

习近平总书记强调，要围绕构建高水平社会主义市场经济体制，加快完善产权保护、市场准入、公平竞争、社会信用等市场经济基础制度。党的二十届三中全会《决定》强调，要加快建立民营企业信用状况综合评价体系，健全民营中小企业增信制度。为此，学习时报高端智库版围绕民营企业信用体系建设展开深入探讨。

加强民营企业信用体系建设

建立与民营经济规模相匹配的信用生态

□ 章 政

治理之道

民营企业作为社会主义市场经济的重要组成部分，其信用体系建设具有特殊重要性和必然性。新制度经济学理论表明，唯有建立与民营经济规模相匹配的信用生态，才能充分释放其增长潜力，服务中国式现代化建设实践。

民营企业信用体系建设的作用和本质。信用是维系社会运行的纽带。对民营企业信用体系建设来说，无论是古代“一诺千金”的道德约束，还是现代制度化的信用体系，其核心目的在于构建普遍信任机制，降低交易成本，推动文明进步。其一，目的在于优化生产关系以适应新质生产力发展需求，其本质是制度创新的重要实践。从马克思主义政治经济学视角看，信用作为特殊的生产关系，其体系建设直接关系生产要素配置效率。新质生产力理论强调创新驱动和高质量发展，而信用体系正是通过制度变革释放生产力潜能的关键支撑。其二，核心价值在于降低社会成本。在数字经济时代，信用数据作为新型生产要素，其非排他性和共享性特征显著提升了资源配置效率。各地探索建立的“通用+专业”的民营企业信用评价体系，通过大数据技术实现精准信用评级，有效缓解了市场信息不对称问题。这种制度创新不仅优化了营商环境，更促进了优质资源向创新领域集聚。其三，重要功能是构建现代市场信任机制。通过建立可量化、可追溯的信用评价标准，将传统的特殊信任转化为现代的普遍信任。这一转化对民营企业尤为重要。同时，信用体系还体现了多元共治的现代治理理念，通过融合政府监管、市场自律和社会监督，推动治理模式从单一惩戒向激励约束并重转变。

此外，民营企业信用体系建设具有显著的价值引导功能。各地开展的信用积分制度将企业行为量化评价，形成了明确的诚信价值导向。这种制度设计不仅规范了市场秩序，而且使社会主义核心价值观在经济领域得到具体落实。信用体系通过将道德规范转化为制度约束，实现了经济价值与社会价值的有机统一。

民营企业信用体系建设面临的挑战和机遇。当前，民营企业信用体系建设正处于关键发展期，面临诸多挑战。在制度层面，法律基础尚不健全。我国至今尚未出台社会信用建设专门法律，信用信息采集、使用和保护缺乏统一规范，隐私权保护与知情权行使的边界模糊，联合惩戒的合法性问题亟待解

决。这种法律缺位和边界模糊的状态直接影响了民营企业信用体系建设的规范性和权威性。在技术层面，民营企业信用评价体系建设存在明显短板。现有评价模型过度依赖历史财务数据，难以动态反映企业信用状况，特别是对创新型企业的成长性评估不足。同时，评价指标重“硬性”数据轻“软性”表现，社会责任、环保投入等关键要素也未被充分纳入考量。在运行机制方面，民营企业信用修复渠道不畅问题较为突出。由于修复标准不明确、程序复杂，企业难以及时纠正失信行为，影响了市场纠错功能的发挥。此外，数据孤岛现象严重制约了体系建设成效，各部门各地区民营企业信用信息难以互通共享，全国一体化建设任重道远。

值得关注的是，当前民营企业信用体系建设也面临着重要发展机遇。数字经济蓬勃发展为民营企业信用体系建设提供了强大技术支撑；大数据、区块链等新技术应用大幅提升了信用评估的精准度；政策环境持续优化，《中华人民共和国民营经济促进法》等法规的出台为民营企业信用体系建设提供了制度保障；企业对信用服务的需求从传统的融资增信扩展到供应链管理、市场拓展、国际合作等多元化领域。未来，民营企业信用体系建设需要坚持问题导向，抓住发展机遇，实现从政策引导到法治保障、从分散建设到系统集成、从单一评价到多维评估的转型升级，为民营企业高质量发展提供坚实支撑。

加强民营企业信用体系建设的路径选择与实践创新。当前，我国经济正处于高质量发展阶段。加强民营企业信用体系建设，需要构建系统性解决方案，形成全方位、多层次、全覆盖的信用治理新格局。

