

## 央行:推进金融IC卡 要坚持政府与市场结合

中国人民银行行长助理李东荣昨日在金融集成电路(IC)卡推广与应用研讨会上强调,在推进金融IC卡应用工作中,要坚持政府引导与市场运作相结合,有效利用政府和市场的两种资源;要正确认识推行金融IC卡的商业回报与社会责任,实现两者的统筹。

李东荣说,既要继续引进国际先进技术,推动我国金融IC卡与国际接轨并健康发展,也要营造良好政策环境,推进国内产业链升级。要继续发挥金融IC卡引领金融业务创新的潜力,探讨金融IC卡从提供信息服务、交易支付向融资便利方向发展的途径,并在推进金融IC卡应用过程中实践金融标准化战略,积极运用金融IC卡作为重要的电子支付工具,有效支撑电子商务城市在电子支付领域的建设和发展。

据了解,自央行实施了银行卡从磁条卡向金融IC卡迁移的战略以来,目前该项工作呈现良好发展势头,工行、农行、中行、建行、交行、邮储银行及部分全国性股份制商业银行和城市商业银行已开始发行金融IC卡。

李东荣强调,在当前形势下推进金融IC卡具有深远的战略意义。一是以金融IC卡迁移为契机,可以从根本上提升我国银行卡风险防范水平,满足人民群众对支付安全的迫切需求;二是以金融IC卡为纽带,可以带动行业和信息化发展、推动服务型政府建设;三是以金融IC卡为基础,可以提升银行业竞争力、提高现代金融服务水平;四是以金融IC卡为支点,可以撬动国家战略型产业发展、提升整体安全和设计水平。

(厦社)

## 免费注册信披平台 赢港澳游大奖

证券时报网与国泰君安证券深圳华强北路营业部联手举办的“信披平台有奖注册活动”将于2011年11月14日启动,在活动期间(11月14日至11月25日)营业部客户登录<http://xinpi.stcn.com/reg>进行注册并免费阅读信披公告,将有机会获得由证券时报网提供的四日三晚港澳双人游旅行券。

中国资本市场信息披露平台(<http://xinpi.stcn.com>)是证券时报网为广大投资者提供的涵盖上市公司、基金、债券、港股、代办转让、监管公告等信息的披露平台。信披平台为读者提供了个性化的公告订阅功能,用户通过简单注册后,即可以订阅所关注的公司公告,该服务完全免费。当用户订阅的上市公司发布公告时,信披平台会在第一时间通过手机短信方式发送提醒信息,同时将公告内容发送至用户的邮箱中。此外,信披平台还提供了强大的公告查询和公告摘要等诸多实用信息。

本活动欢迎证券营业部报名参加,详情咨询请联系0755-83517085。(朝向)

## 兴业银行股东转让股份获准

兴业银行今日公告称,该公司日前接到银监会批复,核准公司股东福建投资企业集团公司将所持本公司股份2160万股划转至福建省财政厅。

转让双方将依据有关规定办理股权过户手续。划转完成后,福建省财政厅持有兴业银行股份共22.68亿股,占总股本的21.03%。(邱晨)

## 山西证券10.58亿股限售股11月15日解禁

山西证券今日公告称,该公司10.58亿股限售股将于2011年11月15日解禁并上市流通。本次解除限售股份数量10.58亿股占山西证券股本总数的44.09%。

公告显示,山西证券首次公开发行前总股本为20亿股。2010年11月15日,公司首次公开发行的3.998亿股在深交所挂牌上市。首次公开发行后,公司总股本增至23.99亿股。(邱晨)

## 民族证券首只集合计划 金扬帆1号正式获批

中国民族证券首只集合资产管理计划金扬帆1号近日正式获批。至此,近两年来发展势头迅猛的券商资产管理业务队伍已扩容至61家,占到106家券商中的大半。

据介绍,民族证券金扬帆1号重点投资于成长性良好,但股票市值被低估或被错杀的上市公司,以求在理想安全边际下获取持续的超额收益。该产品对于偏好价值投资的投资者来说将是个不错的选择。

据悉,民族证券金扬帆1号的发行期可能定于明年2月份左右,通过兴业银行网点及民族证券全国营业网点发行。(晓华)

# 文化类企业IPO急行军 规范运作待加强

证券时报记者 杨冬

在国家一系列利好政策支持下,文化产业未来一段时间内或将迎来更加快速的成长。

与此同时,一大批文化类企业为实现更好更快发展,正在准备借助资本市场的力量。证券时报记者获悉,包括新华网、东方网、中国教育在线、中国华声在线等多家网络媒体正在积极筹备A股首发(IPO)事宜,包括保利文化集团、吉视传媒、浙江思美传媒、上海龙韵、万达电影院线等多家文化类企业目前已递交了A股IPO申请材料。

