

旅行社企业主体信用评级规范

1.0 范围

本标准规定了旅行社企业主体信用评级的术语和定义、评级原则、受评主体、评级内容、评级指标及方法、评级程序、评级保密、终止或撤销评级和监督管理。

本标准适用于山西省行政区域内征信机构、信用评级机构对旅行社法人企业开展主体信用评级。

2.0 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

中国人民银行归口《JR/T 0030.1—2006 信贷市场和银行间债券市场信用评级规范 第2部分：信用评级业务规范》

国务院办公厅《关于加快推进社会信用体系建设构建以信用为基础的新型监督机制的实施意见》【2019】35号；

中国人民银行、发改委、财政部、证监会《信用评级业管理暂行办法》[2019]第5号令。

3.0 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 信用

信用是以偿还为条件的价值运动的特殊形式,是市场主体金融交易、商品交易、市场交易公遵共守共为的行为规则。

3.2 信用评级

信用评级是指信用评级机构对影响经济主体或者债务融资工具的信用风险因素进行分析,就其偿债能力和偿债意愿作出综合评价,并通过预先定义的信用等级符号进行表达。

3.3 信用评级业务

信用评级业务是指为开展信用评级而进行的信息收集、分析、评估、审核和结果发布等活动。

3.4 企业主体信用评级

企业主体信用评级是指以法人企业主体为对象的信用评级”。

3.5 法人企业

法人企业是指取得法人营业执照、具有法人地位的企业。相对于非法人企业(如:个人独资企业、合伙企业、公司的分公司等分支机构等),法人企业能够以企业自己的名义独立享有法定权利和承担法定义务。即法定权利直接归企业享有而非企业业主或投资者,同理,法定义务也直接由企业承担而非企业业主或投资者。

3.6 行业宏观趋势

行业宏观趋势是指受评主体所属行业面临的经济形势、政策环境,行业趋势、市场状态对其发展前景和偿还债务能力影响的趋势作出量的规定性。

3.7 诚信度

诚信度是指受评主体在全生命周期经营过程中守法、守规、守诺、履约、履责行为作出量的规定性。

3.8 信用度

信用度是指通过相关评价指标、行业标准,评价模型,运用科学的方法和技术,对受评主体信用能力作出量的规定性。

3.9 风险度

风险度是指通过相关评价指标,行业标准,评价模型,运用科学的方法和技术,对受评主体信用风险作出量的规定性。

3.10 综合评级

综合评级是围绕揭示风险,注重价值实现,以量化为主,定性与定量、静态与动态、宏观与微观相结合,集受评主体行业宏观趋势、诚信度、信用度、风险度“四位一体”综合分析的主体信用评级体系。

3.11 受评主体

受评主体是指自愿委托信用评级机构进行信用评级的法人企业。

4.0 评级原则

4.1 真实性原则

是对评级机构按照合理的程序和方法,对所征集的评级数据资料进行认真核实和分析,确保评级信息真实有效的要求。

4.2 一致性原则

是对评级机构对同类评级业务所采用的评级指标、评级标准、评级方法、评级程序保持一致的要求。

4.3 独立性原则

是对评级机构、评级从业人员在对受评主体评级信息充分分析研判的基础之上独立得出评级结果，防止评级结果受到不当商业行为影响的要求。

4.4 客观性原则

是对评级机构在评级过程中应当建立以量化为主的评级标准、评级模型，采用客观赋权方法，通过严格的评审程序，得出公允公信评级结果的要求。

4.5 审慎性原则

是对评级机构及评级人员坚持谨慎评价分析态度，运用真实有效评级信息和既定的模型和方法，多维度深层次对受评主体潜在风险和某些指标的极端情况做出深入分析的要求。

4.6 公正性原则

是对评级机构在评级中应坚持职业约束，依靠制度、程序、技术、模型、方法多维控制，激励评级人员勤免尽责，精益求精，实事求是，独立地开展信用评级工作的要求。

5.0 评级内容

5.1 行业宏观趋势分析评价

行业宏观趋势分析评价是对受评主体所属行业进行宏观经济趋势、环境、政策和市场状态的分析评价通过国内生产总值（GDP）增长趋势、旅游业服务销售收入总额增长趋势、旅游业绩评价指数变动趋势、社会货币流通量（M2）增长趋势、社会融资总量增长趋势等5项宏观分析核心要素，对受评主体所属行业发展趋势进行量化表达。