夯实信用数据基础，推动全量归集与高效共享。信用数据是民营企业信用体系建设的收集和应用仍存在诸多瓶颈，亟须构建更加完善的数据治理体系。一是扩大数据覆盖范围。除传统的工商登记、行政处罚等基础信息外，应将水电气使用、社保缴纳、纳税记录等反映企业真实经营状况的数据全面纳入信用评价体系。这些“毛细血管”式的数据能够更真实、全面地反映企业的经营活力和信用状况。例如，一些地区通过整合企业用电数据，成功识别出多家表面经营正常但实际已处于停产状态的“僵尸企业”，有效防范了金融风险。二是打破数据应用壁垒。据统计，全国约有70%的信用数据分散在不同部门，未能实现有效共享。要构建全国统一的民营企业信用信息共享平台，建立标准化的数据接口和交换机制。三是注重数据质量治理。

建立数据采集、清洗、更新的全流程管理机制，确保数据的准确性、及时性和完整性。同时，平衡好数据应用与隐私保护的关系，在充分挖掘数据价值的同时，切实保障企业和个人的信息安全。

创新信用评价方法，构建科学合理的评估体系。建立科学、动态的民营企业信用评价体系，要采取通用基础与行业特色相结合的立体化评价方式。通用指标反映企业基本信用状况，包括守法合规、合同履行、财务健康等方面；特色指标针对不同行业特点量身定制。例如，对制造业企业应侧重考察供应链稳定性；对科技型企业应重点关注研发投入和专利质量；在新兴产业和未来产业领域，应突破传统评估的路径依赖，通过创新导向的评价方法，体现对创新价值的认可。信用评价的终极价值在于“赋能”而非“评判”，不仅评估风险，更要创造价值。因此，信用评价要实现从单向度到多维度、从静态判断到动态评估、从风险控制到价值创造的创新，这一转变将重新定义市场经济中的信任机制和价值标准。

拓展信用应用场景，构建多维信用赋能格局。民营企业信用体系建设不能只停留在评价层面，而要深度融入经济社会的各环节，实现信用价值最大化。在金融服务领域，深化“信用+金融”模式创新。目前，民营企业融资难的一个重要原因就是信用信息不对称。应扩大信用贷款规模，开发适合民营企业特点的金融产品。在市场监管领域，推行信用分级分类监管，对信用良好的企业减少检查频次，实施“无事不扰”，对信用较差的企业则加大监管力度。在产业链协同方面，推动信用信息共享，鼓励龙头企业将信用评价延伸至供应链上下游，形成基于信用的产业生态。构建以信用为基础的多维赋能格局，既能有效解决民营企业融资难题，也能全面提升其市场竞争力和社会价值。

完善法治保障，构建信用建设长效机制。构建民营企业信用体系建设长效机制，必须坚持法治思维，完善法治保障。要加快推动社会信用立法进程，将民营企业信用体系建设纳入法治化轨道。一方面，完善相关法律法规，细化民营企业信用信息归集、共享、应用等各环节的法律规范；另一方面，研究制定专门的民营企业信用促进条例，明确信用激励和失信惩戒的具体措施。特别要明确失信行为认定标准、惩戒措施和修复程序，防止信用惩戒的滥用。要给失信企业改过自新的机会，简化信用修复程序，明确修复标准，帮助企业重建信用。依法建立健全民营企业信用信息管理制度，大力培育和发

展信用服务市场。支持征信机构依法开展民营企业信用评级服务，鼓励金融机构创新信用融资产品，引导第三方信用服务机构提供专业化服务。

加快建立民营企业高质量发展的“三位一体”关系。民营企业高质量发展是民营企业信用体系建设的最终目标。品牌是企业的灵魂，质量是企业的生命，信用是企业的基石，这三者构成了民营企业高质量发展的“三位一体”关系。在企业转型升级的关键时期，民营企业如何通过信用体系建设，构建起品牌—质量—信用积累的可持续发展新范式，已成为一个极具现实意义的重要课题。

品牌与信用是塑造企业价值的双重支柱。企业信用是品牌的内在灵魂，品牌是企业信用的外在呈现，二者相互依存、相互成就，构筑了民营企业市场中的核心竞争力。从品牌传播理论看，品牌是企业信用积累的载体和放大器，强势品牌能够产生信用溢价，使产品获得超出实际成本的附加价值。企业信用是品牌价值的基石，品牌通过长期积累的企业信用记录，帮助消费者快速识别可靠的产品。当前，市场竞争已进入信用竞争的新阶段，需要认识到没有信用的品牌是空中楼阁，没有品牌的信用难以变现。只有将品牌建设融入企业信用战略，将无形的企业信用转化为有形的商业价值，形成“信用投入—品牌增值—收益回报”的良性循环，民营企业才能赢得可持续发展的竞争优势，实现基业长青。

