

公共管理监管不力 中国商业信用缺失

编者按:

民无信不立,早在两千多年前孔子就提出了信用的概念,然而,中国信用体系建设仅有十几年的时间。虽然初步建成了社会信用体系的基本框架,但仍面临严峻挑战。产自广东的“意大利皮具”,自家酿出的“拉菲帝国”,地摊上买来的“LV”,菜市场的“祖传贴膜”……商业领域造假行骗之风似乎从未停止,甚至越刮越盛。各色假冒伪劣、坑蒙拐骗不仅遍及城乡,还出现了从小食品、小建材等“五小”向大店、名店甚至跨国公司蔓延的态势。合同违约、商业欺诈行为甚至有愈演愈烈之势,更逐步蔓延并侵蚀到社会的各个层面。有些甚至令监管部门和一线执法人员束手无策。由此导致的信用贫困,已成为阻滞我国市场经济成长和成熟的极大障碍。



局治安支队食品安全警察大队副大队长熊海军介绍,他们近年查获一起涉案金额数千万元的制作假酒大案,发现不法商贩高价收购真酒瓶,买来带有逼真防伪标识包装盒,使用普通白酒兑高档酒,用“泸州老窖头曲”和“二曲”勾兑“国窖 1573”、“五粮液”和“水井坊”。造假分子与一些公款消费多的单位、星级酒店采购人员勾结,组成卖假买假共同体攫取暴利。

在各地警方近些年查获的假冒伪劣案件中,有人用工业盐制作“加碘精制盐”,其中所含亚硝酸钠摄入三克可致人死亡;有人为了让干辣椒颜色亮、卖相好、不发霉,用致癌的工业硫磺熏;其他如猪血豆腐中掺甲醛、废旧塑料甚至医疗垃圾造吸管、双氧水泡干牛筋等,不胜枚举。

“三十六行,诈骗为王!”一位执法人员这样勾画当前商业领域面貌。

国家工商总局发布的数据显示,2012 年全国工商系统共立案查处侵权假冒案件 12.04 万件,其中依法向司法机关移送涉嫌犯罪大案 1576 件,比 2010 年翻了两番多。“啥还能买,谁还可信?”成了各地民众的“高频语”。

证券市场 股市造假万千股民被坑

在商业领域失信造假泛滥成灾同时,与万千股民切身利益直接相关的上市公司也频频被曝出违规造假,其中万福生科的存在正是股票市场失信的例证。

虚增营业收入、成本和利润,距离 2011 年 9 月 27 日正式登陆创业板上市不到一年,万福生科就被发现虚构业绩,被称为“创业板造假第一股”。2012 年 9 月,湖南证监局对万



福生科立案稽查。后地方证监局的立案稽查升级为中国证监会立案调查。

2012 年 10 月 26 日,万福生科承认其造假行为:公司在 2012 年半年报中存在虚增营业收入 1.88 亿元、虚增营业成本 1.46 亿元、虚增利润 4023 万元。一波未平,一波又起,今年 3 月,万福生科再次发布公告承认,经自查,公司 2008 年至 2011 年累计虚增收入 7.4 亿元左右,虚增营业利润 1.8 亿元左右,虚增净利润 1.6 亿元左右。万福生科披露的公开信息显示,造假主要通过虚增“在建工程”和“预付账款”项目来实现,比“应收账款”虚增收入更为隐蔽。

有机构按照万福生科披露的相关资料估算,由于其上市发行价高达 25 元每股,合计持有逾 4000 万股万福生科的龚永福、杨荣华身价高达 10.05 亿元。而 2008 年之前,万福生科的前身注册资本为 2000 万元。

回顾整个案件的进程,最终对万福生科的罚款却仅有 30 万元,“要让欺诈上市者直接退市、赔偿投资者损失”似乎最终并未完全实现,这一失信成本着实成为对造假者的纵容。

万福生科造假并非个案。上月初,证监会

通报了北大荒、ST 生化、零七股份、康芝药业等 4 家上市公司信息披露存在违法违规行为。

财经评论家叶檀在其博客上写到,金融市场,没有信用,就无法定价。梳理具体公司,造假痕迹众多,说到在总体上市公司中占比多少,却难以计数,“坏蛋分子”只能是不可计量的一小撮。

