



银监会：严守风险底线 防控三类风险

严格监管理财产品设计、销售和资金投向

证券时报记者 贾社

中国银监会昨日发布的2012年年报称，守住不发生系统性和区域性风险底线是今年银行业监管工作的首要任务，要特别注意防控三类风险：一是严防信用违约风险，二是严控表外业务关联风险，三是严管外部风险传染。

银监会要求，对平台贷款风险，继续执行总量控制、分类管理、区别对待、逐步化解政策，控制总量，优化结构，支持符合条件的地方政府融资平

台和国家重点在建续建项目的合理融资需求。

对房地产贷款风险，要认真执行房地产调控政策，落实差别化房贷要求，加强名单制管理和压力测试；对企业集团风险，要加强监测，分门别类采取措施进行防范；对产能过剩行业风险，要坚持持有保有压，确保风险可控。

在表外风险防控方面，银监会强调应严格监管理财产品设计、销售和资金投向，严禁未经授权销售产品，严禁销售私募股权基金产品，严禁误导

消费者购买上述产品，对固定收益和浮动收益理财产品实行分账经营、分类管理。

银监会指出，今年需要重点防范民间融资和非法集资等外部风险向银行体系传染渗透。禁止银行业金融机构及员工参与民间融资，禁止银行客户转借贷款资金。

年报数据显示，2012年，我国商业银行不良贷款余额有所反弹，但资产质量总体稳定、风险可控。截至2012年底，商业银行不良贷款余额为

4929亿元，比年初增加647亿元，不良贷款率为0.95%，与年初基本持平。不良贷款增加集中在部分地区和行业，没有出现全国大范围反弹。

银监会表示，总体来看，不良贷款风险可控。一方面，不良贷款总量有限且上升较为缓慢。商业银行不良贷款率1%左右，与全球主要经济体相比仍处于较低水平。另一方面，银行业风险抵御能力较强。银监会将持续实施逆周期监管，确保银行业有充足的资本和准备金缓冲，以应对可能发生的信贷损失。



步步高益阳大火涉嫌瞒报 湖南200家门店迎安检

■ 时评观察 | In Our Eyes |

为微信不收费叫好



证券时报记者 蔡彬

来，除了电信、能源等领域仍被国有资本垄断外，大部分民生领域已实现自由竞争，许多民营企业也正是凭借业务创新迅速崛起。

正因为如此，工信部今年3月暗示支持运营商对微信收费，自然惹来民众不满：收不收费是三大电信运营商与腾讯之间的矛盾，应通过市场手段来解决，政府不应该动用行政力量将收费提上议程。同时，因为矛盾双方国企和民企的身份鲜明，工信部此举还有偏袒国企之嫌。

在市场经济条件下，产品的价格、质量是影响用户选择的关键因素。微信凭借其免费战略迅速积累了逾3亿用户，虽然影响到电信运营商的利益，但却节省了用户的通讯支出，并通过“微信朋友圈”等创新增值服务满足了用户在即时通讯之外的社交需求。此次工信部表态不干预，等于是给了依仗垄断地位一直不肯让利于民的三大运营商一次警告，促使他们不得不重视用户的诉求。

实际上，微信收费之争只是互联网创新企业和传统行业矛盾的一小部分，零售领域有淘宝和京东与传统零售商家的竞争，金融领域有网贷、第三方支付企业与商业银行的竞争等。传统企业方面一直幻想能借政府之力独占市场，好在政府部门一直坚持“不干涉”的中立姿态，才造就了当前各行各业“百花齐放”的市场经济新气象，这次工信部也算是没让民众失望。

工信部发言人日前表示，微信是否收费由经营者依据市场情况自主决定，政府部门不干预，并鼓励互联网企业创新发展。

工信部的最新表态，对于该部部长苗圩之前表示的“运营商向微信收费的要求有一定合理性，工信部正在协调此事”而言，来了个“急转弯”。尽管最新表态对于微信是否收费并非一锤定音，但已被民众视为舆论的凯旋，说明管理层在主流民意向微信收费说“不”的压力下，不得已回归其本位——对企业创新的尊重以及在市场竞争中保持中立。

在自由市场经济下，政府应尽量不干涉企业的市场行为（包括定价），以使企业彼此充分竞争，产品和服务百花齐放，让消费者能享受到最实惠的价格和最优质的服务。改革开放以

国务院取消和下放71项行政审批项目

昨日召开的国务院常务会议决定取消和下放一批行政审批事项，推进政府职能转变，第一批先行取消和下放71项行政审批项目等事项，重点是投资、生产经营活动项目。

部分高端白酒经销商出现亏损

深证及巨潮指数系列					
日期	收盘	涨跌幅	日期	收盘	涨跌幅
2013-4-24	8911.65	1.35%	巨潮沪深A指	2546.49	2.00%
深证100指数	2877.57	1.91%	巨潮沪深B指	2533.87	1.79%
深证300指数	2901.76	2.04%	巨潮中盘指数	2804.18	2.24%
中小板指数	4665.75	2.28%	巨潮小盘指数	2763.08	2.15%
中小300指数	860.01	2.40%	巨潮100指数	2725.39	1.74%
创业板指数	923.41	3.31%	泰达环保指数	2256.07	1.96%
深证治理指数	5205.25	1.30%	中金龙头消费	4030.50	1.43%

声誉是企业的竞争力；
 舆情是声誉的直接体现；
 互联网则是舆情的主战场。
 社会化媒体时代，
 如何赢得这场人心向背之战？

本期主题：社会化媒体时代上市公司舆情危机的发现与管理

培训对象：1. 上市公司、金融机构董事区、总裁及其它董事会成员；
 2. 上市公司、金融机构分管公共关系、投资者关系、品牌形象等事务的领导及有关部门负责人；
 3. 监管部门、地方政府从事舆情管理相关工作的同志。

培训师资：授课老师由相关监管部门、人民网舆情监测室、中国上市公司舆情中心、主要门户网站、知名学术机构及先锋舆情管理企业等方面的领导和专家担任。

课程大纲：1. 社交网络时代舆情危机的潜伏与演变规律；
 2. 资本市场参与主体对社交网络的应用状况与案例分析；
 3. 如何以自媒体管理社交网络舆情；
 4. 社交网络时代的上市公司信息披露；
 5. 社交媒体监测的手段与工具。

培训时间：2013年5月9日-11日(9日报到，10、11日培训)

报名截止：2013年4月30日

培训地点：广东珠海

培训费用：4980元/人(包括培训费、资料费、场地费、文具费、证书费、餐费及星级酒店两晚标准住宿。交通费自理。如要求单房需补房差)

报名方式：来市填写报名表-填写提交报名表-获取确认函-支付培训费-参加培训

联系电话：张老师：0755-83501870 李老师：0755-83554239



资本舆情学院(2013年第1期)