监处参加会议，并对平台企业予以指导。

（来源：人民网）

4、哈尔滨快递员骑半小时三轮车用扳手敲开冰冻快递柜门

2021 年 11 月 8 日，黑龙江哈尔滨市道里区，市民张小姐在小区门口取快递时，发现快递柜门被整片冻上，快递小哥到场后熟练地用扳手将冰敲开。快递员称，已经不是第一次敲冰。

“哈尔滨人不骗哈尔滨人，快递在快递柜的今天别取了，我等了半小时才等来快递大哥帮我凿冰。”张小姐在社交平台发布的视频显示，快递柜门被整片冻上，覆盖着一片薄薄的冰层。快递员正用扳手一点一点将冰层敲碎。整个快递柜门被敲开之后，快递员的手被冻得通红，身穿的外套也全部被打湿了。

张小姐表示，自己是下午 3 时许到小区门口取的快递，扫了屏幕之后才发现快递柜门全被冻上了。她尝试敲开柜门未果，只好给快递员打电话求助。快递员二话不说，骑半小时三轮车来到小区门口，用扳手将柜门外面的冰层全部敲开，并帮张小姐重新操作取出了快递。

张小姐表示，以前没有遇到过快递柜门被冻上的情况，前一天哈尔滨天气恶劣，下的是雨夹雪，风还大，这才把快递柜门给冻上了。她感谢快递小哥的帮助，也希望大家在恶劣天气中对快递员有更多理解。

（来源：极目新闻）

5、物流与商家联动使用“绿色包裹”发货绿色回收成新风尚

来自菜鸟绿色物流的数据显示，2021 年 11 月 1 日~14 日包括使用电子面单、原箱发货、装箱算法、驿站绿色回收和寄件等行为在内，菜鸟、商家和消费者合计产生 18 亿次绿色行为，减碳 5.3 万吨。这个“双十一”，绿色回收俨然已经成为一种新的社会风尚，3000 万人次查看了自己的绿色物流“个人减碳账单”，480 万人线上线下参与和分享了“快递包装回收换鸡蛋”活动。

国家邮政局监测数据显示，2021 年 11 月 1 日~11 日，全国邮政、快递企业共处理快件 47.76 亿件，同比增长超过两成。其中，11 日当天共处理快件 6.96 亿件、再创历史新高。从 2021 年 10 月 21 日预售开始至 14 日，从菜鸟仓发出的“绿色包裹”（含原箱发货、回收箱利旧发货、无胶带拉链箱以及环保寄件袋）超过 9000 万个，减少的胶带长度超过 8400 万米。

除与商家联动“绿色包裹”发货，从仓储到配送，2021 年“双十一”菜鸟在全链路绿色物流上也在不断发力：位于上海嘉定、武汉江夏和黄陂、东莞清溪、杭州下沙等地的 6 个菜鸟物流园区全部使用上了清洁能源发电，合计发电量达 87,000 度 菜鸟电子面单在加速推进行业数字化的同时，





从“汗水流淌”到“智慧流动”，物流智能装备制造业的发展赋予了快递业越来越多的“科技感”。在“全国快递科技创新试验基地”——安徽省芜湖市南陵县，快递物流智能装备制造产业发展迅速，集聚了快递收寄、分拣、运输、投送、仓储各环节智能装备制造项目，以及一批业内知名企业。图为工作人员在介绍一款快递配送无人车 新华社发

也在帮助全行业减排。2021年11月1日~14日，全行业使用菜鸟绿色一联单的包裹量达16亿件，相较于传统纸质五联单可省下的纸张相当于少砍伐3700平方米森林。

（来源：新民晚报）

6、浙江金华100个“红色驿站”护航“双十一”

“方先生，您在家吗？这里有个快递给您送上来。”近日，浙江省金华市婺城区中山路社区党员志愿者，正在社区“红色驿站”帮助快递小哥为居民配送包裹。

针对“双十一”快递体量剧增、人手紧张等问题，从2021年11月初开始，婺城区在全区100个“红色驿站”内推出快递临时代收、代送服务等，辐射整个城区，切实解决快递小哥的后顾之忧。

为确保“红色驿站”的高效运转，以街道党工委为单位，健全工作制度，挑选200余名政治素质好、热心公益事业、热心公益事业的党员干部，组成“红色驿站”党员志愿服务先锋队，由快递物流单位进行岗前业务培训，培训后入驻“红色驿站”，每个“红色驿站”至少安排两名党员志愿者，常态化开展快递临时代收、上门配送等系列志愿服务。

为保障快递顺畅流通，区委组织部、交通运输局等部门组成“金茶花家里人”助企服务团，深入电商、物流企业一线，坚持问题导向，查找、研判“双十一”期间存在的问题隐患，发挥职能优势，推出暖心大服务、业务大培训、安全大排查、交通大疏导、应急大保障的5大行动，

全力护航“双十一”。

（来源：中国组织人事报）

7、兰州铁路增加运力供给助力“双十一”

2021年铁路电商黄金周运输服务启动以来，中国铁路兰州局集团有限公司综合考虑疫情防控、市场需求、列车开行等因素，科学统筹抓好安全生产和运输组织，采取动车组列车空间、补挂行李车等措施，增加运力供给，推进“公转铁”运输，提升疫情防控物资和人民群众生产生活物资的运输服务品质。

2021年11月1日至20日“双十一”电商黄金周期间，共发送货物31,087件542吨，其中各类防疫及重点生产生活物资25,176件477吨。同时，共有超过430吨来自全国各地的防疫和重点生产生活物资及电商快递“乘”高铁或行李车到达兰州，到发总量近1000吨。

2021年“双十一”期间，中国铁路兰州局集团有限公司与中铁快运兰州分公司加强沟通协调，密切配合，在持续做好电商快递和生产制造企业物流服务的基础上，重点抓好抢运防疫物资、生活物资和生产资料。

精准对接防疫物资运输需求，推出防疫物资高铁快运“专人专送当日达”新服务，千方百计满足防疫物资运输需求；想方设法用好用足运力资源，全力保障重点生活物资和生产资料供给，帮助人民群众和生产制造企业共渡难关。

为助力乡村振兴，中国铁路兰州局集团有限公司与中铁快运兰州分公司主动满足甘宁两省区水果、牛羊肉等生鲜农产品运输需求，充分发挥高铁运输快速便捷优势，积极探索现代物流服务与生鲜农产品运输新模式，提供兰州百合、静宁红富士苹果、宁夏牛羊肉等新鲜农产品全程物流服务。2021年“双十一”期间，共发运各类农产品1175件、9929公斤，通过“高铁带货”助力甘肃、宁夏特色农产品走向全国。

（来源：兰州铁路）

8、电商平台打击钱币行业违规行为 111家商户被处罚

为净化钱币类目及珠宝首饰行业营商环境，给用户带来更具信任感的购物体验，快手电商平台近期对钱币商家进行了重点抽查和关注。据了解，一些百万级月GMV的商家也因违规被查。

据悉，从披露的公告中可以看到，截至2021年11月30日，共有111位商户、带货达人因发布其他平台信息违规被查，其中1位被处以下架全部商品、禁止上架

新商品5天；5位被处以下架全部商品、禁止上架新商品3天；其余被处以警告。据了解，还有31位商家因违规使用极限用词、商品信息不合规等，直播间被处不同期限的封禁。

此次抽查，是快手电商为打造极致信任的又一动作。2021年7月，快手电商提出了2021年的三大战略，分别是大搞信任电商、大搞品牌、大搞服务商，这也是快手夯实直播电商基础设施的核心思路。事实上，熟人之间的下单决策和陌生人之间的决策本质上是两套链路。陌生人之间的交易，需要由平台去搭建信任机制，这也是快手提出“大搞信任电商”要做的事情。

快手电商副总裁、快手电商体验负责人罗琼曾公开表示，快手强调的信任，并不是一个简单的口号，而是一套机制，借助这个机制，商家能够快速与消费者建立起熟人关系，从而降低他们的消费决策门槛。

（来源：上游新闻）

9、“诚信标签”让“双十一”订单至少翻一番

“这张小纸片是我们的‘法宝’，因为它，2021年‘双十一’的订单起码比往年翻了一番。”2021年11月11日上午，在江苏宿迁市沭阳县颜集镇的堰下村，村民周小卫十分兴奋。与其他“淘宝村”一样，这里的全体村民都在为“双十一”忙碌着，特别的是，这里出去的所有包裹上，都贴着一个诚信标签。

沭阳县拥有各类活跃网商4.5万家、物流企业282家，先后获评“全国首批电子商务进农村综合示范县”“电商示范百佳县”“江苏省电子商务十强县”等荣誉称号。农业电子商务正成为沭阳农业现代化建设的风向标。

平均每秒有15.8件快递从沭阳寄出，“双十一”更是发货的高峰期。2021年11月9日，在沭阳经济技术开发区的圆通速递公司，仓库里已经堆满了货物，工作人员正忙着卸货、拣货、登记信息、装车等工作，数不清的包裹在高速运转的全自动分拣机上流动。自2021年11月1日起，该公司出港日均22万票左右，与平时相比增长20%左右，预计“双十一”这天会增长到26万票左右。

诚信经营给各个从事电商的村民带来的红利，在“双十一”这段时间尤为明显。“平时每天销售额能有万元左右，今天订单量超过10万很有希望，这个成绩比往年都要好。”同样签订了《诚信经营村规民约》的新河镇村民魏良余介绍，通过几个月的诚信经营承诺，他经营的干花、绿植、化妆品店铺收获了一大波好评，不仅在电商平台的排名稳步上升，

更吸引了很多回头客，让大家实打实地感受到了诚信的力量。

（来源：新华日报）

10、杭州市场监管直播科普“双十一”如何避坑医美虚假宣传

2021年11月9日，浙江省杭州市市场监管局在抖音平台开展放心消费“双十一”主题直播活动。直播间内，执法人员将前期着重搜集到的网络案例、一线维权案例和自己亲身经历的事情，进行普法宣传和消费提醒，并呼吁商家守法，收获了广大网友的关注。

在直播间里，两位执法人员提醒广大网友注意辨别医疗美容的虚假宣传现象。“据不完全统计，全国医美机构超过3万家，而拿到美容外科主任医生证书的医生不超过5000人。一些医疗机构以所谓名医名师、专业医疗资质等噱头，为医疗美容效果背书，很可能是虚假宣传，大家应该谨慎辨别，理智消费。”

执法人员还给广大网友科普如何进行消费维权：“大家可通过12315 App、小程序等网络平台直接上传证据，属地的市场监管部门会及时为大家提供‘一对一’的维权服务。”

杭州市市场监管局工作人员表示，新媒体时代，相较于长篇的文字，视频、直播等方式更受欢迎。为了让大家多多关注和接受官方信息，他们做出了许多改变和尝试，比如拍摄普法小视频等。希望通过这些尝试，能把消费热点内容带给大家，切实解决一些消费疑难问题，也呼吁大家多多运用维权渠道和法律武器，维护自身的合法权益。

（来源：中国网健康）



随着“双十一”网购高峰期到来，商品交易量骤增，哈尔滨市邮政快递企业对所有寄递邮件、快件实行“先消毒、后分派”制度，助力疫情防控。图为在中国邮政哈尔滨邮区中心局邮件处理中心，工作人员对快递包裹进行消毒 新华社发

附件二

“双十一”网购综合信用评价报告十个反面案例



1、冒充客服 呼伦贝尔一市民被骗 9 万余元

日前，记者从内蒙古自治区呼伦贝尔市海拉尔区公安分局了解到，“双十一”期间，海区某市民向冒充某平台的财务工作人员，提供了银行卡验证码，被骗取 9 万余元人民币。

据了解，受害人在家中接到电话，对方称是某平台的财务工作人员，因为他们工作的失误，把受害人变成某平台的代理商，如果本人不取消每个月就会扣除 500 元的代理费。随后受害人询问如何才能取消，电话里说有两种方式，线上和线下，线下需要拿着身份证去呼和浩特市办理，线上可以转接银行客服。受害人选择线上，然后转接到自称是建设银行的客服，说不用告诉他们卡号，只要告诉姓名就可以，客服说查到了这笔业务，对方要求受害人向自己银行卡里转账。在对方的指引下，受害人陆续向自己的账户转了 9 万余元，随后受害人接到公安机关的电话询问是否被骗，才意识到卡里钱已被转走随即报警。

公安民警提示，当“客服”联系你时，一定先联系官方平台，咨询具体情况，发二维码、网页链接、索取身份证信息验证码的都是骗子。正规网络商家退款无需提前支付费用，办理退款到官方购物平台，不要私下联系。

（来源：呼伦贝尔日报）

2、“双十一”网购爆款产品存抄袭乱象，平台店员称投诉难

“双十一”购物节火热进行中，各大电商涌现出一批“爆款”商品。同一个电商平台，同一个“原创爆款”，图片和商品详情页也一模一样，价格却相差巨大，它们的质量如何？

近日，有消费者表示，她在一家店购买了和某原创女装店铺的“爆款”相同的一款服装，该商品的图片介绍和原商品一样，但商品到手后她发现，“衣服质量很差。”

有媒体在电商平台上随机选择了几家原创女装店，并挑选其“爆款”商品在同平台进行搜索，发现有大量店铺展示的模式图片，与相关原创女装店的图片一模一样。而相关原创女装店的客服表示，商品只通过旗下店铺销售，“那些是盗版的，面料不同，一分价钱一分货”。

根据相关电商平台的介绍，未经许可在公开展示的信息中擅自使用他人的图片，即属于盗图侵权。某平台店员向南都记者表示，2021 年以来，向平台申诉变得比之前更加艰难，“投诉了以后对方还继续在用”。其表示，店铺的模式图甚至被多家店铺盗用，且销量都不低，已经严重威胁到了店铺服装的销售。但当他投诉时，很多都显示为“申诉不成立”，盗图的衣服仍可以继续上架。

（来源：南方都市报）

3、“尾款人”早买入却难收货 “双十一”留下“后遗症”

2021 年 11 月 15 日，家住上海的陈女士还未能完全收到自己在 11 月 1 日 00: 30 付尾款的一套共计 32 片的面膜。

“我是在直播间下的单，先在 10 月 20 日左右预付了 50 元订金，11 月 1 日用跨店每 200 元减 30 元优惠政策付了尾款。11 月 2 日就发货了，11 月 5 日显示到了上海，之后物流就没了信息。”陈女士说道，自己购买的这套面膜来自某化妆品品牌旗舰店，算下来面膜折扣价格大约为 12 元一片，原价约 30 元一片。

就在 11 月 11 日当天，她收到了自己反复催促的面膜——一个已经开口并且被压扁了的快递包，里头只有大约 30 片面膜，卖家承诺送的小样也都已经丢得七七八八了。



在第四届进博会上，众多参展商在展台进行融合电商直播，将展品在电商平台即时“上架”，通过进博会的平台和契机，让展品变成热销的商品，促进线下和线上联动，让消费者可以方便快捷地购买到展会好物和“网红”展品。图为在进博会消费展区，展台的工作人员在电商平台进行咖啡机专场直播 新华社发

“快递直接把包裹往家门口一放，根本没有叫我当面签收。”这一天，陈女士把快递包裹及内里面膜拍了照片向卖家反馈，但卖家以“服务员太忙”为由拖延至今。

最近，像陈女士一样被“‘双十一’后遗症”困扰的“尾款人”不在少数。“亲，你可以申请退货、退款哦”“亲，你可以拒收快递，然后申请补发，补发仓库备货 4 天~ 5 天，不支持指定快递公司哦”……此外，还有消费者反映，“双十一”购买的化妆品被分成了“小样包裹”和“正装包裹”两份，而平台显示的“已发货”数据，仅为率先发货的商品“小样”，“正装”产品却迟迟未到，又无法申请退款、退货。

（来源：中国青年报）

4、“补刀”式诈骗上线 冒充快递客服忽悠退款

2021 年的“双十一”你抢购了吗？在疯狂“买买买”后，相信大家最期待的就是快递能早点儿送上门。2021 年 11 月 17 日，太原市反诈骗中心发布紧急预警，就在广大市民日夜想等待快递的时候，骗子为“双十一”量身定制的“补刀”式诈骗手法已抢先上线。

2021 年 11 月 12 日，家住小店区的李女士接到一个自称是某快递客服的电话。对方称，由于他们的工作失误导致快递丢失，现要对李女士进行赔偿。

“我当时就觉得现在快递的服务真是到位，丢了货物，立刻打来电话就要赔偿，而且态度还特别诚恳。”李女士称，根据对方的指引，她很快便从支付宝的“备用金”中取出了 500 元。此后，对方谎称这就是退款，但是多余的钱需要走理赔通道退回去。随后，对方又让李女士下载了一个屏幕共享 App 指引其继续操作，并以认证资金等理由频繁要求李女士向银行索要短信验证码。通过屏幕共享 App，骗子轻易掌握了李女士所有验证码信息。

直到李女士银行卡内的 20 万元被悉数转走，骗子才将其“拉黑”。案件发生后，李女士这才想到报警求助。警方表示，“双十一”后，冒充客服退款和冒充快递公司理赔类诈骗会成倍增加。

消费者一旦与这些骗子搭上钩，骗子就会诱骗消费者脱离正规网站进行交易。待消费者转账后，骗子就会逃之夭夭。所以在进行二手交易时，一定要到正规网站进行，对于陌生人发来的二手交易平台链接要提高警惕，切勿接收对方发来的任何文件。

（来源：山西晚报）



5、网购遭遇“售后骗局” 郑州已有人被骗数千元

2021 年 11 月 1 日，家住郑州金水区的张某在某平台上购买了一件外套。11 月 3 日，其接到一个自称是其所购外套生产厂家的电话，对方称其购买的衣服质量不合格需要召回，让其点开一个“XXXX 网商购物退款申请”的链接进行退款操作。

随即，张某按照犯罪嫌疑人的要求在该链接内完善信息，在告知对方验证码后，银行卡内的 5999 元钱被转走。

张某转账过后，犯罪嫌疑人称只是对其的身份及银行卡进行验证，以此来确认是张某本人操作，5999 元的转账随后会自动退回张某的银行卡，而张某的购物退款需要通过“蚂蚁借呗”退还。

张某由于不会使用“借呗”，就按照犯罪嫌疑人的提示操作借出 4000 元，随后犯罪嫌疑人称“大衣只有 2300 元，而我们退了您 4000 元，需要您再给我们转账 1700 元”，张某看确实有 4000 元打入自己的银行卡，就按照骗子的要求转账。这时同事发现张某不太对劲，一问发现张某被骗，才赶紧报案。

和张某类似，王某也遭遇了网购骗局。2021 年 11 月 9 日，王某在某平台上购买了一件外套。一天后，其接到一个自称是其所购外套的生产厂家的电话，对方称其购买的衣服质量不合格需要召回，让其通过支付宝添加一款软件进行退款操作。

王某按照犯罪嫌疑人的要求在该软件内完善信息，从中借出 4000 元，扣除购买外套的钱后，将剩余的钱转给对方。

转账过后，犯罪嫌疑人称，王某的还款没有验证成功，让其通过“蚂蚁借呗”再借出 4000 元，扣除购买外套的钱后，通过支付宝扫描二维码的方式向其转账。

王某按照犯罪嫌疑人的要求进行操作后，对方仍称验证失败，让其继续进行操作，王某查询其支付宝交易明细后发现借款全部被用来充值游戏点卡。

（来源：河南商报）

6、假客服诈骗套路多 深圳市民莫名成为“加盟商”

前不久，深圳市民方女士在公司上班时，接到自称某平台某服装网店员工的电话，对方表示误将方女士设置成为该品牌的加盟商，每月系统将会扣除 500 元~ 6000 元手续费，需要方女士联系银行才能取消。

方女士信以为真，急忙询问如何取消，接着对方将电话转到“银行客服”。按照“银行客服人员”指示，方女士将所有资产通过手机银行转到指定账户，前后转账 4 次，共计 8949.97 元。没想到转账成功后，对方称方女士没有如实告知财产，需在“微粒贷”贷款 2.9 万元转账，方女士这才意识到被骗，随后报警求助。

无独有偶。在 2021 年“双十一”期间，朱某也接到一个自称“得物”客服员工的电话，称不小心把其设置成供应



2021 年，各平台积极将绿色环保理念传递给消费者

商，需要联系银行客服取消供应商身份，否则系统每月将扣款 790 元。该客服以帮忙为由联系银行客服，之后朱某按照客服步骤一步步操作，被骗走 10,641 元。

深圳警方表示，“双十一”期间，假冒“客服”类诈骗频发，很多人听到骗子说出订单的详情后，就会产生信任，按照对方要求打开进行转账。在这种诈骗中，母婴类商品是重灾区，而妈妈们正是主要受害人群。

（来源：深圳商报）

7、南京市民遭遇“快递丢失理赔”骗局 损失 4 万余元

2021 年“双十一”过后，南京市民高女士遭遇了“快递丢失理赔”的骗局，损失了 4 万余元。

2021 年 11 月 20 日，高女士接到自称是某物流客服电话，说她在网上购买的一件商品在运输过程中丢失，要赔偿她 100 元，并报出了网购信息。高女士回忆后，确实买过这个商品，想到价值也不高，觉得赔偿金额还可以，于是就同意了。随后，她收到对方发来的一个链接，对方告诉她点开链接就可以收到赔偿了。高女士点开后，显示自己收到了 500 元。不久，对方就打电话过来，表示由于自己操作失误，多转给了高女士 400 元，请她将钱退还，并提供了自己的银行卡号等信息。高女士按照对方的要求进行操作后，谁知对方又说她的操作出现了问题，导致系统显示超时卡单，系统需要扣除高女士一定的手续费。同时，对方还说，系统还提示她的卡内余额太高，后期操作无法正常办理，要将其所有资金归集上报系统报备。

高女士听后，担心自己的资金真的会出问题，于是在对方忽悠下添加了对方的社交软件账号。对方让高女士下载了某软件进一步与其交流，高女士便立刻下载了软件。在软件中，对方向高女士发来解除扣费的协议书，并让她将捆绑在支付宝上的所有银行卡内余额都转至他提供的账户上，说这样才能保证钱款安全。被焦虑冲昏头脑的高女士在一天内分 4 次进行了转账，共计 44,321 元。所有操作都完成后，高女士将情况向对方告知，谁知对方已将她拉黑。

这时，高女士才意识到自己被骗了，赶紧向南京秦淮警方报了警。目前，警方已立案侦查，相关工作正在进一步开展中。

（来源：扬子晚报）

8、“虚假打折”构成价格欺诈 舟山消费者叫真“福袋”陷阱

2021 年“双十一”期间，浙江舟山的滕先生在某电商平台购物时，在某服装公司设立的旗舰店购买了“【超值幸运福袋】男装福袋【款式随机】”，支付了 949 元。结果收货后却发现福袋内商品为同期商铺内标价 799 元的大衣一件（如使用“双十一”各种购物券及优惠券，实际该件大衣购买价格要远低于 799 元）。

在联系商家维权无果后，滕先生将其诉至法院，要求服装公司退款退货及三倍赔偿共计 3796 元。服装公司辩称，福袋统一价格 999 元，商品销售界面标明福袋款式随机，其销售页面醒目标注的“¥2399”字样对应该商品衣物吊牌上载明的价格；大衣售价 799 元为达到各种优惠标准后的价格，实际价格远高于 999 元，活动销售福袋内部商品价格均高于 2399 元，因此没有欺诈故意，也没有欺诈行为。

最后，法院经审理认为，服装公司在销售涉案福袋页面通过标注远高于涉案商品实际销售价格的方式，诱导消费者与其进行交易的行为，构成价格欺诈，滕先生有权要求服装公司退货退款。依据消费者权益保护法的规定，法院判决服装公司退还滕先生购物款 949 元、赔偿滕先生 2847 元，滕某将涉案商品退还服装公司。

（来源：澎湃新闻）

9、“店小二”设陷阱 泉州网店被骗 3 万余元

“双十一”掀起购物热潮，与此同时，网络购物诈骗活动也随之猖獗。据福建省泉州市反诈中心民警介绍，近年来，骗子不仅将目光放在网购的消费者身上，也盯准了开网店的商家，不少骗子以“客服介入”“店小二”的身份对商家实施诈骗。

家住泉州的何女士经营一家网店已经两年多了。11 月 14 日，她接到自称网购平台“店小二”的电话，称后台取消客户订单需要客服介入，并添加其 QQ 好友。因为在线验证等需要，“店小二”让何女士一边 QQ 通话，一边接受远程电脑操控。对方先以缴纳保证金为由，让何女士购买了 5000 元积分卡，又以刷店铺流水为由，让其向指定银行卡转账 3 万元。当何女士要求退款时，才发现被对方拉黑了。

泉州市反诈中心提醒，不管是消费者还是经营者，都不要向任何陌生人转账、汇款，不要在陌生链接中付款，不要接受陌生文件或随意扫描陌生二维码付款；收到退款信息时请仔细辨认，正规的退款流程是在官方网站或 App 上进行操作的，购物网站的退款绝对不会让人在网站之外操作，更不会要求输入银行卡、密码等信息；另外，任何一个验证码都有可能和您的款项相关，都不要告知他人。

（来源：泉州晚报）

10、直播发布违法医疗广告 成都一医美机构被立案调查

近期，成都市市场监管局针对“双十一”期间医疗美容广告宣传开展专项监测，对涉嫌违规的 11 家医疗美容机构、相关第三方平台和属地监管部门进行集中约谈；对某医疗美容机构网络直播营销过程中发布涉嫌违法广告行为进行执法检查，青羊区市场监管局已开展立案调查。

据了解，医疗美容广告属于医疗广告，应当在发布前由卫生行政部门、中医药管理部门对广告内容进行审查。成都市市场监管局指导行业协会制定了医疗美容广告内容合规审查规范，着重梳理了医美广告九类常见违法违规情形，引导行业自律守法经营。

医美广告违法违规的九类情形有：制造“容貌焦虑”；对商品或者服务的有关信息作虚假或者引人误解的表述；未经审查发布医疗广告；保证功效，利用代言人、患者、医护人员作证明；变相医美广告；食品、保健品、化妆品宣称具有治病疗效；损害未成年人身心健康；宣称含有医疗用毒性药品、麻醉药品、精神药品等特殊药品以及广告发布平台未尽管理责任。

为进一步加强成都市医疗美容广告监管执法，有效维护医疗美容广告市场秩序，助推成都“医美之都”建设，成都市市场监管局组织开展医疗广告专项整治，截至目前，共查处广告案件 71 件，罚没金额 365.79 万元。

成都市市场监管部门将持续严厉查处医疗美容广告违法行为，重拳打击危害性大、群众反映集中的医美广告问题。成都市市场监管部门提醒广大医疗美容行业市场主体，应认真落实主体责任，做好医疗美容广告内容审查工作，依法规范自身广告发布行为，共同维护好成都医美市场秩序。

（来源：封面新闻）

（责任编辑 孟佳惠）

舟山：海上花园城 绘就“信”蓝图

◎文 / 本刊记者 吴限

“城在海中，海在城中”，舟山，全国唯一建置在群岛上的地级市，1390个岛屿如一颗颗璀璨的珍珠镶嵌在东海之滨，犹如一幅全域美丽的海岛画卷，散发着海上城市的独特魅力。

近年来，舟山大力发挥生态城市优势的同时，以信用建设为着力点，积极推出“不停航办证”、告知承诺制等举措不断提升城市“软实力”，用信用“妙笔”绘就海上花园城的新光景。

一项便民服务

“不停航办证”优化海事政务

舟山海事局持续深入推进“最多跑一次”“就近跑一次”政务服务改革，针对航运企业注册地跨区域变更程序复杂、用时较长、船舶营运受影响等痛点问题，与相关单位加强协作联动，率先实施“不停航办证”，为政务服务改革提供了优秀样本。

“我是搞运输业务，我船停下来，我这个运输业务就没了，我时间被停滞了，我的损失就来了，每一天（损失）一万美金一条船。我们现在办下来一条船都没有停，因为我的船是通过一些港口的装卸货的空隙，我就是用这个时间来做这一个换证变更工作，现在可能一天时间我就可以完成它。”东展船运股份公司主要负责人激动地说。

“办证停航损失大”一直是很多航运企业的“心头痛”。舟山市海事局主要负责人向记者介绍，近年来，舟山海事局创新政务办理模式，创造性地实现“不停航”也能办证，旨在进一步提升船舶登记效率，优化航运营商环境。截至目前，通过“不停航办证”已累计为航运企业节省经营费用超3500万元。



信用舟山 2021 年大事记

一月

创新推出行政机关合同信用生命周期监管“舟山范式”，切实解决了行政机关合同“不规范、难监管”问题，进一步提高了合同备案审查效率。

三月

3月15日，开展“诚信经营，消费无忧”信用主题活动。进一步优化“诚信经营、消费无忧”营商环境，提升商业主体诚信意识。

印发《2021年舟山市社会信用体系建设工作要点》，明确本年度信用工作重点。

四月

市住建局、市文广旅体局、市商务局等30余个部门分别开展2021年度诚信主题实践活动。

"E周融"平台入选“2020年度信用数字化改革应用场景十大示范案例”。

五月

开展诚信示范街、诚信经营示范店主题活动、“我承诺 我践行”城市信用接力系列活动。

召开全市信用建设工作会议暨创建国家社会信用体系建设示范区动员部署会。

举办“诚信建设万里行 舟山在行动”诚信经营示范街主题活动。

六月

启动2021年度舟山市“诚信单位”评选活动。

6月18日，举办信用舟山“自在贷”发布会暨普陀“信用惠民”购物节活动。

七月

舟山市定海区马岙街道纳入浙江省“信用+社会治理”试点。

东展船运股份公司因经营需要，其住所地由上海迁至浙江舟山，公司所属的国际航线化学品船舶因此涉及办理船籍港变更的相关手续。此前，根据相关规定，船运公司须向上海海事局办理注销手续，提交所有原登记证书，取得注销证明后，方可向浙江海事局申请办理新的登记手续，耗时约74个工作日（注销船舶登记7个工作日、注销无线电证书30个工作日、新办所有权国籍证书7个工作日及新办无线电证书30个工作日），船舶将因此停航，造成较大损失。

为减少企业损失，浙沪两地海事部门密切联动配合，两天内完成安全与防污染符合证明的审核换发，无缝对接开辟绿色通道，预先容缺审核进行单船证书变更，原本每艘船舶需要74个工作日的船籍港变更时间，实现了零个工作日办结，公司及所属8艘船舶均在不停运的状况下顺利完成相关证书变更。

不仅是东展船运股份公司，2020年9月，新冠肺炎疫情期间，为减轻航运企业运营成本，缓解船员换班压力，浙江恒晖海运有限公司计划将所属的国际航线船舶“恒晖58”“恒晖19”调整为国内航线营运，船舶登记机关需从浙江海事局变更至舟山海事局。了解企业诉求后，舟山海事局积极指导该公司按有关规定，同时向浙江海事局和该局开展航线变更并联办理，在第二天即获浙江海事局注销通过，并及时开辟绿色通道、启动船舶登记审批程序，于当日就办结了船舶所有权、国籍登记及最低安全配员证书，实现该船“不停航办证”。

浙江恒晖海运有限公司林经理高度评价海事部门此项便民惠民举措：“非常感谢海事部门的悉心指导和倾力帮助，两艘船办证合计节省了20个工作日，减少经营费用超过120万元，也让我们顺利赶上了国内航运业的复苏发展期。”

海船转籍登记“不停航办证”服务是为群众办实事的一项具体举措，是促进航运高质量发展的利好政策，据了解，目前试点范围限于在上海、浙江、江苏（不含连云港、盐城）三地推行，各家单位在试点该工作机制的同时，正着力构建工作联系机制，畅通信息沟通渠道，切实打通服务群众的“最后一公里”，为加快建设交通强国和促进长三角海事一体化融合发展提供有力支撑。

舟山海事局有关负责人还表示，他们将按照海船转籍登记“不停航办证”服务有关要求，继续深入推进政务服务改革，为群众办实事、为企业解难题，在服务群岛新区发展中彰显海事作为。

一张承诺书

告知承诺提速项目审批

舟山片区依托自贸区先行先试的优势，以告知承诺事项扩面提质为着力点，以标准规范和闭环监管为关键点，创新实施“以承诺书代替申请材料”的改革实践，率先打造“一表（申请表）一书（承诺书）”新模式，在告知承诺事项突破百项的同时又实现最简审批，最大程度释放了“证照分离”改革红利，最大限度激发了市场创业创新活力。

近日，舟山普陀第二印刷厂负责人拿到通过快递邮寄来的《工业产品生产许可证》时感慨道：“现在办证真方便，网上申请就可以了，手续简便不讲，窗口也不用跑了。”

普陀第二印刷厂的办证“减负”，得益于舟山市持续推进的“证照分离”改革，让工业产品生产许可证从审批事项变为“告知承诺”事项。

“以前，企业办理工业产品生产许可证，先要到审批部门提交申请材料，经专家现场评审合格才能发证。”舟山市市场监管局行政许可服务处相关负责人介绍，4800张竣工图需要盖章、签名，从编制、盖章、签字到扫描，至少花费1个月~2个月，这是改革前浙江舟山某公寓项目竣工图审批所需的时间。

“证照分离”改革后，只需登录浙江政务网，提供“一单一书一照”，即一份申请单、一份符合产业政策的承诺书和产品质量合格报告、一份营业执照扫描件，就可完成申请。

“照后减证、简化审批，这一直是证照分离改革的关键词。”记者了解到，舟山“证照分离”改革一直走在全省前列，2017年9月，舟山市率先在全省开展“证照分离”改革试点，一年后改革试点经验被全省复制推广。2020年，舟山市又在全国首推“以承诺书代替部分材料或全部材料”改革试点；2021年10月，舟山市在全省率先出台政照分离改革实施方案，率先公布“一张清单”，率先细化“一套标准”，成为全省唯一一个自贸区改革红利覆盖全市范围的地级市。

“目前在我市能够实施的事项，包括上级部门下放的共有188项，根据审批层级权限已由各部门认领。”该负责人向记者介绍，以舟山市首推的“一表一书”审批模式为例，有42项纳入改革试点后备库，占全部告知承诺事项的40.38%，相比原来提高了约22个百分点，可累计减免材料236份，减少审批环节31个，平均减少审批时间9个工作日，办证效率提升88%。此外，还积极探索实行告知承诺事项的分类监管规则，