从信贷贷款的缺失,可以倒推中国银行贷款领域不相信有“信用”二字,从国外借壳上市的退市与造假比例,以及国内造假的具体例证,就可以倒推国内股票市场的造假情况。叶檀说,因财务造假而被停牌和退市的中概股超过 60 家,中概股信用尽失,未来上市成本上升、信用折价。

经贸失信 损人不利己

商业信用的缺失不仅破坏了我国的投资和经营环境,限制了我国消费经济的发展,更是对国家形象造成负面影响。

中国信用出口保险公司上海分公司副总经理陆栋提供了一组数据显示:我国企业每年坏账率高达 1%至 2%,远高于成熟市场的 0.25%至 0.5%的水平;我国每年签订 40 亿份合同,其中履约率仅 50%;我国企业每年因信用缺失导致的直接和间接经济损失高达 6000 亿元,其中因产品质量低劣、制假售假、合同欺诈造成的各类损失达 2000 亿元。

近年来,我国经济贸易领域诚信缺失的现象非常明显,甚至已经扩大至国际贸易领域。失信于民、失信于外国政府和投资者的行为,直接破坏了我国的投资和经营环境,影响国家形象。

“曾有这样一个调查:欧美人更喜欢和印度人做生意,而非中国人。”江苏省社会信用体系建设领导小组办公室副主任程友华向记者称,印度人诚信度更高是主要原因。

据中国传媒大学副校长、博士生导师胡正荣教授介绍,2012 年他在肯尼亚发现,当地很多民众对中国最深刻的印象仍是:李小龙、成龙和“便宜的东西”,非洲不少国家对中国产品存在“价格低廉但质量低劣”的印象。这种对中国商人无信任的现象在国际贸易中频频出现。

诚信缺失对我国国际形象、国际贸易的损害显而易见,而完善的信用体系则会带来极大的经济效益。上海立信会计学院信用管理专业教授洪政向记者展示了一个模型:美国进行信用体系建设和立法的前二年,对经济并没有显著的刺激作用;立法完善后,剔除其他因素,信用促使美国经济成倍增长。

陆栋还介绍,美国等西方国家 90%以上的市场交易都是信用交易,在上 G D P80%以上的消费经济中,2/3 以上是通过信用消费实现的,而我国所有交易中企业间信用交易仅占 20%。“如果具备完善的信用体系,意味着我国经济尤其是消费领域将有巨大的增长

空间。”

信用交易的落后,让我国在国际贸易中常扮演“苦主”的角色。中国国际贸易促进委员会副会长于平曾估算,随着出口贸易额不断增加,海外拖欠中国企业的账款越来越多,中国企业被拖欠的海外欠款约有 1500 亿美元。而我国商账追收和信用风险管理专业能力不强,导致中国企业往往吃“哑巴亏”。

公共管理 陷入“初级阶段必然没治”的怪圈

在采访中,很多专家和群众寄希望于依靠监管来提升商业领域的诚信水平,更有群众建议政府要像“当年新中国治理烟馆赌场一样,一夜之间把假冒伪劣扫荡得干干净净”。

但与社会期待形成鲜明反差的是,一些监管部门和执法人员却感到无力和迷惘。某城市工商所所长告诉记者,“我们只有几个人,要管的商户上万家。走马观花跑一轮都要花上几个月,能查出啥问题?”

一些执法人员坦言,我国近些年对商业诚信建设强化管理的力度不可谓不大,但商业欺诈的气势依然很盛。当前,各种商业失信行为从城市蔓延到农村,假冒伪劣食品、山寨电器等让很多曾经民风淳朴、崇尚一诺千金的穷乡僻壤也逐渐世风日下;传统市场问题没有肃清,网络和电信诈骗又日益活跃。聚集在城乡结合部的小食品、小建材、小塑料、小洗涤、小加工等“五小”作坊,治理查处的难度还在不断增大。而另一方面,大企业、老字号乃至外资企业问题又开始露头。如在海外“老老实实”的沃尔玛、家乐福、葛兰素史克、肯德基等“世界 500 强”,近年也频频出现商业欺诈。