平安证券一位投行人士表示:“目前国家对文化类企业A股上市采取的是支持的态度。”

不过,由于行业存在特殊性,文化类企业在改制上市过程中可能会面临一系列潜在的共性问题。北京某合资券商相关负责人指出,关于业务独立性、资产完整性、关联交易、同业竞争等规范运作的问题,以及利润规模、盈利能力、募投项目可行性、募集资金使用效率等其他问题,拟上市文化类企业必须予以合理解决。

### 产业发展将进一步加快

按照国家统计局2004年发布的《文化及相关产业分类》,文化产业可分为新闻出版业、出版发行和版权服务、广播电视电影服务、文化艺术服务、网络文化服务、文化休闲娱乐服务、文化用品生产、文化用品销售、其他文化服务等9大类。

不过,据记者了解,在投行业务的实际操作中,文化产业更倾向于被划分为广播电视业、报纸期刊业、出版业、网络媒体、有线电视业、电影业、数字动漫业、主题演艺业、广告公司、文化产品制造及销售商等10种业态。

我国是报纸出版业大国。据世界报业与新闻工作者协会分析报告显示,2009年,印度付费日报种数共2700种,位列全球第一,随后依次是美国、中国、巴西和俄罗斯,分别拥有付费日报种数1397种、1000种、672种和541种;全球最大的5个报纸市场依次是印度、中国、日本、美国和德国,每天分别发行报纸1.1亿份、1.09亿份、0.5亿份、0.46亿份和0.2亿份。

与此同时,我国期刊出版、图书出版、数字出版、出版物发行、印刷等市场也已经形成了一定规模。据独立研究机构大禾咨询统

计,2009年我国报纸出版总产出646亿元,期刊出版、图书出版、数字出版、出版物发行、印刷总产出分别为150.3亿元、477.7亿元、799.4亿元、1815.6亿元和6689.5亿元;2009年出版业全行业产出达1.07万亿元,同比增长20%。

近年来我国动漫产业发展也非常迅猛。据大禾咨询统计,目前全国动漫制作机构超5000家,2010年全国动漫产业总规模达208亿元,同比增长22.4%,预计2012年行业总规模将达320亿元;2010年全国原创电视动画片生产企业排名前5名的分别是无锡亿唐动画、深圳华强数字动漫、杭州漫奇妙动漫、沈阳非凡创意动漫和央视动漫。

主题演艺业态近年来在我国发展也较快。据记者了解,该业态目前在国内可分为主题公园类、实景类、剧场类和巡演类。其中,主题公园类包括杭州宋城、芜湖方特、深圳世界之窗、锦绣中华和东部华侨城等;实景类主要包括印象刘三姐、印象丽江、盛世峡江等;剧场类主要包括昆明吉鑫宴舞、西双版纳勒巴拉纳西、上海ERA时空之旅等;巡演类包括云南印象、香巴拉印象、风中少林等。

不过,主题演艺业态属于受政策限制行业。文化部2009年发布的《文化产业投资指导目录》显示,大型文化主题公园建设属于受限制行业。

银河证券研究员田洪港指出,2009年至2011年,国家连续发布《文化产业振兴规划》、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》、《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》等一系列重大政策支持措施,预计文化产业发展速度将进一步加快。

据文化部的统计显示,2004年至2010年,全国文化产业增加值平均增长速度超过23%,其中2010年全国文化产业增加值突破1.1万亿元,占国内生产总值(GDP)比重为2.78%。按照平均增速估算,预计2016年这一比重将达到5%。

### 规范运作至关重要

2010年发布的《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》指出,“支持处于成熟期、经营较为稳定的文化企业在主板市场上市;加强适合于创业板市场的中小文化企业项目的筛选和储备,支持其中符合条件的企业上市”。



CFP供图

不过,在文化企业改制上市的过程中,规范运作的问题至关重要。以广播电视业、报刊业为例,目前国内尚未有真正意义上的此类行业整体上市的公司。

前述北京某合资券商相关负责人指出,按照目前的监管要求,广播电视类、报刊类企业的经营和采编要分开,只有经营性资产才可以注入到拟上市主体,采编业务暂时还不能注入。

上述北京某合资券商相关负责人进一步指出,由于核心业务不能注入到拟上市主体,这导致了广播电视类、报刊类拟上市企业完整的价值链被人为割裂,资产完整性存在瑕疵。由于经营业务对采编业务有着天然的依赖性,这也导致了此类拟上市企业往往对控股股东有着较为严重的依赖性,并伴随着频繁的关联交易,这使得此类企业的独立性大打折扣。此外,由于一些大型的广播电视企业、报业集团旗下往往有着较多的经营性资产,选择哪些经营资产进入上市主体也很关键。