信用舟山 2021 年大事记

八月

舟山市公共信用信息平台晋级省级观摩预评会，代表浙江省参加全国观摩会竞赛。

九月

9月8日起，开展“五进”宣传，通过发放诚信宣传手册等形式，开展诚信主题宣传活动，向广大市民倡导诚实守信。

为推进社会信用体系建设，加强区县信用管理干部专业化能力，9月，普陀、岱山、嵊泗相继开展了区县信用体系建设专题培训会。

十月

10月21日，开展“信用进乡村”系列活动。

10月29日，舟山市正式获批全国第三批社会信用体系示范城市。

十一月

11月3日，舟山市参加2021年全国信用信息共享平台、信用门户网站线上观摩会。获得了全国排名第六的成绩，荣获2021年度“示范平台网站”。

为了提高个人诚信分的全民参与度，岱山开展以新天地广场为试点的信用商圈应用场景打造。

十二月

舟山市家政服务员信用信息授权书荣获第二届全国信用承诺书示范性案例征集评选活动的“全国信用承诺书示范样本”荣誉称号。

为大力加强信用商圈建设，让舟山市民真正享受到诚信的“实惠”，推动商圈诚信风尚，舟山市联合银泰商城启动“信用惠民嘉年华”。

区分情况、突出重点，实现精准监管。

对改革方式调整前无需“证前核查”的事项，许可发证后将企业直接纳入日常

“双随机、一公开”监管。对改革方式调整前需“证前核查”的事项，将获证

企业信息实时推送至“互联网+监管”平台，主管部门按照行业风险级别，在

3个月内对企业履行承诺情况进行核查，通过将核查的情况纳入日常监管名录，

发现未履行承诺的责令限期整改直至撤销许可。同时，加强对告知承诺领证企

业的信用监管，建立告知承诺审批与信用体系联动机制。

在证照分离的基础上，舟山市还将加快优化“集成服务”进程、加强事中

事后监管。在集成服务上，将从“政府侧”单个事项最简审批，转向“企业侧”

围绕一个行业审批流程的系统集成改革，在更大范围、更多领域实施“企业提交

一张申请表、一份承诺书即可完成一个

行业的许可审批”。在监管上，将启动与“证照分离”改革制度相衔接的“综

合查一次”场景式监管机制，推行“一次检查、全面体检、精准施策”的方式，

并将检查对象的整改情况、处罚情况与社会公共信用等级挂钩。

一个培育库 “信易贷”纾困小微企业

浙江省舟山市普陀区以列为全省小微企业培育库建设与管理创新

试点县（区）为契机，全力打造“信易贷”纾困帮扶新模式。特别是在

疫情防控期间，对培育库提质扩面，以“信用”换“信贷”，为打赢“两

战”提供有力的金融保障。

“从3月复工后面临破产危机，到

8月生产值接近800万元、赶超2020

年全年的总额，我们只用了5个月时间，这对我们来说简直就是不可思议。”浙

江博炜食品机械有限公司总经理张济军回想起疫情初期，自己公司所面临的情形时感慨地说。

张济军向记者介绍说，浙江博炜食品机械有限公司是一家生产易拉罐灌装

封罐设备的企业，近年来陆续研发出各类灌装机和封罐机等设备，远销国内外，

也申请到了不少专利。疫情初期，公司的生产车间正开足马力赶制订单。“多

亏普陀小微企业培育库的相关金融扶持政策，让我们有足够资金继续投产。”

张济军说。

张济军回忆说，2020年3月，随着小微企业陆续复工复产，博炜食品机械也

开始了前期筹备。但摆在他面前的是“三空”困局：车间空、订单空、钱袋子空。

“发工资、招募新工人、购买原材料……厂里每个月的开销至少得三四十万元。”

回忆起那段日子，张济军直摇头。就在他一筹莫展之际，办公室内的一块绿色牌匾

让他看到了希望，那是此前普陀农村商业银行为企业办理的授信牌。

记者了解到，“授信牌”的背后，是舟山市普陀区探索出了一条符合实际的“金融”转型之路。

2019年5月，舟山在全省率先出台《普陀区小微企业培育库建设与管理

办法（试行）》，建立了完善的小微企业培育库管理制度框架；在入库标准的

设置上，重点从经营情况、税务信用等级、是否列入经营异常名录、有无违法

行为等维度进行筛选，并对获得荣誉、表彰、奖励的企业优先推荐；在入库



为推进“最多跑一次”改革，舟山市按照“跑一次是底线、一次不跑时常态、跑多次是例外”的要求，建立企业开办“一门进出、一窗受理、一套材料、一次采集、一网通办、一次办结”服务模式，全面提高政府服务效率

方式上鼓励多方推荐，共确定14个行

业主管部门、区8大产业平台、行业协会、龙头企业等作为推荐单位，将获

得推荐的企业及时录入到小微云平台的培育库中。

2020年9月，在培育库基础上，秉持优中选优、加大支持的原则，进一

步开展小微企业“成长之星”评选活动，制定了《区小微企业“成长之星”评

分标准》，建立涵盖主营业务收入、税收、商标专利等12类评分指标的评分体系。

“我们公司作为省科技型中小企业也被纳入库中，获得800万元的授信额

度，其中300万元为信用贷款。”随即，张济军向普陀农村商业银行申请了一笔

100万元的信用贷款，2个工作日后，资金就汇入了企业账户。

舟山市市场监督管理局普陀分局相关负责人介绍，该分局与普陀农商行、

普陀区农业银行开展合作，由银行投入25亿元，为培育库内的企业提供包

括贷款额度、利率、期限、转贷等方面的政策支持。其中，信用贷款最高额度

可达400万元。此外，考虑疫情对个体工商户的冲击，普陀区市场监管部门

升级打造“培育库”试点工作2.0版。自2020年6月起，培育库进一步提质

扩面，与普陀农村商业银行联合创新推出“小微纾困贷”项目，两年预投40

亿元破解个体户融资难题。截至目前，已建立白名单3000余户，新增授信

1566家，授信金额30亿元，累计发放贷款1515家、发放贷款金额达17

亿元。

“目前，普陀区结合银行风控要求，正在建设小微企业和个体工商户信用评



2019年9月3日，普陀区小微企业培育库省级试点启动暨政银企合作签约仪式召开

级系统，以各部门数据采集为基础，对

全区申贷企业和个体工商户的信用状况进行评级，为银行实施‘信易贷’提供

依据，着力推动‘信易贷’工作迈上新的台阶。”该负责人补充说道。

一部村规民约 信用积分助力乡村治理

岑港最小村庄涨次村为积极应对近年来大开发大发展趋势，解决

大项目拆迁安置、美丽乡村建设等重大村务开展中涌现的各类问题，

街道、村两级经过一系列的意见征求和调研，修订完善了《涨次村村

规民约》引领村民自治。为保障村规民约的实施力度及村民认同度、

参与性，涨次村将“信用积分明奖惩”作为单独一章列入村规民约中，

成为真正激发村民自治作用的“点金石”。

面朝岑港西海岸，东西快速路、富

翅门大桥如两条长龙绕村而过。一池活水居村中，滋养着一草一木，与整齐村

居融为一体。涨次村，定海区岑港街道规模最小的一个村。

清爽，是外人进入村后最先的感受。走在涨次村村道，30多只花箱沿路摆开、

有故事的清风长廊、一处着迷的思廉亭，还有早起一起晨练的村民们……

“环境三无三规范，垃圾分类废变宝；街巷整洁不堆物，饲养宠物不扰

民……”农村老百姓生产生活中什么能做，什么不能做，都被编成制度贴上了墙。

改陋习，净人心，一部村规民约和信用积分考核办法酝酿而生，6句“涨次约定”

是涨次村“村规民约”的“魂”。

“我们村制定了《涨次村信用积分制考核办法》，实行‘信用积分制’，

群众参与评选，过程很透明。以12个村民小组为单位成立信用积分工作小组，

由村民组长负责积分考核，考核评分总分为 100 分，评分标准根据村民约内容进行细化赋分，每组前 6 名村民可在爱心超市兑换商品。每组第一名（共 12 个）参与年度‘移风易俗’‘孝老爱亲’等‘最美涨次人’奖项评选。因 2020 年年度积分较高，村民叶士青被评为“最美涨次人”，2020 年村里共评选了像叶士青这样的“最美涨次人”6 人。

奖罚分明，规则才有执行力和说服力。各村民原始积分为 100 分，每次违反“村规民约”扣 20 分，连续违反三次直接取消本年度村内各类奖项评选资格、街道和村两级的各类补贴及救助。积分制强化了“村规民约”的执行力，影响下游村民生活和水塘水质的鸡棚鸭舍顺利拆除了，村里小食杂店、小餐饮店诚

信经营风气越来越浓厚，邻里纠纷越来越少……

“有外地老板要租仓储楼，价钿开得蛮好，村里准备以 5 年 43 万元的价格租给他，增加村集体资产。”“村里有一笔资金，打算购买店面房做投资，大家有什么想法都说说。”台上唱账的说得仔细，台下 40 来个代表听得认真。从 2020 年开始，涨次村实行村务公开唱账机制，村级重大事项决策、“三资”管理等在会上“公开亮相”，接受监督。除了通报本季度账目，村里近期的事务也摆上了台面，让村民代表、党员代表参与讨论。

小到一两元的水笔钱，大到水库观景台护栏维修、小池塘洗衣台建造……一笔笔账目从报账员口中“唱”出来，

在党员干部、村民代表的集体审理下列得清清楚楚。“民清干净队伍，民约干净榜样，民督干净工程，民风干净暖心。”村里的清风长廊上挂的这段话，道出了村民的心声，更写出了基层治理在涨次生动实践。

“作为全区清廉村居示范点，涨次村以信用积分制为切入点，将‘村规民约’从抽象的概念具体到了数字量化的比较，把村民放在同一平台‘晾晒’，晒出了清风正气、乡风文明的新气象。”定海区纪委监委相关负责人表示。

青山如黛，水声潺潺，鸟啼恰恰。天高云淡，绿树掩映，花团锦簇。相信在未来，在信用的加持下，一座品质高端、充满活力、独具韵味的海上花园城定会绽放别样的新光彩。



立足新起点 合力打造“信用”舟山

舟山市发展和改革委员会

信用监管全面发力 绘就城市诚信底色新篇章

（一）信用建设体制机制不断夯实

舟山市全面进行统一社会信用代码重错码整改工作，并将重错码率降至十万分之一以下；开展“双公示+营商环境+信用示范”督导融合的“三位一体”自评估模式，建立重点行业、县区重要信用指标季度监测排名，三季度行政许可和行政处罚“双公示”评估工作位居全省第一；同时不断完善信用体系建设制度体系，建立覆盖《信用承诺全流程规范指南》《虚假承诺失信惩戒管理办法》《信用承诺格式标准》和《部门信用承诺清单》的信用承诺全流程精准监管体系；遴选全国 27 位信用体系各领域专家，建立本地信用专家智库；出台《舟山市 2021 年诚信建设万里行活动方案》，开展“诚信经营示范点”“诚信示范街”“诚信单位”“百企亮信用”等诚信实践主题宣传活动，树立了全市“诚意赢得世界、信用创造未来”的崭新形象，诚信理念深入人心。

（二）重点领域信用建设持续优化

创新信用综合赋能改革，搭建“信

用舟山”智慧无感监测 3.0 平台。按照统一的信用信息标准和技术规范，形成“一目录、五主题库、X 服务应用体系”的总体架构，依托省市一体化智能化公共数据平台，实现部门之间信用信息的融合共享以及省市信用平台之间的互联互通，归集公共信用信息涉及 64 个数源单位 87 类信用信息 2.78 亿条，累计覆盖 5.6 万企业 and 非企业法人、118 万自然人；全面开展城市燃气、电力和油气企业信用核查，2021 年以来，在运保供重点供应链上下游签署的采购、供应类合同和履约信息，全部纳入信用平台，做到应归尽归。印发《推进“信易+”守信激励创建工作方案》，推出近 30 个“信易+”应用场景，打造舟山“E 周融”金融综合服务平台，助力中小微企业健康发展。截止 2021 年 12 月，注册企业 4421 家，4638 家企业发布融资需求，共计为 3116 家企业完成 130 亿元放款。

（三）信用监管效能显著增强

以信用有效衔接事前、事中、事后全环节。变“被动管”为“自主管”，推动全市 5.6 万余户市场主体作出信用



2020年12月4日，舟山市信用惠民发布会暨社会信用体系建设观摩会举行

承诺 14.2 万份；变“一处查”为“智能查”，开发上线 AI 智能语音问答系统，实现“打开微信就能查”，方便群众随时随地查询企业信用信息；变“一处罚”为“处处限”，对严重失信主体，联合发起各部门进行惩戒，拦截“老赖”办理业务 1600 余次；变“死数据”为“活服务”，开发了舟山市企业违法失信分析系统，对全市失信企业信用状况进行统计分析，形成分析报表和信用报告，为政府部门了解企业经营发展状况提供了精准支撑，为施行信用分类监管提供了有效抓手。依托平台打造信用数据归集－信用风险建模－分类分级监管－失信联合惩戒－再生性信用信息归集利用的闭环式信用风险分类管理体系。目前，舟山市共 14 个政务业务系统，覆盖 1397 个权力事项通过业务协同与省公共信用信息平

台互联互通，在审批服务、公共服务、公共资源交易等方面实现了对省公共信用产品的全流程调用和联合奖惩措施的全流程反馈，累计业务协同信用核查 47.5 万次，核查反馈率趋近 100%。执法监管部门依托全省统一的执法监管平台，对信用状况较差的舟山企业实施重点监管，信用规则应用率达到 87% 以上。

“信用＋”整体扩围 赋能舟山高质量发展新征程

下一步，舟山市将以打造更高质量国家社会信用体系建设示范区为目标，按照党中央、国务院部署要求，充分运用浙江数字化改革理念和成果，深化信用数据共享和业务协同，加快信用法治化、数字化、市场化进程，提升精细化管理和服务水平，进一步打造“诚信舟山”城市名片，

赋能舟山高质量发展。

（一）建设以信用赋能为基础的公共信用数字化综合监管服务平台。持续开发和完善“通用性＋个性化”有机结合的信用平台功能模块，打造集成信用查询、批量核查、信用承诺、信用监管、信用异议、信用修复等功能，满足个性化信用产品研发、特色化信用场景应用、自动化联合奖惩实施等需求的市公共信用信息平台，支撑党政机关整体智治、数字政府、数字经济、数字社会、数字法治等应用系统，为党政核心业务和全社会提供全方位智能化信用服务。加强市公共信用信息平台在线监测预警能力建设，构建具有感知、分析、决策能力的全市信用大脑。做好浙里信用监管服务应用专区省市贯通。

（二）全面提升信用承诺和诚信履约的监管能力水平。以行政性合同为突破口，探索合同履行信息共享和管理。以保护商业秘密和个人隐私为前提，按照可识别和精简必要原则，共享行政合同、政府采购、招标投标、物业服务等合同信息，推进与法院判决、仲裁等结果信息比对关联，并纳入市公共信用信息平台以及相关主体信用档案，实现合同管理全过程可留痕可追溯；积极引导律师、教师、医师、执业药师、评估师、税务师、注册消防工程师、会计审计人员、房地产中介从业人员、认证人员、金融从业人员、导游、信用服务机构从业人员等重点人群就恪守职业道德、遵守

执业准则等作出信用承诺，实现特定岗位重点人群主动公开信用承诺信息全覆盖。

（三）全面提升“信易贷”规模和金融信贷产品开发。推动银行机构、保险机构、担保机构、租赁公司等市场机构在展业过程中为守信主体提供优惠和便利。探索“E周融”平台市场化运营，做优做强“信易贷”，发挥“信易贷”统一平台和配套数据库的作用，加强公共信用信息和用电、用气、用水、纳税、社保缴纳、公积金、仓储物流、知识产权等数据依法有序共享，推动金融机

构开发更多面向守信主体的纯信用贷款产品，提高“信易贷”惠及面。建立“信易贷”风险缓释基金，形成与金融机构风险共担格局。以企业为重点，加快建立“信易贷”白名单制度，将有资金需求且信用状况良好的企业纳入白名单，向金融机构推荐。

（四）大力推进社会领域信用惠民和激励场景拓展。开展信用示范乡镇街道创建工作，迭代完善舟山市个人诚信分管理系统，推进个人信用精准“画像”。以吃、住、行、游、购、娱，以及就医、就学、就业等民生事项为重点，

广泛调动各方资源，以个人诚信分为依据，创新拓展“信易＋”“信用＋互联网＋民生事项”等信用惠民场景，加快与社会治理积分体系协同应用，为守信个人提供优惠和便利，不断提升守信个人体验感、获得感。探索浙东五市、甬舟一体化建立信用惠民联盟，汇聚各类可提供信用惠民资源的国企、民企、行业协会以及社会团体，为守信个人提供以消费和公共服务为主的惠民服务。实现“信易＋”“信用＋互联网＋民生事项”等信用惠民场景不少于 50 个。



（本栏目素材、图片均由舟山市发改委提供）
（责任编辑 吴限）

物业考核分“五色” 居民幸福有提升

江苏省无锡市新吴区住建局推出物业考核“五色榜”，以一个自然年为考核周期，根据分值高低，将物业服务企业和住宅小区物业管理项目分为“红、橙、绿、蓝、黑”五色

◎文 / 本刊记者 何玲 实习记者 鲁哲

“居民参与度很高，上了黑榜的小区整改决心和力度很大，推动了住宅小区文明管理。”江苏省无锡市新吴区住建局相关负责人说。在今年公布的第五批城市精细化管理“红黑榜”里，进入“黑榜”的住宅小区引发了市民的关注。

与市民生活息息相关的内容，也是物业管理重点难点。近年来，新吴区住建局创新城市管理理念，先行先试，在无锡市首创物业“红黑榜”，通过“红榜”“黑榜”的设定，在年度考核、项目创优等方面给予支持，持续提升住宅小区物业服务质量，持续改善新吴区住宅小区居住环境，提升人民的幸福感和满意度。

不仅如此，无锡市新推出的“五色榜”也赢得了社区居民的一致好评。从2021年开始，无锡市新吴区住建局在全市“红黑榜”考核机制的基础上，自加压力推出“五色榜”，以住宅小区项目为载体，同时实行物业服务企业和住宅小区两张考核单，“新吴慧生活”公众号也成为榜单的运作载体。

引入“五色榜” 加强物业的服务水平建设

“有了‘五色榜’，我们对物业的服务水平有了更直观的感受，有问题找到物业就能快速解决。”小区居民们纷纷点赞。

为持续提升住宅小区物业服务质量，进一步提高城市精细化管理水平，无锡市新吴区住建局参考《无锡市物业管理条例》《无锡市物业服务企业信用档案与评价管理办法》，结合新吴区物业管理工作实际情况，于今年二季度制定和实施了《新吴区住宅小区物业服务“五色榜”考核办法》(以下简称“五色榜”)，这是全市首个区级物业管理信用评价考核体系。

早在2014年无锡市物业管理行业就建立了诚信管理机制，但只有“减分项”，没有“加分项”，缺乏对物业企业的综合信用评价，一定程度不利于企业积极性的发挥。在2018年，无锡市住建局正式出台了《无锡市物业服务企业信用档案与评价管理办法(试行)》，在市区范围内对物业服务企业实行信用

等级评价制度，进一步加大对物业企业的动态监管，督促企业在“优胜劣汰”的市场机制中不断提升服务水平。

“五色榜”的考核基本准则与《无锡市物业服务企业信用档案与评价管理办法》保持一致，与市级办法侧重于对物业公司的管理评价不同的是，五色榜更侧重于单个住宅小区的现场管理评价，考核数据来源在基本涵盖市级评价办法的加减分项内容外，还涵盖了住宅小区区级“红黑榜”评价、文明城市创建、城市精细化管理住区环境考核、投诉量处理、居民满意度测评等考核内容，力求将住宅小区物业管理所涉及的各方面内容完整地呈现在五色榜评价体系中。此外，市级办法中信用等级为ABCD共四个，区级则为5个，管理办法相对更为细化。

“住宅小区物业服务‘五色榜’推行以来取得了明显成效。”新吴区住建局副局长邓峰表示，从日常检查和考核情况来看，如今小区物业的工作主动性更强，投诉也能得到及时解决。近期发布的城市精细化管理住区环境群众满意

度测评中，新吴区位居全市第一。

分五类评价 实行动态管理

“小区一个角落里的垃圾几天都没有处理，跟物业也反映了，但是迟迟不见动静。”这两天，家住新吴某小区的陈阿姨登上“新吴慧生活”公众号，向平台反映了小区的情况，没想到当天下午事情就得到了解决。

垃圾是否及时处理、养犬是否规范、公用设施设备是否安全……这些都和居民息息相关，也是物业管理的重难点。“‘五色榜’面向全区所有商品房和安置房小区，以一个自然年为考核周期，根据分值高低，在新吴区服务的物业服务企业和住宅小区物业管理项目分为‘红、橙、绿、蓝、黑’五色，实行动态管理，动态计分，当年年底形成年度‘五色榜’最终榜单。”邓峰介绍道。

据悉，年度“红榜”得分要达到90分以上，获得“红榜”的物业企业将在市物业服务企业信用信息评分中加分，享受招投标“绿色+”服务等“福利”。年度“橙榜”得分位于85-94中间，获得“橙榜”的物业企业可参评省、市物业管理示范小区的创建工作予以推荐，业委会、街道安置房选聘物业时予以推荐。年度“绿榜”得分位于70-84分之间，住建部门对年度“绿榜”名单实施常态化监督管理，而年度“蓝榜”得分介于60-69分之间，名单各项示范申报和评优工作将受到限制。年度“黑榜”是指得分为60分以下的物业企业，这些物业企业将尝到通报、批评、约谈和被列入重点检查等“苦果”，同时取消辖区内相关投标资格。

“依据‘五色榜’的分值排名，物业会对管理人员的个人工作信誉积分进行

考核，物业人员也因此不断‘修炼基本功’，夯实物业管理基础，大大提升了物业服务的质量和积极性。”新吴区某小区物业项目负责人向记者介绍道。

发挥居民监督 促使小区物业管理规范

“奕淳公寓二期东区20号通道内长期停满电动车，存在安全风险，物业未经业主同意将快递柜放在一楼通道，严重影响防疫安全。”“图片曝光：这是下班路过拍下的瑞城花园大厅停放的电动车。”“我们小区垃圾分类后，地下车库角落里总有垃圾随意乱放，附图片，请给予曝光。”……登录“新吴慧生活”微信后台，一条条居民曝光小区文明管理问题的留言纷纷跳出。

楼道成了自家杂货储藏室、小区绿地广场变晾晒区、单元门厅停满了电动车、一包包垃圾趁着没人丢在角落里……翻看新吴区住宅小区“五色榜”，许多共性问题一目了然。“我们将一些不规范社区行为曝光后，居民们都拍手称好，给小

区精细化管理点出问题、指明方向。”新吴区住建局物管中心相关负责人说。通过曝光的做法正成为监督小区文明管理的一把“利剑”，曝光过程也带动居民参与，形成“人人都是网格员”的积极氛围。

根据五色榜评判标准，截至11月中旬，住宅小区红榜28个、橙榜85个、绿榜75个、蓝榜14个。物业公司红榜21个、橙榜40个、绿榜33个、蓝榜1个。在明年的工作中，区住建局将进一步完善和优化五色榜考核评价科目及分值，力求在最大程度上做到公正、公平，真实反映全区物业管理现状。

“‘五色榜’进一步提升了业主的生活质量，物业服务也更加贴心周到，经常会组织丰富多彩的业主活动，小区环境也变得整洁美观，为我们的物业工作人员点赞！”业主周阿姨说道。

据了解，未来，无锡市新吴区将进一步加大“五色榜”宣传力度，接受更多媒体、小区业主的监督，社会多方形成合力，通过“五色榜”这一新载体，共同促成新吴区物业管理水平有效提升。



图为物业小区工作人员正在张贴垃圾分类的宣传海报

环境信用好不好 看看“颜色”就知晓

《山东省企业环境信用评价办法》将企业环境信用进一步细化为“绿、蓝、黄、黑”四个等级

◎文 / 本刊记者 何 玲 实习记者 鲁 哲

修订后的《评价办法》细化企业环境信用等级，企业环境信用等级由原来的“绿、黄、红”三个等级进一步细化为“绿、蓝、黄、黑”四个等级，并首次设立“黑名单”制度。绿色标识企业为诚信守法企业，蓝色标识企业为轻微失信企业，黄色标识企业为一般失信企业，黑色标识企业为严重失信企业。

2021年10月25日，生态环境部监督帮扶组执法人员对山东中海石墨有限公司进行现场检查时发现，该企业未按操作规程运行维护自动监测设备，导致湿度仪设备稳定性不够，中间传输设备模拟量转换数字量精度低，经过二次转换造成数据偏差。除按照相关法规给予该企业行政处罚外，滨州市生态环境局滨城分局根据《山东省企业环境信用评价办法》的规定，对该企业记2分，依法依规实施联合惩戒。

对企业不同的环境违法违规行，采取分次记分，这源于今年新修订的《山东省企业环境信用评价办法》（以下简称《评价办法》），企业环境信用等级由原来的“绿、黄、红”三个等级进一步细化为“绿、蓝、黄、黑”四个等级，每个等级对应不同环境信用情形。这意

味着不同“颜色”的企业将享受差异化的监管举措。

不断完善企业环境信用评价办法

早在2017年3月，《山东省企业环境信用评价办法》就已经正式实施，企业环境信用评价信息系统同步上线运行，企业环境信用记分情况在山东省环境保护厅网站的“山东省企业环境信用评价”系统实时公开。

经过多年的不断完善和修订，《评价办法》也越来越详尽。在2018年5月，山东省环境保护厅修订印发了《山东省企业环境信用评价办法》。随着企业环境信用评价工作的实施推进，办法中评价工作机制内容不够全面、差异化监管措施不够精细、“黑名单”制度未全面建立等问题逐渐显现，迫切需要对办法进行修订完善。

2020年3月，山东省委办公厅、省政府办公厅印发《打造精简高效政务生态实施方案》等12个方案，其中《差异化监管流程再造实施方案》明确规定，将企业划分为诚信守法、轻微失信、一般失信、严重失信四类，根据信用等级高低实施差异化监管措施。同年9月，

山东省委办公厅、省政府办公厅印发《山东省贯彻落实〈关于构建现代环境治理体系的指导意见〉的若干措施》，明确要求修订《山东省企业环境信用评价办法》，将环境违法企业纳入失信联合惩戒对象名单，评价结果向社会公开。

今年，新修订的《评价办法》进一步细化了企业环境信用等级，落实信用分级分类管理要求；建立黑名单制度，标明“黑名单”企业信息；蓝标企业实行失信预警管理，为企业营造宽松环境；明确分级分类管理措施，建立差异化监管模式；明确企业颜色标识有效期，设定违法信息公示期限。

“开展企业环境信用评价工作，加大联合惩戒力度，提高环境违法的成本，有利于强化企业的主体责任意识，也有利于激发企业改进环境违法行为的积极性和主动性。”山东省环保厅政策法规处处长严卫告诉记者。

针对不同等级实施差异化管理

“针对不同等级，实施分级分类管理，在环评审批、财政性资金项目支持、评先树优、执法检查频次等方面采取差异化监管措施。”山东省生态环境厅执

法局副局长张洪新介绍道。

在2021年2月，山东省2020年度企业环境信用评价结果公示。其中，有4万余家企业被列为黄标企业，1115家企业挂“红标”。据记者了解到，2020年环境信用评价还是依据此前的《山东省企业环境信用评价办法》施行细则进行评定。

据悉，修订后的《评价办法》细化企业环境信用等级，将企业环境信用等级由原来的“绿、黄、红”三个等级进一步细化为“绿、蓝、黄、黑”四个等级，并首次设立“黑名单”制度。绿色标识企业为诚信守法企业，蓝色标识企业为轻微失信企业，黄色标识企业为一般失信企业，黑色标识企业为严重失信企业。

不同颜色标识是依据企业环境信用得分划分的。《评价办法》明确，企业环境信用评价根据企业环境违法违规行为实行记分制。企业环境违法违规行为信息产生后，依据《山东省企业环境违法违规行为记分标准》进行记分，累计得出企业环境信用分值。企业环境违法违规行为记分标准主要根据生态环境监管的行政处罚、行政命令、行政强制等行政决定及有关环境管理要求设定。

“《评价办法》首次将存在环境违法违规行为，被依法作出责令改正或者限期改正、警告、罚款不足3万元等三类处罚处理决定的企业界定为蓝色标识企业，实行失信预警制管理，由生态环境主管部门及时向企业推送失信提醒信息。对符合‘经人民法院判决构成环境犯罪的’等六种严重违法犯罪情形之一的界定为黑色标识企业，实行‘一票否决’，列入环境信用‘黑名单’，同时标明其法定代表人或者主要负责人、实际控制人的信息。”山东省生态环境厅相关负责人向记者介绍道。

积极拓展环境信用评价结果应用场景

此前，山东省济宁市执法人员对某焦化公司现场检查，调阅其自动监测数据发现，该公司在某一时段外排废水COD（化学需氧量）小时值数据出现持续超标情况。济宁市生态环境局根据《山东省企业环境信用评价办法》的规定，对某焦化公司记6分，依法依规实施联合惩戒。

企业环境信用有高低之别，也应该有不一样的奖惩激励措施。“对绿色标识企业采取在财政性资金和项目支持中同等条件下列为优先选择对象、在日常监管中可以不将其列入抽查范围等激励性措施；对蓝色标识企业每年至多进行一次随机检查，此类企业为环境失信预警类企业；对黄色标识企业，在日常监管中，适当加大抽查检查力度和频次，生态环境主管部门在组织有关评先评优等活动中，应当慎重考虑其环境违法违规行为。”山东省生态环境厅执法局行

政处罚室主任刘婷表示，“对黑色标识企业，在日常监管中将其列为重点监管对象，加大抽查检查力度和频次、在财政资金资助和项目支持中作相应限制、限制其参加生态环境主管部门组织的各类表彰奖励活动等。”

“山东省环保厅会定期将企业环境违法违规信息和环境信用年度评价结果通报省有关部门和机构，帮助银行等市场主体了解企业的环境信用和环境风险，作为其审查信贷等的重要参考。”山东省环保厅副厅长姚云辉说道，“相关部门、机构在行政许可、公共采购、评先创优等方面，充分应用企业环境信用评价结果，共同构建环境保护‘守信激励’和‘失信惩戒’机制，解决环保领域‘违法成本低’的不合理局面。”

下一步，山东省将继续加大信用管理服务力度，健全信用评价、信用修复、信用承诺等制度，高水平推进生态环境领域社会信用体系建设，促进信用助企、信用惠民。



中办国办 统计严重失信企业将受到联合惩戒

◎文 / 本刊记者 刘梦雨 实习记者 鲁哲



为进一步提升统计监督效能，更加有效发挥统计监督职能作用，近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于更加有效发挥统计监督职能作用的意见》（以下简称《意见》），提出着力提升统计督察效能、持续加大统计执法力度、依法独立履行监测评价职能、加强对推动高质量发展情况的统计监督、建立健全统计监督协同配合机制等五方面主要任务。

值得注意的是，在持续加大统计执法力度方面，《意见》明确，通报重大统计违纪违法案件，曝光典型案例，同时强化统计领域信用建设，推动实现统计违法反面警示与诚信统计正向激励并重，积极营造依法统计诚信统计良好氛围。出台统计严重失信企业认定标准，规范认定严重失信企业，推送至“信用中国”网站、全国信用信息共享平台和

国家企业信用信息公示系统进行公示并实施联合惩戒。

在着力提升统计督察效能方面，《意见》指出，要充分发挥统计督察在推动各地区各部门贯彻落实党中央、国务院关于统计工作决策部署和履行统计职责中的作用，切实防范和惩治统计造假、弄虚作假，不断强化对统计领域公权力行使的监督。建立下级向上级报告年度防范和惩治统计造假、弄虚作假工作制度，构建起从上到下、层层负责的领导责任体系。

在建立健全统计监督协同配合机制方面，《意见》提出，推动统计监督与纪律监督、监察监督、派驻监督、巡视监督、审计监督等各类监督方式统筹衔接、有机贯通、相互协调，加强统计机构与纪检监察机关和组织人事等部门的工作协调，把统计监督与党管干部、纪检监察、追责问责结合起来。建立统计机构与政府经济管理部门的协调联动机制，推动信息共享，实施综合评价，加强结果运用，确保统计监督提出的措施建议落地见效。

国家发展改革委 违背市场准入负面清单典型案例纳入信用动态监测

◎文 / 本刊记者 刘梦雨

近日，国家发展改革委印发《关于建立违背市场准入负面清单案例归集和通报制度的通知》（以下简称《通知》），旨在全面深入实施市场准入负面清单制度。

《通知》明确，国家发展改革委会同有关部门和第三方机构对违背市场准入负面清单情况进行归集排查，建立案例归集和定期通报制度。对违背市场准入负面清单的典型案例情况进行通报，在国家发展改革委门户网站和“信用中国”网站向

社会公示，同步纳入全国城市信用状况动态监测。

《通知》提出，纳入违背市场准入负面清单案例通报的，主要包括以下四类情况：地方政府及有关机构违背市场准入负面清单禁止准入类或许可准入类事项要求进行审批的；市场主体违规进入市场准入负面清单禁止或限制进入的行业、领域、业务的；地方政府及有关机构设置市场准入隐性壁垒的，如国家层面已放开但地方仍在审批、另设市场准入限制性条件、监

管能力不足导致不敢批、行政审批互为前置、同类事项跨区域重复审批等；其他违背市场准入负面清单制度的情况。

《通知》对进一步完善市场准入效能评估制度工作进行了部署，提出在福建、云南、宁夏等第一批试点基础上，进一步扩大试点范围，明确将北京、河北、上海、浙江、安徽、广东、重庆纳入第二批试点，不断完善指标体系建设，注重将信息技术作为重要工作手段，开展效能评估信息化平台建设，探索效能评估结果的应用。



民政部

全国性社会组织评估等级纳入社会组织信用体系

◎文 / 本刊记者 刘梦雨

为规范全国性社会组织评估工作，推动社会组织高质量发展，近日，民政部印发《全国性社会组织评估管理规定》（以下简称《管理规定》），明确全国性社会组织评估结果分为5个等级，由高至低依次为5A级（AAAAA）、4A级（AAAA）、3A级（AAA）、2A级（AA）、1A级（A），社会组织评估等级有效期为5年。全国性社会组织评估等级纳入社会组织信用体系，获得3A以上等级的全国性社会组织，在评估等级有效期内，可以按照有