据了解,西方国家工业化初期,假冒伪劣等商业诚信问题层出不穷。19 世纪中晚期至 20 世纪 30 年代,希腊、意大利仿冒法国名牌奢侈品乃至普通红酒;美国市场掺水牛奶、掺炭咖啡、骨胶混合草籽制果酱、甲醛牛奶、硼砂黄油、硫酸肉等,频频引发消费恐慌。上世纪 70 年代至 90 年代,经济起飞的韩国、中国台湾、泰国等,也成了假冒磁带、太阳镜、名牌服饰、箱包、运动鞋等货物的“制售天堂”。

在此背景下,一些监管机构负责人和执法人员内心深处认同这样的观点:当今处在商品经济发展初期,商业失信泛滥是必然历史阶段。等经济社会发展到“下一代”,一切自会迎刃而解。

专家认为,在“没治论”、“必然论”的影响下,当前一些监管部门和地方政府,对商业诚信的制度设计,往往带有部门或地方利益色彩;而在执法层面,一些人则消极不作为甚至充当商业欺诈行为的“保护伞”。如此一来,公共管理维护商业诚信的成效大打折扣。

(苏晓洲 邓中豪 周琳 刘巍巍 王志)

浅谈我国直销行业的现状及发展对策

四川省社会科学院区域经济研究所 胡美伦

我国拥有 13 亿人口的庞大消费群体,直销行业的发展空间巨大。直销模式与传统销售模式相比,企业可以减少流通环节,节省大量成本,他们会雇佣大量的直销人员,通过直销的模式来销售产品、发展业务。随着中国加入 WTO、中国经济与世界经济接轨,而且基于我国特殊的文化背景,直销行业还有很长的道路要走,如何使我国直销行业规范的、健康的发展已经成为一个相当重要的课题。

一、我国直销的发展历史

现代直销模式在 20 世纪 40 年代起源于美国,世界直销协会联盟成立于 1978 年,总部设在美国首都华盛顿,是一个非政府的联盟组织,短短数十年时间从无到有,已经发展成为美国零售商业的主流模式之一。直销在 20 世纪 70 年代由美国进入欧洲后,众多直销公司如雨后春笋般发展起来。目前全世界有 50 多个国家和地区直销协会,一个区域协会——欧洲直销协会联盟。

从 20 世纪 90 年代初雅芳第一个登上中

国大陆开始,在这种新型的销售模式和高额利润的刺激下,各种规范的直销企业、不规范的非法传销组织纷纷出现。1998 年 4 月 21 日,国务院颁布了全面停止任何形式传销活动的命令,对整个传销业全面封杀。此后不久,国务院发出了要求原有传销企业全部转型为传统批发、零售销售方式,从而实现一个过渡性的转制工作。

2005 年 9 月 1 日,《直销管理条例》和《禁止传销条例》同时出台,这两部直销行业监管法规的制定,不仅维护了消费者和直销从业者的权益,还为保障中国直销业的健康发展提供了法律依据。从此政府对直销业开始实施严格的监管。面对新的政策法规,获牌后各直销企业积极配合政府规范直销市场的发展,直销业进入了调整期,之后一直处于上升反弹趋势。在行政监管部门的依法监管下,在各个直销企业的积极努力下,在逐渐明朗的政策和逐步规范的市场环境下,主流直销企业不断发展壮大,我国直销行业持续快速增长,

近年来,我国在直销市场准入、直销公司的审批和直销市场的开放等方面取得了令人瞩目的成就,兑现了中国加入世贸组织相关承诺。种种迹象表明,中国直销行业开始进入了法制化时代,直销行业在开放已成为大趋势,也标志着直销规范和开放即将迎来一个健康快速发展的新时期。

二、我国直销发展的现状

从我国直销业发展现状来看,一是企业素质在逐步提高。一些直销企业,以产品的质量为核心,加大资本投入,通过各种途径提高企业的产品品质。部分直销企业则积极参与一些社会公益关爱活动和慈善事业,强化社会责任,从而树立良好的企业形象。也有直销企业自觉遵纪守法,加强对我国直销法规的宣传和正确解读,起到了示范带头作用。二是直销企业数量的增加。截至 2012 年底,全国共有直销企业 32 家,分支机构 229 家,直销产品 2571 种,直销员 234 万人。2012 年,除 1 家直销企业的直销销售为 0 外,其余 31 家直