5.2 诚信度分析评价

诚信度分析评价重点是对受评主体行为信用、偿债意愿的分析评价。通过资质与信用、合规经营、应急预案、权益保护、满意度调查、价格管理、劳动合同兑现、广告合规、社会责任、失信惩戒等12个方面64项内容对受评主体守法、守规、守诺、履约、履责等诚信经营行为进行量化表达。

5.3 信用度分析评价

信用度分析评价重点是对受评主体信用能力的评价分析。即以价值创造与价值实现为主导，以经营性现金流为核心，本着“鼓励发展，突出创现，注重绩效，关注风险，强调偿还”

的原则，通过 28 项经营财务指标的组合分析评价，对受评主体的信用能力进行量化表达。

5.4 风险度分析评价

风险度分析评价重点是对受评主体风险控制能力的分析评价。即以价值最大化和风险最低化相匹配为主导，以流动性为主线，通过 22 项风控指标的组合，分析研判受评主体创利创现的稳定性、增长性，经营结构的协调性、合理性，偿债能力的内生性、变现性，经营风险的可控性、安全性。从不同维度对受评主体风控能力进行量化表达。

5.5 综合评级

综合评级是将行业宏观趋势分析评价、诚信度分析评价、信用度分析评价、风险度分析评价的得分通过权重配置计算受评主体的综合评级得分，依据评级标准，按分确定受评主体的初评等级。

6.0 评级系统与指标体系

6.1 《行业宏观趋势分析评价系统》（5 项）

- 6.1.1 国内生产总值（GDP）发展趋势；
- 6.1.2 旅游业服务销售收入总额增长趋势；
- 6.1.3 旅游绩效评价指数变动趋势；
- 6.1.4 社会货币流通量（M2）增长趋势；
- 6.1.5 社会融资总量增长趋势；

6.2 《诚信度分析评价系统》（64 项）

6.2.1 经营资质与信用（9）

- 1) 企业取得法定资质证书和合格证书；
- 2) 经营场所的企业名称规范、清晰、醒目，符合旅游、市场监管的规定；
- 3) 营业场所明显位置悬挂企业合法证件，有服务项目、产品介绍等；
- 4) 向旅游者提供的旅游资料均由本旅行社统一制作或发放，内容真实、有效；
- 5) 营业销售人员遵守职业道德和岗位规范，着装统一、整洁、佩带服务标识，言行举止文明、礼貌，态度热情、认真、耐心；
- 6) 对旅游活动中可能危及旅游者人身、财产安全的情况，主动向旅游者作出说明或明确警示；
- 7) 导游持证率 100%；
- 8) 法定代表人（实际控制人）、董事长、总经理征信报告无失信记录；

9) 企业征信报告无违约纪录。

6.2.2 质量安全权威认证 (4)

10) 建立企业产品体系, 积极推行旅游产品分类、分级质量标准;

11) 旅游产品均符合国家、行业、地方、企业质量标准, 无以次充好、以劣充优、景点缩水问题;

12) 旅游产品中无损害国家、民族利益, 各类歧视, 淫秽、迷信、赌博等法律法规禁止的内容;

13) 旅游产品均符合国家、行业、地方、企业安全标准。

6.2.3 守法(规)、守信、履约经营(11)

14) 杜绝低于正常成本价、零负团费及强迫旅游者购物或参加额外付费项目等行为;

15) 积极推行定制化产品, 自主策划、开发、创建品牌旅游产品;

16) 严格执行导游持证上岗制度, 派遣的专、兼职导游均为年审合格者;

17) 导游服务全面实行旅行社接待计划派遣书制度, 接待计划派遣书格式规范, 内容与合同、旅游行程说明书、自选项目约定一致;

18) 导游服务时, 按规定佩带合法证件, 携带必备物品, 仪表整洁, 服务规范, 导游词健康、文明;

19) 变更行程、增减项目时, 征求旅游者意见, 并报派遣旅行社的批准;

20) 对旅游途中突发事件, 能有效控制事态, 报告及时, 处置得当;

21) 在行程中经常提醒旅游者文明旅游、安全旅游, 对旅游者的不文明或违反安全规定的行为坚决、及时予以劝阻;