关规定，享受相关政策。

《管理规定》明确，全国性社会组织有下列情形之一的，不予评估：未参加上年度年度检查或者未按规定履行上年度年度工作报告义务的；上年度年度检查不合格或者连续2年基本合格的；上年度受到登记管理机关或者其他政府部门有关行政处罚或者行政处罚尚未执行完毕的；被列入社会组织活动异常名录或者严重违法失信名单的；正在被有关政府部门或者司法机关立案调查的；其他不符合评估条件的。

在监督管理方面，《管理规定》提出，评估办公室每年抽取一定比例评估等级在有效期内的全国性社会组织，按照《管理规定》评估工作程序有关规定进行跟踪评估。民政部根据跟踪评估情况对相关社会组织作出相应的等级调整或确认，并向社会公告。

《管理规定》对评估办公室核查评估的情形予以明确，包括评估中提供虚假情况和资料，或者与评估工作相关人员串通作弊，致使评估结果失实的；涂改、伪造、出租、出借评估等级证书，或者伪造、出租、出借评估等级牌匾的；未参加上年度年度检查或者未按规定履行上年度年度工作报告义务的；上年度年度检查不合格或者连续2年基本合格的；被列入社会组织活动异常名录或者严重违法失信名单的；上年度受到登记管理机关或者其他政府部门有关行政处罚的；有与评估相关的投诉举报的；发生其他可能影响评估等级情形的。

《管理规定》明确，获得评估等级的全国性社会组织在开展对外活动和宣传时，可以将评估等级证书作为信誉证明出示。评估等级牌匾应当悬挂在服务场所或者办公场所的明显位置，自觉接受社会监督。



市场监管总局

以信用监管为基础强化事中事后监管

◎文 / 本刊记者 刘梦雨 实习记者 鲁哲

为扎实落实全面依法治国各项工作任务，全面提升市场监管法治化水平，近日，国家市场监督管理总局印发《法治市场监管建设实施纲要（2021-2025年）》（以下简称《纲要》），包括六个部分28项内容。

在健全完善法律规范体系、厚植市场监管制度根基方面，《纲要》提出，加强市场监管立法。加强反垄断和反不正当竞争、信用监管、价格监管等方面立法，推动形成高效规范、公平竞争的国内统一市场。

在健全完善法治实施体系，提升市场监管执法效能方面，《纲要》明确，要以信用监管为基础强化事中事后监管。健全以“双随机、一公开”监管和“互联网+监管”为基本手段、以重点监管为补充、以信用监管为基础的监管机制。加强信用监管制度建设，完善包括信用信息记录与公示、信用风险分类、失信行为认定、守信激励和失信惩戒在内的信用监管体系。建立健全信用修复机制，区分违法失信不同情况，构建相应的修复条件、程序和方式，实施精准修复。强化跨地区、跨部门、跨层级信息归集



共享，推动国家企业信用信息公示系统全面归集市场主体信用信息并依法公示，与全国信用信息共享平台、国家“互联网+监管”系统等实现信息共享。完善“双随机、一公开”监管制度，动态管理随机抽查事项清单和检查对象名录库、执法检查人员名录库，并向社会公开。加强市场监管部门内部日常监管工作统筹协调，推进“双随机、一公开”跨部门联合监管。将“双随机、一公开”监

管与企业信用风险管理有机结合，根据不同风险类别合理确定、动态调整抽查比例和频次。强化双随机抽查检查结果公示运用，及时通过国家企业信用信息公示系统统一归集公示，按照“谁审批、谁监管，谁主管、谁监管”原则做好后续监管衔接。完善事前事中事后监管有效衔接、信息互联互通共享、协同配合工作机制。

（责任编辑 王淼）

第三届“信用中国·城市在行动”媒体纪行案例汇编（之十四）

“‘银税互动’产品成了我们融资的首选”

◎文 / 本刊记者 岁正阳

“想不到信用提现如此简单。只需在手机上进行身份认证、绑定企业、点击申请贷款等操作，几分钟就可获得贷款审批。”广西东之明科技有限公司的办税人吴凤表示：“如今，‘银税互动’产品成了我们融资的首选。”据悉，该公司主营业务为户外亮化工程，随着业务不断扩张，公司需要垫资开展作业却又无法按时拿到回款，现金流异常吃紧。南宁市青秀区税务局工作人员通过钉钉税企互动交流群接到企业的融资诉求后，在线辅导企业通过微信“银税互动”渠道成功申请贷款200万元，实现融资贷款“一步授权、自动审批、闪电授信”。

同样获得银税贷高效便捷体验的还有南宁市武鸣区森田木材加工厂的办税人黄先生。“感谢税务部门老友号热线的耐心指导。不到五分钟，就帮助我们从小微企业线上申请到了100万元的‘诚信易贷’资金。”黄先生点赞道，“这笔贷款流程



简便、到账迅速，有效降低了融资成本，为公司接下来的发展提供有力的支持。”

记者了解到，南宁市税务部门除了线上指导外，还采取线下深入企业问计问需、开展“银税互动”专场辅导等方式，为融资困难企业开启信贷绿灯，帮助企业快速获取银税贷款，盘活资金链。“2021年由于政府出台房地产行业管控政策，再加上新项目减少，资金回笼慢等因素影响，我们面临着营运资金短缺的难题。”广西威明混凝土有限公司负责人磨春玲说道。广西-东盟经济技术开发区税务局在开展“问需问计 实事快办”走访过程中了解到企业的困难后，手把手辅导企业申请银税贷款。“500万元的银税贷款当日就到账啦，及时填补了公司的资金缺口。只要产能提上来，我们一定可以渡过难关。”磨春玲欣喜地表示。

针对小微企业普遍存在融资难的现状，上林县税务局依托大数据平台筛选出纳税信用等级为A、B、C、M级的小微企业，通过开展专题辅导会宣传“银税互动”相关优惠，并对企业进行现场辅导，一次性满足多家小微企业的融资需求。“在专题辅导会上，我们顺利拿到了100万元贷款，全程掌上办，无需跑银行，为我们节省了不少时间成本。”参加专题辅导会的广西海煌科技有限公司负责人获得感满满。

下一步，南宁市税务部门将继续助推企业驶入融资“快车道”，持续推广“纳税信用培植计划”，用好“纳税健康码”，健全与金融机构数据互联共享平台，实现纳税信用和融资信用无缝对接，为企业引来资金源泉，激发企业发展活力。

“AEO 认证成企业通关‘金字招牌’”

◎文 / 本刊记者 吴限 实习记者 孟佳惠

“中巴 AEO 互认生效后，企业获得了诸多通关便利，有助于我们‘常州电音’进一步稳固巴西市场。”在得知“1月1日中国巴西 AEO 互认协议正式生效”的消息后，吟飞科技的负责人张春红喜上眉梢。

吟飞科技是位于江苏省常州市的一家集音源专用集成电路、电子乐器产品研制、生产、销售、服务为一体的文化科技企业，作为国家文化出口重点企业，拥有70多项核心自主知识产权。

据张春红介绍，15年来，公司深耕巴西市场，2020年出口巴西货值就有200万元，2021年吟飞科技出口巴西的货值更是高达1300万元。张春红很清楚中巴 AEO 互认将给企业带来的诸多通关便利措施，将助力企业进一步稳固巴西市场。

AEO 即“经认证的经营者”，是世界海关组织所倡导的一项企业信用评定标准。互认国家的双方 AEO 企业直接给予适用较低的单证审核率、适用较低的进口货物查验率、在国际贸易中断并恢复后优先通关等5项便利措施。

2019年10月，中国与巴西双方海关正式签署了《中华人民共和国海关总署和巴西联邦共和国经济部联邦税务总局关于中国海关企业信用管理制度与巴西海关“经认证的经营者”制度互认的安排》，决定自2022年1月1日起正式实施。

张春江介绍，2022年是吟飞科技成为海关高级认证企业的第四年。自获得认证以来，企业出口额持续保持增长，2021年出口额达到3.5亿元。

“公司的快速发展，一定程度上是受益于 AEO 政策带来的便利。AEO 认证真的成为我们企业通关的‘金字招牌’！”张春红说，2021年初，吟飞科技的国外客户反馈一批 MIDI 键盘的部分琴键轻弹时不能传输 MIDI 信号，无法正常运作。经双方友好协商，决定将货物退回维修。这时客户遇到了难题：原来货物在退回时需第三方提供货物问题报告，而客户身在国外，一时间难以取得报告，这就意味着货物难以按约定退回，合同无法正常履行。

在一筹莫展之际，张春红想到作为 AEO 高级认证企业可以向海关企业协调员寻求帮助。常州海关企业协调员得知情况后，迅速与常州中检公司取得联系，指导企业跟中检公司沟通，顺利取得检验报告，为后期的退运和复出口提供了强有力的依据，帮助企业赢得国外客户的信赖。

截至2021年底，中国海关已经与新加坡、韩国、欧盟等21个经济体，47个国家（地区）实现 AEO 互认，互认国家和地区数量保持世界第一。

常州海关相关负责人表示，中巴 AEO 互认协议的正式生效将进一步有效降低企业港口、保险、物流等贸易成本，提升企业国际竞争力。下一步，海关将对标 AEO 企业认证标准，对与巴西有贸易往来的信用良好、管理规范的企业，开展重点信用培育和相关辅导，引导企业提升自律守法意识、优化内控管理机制、提高诚信守法水平，帮助企业通过 AEO 认证，享受国内、国际通关便利。

“诚信计量示范街区让消费者更放心”

◎文 / 本刊记者 吴限 实习记者 鲁哲

“现在去店里购物，都是亮照经营、明码标价，再也不用担心被骗钱、物品质量不好，诚信计量示范街区让消费者更放心！”来自上海市金山区朱泾镇的一位消费者购物时说道。

走进朱泾城南市场内，宣传海报、宣传展板等多种“诚信”宣传标志映入眼帘，各个经营户将营业执照悬挂在明显位置，自觉接受消费者监督，积极营造诚信经营氛围。“作为商户，我们是十分支持的，亮照经营提高了商户的诚信指数，又增强了消费者的信赖感，今后，我们也会一如既往地把食品安全放在第一位，踏踏实实做生意。”商户刘女士说。

计量是公平贸易的基础。创建诚信计量示范街区即为不定期对集贸市场、加油站、餐饮企业、医院等涉及计量的服务业开展巡查，适时发布诚信计量严重失信名单，构建“一步失信、处处受限”的社会氛围。

据记者了解，2021年以来，朱泾镇经发办联合朱泾市场监管所召集金龙商业街区的商户召开了动员大会和多场业务培训，发出了诚信经营倡议书，商户们共同做出了诚信计量承诺。朱泾市场监管所还制定了市场管理制度，将计量单位使用规范、计量器具送检须知、台账更新等内容涵盖其中，促使商户及时自查自纠；聘任诚信计量社会监督员，对在居民区内参建单位进行联合检查，并将发现的问题通报。同时，通过消费者投诉举报、双随机抽查、集中检定、自查打分等对商户进行监督管理。

“为助力诚信示范街区建设，一直以来，我们把产品

诚信、价格诚信、服务诚信作为经营的核心和准则。”鑫旺水果店店主吕海玉说，店里所有的食品都经过严格把关，保质保量、绝不掺假。同时，根据规格调整价格，确保质价相符。此外，他们还自觉做好“门前三包”，为顾客营造良好的购物环境。在吕海玉看来，做生意就应该诚信为本，若动了歪心思，在货品上动手脚，不仅会损失客源，而且还有违道德。经营期间，吕海玉店里顾客遗失手机、钱包时有发生，每次吕海玉都主动通过微信朋友圈寻找失主，妥善保管等顾客来取。

“推进‘诚信计量’工作是营造诚信经营和公平竞争环境、促进社会整体诚信意识提高的有效抓手。同时，‘诚信计量示范社（街）区’创建是创新社会治理、提升治理水平的重要抓手，也是城市精细化管理和城市软实力的重要载体，更是一项城市治理共建共治共享的举措。”上海市市场监督管理局计量处处长李德宝说道。近年来，上海市市场监督管理局建立形成了政府部门推动、行业企业自律、社会各界监督三位一体的模式，持续在全市范围内开展上海市诚信计量示范社（街）区创建活动，进一步完善了诚信计量体系建设。截至目前，全市共有36个社（街）区获得“上海市诚信计量示范社（街）区”称号。

“我要诚信计量”已逐渐成为辖区商户的一种新风尚，居民群众在共享创建成果的同时也主动参与创建工作。“下一步，朱泾镇将进一步加强常态长效化建设，不断将诚信计量创建工作引向深入，提升商户文明经营素质。”朱泾镇市场监管局相关负责人表示。

“信用凭证成为缩短流程的‘通行证’”

◎文 / 本刊记者 吴限 实习记者 鲁哲

“本以为缺少一个证件要延期开业，没想到凭借我的信用报告可以先办结再补交材料，信用凭证成为缩短流程的‘通行证’！”山东香海东途文旅有限公司相关负责人开心地说道。在缺少证件的情况下，山东香海东途文旅有限公司仍能顺利开业，源于威海实行的“信用+审批”模式。

“信用+审批”模式是指只要申请人被列为省、市重点项目或AA及以上信用等级，即可在缺少部分申请材料且符合容缺办理事项的情况下，实行业务先办、后补材料。依托“信用+审批”模式，威海创新打造容缺办理业务，申请人的信用凭证成为后补材料的“保证书”。这种模式帮助诚信企业缩短审批流程，为企业提供更多便利。

在威海，因信用良好而享受“先办结后补材料”的企业还有很多。不仅帮助企业容缺办理，“信用+审批”模式还把电力接入行政审批告知承诺制，依托政务服务云平台，实现涉电工程“承诺即开工”。威海云开电气有限公司就是受益者之一。2021年9月，由于施工临时用电，需要办理行政审批手续。与以往要去多个部门不同，申请人只需“线上承诺”，即可享受“一键获批”。通过山东政务服务网（威海）政务服务外网申报，威海云开电气有限公司线上提交占用绿地审批告知承诺相关资料，实时获取《告知承诺证明》，在施工地点张贴后，即可直接施工。行政审批标准时长也由原来2个工作日，简化为“即办件”办理，审批效率提高200%。

自实行“信用+审批”模式以来，现已累计为企业和群众精简证明材料12,000余份，减少群众跑腿次数2000多



为实现工程建设项目规划审批再提质增速，威海创新打造容缺办理业务，为企业办理业务简化手续，缩短时间，加快了项目的推进速度。图为某企业签定告知承诺书后，工作人员为其发放建设工程规划许可证

次，为企业及群众减免中介服务费10.85万元。截至目前，已在“信用威海”网站上公示主动承诺、行业自律型承诺、审批替代型承诺、容缺受理型等各类承诺事项达244.8万余条，践诺信息11.7万条；累计信用核实1593批次，涉及企业和自然人等信用主体103,217个。不仅如此，威海市还为所有新开办企业免费发放“大礼包”，包含支持企业“抗疫”政策、小微企业优惠政策等33项政策信息。同时根据申办人信用等级，将政务服务进行“二次延伸”，AA级及以上企业和个人可享受政务服务大厅内中介机构服务费5%~10%的减免优惠。

“在未来，威海市将拓展事项范围，强化结果应用，力促‘信用+审批’工作再创新、再提升。”威海荣成市场准入二科滕玉峰科长说道。

（责任编辑 吴限）



信用监管 推动餐饮单位诚信意识不断提高

随着国民经济的不断增长，人们的饮食需求日益提升，一定程度上促进了餐饮业的发展和进步，但另一方面，由于专业管理缺乏以及设备设施欠缺，饮食安全问题始终没有得到较好的解决。特别是随着疫情防控进入常态化，人们对餐饮业的安全也提出了更高的要求。针对餐饮行业点多、面广，小企业、小餐馆众多，从业人员众多，监管难度大等问题，有关部门在餐饮行业探索构建以信用为基础的新型监管机制，在建立健全信用承诺制度、分级分类监管方面采取了一系列措施，餐饮单位守法和诚信意识不断提高，监管实效和满意度持续改善。



湖北 全面推行小餐饮经营 许可告知承诺制

为进一步推进“放管服”改革，营造更优营商环境，优化小餐饮经营许可办理流程，2021年4月，湖北省市场监管

局印发通知，在小餐饮经营许可中全面推行告知承诺制。申请小餐饮经营许可证新办、变更、延续、补发、注销的，可实行告知承诺制；许可事项直接关系他人重大利益的，不适用告知承诺制。小餐饮的规模标准，由市（州）人民政府根据本地的实际情况具体确定。

办理过程中，具体承办的审批部门

出示《小餐饮经营许可告知书》，一次性告知申请人适用范围、许可依据、法定条件、提交材料、违反承诺责任等内容；申请人按照《小餐饮经营许可告知书》《小餐饮经营许可承诺书》进行自查，符合告知承诺要求的，做出承诺并提交材料，审批部门可以不再进行现场核查，直接发放《小餐饮经营许可证》；经审查不符合告

知承诺要求的，按一般程序办理。

对以告知承诺方式取得小餐饮经营许可的经营者，监管部门将在接到审批部门推送许可数据后30个工作日内对其实施监督检查，重点检查小餐饮实际情况与承诺内容是否相符、经营条件是否符合食品安全要求等情况。对实际情况与承诺内容不相符的，责令限期整改；情节严重或经限期整改后仍无法达到经营条件的，由监管部门通报审批部门依法撤销小餐饮经营许可，并依法处理。



陕西 对餐饮服务提供者开展 食品安全信用评定

为加强陕西餐饮服务提供者诚信体系建设，强化食品安全主体责任意识和诚信意识，《陕西省餐饮服务经营者和单位食堂食品安全信用等级评定办法》（以下简称《评定办法》）自2018年10月26日起施行。

《评定办法》明确，餐饮服务提供者食品安全信用评定依托陕西省食品安全监管综合业务系统开展，分级负责，动态管理。按照《企业质量信用等级划分通则》（GB/T23791-2009）和《企业信用等级表示方法》（GB/T22116-2008）等国家标准，餐饮服务提供者食品安全信用等级分为A（守信）、B（基本守信）、C（失信）、D（严重失信）四级。餐饮服务提供者食品安全信用等级评定实行评分制，起评分为100分，根据食品安全信用信息加分或扣分。100（含，下同）分以上评为A级，80分以上评为B级，60分以上评为C级，

60（不含）分以下评为D级。

在分类监管方面，《评定办法》提出，各级食品药品监管部门应当采取积极措施，对信用等级为A级的餐饮服务单位提供绿色通道，其申请业务应优先或者加快办理。省食品药品监督管理局应当及时将信用评级信息推送至省信用平台，便于各相关部门实施联合惩戒措施。县（区）食品药品监管部门应根据年度信用等级，按照以下方式对餐饮服务经营者和单位食堂开展监督管理：A级：每年至少1次检查；B级：每年至少2次检查，对法定代表人、负责人和食品安全管理人员进行食品安全相关法律法规培训；C级：每年至少3次检查，对法定代表人、负责人和食品安全管理人员进行食品安全相关法律法规培训，对法定代表人和负责人实施行政约谈，列入年度抽检目录；D级：每年至少4次检查，对法定代表人、负责人和食品安全管理人员进行食品安全相关法律法规培训，对法定代表人和负责人实施行政约谈，列入抽检监测目录。



福建福州 对“网红”餐饮店强化 信用监管

为巩固提升网络餐饮服务食品安全专项整治行动效果，净化网络餐饮市场秩序，2021年12月31日，福建省福州市市场监管局官网发布《福州市网络餐饮分类监管机制建设实施意见》，决定对“无堂食”和“网红”餐饮店等餐饮企业实行分级分类监管。

推进“互联网+明厨亮灶”，提升餐饮智能监管水平。福州各地市场监管局要以“无堂食”和网红店为重点，运用多种举措积极推进餐饮网店加装“互联网+明厨亮灶”，力争大部分餐饮网店实现“互联网+明厨亮灶”；e治理“互联网+明厨亮灶”系统可通过后厨AI智能分析和轮巡，及时发现、捕捉餐饮后厨食安问题，基于“食安信用指数”分类推送问题线索，督促餐饮商户主动整改、按时反馈，自觉维护其食安信用；对推送的食安问题整改不及时、不到位，或未按要求加装“互联网+明厨亮灶”接受AI智能监督的餐饮商户，辖区市场监管局要加强针对性的现场检查频次，依法查处餐饮食品安全违法行为；各地市场监管局要引导主要宽带运营商制定优惠套餐，为餐饮商户接入“互联网+明厨亮灶”提供便利服务和充分的市场选择。

结合餐饮e治理红黄牌信用数据，通过重点抽查、远程核验等方式，每季度对订餐平台（分支机构）落实食安主体责任开展实质性监督检查。对于检查发现的问题，应及时下达行政指导书，促进平台规范管理、合规经营。福州市市场监管部门应以共治协议等形式，推动订餐平台主动参与食品安全社会共治，共同提升网络餐饮食品安全质量。

福州市市场监管局要求各地持续常态治理网络餐饮，定期、按比例对“网红”餐饮店、连锁餐饮店、“无堂食”以及其他餐饮网店开展飞行检查。在工作中要规范与服务并重、强化信用监管。该局还将强化督查考评，并将该项工作落实情况纳入地方政府食品安全满意率考评体系。对食品安全问题隐患整改不到位、监管工作不落实、进度迟缓的，予以约谈，并通报属地政府。



广东深圳

看“笑脸”可知餐饮服务食品安全水平

2021年1月，深圳市市场监督管理局印发《深圳市餐饮服务食品安全日常监督检查量化分级管理规定》（以下简称《管理规定》），旨在将日常监管与量化分级相结合，全面加强餐饮服务食品安全监督量化分级管理工作，进一步提高餐饮服务单位食品安全管理水平，提高监管效能。

《管理规定》重点围绕日常监督检查、量化分级的融合与衔接，确立日常监督检查实行量化分级管理原则、明确监管对象、细化等级评定程序、等级公示以及优化量化分级管理等内容进行制定。量化等级分A级、B级以及C级，分别用“大笑”“微笑”“平脸”卡通形象表示。餐饮服务提供者应当在大厅、门口等其他醒目位置摆放公示牌，使消费者及时了解食品安全等级。A级代表食品安全状况优秀，B级代表食品安全状况良好，C级代表食品安全状况一般。

《管理规定》明确，属地市场监管部门可以结合实际情况，按照餐饮服务食品安全量化等级、社会影响力、供应品种等食品安全风险因素综合确定对各类餐饮服务提供者具体的监督检查频次。对餐饮服务提供者量化检查至少一年一次；对单位食堂、集体配送餐单位、中央厨房等重点监管单位，量化检查至少六个月一次。重大活动保障接待单位、集体配送餐单位、中央厨房、学校食堂（含托幼机构）、供餐人数500人以上机关企事业单位食堂及特大型餐饮单位被评定为C级的，属地市场监管部门应要求其限期整改，列入重点检查对象，并及时跟进整改落实情况。



江苏徐州

对餐饮具集中消毒服务单位开展卫生信用评价

为推进餐饮具消毒行业健康科学发展，营造诚信市场环境，2021年底，徐州市卫生监督所在全市组织开展了餐饮具集中消毒服务单位卫生信用评价活动。

2020年徐州市卫生监督所对全市11家登记注册并正常生产的餐饮具集中消毒服务单位开展了信用评价。市卫生监督所在《徐州市餐饮具集中消毒服务卫生示范企业评价指标体系表》基础上，对评价项目及分值分布都进行了修改和调整，制定了《徐州市餐饮具集中消毒服务单位信用评价评分表》。修订后的评价标准更加科学完善，也提高了对企业的监管要求。

各地卫生监督机构对照《徐州市餐饮具集中消毒服务单位信用评价评分表》，结合本年度日常监督和抽检结果，对年度综合能力、质量与安全、社会监督、行政监督以及社会责任、行业内部表彰等指标进行评价，客观公正评定辖区内各餐饮具集中消毒服务单位信用等级。市卫生监督所审核汇总各地评价表格，抽取现场进行复核，最终，核定A级信用等级单位（诚实守信）4家，B级单位（信用良好）6家，C级单位（一般守信）1家。

针对评价结果，卫生监督机构建立守信激励和失信惩戒机制，对参评单位开展分类管理。核定为诚实守信（A级）的单位，各级卫生监督机构将在培训、评优、部门推荐等服务方面予以政策倾斜，减少监督检查频次，加大宣传力度、树立品牌效应。核定为失信和严重失信（D、E级）的单位，监督部门应加大检查力度和抽检频率，直至整改到位。



上海奉贤区

出台餐饮服务业记分管理制度

上海市奉贤区市场监督管理局探索建立餐饮服务轻微违法违规行记分系统（以下简称“记分系统”）。2021年5月，《奉贤区餐饮服务轻微违法违规行记分管理办法（试行）》（以下简称《办法（试行）》）开始施行。

《办法（试行）》依据相关食品安全法律法规，将“未按规定执行食品生产经营场所卫生规范制度”“主动向消费者提供一次性筷子、调羹等餐具”“未向消费者提供公筷公勺服务”等常见的38项违法违规情形纳入记分目录，并根据食品安全风险评估的危害程度，设置了1分、2分、3分、6分、12分，五种记分分值。

《办法（试行）》以包容审慎、执法立威为基本原则，针对轻微违法违规行，以责令改正及记分的方式督促餐饮服务提供者强化主体责任，但对于多次责令改正后，依然拒不改正的餐饮服务提供者，将跟进处罚，直至责令停业，吊销食品经营许可证等。监管部门将根据各餐饮服务提供者的年度累计记分情况，调整其分类分级管理等级，调整日常监管频次。每年1月1日~12月31日为年度周期；12分为一个记分周期，每累计满12分（含12分），需经属地监管部门做出行政处理后，进行记分消除，转入下一个记分周期。新取证餐饮服务提供者的当年度可记分视发证日期而定。

《办法（试行）》明确，对上年度内记分为“零”或者连续两个年度总记分不超过5分（含5分）的餐饮服务提供者，可以调高分类分级管理等级，降低日常监管频次；对上年度记分大于10分，或者



浙江余姚

推行餐饮服务“驾照式12分制管理模式”

浙江省余姚市市场监管局积极探索和构筑餐饮单位食品安全长效管理新机制，于2020年9月制定印发《余姚市餐饮服务违规计分管理试点方案》，率先在辖区万达广场试点推行餐饮服务“驾照式12分制管理模式”，运用量化检查、教育警示、计分公示、违规惩戒等方法，有效促使餐饮服务食品安全监管工作进一步规范化、时效化、共治化。

余姚市市场监管局联合属地街道、第三方协管公司在余姚万达广场内部34家餐饮单位试行“12分制”监管信用分，将信息公示、人员健康管理、原料采购存储、食品加工制作、清洗消毒、场所环境卫生6大模块共22个项目内容纳入违规计分标准，初始赋分12分，计分周期为12个月，未扣满12分的，新的一周期开始后重新赋分12分。

要求各餐饮单位每月至少开展一次全面自查自评；委托第三方协管公司每月至少开展两次现场检查，对照计分表实施计分；赋分后3个月内由属地市场监管所组织开展一次全面评估计分，并将投诉举报、疫情防控、上级明察暗访发现问题等纳入靶向计分。具体根据违规性质恶劣程度和食品安全风险的高低，扣分0分~2分的定为一级餐饮单位（优秀），扣分3分~6分的定为二级餐饮单位（良好），扣分7分~12分的定为三级餐饮单位（一

般）。通过违规扣分和自治加分相结合的方式，扣分加分情况均要求在当天上传至第三方食品安全监管系统，实现动态化、规范化、人性化监管。

检查中发现违法失信问题的，按照失信程度“严重、较重、一般、轻微”4个等级，分别扣减12分、6分、3分、1分。一个计分周期内的扣分予以累加，扣分达10分的，对餐饮单位负责人进行约谈，并列为重点监管单位增加日常巡查抽查频次，发现严重违法行为的依法立案查处；扣满12分的，对餐饮单位依法进行停业整顿，负责人或食品安全管理人员须参加食品安全知识培训，经过整顿合格、考核合格后才能重新赋分12分。同时，通过自治加分的方式进一步健全信用修复机制，餐饮单位可通过参加学习培训、在线考试以及投保食责险等方式获得加分、修复扣分。



山东莱州

强化餐饮企业量化分级管理推进食品安全信用监管

2021年以来，山东省莱州市市场监管局结合“食安城市”“文明城市”“卫生城市”三城联创活动、以及常态化疫情防控工作要求，创新监管模式，建立长效机制，积极强化餐饮服务企业量化分级管理，有效推进食品安全信用监管。

莱州市市场监管局通过逐户排查登记，充分掌握全市餐饮服务单位的基本情况，根据企业经营规模、经营范围、经营条件、食品安全管理能力和日常监督管理记录等一系列情况，按照风险评价指标，建立风险分类监管档案，做到一企一档。

同时，坚持新开办一家，在规定的时间内评定一家。各市场监管所成立食品安全风险分类工作小组，按照管理办法的要求，科学公平地开展工作，实事求是地对每一个单位进行评定。从评定的程序上、要求上、标准上，一把尺子量到底，有理有据，让被评定的单位口服心服。按照确定的餐饮服务单位信用风险等级，依法依规进行检查巡查，对安全等级低的餐饮企业，加大巡查力度和检查频次，彻底杜绝和消除食品安全隐患，确保全市餐饮服务行业不发生较大食品安全事故。

截至2021年5月，该局共对全市1377家餐饮服务单位，进行了量化分级重新审核认定，其中：优秀（A级）56家、良好（B级）985家、一般（C级）336家，并将分级等级标识张贴于餐饮服务单位醒目位置，为消费者就餐提供参考和依据。

下一步，莱州市市场监管局将进一步推进食品安全信用监管模式，重点做好一般（C级）及未分级餐饮单位量化分级升级和审核认定，进一步提升良好以上餐饮单位量化分级比重，促进餐饮企业落实食品安全主体责任，不断增强餐饮行业食品安全意识和规范化管理水平。



山东荣成

对餐饮服务食品安全“红黑榜”单位实行动态管理

为进一步加强荣成餐饮企业食品安全，督促餐饮服务经营者落实食品安全主体责任，推进餐饮服务信用体系建设，强化守信激励和失信惩戒力度，按照《荣成市市场监督管理局餐饮服务食品安全“红黑榜”制度（试行）》规定，根据2021年餐饮服务单位食品安全监管情况，



图为 2021 年 8 月 11 日，张家界市武陵源区市场监督管理局工作人员在一家餐饮供应单位检查餐饮供应质量

2021 年 6 月 30 日，荣成市市场监管部门 2021 年度上半年新闻发布会召开，发布 2021 年荣成市食品安全红黑榜。

依据《荣成市市场监督管理局餐饮服务食品安全“红黑榜”制度（试行）》第二条规定：餐饮服务经营者、单位食堂（以下统称餐饮服务单位）实施“红黑榜”管理制度，餐饮服务单位一年内无违法违规行为，并同时具备以下条件之一的，可纳入“红榜”：热心公益事业。在本行业内做出突出贡献，荣获市级及以上政府或部门表彰的；日常食品安全管理水平和安全状况在本区域或同类型单位中处于领先水平，获评为山东省“食安山东”餐饮示范单位、威海市“明厨亮灶”示范单位或荣成市“明厨亮灶”示范单位等荣誉称号，具有行业示范引领作用的；媒体、食品安全社会监督员、公众推荐，或者经营户申请，经辖区市场监督管理所报送的。

餐饮服务食品安全“红黑榜”每年评定一次，公示有效期为一年，法律、法规另有规定的依照规定确定期限。有效期时长自公示之日起计算。餐饮服务食品安全“红黑榜”单位实行动态管理。被列入

“黑榜”的餐饮服务单位在规定期限内完成问题整改到位的，可以向辖区市场监督管理所申请撤销餐饮“黑榜”，经辖区市场监督管理所验收合格后，由餐饮服务监督管理科初审，提交分管领导审批同意后统一发布撤销通告，并在原发布渠道公布。被列入“红榜”的餐饮服务单位因食品安全问题达不到“红榜”条件的，报经餐饮服务监督管理科初审，提交分管领导审批同意后统一发布撤销通告，并在原发布渠道公布。



浦江餐饮智能评价“码”上说信用系统是浦江县市场监管局推动餐饮行业诚信体系建设的创新举措。截至 2021 年 5 月，该系统已在浦江县郑宅镇的 190 余家餐饮单位试点推行，后期将逐步在全县进行推广使用。

该系统实行“一店一码”管理，就是在每家餐饮单位经营场所的醒目位置及餐桌上贴一个二维码，消费者在就餐过程中，可随时通过微信扫描二维码进入餐饮智能评价系统，“码”上说就餐体验。用户页面设有建议投诉、好评两大功能，版面设计简洁，操作方便。投诉建议设置了从业人员无有效健康证明、环境卫生差、服务态度等 11 种常见问题类型。消费者在对餐饮单位提出建议或投诉时，只需选择问题类型，随手拍照下需要改进的点位后上传提交即可。同样，消费者在线提交好评时，选择好评类型即可完成对该餐饮店评价。

该系统采用“四色预警”信用管控体系，后台对消费者提交的评价进行数据分析，将餐饮单位进行红、橙、黄、蓝等级赋分变色，形成四色信用风险预警。市场监管人员根据系统标注的不同颜色等级给予不同的处置手段，并将处置结果及时反馈。譬如，对于显示信用等级为“红色”的餐饮店，采取增加日常监管频次、强化“黑榜”曝光、降低本年度量化评级等手段督促整改，对存在违法行为的加大处罚力度。同时，该系统将根据消费者的投诉数量、基层监管人员反馈内容变更餐饮单位信用风险等级颜色，实现“四色”实时管控。市场监管人员还可通过系统对消费者的好评进行收集、汇总与分析，以“红榜”的形式对餐饮单位进行宣传推广，提高知名度。

该系统的应用推广能有效解决监管人员人手不足、重复管理等问题，通过对餐饮单位实行针对性监督检查，减少监管资源浪费，提高监管效率。同时，也将大幅提升民众参与食品安全社会共治的积极性和有效性，推动餐饮行业诚信体系建设，促进餐饮质量安全提升。

（资料收集：刘梦雨）

本刊点评

让餐饮业经得起暗访

在网络上，曾看到过这样一种说法，叫“餐饮行业经不起暗访”。

2021 年 9 月 30 日，微博博主内幕纠察局爆料新式茶饮品牌茶百道使用过期原材料，后厨存在诸多卫生问题的情况。之后，有媒体在无锡市的两家星巴克门店卧底调查发现，相关门店频繁触碰食品安全红线。食品安全的负面新闻一经曝光，打击的不仅仅是当事的商家，更是对全体民众消费信心的严重动摇。