销企业共实现直销销售额 199.37 亿元(以下简称销售额),直销业共计缴税 51.70 亿元,其中直销企业缴税 49.99 亿元,直销员缴税 1.71 亿元。。

但是,在我国直销行业发展过程中,也存在一些亟待完善的问题:

在企业经营管理层面,企业经营者目光短浅,不规范经营。由于直销在我国发展时间短,加之直销企业内部管理制度不完善、还没有形成规范的制度和运营机制,缺乏具有专业能力的管理人员和直销队伍、企业经营上的盲目扩张的影响,近年来直销企业违法违规经营行为时有发生。一些直销企业起步较晚,部分企业管理不严,屡次出现违规经营现象。个别企业的商品存在以次充好、违背商业道德等问题;一些传销组织披着合法企业外衣,打着“重组”、“战略合作”等旗号,向直销企业靠拢。

直销从业人员素质参差不齐,良莠不分,一些从业人员缺乏直销的法律法规、职业道德和基本操守,缺乏诚信;同时,一些直销人员缺乏基本的专业素养,一些急功近利的营销氛围影响着直销市场的发展环境。

在政府层面,我国目前有关直销的法律法规很少,政策法规不够健全,执法科学性和执法的力度以及监管方面尚待提高。

三、我国直销的发展对策

(一)进一步完善与直销行业相关的法律法规

为了使直销行业更加规范、理顺相关利益群体的关系、提升法律法规的尊严,直销业的政策法规急需进一步完善。目前,与直销法规相配套的法律法规陆续出台,总体来看,我国直销立法已经有良好开端,但距离一个完善的法律法规体系还有很大的差距。今后,政府有关部门应不断总结经验,及时发现问题并解决问题,为直销行业发展营造良好的法制政策环境。

(二)直销企业加强企业制度建设,履行企业社会责任

直销企业更应加强企业制度建设,强化内



部经营管理,完善经营机制,定期或者不定期地对管理以及专业的技能和对直销人员进行职业道德以及专业的技能培训,从而提高从业人员的道德素质、职业操守和诚信理念,提高他们的社会责任感,使他们具备非常专业的知识,更好地服务于消费者。

诚信可以给企业带来更加长远的利益,企业想要长久的发展,诚信是必不可少的。对于直销企业来说,诚信更加重要。信用教育,纠正不正当的竞争行为,从保护消费者权益出发,强化企业的社会责任,从而打开社会信任之门,为自己创造规范有序健康发展的空间,不过这需要—个漫长而艰难的过程。

(三)直销企业应以产品为核心,切实提升企业形象

直销企业应该改变工作思路,通过一系列的营销活动让公众知道直销企业和企业产品,树立良好的企业形象。而不要一直致力于发展团队,不要急于让别人跟着一起做直销,而应该让公司丰富而又实用的产品吸引顾客,让公众成为实实在在的顾客。

(四)加强直销理论研究,探索适合我国国情的直销模式

学术界需要在全面了解和研究国际直销

理论和实践的基础上,结合本国国情,针对直销市场存在的问题,综合考虑直销多学科交叉的特点,加强对我国直销行业的理论研究,注重运用相关理论解决实际问题。

国内直销企业要以新的观念、开放的心态向国外成功企业学习,结合企业自身的情况,根据中国的国情和经济发展水平,以及中国人的消费习惯,找到一种适合中国人的直销模式。

(五)加大对非法传销的打击力度,纯洁直销行业

在整个市场秩序方面,非法传销依然存在,一些地区甚至还十分猖獗。由于非法传销点多面广,人员复杂,且不断变换场所和欺诈手法,加上一些地方执法力度不够,给非法传销一定的生存空间,这些违法活动给整个直销市场秩序造成很大的危害。它不仅对于人民群众的财产、心理以及社会安定有着严重的危害,同时对于正面的直销市场也造成了极大的负面影响,致使直销赖以生存和健康发展的市场环境恶化。因此必须进一步强化对直销市场秩序治理和整顿,严厉打击非法传销组织和行为,维护直销行业的形象,为直销行业的健康发展创造一个良好的成长环境。

国药准字H46020636

快克[®]

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产

海南快克药业总经销