22) 认真监督各合作单位及其工作人员的服务质量, 维护团队旅游者权益, 抵制地接社及其导游侵害旅游者权益的行为;

23) 对上下游合作方经营许可资质、安全合格认证资质、参保证明、食品卫生许可证和质量认证等有效资质证明实行备案;

24) 旅行团承接机构各类资质参保证明备案。

6.2.4 应急预案(7)

25) 旅游意外事故应急预案;

26) 旅游者突发疾病应急预案;

27) 防控传染性疾病预防预案;

28) 旅游者财物丢失或被盗处置预案;

29) 自然灾害和不可抗力事件应急预案;

30) 高风险旅游项目安全保障措施;

31) 出境旅游旅游者滞留不归等意外事件应急预案。

6.2.5 消费者权益维护与服务 (4)

32) 向社会公布旅游咨询、消费者投诉电话;

33) 杜绝导游、领队私拿回扣、压缩游览时间、擅自中止旅游活动、导游不讲解、无故不随团活动;

34) 杜绝导游或从团人强迫、诱骗旅游者购物、参加额外付费项目、歧视侮辱侵害旅游者等行为;

35) 按与消费者合同约定开展服务。

6.2.6 消费者满意度调查 (工作底稿) (2)

36) 每年调查两次;

37) 消费者满意度加权平均达到 95%以上。

6.2.7 价格管理 (3)

38) 积极推行旅游产品价格体系管理制度, 实行统一的价格政策, 各销售网点授权一致, 各时段授权一致, 同级销售人员授权一致;

39) 所提供的产品、服务明码标价, 质价相符; 代收的自选项目费用不高于当地同时期市场零售价;

40) 自觉抵制恶意削价竞争, 扰乱市场秩序的行为, 自觉抵制迫使关联企业低于正常成本价接待的行为。

6.2.8 劳动合同实施与兑现 (3)

41) 工资兑付率 100%;

42) 固定员工社保医保参保率 100%;

43) 无劳资纠纷。

6.2.9 守信与履约 (6)

44) 全部使用市场监管与文旅游部门联合制定的合同示范文本;

45) 与住宿设施、餐馆、购物、景区、车船公司、导游服务中心 (导游公司) 等合作企业签定合同或协定, 质量标准和责任明确具体, 建立公对公的佣金机制;

46) 除不可抗力、对方违约、或经双方当事人协商约定变更外, 与旅游者、旅游业务合作方的合同、协议履约率达到 100%;

47) 债务履约率；

48) 应税缴税率；

49) 知识产权 履约率。

6.2.10 广告合规率（4）

50) 广告具备旅行社全称、许可证号、类别、地址、联系电话、旅游投诉电话等基本内容；

51) 广告标明旅游线路、游览项目和主要内容、天数、价格；

52) 业务广告规范、真实、明确；广告内容符合旅行社许可业务经营范围；

53) 委托代理业务广告，注明被代理旅行社名称。

6.2.11 社会责任（5）

54) 政府、工会奖励；

55) 社会救助；

56) 企业诚信教育；

57) 信用承诺；

58) 自愿承诺信息披露。

6.2.12 缓评、终止评级和撤销评级（6）

59) 受到行政处罚；

60) 受到司法制裁；

61) 受到金融监管处罚；

62) 受到经营名录异常；

63) 税务处罚；

64) 较大、重大事故。

6.3 《信用度分析评价系统》（28项）：

6.3.1 发展能力指标（6）

1) 主营业务增长率；

2) 经营性现金流增长率；

3) 经营性净现金流增长率；

4) 技术投入总成本比率；

5) 创新型无形资产占总资产的比率；

6) 净利润增长率；

6.3.2 盈利能力指标（7）

- 7) 总资产报酬率
- 8) 主营业务利润率
- 9) 净资产收益率
- 10) 成本费用利润率
- 11) 成本费用与主营业务收入比率
- 12) 付息率与净利润率比率
- 13) 息税前资本收益率

6.3.3 创现能力指标（5）

- 14) 资产现金回收率
- 15) 现金流动负责比率
- 16) 现金盈余保障倍数
- 17) 经营性现金流与主营业务收入比率
- 18) 自由现金流量增长率