餐饮行业，特别是小餐饮行业，由于门槛低、数量多、流动性强，经营者专业知识缺乏，经营场地硬件条件差，相对而言必然会具有一定的食品安全风险。但对这些小餐饮的监管一直就是一个难题，面对海量的经营者，监管人员的数量难以做到完全匹配，同时，由于小餐饮从业人员食品安全知识缺乏，不规范经营屡禁不止，监管成本也相当巨大。而近年来兴起的信用监管，或将为此一难题的有效治理提供一定的支持。

从各地开展的探索看，信用监管首先是对餐饮行业的经营进行了科学的量化。如山东莱州市市场监管局根据企业经营规模、经营范围、经营条件、食品安全管理能力和日常监督管理记录等一系列情况，按照风险评价指标，建立风险分类监管档案，做到一企一档。有了这样的数据库，监管力量的投放也就更加精准，既有效解决了监管力量不足问题，又对诚信企业

做到了无事不扰。

其次，信用分级分类也对消费者的选择起到了重要的引导作用。如深圳市将餐饮服务单位量化等级分 A 级、B 级以及 C 级，分别用“大笑”“微笑”“平脸”卡通形象表示。餐饮服务提供者应当在大厅、门口等其他醒目位置摆放公示牌，使消费者及时了解食品安全等级。这样，如果被评为 C 级，对于商家而言，意味着大量顾客的流失。营业额的直线下降，比任何监管者的苦口婆心能起到的作用都更大。信用分级像一个无形的指挥棒，让经营者不能失信，不敢失信。

再次，信用监管对于诚信精神的建立可发挥出积极的推动作用。餐饮行业之所以安全隐患多，一个重要原因就是很难像工业生产一样做到高度的标准化，这也就对从业者的个人诚信水平提出了更高的要求。信用监管，通过信用承诺、联合奖惩等手段，可让更多的经营者意识到诚信经营的价值，从不能失信，不敢失信，逐渐发展为不愿失信，主动守信。

值得一提的是，从各地的经验看，信用监管对于正在高速增长中的网络餐饮也有很好的监管效果。我们相信，随着信用监管能力的不断提高，以及各部门联合执法能力的加强，大家对上餐饮行业的顾虑会越来越少。我们也相信，随着更多经营者、从业者诚信意识的普遍增加，餐饮业一定会经得起暗访。

（点评：王森）

（责任编辑 刘梦雨）

地方信用“连连看”



1、江苏：根治欠薪行动取得阶段性成果

日前，江苏省召开“严格落实工作责任 扎实做好根治欠薪工作”电视电话会议上获悉，江苏省 11 月部署开展根治欠薪冬季专项行动以来，截至 2021 年 12 月 9 日，检查用人单位 3.92 万户，为 1.27 万名劳动者追发工资 0.94 亿元。

为根治欠薪、保障劳动者权益，全省电话、窗口、信访、“两微一端”等维权渠道全面畅通，欠薪投诉首问负责、接诉即办。盐城等市利用掌上小程序实时向监察员发送线索短信提醒，提供全天候、

零门槛、多形式维权服务。南通、镇江等市组织工程项目劳资专管员和负责人专题培训。宿迁市将及时支付工资工程款纳入文明城市建设。南京拓展欠薪线索“报警网”，加强人社、网信、公安、信访及各行业主管部门间信息共享，实现欠薪线索同步掌握。无锡则从 11 月起实施举报投诉电话、网络受理全天候响应，确保突发事件第一时间介入处置。

聚焦工程建设、校外培训、新业态等领域欠薪问题，江苏省各地集中力量

开展欠薪隐患排查化解，多措并举保障劳动者工资支付落实到位。南京对工程建设、教育培训机构以及新就业形态等领域欠薪重点案件“挂图作战、按图督战”，确保平稳可控。无锡对该市 897 个在建工程项目实行分级分类监管，并组建“双减”专班，实施“旬会”调度，摸排教培机构，动态监测运营情况和欠薪线索，完善欠薪快速处置机制，及时化解欠薪隐患。

（来源：中国江苏网）



2、黑龙江：构建信任机制 筑牢社会信用法治基石

日前，《黑龙江省社会信用条例（草案）》（以下简称《条例（草案）》）提请审议，这部地方性法规的出台将确保相关改革于法有据，同时依法引导全社会切实增强诚信意识、构建信任机制，有力推进社会治理体系和治理能力现代化。

《条例（草案）》强化了社会信用环境建设，细化了重点领域诚信建设要求，规定了政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信领域的建设要求，重点强调各级人民政府应当在社会信用体系建设中发挥

表率 and 示范引领作用。《条例（草案）》规范了社会信用信息管理活动，规定除依法不予开放的公共信用信息外，应当通过公示、查询、约定开放等方式依法开放公共信用信息。

为了完善守信激励和失信惩戒机制，《条例（草案）》提出了市场主体失信的处理方式，规定市场主体被列入严重失信主体名单的，应当依法对其法定代表人或者主要负责人、实际控制人、影响债务履行的直接责任人实施惩戒措施，并将相应

失信行为记入公共信用信息，鼓励行业协会商会对失信会员采取降低会员级别、取消会员资格等措施。

《条例（草案）》还加强了信用主体权益保护，突出了信用监督管理机制。规定信用主体享有对其社会信用信息采集、归集、共享、开放、应用情况的知情权；行政机关应当综合运用公共信用综合评价和行业信用评价结果对监管对象进行分级分类，并根据信用状况采取差异化监管措施。

（来源：黑龙江日报）



3、河南：推进自然资源领域信用体系建设

为加强自然资源管理工作，营造公平、公正、公开和诚实守信的市场环境，发挥信用监管在推进全省自然资源系统治理体系和治理能力现代化中的作用，近日，河南省自然资源厅集中出台《河南省土地管理信用监督管理办法（试行）》《河南省矿产资源管理信用监督管理办法（试行）》《河南省测绘地理信息行业信用监督管理办法（试行）》《河南省自然资源项目领域信用监督管理办法（试行）》《河南省自然资源中介服务机构信用监督管理办法（试行）》《河南省自然资源专家信用监督管理办法（试行）》等 6 个信用监督管理办法，这 6 个信用监督管理办法自印发之日起施行，

有效期五年。

据悉，为规范信用信息归集，河南省自然资源厅建立了以统一社会信用代码或身份证号码为标识的行政相对人信用档案，对信用信息实行统一管理、分级负责。各级自然资源主管部门依职责负责本地区行政相对人信用信息的采集、录入和审核，确保录入信息合法、及时、准确、完整。

河南省自然资源厅将根据法律法规立改废情况及时调整信用评价标准。自然资源行政相对人的信用等级。由河南省自然资源信用信息管理系统按照不同领域的信用等级评价标准，根据记录的信用信息自动评价得出。

与此同时，自然资源行政相对人或社会公众对披露的信用信息有异议的，可向录入信息的自然资源主管部门提出申诉，自然资源主管部门在收到相关异议材料后，应当及时核实并将核实结果反馈异议申请人。信用修复应遵循“谁报送，谁组织实施”的原则。失信信息主体申请修复失信信息，应当向作出失信信息认定的自然资源主管部门提交信用修复申请。自然资源主管部门需对信用主体信用修复情况进行书面审查和现场核查，严格适用信用修复条件，提高信用修复门槛，加大失信约束力度。

（来源：人民网）



4、河北：3 万余名家政服务人员信用信息数据可追溯查询

日前，河北已有 32,365 名家政服务人员信息录入到商务部家政服务信用信息平台，积极倡导诚信服务，推动家政信用体系建设。

衡水市家政服务人员寇桂芳首批领到了家政服务上岗卡。用户家庭可以通过扫描服务上岗卡上的二维码，了解家政服务人员的身份、健康、从业等信息，

并对家政服务人员的服务进行评价。据了解，衡水市今年首批发放家政服务人员服务上岗卡 1000 张。

据介绍，为鼓励家政企业及从业人员诚信服务，河北省商务厅全面利用商务部家政服务信用信息平台，健全家政服务企业和从业人员信用档案数据库，推行家政服务人员持“家政信用查”手

机 App（服务员端）扫码上岗模式，指导全省家政企业录入商务部家政服务信用信息平台，确保家政企业和服务人员相关信用信息记录可追溯、可查询。推广家政服务信用信息平台应用，鼓励家政企业及从业人员诚信服务，助力全省家政服务业高质量发展。

（来源：长城网）



5、云南：加快推进文旅行业信用承诺工作

近两年来，云南省文旅行业大力推行信用承诺制度，形成了涉旅企业诚信经营评价、信用承诺、信用结果运用为亮点的行业特色，阶段成效显著。近日，按照云南省文化和旅游厅发布的《关于开展信用承诺工作的通知》要求，全省已归集信用承诺书 5959 份，其中旅行社 885 份、星级旅游饭店 452 份、A 级旅游景区

339 份、导游人员 4283 份，有效确保信用承诺机制落到实处，助力“放管服”深化改革，加快推动云南省文旅行业高质量发展。

2020 年，云南省文化和旅游厅将签订信用承诺书作为重要的前置环节，对提出行政事项申请的旅行社和导游人员开展信用承诺工作，并依法将信用承诺

和履约践诺信息向社会公示。2021 年，在旅行社和导游人员两个业态基础上，增加星级旅游饭店、A 级旅游景区，扩大信用承诺工作涉及的业态范围。除新增行政事项申请对象外，增加现存在册的旅游企业和导游人员作为信用承诺对象，扩大信用承诺工作的承诺对象范围。

（来源：云南网）



6、四川：成德眉资四市携手共建“信用都市圈”

被成都市列为“失信人”，在四川德阳市、眉山市、资阳市也将处处受限……日前，成德眉资同城化发展领导小组有关负责人表示，成德眉资四市将携手共建“信用都市圈”，建立跨部门、跨领域、跨地域的联动信用机制，促进区域社会信用体系建设协调发展。

信用同城化共建“信用都市圈”的合作协议，深入推进成德眉资社会信用体系建设。根据协议，今后成德眉资四市将从共享信用信息、共制信用报告、共推联合奖惩等方面开展信用合作，探索建立以“信用协同共治”为核心的成德眉资“信用同城化”。

据了解，四市共同签署了关于推进

为了加快共建“信用都市圈”，四市

将共同研究制定统一的数据交换标准和统一的信用信息共享共用监管机制；共同制定信用报告格式规范，建立信用报告共享和互认机制；共同制定信用奖惩目录清单等。据悉，四市还将建立联席会议制度，每年召开一次“信用都市圈”建设工作专题会议，加快形成信用合作共享格局。

（来源：新华社）



7、山西太原：脱贫人口小额信贷发放近 7000 万元

日前，太原市乡村振兴局有关负责人表示，截至 2021 年 11 月 30 日，全市脱贫人口小额信贷发放 6973.82 万元，发放进度位居全省第一，逾期率继续保持全省最低。

在脱贫人口小额信贷工作中，太原市建立了“市县联动、分级负责、分块落实”工作机制，最大程度实现小额信贷“放得出、用得好、收得回、有效益”。利用

全国防返贫监测信息系统，定期监测脱贫人口小额信贷投放进度。在乡、村和银行网点等场所，通过海报、横幅等形式，帮助村干部、驻村工作队和脱贫户全面了解脱贫人口小额信贷政策，提高脱贫户诚信意识。

为确保规范使用，将社会诚信度、人均可支配收入和家庭劳动力 3 项指标作为脱贫户评级授信的主要内容，严格按照

“村级评议、乡镇审查、县级审核”程序，对脱贫户评级授信进行公示公告。为确保资金效益，成立由驻村干部、村“两委”干部、致富能人等组成的产业发展指导员队伍。为确保资金安全，注重宣传教育引导，普及政策法规知识，营造诚实守信良好社会氛围。建立风险补偿金制度，实行专户管理。

（来源：山西日报）



8、安徽合肥：积极构建“双随机 + 信用”融合监管机制

自 2014 年商事登记制度改革以来，合肥市市场主体规模实现井喷式增长，截至 2021 年 12 月已突破 133 万户，其中企业已超过 56 万户。

建立信用风险分类监管制度。建立“通用 + 专业”企业信用风险分类管理模式，按照通用标准将全市企业统一划分为守信、警示、失信、严重失信四种

信用类别，构建通用型信用风险分类监管指标体系；开展产品质量信用风险分类管理试点，制定《企业质量信用风险分类指标体系参考标准（第一版）》，探索实施生产领域企业质量信用风险分类管理新方法、新模式。

实施信用风险分类管理。将全市 56 万余户企业按照信用分类标准统一划分

为“守信”“警示”“失信”“严重失信”四种信用类别，其中守信类 49.1 万户，占比 87.7%；警示类 4.7 万户，占比 8.4%；失信类 1.7 万户，占比 3.0%；严重失信类 0.5 万户，占比 0.9%，通过企业自主申报信息与后台归集数据综合评定分析实施信用风险分级分类管理。

（来源：安徽省市场监督管理局）



9、宁夏银川：海关办结全区首例企业信用修复案件

日前，宁夏银川海关顺利办结银川某服装有限公司信用修复申请，这是自《中华人民共和国海关注册登记和备案企业信用管理办法》（以下简称“新规”）2021 年 11 月 1 日正式实施以来，宁夏办理的首例海关信用修复案例。

“我们企业自 2020 年 12 月因拖欠应缴税款被降级为失信企业以来，不但进出口活动受阻，集团公司的社会声誉、金

融机构融资等方面也遭受不利影响。我们就盼着尽快恢复信用。”该公司负责人在企业信用修复后表示，得知新规出台后，第一时间联系当地海关申请信用修复，“现在，信用修复决定书拿到手了，心中的石头也总算是落地了。”

按照原管理办法规定，该企业自被海关认定为失信企业之日起连续 2 年未发生失信情形方能提升信用等级。新规出台

后，将 2 年变为 3 个月，助力企业提前恢复信用，将企业“污点”消除，让企业有“路”可走。不仅如此，新规还区分不同失信行为明确了移出条件、移出程序及救济措施。企业可根据具体情况依规申请修复。据了解，信用修复完成后，该企业将重新恢复正常状态，海关将按照普惠措施对其实施管理，确保政策红利落到实处。

（来源：中国新闻网）



10、福建漳州：“司法诚信码”正式上线

日前，漳州中院联合漳州市发改委率先在全国首创“两库融合”司法诚信码，并入驻“漳州通”App，正式面向市民提供信用查询服务。

据悉，漳州司法诚信码创新采用跨平台、多接口验证模式，融合法院“失信被执行人”、信用中国（福建漳州）“红黑名单”

两个名单库，一码集成诚信数据。用户只需通过登录“漳州通”App，进入“司法服务”板块，对应点击“司法诚信码”进入应用。界面默认显示本人的司法诚信码，一般正常情况为“绿码”，存在相应问题的将显示为“黑码”，并可通过扫描二维码或点击链接查看详细信息。用户还可以输入相关信息查询企

业或个人信用情况。该司法诚信码自 10 月 11 日试运行以来，已应用于漳州平安建设综治考评，可排查市直各单位公职人员的失信情况。下一步，将不断拓展应用场景，发挥司法诚信码正向激励和反向惩戒作用。

（来源：台海网）

（责任编辑 岁正阳）

全国城市信用状况监测排名



36 个省会及副省级以上城市综合信用指数前 20 名

本期排名	城市属性	城市名称	省份	综合指数
1	省会直辖市副省级城市	北京市	直辖市	89.43
2	省会直辖市副省级城市	深圳市	广东	89.20
3	省会直辖市副省级城市	上海市	直辖市	89.02
4	省会直辖市副省级城市	南京市	江苏	88.90
5	省会直辖市副省级城市	天津市	直辖市	88.82
6	省会直辖市副省级城市	杭州市	浙江	88.78
7	省会直辖市副省级城市	广州市	广东	88.61
8	省会直辖市副省级城市	大连市	辽宁	88.49
9	省会直辖市副省级城市	长春市	吉林	88.41
10	省会直辖市副省级城市	厦门市	福建	88.31
11	省会直辖市副省级城市	福州市	福建	88.23
12	省会直辖市副省级城市	济南市	山东	88.12
13	省会直辖市副省级城市	宁波市	浙江	88.03
14	省会直辖市副省级城市	南宁市	广西	87.64
15	省会直辖市副省级城市	合肥市	安徽	87.56
16	省会直辖市副省级城市	青岛市	山东	87.45
17	省会直辖市副省级城市	石家庄市	河北	87.29
18	省会直辖市副省级城市	沈阳市	辽宁	86.98
19	省会直辖市副省级城市	重庆市	直辖市	86.91
20	省会直辖市副省级城市	郑州市	河南	86.85

261 个地级市综合信用指数前 50 名

本期排名	城市属性	城市名称	省份	综合指数
1	地级市	苏州市	江苏	89.31
2	地级市	温州市	浙江	89.28
3	地级市	湖州市	浙江	89.24
4	地级市	衢州市	浙江	88.99
5	地级市	潍坊市	山东	88.76
6	地级市	丽水市	浙江	88.70
7	地级市	盐城市	江苏	88.67
8	地级市	鞍山市	辽宁	88.65
9	地级市	嘉兴市	浙江	88.57
10	地级市	威海市	山东	88.48
11	地级市	舟山市	浙江	88.45
12	地级市	宜昌市	湖北	88.40
13	地级市	无锡市	江苏	88.34
14	地级市	淮北市	安徽	88.20
15	地级市	常州市	江苏	88.15
16	地级市	宿迁市	江苏	88.06
17	地级市	徐州市	江苏	88.05
18	地级市	泸州市	四川	88.02
19	地级市	肇庆市	广东	87.80
20	地级市	雅安市	四川	87.77
21	地级市	金华市	浙江	87.75
22	地级市	台州市	浙江	87.63
23	地级市	榆林市	陕西	87.60
24	地级市	宿州市	安徽	87.50
25	地级市	邢台市	河北	87.37
26	地级市	烟台市	山东	87.32
27	地级市	南通市	江苏	87.25
28	地级市	泉州市	福建	87.02
29	地级市	扬州市	江苏	86.642
30	地级市	芜湖市	安徽	86.637
31	地级市	漳州市	福建	86.61
32	地级市	龙岩市	福建	86.57
33	地级市	绍兴市	浙江	86.48
34	地级市	广元市	四川	86.43

江苏省 2020 年度纳税信用 A 级纳税人名单
(排名不分先后)

本期排名	城市属性	城市名称	省份	综合指数
35	地级市	淮安市	江苏	86.18
36	地级市	营口市	辽宁	86.13
37	地级市	安庆市	安徽	86.06
38	地级市	滁州市	安徽	86.03
39	地级市	永州市	湖南	86.018
40	地级市	莆田市	福建	86.015
41	地级市	日照市	山东	85.83
42	地级市	珠海市	广东	85.71
43	地级市	四平市	吉林	85.56
44	地级市	镇江市	江苏	85.40
45	地级市	淄博市	山东	85.34
46	地级市	内江市	四川	85.28
47	地级市	泰安市	山东	85.13
48	地级市	德州市	山东	85.11
49	地级市	承德市	河北	85.04
50	地级市	郴州市	湖南	84.962

(本期排名监测时段为 2020.12.1-2021.11.30)

排名方法说明:

为深入贯彻《社会信用体系建设规划纲要（2014—2020 年）》精神，加快推动城市信用体系建设，国家公共信用信息中心在国家发展改革委指导下，对全国县级以上城市开展信用状况监测，旨在帮助城市政府及相关部门及时了解 and 掌握全国城市信用状况，推进城市信用体系建设，提升城市信用水平。

全国城市信用状况监测工作依托全国信用信息共享平台和大数据监测技术，从信用制度和基础建设、营商环境、信用监管、权益保护四大方面对纳入监测范围的城市信用状况开展动态监测评价，形成城市综合信用指数及排名。监测数据来源主要包括政府网站、信用网站、重点媒体等互联网网站的公开信息，全国信用信息共享平台归集的信用相关数据及各城市共享的城市信用数据等。

来源：国家公共信用信息中心

(责任编辑 何玲)

纳税人名称	纳税人识别号
中国石油化工集团公司	11010510169286X
卡特彼勒（中国）投资有限公司	110105625910602
中国船舶科学研究中心	121000004000008197
东南大学	12100000466006770Q
中国航发控制系统研究所	12100000466285116Y
中国煤炭地质总局普查队	12100000466546910R
水利部水文仪器及岩土工程仪器质量监督检验测试中心	12100000720583080U
江苏省出版总社	123200004660005630
江苏省林业科学研究院	12320000466004185E
江苏省地质测绘院	12320000466005188Y
江苏省血吸虫病防治研究所	12320000466005954W
银潮杂志社	123200004660066077
江苏省地质矿产局第二地质大队	123200004660083038
江苏省法官培训学院	12320000466013049H
南京市红山森林动物园管理处	12320100135009504L
南京市玄武湖公园管理处	12320100425800441D
南京市审计干部培训中心	12320100425800863C
南京市土地矿产市场管理中心	123201004258048802
《金陵瞭望》杂志社	123201007541046074
南京市莫愁湖管理处	1232010542580045XD
南京市古林公园管理处	12320106134881632G
无锡市太湖鼋头渚风景区管理处	1232020046628886XQ
(无锡市太湖观赏植物园)	
江苏省无锡市梁溪公证处	12320200466302123M

纳税人名称	纳税人识别号
江苏物联网研究发展中心	1232020046637256X7
江阴市空间规划信息服务中心	123202814664086227
常州日报社	123204004672839135
常州长城综合服务中心	123204004672862335
常州市测绘院	12320400467286612N
溧阳市种畜场	12320481467455092X
苏州市天平山风景名胜區管理处	12320500466950892Q
苏州市拙政园管理处	1232050046695093XU
苏州市吴中区方元测绘队	123205067370781287
张家港市基础地理信息中心	123205824672297650
南通日报社	12320600467542815H
淮安市楚秀园	12320800469477199X
淮安市淮安区教育服务中心	12320882142719483A
淮安市淮安区运东电站管理所	12320882469557201D
扬州市国土空间规划编制研究中心	12321000468833577P
(扬州市国土空间地理信息中心)	
高邮市规划设计院	1232108446935907X9
泰州市海陵区房屋管理服务中心	123212024690296603
宿迁日报社	12321300469760867C
江苏中虑律师事务所	31320000050229428P
江苏达因律师事务所	313200000518157605
上海市协力（无锡）律师事务所	31320000051822688C
江苏理高律师事务所	31320000053476571M
江苏宝宜律师事务所	31320000053494972G
江苏苏延律师事务所	31320000055225610B
江苏同凯律师事务所	31320000055227114R
北京市隆安（苏州）律师事务所	31320000060215097J

纳税人名称	纳税人识别号
江苏新苏律师事务所	31320000063206188C
江苏昊强律师事务所	31320000063208693Q
江苏唯是律师事务所	31320000066218010F
江苏景丰律师事务所	31320000066234221H
江苏惟勤律师事务所	31320000079889307N
上海市金茂（昆山）律师事务所	31320000079909400B
江苏福地律师事务所	313200000815950923
江苏展驰律师事务所	31320000083181563W
江苏辰庚律师事务所	3132000008792482XY
上海小城（苏州）律师事务所	313200000880018326
江苏阳湖律师事务所	31320000089307315A
江苏嘉昆律师事务所	31320000091456715K
江苏漫修（江阴）律师事务所	31320000091505580L
江苏誉腾律师事务所	3132000009412277XT
江苏显明律师事务所	313200000941277226
江苏容睿律师事务所	31320000094145971L
江苏娄东律师事务所	31320000301848056K
江苏稼禾律师事务所	31320000301932442C
江苏双泽律师事务所	313200003019761891
江苏宁瑞律师事务所	313200003023769519
江苏祎华律师事务所	313200003137092488
江苏漫修（镇江）律师事务所	31320000314169503T
江苏恒桥律师事务所	31320000323539529E
江苏简安律师事务所	31320000323557532T
江苏万拓律师事务所	31320000323558981T
江苏至誉律师事务所	31320000323653719F
江苏立科律师事务所	31320000323982416W
江苏瀛镇律师事务所	313200003308562076
江苏卓岳律师事务所	313200003389788155
江苏苏晟律师事务所	31320000339421031D
江苏汇展律师事务所	313200003460837390
江苏润众律师事务所	31320000346161231F
北京观韬中茂（苏州）律师事务所	313200003464256635

纳税人名称	纳税人识别号
江苏兰创律师事务所	31320000346558343H
江苏智临律师事务所	31320000354970119B
江苏达谕律师事务所	31320000354978735W
江苏品川律师事务所	31320000355052301T
国浩律师（苏州）事务所	31320000355058797Q
江苏圣典（徐州）律师事务所	31320000355060117C
江苏瀛成律师事务所	313200003550723963
江苏德策律师事务所	3132000035507245XU
江苏善合律师事务所	313200003550743837
江苏常誉律师事务所	31320000398242893Y
北京德恒（苏州）律师事务所	31320000398292065B
江苏九州祥和律师事务所	31320000425850166G
江苏圣典律师事务所	31320000426091050Y
江苏刘洪律师事务所	31320000426091683D
江苏三法律师事务所	31320000426091894W
江苏金长城律师事务所	31320000426091958T
江苏泰和律师事务所	31320000466000715D
江苏太湖律师事务所	313200004662895710
江苏正太和律师事务所	31320000466292287P
江苏倍思特律师事务所	313200004662953495
江苏居和信律师事务所	31320000466299382G
江苏锦程律师事务所	31320000466368296C
江苏衡立律师事务所	31320000466473010C
江苏光亚律师事务所	313200004665030057
江苏金华星律师事务所	313200004665040590
江苏红杉树律师事务所	31320000466546849R
江苏名古城律师事务所	313200004669549306
江苏竹辉律师事务所	31320000466954973K

纳税人名称	纳税人识别号
江苏百年东吴律师事务所	31320000466955351G
江苏同益大地律师事务所	313200004669554239
江苏新天伦律师事务所	31320000466955546A
江苏公大律师事务所	31320000466956434L
江苏蓝之天律师事务所	31320000466975723R
江苏丰云律师事务所	31320000466981736Y
江苏紫东律师事务所	31320000466990456G
江苏吴中益律师事务所	31320000467002739G
江苏吴越律师事务所	31320000467095680F
江苏金牌律师事务所	31320000467289696D
江苏天刚律师事务所	31320000467290590U
江苏常联律师事务所	31320000467290611C
江苏博爱星律师事务所	31320000467291331L
江苏律邦律师事务所	313200004672919643
江苏友联律师事务所	31320000467292617D
江苏怀德律师事务所	31320000467292799H
江苏乐天律师事务所	31320000467292836P
江苏正气浩然律师事务所	31320000467335680Q
江苏江花律师事务所	31320000467542938L
江苏紫琅律师事务所	3132000046754428XH
江苏濠阳律师事务所	3132000046754444XQ
江苏山水律师事务所	31320000467573654P
江苏维业律师事务所	31320000467590067R
江苏金平川律师事务所	31320000467592062Q
江苏诚谨律师事务所	31320000467858107U
江苏东洲律师事务所	31320000467858115N
江苏扬子江律师事务所	31320000467912206N
江苏东疆律师事务所	313200004679218232
江苏国磊律师事务所	31320000468250726R
江苏信义诚律师事务所	31320000469194316H
江苏恒强律师事务所	31320000550231129G
江苏苏合律师事务所	313200005511634049

纳税人名称	纳税人识别号
江苏瀛联律师事务所	31320000552476111B
上海市锦天城（苏州）律师事务所	31320000553795173X
北京市隆安（南京）律师事务所	313200005546545758
江苏锦创律师事务所	313200005558817613
江苏众勋律师事务所	31320000557147659U
江苏朗华律师事务所	31320000558057700U
北京市中银（南京）律师事务所	313200005602527679
江苏常弘律师事务所	313200005602530225
江苏诚品律师事务所	313200005617798863
江苏苏泰律师事务所	31320000562933590H
上海市锦天城（南京）律师事务所	31320000564250953H
江苏谋盛律师事务所	31320000567819850N
江苏诺法律师事务所	31320000570384480Y
江苏铭天律师事务所	313200005714471482
江苏常金律师事务所	313200005754072155
江苏合鼎律师事务所	313200005766654866
江苏全衡律师事务所	313200005781908243
江苏苏明律师事务所	313200005810237443
江苏海辉律师事务所	313200005837178703
江苏宏锦律师事务所	31320000583727518C
江苏新天伦（太仓）律师事务所	31320000583728123E
北京市君泽君（南京）律师事务所	313200005837467193
江苏漫修（苏州）律师事务所	31320000585597788C
江苏臻宇律师事务所	313200005884986629
北京德恒（南京）律师事务所	31320000591126261R
江苏晟则律师事务所	313200005911426916
江苏新天伦（吴江）律师事务所	313200005925693475
北京德和衡（南京）律师事务所	31320000593543114Q
江苏东晋律师事务所	313200006083886640

纳税人名称	纳税人识别号
江苏石立律师事务所	313200006087270995
江苏李安祥律师事务所	313200006089325192
江苏当代国安律师事务所	313200006089365015
江苏谢满林律师事务所	313200006089433146
江苏海联海律师事务所	31320000628382729R
江苏法德东恒律师事务所	313200006340624818
江苏维世德律师事务所	31320000634086360R
江苏智择律师事务所	31320000660823950Q
江苏苏商律师事务所	31320000663818858T
江苏朱玉明律师事务所	31320000665770149K
江苏良翰律师事务所	31320000670974146F
江苏大楚律师事务所	31320000672025673B
江苏奔月律师事务所	313200006739135173
江苏正盛律师事务所	3132000067391945X1
江苏茂通律师事务所	313200006739397922
江苏华峡律师事务所	313200006748908473
江苏六典律师事务所	31320000674897475U
江苏纵联律师事务所	31320000677636596E
江苏睿恒律师事务所	31320000678301288M
江苏律园律师事务所	313200006789808313
江苏杨传圣律师事务所	31320000678989254D
江苏东域律师事务所	31320000679825825P
江苏常仁律师事务所	31320000679834406J
江苏平凌律师事务所	31320000681107523X
江苏六仁律师事务所	313200006811215447

纳税人名称	纳税人识别号
江苏高仁律师事务所	31320000681608977A
江苏剑桥颐华（张家港）律师事务所	31320000682151833H
江苏众谊律师事务所	313200006821623057
江苏天晖律师事务所	31320000682980586K
北京大成（南京）律师事务所	31320000683510973M
江苏常强律师事务所	313200006835429917
江苏扬州律师事务所	31320000684100511N
江苏韵合律师事务所	31320000684110381A
江苏周瑞昌律师事务所	31320000684923964M
江苏简恒律师事务所	31320000685893453Y
江苏竹辉（张家港）律师事务所	31320000689151852U
江苏永衡律师事务所	31320000689601139X
江苏永创律师事务所	31320000692140433X
江苏瀛苏律师事务所	313200006933151436
江苏同丰律师事务所	3132000069338128XR
江苏漫修（宜兴）律师事务所	31320000695525793N
江苏路修律师事务所	31320000696746563A
江苏筹胜律师事务所	31320000697875017X
江苏涤非律师事务所	31320000703894274E
江苏众成信律师事务所	31320000703976579G
江苏合展兆丰律师事务所	31320000714163880V
上海方本（苏州）律师事务所	31320000714167187P
北京市康达（南京）律师事务所	31320000716208253M
江苏广浩律师事务所	31320000716856488B
江苏新中远律师事务所	313200007168564966
江苏中望律师事务所	313200007185098937
江苏世纪同仁律师事务所	313200007205822566
江苏新高的律师事务所	31320000720582870P
江苏天滋律师事务所	31320000720583072P
江苏唯衡律师事务所	31320000720583531V
江苏钟山明镜律师事务所	31320000720583670K

纳税人名称	纳税人识别号
江苏致邦律师事务所	313200007205843153
江苏少平律师事务所	313200007206788649
江苏江洲律师事务所	31320000722250052D
江苏如一律师事务所	31320000722836846H
江苏南昆仑律师事务所	31320000723516334W
江苏紫石律师事务所	31320000724409207Y
江苏南黄海律师事务所	31320000724413177W
江苏清正苑律师事务所	313200007244247304
江苏江成律师事务所	31320000725188899M
江苏甘露律师事务所	3132000072518891X1
江苏锐智律师事务所	31320000729019558L
江苏梁丰律师事务所	31320000731140189D
江苏国瑞律师事务所	31320000731140218Q
江苏联合－合力律师事务所	31320000731140760H
江苏石塔律师事务所	313200007311681733
江苏天棣律师事务所	31320000731168958X
江苏兴华人律师事务所	31320000731168974K
江苏瑞信律师事务所	31320000731748813L
江苏慧眼律师事务所	31320000737822658R
江苏拙正律师事务所	31320000742472269N
上海市亚太长城（南通）律师事务所	3132000074312600XP
江苏理华律师事务所	31320000743733731D
江苏洲际英杰律师事务所	31320000748167126D
江苏金荣恒顺律师事务所	31320000755081400T
江苏联创伟业律师事务所	31320000755082438X
江苏天豪（苏州）律师事务所	3132000075642695XC
江苏东晟律师事务所	31320000756434204B
江苏金正平律师事务所	31320000756444015U
江苏汇丰恒通律师事务所	31320000758988649J
江苏孙剑良律师事务所	313200007605088006
江苏高枫律师事务所	31320000760542718X
江苏源博律师事务所	313200007615293711

纳税人名称	纳税人识别号
江苏安淮律师事务所	31320000763578484W
江苏智和律师事务所	31320000765889235J
江苏张林芳律师事务所	31320000769103383L
江苏信阳光律师事务所	31320000769877389C
江苏衡鼎律师事务所	3132000077050909X5
江苏君远律师事务所	313200007720330565
江苏鼎昆律师事务所	31320000772452365N
江苏岸庆律师事务所	31320000772496413W
江苏王建华律师事务所	313200007737508906
北京市浩天信和（南京）律师事务所	31320000773772088E
江苏政纬律师事务所	313200007746760125
江苏楚乾律师事务所	313200007786640353
江苏法舟律师事务所	31320000782737073Y
江苏钟山明镜（苏州）律师事务所	31320000783357929T
江苏汇典律师事务所	31320000783362277M
江苏海容律师事务所	31320000784351545L
江苏欣博律师事务所	313200007843825440
江苏致达律师事务所	31320000785564745Q
江苏金易律师事务所	31320000787687001L
江苏漫修律师事务所	31320000789095640X
江苏钟山明镜（宿迁）律师事务所	31320000790861154R
江苏天辩律师事务所	31320000791971267A
江苏彭隆律师事务所	31320000792334649J
江苏博诚律师事务所	31320000793813000W
北京大成（南通）律师事务所	31320000796116868F
江苏焯燃律师事务所	31320000796544424B
江苏梓源律师事务所	31320000796544459X
江苏融鼎律师事务所	31320000796544969B