质量是信用的物质基础，信用是质量的价值延伸。质量与信用是市场经济中相互依存、相互促进的两个核心要素。从一定程度上来说，产品质量对民营企业信用体系建设起决定性作用，企业信用反过来又为质量提供增值空间。例如，华为从1987年创立之初就坚持质量优先战略，其产品可靠性为其赢得了全球市场的信任。2019年在国际竞争不利条件下，华为仍保持全球通信设备市场份额第一，这充分证明长期质量积累形成的质量信用具有强大抗风险能力。

在市场竞争中，品牌、质量、信用三者并非孤立存在，而是相互支撑、协同演进的有机整体。在市场发展的初级阶段，民营企业主要依赖“质量+信任”求生，靠产品打开市场；到了成长阶段，质量积累形成品牌认知，民营企业凭借高性价比的产品建立起用户信任；进入成熟阶段，品牌与信用将会反哺质量升级，通过不断强化“高端可靠”的品牌定位等形成三者之间的有机关联，共同支撑形成对社会需求的稳定保障。

（作者系北京大学中国信用研究中心主任）

近年来，国家层面及社会各界广泛关注民营企业信用体系建设问题。党的二十届三中全会明确提出“加快建立民营企业信用状况综合评价体系，健全民营中小企业增信制度”，为民营企业信用体系建设提供了顶层设计。良好的信用有助于民营企业有更多、更公平的机会，以更低成本、更高效率参与各项经济活动，是实现民营企业高质量发展的内在要求。

随着社会主义市场经济的深入发展，民营企业已深刻认识到加强信用体系建设对于自身发展的重要性。在政策引导与内生动力驱动下，民营企业通过完善内部管理、制定信用标准、强化培训、创新服务模式等方式深度参与信用体系建设，将信用元素融入生产经营全流程，企业诚信经营水平得以大幅提升。全国纳税信用年度评价结果显示，2024年全国守信纳税人达4127万户，比2023年增加378万户，其中纳税信用最高等级A级纳税人数量近335万户，诚信纳税企业数量稳步增长。此外，不少民营企业尤其是头部民营企业依托技术或资源优势推动信用服务创新，如利用大数据构建“企业信用画像”；众多科技型民营企业积极探索AI大模型，为用户不断探索提供个性化信用服务定制，提升金融服务效率与安全性。

与此同时，虽然民营企业诚信经营水平大幅提升，但依然有不少问题待改进。如“预付式”消费商家跑路及“3·15”晚会提及的失信案例等，不仅损害消费者权益，也有损企业诚信形象。为此，民营企业信用体系建设需练好“内功”，夯实自身的诚信文化根基、提升信用管理水平，切实将诚信塑造为重要竞争优势，护航企业稳健发展，不断增强诚信经营获得感。

坚持诚信守法经营这个“立身之本”。诚信是企业生存发展的生命线，一些失信行为虽然短期看会获利，但长期看会彻底丧失消费者信任、削弱市场竞争力，甚至面临法律制裁，最终“得不偿失”。只有坚守诚信底线，才能赢得消费者、合作伙伴和社会的长期认可，实现可持续发展。可定期组织管理层和员工学习相关法律法规，明确什么能做、什么不能做。增强生产经营透明度，在一定范围内公示企业资质、产品信息、收费标准等内容，主动接受社会监督。努力践行契约精神，做到言而有信，严格按照约定交付产品或服务。

构建信用联合体促进“共生共赢”。民营企业数量多、规模差异大，靠单个企业加强信用建设还不行，需通过组建信用联合体，共享信用信息、联合惩戒失信行为、共同争取政策支持，打造市场竞争生态，才能实现“1+1>2”的效果。要发挥好行业协会商会的重要载体作用，依托其加强行业信用共建，发布“行业信用白皮书”，开展行业信用评级，将会员信用评级与企业多方面行为挂钩，通过集体声誉机制倒逼企业珍视“诚信羽毛”。此外，也可与上下游企业加强信用合作，建立信用互助机制，形成“一荣俱荣”的信用生态圈。

建立健全信用管理制度“硬约束”机制。制度是民营企业信用建设的“方向盘”，科学的内部管理制度能让信用管理从“被动应对”转向“主动经营”，让信用建设有章可循、高效运转。可根据企业情况设立专职信用管理部门，负责统筹信用信息收集、评估和应用，并根据行业特点制定内部信用标准。建立完善覆盖基础信息、经营行为、社会责任等多维度的企业数字化信用档案，既服务于内部风控和决策优化，也使之成为企业获取融资、参与投标、开拓市场的信用凭证。