6.3.4 风控能力指标（6）

- 19) 应收账款与流动资产的比率
- 20) 不良资产比率
- 21) 带息负责比率
- 22) 或有负债比率
- 23) 资产投保率
- 24) 资本积累率

6.3.5 偿债能力指标（4）

- 25) 经营性现金流入与应偿债务比率
- 25) 经营性净现金流与应偿债务比率
- 27) 可变现资产与总负债的比率
- 28) 应偿债务偿还率

6.4 《风险度分析评价系统》（22项）

6.4.1 经营性风险指标（6）

- 1) 金融资产与总资产比率
- 2) 融资费率与净利润率比率

- 3) 非银行融资与净资产比率
- 4) 利息保障倍数
- 5) $(\text{负债总额} + \text{表外债务}) / (\text{负债总额} + \text{表外债务} + \text{权益})$
- 6) 营运资金与总负债比率

6.4.2 债务性风险指标 (8)

- 7) 产权比率
- 8) 资本长期负债率
- 9) 付息率与净利润比率
- 10) 资产负债率
- 11) 净资产负债率
- 12) 可抵押资产与总资产比率
- 13) 可抵押资产与总负债的比率
- 14) 资产资本率

6.4.3 流动性风险 (8)

- 15) 总资产周转率 (次)
- 16) 流动负债周转率 (次)
- 17) 流动比率
- 18) 速动比率
- 19) 应收账款逾率
- 20) 存货周转率
- 21) 固定资产加土地与总资产比率
- 22) 非土地类无形资产与总资产比率

6.5 《企业主体信用评级系统——综合评级模型》

行业宏观趋势分析评价——得分——权重——评价得分

诚信度分析评价——得分——权重——评价得分

信用度分析评价——得分——权重——评价得分

风险度分析评价——得分——权重——评价得分

得分合计 xxx

初评等级 xxx

6.5 评级方法

6.5.1 行业宏观趋势分析评价

- a) 国内生产总值（GDP）趋势：（分析期国内生产总值-前三年国内生产总值平均值）/分析期国内生产总值 x100%
- b) 旅游业服务销售收入总额趋势：（分析期旅游业服务销售总额-前三年旅游业服务销售收入总额平均值）/分析期旅游业服务销售总额 x100%
- c) 旅游业绩评价指数趋势：（分析期旅游业绩评价指数-前三年旅游业绩评价指数平均值）/分析期旅游业绩评价指数 x100%
- d) 社会货币流通量（M2）趋势：（分析期社会货币流通量-前三年社会货币流通量平均值）/分析期社会货币流通量 x100%
- e) 社会融资总量趋势：（分析期社会融资总量-前三年社会融资总量平均值）/分析期社会融资总量 x100%
- f) 依据既定权重，加权 5 项得分。

6.5.2 诚信度分析评价

- a) 资证、认证类指标如各种行政许可证书按“有”“没有”考评，“有”记本分，“没有”不记分；
- b) 标准类指标如产品合格率、环评达标率按“达标”“不达标”考评，达标记本分，不达标不记分；
- c) 程序性指标如法定性制度建设、财务是否规范等按工作记录考评，有记录的记本分，没记录的不记分；
- d) 市场监管类指标，按有没有处罚为标准，有不记分或扣分，没有记本分；
社会奖励类指标，指各级政府、工会奖励为标准，有（分级）记本分，没有不记分；
- e) 加权各指标得分。

6.5.3 信用度分析评价

- b) 计算各指标评级年度与上年度增减比率。
- c) 用比较法对标。
- d) 运用赋权法计算各指标权重。
- e) 运用计算机算法生成各指标得分。
- f) 运用计算机算法评定等级。

6.5.4 风险度分析评价

同“6.5.3”

6.5.5 综合评级

- 1) 设置模型
- 2) 设置权重
- 3) 综合各评价系统得分
- 4) 依据标准确定初评等级

6.6 标准值

评级机构应研究开发经营财务指标的标准值，建立以行业平均值为标准的评级标准体系”。

7.0 评级等级、标准、符号、定义

7.1 等级标准与等级符号

7.1.1 一等：AAA 级、AA 级、A 级：

- 1) AAA 级：综合评级得分为大于或等于 85 分；
- 2) AA 级：综合评级得分大于或等于 80 分，但小于 85 分；
- 3) A 级：综合评级得分大于或等于 70 分，但小于 80 分。