纳税人名称	纳税人识别号
江苏君桥律师事务所	31320000798618167C
江苏法略律师事务所	31320000798644138N
北京市惠诚（昆山）律师事务所	313200007986484700
江苏荆溪律师事务所	31320000A80774948D
江苏神阙律师事务所	31320000E815545247
江苏公善民律师事务所	31320000E87093837J
北京泽盈（徐州）律师事务所	31320000MD0064028M
江苏锋源律师事务所	31320000MD0064036G
江苏瀚邦律师事务所	31320000MD00640526
江苏迈图律师事务所	31320000MD0064140L
江苏君奥律师事务所	31320000MD0064159H
江苏寒山律师事务所	31320000MD00642988
北京市京师（南京）律师事务所	31320000MD0064466A
江苏瀛恒律师事务所	31320000MD0064503G
上海正源（昆山）律师事务所	31320000MD00646427
江苏宏银律师事务所	31320000MD0064722T
浙江靖霖（南京）律师事务所	31320000MD0064781X
江苏玖润律师事务所	31320000MD006479XM
上海市协力（南京）律师事务所	31320000MD0064861H
江苏润仪律师事务所	31320000MD0064933A
江苏圣典（常州）律师事务所	31320000MD0064984J
江苏昶兴律师事务所	31320000MD0065004E
江苏淮左律师事务所	31320000MD0065063H
江苏铸品律师事务所	31320000MD0065186J
江苏悦孚律师事务所	31320000MD0065194D
江苏辉丰律师事务所	31320000MD0065223Q
北京德恒（无锡）律师事务所	31320000MD0065346R
北京市浩天信和（江阴）律师事务所	31320000MD0065370A
江苏常闻律师事务所	31320000MD0065418J
江苏立泽律师事务所	31320000MD0065450X
北京市天同（南京）律师事务所	31320000MD00655579
江苏润远律师事务所	31320000MD00656960
江苏益友天元（张家港）律师事务所	31320000MD0065776K

纳税人名称	纳税人识别号
江苏绿象律师事务所	31320000MD006583XC
江苏清越律师事务所	31320000MD00658567
江苏鑫律联律师事务所	31320000MD00659873
北京市中伦文德（常州）律师事务所	31320000MD0066082P
江苏苏旭律师事务所	31320000MD0161346F
江苏通达瑞律师事务所	31320000MD016140X8
北京市炜衡（南京）律师事务所	31320000MD0161573L
北京市京师（无锡）律师事务所	31320000MD016159X7
江苏品悦律师事务所	31320000MD0162971C
北京市金杜（南京）律师事务所	31320000MD0164176W
上海申浩（南京）律师事务所	31320000MD01658492
江苏苏正律师事务所	31320000MD0167705A
江苏干树律师事务所	31320000MD016925XU
北京市炜衡（苏州）律师事务所	31320000MD01712614
江苏金合（邳州）律师事务所	31320000MD0171341P
江苏天茂律师事务所	31320000X07901610C
江苏沁园春律师事务所	31320000X07931780G
江苏金合律师事务所	31320000X080252101
江苏金禾律师事务所	31320000X09094648Q
江苏欣达律师事务所	31320000YA1210329H
江苏同心园律师事务所	31320000YA1212906N
江苏振泽律师事务所	31320000YA1213992T
江苏方胜律师事务所	31320000YA121475X6
江苏致祥律师事务所	31320000YA1215218U
新华人寿保险股份有限公司南京中心支公司	320000580458690
江苏汇鸿国际展览装饰工程有限公司	320002134776218
江苏省出版总社	320006466000563
江苏有线网络发展有限责任公司	320011314049536

纳税人名称	纳税人识别号
中南无锡路桥集团股份有限公司	320102250142079
（南京绕城公路城市化改造工程）	
永诚财产保险股份有限公司江苏分公司(玄武)	320102792349306
史带财产保险股份有限公司江苏分公司(玄武)	320102834794580
南京德墨忒尔机电贸易有限公司	32010305796517X
江苏舜天国际集团机械进出口有限公司	320103134762588
江苏施尔美整形美容医院	320103YA1216907
《中国临床研究》编辑部	320106773771480
现代管理科学编辑部	320106E93794314
南京新松网络科技有限公司	320106MA1MWNY7X
中交三航局第三工程有限公司	320107134890176
中交第三航务工程局有限公司南京分公司	320107748208979
江苏金立威房地产咨询顾问有限公司	320111782716459
中建八局第三建设有限公司	320113134891128
南京栖霞房产经营有限公司	320113660662309
南京联骏称重系统有限公司	32011376527613X
江苏省岩土工程公司	320114134758781
南京盈峰标牌有限公司	320114679040278
南京三企包装物资有限公司	320121797122661
江苏大地益源环境修复有限公司	320123690448100
南京众拓测绘科学技术有限公司	320123754133942
南京春娇茶叶专业合作社	320124070722711
无锡路桥集团股份有限公司	320200250142079
苏州桃花源绿化工程有限公司（驻锡）	320200251311807
常熟路桥工程有限公司（驻锡）	320200251453231
无锡市交通工程有限公司	320200466285773
无锡川铁金属材料有限公司	320200579500265

纳税人名称	纳税人识别号
江苏天目建设集团电梯工程有限公司（驻锡）	320200685332816
南京久大桥建设有限公司（驻锡）	320200721796782
常熟市第二市政路桥建设工程有限公司（驻锡）	320200723529290
江苏江南路桥工程有限公司	320200728734066
扬中市富能电力线路搭建有限公司（驻锡）	320200732508993
淮安市华源园林建设有限公司（驻锡）	320200752036436
昆山裕腾市政工程有限公司（驻锡）	32020075509392X
无锡市梁溪区黄巷街道五河社区股份经济合作社	320200757301948
江苏省住建集团有限公司（驻锡）	320200770509858
南京万荣园林实业有限公司（驻锡）	320200777016482
江苏吴威建设工程有限公司（驻锡）	320200797412765
无锡市恒利包装用品精细化工厂	320200836145584
无锡市滨湖区胡埭镇茶场	320200X29193619
江苏省建筑工程集团有限公司	320206134750763
中建八局第三建设有限公司	320300134891128
徐州市公路工程总公司	320300136409219
太平财产保险有限公司徐州中心支公司	320300766524000
中建安装工程有限公司	320303134891099
徐州市贾汪区佳卉园艺场	32030555026959X
中铁十四局集团大盾构工程有限公司	320311MA1N1FEL7
徐州 2 号线 05 标项目部	
丰县天通木业有限公司	320321346100172
徐州天得润纺织有限公司	320321558048943
徐州沐泽苗木种植有限公司	320323321299154
睢宁县正文花木农业专业合作社	320324093508179
中铁二十四局集团江苏工程有限公司	320381134899381
常州第一建筑集团有限公司	320400137161956
常州市张万成山羊养殖专业合作社	320400557110098
常州市武进区郑陆镇黄天荡变电所	320400X08168289
江苏兴厦建设工程集团有限公司	320412140962279
南京利基达劳务有限公司	320412682535052
高邮市四方建筑安装工程有限公司	320412713282765
溧阳市九龙茶厂	320481137582136

纳税人名称	纳税人识别号
江苏正方园建设集团有限公司	320481137587332
江苏扬建集团有限公司	320481140718532
江苏环泰建设有限公司	320482251135268
苏州第一建筑集团有限公司	320500137690938
南通四建集团有限公司苏州吴中配伟奥建筑工程	320500138723578
中铁四局集团第二工程有限公司	320500151822239
苏州天伦置业有限公司	320500608197104
苏州信德房地产开发有限公司	320500608288938
（胥口镇 230 省道 683 号）	
金鑫地产集团有限公司（长江路商业地块）	320500703719978
苏州联华超市有限公司湘城店	320500763581085
苏州市斜港置业有限公司	32050076512251X
苏州联华超市有限公司胥口店	320500778650557
苏州工业园区黄天源食品发展有限公司	320508773754840
江苏苏通大桥有限责任公司	320581741339474
江苏永联精筑建设集团有限公司	320582142110002
张家港保税区长红房地产开发有限公司	320582746244191
诺尔得航空工业计量技术（江苏）有限公司	320583595588463
南京交通工程有限公司	320584134921745
南通三院司法鉴定所	32060106188468X
德福乐（南通）科技有限公司	320602085077946
江苏省苏中建设集团股份有限公司	320621138583616
江苏众杰人力资源有限公司（海安办事处）	320621758988235
南通鑫老大饲料科技有限公司	320623321189692
如东佳禾果蔬农民专业合作社	32062368783043X
南通市凯发建筑劳务有限公司	320681055212676
江苏南通二建集团有限公司	320681138854172

纳税人名称	纳税人识别号
江苏金堰交通工程有限公司	320681758980807
徐州市公路工程总公司	320682136409219
如皋市天桥皮毛制品厂	320682768269402
如皋市东鼎园林有限公司	320682783388303
南通市通州区平潮泰顺时装厂（普通合伙）	32068306948324X
南通长城建筑安装工程有限公司	320683138388626
南通四建集团有限公司	320683138723578
南通新华建筑集团有限公司	320683138735229
江苏省钟星消防工程有限公司	320684134795654
海门市飞跃电线电缆厂	320684138727990
连云港振兴实业集团有限公司东上渔场	320706138990836
国营九二五厂	320800139435893
淮安市淮安区同心电子厂	320803591190992
淮安市淮阴区隆利来大豆花生种植专业合作社	320804595591603
涟水瑞丰农业机械有限公司	320826089349849
涟水县艺之林花卉苗木种植专业合作社	320826323707019
盱眙县观音寺镇笙绿蔬菜专业合作社	320830055194543
江苏华恒兄弟动漫制作有限公司	320901586604150
盐城市顾大生态大闸蟹养殖场	320903053502901
盐城康泰蔬菜产销专业合作社	320903690792753
中交第三航务工程局有限公司江苏分公司	320904138999187
阜宁县万国汽配城置业有限公司	320923663825732
江苏省国营新洋农场供电管理服务中心	32092413476089X
建湖县森达石化管道配件厂	320925X08678326
盐城万盛建筑工程有限公司	320981142512300

纳税人名称	纳税人识别号
东台市美田蔬菜加工厂	320981767370146
扬州江宇机械碟簧有限公司	321001084436564
中国石化集团江苏石油勘探局有限公司	321001134753374066
江苏省水利建设工程有限公司	321001134753569
江苏扬建集团有限公司	321001140718532
江苏华发装饰有限公司	321001140722558
江苏新能源置业集团有限公司（淮左郡）	321001141300429
扬州博普船舶设备有限公司	32100157384143X
扬州博扬汽配有限公司	321001608726870
南京固柏橡塑制品有限公司扬州分公司	321001720604718
扬州市重康汽配机电有限公司	321001735727497
江苏乐助律师事务所	321001782093263
江苏尚鼎律师事务所	321001796525362
江苏华朋律师事务所	321002196706302146
扬州振川机械科技有限公司	321003339237461
泰州市通海房地产开发有限公司	321020734431432
宝应县润扬苗木产销专业合作社	321023687196221
扬州景宇置业有限公司	321027141283905
扬州市科尔旅游用品厂	321027572585059
江苏江扬投资集团有限公司（阳光地带）	321027720601090
江苏中杜律师事务所	321084197204167035
高邮市强农特种水产养殖专业合作社	321084575415645
江苏日出律师事务所	321084747308548
扬州市江都区樊川镇众兴禽业专业合作社	321088567830910
江都区景阳织造厂	321088L4529683X
镇江金鹰房地产开发有限公司	321100141388651
江苏省广电有线信息网络股份有限公司镇江分公司	321100681649517
江苏满江春城市规划设计研究有限责任公司	321102MA1MAY1P7

纳税人名称	纳税人识别号
雷迪奥汽车内联技术（镇江）有限公司	321102MA1MN11F6
镇江市华尔吉电气有限责任公司	321111716864963
镇江市天鹏汽配有限公司	321121141638518
句容市茅山镇旭阳苗木专业合作社	321123061803966
句容市永兴苗木专业合作社	321123696710165
中国人民解放军南京军区后勤部	321123703965204
南京雨陵化工五金厂句容联营厂	
江苏巨荣律师事务所	321123716827230
镇江华立煤质制样设备有限公司	321123727256154
扬中市悦达塑胶有限公司	321124672533125
中交三航局第三工程有限公司	321183134890176
泰州唯创文化传媒有限公司	32120039837938X
泰州广播电视台（泰州广播电视传媒集团）	321200469040886
泰州市开顺机械制造有限公司	321200564318671
中建八局第三建设有限公司	321203134891128
江苏板桥保险代理有限公司	321281398334640
（浙商财产保险股份有限公司泰州中心支公司）	
南通路桥工程有限公司	321281467540940
兴化市双银机械配件有限公司	321281554648650
兴化市安丰申华轴承厂	321281729323517
江苏万顺安装工程有限公司	321281735710556
靖江市城市建设环境技术咨询服务中心	321282796132876
泰兴市国波科教设备经销部	321283083116411
中粮面业（泰兴）有限公司	321283684104870
镇江东方电热科技股份有限公司	321283718698874
张家港保税区贺达国际贸易有限公司	321600726541869
苏州天华超净科技股份有限公司	321700134844268

天津重大税收违法失信案件信息

纳税人名称	纳税人识别号
苏州市高速公路管理有限公司	321700137769208
苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司	321700608285139
苏州锦富新材料股份有限公司	32170075966171X
盐城市东城法律服务所	33320000562968363H
宜兴市东山法律服务所	33320000735329923B
徐州市泉山区泰山法律服务所	33320000738299950B
南京市高淳区淳辉法律服务所	33320000L00445555H
南京康宁司法鉴定中心	343200003211231913
南京东南司法鉴定中心	343200007888653838
深圳航空有限责任公司	440306192211290
盐城市专业技术人员继续教育协会	513209005105886090
西交利物浦大学	52320000509200566U
南京安生外国语专修学校	52320100YA1216712W
南京市小哈佛双语幼儿园	523201027360990823
南京市秦淮区欢乐时光老年公寓	5232010467130550XT
南京市创新专修学校	52320104738894063X
南京鼓楼新东方进修学校	52320106742391602X
无锡市锡山区新港学校	523202055093201895
无锡新吴区国际学校	52320214509311346K
徐州市鼓楼区铜沛社区卫生服务中心	52320302661783196B
邳州和谐医院	52320382571414928K
常州市天宁区红日家园老年公寓	523204000831741797
常州诺盈教育培训中心	5232040255807253X5
常州市新北区阿兰贝尔国际幼儿园	52320411509700616U
常州市龙城小学	52320411509701301H
苏州康宁护理院	523205005502071374
苏州颐康护理院	52320500678327074C
苏州欣升护理院	523205006805291935
苏州福星护理院	52320500758956962Y
苏州长风门诊部	5232050076052953XD

纳税人名称	纳税人识别号
苏州冶金门诊部	52320500771516400M
苏州市东吴职业培训学院	5232050079830757X6
苏州吴中区木渎小星星幼儿园	52320506787682905B
苏州相城实验小学	52320507761004006H
苏州市姑苏区苏大吉的堡幼儿园	52320508752021250U
昆山三之三新城域幼儿园	52320583560321099T
南通市崇川区丽文英语培训中心	5232060251002992X7
南通市崇川区世纪丽文英语培训中心	52320602MJ6921133M
扬州市大地宝带幼儿园	52321000510820690P
丹阳市安信审图咨询中心	523211815111115110
泰州三泰康复医院	52321200MJ800980X5
无锡市滨湖区胡埭镇胡埭村民委员会	543202110140270013
无锡市滨湖区胡埭镇龙延村民委员会	54320211014031510R
江苏省苏州市吴江区盛泽镇渔业村村民委员会	54320509K12313587C
中海外建设集团有限公司	91100000743726849Y
中国石油化工集团有限公司	9111000010169286X1
北京万泉寺出租汽车有限公司	911100001021361014
卡特彼勒（中国）投资有限公司	91110000625910602W
中钢国际货运有限公司	91110108101304775U
江苏中天吉奥信息技术股份有限公司	91110108330240058H
北京华建汇智科技有限公司	91110108744700616F
上海港智贸易有限公司	91310000321633079P
上海市海丰水产养殖有限公司	9131000058059828XY
汎韩物流（青岛）有限公司上海分公司	91310000748798761P
江苏遍球融资租赁有限公司	91310000MA1FL01J9T
江苏百瑞赢证券咨询有限公司	91310106631584794D
中材宁锐（南京）国际物流有限公司	91310109MA1G545622
（ 待续 ）	

发布来源：国家税务总局
截止时间：2022 年 1 月 10 日

纳税人名称	纳税人识别号
天津智明辉企业管理咨询有限公司	91120110MA06H5NU0A
天津振旺辰劳务服务有限公司	91120110MA06GK0981
天津悦洛欣建材有限公司	91120110MA06H5M335
天津玉建祥广告有限公司	91120110MA06H8DK3X
天津鑫霖恒机械设备有限公司	91120110MA06GKUQ8R
天津天桐羽劳务服务有限公司	91120110MA06H3FA0J
天津全鼎晟劳务服务有限公司	91120110MA06GBWH2U
天津奇邦乐建筑工程有限公司	91120110MA06HA1T6Q
天津鹏喜隆商贸有限公司	91120110MA06GYFX8A
天津墨泰馨劳务服务有限公司	91120110MA06H6WL72
天津龙柱峰建筑材料销售有限公司	91120110MA06HPF410
天津灵惠晟科技有限公司	91120110MA06H45M85
天津吉昌盛建筑工程有限公司	91120110MA06GE2M0U
天津辉铭建科技有限公司	91120110MA06H29WXM
天津海夏农科技有限公司	91120110MA06GYJH2C
天津市寅向贸易有限公司	91120113553430334A
天津市盛意兴钢铁贸易有限公司	911201105594857584
天津瑞晟天达商贸有限公司	91120110300586146U
天津瑞纳克商贸有限公司	91120110079614872C
联翔商贸（天津）有限公司	911201106877043370
天津酷派郎商贸有限公司	911201130612005245
天津志道商贸有限公司	91120110MA06GPCF75
天津云舟致远建材销售有限公司	91120110MA06BH420J
天津涛居酒店管理有限公司	91120110MA06FPWR7J

纳税人名称	纳税人识别号
天津燕发机械设备租赁有限公司	91120110MA05T8JW4R
天津彦奇顺商贸有限公司	91120110MA06B4JUXP
天津旭铭状物业管理有限公司	91120110MA06GWTW3R
天津万胜云商贸有限公司	91120110MA06GBX93C
天津太华立德酒店管理有限公司	91120110MA05T5TE2W
天津顺风耳商务信息咨询有限公司	91120110MA06GBP41Y
天津世腾宏远商贸有限公司	91120110MA06GH3U0D
天津盛国艳建筑工程有限公司	91120110MA06GGNQ25
天津庆希成商贸有限公司	91120110MA06BF5U0K
天津青昭宏企业管理咨询有限公司	91120110MA06GPCY25
天津普云隆劳务服务有限公司	91120110MA06GW1622
天津龙天建筑材料销售有限公司	91120110MA05T8HW1T
天津峦新佳建材销售有限公司	91120110MA06GLAU6D
天津林尔德科技有限公司	91120110MA06GT5E5U
天津金顺昌商贸有限公司	91120110MA06B1AY7K
天津辉宁万商贸有限公司	91120110MA06GWR5XW
天津昌业泽商贸有限公司	91120110MA06BDF709
天津斌尚元商贸有限公司	91120113MA06HAA147
天津盛鑫元房地产经纪有限公司	91120113MA06GAP49U
天津致信建材销售有限公司	91120113MA06G3NN2G
天津宇婷商贸有限公司	91120113MA06G9KNXE
天津隆正建筑工程有限公司	91120113MA06GAWQ3A
天津酷艾顺科技有限公司	91120113MA06HD5D9C
天津付聚隆商贸有限公司	91120113MA06H9QY3A
天津功新科技有限公司	91120113MA06CR5E8A
天津青云达建材销售有限公司	91120113MA06H1UX93
天津富俊如商贸有限公司	91120113MA06H9G445
天津达汇智科技有限公司	91120113MA06H3TG9E
天津彬永齐科技有限公司	91120113MA06HA1E3E

纳税人名称	纳税人识别号
天津吉凯丰商贸有限公司	91120113MA06FU7Y9Y
天津军志明建材销售有限公司	91120110MA06GRKC9E
天津法冉顺商贸有限公司	91120110MA06BFC69H
天津友成兴盛劳务服务有限公司	91120110MA05T8MQ4N
天津超越酒店管理有限公司	91120113MA06GF8E6U
天津志新缘劳务服务有限公司	91120113MA06HGL53C
天津津闽耀商贸有限公司	120115559450635
天津孟益汇通煤炭贸易有限公司	91120118MA05PTNR4U
天津日汇月建材销售有限公司	91120102MA05LC1F84
天津二空间建材销售有限公司	91120102MA05L1JG0D
天津开伟建材销售有限公司	91120102MA05L7B48D
天津天不天机械设备有限公司	91120102MA05L1UP44
天津津捷建材销售有限公司	91120102MA05L1YR6D
天津东雷建材销售有限公司	91120102MA05L71NX8
天津鑫天地贵金属经营有限公司	120116690691071
明润（天津）科技发展有限公司	91120222MA06BBL732
天津市聚鑫盛达商贸有限公司	91120106777349949J
天津金得伟业建设工程有限公司	91120112069859286T
天津星潮金属制品有限公司	91120223783349275K
天津鼎诚盛塑料制品有限公司	91120223MA05K8EL3H
天津富仁进出口有限公司	91120223673749462H
天津恒安通顺劳务服务有限公司	911201163003157765
天津恒安通久人力资源服务有限公司	91120118MA05MM7Q9H
滨海分公司	
天津浩天百川劳务服务有限公司	91120118MA06Y1668X
天津浩鼎文基劳务服务有限公司	91120118MA06Y14734
天津浩鼎正嘉劳务服务有限公司	91120118MA06Y1545W
天津浩鼎正天劳务服务有限公司	91120116300605255K

纳税人名称	纳税人识别号
天津浩天华夏劳务服务有限公司	91120116MA06BWXBXR
滨海第三分公司	
天津浩天华夏劳务服务有限公司	91120116MA06945A6C
滨海第二分公司	
天津浩天华夏劳务服务有限公司	91120116MA068X0U1Y
滨海第一分公司	
天津中瑞华庆商贸有限公司	911201160731280990
天津爱尔特电子有限公司	120112058709805
天津瀚澈建筑工程有限公司	91120112566143385E
天津悦奇国际贸易有限公司	120112073142907
天津温青商贸有限公司	91120111MA05KYRA7F
天津市华尚永通建材销售有限公司	91120111MA05QNJ1F
天津吉丰源煤炭销售有限公司	120223328636045
天津市艾丰盈科技有限公司	91120106MA05JNH73R
天津市泽亚领程商贸有限公司	911201025723493983
天津建和兴华商贸有限公司	91120111MA068QN03R
天津玉芳珠商贸有限公司	91120111MA06BNJT3N
天津盈盈益科技有限公司	91120111MA069JWW9P
天津金瑞可科技有限公司	91120111MA05XMR38P
天津蒙兴源煤炭销售有限公司	120223328636010
天津市伟利煤炭销售有限公司	91120223MA05K38930
天津超奕群商贸有限公司	91120105MA05Y3TR0B
天津鸿策贸易有限公司	91120105MA05Y33K8B
鑫彤特达（天津）铜制品销售有限公司	120117091561179

纳税人名称	纳税人识别号
天津五重钢结构工程服务有限公司	120107786380841
天津欣兰商贸有限公司	91120116MA05W1QN23
天津益智达科技有限公司	91120113MA06FQT50F
天津华伟棉业有限公司	911202245897798969
天津烨尚金属材料销售有限公司	91120223MA05Y2TW9A
天津乾昇富泰钢管有限公司	91120223MA05M70G10
天津环能石油化工销售有限公司	120116679416220
天津市兴昌辉煤炭销售有限公司	91120110MA05PL486B
天津市乌鑫煤炭销售有限公司	91120110MA05PL1NX0
国储（天津）供应链管理有限公司	91120118MA05MX044F
天津吉盈昌贸易有限公司	91120118MA07H500XH
天津凯顺康商贸有限公司	120118MA05M8206
金克罗（天津）科技发展有限公司	91120116MA06A1YH5G
天津朝一电子有限公司	91120112340972148W
天津市福宁五金制品有限公司	91120221556547634J
宇日精密电子（天津）有限公司	91120112725746803R
天津芳卓科技发展有限公司	91120116MA05Y8R78X
天津长辉鼎盛商贸有限公司	120116550350320
天津通达源科技有限公司	91120105MA05KUJ89G
天津嘉航联合石油技术开发有限公司	911201167925166377
天津市锋颖科技发展有限公司	911201056737092255
天津市荣铮商贸有限公司	91120105MA05XWMY7N
天津一帆顺成建材销售有限公司	91120105MA05Q1LK3F
天津市金宏鑫工贸发展有限公司	91120116761283172U

纳税人名称	纳税人识别号
天津维盛康金属材料有限公司	91120105MA05Q77U26
天津领航国际贸易有限公司	91120116752235152M
天津乾顺石油技术开发有限公司	91120116663080224Q
天津臻境商贸有限公司	91120105MA05WYWM2C
天津锦龙商贸有限公司	91120105MA06AU8C8M
天津宏兴宇商贸有限公司	91120118MA06BY435L
天津市迎智商贸有限公司	91120105MA05XUGG6H
天津如愿成发新能源科技有限公司	91120118MA05YAFK3D
天津中文富伟能源科技有限公司	91120118MA05N2EQ48
天津宏波商贸有限公司	91120105MA06AQ4A5X
天津港保税区佳乐工贸有限公司	911201187466717678
天津永合益科技有限公司	91120105MA05JJ373Y
天津铭阳亚川建材销售有限公司	91120105MA05Q1L77F
天津富恒顺达塑料销售有限公司	91120105MA05UJ9F7B
天津安广飞阳建筑材料销售有限公司	91120118MA05L0TT8W
天津恒鑫惠科技有限公司	91120118MA05JMMF8D
天津市素勇钢铁贸易有限公司	120221055263297
天津景玉贸易有限公司	91120116MA05U2HM9F
天津天宏同创金属材料销售有限公司	91120116MA06CKRH3F
天津滨海长运国际货运代理有限公司	911201166906685928
天津满仓金属制品有限公司	91120223MA05XCLG9C
天津嘉和兴商贸有限公司	91120116MA05WQCH20
天津百事万达商贸有限公司	91120118MA05K0DC17
天津展宇众鑫商贸有限公司	91120118MA05JQFA3C
杰诺康（天津）机电科技有限公司	91120116058747289W
天津泽麒石油技术服务有限公司	91120118MA05K3N48D
天津子阳商贸有限公司	91120102MA068Q752M

纳税人名称	纳税人识别号
天津市玉成盛建筑工程有限公司	91120116MA05X0QA9W
天津伟通贸易有限公司	91120116MA069CY007
天津荣涵金属材料销售有限公司	91120102MA05X9XA8X
天津铭隆贸易有限公司	91120116MA06A7RLXW
天津市宝积有色金属贸易有限责任公司	91120103064018656K
天津市勒伟贸易有限公司	91120116MA06A7RE23
天津海秀立天商贸有限公司	91120105MA069PUY9J
天津壮财建筑工程有限公司	91120116MA06AE6L59
天津市圣龙商贸有限公司	91120103749147645C
天津市兴泰钢铁有限公司	91120223MA069WJJ52
禧键丰（天津）科技有限公司	91120221MA05P5JTXB
天津明福达商贸有限公司	91120116MA069PRP6L
天津军强商贸有限公司	91120116MA06ADLC46
天津华瑞琪科技有限公司	91120116MA05XFTN5L
天津宏昌通金属材料有限公司	91120116MA06ANAX3W
天津市建源达科技有限公司	91120116MA05UF09XE
天津源顺通商贸有限公司	91120116MA069P8HX5
天津兴亿爱佳商贸发展有限公司	9112010275220740X3
天津东欣商贸有限公司	91120116MA06ADA22W
天津市森润金属材料销售有限公司	91120223MA06B9RW0T
天津林洁环保科技有限公司	91120102MA0693R441
天津现代冀坤生产力促进有限公司	91120102MA06N68562
天津弘也水泥销售有限公司	91120102673720520R
天津广正金属材料销售有限公司	91120102MA06AU1H4B
天津市伟翎商贸有限公司	9112010630039438XX
天津用弘金属材料贸易有限公司	91120106MA05X92Q17
天津市金瑞博大金属制品有限公司	91120223MA05TH209J

纳税人名称	纳税人识别号
天津鑫泰晟商贸有限公司	91120223MA069F280F
天津市吉顺金属材料销售有限公司	91120223MA06AA3U98
天津文达金属制品有限公司	91120223MA069MDW6G
天津市钰铭金属材料销售有限公司	91120223MA06AKLF8A
天津瑞颐通钢铁有限公司	91120223MA05Y3H547
天津佰旺达金属制品有限公司	91120223MA05K49X94
天津广运通达金属制品有限公司	91120223MA06M4708R
天津顺福瑞运输有限公司	91120223MA06A8XW0J
天津瑞祥塑料制品有限公司	91120223MA05X7WR5J
天津市宏福金属制品有限公司	911202237244682152
天津市盛润金属制品有限公司	91120223MA05WHQP21
天津市恒泰晟金属材料销售有限公司	91120223MA05XY514A
天津市达兴金属制品销售有限公司	91120223MA06FBLQ0P
天津市强润金属材料销售有限公司	91120223MA069J2D2G
天津津恒金属制品有限公司	91120223MA06AALN6A
天津市津铭金属材料销售有限公司	91120223MA06AA4A1K
天津宝久恒商贸有限公司	91120223MA05RAF52H
天津市宇顺通金属材料销售有限公司	91120223MA06AL4L16
天津亚太塑料制品有限公司	91120223MA05XGBC3F
天津浩协本科技发展有限公司	91120111MA069A6W91
天津光昌兴商贸有限公司	91120111MA05XY6E75
天津佰丽多科技有限公司	91120111MA06AEB72N
天津荣平商贸有限公司	91120111MA06AKHJ5H

纳税人名称	纳税人识别号
天津向阳益科技有限公司	91120111MA068NQE9P
天津明观装饰设计有限公司	91120111MA06AGR53M
天津川辉风顺科技有限公司	91120111MA069A5J6P
天津恒弘建材销售有限公司	91120111MA0697MB03
天津启迪科工贸发展有限公司	91120111780332478R
天津市源润丰达钢铁贸易有限公司	91120223MA05L1682R
天津市宝旺油墨制造有限公司	91120224104233343A
天津市宝坻区联增农机专业合作社	93120224687720863X
天津市云增伟业建筑材料有限公司	91120224671479737G
天津中特伟业贸易有限公司	911201105661380091
天津鑫盛鸿贸易有限公司	91120116MA069EWC1R
天津创天恒益科技有限公司	91120116MA05TLLF32
天津市驰万通建筑安装有限公司	91120116MA05K67W3A
天津宁福五金制品厂	120221300409692
天津超浩然商贸有限公司	120121093767293
天津铸浩祥石油化工销售有限公司	91120116MA05J3C34J
天津鸿展百胜饲料有限公司	120110681896366
天津市岐黄医药批发有限公司	91120111735477256G
天津新润科技有限公司	91120118MA05TCBC0M
天津爱诺达贸易有限公司	91120116MA05LKXN99
天津沪镶链国际物流发展有限公司	91120118MA05K2MP0B
天津红双连城商贸有限公司	91120118MA05JPW589
天津津门八达商贸有限公司	91120116MA069BP008
天津鸿德丰商贸有限公司	91120116MA05UHX44Y
天津骏腾鸿兴贸易有限公司	91120116MA05RU5B2G
天津韵德商贸有限公司	91120116MA0696F623
天津满盛祥商贸有限公司	91120118MA0795620X

纳税人名称	纳税人识别号
天津汇宇安文商贸有限公司	91120118MA069J7WXK
天津市晟致博金属材料销售有限公司	91120116MA069KN61M
天津德永泰金属制品有限公司	120112761294154
金克罗（天津）科技发展有限公司	91120116MA06A1YH5G
天津益宏久贸易有限公司	91120116MA05LKY15W
天津乔义顺商贸有限公司	120118MA05N5879
天津博晟凯商贸有限公司	91120112MA05JG4046
天津桂铭瑞新商贸有限公司	91120118MA05K0HT6U
天津南聪环保工程有限公司	91120118MA05LBMKXR
天津海智鑫商贸有限公司	91120116MA05WAE02L
天津泰亚商贸有限公司	120221351522249
天津澜京商贸有限公司	91120118MA05X51U7N
天津福特瑞商贸有限公司	91120116MA05L82Y9Q
天津市美春仁商贸有限公司	91120116MA05X8XE84
天津市恒通金元商贸有限公司	91120116MA05RGQR91
天津金旭海金属材料销售有限公司	91120221MA07A63385
天津天平建筑装饰工程有限公司	91120118MA05L3PW5A
天津正阳商贸有限公司	91120118MA05PTEE0N
天津永祥晟科技有限公司	91120118MA05WTJF91
合昌嘉华国际贸易（天津）有限公司	120121328667052
天津炫翔盛兴贸易有限公司	91120116MA05RU3G04
天津祥美企业管理有限公司	91120118MA05L42Y8M
天津市君发科技有限公司	91120116MA06A42U6L
天津市盛达信建筑工程有限公司	91120116MA05XKMH50

纳税人名称	纳税人识别号
天津荣睿商贸有限公司	120112566145962
天津呈军商贸有限公司	91120116MA06AEGFX7
天津路达物流有限公司	91120116MA05YBXU2C
天津弘和富源建筑工程有限公司	91120116MA05QFUQ8Y
天津滨海新区福森莱商贸有限公司	91120118MA05KKXR68
天津超睿科技有限公司	91120116MA05XWUY8R
天津市增宝科技有限公司	91120116MA06CE1371
天津尼尔商贸有限公司	911202215783182347
天津金同鑫商贸有限公司	91120118MA06J6889M
天津展望未来科技有限公司	91120116340981909K
天津华信半岛酒店有限公司	91120101340977547N
天津瑞志祥升商贸有限公司	911201016906873980
天津佳春商贸有限公司	120116083040306
天津津泽海泰商贸有限公司	120113690658212
天津泽惠岚山钢铁贸易有限公司	91120113681894205F
天津市奥宇特坤金属制品有限公司	120113673742949
天津子旺达商贸有限公司	120113073140338
天津市广聚建龙商贸有限公司第一分公司	911201020587396339
天津旺利申辉金属材料销售有限公司	91120102MA05W6MB2H
天津台一科技有限公司	91120102MA05Q59F7T
天津鸿尚达商贸有限公司	91120102MA05J41C0Y
天津万达运商贸有限公司	91120102MA05J3GL7T
天津金宇鹏商贸有限公司	91120102MA05J3GPX2
天津市君达伟业商贸有限公司	120102300546080
天津市银轩商贸有限公司	120102700578532
天津途际商贸有限公司	120102093672649
天津市鸿盛德源商贸有限公司	120102300394945

