

外经贸企业资信评级方法 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/32/2021_2022__E5_A4_96_E7_BB_8F_E8_B4_B8_E4_c27_32170.htm 说明：本评级方法主要

适用于外经贸流通领域企业，包括自营进出口的制造行业、三资企业等。对于此类企业采取定性分析和定量分析相结合的方法，对企业履行各种经济承诺的能力及可信任程度进行综合判断。外经贸企业资信评级分为三部分，即定性分析、定量分析、特殊分析。

一、定性分析定性分析主要考察影响企业经营的因素，包括行业风险、经营环境、企业素质、管理状况、会计政策等。

（一）行业风险分析与单纯的制造业相比，外经贸企业以一般产品的进出口为主，受国内外市场变化的影响特别大。近年来，随着中国政府提倡国际市场多元化、外贸企业实业化、外贸产品品牌化等战略的实施，中国外经贸企业应对国际市场变化的能力逐步加强。借助中国低廉的生产成本和逐渐完善的生产能力，中国外经贸企业的国际竞争力正在加强中。这一行业非常容易受到外部环境的影响，经营风险很大。而且，目前中国的关税水平较高，利益的诱惑常常使部分企业从事走私活动，或者偷逃税款，或者套汇骗汇等问题，这就使得这个行业的信用风险大大增加。

1、经营环境分析（1）政府政策变化。如外经贸进出口权的管理、进出口配额、许可证的管理、外汇的管理、进出口产品检验检疫的管理等。这些因素都可能直接影响外经贸企业的经营环境和盈利能力。（2）行业竞争程度。在外经贸领域，通常会有许多家企业经营同一种商品，产品的价格、进货或销售渠道、经营者的多寡、经营产品与当地产品的竞争优势

、同行企业间的实力对比，等等。（3）市场周期性变化。外经贸行业所经营的产品往往具有一定的周期性起伏，这主要是受产品和市场的供求关系所决定。所经营产品的周期性变化大小和企业对周期性变化的适应性，直接决定着企业的抗风险能力。（二）企业竞争力分析

- 1、市场份额外经贸领域的企业利润和市场的份额直接相关，存在着明显的规模倾向，“强者越强，弱者越弱”，因此企业经营产品所占市场份额大小是企业经营成败的重要指标。
- 2、企业知名度品牌资产对于一个外经贸企业而言是其生命线，因为外经贸企业生存依赖的就是信用。企业与客户的往来依赖其自身的信用情况。
- 3、成本控制能力成本控制是一项系统工程，其中涉及到各方面包括下述的各项能力及管理制度等。为了更简单直接对此项能力进行考察，一般采用“管理费用/主营业务收入”这项参考指标作为定性分析的参考。
- 4、扩张能力我国外经贸行业正处于一个重新组合的阶段，传统的外经贸企业正逐渐走向衰退，淡出市场，而新型企业正大力抢占市场份额。在这个特定阶段，只有具有强有力的经营实力和扩张能力的企业才能获得足够的发展空间。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com