7.1.2 二等：BBB 级、BB 级、B 级：

- 4) BBB 级：综合评级得分大于或等于 65 分，但小于 70 分；
- 5) BB 级：综合评级得分大于或等于 60 分，但小于 65 分；
- 6) B 级：综合评级得分大于或等于 55 分，但小于 60 分。

7.1.3 三等：CCC 级、CC 级、C 级：

- 7) CCC 级：综合评级得分大于或等于 50 分，但小于 55 分；
- 8) CC 级：综合评级得分大于或等于 45 分，但小于 50 分；
- 9) C 级：综合评级得分大于或等于 40 分，但小于 45 分。

7.2 等级定义

7.2.1 一等

1) AAA 级：守法合规履约经营，产品质量、安全、环境依法认证，无失信记录，无行政处罚，经营性现金流十分充足，持续经营，偿还债务的意愿能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低。

2) AA 级：守法合规履约经营，产品质量、安全、环境依法认证，无失信记录，无行政处罚，经营性现金流充足，持续经营，偿还债务的意愿能力很强，受不利经济环境的影响不大，违约风险很低。

3) A级：守法合规履约经营，产品质量、安全、环境依法认证，无失信记录，无行政处罚，经营性现金流较为充足，持续经营，偿还债务意愿能力较强，较易受不利经济环境的影响，违约风险较低。

7.2.2 二等

4) BBB级：守法合规履约经营，产品质量安全环保达标，无失信记录，无行政处罚。经营性现金流覆盖应偿债务，偿还债务意愿较强能力一般，受不利经济环境影响较大，违约风险一般。

5) BB级：守法合规履约经营，无诉讼性合同纠纷，无质量、安全、环保行政处罚，无未修复的失信记录。经营性现金流不足应偿债务，偿还债务意愿能力较弱，受不利经济环境影响很大，有较高违约风险。

6) B级：守法合规履约经营，无诉讼性合同纠纷，无质量、安全、环保行政处罚，无未修复的失信记录。经营性现金流紧张，偿还债务的能力较大地依赖于良好的经济环境，违约风险很高。

7.2.3 三等

7) CCC级：无违法违规记录，偿还债务的能力极度依赖于良好的经济环境，违约风险极高。

8) CC级：在破产或重组时可获得保护较小，基本不能保证偿还债务。

9) C级：不能偿还债务。已经构成违约。

8.0 指标释义

8.1 《信用度分析评价系统》：

8.1.1 发展能力指标

1) 主营业务增长率=(本年主营业务收入-上年主营业务收入)/上年主营业务收入×100%；

2) 经营性现金流增长率=(本年经营性现金流-上年经营性现金流)/上年经营性现金流×100%；

3) 经营性净现金流增长率=(本年经营性净现金流-上年经营性净现金流)/上年经营性净现金流×100%；

4) 技术投入总成本比率=本年科技支出合计/总成本×100%；

5) 创新型无形资产占总资产的比率=创新型无形资产/总资产×100%。

6) 净资产增长率=(本年净资产-上年净资产)/上年净资产×100%；

8.1.2 盈利能力指标

7) 总资产报酬率=净利润总额/资产平均总额×100%、

资产平均总额=(年初资产总额+年末资产总额)/2;

8) 主营业务利润率=(主营业务收入-主营业务成本)/主营业务收入×100%; ;

9) 净资产收益率=净利润/净资产平均余额×100%;

10) 成本费用利润率=利润总额/成本费用总额;

11) 成本费用与主营业务收入比率=成本费用总额/主营业务收入×100%;

12) 付息率与净利润率比率=付息率/净利润率×100%;

13) 息税前资本收益率=息税前利润/平均资本×100%;

平均资本=[(实收资本年初数+资本公积年初数)+(实收资本年末数+资本公积年末数)]÷2。

8.1.3 创现能力指标

14) 资产现金回收率=经营现金净流量/平均资产总额×100%;

15) 现金流动负责比率=年经营现金净流量/年末流动负债×100%;

16) 现金盈余保障倍数=经营现金净流量/净利润;

17) 经营性现金流与主营业务收入比率=经营性现金流入/主营业务收入×100%;