纳税人名称	纳税人识别号
天津恒美瑞商贸有限公司	91120102MA05XH5U5P
天津力红达金属材料销售有限公司	91120102MA05X4ENX2
天津富润锐阳商贸有限公司	91120102MA05JD6W0W
天津大佐商贸有限公司	91120102MA05JB0K9Y
天津市华富鑫商贸有限公司	120102300546785
天津茂瑞华矿产品销售有限公司	120102093712524
天津永科益达商贸有限公司	120102300783203
天津发动商贸有限公司	91120101MA05QCEW7Q
天津顺利安泰商贸有限公司	91120101MA05WBQNX7
天津盛博奥商贸有限公司	91120101MA05QA8T9C
天津鼎泰安业商贸有限公司	91120101MA05WBBC4M
天津旺荣盛商贸有限公司	91120101MA05QCAY87
天津盈春日昇商贸有限公司	91120101MA07G073XU
天津谦伶俐商贸有限公司	91120101MA05N1WR4W
天津康华建德商贸有限公司	91120101MA05R27T6B
天津香罗易顺商贸有限公司	91120101MA05QLKM8T
天津隆兴顺商贸有限公司	91120101MA05WBT782
天津优科贴商贸有限公司	91120101MA05QE896E
天津恒丰时代科技有限公司	91120101MA05KYY186
天津宝生和科技有限公司	91120101MA05KPCN3K
天津学实辉煌建筑工程有限公司	91120101MA05JFYM24
天津乐通企业管理有限公司	91120101MA05NWWY35P

纳税人名称	纳税人识别号
天津云梦科技有限公司	91120101MA05NE8J1Q
天津恒盛兴隆科技有限公司	91120101MA05N9DM4D
天津学实世纪科技有限公司	91120101MA05J46W60
天津创思科技有限公司	91120101MA07A98976
天津市中州盛业建材贸易有限公司	9112010130057804X3
天津安捷特康科技发展有限公司	91120101300646524W
天津市源信金属材料销售有限公司	120101069852447
天津市宁河县余鑫棉业有限公司	91120221744010199V
天津通茂科技有限公司	91120116069868457G
天津联众益华科技有限公司	91120110MA05J0N87D
天津毅荣兴阀门制造有限公司	91120110MA05LH3F4R
天津星富顺金属制品有限公司	91120110MA0773464H
天津巨汇安阀门科技有限公司	91120110MA05L66P5N
天津星兴福模具有限公司	91120110MA077087X1
天津沃斯顿阀门制造有限公司	91120110MA07E6196M
天津鑫泰盛纺织有限公司	120110093774354
天津博众源机电设备有限公司	91120110MA05UKM26D
天津华祥腾飞钢铁贸易有限公司	120110064015455
天津益瑞康机械设备销售有限公司	91120110MA05J8CA5A
天津库意思旺商贸有限公司	91120118MA06H5148P
天津联冠纺织有限公司	120110300594357
天津华美达美科技有限公司	91120110MA0774715P
天津丰汇成锦商贸有限公司	91120110MA05QXUF71
天津德莱克流体设备制造有限公司	91120110MA06W3830Q
天津阳泰森达商贸有限公司	91120118MA06G93462

纳税人名称	纳税人识别号
天津益春立达商贸有限公司	91120110MA05MBH349
天津泰昌利商贸有限公司	91120110MA06X859XK
天津豪丰钢铁发展有限公司	12011069068252X
天津立淼鑫金属材料销售有限公司	91120110MA05KRRF98
天津市米素尼科技有限公司	91120110679449823L
天津菲丽斯服装有限公司	12011077731800X
天津华鑫宇金属材料销售有限公司	120110351530564
天津恒辉流体控制设备制造有限公司	91120110MA05JPWL98
天津市勒尊商贸有限公司	120110583254474
亚速旺（天津）商贸有限公司	91120110MA07E7041J
天津中津建龙钢铁贸易有限公司	120110069890427
天津欧雷格阀门制造有限公司	91120110MA05LCLN01
天津仁裕顺商贸有限公司	91120110MA05JPTP2A
天津创焕宸领商贸有限公司	91120118MA06L3582Q
天津源美达商贸有限公司	91120110MA05QXWFXT
天津瀚丰元商贸有限公司	91120110MA06R7711R
天津德昌兴阀门制造有限公司	91120110MA05J9AH24
天津晟翮福商贸有限公司	91120110MA05K5HA4M
天津睿际通丰商贸有限公司	91120118MA06J025X3
天津市腾达盛金属材料有限公司	91120110MA05K4RC1L
天津源顺成商贸有限公司	91120110MA06Y6696B
天津鸿欣荣商贸有限公司	91120110MA06W25552
天津奇立金属材料销售有限公司	120110341001466

河北省重大税收违法失信案件信息

纳税人名称	纳税人识别号
天津诚贵商贸有限公司	120110581301599
天津欧利森阀门科技有限公司	91120110MA05LEPW56
天津圣乐堡科技有限公司	911201105897759246
天津博格阀门制造有限公司	91120110MA05LGWB39
天津明珠电子器件有限公司	91120110MA05KXTN3F
天津鑫鸿顺建筑装饰工程有限公司	91120110MA05J3T08L
天津融腾酷巴商贸有限公司	91120118MA06J0399Y
天津市塘特斯阀门制造有限公司	91120110MA0730763T
天津船阀阀门制造有限公司	120110589772723
天津市建利龙商贸有限公司	91120110MA05JH8Q53
天津合众信纺织有限公司	91120110MA05KAUT69
天津达克阀门制造有限公司	91120110MA05LH4910
天津瑞莱斯阀门销售有限公司	91120110MA05P96U6T
天津裕隆鑫科技发展有限公司	91120110MA0797327D
天津源百升纺织有限公司	120110300757005
天津俊长商贸有限公司	91120110MA05KXTB5A
捷亚达（天津）商贸有限公司	120110093459493
天津创智互动科技发展有限公司	911201105987083607
天福贵（天津）商贸有限公司	120110079644027
天津滨海天起起重设备有限公司	91120110681891848X
天津市阿瑞德阀门制造有限公司	12011059870292X
天津联广科技有限公司	91120110MA06U8948L
天津爱国宝建材贸易有限公司	91120110MA05KXUA3Q

纳税人名称	纳税人识别号
天津日发纺织有限公司	120110093458415
天津国英纺织有限公司	120110300494292
天津宝瑞祥国际贸易有限公司	91120110MA05K1LX7N
天津市圣卓源路桥物资销售有限公司	91120110MA05J99A9W
天津杰拉德阀门销售有限公司	911201103285645040
天津达福泰商贸有限公司	91120110MA06X2059R
天津展源彩钢结构有限公司	911201100698643841
天津市旺达劳保用品销售有限公司	91120110075900097T
天津芮兴业金属制品有限公司	91120110MA0770837Q
天津伟启商贸有限公司	120112586439271
天津丰中汇贸易有限公司	120121328577487
天津吉顺航海商贸有限公司	120121341037442
天津名裕升贸易有限公司	120121093765650
腾中盛（天津）贸易有限公司	120121088305908
天津福锦顺贸易有限公司	120121300356527
天津睿拓鸿丰商贸有限公司	120121340879146
天津市金鑫恒阀门科技有限公司	91120225MA05JGF04L
天津市锦之诚商贸有限公司	91120222MA05K7AQ6J
天津市仁义万昇商贸有限公司	91120222MA05K6PD2D
天津市峰鸿恒业铜材有限公司	120222592943415
天津洪荣亭科技有限公司	91120222MA05R4G44J
天津福聚和科技有限公司	91120222MA05R4FR6Q
天津市盛元鑫诺科技有限公司	120225079604586
天津鑫泰福鸿商贸有限公司	91120225MA05KUQB8N
天津李玉宽建筑工程有限公司	91120225MA05QUR315
天津市民众华昇商贸有限公司	91120222MA05K6L19M
天津市素来曼商贸有限公司	120222758147073

纳税人名称	纳税人识别号
保定市顺增金属材料销售有限公司	130603082672002
青龙满族自治县德立胜建材有限公司	9113032155043812XK
秦皇岛市正朴商贸有限公司	91130300692067635Y
秦皇岛景晟经贸有限公司	91130304672088236P
河北新亿银燃料有限公司	911303923082075773
秦皇岛市明文商贸有限公司	91130300684319468R
秦皇岛凯莎贸易有限公司	91130300MA07PJ9P3K
秦皇岛市纪润商贸有限公司	9113030277131012X8
保定曲腾服装制造有限公司	130603398821924
秦皇岛文杰橡塑科技有限公司	91130302578233767H
秦皇岛双鹏贸易有限责任公司	911303027840813896
秦皇岛市财运物资贸易有限公司	911303027995752932
秦皇岛港之发煤炭有限公司	91130300092569519T
秦皇岛金石矿业有限公司	91130300676000203J
秦皇岛世纪浪潮电脑信息网络有限公司	91130322730266134U
张家口茂特汽车销售有限公司	91130701MA0GDJA596
霸州昊泽顺汽车销售有限公司	91131081MA0ET9CP34
邯郸市庆达机械科技有限公司	911304927468569562
张家口恩宏新能源科技有限公司	91130702MA0FLXRU2X
永清县瑞昌通用设备零部件有限公司	911310230657142904
邯郸市巨泰物资有限公司	130404745413547
邯郸市复兴熙盛贸易有限公司	130406590957151
邯郸市闽成阀门制造有限公司	91130405MA07T2L002
唐山悦博商贸有限公司	91130230MA0D8UEDXU
大城县神特塑料制品有限公司	91131025MA07MUGD3N
霸州市秋乐家具有限公司	91131081MA07TCFJ5R
邯郸市开发区丰德纺织品有限公司	130411050986306

纳税人名称	纳税人识别号
邯郸市永年区恒越布业有限公司	911304083362527540
张家口茂星科技有限公司	91130703MA0G96FC05
唐山博安金属材料销售有限公司	91130230MA0D7RHW0C
唐山赛嘉商贸有限公司	91130230MA0DR6R55K
河北文志贸易有限公司	130403320012107
辛集市和宏润电子科技有限公司	91130181MA07TBA212
张家口弘阁汽车销售有限公司	91130701MA0GA2YC6T
唐山市曹妃甸区称水线军商贸有限公司	91130230MA0D8W069E
唐山景仁科技服务有限公司	91130230MA0DR6GL63
唐山市曹妃甸区御冲香金属材料销售有限公司	91130230MA0D7QJ33A
霸州市馨茂塑料制品有限公司	91131081MA0D6AAC0X
河北展亿贸易有限公司	130404098849212
邯郸市华辰物流有限公司	130404308266905
河北寸方商贸有限公司	91130181MA0DY44G1A
廊坊市岚聪保温材料有限公司	91131003MA0DB2AY61
邯郸市希春贸易有限公司	91130403MA07LY7N37
邯郸市厚存贸易有限公司	91130404MA07L75X9X
邯郸市河壮物资有限公司	91130404692081250X
邯郸市亿德铸造有限公司	130421661068299

信源单位：国家税务总局天津市税务局
截止时间：2022 年 1 月 10 日

纳税人名称	纳税人识别号
邯郸市宝晶针织服饰有限公司	130411073716093
张家口新标商贸有限公司	91130703MA0GA0M30A
张家口起迪科技有限公司	91130701MA0GAHD800
张家口仁庆汽车销售有限公司	91130701MA0GF1YG35
唐山市曹妃甸区荣宫林商贸有限公司	91130230MA0D8MH51J
邯郸龙春再生资源有限公司	91130403055488066T
邯郸市玄鼎贸易有限公司	911304040911405426
唐山德栈商贸有限公司	91130230MA0DRB487R
邯郸市干荣矿产品销售有限公司	130403096349206
张家口亮佰汽车销售有限公司	91130701MA0GF5R92B
张家口御丽商贸有限公司	91130701MA0G8P8UXW
唐山市曹妃甸区裴勾取素商贸有限公司	91130230MA0D9NR7XP
河北通凡汽车销售有限公司	91131081MA0EPPLY60
河北锦硕建材销售有限公司	130404336277425
唐山市曹妃甸区形人事流金属材料销售有限公司	91130230MA0D9X6X6X
唐山法震贸易有限公司	91130230MA0DQET38J
邯郸市冠尚贸易有限公司	91130403MA07PGGM5H
邯郸市势顺贸易有限公司	130404308035314
河北泊淡建材销售有限公司	91130181MA0DYDGQ41
辛集市瑞佳世创商贸有限公司	91130181MA07TAAX2R
廊坊市源泓煤炭销售有限公司	131003336234310
香河县翰森家具有限公司	91131024550430259W
廊坊汇洲化工产品有限公司	91131025MA08G5JA8B
邯郸市海广贸易有限公司	130404398868319
河北尚利贸易有限公司	91130404MA07MUCU7M
河北笑谗建材销售有限公司	91130181MA0DYFP47U

纳税人名称	纳税人识别号
唐山盈科建筑工程有限公司	91130230MA0D8UFK37
唐山君酷科技有限公司	91130230MA0DQXWR5P
邯郸市禅珺贸易有限公司	130403592463964
邯郸市复江贸易有限公司	91130403MA07PXEQ1T
河北照发商贸有限公司	91130181MA0DYKY131
辛集市百祥丰电子科技有限公司	91130181MA07TB6A1K
张家口顿达新能源科技有限公司	91130702MA0FLUMK0A
张家口恒仟坊商贸有限公司	91130702MA0FUWAD16
唐山市曹妃甸区见奔中麻金属材料销售有限公司	91130230MA0D9LL25D
唐山在群商贸有限公司	91130230MA0DRD941X
唐山顶天矿产品有限公司	91130205MA09BP7D4G
廊坊市良工汽车销售有限公司	91131003MA0EAAT49Y
邯郸市卓拔矿产品销售有限公司	130403096990781
邱县源浩纺织有限公司	91130430MA07R0TX5H
文安县久富塑料销售有限公司	91131026MA0D01DX4Q
霸州市奇达汽车销售有限公司	91131081MA0ET8YQ9N
河北启展贸易有限公司	91130400MA07L7349Y
辛集市元凯广告有限公司	91130181MA07XEMK5B
唐山市曹妃甸区苗梦霜金属材料销售有限公司	91130230MA0D8PM78F
唐山市曹妃甸区罗铍能商贸有限公司	91130230MA0D7TRC63
邯郸市美泽贸易有限公司	130403335901468
曲周县国润纺织有限公司	130435082666454
张家口航惠商贸有限公司	91130701MA0GAGDG3A
张家口锦仁汽车销售有限公司	91130701MA0GE7461L
唐山沌银贸易有限公司	91130230MA0DQBM00L
曲阳县富泰煤炭销售有限公司	130634098078032
(待续)	
(责任编辑 岁正阳)	

信源单位：国家税务总局河北省税务局
截止时间：2022 年 1 月 10 日



剧本杀 站在“风口” 还是掉入“陷阱”

——防范剧本杀市场乱象风险提示

©文 / 本刊记者 岁正阳

几位玩家聚集在一张桌子上，在熟读了专属于自己的剧本之后，扮演各自在剧本中所属的角色，依照自身对角色的理解，在主持人（DM）的引导下一步的推动剧情，完成自己的专属任务，揭开一桩桩尘封许久的悬案——这就是时下最流行的剧本杀。

2016 年，芒果 TV 播出的综艺《明星大侦探》开始让这个游戏走进大众视

野。随着国内聚会类社交场景狼人杀的没落，剧本杀火爆出圈，行业也迎来了大批入局者。

不过 3 年时间，剧本杀规模平地而起，艾瑞咨询《2021 年中国剧本杀行业发展现状及市场调研分析报告》显示：2019 年中国剧本杀市场规模达 109.7 亿元，同比增长 68%；2020 年即便线下店受疫情冲击明显，但行业整体仍逆势实现

7% 增速。2021 年增速重回 45%，市场规模达到 170.2 亿元。

剧本杀基于天然的社交优势，已经成为 90 后、00 后社交新潮流。“周末约剧本杀吗？”比起 KTV 与电影院，剧本杀逐渐成为年轻人线下娱乐的首选。

目前从剧本创作、发行到店面装修，再到游戏主持人、定制服饰道具，剧本杀已经发展成了一个新兴产业。不过，蓬勃

经营“剧本杀”会面临哪些风险

1、侵犯著作权的法律风险

“剧本杀”行业中最常见的涉及侵权的关键词是“盗版剧本”。如果经营者使用的是从第三方正价购买的“盗版剧本”成品，只要经营者能够拿出购买凭证及与第三方的沟通聊天记录，证实自己确实不知晓属于“盗版剧本”，且“盗版剧本”卡片等用具均是第三方提供，则经营者不承担侵权责任。但若经营者从第三方购买“盗版剧本”后自行制作成人物卡片、线索卡片等，则须承担侵权责任。

2、著作权权属风险

在著作权权属未约定明确的情形下，委托第三方创作与聘用员工进行创作这两种情况极易出现著作权权属纠纷，权属纠纷则会引发后续的侵权纠纷。

3、内容合规风险

部分作者或经营者抓住玩家追求刺激心理，在剧本中列入大量细致的色情、暴力内容，以此为噱头营利。

4、人身损害风险

因部分“剧本杀”存在恐怖元素，特别是沉浸式“剧本杀”，经营者为了能够更大程度地增加玩家体验感，会将场景打造得更加逼真。在紧张刺激的高压环境下，无论是演员或玩家均存在更高的受伤可能。若玩家受伤，经营者可能需要承担赔偿责任。

5、经营管理风险

经营管理风险主要来源于场地与员工。首先，部分“剧本杀”馆位于居民楼内部，存在经营场地不合规风险。其次，“剧本杀”企业运转不可避免需要聘用员工，则可能出现劳动纠纷。

发展中的剧本杀也有不少隐忧，但记者调查发现，繁荣的背后，一些乱象也逐渐浮出水面，剧本盗版、抄袭现象严重；剧情出现色情、恐怖、暴力情节，行业监管亟待加强。

火热的剧本杀

剧本杀一词起源于西方宴会实况角色扮演“谋杀之谜”，在派对文化浓厚的欧美地区非常流行。2013年，一部名为《死穿白》的剧本传入国内，风靡一时，从此剧本杀正式进入大众的视野。

一开始，剧本杀只是一个小众游戏，只在特定的圈子内流行，然而随着《我是大侦探》等综艺节目的热播，剧本杀开始出圈。尤其是在2020年受到疫情的影响后，线上剧本杀App的用户数量激增，整个行业迎来了爆发性的增长。

根据美团发布的《2021实体剧本杀消费洞察报告》显示，目前剧本杀消费者里20岁以下用户占比10%，20岁~25岁占比35%，25岁~30岁占比30%。30岁以下用户总共占比高达75%，剧本杀正逐渐成为都市年轻人的日常聚会玩乐方式之一，另外入“坑”用户的消费频次稳定，63.5%的用户会在两周内消费剧本杀1次及以上，超四成用户的消费频次在一周1次以上。

而剧本杀能够吸引年轻人的原因，核心在于剧本杀完美的解决了时下年轻人的社交痛点——

保护隐私：不用顾及原本的身份如何，只需要使用剧本里的新身份进行互动。

不怕冷场：每个人都有自己的专属剧情和任务，不必担心因为自己没事做而独自尴尬。

方便交友：通过在游戏配合拉近彼此的距离，使得原本的陌生人自然而然成为朋友。

毫不夸张的说，剧本杀已经不能单纯视为一款游戏，而是一种新的线下社交方式。

那么如今投资剧本杀是一门好生意么？答案可能是未必的。

剧本杀的生意经

剧本杀，顾名思义核心就是剧本。一个好的剧本是剧本杀的灵魂，也是门店用于吸引客流的有效手段。

目前剧本杀的剧本大致可以分为三类：独家本、城限本、盒装本。

独家本意味着一个城市只有一家独享该剧本，城限本则是一个城市有三家店可以玩到该剧本，而盒装本是已经批量生产，任何店家包括个人都可以直接买到的剧本。

从描述中不难看出，独家本和城限本是众多门店尽力争取的对象，也是门店的核心竞争力之一。然而正因为优秀剧本是稀缺资源，为了争夺独家本和城限本，店面之间容易陷入恶性竞争，出现大量烧钱买剧本的情况，这对于体量较小的门店而言非常不利。

根据《2021实体剧本杀消费洞察报告》显示，77%的剧本杀商户拥有50本~300本剧本可供消费者选择，这意味着如果要想要新开一家剧本杀的门店，至少不能低于50本这个数量。目前一线城市盒装本大约在500元~700元的价格，城限本则要1000元以上，而独家本更是动辄上万元的价格，对于创业者而言，光在前期剧本的投入上就不是一笔小数目。

另外，由于剧本杀的特殊性，同一个剧本用户只要玩过之后基本不会“二刷”，这使得剧本杀店门必须不停的购入新剧本以满足老客户的需求，对于一些规模较小的商家而言，容易陷入因为资金不足导致无法通过正常途径争得城限本或者独家本授权的窘况。

在这种背景下，少部分商家便会选择购买盗版剧本。打开电商软件搜索就能看到不带任何道具的盗版盒装剧本，有的价格甚至不足10元，即使加上印刷费用也不会超过20元。

“全网有的我们都有，线索齐全、图片高清、排版整齐、直接打印、更新及时、到手即玩”，在淘宝上，搜索“剧本杀”三个字，只需不到10元，就能获得超过2000本持续更新的高清电子版剧本。

便宜、省钱是玩家购买盗版的直接原因，相较于线下店几十到几百的消费，他们选择在网上购买盗版。“和我之前在实体店玩到的剧本一模一样，感觉去实体店血亏！”“剧本数量很足，能和朋友玩上好久”在一些店铺下，玩家留下了这样的评论。

而压缩经营成本就是店主购买盗版剧本的动力。对于大多数门店而言，找剧本的过程既辛苦又费钱，找到一个故事引人入胜、逻辑通顺没有硬伤的好本子更是非常难得。

在线上剧本交易平台的黑探有品上，盒装剧本的售价在400元~600元之间，城市限定剧本的售价在1500元~2500元之间，独家剧本（整个城市只有一家有的）的价格更高，1万~2万居多，最贵甚至能达到12万一个。其中，盒装剧本占大多数。

“从线上买来的剧本质量也是参差不齐，实际测试中可能发现存在很大的bug，根本用不了。”一位在长沙刚营业4个月的剧本杀店主透露，在长沙很多剧本杀店铺会采购盗版剧本，以此压低门票费吸引顾客，一些购买过正版剧本的店家也会复印原版剧本，再把盗版的剧本卖出去，获取盗版利益。

“剧本杀”行业安全密码

1、对于“剧本杀”经营者而言

首先，商家在挑选剧本时，首要考虑剧本质量。无论以何种方式取得剧本，保留剧本取得过程中全部沟通记录及转账凭证，签订合同时注意前述的关键条款是否列入。

其次，若获得剧本著作权，尽快进行作品登记。

其三，设立完善的人事体系，针对不同的员工情形设立不同的用工合同，合同中列明“保密条款”。

最后，在玩家体验前，尤其针对沉浸式“剧本杀”，应当以书面形式确认玩家是否具有不适合体验“剧本杀”的疾病等，同时做好书面安全提醒，要求玩家签字。

总而言之，保证自己合法合规，具备相应维权意识。

2、对于“剧本杀”行业协会而言

因现行规章制度中对“剧本杀”行业管理处于未完善阶段，行业协会可以制定符合“剧本杀”特点的“侵权”认定标准，比如是否可以将剧本杀中的“核心诡计”纳入“侵权”范围；能否建立符合“剧本杀”的培训或准入制度；能否建立“剧本杀”剧情的审查制度等。

此外，有业内人士表示，相关职能部门可参考影视剧监管模式，对“剧本杀”经营实行专项许可或备案制度，加强对“剧本杀”内容的审核监管，并制定“剧本杀”的正面清单和负面清单，划清“剧本杀”的营销底线，不允许含有“负面清单”内容的“剧本杀”进入市场，已经入市场的“剧本杀”，被排查出“负面清单”内容的，责令其下架。

（来源：湖南天地人律师事务所）

盗版现象猖獗，这不仅让遵守行业规则、坚持购买正版的店家陷入盗版困境，而且还会严重打击剧本创作者积极性，造成劣币驱逐良币的后果。

业内人士表示，这么做无异于饮鸩止渴，剧本杀的玩家们有自己的圈子，一旦使用盗版剧本的事情在圈子内传开，这家门店在圈内也基本宣告“社死”。

行业 DM 紧缺

除了剧本之外，优秀的主持人（DM）也是必不可少的。剧本决定玩家体验的下限，DM 决定一个剧本的上限成为行业共识。

《2021 实体剧本杀消费洞察报告》里也阐述了 DM 对于剧本杀的重要性，在消费者选择线下剧本杀门店的决策因素之中，前三名分别是 DM 的专业度、剧本质量以及商户评价口碑，其中 DM 的专业度以 49.5% 的得票率远远甩开其他因素。

DM 一词来源于游戏《地下城与勇士》，全称为全称为 Dungeon Master，直译为地下城城主，是剧本杀游戏的组织者、主持人。DM 需要在游戏里全程把控把控玩家的逻辑、情绪以及推动整个剧情的流程，这就要求 DM 本身要熟知各个剧本的每一个细节和线索。另外在陌生玩家“拼车”的情况下，由于彼此不熟悉，更加考验 DM 的控场能力，毕竟一局剧本杀至少三四个小时，客户只要有一次体验不佳就很有可能以后都不会再来。

好的店铺尤其注重 DM 的挑选把控。从应聘、面试到入职要经过长期培训，培训包括 DM 的带本培训和演艺培训。入职之后的一个月的时间内，DM 接受一定的剧本培训，并且在内部不断地测试，当 DM 在测试中确实满足了条件之后，店家

才会让他去接待用户。

但和剧本杀店的暴利不同，DM 是一个工作强度高但薪资低的职业。他们常常陪玩家玩到第二天凌晨，在招聘软件上显示，在北上广等平均薪资近万的一线城市，薪资在 4000 元~8000 元之间，在二三线城市，薪资则在 3000 元~5000 元之间。

与此同时，DM 招聘难也是困扰店家的重要因素。即使是芒果 TV 明星大侦探主题旗舰店“MCITY”，将薪资开到上万元，在 DM 招人这块也遇到些困难。负责人陈自雅说道，剧本杀相对于整个市场来说，算是一个新兴行业，对它不了解的用户是非常多的。我们其实会专门去到各大高校会招一些演艺类型的人员，但这类人其实还是不好招，毕竟要满足一个好的 DM 要求还是很难的，我们的标准也在这里。

此外，目前由于整个行业缺乏规划化，DM 这个职位并没有相关的行业标准和资质证明，这就使得从业人员水平层次不齐。目前行业内基本采用的是“老带新”的模式培养，然而这只适用于部分大型连锁门店，很多中小门店的 DM 都是临时充数的兼职人员，这也导致门店的用户口碑不佳，用户流失严重，恶性循环。

沉浸式体验伴随乱象

现如今，剧本杀内容也不断丰富。北京市民刘青在剧本杀店里换上了一套汉服，装扮成古代名门望族“陈家”的丫鬟，但她还有个隐藏身份是出生时被调换的“陈家亲生女儿”，此番回归就是为了找机会证明真相、夺回家产……这是一个当下颇为流行的剧本杀，是一个虚拟出悬疑、谋杀等内容，通过玩家代入角色中，搜集线索并找出真凶的推理游戏。

刘青表示：“让自己沉浸在角色中

与人互动，比其他娱乐方式带劲多了。剧本杀的玩家们从‘旁观者’变成了‘亲历的主角’，而且每一个人都有自己的发挥空间，这样的沉浸感是别的娱乐方式无法比拟的。”

王鑫是北京市石景山区模式口一家剧本杀店的店主，他表示：“来玩剧本杀的多是年轻人，有的人一周来两三次。我们店的价格是一人玩一个本 120 元，不算贵，现在市场上便宜的几十元玩一次，价格贵的要二三百元玩一次。还有实景搜证式剧本杀，和景区结合，就住在景区里，一玩就是两天一夜，这种剧本杀的价格多在 2000 元左右。”

剧本杀的特殊体验感让很多年轻人沉浸其中。小红书统计数据显示，2020 年 7 月，小红书“剧本杀”搜索量同比增长 280%，2021 年 7 月同比增长超过 670%。

据记者了解，在年轻人高涨热情的驱动下，剧本杀迅速发展，从形式到内容都在不断丰富。在形式上，VR 剧本杀开始火热，玩家通过佩戴 VR 装备在虚拟空间完成搜证环节，增强了游戏的沉浸感。一些餐饮、艺术空间也开始同时经营剧本杀，比如上海的“公啡咖啡”在销售咖啡的同时经营剧本杀，内容多为旧上海商界、报社、电台等各界代表在聚会上各怀心事、彼此试探的情节。在内容上，剧本杀也开始多元化发展，红色题材成为了新流行趋势，比如《兵临城下 2》讲述了解放战争期间中共地下党为解放天津付出不懈努力的故事；《百年风华》讲述了 1927 年国民党在上海发动反革命政变后，共产党员与国民党特务斗智斗勇的故事；《今夜百乐门》讲述的是 1941 年上海沦陷后，中共地下党与日本侵略者斗智斗勇的故事。

然而，“沉浸式”不仅能增强体验感，也同样带来负面效应。

“我有一次在剧本杀游戏里扮演幕后凶手，为了获得最后胜利，谎话几乎张口就来，事后我都在反省自己，千万不要把游戏里的扭曲人格带到现实生活中。”北京市民张莹表示，玩剧本杀最反感的就是遇到一些“软色情”内容。“一次游戏开始后我才发现，分给女生的衣服都比较暴露，而且剧本里还有些大尺度的情节。幸好都是朋友一起玩，大家都有分寸。如果碰到陌生人或是玩家中有未成年人的话，这样的内容显然就不合适了。”

有媒体人士曾在体验剧本杀游戏时看到一个名为《疹》的游戏，玩家在玩的过程中，会用到“招魂仪式”，情节非常瘆人，如果是未成年人参与，显然对其身心健康十分不利。

根据相关材料，记者梳理了剧本杀 5 类乱象：

第一，剧本抄袭盗版频出，作者维权难度较大。在剧本杀创作者完成剧本进行投稿、审核、测试一直到正式发行阶段，几乎任何一个环节都存在创意被窃取的可能，“盗版”“洗稿”的方式越来越打“擦边球”，创作者明确侵权方较为困难，且与侵权盗版相比版权保护的维权成本较高。

第二，内容类型良莠不齐，优质剧本供不应求。剧本杀行业本质上属于网络文学的“分支”，又同时具备了一些游戏的特点，部分剧本内容存在低俗、黄色、暴力血腥、恐怖灵异的元素，甚至扭曲历史；创作门槛较低从而使得众多剧本内容同质化严重，情节设计老套，优质剧本稀缺。

第三，监管政策尚不明确，行业自律各自为战。剧本杀行业作为新业态的一种，剧本内容审核机制尚未建立，缺少创作内容底线标准，对线上剧本经营平台与线下剧本发行企业缺少具体监管政策，目前由于缺少直接管理责任部门，导致在监

管方面存在漏洞，目前主要靠各线上平台、发行企业自律。

第四，线下实体店存在安全隐患、风险较高。各线下实体店为增强剧本杀、密室逃脱等“沉浸式”体验，在昏暗密闭狭小空间进行布景，使用了不少可燃物设计和电器设备，安全出口被隐蔽现象时有发生，尤其是多楼层多布景室的设计更加大了发生事故时的“逃生”难度，极易造成火灾或人员伤亡。

第五，从业人员队伍建设、权益保障存在不确定性。在剧本杀行业产生了包括剧本杀编剧、布景师、门店咨询师、主持人等新职业，普遍存在着专业性不强、劳动权益保障模糊、成长渠道短缺等问题，剧本杀行业从业者亟需规范化、制度化管理，并为其提供普遍性的劳动保障与社会参与渠道。

虽然剧本杀可以让玩家获得持续的新鲜感，刺激感，也成为了一种社交新方式，但是由于目前法律法规和监管上的空白，消费者仍须谨慎对待。

对此，为促进剧本杀行业健康发展，需要对其进行规范引导，有地方消

保委呼吁：

一是建立健全行业管理制度，推动行业形成自律机制。文旅、网信等部门需要及时介入，组织对剧本杀了解的专业人士、相关从业者代表及时进行调研和座谈，及时制定、健全行业管理制度（细则），强化对剧本杀行业的监管。文旅、网信等部门应指导剧本杀从业者成立行业协会，涵盖剧本从创作到发行的各个阶段从业人员，制定行规行约，实现行业内部自我约束。

二是普及剧本版权维护理念，打击盗版侵权行业乱象。建议以网络文学版权维护标准保护剧本原创，将剧本杀剧本纳入文学领域的管理，协调文联、作协、文旅、网信、新闻出版等部门，对于版权侵占出台统一标准，落实网络平台、发行企业各自责任，建立惩戒机制，探索设立版权侵权“黑名单”，对版权侵权的较恶劣的施行“一票否决”，从源头杜绝盗版流出，维护原创者权益。

三是完善内容审核把关机制，明确剧本创作边界底线。建议严格落实网络平台、发行企业主体责任，类比网络文学内容审





消费者围坐在一起看剧本

核机制形成剧本创作内容审核标准，线上线下统一标准，对于存在过度血腥暴力、色情低俗情节叙述的要禁止上线发行；对于非塑造角色或剧情推进需要，事实上宣扬拜金主义等不良三观要进行抵制；对于剧情内容优质、体现正面价值、传承历史文化、思考社会现象的剧本鼓励重点推荐。

四是加大实体店消防安全检查，精准防范消防安全风险。建议文旅、住建、消防、公安等部门要常态化对剧本杀、密室逃脱等设计“沉浸式”体验的实体店铺进行安全检查，指导其压实消防安全责任，明确畅通一旦发生交通事故的“逃生”路线，配备必要安全设施，对于存在安全隐患的要责令整改，切实保障各顾客玩家、人民群众的人身财产安全。