不过,平安证券前述投行人士则认为,就报刊类企业而言,目前时政类报刊确实不适合整体上市,但对于非时政类报刊,比如娱乐报刊,可以将采编和经营业务进行整体打包上市。大禾咨询董事总经理程建辉亦指出,在实际操作中,广播电视、报刊企业要尽量把整体性的经营资产全部注入到拟上市企业,要做到避免同业竞争,并保证每一笔关联交易的公允性,拟上市企业还要在招股书中对独立性以及资产完整性的缺失进行充分的解释。

事实上,目前电视广播行业试行的“制播分离”模式,为此类企业整体剥离经营性资产进行上市提供了便利。

制播分离模式下,新闻类、播出类节目可以留在集团公司,而节目制作、广告业务等全部经营性资产则可以注入到拟上市主体。不过,目前这种模式还处于在部分省市试点的阶段。”田洪港指出。

再以出版业、有线电视业、电影业和动漫业为例,此类企业目前整体上市成功案例不少,如出版传媒、天威视讯、华谊兄弟、奥飞动漫等。

北京某国有券商投行人士认为,此类行业意识形态较弱,整体改制上市没有太多的障碍。出版业需要保持国有资本控股结构,少数具有明显意识形态的出版企业需要保留事业体制,从而必须进行采编、经营分离。就电影业而言,由于全国许多地方电视台均开设了电影频道,这对电影企业市场造成了很大冲击,这一问题亟需进行解决或者在招股书中充分阐释风险。

此外,由于很多广播电视类、报刊类、出版类企业拥有大量的行政划拨土地以及事业编制员工,因此在改制上市过程中也须对土地资产的完整性、人员的安置问题进行规范。由于历史原因,此类企业行政划拨用地往往存在土地权属不清晰、土地取得转让手续瑕疵较多等问题,均要进行一一规范。同时,此类企业属于事业

编制的员工须留在集团公司,拟上市主体员工均须是合同制的。”上述北京某国有券商投行人士指出。

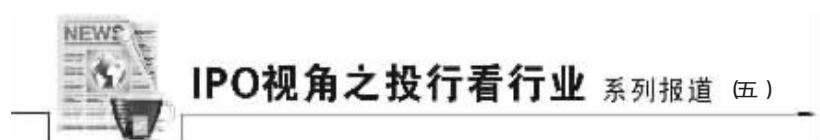
### 募集资金使用效率须提高

由于行业的特殊性原因所致,一些文化类企业的募集资金使用效率比较低。

田洪港指出,目前文化类企业跨区域并购和经营受到政策鼓励,但在实际操作中还存在不少操作障碍。比如,一些地方保护主义还比较严重,这使得很多企业上市募得资金后无法通过并购迅速做大做强,很多募集资金只能趴在账上。

此外,拟上市文化类企业的盈利规模和盈利能力也比较受关注。从我们所接触的项目来看,一些网络类媒体、传媒类的企业盈利能力都不是很强,而且盈利规模也普遍偏小,这类企业上市风险就比较高。”前述北京某合资券商相关负责人称。

程建辉则认为,文化类企业原来都是事业单位,改制为企业的时间普遍不长,往往资产规模不大,经营能力、市场拓展能力和盈利能力都有待提高。此外,文化类企业的生产动力在于个人能力的发挥,骨干员工的主要收入往往占据企业收入的重要组成部分,这使得此类企业骨干员工流失的风险比较大,由此可能引发业绩较大的波动性。



■画隆点睛■Huang Zhaolong's Column

## 金融娱乐化也应更专业点



证券时报记者 黄兆隆

一把剑如若握在西门吹雪的手里,它就成了切割生命的利器,如若拿在书生的手中,那也只是炫耀的装饰而已。就金融行业而言,娱乐也是如此,如果利用得当,娱乐或许就是营销服务的利剑;如果没有合适的切入点,那也仅仅是茶余饭后的笑料罢了。

在全民娱乐的年代,消费娱乐正如同病毒一般在金融业内传播,证券公司举办模特秀、游艇会……在笔者看来,这些娱乐仍是流于形式,博得一时眼球关注而已,细细看来,其中并没有什么营养。由此,留给行业内令人深思的一个问题是,金融娱乐化能否玩得更加专业点?