18) 自由现金流量增长率=(本年自由现金流量-上年自由现金流量)/上年自由现金流量×100%。

8.1.4 风控能力指标

19) 应收账款与流动资产的比率=应收账款/流动资产×100%;

20) 不良资产比率=年末不良资产总额/(资产总额+资产减值准备余额)×100%;

年末不良资产总额=资产减值准备余额+应提未提和应摊未摊的潜亏挂账+未处理资产损失;

21) 带息负责比率=带息负债总额/负债总额*100%;

带息负债总额=短期借款+一年内到期的长期负债+长期借款+应付债券+应付利息;

22) 或有负债比率=或有负债余额/股东权益总额*100%;

或有负债余额=已贴现商业承兑汇票余额+对外担保金额+未决诉讼、未决仲裁金额(除贴现与担保引起的诉讼与仲裁)+其他或有负债余额;

23) 资产投保率=投保资产/总资产×100%;

24) 资本积累率=当年所有者权益增长额/年初的所有者权益×100%。

8.1.5 偿债能力指标

25) 经营性现金流入与应偿债务比率=经营性现金流入/应偿债务×100%;

26) 经营性净现金流与应偿债务比率=经营性净现金流入/应偿债务×100%;

27) 可变现资产与总负债的比率=可变现资产/负债总额×100%,

可变现资产=一年内应收+其他应收+存货+金融资产;

28) 应偿债务偿还率=偿还额/应偿债务×100%。

8.2 《风险度分析评价系统》

8.2.1 经营性风险指标

1) 金融资产与总资产比率=金融资产/总资产×100%;

2) 融资费率与净利润率比率=融资费率/净利润×100%,

融资费=应付利息+支付利息;

3) 非银行融资与净资产比率=非银行融资/净资产×100%;

4) 利息保障倍数=EBIT/利息费用,

息税前利润 (EBIT)=利润总额+财务费用;

5) (负债总额+表外债务)/(负债总额+表外债务+权益)

6) 长期负债与营运资金比率=营运资金/非流动负债,

营运资金=流动资产-流动负债

8.2.2 债务性风险指标

7) 产权比率=(负债总额/所有者权益)×100%

8) 资本长期负债率=(长期负债总额/所有者权益)×100%

9) 付息率与净利润比率=付息率/净利润;

10) 资产负债率=平均负债总额/平均资产总额×100%;

11) 净资产负债率=平均负债总额/平均净资产总额×100%;

12) 可抵押资产与总资产比率=可抵押资产/总资产×100%;

13) 可抵押资产与总负债的比率=可抵押负债/总资产×100%;

14) 资产资本率(权益乘数)=资产总额/股东权益总额=1/(1-资产负债率)。

8.2.3 流动性风险

15) 总资产周转率(次)=营业收入净额/平均资产总额

(营业收入净额是营业收入减去销售折扣及折让后的净额)

16) 流动资产周转率(次)=主营业务收入净额/平均流动资产总额×100%;

- 17) 流动比率=流动资产合计/流动负债合计×100%;
- 18) 速动比率=速动资产/流动负债 (速动资产=流动资产-存货)
- 19) 应收账款逾期率=一年以上的应收账款/应收账款总额×100%;
- 20) 存货周转率=营业成本/存货平均余额
- 21) 固定资产加土地与总资产比率=固定资产加土地总额/总资产×100%;
- 22) 非土地类无形资产与总资产比率=非土地类无形资产/总资产×100%。