五是加强从业人员队伍建设，维护其合法权益。建议根据剧本杀从业者的具体从业类型，联系文联、作协、文旅、网信、新闻出版等部门分别对相关从业者进行关注，协调各机构或者其下属的行业协会多领域多样态的吸纳剧本杀从业者中的优秀人才，建立培训、交流、联系、服务

模式，为其劳动权益、专业发展、成长成才提供条件。

监管亟待加强

中国人民大学数字人文研究中心研究员陈姚一直很关注剧本杀市场。在他看来，目前的剧本杀市场还处于自发自管的生长期，远没有达到“巅峰”状态，但随着越来越多资本、店主的进入，当产业规模扩张到一定程度后，就将会暴露更多问题。因此，加强市场监管和行业自律，迫在眉睫。

据记者了解，上海市闵行区人民检察院近日召开了“推动本区密室剧本杀行业规范管理”研讨会。闵行区检察院第七检察部介绍了前期通过理论研究、实地调研排摸、职能部门走访、问卷调查等方式发现密室剧本杀行业在消防安全、内容审查、防疫管理等方面存在的问题，以及对未成年消费者带来的安全隐患，并提出了加强消防安全、探索内容分级、落实从业人员管理等建议。

记者还了解到，目前有关部门正在积极出台各种规范措施，推动行业的自律与规范发展。前不久，应急管理部消防救援局印发《密室逃脱类场所火灾风险指南（试行）》《密室逃脱类场所火灾风险检查指引（试行）》；上海市文化和旅游局发布了《上海市密室剧本杀内容备案管理规定（征求意见稿）》；广州市也召开了密室逃脱类场所安全生产监管职责意见紧急协调会议，会上提出要尽快制定《广州市密室逃脱类场所行业领域安全监管职责分工》，目前在第二次征求意见中。

与此同时，行业协会也在积极推进行业自律。2021年3月，中国文化产业行业协会沉浸式剧本娱乐专业委员会成立；

2021年9月，成都成立了成都市沉浸式文化娱乐联盟。据成都市互联网文化协会相关负责人介绍，“此次一共有40家‘剧本杀’企业加入联盟，都是在成都有较大影响力的门店、发行工作室。成立联盟，除了通过相关的规范、公约进行健康引导，更重要的是形成聚合效应，政府在宣传推广、人才培养、内容创作等方面扶持，让更多优秀的‘剧本杀’创作者、门店走出去，同时探讨‘剧本杀’和文旅、剧场的融合。”该负责人表示，对规范“剧本杀”行业，成都已经做出多元尝试，除了成立成都沉浸式文化娱乐联盟以外，还打造了做内容审核和登记确权的版权综合服务平台，“平台已经建立，还在推广使用阶段。”

2021年10月29日，中国文化产业行业协会发出“坚守行业发展底线，树立正确价值导向”的倡议，强调沉浸式娱乐行业要深刻认识内容安全、生产安全问题的重要性，要求沉浸式娱乐行业的广大经营者全面开展内容安全、生产安全自查、自管工作，不踩红线，培育向上向善的沉浸式娱乐文化。

（责任编辑 岁正阳）

征信修复却“财信两失” 谁说“黑”征信可“洗白”？

◎文 / 本刊记者 何玲 实习记者 孟佳惠

“三个月内修复征信问题，修复不成功可以退钱。”青海西宁市民张某在2021年9月收到了这样一条短信，由于张某有买房需求，征信记录不好无法获得银行贷款，便打起了“征信修复”的主意，结果却是“财信两失”。

因欠款、欠税、挨罚等原因，有的人在征信报告上留下了“污点”，甚至把征信报告“弄花”了。大数据时代下，一部分机构或个人在商业利益驱使下，利用银行与征信报告主体的信息差，混淆征信异议、信用修复概念，以所谓“征信洗白”“征信修复”形成了一条集征信修复培训、加盟代理、个人信息售卖于一体的灰色产业链。

《征信业务管理办法》以下简称《办法》已于2022年1月1日起正式施行。《办法》规定，征信机构整理、保存、加工信用信息，应当遵循客观性原则，不得篡改原始信息。业内人士认为，《办法》将彻底堵上“征信洗白”的大门。

骗局丛生 “征信洗白”收效甚微

家住山西太原的阿华因个人原因导

致征信存在多项逾期记录。2021年11月份，急需购房的他无意中看到了一则“征信修复”广告，抱着试试看的心态，阿华联系了对方，并按要求将自己身份信息、借款信息以及实名注册的电话卡寄送给对方，先后多次转账数万元，作为帮助删除征信的服务费。同时，按照对方提示的时间节点，阿华拨打监管投诉电话，试图以此删除自己的征信逾期记录。

在一系列操作后，他等来的不是逾期记录的顺利删除，而是公安机关的介入调查。据阿华回忆，黑产人员曾向阿华虚假承诺，能够彻底删除征信逾期记录，并伪造了印有国家机关印章的证明材料，向监管部门恶意投诉。目前，公安机关已对一名主要黑产人员采取强制措施，并将进一步深挖案件，力求打掉团伙、打出典型，维护良好的金融秩序和群众的合法权益。

记者了解到，社会上广泛存在的“洗白征信”服务主要分为两种。

第一种是直接PS征信报告，费用大概在300元~400元之间，取决于内

容的多少，当天可出。由于银行等金融机构有权直接查询个人征信报告，这一方法仅适用于向无法直接查询征信的单位和个人使用，多用于入职时提交。提供PS服务的工作人员表示，他这里修改征信一般都是删除逾期，或者觉得贷款、机构出现的比较多，可以删除部分。除了银行，其他用途基本都可以通过，保证无痕。

第二种渠道则是通过提出异议，要求银行进行更正。记者在搜索引擎中搜索“征信修复”“征信洗白”等关键字时发现，网络页面上存在多条相关网站链接。有的网页详细列举了可以提供哪些方面的服务，包括信用卡逾期、房贷逾期、车贷逾期、商业贷款逾期、助学贷款逾期、小贷逾期修复、消费贷逾期修复等。

有媒体联系了其中某个网站的“客服”，称征信报告中有一笔逾期记录想要消除，对方立刻回复“可以”，并称消除一条“污点”信息的优惠价格为799元。当继续询问是否靠谱时，该工作人员直言，“这个可以放心，我们都

“十四五”时期经济领域信用风险分析与应对策略

摘要：近年来，我国社会信用体系建设在经济社会治理领域取得重要成效，有力地支撑了“放管服”改革和营商环境的优化。在全面依法治国和全面践行社会主义核心价值观的过程中发挥着越来越突出的作用。本文总结了信用法治化建设积极进展，分析了“十四五”时期经济领域信用风险，并提出相关意见建议。

关键词：信用建设 法治化 经济领域 信用风险

◎文 / 韩家平

近年来，我国社会信用体系建设在经济社会治理领域取得重要成效，有力地支撑了“放管服”改革和营商环境的优化。国家发改委副主任连维良最近指出：总的来看，我国社会信用体系建设已经取得了显著成效，在全面依法治国和全面践行社会主义核心价值观的过程中发挥着越来越突出的作用。应该说，这一评价是非常准确和客观的。那么，在信用建设（尤其是诚信合规体系建设）取得重要进展之后，“十四五”期间经济领域信用风险又面临什么样的新形势，存在哪些新挑战，本文对“十四五”时期经济领域信用风险进行了初步分析和研究。

信用建设迈入法治化高质量发展新阶段

十九届四中全会提出“完善诚信建设长效机制，健全覆盖全社会的征信体系，加强失信惩戒”，标志着我国社会信用体系建设进入到了法治化、规范化和高质量发展新阶段。2020 年和 2021 年，总书记在三次重要会议上对信用建设作出了重要论述：2021 年 8 月，中央财经委第 10 次会议上提出：深化信用体系建设，发挥信用在金融风险识别监测管理处置等环节的基础作用，明确要求在经济和金融领域要更多地发挥信用体系的作用，尤其是在风险监测处置方面发挥作用；2020 年 9 月，中央财经委第 8 次会议提出：要加强重要产品的追溯体系建设，建立健全以信用为基础的新型监管机制。

是合法合规操作，每个公民对自己的不良逾期记录都可以申诉复议，客户只需提供所需资料，后续由我们来处理。”

“一般都是由于不可抗力导致征信问题或能证明是银行原因，从而可以向银行提出异议申请，否则投诉银行或者消费金融机构的意义不大，银行不会随意删改征信系统上的数据。”一位在银行工作的业内人士表示，网络上铺天盖地的“征信洗白”宣传，成功的可能性微乎其微。

侥幸成功 信息安全面临挑战

调查发现，有网友在社交平台上分享“成功洗白”的案例。有人称自己花高价请人“修复征信”，逾期记录真没了。这到底是怎么回事？

“因为我之前总是信用卡套卡，拆了东墙补西墙，最后补不上，这也导致去年到 4S 店买车时因信用卡有三条逾期无法贷款，还是别人推荐了一家可进行征信修复的中介，才把问题解决。”网友倪可表示，她只需和中介签订委托处理合同，再办一张新的手机卡，提供自己的征信报告、身份证号码等材料即可，费用近 4000 元。

“起初我也很害怕，担心对未来有影响或信息泄漏被骗，一直犹豫犹豫，但我当时去了中介公司，感觉比较正规，而且当时签的合同里有保密协议和处理不成功退款条约。”倪可坦言当时内心非常担忧，“不过，好在不到一个月的时间，我的征信就被成功修复了”。

据悉，相关黑产人员提出征信异议的方式是直接利用了《办法》中关于公众可通过正规渠道反映征信诉求，解决征信纠纷的相关规定。《办法》提出，征信机构在整理、保存、加工信用信息过程中发现信息错误的，如属于信息提

供者报送错误的，应当及时通知信息提供者更正；如属于内部处理错误的，应当及时更正，并优化信用信息内部处理流程。

然而，倪可征信修复是真的“成功”吗？有专家表示，无论是通过 PS 的方式修改征信，还是将征信提供给第三方拟定修改策略，都无疑是将自己的个人信息“拱手相让”，将个人的信息安全暴露在更大的风险之中。

人民银行珠海市中心支行有关负责人表示，随着社会金融生活的活跃，征信已成为每个人的“经济身份证”。一旦失信，会对个人的经济生活带来一定影响。但征信领域不存在“修复”说法，骗子正是利用人们急于消除不良征信记录的心理实施诈骗。将个人信息让渡给“黑产中介”的行为很可能会导致个人信息泄露、财产遭受损失、被贷款等，最终导致人财两空。

合规申诉 维护征信市场秩序

“征信系统中不存在‘征信修复’的概念，网络上关于个人征信可以进行修复的说法属于虚假宣传，实质是故意混淆了其与征信异议的区别，让信息主体误以为可以随意更改或删除征信信息。”中国人民银行重庆营业管理部征信管理处处长李理表示，征信异议本质上来说是一种“改正错误”的纠错机制，有别于“失信后”为重塑信用而进行的修复。

同时，北京中银律师事务所合伙人郭利军也表示，在我国现行的法律法规中，也不存在“征信修复”概念。征信报告作为各类市场主体的经济身份证，对信贷审批、股票发行、招投标以及个人求职、入学、创业等均有影响。以修复征信、征信洗白、逾期铲单等进行虚

假宣传、并通过伪造银行流水、篡改资料信息、编造各类不可抗力事件等进行违法申诉，则不仅面临民事责任及行政处罚，亦可能因行为违反刑法中“诈骗罪”等对应罪名，承担刑事责任。

中国人民银行天津分行日前发文指出，当前，社会上出现一些以“征信修复”“征信洗白”等名义招揽生意的机构和个人，大肆宣传可删除信用报告中的不良信息，指使信息主体委托其办理征信投诉、举报等事项，从中渔利。这种行为严重扰乱了征信市场秩序，并对我国社会信用环境建设造成危害。

事实上，根据《征信业管理条例》规定，征信机构对个人不良信息的保存期限，自不良行为或者事件终止之日起为 5 年，也就是说，相关不良信息超过 5 年，就会被删除。业内专家提示，广大群众要理性认识信用报告上的不良记录，不要过度解读不良信息的负面作用，自觉接受过去的不良行为对个人信用状况带来的不利影响，并在以后的信用活动中，积累个人正面信用记录。

招联金融首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼表示，所谓的征信修复机构，实际上是通过非法恶意投诉等手段来逼迫金融机构做出让步，若这种方式得逞的话，会导致信用记录失真，影响整个征信体系的客观性、独立性和真实性。

“对个人而言，坚决不要相信这些征信修复机构，如果对这个信用记录有异议，可以通过合法合规的途径提出。同时，最重要的是要养成合理借贷，量入为出的习惯，不要过度借贷、盲目借贷，个人征信是‘第二张身份证’，要珍惜和维护个人信用记录。”董希淼说道。

（责任编辑 孟佳惠）

务及系列政策保障措施。

与此同时，我国信用法治建设稳步推进并取得积极进展。根据 2021 年《全国人民代表大会常务委员会工作报告》，制定社会信用法项目被列入立法规划或立法工作计划。截至 2021 年底，上海、河北、辽宁、浙江、山东、河南、湖北、陕西、天津、广东、内蒙古、青海、重庆、江苏、吉林、海南、江西、甘肃等 18 个地方已出台省级社会信用相关地方性法规。另据不完全统计，已有包括《民法典》《公务员法》《广告法》等在内的 41 部法律和 49 部行政法规中写入了信用相关条款，并强调依法依规运用信用措施。

“十四五”时期经济领域信用风险问题分析

在全面总结“十三五”期间我国信用建设经验和不足的基础上，根据新的形势和要求，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》（简称：“十四五”规划）对信用建设进行了专门部署。在“十四五”规划第二十章第四节“健全社会信用体系”明确提出，建立健全信用法律法规和标准体系，制定公共信用信息目录和失信惩戒措施清单，完善失信主体信用修复机制。推广信用承诺制度。加强信用信息归集、共享、公开和应用，推广惠民便企信用产品与服务。建立公共信用信息和金融信息的共享整合机制。培育具有国际竞争力的企业征信机构和信用评级机构，加强征信监管，推动信用服务市场健康发展。加强信用信息安全管理，保障信用主体合法权益。建立健全政府失信责任追究制度。

2020 年以来，在疫情冲击、经济下行等综合因素作用下，我国经济领域的信用风险问题日益突出，值得高度关注。据国家统计局数据，2020 年末，全国规模以上工业企业应收账款 16.41 万亿元，同比增长 15.1%；应收账款回收时间 51.2 天，同比增加 5.8 天。截至 2021 年 11 月末，全国规模以上工业企业应收账款 19.54 万亿元，同比增长 11.6%；应收账款回收时间 51.7 天，同比减少 3.0 天。2011 年末我国规上工业企业应收账款规模只有不到 7 万亿元，账款回收期不到一个月，10 年不到时间企业应收账款规模就净增加了近 13 万亿元，回收期比 2011 年的时候长了 21 天多。

分析上述经济领域信用风险问题主要有以下原因：在需

求萎缩、原材料价格上涨、融资难融资贵等多重压力下，不少供应链核心企业通过延长账期或使用商票支付等暂缓对中小企业的现金支付，甚至存在恶意拖欠和逃废债行为，加剧了中小企业资金周转压力。在经济下行期，市场信用收缩，账款拖欠容易形成连锁反应，不利于保市场主体，必须加强治理。为此，2021 年中央经济工作会议指出：强化契约精神，有效治理恶意拖欠账款和逃废债行为。2021 年 12 月份连续两次国务院常务会议研究破解拖欠中小企业账款问题和运用市场化手段解决中小企业融资难问题，为经济金融领域信用建设工作指明了方向。

政策建议

当前，我们正处在信用信息和大数据深度融合的时代。据环球同业银行金融电讯协会（SWIFT 组织）统计，2020 年国际贸易结算当中信用交易比例已经达到 90%，而上世纪 90 年代这一交易比例只有 20%。从企业销售和采购的方面来看，大概有 50% 都是采用数字化的手段进行。所以，未来的信用体系建设必将拥抱大数据，才能更好地发挥其应对信用风险的作用。

基于以上分析，本文提出如下建议：一是加强信用法治建设，全面提升信用建设法治化规范化程度，更好支持深化“放管服”改革和优化营商环境；二是在依法依规保护权益的前提下打破各类信息孤岛，让信息流动起来，为服务实体经济发挥更大作用；三是大力发展信用服务业。目前我国各信用服务行业之间的发展很不均衡，例如我国出口信用保险的覆盖面已达 20% 以上，在全球也是领先的，但征信评级行业发展滞后；商业保理这几年发展较快，但一年的保理融资额只有 2 万亿元，尚不能满足中小企业应收账款融资需求。此外，应尽快开放商账催收行业，建立应收账款流转平台，更多采用市场化、科技化的手段来解决账款拖欠问题；四是健全企业内部信用管理体系。仅靠外部的信用体系解决不了企业自身信用管理问题，企业要重视内部信用风险建设，并与外部社会信用体系实现良性互动，才能更好防范信用风险。

（作者简介：韩家平，商务部国际贸易经济合作研究院信用研究所所长、研究员）

社会信用激励机制的价值重塑功能研究——以志愿服务为例

摘要：本文旨在从价值维度对我国社会信用奖惩机制特别是激励机制进行功能研究。首先，从结构性功能、工具性功能和表达性功能三个维度分别对我国社会信用体系社会信用奖惩机制的价值效能逐一阐释，并着重探讨不同维度功能的发展困境。其次，以公共精神塑造与超越为目标，重点研析社会信用激励机制如何将道德认知、社会情感、行为习惯和社会团结之间构成有效凝聚与良性循环，并提出三度治理目标：一是基于认知的公共意识，二是基于参与的公益精神，三是基于团结的社会凝聚。最后，针对社会信用奖惩机制况和发展需要，对联合激励机制的重要载体——志愿服务提出进一步优化思路和创新建议。

关键词：信用激励、守信行为、志愿服务、价值重塑

◎文 / 孙金阳 吴涛

“公共价值需要剔除非规范的内容，才有可能导向公共利益，当然这种导向不是偶然天成的，而是在人们长期的社会实践过程中逐渐形成的，而且以制度化的形式加以规范。”^①社会信用奖惩机制从本质上也是一种公共价值导引，是通过管制性行政主体“对经济及其外部性领域和一些特定的非经济领域采取的调节、监管和干预”^②加以实现。在特定的规则、规范、标准、程序等逐步完善基础上，信用主体与利益相关者之间以“组织社会化”的过程达成社会共识，并使之成为信用主体自觉遵守的制度，从而鼓励个体守信向促进集体守信转变、行业自律向社会自律转变。社会信用体系作为道德伦理的法治化延伸，承袭了价值理性和工具理性统一、德法共治的初心；同时又是促使信用评价更为客观、更可操作、更加权威，从而实现“行为信用—契约信用—制度信用”分级治理目标，达到守信激励的绵延和社会资本的融契。正因如此，从价值维度研析社会信用奖惩机制，并将志愿服务作为其融通奖惩的重要载体和实践路径，对促进社会信用的惯习化、规范化和体系化有所裨益。

社会信用奖惩机制的功能框架与价值困境

“一个建立在历史和文化基础之上的信任，会由于社会的急剧变革而受到侵蚀和损害。但是，当稳定、透明和可预测的制度和结构不断建立之后，一种新的关于制度的信任就能产生，并且最终导致原有的人与人之间的信任重新恢复和不断增强。”^③当前，从商务、社会、政务、司法四方面贯通建设的社会信用体系廓清了改革开放以来所产生的某些价值迷茫，整合了相对疏离的社会关系，进而成为强化社会团结和社会凝聚的重要机制之一。其所包涵的机制和规则源于我国社会发展中长期形成的价值观念、意识形态和风俗习惯，代表着伦理与契约精神，具有广泛的社会基础和价值认同，并伴随着社会发展不断修正并一定程度上缓解了社会的自然竞争所导致的紧张样态。总体上讲，我国社会信用体系已经逐渐形成了两方面的特征：一方面是积淀已久的制度性、权威性、公平性、网络性、客观性、动态性、实践性、功能性、关联性和日常性等；另一

① 张方华：《共同善的镜像叙事：公共利益的西方政治哲学考量》，南京师范大学出版社，2016 年，第 94 页。

② 茅铭晨：《中美政府管制体制比较研究》，《浙江学刊》，2005 年第 3 期，第 139-144 页。

③ [波]彼得·什托姆普卡：《信任：一种社会学的理论》，中华书局，2005 年版，第 78 页。

方面是适应新时代需求的互动性、共享性、发展性、服务性、多样性、导向性、创新性等，甚至还衍生出了诸如隐私保护与安全性等保障性要求。

社会信用奖惩机制作为社会信用体系运行机制的核心内容^④，以自律和他律相结合的方式，通过综合运用经济和道德手段，达到对行为者在较长时间、较大范围内的行为激励和规制效果。具体来讲，其作用在于既厘清了道德伦理与法律规范之间的模糊地带，更以国家和社会力量共同推进，使得社会范围内的组织、群体和个人纳入到更宏大、更精细的社会治理体系之中并向积极正向、自我约束的方向规范行为。值得注意的是，其在价值方面面临着行动困境，主要显现在三个方面：一是关于结构性功能的反思。在我国，社会信用体系是在政务、商务、社会 and 司法全领域推进，而非仅强调商业领域中与经济挂钩的某一点。但是由于社会信用奖惩机制并非涵盖所有违法违规行 为、增加其失信成本，所以在以部门为主所制定的备忘录所形成的重点聚焦过程中，难免容易陷入到便于本行业本领域公共部门管理的思维框架中，从而增加了国家“善治”的程度却往往降低了社会“良序”引导，缺乏调和公众与“只看到惩罚的抵偿性”和政府“只把惩罚当作是保护社会的武器”^⑤的自我视角悖论。二是关于工具性功能的矫正。一方面是要扩大联合奖惩的工具性效能发挥，在消减社会脆弱和社会分裂的同时增强治理韧性和社会总体抗逆能力；另一方面则是要注意治理边界，避免权力滥用和基本权利的侵犯，避免走向两个极端：社会的无序繁荣与违法泛化倾向。例如在闯红灯、吐痰、随地扔垃圾等不文明行为方面，这种“小节有亏”“动辄得咎”被个别地方政府也计入至信用信息黑名单，形成了更为严重的“二次处罚”。亟需防范“有效弥补了以往信用治理的缺陷，提升了治理效率与水平，但信用联合惩戒的制度规范来源位阶过低，惩戒措施也置关联性原则与比例原则于不顾，实践中过度扩大了惩戒措施的适用范围与惩戒力度。”^⑥必须避免造成权力的滥用和不必要的社会性恐慌，规避引发社会公众的强烈

反感、削弱总体凝聚力，甚至于以“破罐子破摔”的“更差”作为比较。在社会信用奖惩机制的工具性功能方面亟需谨慎扩大、斟酌用权，在保证合理权限内做到执法的范畴和程序同样合法。三是关于表达性功能的明晰。表达性功能是对社会动员、社会认同、社会引导和社会教化等功能的聚焦。虽然法律对信用关系维护是最终的、最有力的，但仅依靠法律维持信用关系不仅要付出过度代价、一定程度上激发抵触情绪，而且终会因缺少正向积累反馈循环而变得难以维系。^⑦社会信用奖惩机制的设计初衷并非只是让失信者在接受严厉处罚，而是在尽量避免绝对化和永久标识化同时、在其付出相应的代价之后仍存有信用修复和行为矫正的机会，以制度性规范促进对社会成员信用意识、信用惯习、信用能力和信用行为的全方位重塑。国际上已对此种理念形成普遍共识。即使是在惩戒严苛的美国，其《公平信用报告法》中依旧规定“个人失信记录最多保存 7 年，个人破产记录最多保存 10 年，而优良信用记录则会被终身保留。”由此可见，社会信用体系社会信用奖惩机制的表达功能是基于价值观和行为的相互作用从而形成的双向嵌入，最终实现社会动员、社会教化和社会凝聚。

社会信用激励机制对公共精神塑造与超越

理查德·斯科特从治理制度的角度分析了规制性、规范性和文化认知性三个制度层次之间的相互关系：规制性制度是通过奖励、控制与监督等外在强制去迫使人们遵守规则；规范性制度是通过社会价值观、规范等内化信念去激励人们遵守规则；文化认知性制度是通过符号系统与认知框架去促进规则、规范、信念在社会（组织）中传播。^⑧作为对社会信用奖惩机制特别是联合激励机制从规制性、规范性到文化认知性的超越与期许，是从秩序维护到价值认同的效用升华。若参照从认知到参与再到内化的逻辑深化途径，可划分为公共意识、公益精神和社会凝聚三个层次。

一是关于公共意识。社会系统是由行动者的行为、关系、

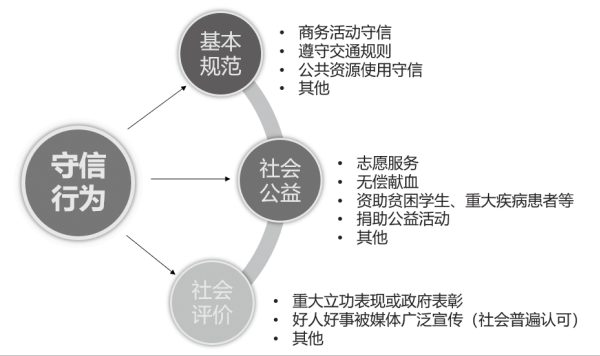
规范等构成。联合激励机制是以社会成员的具体行为及其产生的社会贡献度为主要度量标准。据此，初步实现了激励机制对公共意识的培育和引导：首先，激励机制可促进社会成员对公序良俗和社会规范的尊重，使得信用主体在加强对社会基本道德达成思想共识的基础之上能够自觉履行职责义务，甚至愿意牺牲部分个人自由成就社会秩序和规则；其次，激励机制可实现个人利益向公共利益的部分迁移，鼓励社会成员从个体利益中让渡一部分出来成就集体利益和社会公益，在各子系统中形成“输入—输出”的良性动态交换；再者，激励机制可强化社会成员对公共责任的分担，一定程度上形成对公共空间和公共责任的“移情”。

二是关于公益精神。“社会虽然是由个体所组成，但其中的每个个体都是由社会集体所建构的，任何一个社会的集体意识都是以‘公共’的形式表现那个时代人们的精神特质。”^⑨换言之，个体行为从本质上看是其理念和需求的表现形式。社会公益特别是志愿服务活动除降低管理运行成本、解决现实中棘手性长期性等社会问题之外，最为珍贵的就是催生社会成员间的无私奉献与互助精神，这是一种极为深刻而高尚的理念传递。在尊重个人相互差异的基础之上，“每个人都有自己的行动范围，都能够自臻其境，都有自己的人格。”^⑩也就由此形成了公共精神的第二重境界：通过社会成员间的友善互动借以完成自身人格品质的塑造和对美好理想社会的贡献。

三是关于社会凝聚。社会凝聚是一个国家和民族潜在的精神特质，也是软实力的重要组成内容。埃米尔·涂尔干认为“现代经济生活存在着法律和道德失范状态”并提出了后世影响深远的伴生概念“机械团结”和“有机团结”。在机械团结中，个人隶属于社会，社会成员因强烈的“集体意识”（群体的共同感情和共同信仰）而紧密结合起来；而在有机团结中，社会成员通过职能相互依赖而产生的社会结合。这对伴生概念很可能同时存在，只是基于不同的时代背景和治理体制的影响下各自权重不尽均衡而已。然而，这种“认同与激励过程的密切关联在于组织凝

聚力的形成。”^⑪社会成员在进行志愿服务的过程中加强对彼此、环境以及现实样态的深入了解，并通过自身的努力解决社会问题、强化社会良善、履行社会责任、深化群体情感……从而在道德认知、社会情感、行为习惯和社会团结之间形成有效凝聚与良性循环。

从当前联合激励机制以及守信行为一般表现来看，守信行为主要从基本规范、社会公益和社会评价三个方面进行引导和激励。其中，基本规范重点聚焦于社会成员对现行规则和基本伦理要求的遵循情况；社会公益主要是由社会成员通过志愿服务、献血、捐款捐助等促进社会规范的演进，从而增加成功解决集体行动问题的可能性；而社会评价则是对所选树典型的再激励和再认可（如图所示）。



现行联合激励机制中守信行为认定图析

而以上激励机制中，志愿服务在公共精神方面的塑造与超越作用十分显著，可以对社会成员产生互惠、利他两种行为的价值性引领和促进，是联合激励机制的最重要载体。除此之外，“志愿服务在改善人际关系、消解社会矛盾、配置社会资源、促进个体成长和推动经济社会发展等方面具有不可替代的作用。”^⑫

基于志愿服务的价值重塑与路径优化

志愿服务“是指任何人自愿贡献个人时间和精力，在不为

④ 王静：《我国社会信用管理体系可持续发展模式与路径研究》，《经济问题》，2016 年第 8 期，第 19-25 页。

⑤ [法]埃米尔·涂尔干：《社会分工论》，渠东译，生活·读书·新知三联书店，2013 年版，第 71 页。

⑥ 孙日华：《信用联合惩戒的检视与制度优化》，《河北法学》，2020 年第 3 期，第 123-134 页。

⑦ 郭志光：《电子商务环境下的信用机制研究》，北京交通大学博士学位论文，2012 年。

⑧ 毛道维：《中国社会信用制度体系建设及其次序研究》，中国金融出版社，2015 年版，第 64 页。

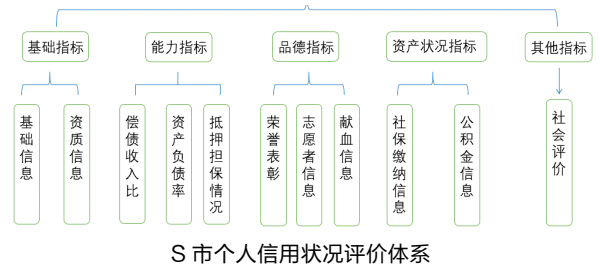
⑨ 刘鑫淼：《当代中国公共精神的培育研究》，人民出版社，2010 年版，第 45-48 页。

⑩ [法]埃米尔·涂尔干：《社会分工论》，渠东译，生活·读书·新知三联书店，2013 年版，第 91 页。

⑪ 郭于华等：《事业共同体—第三部门激励机制个案探索》，浙江人民出版社，1999 年版，第 11 页。

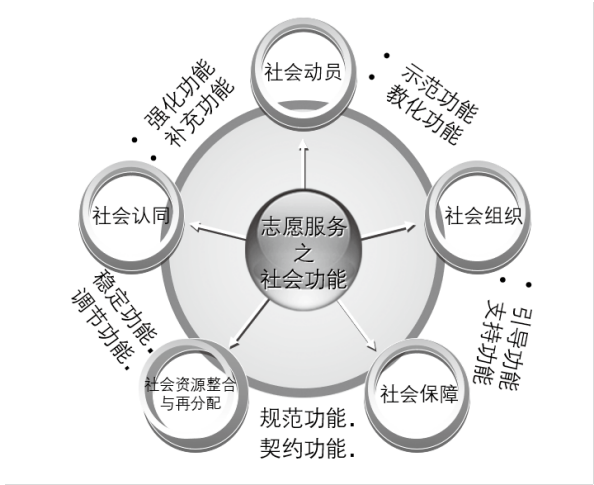
⑫ 罗公利、丁东铭：《论志愿服务在我国社会风险管理中的作用》，《山东社会科学》，2012 年第 6 期，第 34-38 页。

物质报酬的前提下，为推动人类发展、社会进步和社会福利事业而提供的服务。”¹³作为一种具有强烈表率 and 示范作用的道德实践形式，一方面为社会公德建设提供了载体和实践路径，另一方面则以实际行动和广泛覆盖营造了社会公德的良好氛围。¹⁴尤其对于年轻人来讲，志愿服务是培养爱心与公益精神、接触社会形成良性朋辈关联并为进入社会做好准备的最好方式。从下图 S 市的个人信用分组成也可知悉志愿服务在所有激励行为中所具备的全民广域参与性、长期实践性、社会贡献多元性等突出特点。



志愿精神属于主动型人生理念，有着强烈的荣誉和理想驱动力。社会成员在服务他人的同时塑造并完善自我，孵化社会责任感与价值认同。激励功能的实现基础在于对激励对象的动机因素的分析和实证，在合理满足其需要的同时最大程度地调动主观能动性，即激发其积极情感、强化其角色意识和突破艰难险阻行动的意志力，使其朝向预定目标前进。目前我国国家层面的联合激励对象大部分是以偿付及时、遵纪守法、贸易安全等为基本准则，属于互惠性行为引导。相比之下，属于利他性自发性行为只有两类，即民政部牵头的慈善捐款和团中央牵头的志愿服务。另外，从国外社会信用建设相关情况横向比较，志愿服务也是信用体系中利他性行为的重心。“群体不只是规定其成员生活的一种道德权威，它更是生活本身的源泉。任何集体都散发着温暖，它催动着每一个人，为每一个人提供了生机勃勃的生活，它使每一个人充满同情，使每个人的私心杂念

渐渐化解。”¹⁵尽管涂尔干在此的表达有些理想化，但是却为我们价值维度的建设提供了一个可供借鉴的方向。具体来说，志愿服务由于具备显著的公共性特质，在社会治理中所体现的功能可以归结为如下图所示：



“基于社会学视角，志愿服务不仅是促成‘社会整合’的黏合剂，而且是缓解‘社会结构紧张’的安全阀。”¹⁶正因如此，志愿服务促成社会整合的过程也是极大推动了社会价值体系和道德体系的建立与完善。¹⁷在增强社会动员方面，有助于尽快集合社会力量、共同解决复杂而棘手的问题；在社会组织方面，志愿服务通过一系列的管理规范，增进契约意识和行为预期，进而加强社会凝聚力；在社会保障方面，志愿服务的稳定和调节功能能够及时解决政府和市场服务中存在某些越位、错位、缺位和虚位问题，以实际行动参与社会公益活动和社会事业，服务困难群体；在推动社会资源整合与在分配方面，志愿服务的强化和补充功能在一定程度上弥补市场和政府分配方式的不足，促使社会资源能在社会各阶层之间进行有效流动；在促进社会认同方面，志愿服务所起到的示范、教化功能将深度影响

社会成员的态度、价值观与期望值朝着社会正向发展，极大程度丰富生活体验、增长新技能、唤醒公共精神、培养社会责任感和归属感并逐渐提高社会参与程度和水平。在这样的动员、组织、行为的互动过程中，社会信用体系联合激励作用得以全流域契合促进社会成员不断得到社会认可，帮助其进一步获取志愿服务的精神、物质和情感支持，从而激发其对社会信用体系社会信用奖惩机制的功能辐射和拓展、在实践中实现对社会成员公共精神的培育与塑造。