金融娱乐玩得专业点,并非没有路径可以借鉴。近期,在上海基金圈里颇为风靡的活动就是在下班

后参加一项由东方证券研究所举办的德州扑克联赛。

在股市收盘后、下班前,很多基金经理、研究员的想法就是,练好德州扑克,准备晚上的比赛。”业内诸多人士告诉笔者。

在业内人士看来,这无疑开创了机构销售的一种新型模式。这种模式很简单,也很有效,不需要放下身段去谄媚,所需成本也仅仅是场地租金,和一点茶水费而已,但其所带来的人际传播效应却比较好。

于投资人而言,举办这种赛事有其丰厚的土壤。投资人通过赛事锻炼了逻辑思维,考验了博弈心理。东方证券研究所所长梁宇峰告诉笔者,举办这种赛事也实现了其对机构客户的营销服务。

而这种互动体验式营销,也让业内同行们感受到了一定的压力。一个可以佐证例子是,在营销服务支持下,东方证券研究所基金分仓收入今年以来实现了跨越式增长,并在上半年行业呈现普降的态势下,成为了行业排名前十名中唯一一家实现收入增长的券商,其增长幅度超过了三成。

上述这类创新营销并不是个案。现实的实践中,就笔者所知情况来看,与此类似的还有国泰君安证券。他们针对“君弘”客户推出了徒步爱好俱乐部,并举办了徒步大会的赛事。

在国泰君安证券零售客户部相关负责人看来,徒步是一项门槛很低但却非常锻炼个人毅力的活动,对健康的帮助很大。有着“三高”、“痛风”的投资人通过此类活动,一方面可以强身健体,另一方面也能相互沟通彼此的投资理念。

其实,金融行业营销服务并不难做,一般都能既让客户享受娱乐的过程,也能达到自身的营销目的。但是,要把娱乐的过程做到人所未想,长久地受到客户欢迎,却更需要金融行业的营销人员有更加灵敏的触觉。

笔者看来,在金融行业做营销服务,结合金融行业的专业性予以创新也是必需的,如若仅仅停留在与其他行业雷同的低水平营销服务上,其结果无疑将是被市场无情地唾弃。

于证券行业而言,若某家公司一切的营销服务只是模仿,从未未曾超越,那就意味着这家公司永远在背后追赶人家,最终的营销效果就要因此打个折扣了。证券公司若能在将金融服务娱乐化过程中,做到一点点与众不同,或许在不久的将来就有机会做到下一个行业内第一。

## 北京银行多举措支持文化产业

昨日,在第六届北京文化博览会上,北京银行举办了支持文化创意产业发展暨银企战略合作签约仪式。北京银行宣布将新设立3家文化创意专营支行,2家文化创意专营支行现场与3家影视制作公司签订协议,累计为企业授信达7亿元,支持最新影视作品拍摄制作。

同时,北京银行还推出支持文化创意产业发展的六项有力举措:一是优先安排信贷额度,将稀缺资源重点支持中小文化创意企业发展。未来5年内,北京银行计划每年对文创企业提供不少于100亿元的信贷支持。二是在全行范围内打造8至10家文化创意专营支行或

团队,夯实在文化创意领域的服务基础。三是根据影视、动漫、广告等文化创意企业及产业集聚区各自的经营特点和运营模式,开发具有行业针对性和市场竞争力的产品。四是创新版权、著作权、未来收益权质押等无形资产的直接担保和组合担保方式,从单一贷款业务向多品种综合授信过渡。五是加强与各级文化产业管理机构的合作,构建一体化金融服务体系,助推文化产业升级。六是开办文化创意融资大讲堂,联合政府部门、高等院校、研究机构、投融资机构等深入到北京市重点发展的30个文化创意产业集聚区,开展“送服务进文化创意产业园”活动。(刘杨)

## 中国信保前10月92亿融资支持上海153家企业

中国出口信用保险公司上海分公司昨日与上海进出口商会签署《全面战略合作协议》,以进一步发挥出口信用保险保障收汇安全、支持企业出口、便利企业融资的功能,促进上海出口企业“走出去”。

根据协议,中国信保上海分公司将给予上海进出口商会的会员企业一定的优惠条件,进一步降低企

业的投保门槛。双方还将共同建立“信保工作站”,推动协议内容落实。

据中国信保提供的数据显示,今年前10个月,中国信保上海分公司中长期承保项目14.3亿美元,支持了上海市外经贸出口123.7亿美元,协助153家企业融资92亿元人民币,有效提高了投保企业的抗风险能力和国际竞争力。(孙玉)