9.0 评级程序

主要包括业务受理、工作准备、实地调查、分析测评、机构“三审”，专家评定、撰写报告、反馈（复评）、结果公布、跟踪评级、资料存档、评级制度评估等。

9.1 业务受理

9.1.1 提出申请

受评主体提交《企业主体信用评级委托书》。

9.1.2 初步审核

评级机构与受评主体有无利益相关；是否具备相关能力。

9.1.3 签订协议

签订《企业主体信用评级协议》，明确双方在评级过程中及五年之内的权利与义务。

9.1.4 收取费用

9.2 评级准备

9.2.1 下达《信用评级工作任务书》。

9.2.2 组建由5名信用评级师组成的评级项目组，其中3人为尽调组，2人为测评组。

9.3 沟通与建档

尽调组组长与受评主体建立联系和沟通。填写问询登记表。送达评级资料清单。

9.4 制定评级计划

评级项目组制定评级计划。

9.5 尽职调查

调研准备、现场访谈、归集资料、调研汇总、撰写报告。

9.6 现场调研

了解受评主体经营战略、经营状况、技术创新、资本运营、财务状况、风险控制。征集、核实相关数据、制作工作底稿。

9.7 初评

明确责任人、核查数据的真实性、测评、打印测评表、审核诚信评价情况、填制宏观分析表、汇总、撰写报告

9.8 报告“三审”与评定等级

9.8.1 初审

a) 责任人：评级项目组组长。

b) 审核内容：审核尽职调查数据是否真实准确，附件资料与报表是否一致；审核初步拟定的信用报告对评级对象的主要风险点分析评价结果是否客观。

c) 会议要形成会议记录，各参会人员签字确认。

d) 修改完善呈送报告和工作底稿。

9.8.2 部门再审

a) 责任人：信用评级部主任。

b) 参与人：信用评级部专职评级分析师。

c) 审核内容：对评级项目组呈送的《xx 公司企业主体信用评级初审报告》和工作底稿进行真实性、准确性核查，在验证初评材料真实准确的基础上，召开部门评审会议。

d) 评审内容：对《xx 公司企业主体信用评级初审报告》进行数据和资料的真实性、准确性、评级计分准确性、风险揭示的描述、信用等级评定的适当性、合规性进行评审。各参会人员签字确认。

e) 由信用评级部主任根据行业类型指定专职评级师根据评审意见对《xx 公司企业主体信用评级初审报告》进行修改完善，形成《xx 公司企业主体信用评级再审报告》，签名确认后呈送评级总监。

9.8.3 公司“三审”

a) 责任人：评级总监

b) 参与人员：评级总监、合规监管部专职人员、专职评级分析师。

c) 审核内容：工作底稿的真实性、评级数据的准确性、尽调程序、评审程序的合规性，各类审核、会议记录、签字确认、不同意保留等手续的完备性。

d) 呈送《xx 公司企业主体信用评级三审报告》、三次审核的工作底稿。

9.8.4 信用等级评定——内部信用评审委员会评定

a) 责任人：内部信用评审委员会主任

b) 参与人员：内部评审委员会委员、合规监管部主任（对会议程序、投记票实行监督，

不发表评审意见，不参与投票）。

c) 列席人员：信用评级部主任（只对评审人员提出的问题解答，不发表评价意见，不参与投票）。

d) 会议内容：

• 会前准备：

• 听取宏观分析专家对宏观趋势分析及对《xx 公司企业主体信用评级再三报告》中“宏观因素分析”计分的意见。

• 听取内部信用评审委员会主任对《xx 公司企业主体信用评级再三报告》审查意见的报告。

• 各评委对《xx 公司企业主体信用评级再三报告》及工作底稿进行讨论、质疑和审核，提出修改意见。

• 评审委员对《xx 公司企业主体信用评级三审报告》及信用等级签名投票表决。

• 依据 2/3 以上评审委员决定评级对象信用等级。

• 表决结果未通过，投非赞成票的委员就自己的质疑发表意见，责成信用评级部主任负责补充完善相关资料，下次会议再审。

• 合规监管部主任出据《信用评级程序合规监查意见书》。

9.8.5 呈送报告

对修改完善形成《XX 公司企业主体信用评级报告》报主管副总经理审阅签发。

9.8.6 评级结果反馈

a) 《XX 公司企业主体信用评级报告》签字加盖公章后，交由评级项目组组长与受评主体主要负责人或委托人反馈沟通，签送《企业主体信用评级反馈意见回执单》，在 5 日内收回反馈意见。

b) 评级项目组收到受评主体《企业主体信用评级反馈意见回执单》后，次日呈送信用评级部主任。回执无异议，将评级结果在主管部门指定的网站上公示，有异议向受评主体签送《企业主体信用评级异议呈述书》，5 日内收回《企业主体信用评级异议呈述书》及补充资料后，由主管副总经理会同信用评级部主任决定是否复评。