针对社会信用奖惩机制实况和发展需要，我国志愿服务的具体措施可做如下改进：一是突出志愿服务本质，倡导奉献意识和风尚。帮助“志愿者自主选择自己喜欢、擅长或者愿意挑战的服务领域和项目，每一个个体都以自身完整的形态，具体鲜活地参与整个志愿服务过程。”¹⁸进而培养社会成员之间团结、互帮互助的习惯，逐渐养成自我克制、自我参与以及公共理性等品质，可以更大程度地使有限的志愿服务资源发挥最大的价值。二是强化志愿立法，增强契约意识。在这一领域里，地方性法规已经做到全覆盖，但是国家层面的上位法依旧缺失。一些部委出台促进志愿服务制度化建设的文件，譬如《志愿服务记录办法》《志愿服务时间储蓄制度》《关于推进志愿服务制度化的意见》《中国注册志愿者管理办法》《志愿者注册登记制度》《中国社会服务志愿者队伍建设指导纲要（2013-2020年）》《志愿服务条例》等，但是仍不能满足当下志愿服务发展的需要。对志愿服务进行立法，有助于统一全国的奖惩标准、统筹发展志愿事业，从体制和机制的规范性方面为志愿服务保驾护航。三是完善志愿服务前期培训和后期评价环节，以良性“知识—实践”循环圈增进学习意识。采用实行短期的阶段性发展与长期的持续性发展相结合的模式，满足志愿者对自身能力和所从事的志愿工作专业能力的基本需求，特别注重对经常参加志愿服务的志愿者进行专业技能、心理疏导、压力管理、激励支持等方面的培训。这些可以有效克服志愿服务的失序与专业度匮乏，加强对志愿者的人文关怀。除此之外，对于不同服务时长的志愿者除了益币奖励外，

还可以从星级评定的标准予以称号激励，对其服务和情怀进行更大程度地肯定和褒奖。四是丰富奖励措施，加强宣传推广。目前，一些地方政府已经实现了对志愿者实施物质性激励、精神性激励、发展性激励和保障性激励四重激励并举。但是，以广东省青年志愿者现状调查数据分析，“志愿者在开展志愿服务时遇到的最大困难就在于社会各界对志愿服务不够了解，以致产生种种误解。这些误解包括认为志愿服务应该由政府组织包办，公众不必参与；志愿服务是消遣活动，没有多大意义等。”¹⁹由此，除在对广大社会成员的信用宣传教育中注重澄清上述对志愿服务的理解误区之外，还应该将正向信用信息普遍应用，并继续扩大到学习、工作和生活的各个方面，以期在全社会范围内形成志愿服务倡导和守信激励的良好氛围，引导社会成员将志愿行为转化为日常行为进而厚植信用意识。特别是对于志愿服务的主要参与群体“青年群体”，要重点开发有助于其在求学、就业、创业、婚恋、融资、消费等提供支持的信用应用产品，帮助他们以内心认同约束行为表现，降低失信行为概率。五是通过社会互谅和凝聚力促进责任意识。“人的现代化过程就是从‘消极公民’转变为理性参与公共事务的‘积极公民’的过程。”²⁰志愿服务作为社会福利供给的一种重要途径，有利于解决了不同群体的多种利益诉求、化解纠纷、形成互谅。特别是在血缘、地缘、学缘、业缘、趣缘形成的社会交往连接中，打造更有益于身心成长交往网络和强烈的责任感使命感。此外，为进一步适应老龄化社会的到来以及增进各个年龄层次的社会责任感和奉献精神，我国社会信用体系也应考虑将其他年龄段特别是老年志愿者纳入进来，实施有效激励措施，使老年人也能够成为志愿服务的重要参与者、推动者，实现自我价值，为社会作出力所能及的贡献。

（作者简介：孙金阳，中央党校（国家行政学院）进修二部组织处副处长、博士；吴涛，北京开放大学科研处干部、助理研究员）

¹³ 丁元竹：《志愿活动研究：类型、评价与管理》，天津人民出版社，2001年版，第2页。

¹⁴ 李茂平：《志愿服务与社会主义道德建设》，《湖南社会科学》，2012年第5期，第34-36页。

¹⁵ [法]埃米尔·涂尔干：《社会分工论》，渠东译，生活·读书·新知三联书店，2013年版，第38页。

¹⁶ 罗公利、丁东铭：《论志愿服务在我国社会风险管理中的作用》，《山东社会科学》，2012年第6期，第34-38页。

¹⁷ Gregory Damon: The Youth Charter:Towards the Formation of Adolescent Moral Identity, Journal of Moral Education, 1997(26): 2。

¹⁸ 魏娜、刘子洋：《论志愿服务的本质》，《中国人民大学学报》，2017年第6期，第79-88页。

¹⁹ 魏娜：《我国志愿服务发展：成就、问题与展望》，《中国行政管理》，2013年第7期，第64-67页。

²⁰ 孙宁华：《志愿服务：社会主义核心价值观的公民实践》，《中国高等教育》，2016年第22期，第48-50页。

一人一岛

◎文 / 本刊记者 吴限

“惶恐滩头说惶恐，伶仃洋里叹伶仃。”外伶仃岛，因文天祥的《过零丁洋》而闻名于世。打开中国地图，隶属于广东省珠海市的万山群岛，呈东西走向，外伶仃岛是其中最偏远的岛屿之一，与香港、澳门隔海相望。渔船来来往往，游客登岛离岛，只有一个人，从 33 年前来此工作，就再也没有离开，他就是岛上的邮递员谢坚。

“不让任何一封邮件成‘死件’！”

回想起 1988 年上岛工作时的场景，谢坚记忆犹新。那天，他从珠海市区出发，乘坐一艘小木船赶往外伶仃岛。船走得很慢，29 海里的路程，花了 5 个小时才到达。

1988 年，在南海舰队当了 4 年通信兵的谢坚退伍了。当时，珠海市水文局、

海监、渔政、海关、邮政等单位均向他伸出了“橄榄枝”，最后他选择了邮政，来到外伶仃岛邮政所。

“当时，岛上十分荒凉，缺水少电，上了码头看到岛上只有一条十字路。”谢坚说，那时的外伶仃岛邮政所就是一所简陋的石头房子，里面住人，外面办公。岛上没有干净的淡水，要趁着下雨天，跑到雨中冲凉。早晚洗漱，一杯水要刷牙，还要洗脸。吃饭，也只能干啃方便面。

初来乍到，谢坚对邮政业务一窍不通。靠着在部队干通信的经历，他找来各种相关业务书籍，边干边学，很快成为邮政业务的行家里手。当年岛上只有一台手摇发电机，他就一只手摇着发电机发电，一只手表发电报。“这种技术，恐怕没几个人会吧！”谢坚打趣地说。因为常年在高

温度、高湿度、高盐分的海岛生活，让 1967 年出生的谢坚看上去要比实际年龄大许多：皮肤黝黑，发稀且白，一笑，脸上就挤出几道深深的沟。

“在海岛做一名称职的投递员需要一种精神和信念，需要学习劳模精神，激励自己。”谢坚说，虽然岛上环境艰苦，但是从上岛第一天起，自己就立志要做一名称职的邮政投递员。他以劳动模范为榜样，不断激励自己、克服困难。

外伶仃岛邻近香港，是边防要塞，本地人口 900 多人，还有 5000 多名从全国各地来的外来人口，他们大部分都在港澳渔船上务工，居所不定，经常出深海作业，一去就是十天半个月，每月寄来给他们的邮件就有 1000 多件，都是写“珠海市外伶仃岛某某收”。为掌握渔民信息，谢坚一有空便登上渔船与渔民聊天，掌握在海岛停留船只的各种信息。他还摸索出一种投递办法：每找到一位收件人就询问其他老乡，让老乡找老乡，同事找同事，一环扣一环，千方百计，不让任何一封邮件成为“死件”。

“初心不改 我将继续守护海岛！”

“出海了，就不一定能回来，只有在海岛上才更能理解什么是‘家书抵万金’啊！”作为岛上唯一的邮递员，谢坚肩负的是万家家书，他表示，虽然有时候送一份电报、一封信件要问二三十个人，工作

十分艰苦，但是当他看到有的收件人拿到信件后，兴奋地把信封抛到天空，激动地亲吻着信封，“我都能感受到信件所传递的思念和感情，这让我更加坚定了留下的决心”。

谢坚不只是负责外伶仃岛的所有邮件，北尖岛、担杆岛没有设立邮政设施，这两个岛的邮件都由他负责。每次邮件一到，谢坚就先将这两个海岛的邮件分拣好，用袋子细心装好进行投递。每年老兵退伍之际，包裹寄递量较大，谢坚会主动帮忙把包裹从舰艇卸下，再搬回营业厅进行收寄处理。

“海岛通信权到位，就是海岛主权到位。”这句话道出了一个老兵坚守 33 载的最大心声。外伶仃岛邮政所与其他邮政所有一点不同，这里 365 天全天候营业。这不是单位的要求，而是谢坚根据船员工作的特殊性质专门设置的。

近几年，随着邮政电商服务的完善，“邮乐购”之风也刮到了海产品丰富的小岛。推广“邮乐小店”，帮渔民向全国销售海鲜干货是谢坚给自己“布置”的新任务。“海岛的海鲜干货采用传统方法手工晾晒，纯绿色食品，无污染。这么好的产品，我一定要帮助渔民销售出去。”谢坚会说。很多年纪较大的渔民不会用手机、不会操作“邮乐小店”App，谢坚就利用休息时间手把手教他们。

“初心不改，我将继续守护海岛，将今生奉献给海岛。”谢坚说。

33 年前，谢坚只带着一套衣服来到距离珠海市区 29 海里的外伶仃岛，成为岛上的邮递员，从此再也没有离开过。

33 年间，谢坚和小邮局一起见证着外伶仃岛的变化。

编后

从黎明破晓到日落黄昏

◎文 / 岁正阳

外伶仃岛是星罗棋布的万山群岛中极其重要的一部分，它坐落在距离大陆近 30 海里的海面上，因其孤立在外得名。它是珠三角地区进出南太平洋国际航线的必经之地，也是管辖周边 38 个海岛的广东省珠海市万山海洋开发试验区担杆镇政府所在地。保证岛上通信、通邮权对维护我国南海主权、保障岛民生活幸福具有重要意义。

一片丹心、无私奉献，在海岛上一干就是 30 多年……作为一名共产党员，为珠海外伶仃岛上的党政军民提供优质的邮政服务是谢坚的日常。

“海岛通信权到位，就是海岛主权到位。”这句话道出了一个老兵坚守 30 载的最大心声。谢坚像一座灯塔，从黎明破晓到日落黄昏，每日在岸边守候海上的归人。

30 年如一日，“全天候”劳作，妥投疑难邮件 3 万余封，老兵化身外伶仃岛上的“鸿雁”。“两条腿见船就上，一张嘴张口就问”，他牺牲自己的休息休假时间，为渔民提供及时贴心的服务；牢记使命，用一己之力将岛民引上新时代致富的快车道，守护老百姓的幸福。

环境艰苦，他笑对。诱惑来袭，他拒绝。谢坚用自己的方式履行着奉献海岛的承诺，用服务维系着这个紧邻国际航线海岛的通信权，彰显了国家主权。他在平凡的岗位上兑现了一个共产党员的坚韧和忠诚，践行着“人民邮政为人民”的铮铮誓言。

（责任编辑 吴限）



（图片来源：广州日报）



故意感染假装接种？ 欧美民众对疫苗信心不足

疫苗，被证明是针对传染病最安全、最有效的健康干预措施之一，对减少全球感染病例起到不可忽视的作用。然而，在一些欧美国家，购买假疫苗接种证明、使用假肢打针、通过贿赂注射无菌水替代疫苗的“反疫苗”行动却屡见不鲜。归根结底，还是因为对疫苗信心不足。

——题记

©文 / 本刊记者 何玲 实习记者 孟佳惠

疫苗，被证明是针对传染病最安全、最有效的健康干预措施之一，对减少全球感染病例起到不可忽视的作用。

新冠疫情期间，全球卫生领域人士强烈呼吁民众接种新冠疫苗。随着疫苗接种推广，全球因感染新冠导致的重症和死亡病例极速减少。尽管如此，仍有一部分人拒绝接种疫苗，并积极传播有关疫苗安全性和有效性的错误信息。

近期，奥密克戎毒株快速在欧洲大陆蔓延，欧洲各国纷纷加强防疫措施。然而，在一些欧美国家，购买假疫苗接种证明、使用假肢打针、通过贿赂注射无菌水替代疫苗的“反疫苗”行动屡见不鲜，更有甚者，私下交易所谓“新冠病毒感染套餐”，拟获得免疫力。

伪造的健康通行证越来越多

据法国《费加罗报》报道，欧洲一些国家报告说，伪造新冠肺炎疫苗接种证书的情况越来越多。

法国政府 2021 年 12 月 20 日表示，自该国于 2021 年夏天引入健康通行证制度以来，已经发现了超过 18.2 万张假通行证。在法国，拥有健康通行证是进入餐馆、咖啡馆和其他公共场所的前提，只有通过接种新冠疫苗、从新冠肺炎中康复或最近的核酸检测结果呈阴性的人，才能获得这一证件。

法国总理让·卡斯泰 2021 年 12 月中旬表示，政府将于 2022 年 1 月向议会提出一项法案，将健康通行证升级为“疫苗通行证”，这意味着只有接种过疫苗的人能获得该证。

外媒称，伪造健康通行证的现象表明，尽管疫情空前肆虐，一些人仍然对新冠疫苗十分抵触。据英国路透社报道，2021 年 12 月 25 日，法国日新增确诊病例数达到 104,611 例，这是疫情暴发以来首次突破 10 万例。

法国 BFM 电视台网站报道称，法国

极右翼民族主义政党领导人玛丽娜·勒庞一直认为，健康通行证是“个人自由的倒退”。她认为，计划中的疫苗通行证意味着强制接种，意味着“法国人正在失去个人自由”。

《费加罗报》称，法国内政部长热拉尔·达尔马宁曾表示，当局对涉嫌提供假通行证的人展开了约 400 项调查。“使用、购买或销售伪造的健康通行证，特别是通过社交网络这样做，将被判处 5 年监禁和 7.5 万欧元罚金。”达尔马宁在推特上写道。他谴责这些假文件是“死亡通行证”。

同时，在意大利，一名在疫苗接种中心工作的护士以一次 100 欧元 ~ 400 欧元不等的价格，假装为人们接种疫苗，帮助他们获得绿色通行证。绿色通行证与法国的健康通行证类似，是在意大利进入公共场所的必备证件。巴勒莫检察官弗朗西斯科·洛沃伊称，这名护士与其他两名被捕者面临“受贿、贪污和伪造官方文件”的指控。

早在 2021 年 9 月，希腊多地就出现假新冠疫苗证明。买家通过社交媒体

与犯罪团伙取得联系，甚至可以选择制作接种证明的种类。暗网上这样一张证书，售价高达 350 欧元。在澳大利亚，假疫苗证书的售价则更便宜，仅需 110 澳元。

竟有人故意感染以换取康复证明

一根装有液体的管子，据称里面“富含新冠病毒”，买回去使用就能感染，再搭配一份检测试剂，用来确认自己是否被感染——在荷兰，这样一份售价在 33.5 欧元的“新冠病毒感染套餐”一度在网站上引得诸多关注。

据悉，这种“感染套餐”是为反疫苗人士准备，他们希望通过感染新冠病毒获得免疫力和通行证，从而逃避疫苗接种。因为拥趸众多，该套餐甚至一度涨价。

目前，该产品已下架。荷兰卫生和青年护理监察局（IGJ）发言人马格里斯·费恩霍特表示，故意感染自己的人实际上是在“故意危害公共健康”。

一位在荷兰当地生活的人士表示，事实上，很多购买免疫套餐的不是荷兰人，



反而是来自防疫措施较为严格的德国。

据悉，德国在发达国家中疫情控制较好，被一些媒体誉为抗疫“模范生”。目前在德国，没有接种疫苗的人基本上已经被禁止参与公共生活，接种过疫苗的人或受过感染而康复的人可以拿到带有自己二维码的健康通行证，许多休闲活动只允许这些人群参加。如果没有相应的健康码，就必须持有核酸阴性报告。但是问题在于，在一些场合，即便拥有核酸阴性报告，仍无法入内。此前，德媒就曾曝出，有妈妈带孩子去上游泳课，因为妈妈没有打疫苗被禁止入内，只能在门口，在零度的气温中给孩子换衣服的情况。

目前，德国还在继续收紧疫苗禁令。德国联邦与各州政府不久前达成协议，继续加强针对未接种新冠疫苗者的社交限制，以遏制该国第四波疫情蔓延。而德国政府还在讨论对新冠疫苗普遍接种义务。为此，一些不愿接种疫苗的人便选择故意感染，以换取康复证明。

为了获得抗体，除了购买“病毒套餐”，一些人还参加“新冠派对”。在这样的派对上，大约数十人与一名感染

者待在一个密闭的空间，一起拥抱、亲吻、一起分享酒杯，以此故意感染。

反疫苗活动或因信任不足

外界对这种故意感染新冠、购买假接种证明的行为表示不解或愤怒，但事实上，自疫苗被发明出来，反疫苗组织或活动就应运而生了。

资料显示，美国的第一个反疫苗接种协会（Anti-Vaccination Society of America）成立于1879年，至今已有140多年的历史了。其他两大反疫苗组织——新英格兰反强制疫苗接种联盟（New England Anti Compulsory Vaccination League）和纽约市反疫苗接种联盟（Anti-vaccination League of New York City）紧随其后，分别成立于1882年和1885年，这些组织的目标是废除美国各州疫苗接种法。

根据2021年11月美国市调机构Morning Consult对15个国家/地区的民意调查，此次新冠疫情暴发期间，近1/4的俄罗斯人、18%的美国人以及约10%的德国人、加拿大人和法国人不愿接种新冠疫苗。而在首次发现奥密克戎变

异毒株的南非，当地人对接种疫苗的态度更加摇摆。

目前，欧美国家反疫苗的情绪不断蔓延。11月，数千名新西兰人聚集在新西兰国会大厦外，抗议政府封锁和疫苗接种令。

美国《大西洋》杂志发文称，如果政策制定者想要减少奥密克戎和未来变异病毒造成的损害，他们就必须更好地理解人们拒绝疫苗的原因。

文章指出，对接种疫苗产生犹豫情绪肯定有很多原因，但主要是由于缺乏信任。让人们克服犹豫需要恢复他们对科学、领导者以及彼此间的信任。

过去两年，各国的研究和民意调查显示，不愿接种新冠疫苗的人更有可能不信任政府，并投票支持政治极端党派。

在最近的德国民意调查中，半数未接种疫苗的受访者在最近的选举中投票支持极右翼民粹主义政党。在奥地利、法国和意大利的民粹主义地区，反疫苗情绪也最为普遍。

虽然明确反疫苗的仍是少数人，但在互联网和社交媒体平台上，这些人的观点获得了很多人的关注。根据《柳叶刀数字健康》最近的一份报告，大约有3100万接受过实名认证的用户在脸书上关注反疫苗团体。脸书和其他社交媒体平台也经常因为传播错误信息而受到批评。

伦敦帝国学院的全球卫生创新研究所（Institute of Global Health Innovation）在2021年7月的一份研究显示，推广新冠疫苗最大的障碍仍然是人们担心疫苗的副作用和以及疫苗没有进行足够的临床实验。

世界卫生组织欧洲区域主任克鲁格表示，新冠疫苗在减少重症和死亡方面仍然有效，但强制接种应该是“在用尽所有提高接种率的可行方法后才使用的最后手段”。

（责任编辑 孟佳惠）

数字经济信用监管要坚持发展和规范两手抓

完善数字经济治理体系离不开信用监管

首都经济贸易大学法学院院长、教授张世君：完善数字经济治理体系，离不开信用监管机制建设。这就需要推动数据安全立法，加大反垄断力度，加强科技伦理建设，对大型平台企业依法进行监管与规制。相较传统商业形态，平台企业参与的交易活动有很大不同。在平台企业发展过程中，需要监管者、平台企业、供需双方等共同参与，协力构筑系统性的信用监管机制，涵盖诸如身份认证、数据加密、信用评价、失信惩戒、争议解决等各个方面，维护数字经济参与各方的合法权益。

不同行业的数字经济发展模式有不同特点，平台企业的种类、规模、发展阶段、社会影响力也有差异。建立完善信用监管机制，需要多措并举、多管齐下，坚持促进发展和监管规范两手抓、两手都要硬，在发展中规范、在规范中发展。法律制度对于信用监管机制的建立具有重要意义，应当对平台企业主体责任和法律义务做出更为清晰细致的规定，以法治手段确保数字经济发展行稳致远。同时，有必要通过信用教育，大力宣传数字经济时代信用的意义、价值、功能，让人们更好理解

和接受信用的好处，在全社会形成重信守诺的良好氛围。

完善数字经济的信用监管，行业自律机制同样值得重视。在逐步完善相关法律法规的同时，可以通过行业自律更好应对日新月异的数字经济发展带来的问题。特别需要大力推动、组织不同行业制定平台企业的自律准则，鼓励第三方机构对企业进行评价评级。随着行业自律机制的不断完善，让失信无信者寸步难行，必将促使更多平台企业合法合规经营。

来源：人民日报

企业信用风险分类为差异化监管提供依据

北京师范大学政府管理研究院副院长、产业经济研究中心主任宋向清：实施企业信用风险分类管理是构建以强化预警为导向的企业风险分级体系的标志性步骤，也是进一步强化市场监管工作底层数据科学化、精细化的基础和条件，有利于实时掌握各业务领域企业信用风险等级及其变化趋势，有利于为规避市场风险而推进的快速决策提供数据支持，也有利于构建以信用为基础的新型监管机制。

企业信用风险是对企业未来可能发生的负面事件的概率预判。通过企业信用风险分类管理可以量化企业各风险指标综合分值，将企业信用风险等级进行分类定性，从而可以因企施策，未雨绸缪，将风险化解在未爆发之前，以减少对经济社会的负面影响。

推动企业信用风险分类分级监管时，要强调与“双随机、一公开”紧密结合。按照企业信用风险分级，设置双随机关联抽查比例，进行差异化监管。同时，要强调对信用风险较高的企业定向抽查紧密结合。以分类分级结果为基础，结合监管的不同需求，通过建立专项检查模型进行定向检查，以提早发现风险源，化解市场风险。此外，尽可能将企业信用风险分类管理与重点行业监管、特定企业监管和商事登记准入等相结合。结合房地产、金融和特种设备行业等重点领域监管业务需求，建立重点行业特定企业指标体系和监管模型，为重点行业特定企业监管提供依据。

来源：证券日报

招联金融首席研究员 董希淼：2021年12月，银保监会发布《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知（征求意见稿）》。

对商业银行来说，要转变信用卡业务发展模式，进一步向专业化、差异化、精细化的高质量方向发展。比如，用好透支利率区间管理政策，对不同区域、群体和客户进行差异化定价，以优质服务吸引和留住持卡人；合理核定信用卡额度，尽量减少多头授信，严控过度授信；进一步加强队伍管理和营销管理，规范息费收取，规范分期业务，完整准确披露息费标准和收取方式；加强外部合作机构的准入和管理，保护数据安全，规范催收行为，维护好持卡人合法权益。

对持卡人来说，要理性使用信用卡，不过度透支，不违规套现。特别是年轻持卡人应量入为出，合理消费，尽量少用“余额代偿”等方式拆东墙补西墙，切勿通过办理多张信用卡来“以卡养卡”。对信用卡透支一定要及时偿还，避免对个人信用记录造成负面影响。

对监管部门来说，要以《通知》公布为契机，不断加强和改进监管，加大信用卡业务检查和处罚力度，引导信用卡市场保持健康发展态势，避免重蹈部分国家或地区信用卡危机的覆辙。对某些类信用卡业务，应按照一致性监管原则，进一步明确监管要求。

来源：经济日报

（责任编辑 刘梦雨）



“水”评易助长“水”货

◎文 / 余颖

2021年12月28日是淘宝评价新规正式生效的日子。该平台规定，今后卖家不得通过返现、免单等形式引导买家给出好评。对此，各方喜忧参半。

买家离不开似乎又信不过某些“好评”。有人看在红包的面子上会写几句好评，可掺水的好评写多了，再看别人的好评，自己心里又会犯嘀咕，搞不清真假。

卖家对好评返现，也是爱恨交织。好评返现带动购买，但又增加成本；如果不返现，10个买家可能有8个都懒得写评价，剩下两个说不定给个中差评，卖家既怕“评价荒”，更怕差评多。

各大平台同样担心虚假点评削弱用户对平台的信任，可为了提升平台整体活跃度和销量，又往往对卖家刷好评“睁一只眼闭一只眼”。这种矛盾心态在一定程度上导致好评返现屡禁不止，好评在一定程度上成了“水”评。

花钱买来的“水”评，食之无味，弃之可惜。搞不好，还会产生误导。这看似只是10元以内的小问题，但很有可能成为扰乱市场秩序的不正当竞争行为，诱导消费者对产品和双方的交易作

出不客观评价。这不仅会侵害消费者的知情权和公平交易权，而且不符合诚信原则。

随着我国网购市场高度饱和，卖家和平台都在为流量、用户数、成交量激烈竞争。虽然大家都明白好评返现弊大于利，但仅仅依靠平台治理、要求卖家自觉，恐怕很难杜绝，有待监管部门依法加强监管。

依据反不正当竞争法、电子商务法等法律，经营者不得对其商品的用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传。2021年10月，江苏扬州市市场监管部门曾援引反不正当竞争法，对3家在外卖内放置好评返现卡的餐饮店分别罚款1.2万元。类似处罚犹如警钟，提醒商家买来的好评只能忽悠一时，提高商品和服务质量才能有真正竞争力。监管部门如果鼓励消费者举报好评返现，那么也许有助于刹住这股歪风。

从平台方看，消费者愿意写评价，往往是因为能从中获得认同感和收益。因此，平台除了承担治理虚假营销的主体责任，还可以想办法调动用户评价的

积极性。

这方面，有平台做了一些尝试。比如，美国亚马逊主推Vine项目。卖家可以通过平台提供免费试用机会，供平台认证的优质用户自主选择，体验后给出真实评价。这些评价会以绿标形式在商品页面优先展示。消费者认为这种绿标评论的可信度最高，而评论者出于爱护个人声誉和利益的考虑，也会给出较为客观公正的评价。国内某些平台也有类似的“免费试”“霸王餐”活动，体验者写的评价大体上也还客观，可信度较高，转化率也比较高。很多对自家商品和服务有信心的卖家都会报名参加，而没底气的卖家只好避之不及，这在客观上起到了提升平台活跃度、净化购物环境的作用。

还有的平台用心经营会员体系，将会员等级与高质量点评挂钩。点评帮助的人越多、会员级别越高，能享受的权益越多。这些方法各有利弊，但管不管管是态度，管不管得住是能力。好评返现损害平台、卖家和消费者利益，各方都应与监管部门一起抵制、打击这种行为。

（来源：经济日报）
（责任编辑 岁正阳）

当老实人 开诚信店

◎文 / 赵黎颖

从云南省腾冲市界头镇驱车往北6公里就是桥头社区，集镇有一家腾界小金叶特色农家院，接待了全国各地的客人，这里是老板邓菊的店，也是她的家。

2004年，邓菊与丈夫在桥头街边盖了一座两层的木架房，一楼是铺面，二楼住人。房子建成后很多人来问询，想租了开餐馆。邓菊有做菜的天赋，与丈夫合计后干脆自己开起了餐馆。

餐馆经营了18年，生意一直红火，邓菊介绍，这是因为她一直秉持着“诚信第一”的理念。

“自从开了餐馆，我就再也没有擦过面霜，就是害怕化妆品的味道染到饭菜里。我以前去朋友家吃到过带着化妆品味道的梨，那个味道真的是太难吃了。所以我下决心一定要保证饭菜的质量，自己能吃的才让客人吃。”邓菊说。

邓菊介绍，餐厅的厨房安装了摄像头，如果顾客需要，可以查看做饭的操作。饭菜会保证卫生、数量和质量，一般来过桥头的人都知道她家的餐馆，来过一次的还会再来，再加上桥头是探秘大树“杜鹃王”的必经之地，全国各地的游客经过也会来吃饭。

邓菊坚信，不光是做生意要诚信，做人做事也必须要诚信。

店里经常会有客人落下手机，她告诫员工看见了一定要帮收好，客人回来找的时候就还回去，要是没人来寻，她会想办法还回去。

让邓菊印象最深的是十多年前，有一位腾冲明光的老板来吃饭，遗落下了一个钱包，里面满满的都是百元大钞。邓菊和丈夫多方打听，找到失主后原物奉还。后来，失主



餐馆里厨师在做菜

买了礼物专门来酬谢，被夫妻俩婉拒了。

邓菊说：“‘腾界小金叶特色农家院’不光是一个招牌，一个餐馆，更是她的一个念想，是她一生的事业。”

餐馆名是邓菊的丈夫起的，因为桥头位于腾冲界头，所以叫腾界；烤烟是界头的支柱产业，而餐馆又位于桥头烟叶工作点对面，夫妻俩就给取了这个名字。

开餐馆的时候，邓菊的儿子不满1岁，如今已经从技师学校毕业，学的是烹饪，就是为了以后接班。4年前，邓菊的丈夫去世，餐馆成了她对过往生活的纪念。3年前，隔壁开了2年的餐馆倒闭，老板打趣她：“一般餐馆只开几年，你开十多年干嘛？”她说：“我要一直开下去，开到干不动为止，让喜欢‘小金叶’味道的客人一直吃、安心吃。”

（来源：人民网）
（责任编辑 岁正阳）

好文月荐

信用监管、营商环境与区域经济增长

作者：厦门国信信用大数据创新研究院 曾光辉
南方科技大学 王荣 王赫
来源：《工业技术经济》期刊

研究表明，地区信用监管水平对不同区域经济增长的边际贡献显著为正，说明信用监管对区域经济发展具有重要作用。营商环境与信用监管水平的交互项系数显著为正，论证了在营商环境越好的地区，信用监管对区域经济增长的作用越大。此外，信用监管和营商环境对区域经济增长的作用机制表明，信用监管和营商环境有利于降低企业交易成本，促进潜在企业的市场进入，进而推动区域经济发展。

信用承诺制的应用现状与发展建议

作者：江苏省战略与发展研究中心 陈淑敏
来源：《中国经贸导刊》期刊

社会信用体系建设是推进国家治理体系和治理能力现代化的重要环节，需加快建立与之相适应的新型监管机制。推进信用承诺制，加强信用监管是构建以信用为基础的新型市场监管机制的重要内容。但在应用中仍存在制度体系支撑薄弱、应用范围狭窄、实施规范性不够和监管执行难的问题。结合国家对信用承诺制推广应用的要求，为促进信用承诺制的优化完善，文章建议进一步加强信用承诺制顶层设计，完善信用承诺平台支撑，以点带面开展信用承诺试点工作，打造监管共治格局。

论个人金融数据的权益配置

作者：华东政法大学法学院 黄文超
来源：《金融法制》期刊

就个人而言，因个人金融数据具有信用评价功能，可精准描绘个人信用“画像”，并具有社会价值、资产价值、流通价值等关乎社会公共利益的价值属性，不宜将个人金融数据权利私人化、绝对化，个人金融数据存在个人对金融信息的防御性法益，在法益遭受侵害时可行使删除、更正、赔偿等权利。就金融机构而言，金融机构基于服务目的、数据安全考量而对个人金融数据事实控制，应得到法律的确认为并进一步配置金融机构享有占有、使用、收益等财产性权利。

“信”书推介



作者：个人信息保护课题组

该书横向比较欧盟、美国和亚洲等国家和地区个人信息保护的溯源、理念、原则、方法及其演变，从中总结出了一些共同的原则和做法，并尝试梳理我国个人信息保护的问题、立法和保护现状，提出我国保护个人信息的立法和政策建议。主报告部分主要研究了个人信息保护问题的溯源、个人信息保护相关原则的演进，当前世界主要经济体个人信息保护的立法与监管实践，并选择了与个人信息保护关系密切的个人征信和跨境数据流动两个专题进行研究，分析了当前我国个人信息保护的现状、不利影响和原因，并结合国际经验提出我们的政策和立法建议。



作者：顾雷

该书对近年来中国普惠金融领域涌现的联合贷款、助贷、小额贷款、灵活就业以及商业银行互联网贷款进行了详细分析，还对社会大众普遍关心的非法集资行为、非法放贷入刑尺度、小贷公司定罪反思以及网贷P2P查禁问题进行了深入解析，全面评估了创新业务风险所在，提出了本土化监管依据、监管原则和监管建议。

（责任编辑 刘梦雨）

嘉定

JIA DING

为“信用嘉定”提供更多应用场景

——2021年社会信用体系建设十大优秀案例

为深入推进上海嘉定区社会信用体系建设，巩固深化信用工作成果，2021年12月，嘉定区发展改革委牵头全区23个委办局、12个街镇开展了2021年社会信用体系建设优秀案例评选活动及建设成果展示，最终经过专家评审等程序，嘉定区教育局、卫生健康委等部门的10个案例脱颖而出

- ① 多层监管 守住校园食品安全底线（嘉定区教育局）
- ② 信用街区引领诚信新风尚（菊园新区）
- ③ “大数据+信用”示范园区让生活更智慧（南翔镇）
- ④ “守信名单”企业库为企业提供“保姆式”服务（马陆镇）
- ⑤ “诚信计量示范社（街）区”让市民“秤”心如意（真新街道）
- ⑥ 分级分类 助力企业累计信用资产（嘉定区税务局）
- ⑦ 部门联动执行“织网行动”惩戒失信（嘉定区法院）
- ⑧ 信用等级推进中医医疗机构依法执业（嘉定区卫生健康委）
- ⑨ 延伸服务 打通职业健康监管“最后一公里”（嘉定区卫生健康委）
- ⑩ 信用入村诚信到户 金融助力乡村振兴（嘉定区农业农村委）



2021

信用北京暨(第七届)信用中关村高峰论坛
CREDIT BEIJING AND (7TH) CREDIT ZHONGGUANCUN SUMMIT FORUM

信用经济 创新环境

指导单位

北京市经济和信息化局
中国人民银行营业管理部
北京市科学技术委员会、中关村科技园区管理委员会

主办单位

中关村发展集团、中关村企业信用促进会、北京市中小企业公共服务平台

承办单位

北京中关村科技创业金融服务集团有限公司、北京中关村科技融资担保有限公司