在企业加强自身信用建设的同时，还应从提高社会信用体系建设法治保障程度、进一步健全社会信用体系运行机制及加强信用与经济社会融合等方面共同发力，为民营企业诚信经营提供良好环境。

（作者单位：中国宏观经济研究院经济研究所）

民营企业要练好诚信经营「内功」

□ 宋立义

观而思

民营企业信用体系建设的两个重点

□ 王 伟

社会主义市场经济既是法治经济，也是信用经济。诚实守信是市场经济运行的基本伦理，也是我国建设高标准市场体系、推动社会主义市场经济发展的重要要求。党的二十大报告将社会信用提到了一个前所未有的重要地位，而建设民营企业信用体系是社会信用体系建设的重要组成部分，“始终坚持以诚信促进市场经济的健康发展”也是民营经济发 展“晋江经验”的一条宝贵经验。

一是完善经济信用制度。这直接关系民营企业较为关心的融资支持问题。在社会主义市场经济发展的过程中，借鉴发达国家和地区的经验，我国构建了以征信、评级为典型代表的经济金融信用制度。2023年5月，世界银行发布的新的营商环境评价指标体系“金融服务”部分，将完善信用信息共享机制、发挥市场化征信评级机构的作用作为评价营商环境的重要内容。近年来，民营企业信用体系建设取得显著进步。中国人民银行搭建的金融信用信息基础数据库、国家发展改革委搭建的全国中小企业融资综合信用服

务平台以及商业化的征信、评级等信用服务市场的蓬勃发展，构建起了制度化的市场声誉机制，为增进社会信任、拓宽融资渠道、推动民营企业高质量发展奠定了坚实的信用基础。

当前，信用在关系民营企业经济金融等方面的运用还相对薄弱，市场化社会化的信用建设还有很大的潜力和发展空间。通过发展信用融资、信用销售等信用经济，将为推动解决融资难融资贵问题、提振个人消费，推动高标准市场体系建设，贡献重要的信用力量。值得关注的是，在数字经济时代，“经济信用化、信用数字化”的发展趋势日益明显，信用信息的采集、归集、共享、披露和利用正在呈现高度的数字化、平台化、智能化特征。利用大数据、人工智能、区块链等数字技术，更加精准地刻画民营企业的“信用画像”，将有助于金融机构等主体更好识别民营企业信用状况，为民营企业融资提供更加便捷的“数字信用”解决方案。因此，加强民营企业信用体系建设必须完善经济信用制度，推动市场化社会化信用服务机

制发展，为诚实守信的民营企业提供更加强大的融资支持。

二是完善公共信用制度。这关系民营企业需要履行的诚信守法义务。我国在社会信用体系建设过程中创设出了公共信用制度，将履行法定义务的状态作为评价信用的重要维度。完善民营企业的公共信用制度，主要要求民营企业及其经营者从事生产经营活动应当遵守法律法规，遵守社会公德、商业道德，诚实守信、公平竞争，履行社会责任，保障劳动者合法权益，维护国家利益和社会公共利益，接受政府及社会等的监督。在此基础上，民营企业还需遵守法律法规、完善资本行为制度规则、完善公司治理，建立现代企业制度与从源头防范和治理腐败的体制机制，加强财务管理等。同时，完善企业公共信用制度还需健全信用监管机制，根据企业的信用状况实施分级分类监管，根据失信行为的性质、轻重程度等采取适度的惩戒措施，确保过罚相当，防止“小过重罚”；经营者及其组织纠正失信行为，消除不良影响，符合信用修复条件的，可以进行信用修

复，相关部门应当及时解除惩戒措施、移除或者终止失信信息公示，坚持宽严有度、善意文明。

当前，我国正在构建以信用监管为基础的新型监管机制，强调对不同信用状况的经营主体采取差异化的监管措施。对于诚信度较高的企业，可以给予更多的信任，采取降低检查频率、给予办事便利和绿色通道、采取信用承诺制等相对宽松的监管方式，从而提高诚实守信企业的获得感。由此，诚实守信的企业在市场交易和社会交往中，将获得更多的自由度，而失信主体则将受到更多的约束和不便，彰显了社会公平正义。公共信用制度的完善有利于推动民营企业更好地履行法定义务，诚实守信地从事经营活动，维护良好信用形象。

总体来说，民营企业信用体系建设的主要目的，就在于创造平等的融资环境，推动民营企业诚信合规经营，使信用赋能民营经济发展的功能和作用更加突出。

（作者系中央党校（国家行政学院）政治和法律教研部民商经济法教研室主任）