9.8.7 复评或沟通

a) 决定复评需向受评主体送达《企业主体信用评级复评通知书》之后 10 个工作日内，提供充分有效的补充资料，进入复评程序。

b) 复评由信用评级部主任召集，由内部信用评审委员会主任主持召开复评会议。会议

由主持人介绍申请复评材料和意见，由评委投票表决。

c) 如受评主体不能在规定时间内提供资料，或虽提供资料，但“不够充分有效”内部评审委员会复评会议否决的，由信用评级部主任及评级项目组组长与受评主体主要负责人亲自沟通，说明原因，鼓励和帮助其加强完善信用管理，逐步提升信用等级。

d) 复评结果优于原评结果一个级别的，原评级机构应予以复评免费。

9.8.8 评级结果的公布

a) 信用评级报告可在行业主管部门、信用评级主管部门、业务管理部门指定的网站和评级机构官网公布。

b) 评级结果公布的同时，由评级项目组向评级对象送达《XX 公司企业主体信用评级报告》，与受评主体办理《企业主体信用评级报告签收回执单》。

9.9 评级报告及有效期

9.9.1 信用评级报告（报告正文）应根据受评主体信用评级的“四大”架构，进行宏观趋势、诚信度、信用度、风险度“对标”分析。陈述现状、权衡优势，量度能力，揭示风险、展望趋势。

9.9.2 评级报告有效期一般为一年，最长不超过三年。

9.10 报告呈送

9.10.1 呈报时限：在收到受评主体签收的《企业主体信用评级报告签收回执单》3 个工作日内，信用评级部应向中国人民银行太原中心支行征信处呈送报告及资料

9.10.2 呈报内容：评级报告、由参审人员签名的“三审”记录复印件以及人行要求的相关资料

9.11 文件资料存档

9.11.1 建立评级业务档案管理制度

9.11.2 资料分为电子版资料及纸质版资料。

9.11.3 对于受评主体提供的特别要求保密的文档，应单独封存留档，作为机密文件存档。

9.11.4 档案应当保存至评级合同期满后五年、受评主体存续期满后五年或者受评主体违约后五年，且不得少于十年。

9.12 跟踪评级

a) 跟踪评级由信用评级部负责，并指定责任人密切关注受评主体的信息，及时掌握与信用评级有关的相关资料。

b) 评级结果公布后，在评级结果有效期内对受评主体进行定期与不定期的跟踪评级。

在评级结果有效期内发生可能影响受评主体偿债能力和偿债意愿的重大事项的,要及时进行不定期跟踪评级, 并公布跟踪评级结果。

c) 跟踪评级结果如果与以前公布结果不一致的, 信用评级部及时通知受评主体, 并出具跟踪评级报告, 报告应当与前次报告保持连贯。对“不一致”的原因充分说明。

e) 变更后的评级结果应及时在指定媒体公布并在评级机构主管部门备案。

f) 评级结果有效期为一年以上的, 信用评级机构应当每年跟踪评级一次, 并及时公布跟踪评级结果。

9.13 监督管理

9.13.1 从事信用评级机构包括省外评级机构及其分支机构在山西省域内开展企业主体信用评级业务的, 应该在中国人民银行太原中心支行备案。

9.13.2 旅行社企业主体信用评级工作接受社会各界监督, 任何单位和个人如对评价结果有异议的, 均有权向评级机构申请复评或向政府主管部门、业务管理部门投诉。

10.0 信息保密

10.1 建立信用评级业务信息保密制度, 所有参与评级活动的工作人员都应为自已知晓的评级信息具有保密义务, 承担泄秘责任。

10.2 评级人员对于在开展信用评级业务、处理信用评级数据库系统过程中知悉的国家秘密、企业商业秘密和个人隐私, 公司评级的核心技术、评审过程会议记录履行保密义务。

10.3 在中国境内采集的信息的整理、保存和加工, 应当在中国境内进行。如需要向境外组织或者个人提供信息, 应当遵守法律法规以及信用评级行业主管部门和业务管理部门的有关规定。

11.0 终止或者撤销评级

11.1 受评主体拒不提供评级所需关键材料或者提供的材料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的;

11.2 受评主体解散或者被依法宣告破产的;

11.3 受评主体不再存续的;

11.4 评级工作不能正常开展的其他情形;

11.5 受到各种信用惩戒且未修复;

11.6 因上述原因终止或者撤销评级的, 信用评级机构应当及时公告并说明原因。

2020年8月25日