

今天交钱明天拿证 这种“信用证书”可信吗？

AAA级信用等级证书、AAA级质量服务诚信单位、AAA级诚信经营示范单位……一些企业拥有各类信用证书，这些证书真的可信吗？

记者调查发现，企业信用评价市场鱼龙混杂，一些机构两三个人加一台打印机就能“出证”，“今天交钱，明天拿证”“多交钱多办证”。

★ 花费千元就能办 AAA 级信用证书 ★

“只需提供企业营业执照，无行政处罚记录，就能办 AAA 级信用证书。”近日，记者发现网上存在不少为企业办理信用资质等级证书的评价机构。一名商家表示，“一到两个工作日就能办好”。

这名商家向记者展示价格 1000 元的“企业信用评价服务”，从 AAA 级企业信用等级证书、AAA 级诚信经营示范单位证书，到诚信企业家、诚信职业经理人证书等一应俱全。

另一名商家表示，还可以出具五星级品牌口碑指数评价证书，“10 证 1 牌比 8 证 1 牌贵 500 元，只要线上提供材料就行”。

记者详细询问得知，有办理需求的企业数量很多，覆盖多个领域，其中大部分为建筑领域企业，其他企业涉及餐饮、家具、文化传媒等领域。

一名商家表示，已经为 2000 多家企业办理过信用等级评价，

评价结果可以在相关网站平台查询。但记者发现，不同商家提供的网址名称各不相同，查询结果也不能互认。业内人士告诉记者，这些平台基本都是商家自己搭建的网站。

交钱“办证”就能秒变信用“优等生”，给一些商家大开“方便之门”。记者发现，两家公司开展屡被曝光的酒店“自律挑战”项目，便是通过信用评价证书打消消费者顾虑，以几十万元高额奖金为诱饵，赚取“挑战者”的报名费。

一些不法人员用信用评价证书掩盖诈骗行为。北京警方去年破获一起诈骗案件中，不法人员以“民族资产解冻项目”为名骗取“投资”，最低“投资”标准为每月 168.88 元。为了证明自己的实力，团伙注册的企业向投资人晒出“AAA 级重合同守信用企业”证书。

★ “灰色产业”如何产生 ★

网上为何“冒”出这么多信用评价商家？记者带着问题进一步调查。

据了解，近年来由于招投标等环节要求企业证明“信用良好”，信用评价市场需求快速增长。部分企业便试图浑水摸鱼，分一杯羹。记者在“企查查”上看到，全国含有“信用评价”关键词的企业数量超过 2 万个。

一名业内人士告诉记者，与债券评级机构不同，企业信用评

价服务属于工商登记中的一般业务，无需前置审批，也无需在人民银行进行备案。

由于门槛不高，部分信用评价机构试图通过“卖证”收费；更有甚者，一些机构两三个人加一台打印机就能“出证”，“评”出的证书五花八门。“消费者看到的全是 AAA 级最高等级评价，没有 AAA 以下的。”该人士表示。

部分机构颁发虚假评价证书，轻松获得高额收益。



图片来源于网络

★ 扫除监管盲区，整治“山寨”评价 ★

记者注意到，广西市场监管部门曾查处一起征信行业虚假商业宣传案。某信用评价有限公司对外宣传其从事的企业信用评价服务经营活动是按照“中国信用协会”授权使用的“中华人民共和国行业标准”对商户开展的信用评价。截至案发时，该机构向 616 家商户开展评价活动，收取费用共计 381440 元，被罚款 30 万元。

与交钱就能领证书的评价机构相比，合规评价机构会对自愿申报企业进行严格的经营情况分析、财务分析和尽职调查，并出具评价报告。

以“供应商信用评价”为例，审核阶段通常需要半个月，由评价机构或其所属的行业组织出证、出牌；合规评价根据评价指标收费标准不同，成本远远高于“山寨”机构。

一家合规开展信用评价的机构负责人说，非正规机构通过低价收费、快速发证等方式吸引企业，但其评价标准模糊甚至进行虚假评价，导致结果泛滥且缺乏可信度。“这种乱象使公众对信用评价的信任度下降，会累及正规机构的专业性和市场地位。”

受访业内人士和专家表示，企业信用评价乱象扰乱市场秩序，埋下违法经营风险隐患，要尽快扫除监管盲区，加强约束做好引导。

近日印发的《中共中央办公厅 国务院办公厅关于健全社会信用体系的意见》指出，行业主管部门和业务主管单位要推动行业协会商会加强诚信建设，指导行业协会商会依法依规开展信用评价等活动，发挥其对成员的行为导引、规则约束、权益维护等作用。

业内专家指出，意见将信用评价、信用评级等分为不同业态，针对性解决“山寨”信用评价乱象问题，可由信用主管部门进一步完善信用评价市场监管政策，规范行业行为。

“商家花钱‘买’证书误导消费者的情形，可能构成虚假宣传。”北京市京都律师事务所律师张锦建议，进一步推动信息的跨部门互通，提高信用评价机构的准入门槛，推行强制性的企业信用评价标准。同时，针对“山寨”信用评价或以颁发评价证书为由向企业推介收取费用等行为，需市场监管、公安部门共同发力加以整治。

受访人士还指出，网络平台也要担负起内容审核责任，对于涉及企业信用评价等资质认可方面的商家，要完善审核机制，强化诚信意识和规则意识。

北京大学中国信用研究中心副主任杜丽群提出，消费者也不要轻信一些商家展出的所谓诚信证书，要甄别颁发证书的评价机构是否靠谱、声誉如何，避免被无信用的“信用证书”误导。

新华社北京 4 月 9 日电



新华社 发