

金融稳中有为助小微企业多元融资

王勇

7月12日,国务院总理李克强主持召开国务院常务会议时指出,我国正处于新“四化”同步推进的阶段,扩大内需要创新和拓展思路,既要有效稳增长,又要着力调结构,持续稳中有为。笔者认为,当下,在小微企业遭遇“钱荒”的情况下,金融稳中有为的着力点就应当放在为小微企业开辟多元融资通道。

小微企业“钱荒”已到危情时刻

当下小微企业面临生存困境,尤其是紧绷的资金链让众多小微企业的经营难以为继,小微企业处处是“钱荒”,在此背景下融资难、融资贵的问题也愈发突出。媒体调查发现,全国各地的小微企业几乎都面临着同样的问题,在江浙一带、广东珠三角、中西部地区,小微企业资金链紧绷,融资难、融资贵的问题几乎均有出现,种种资金链紧张但融资无门、融资成本高企等问题在此时更加凸显。而在小微企业“钱荒”以及融资难的环境下,银行和企业原本应该是“鱼水关系”,也就是说,银行应该急小微企业之所急,积极支持小微企业发展,“放水养鱼”,但实际上现在的两者却似乎变成了“水煮鱼”

预算监督无力 过紧日子说易行难

马黎明

财政收入增速下滑使政府下决心开源节流,“过紧日子”。财政部近日发出通知,要求中央国家机关各部门对2013年一般性支出统一按5%比例压减。中央财经大学财经研究院院长、政府预算研究中心主任王雍君表示,我国预算分配模式中的一个痼疾,即政府部门每年获得的预算资金,远远超过实际需要。既然预算资金远远超过实际支出需要,那么压缩5%甚至更多,理论上说完全有潜力。剩下的问题,就是如何约束各部门预算的制定与支出,然而我们的很多事情却都难在这里。政府预算应公开,这在世界上都是惯例,但在我们这里却进展缓慢,阻力重重。经过几年的努力,多数中央部委、很多地方政府都陆续向社会公开了预算,但在一些中央部门,仍自己规定为“机密”。地方政府和政府部门公开的预算,不但普通市民看不懂,就连专家看了也摇头。主要问题是“犹抱琵琶半遮面”,有专家一针见血指出,其实就是不想让人看懂。一些人大代表要求政府预算要细化到每一分钱,至少是每一项支出的具体内容是什么,应该一目了然。其实这个道理十分简单,然而政府部门不屑于简单道理的问题也十分简单:都让你们知道了,都来监督我们,花钱就不方便了。根本问题并不在技术层面,而是政府部门拒绝监督,而这种问题需要制度性变革来解决。这几年两会期间,很多代表、委员多次建议修改《预算法》。有效监督预算,制度的与时俱进是不可或缺的因素,然而还有一个问题:徒法不能以自行;预算监督的与时俱进,需要监督机制的与时俱进;如果社会监督权利还使不上力度,政府部门可以凭心情来回应社会监督的要求。法律条文仍难避免沦为一张空文的命运。信息公开是有法可依的,然而公民申请政府信息公开,官方公开不公开,随意性很大。

预算远超过实际支出也好,预算监督无力也罢,都不是预算领域独有的问题,而是权力体制衍生的问题之一。那么,预算监督问题恐怕很难单独突围。预算分配模式的痼疾,反映着政改的迫切性,对那些痼疾如不能尽快找到有效的治理办法,积弊愈久后果也愈严重,直至积重难返。以“三公经费”来说,制度上既没有完整的概念定义,运作上更不好监督,即便预算制度进一步修改完善,也难以从根本上解决问题。特别是地方预算外财政体制下,地方政府花钱更随意,对“过紧日子”也就很难习惯,而且令人担心的是,上面若强行压减支出,地方政府会不会加剧横征暴敛行为。

预算监督无力,政府部门大把花钱的习惯不大好收效,所谓“5%压减”的目标能否实现也就充满变数。而这个问题又最容易引发更多的社会问题,加剧政府公信的损伤。说到底,预算上的痼疾是体制问题,改革上不下猛药,不但无法解决,而且拖累甚多。

冯海宁

13日,有关“我国人民币存款突破百万亿”、“中国人均存款77623元”的消息受到广泛关注。不少人惊呼自己“拖了后腿”。但事实果真如此吗?专家指出,人民币存款的统计口径既包括个人存款,也包括企事业单位存款和财政性存款等,计算人均存款不能简单地用人民币存款总额除以中国人口总数。据记者测算,以全国人口总数13.5亿计算,截至今年5月底,中国人均存款为32719元。

“中国人均存款77623元”这一消息的确误导了公众。尽管人民币存款首次突破了百万亿元,但存款总额主要是由三部分构成的,总额减去企事业单位存款和财政性存款后才才是个人存款,再除以中国人口总数,才能得出人均存款数据。显然,记者测算出人均存款32719元,这个数字

的关系,有些地方的银企关系居然到了最为恶劣的时期。比如银行为了回笼资金,骗取一些企业先还贷后再继续贷款,但企业一旦还了贷款,银行就以各种理由不再贷款。银行在小微企业资金紧张的状况下不仅没有支持企业渡过难关,反而大规模地抽贷、压贷,使得企业的资金链更加紧张。即便是银行同意给予小微企业支持,但相关调研显示,银行对小微企业的融资条件也过于苛刻,绝大多数小微企业根本无法或很难达到现有银行信用贷款的评级要求,或很难提供符合银行规定的抵押物种类或足额抵押物,而且,在小微企业融资过程中,还存在在抵押物折价过低且贷款数量少的问题。而比起小微企业目前难以从银行体系获得足够的信贷支持,曾经在小微企业群体中广泛存在的互保、联保现象,亦危机重重。在国内外经济形势双重压力下,许多企业为了避免再次陷入互保怪圈中,就纷纷选择了逃离。如此一来,则有可能暴露出更多风险,让小微企业资金链断裂从单个波及更广范围。

国外小微企业多元融资值得借鉴

小微企业在经济社会发展中的重要地位举世共知,各个国家特别是发达

国家普遍建立了多层次、多元化的小微企业服务体系。在间接融资方面,建立了包括政策性银行、大型银行、中小型银行和社区银行等在内的多层次差异化小微企业金融服务体系。如欧盟设立了专职为小微企业提供融资服务的政策性银行——欧洲投资银行,德国复兴开发银行也承担了为小微企业投资提供长期贷款支持的职责。在直接融资方面,很多国家开辟了专门针对小微企业特别是科技型小微企业的二级市场,最为著名的是美国的全国证券交易协会自动报价系统(NASDAQ),英国也设立了伦敦股票交易所另类投资市场和二板、三板市场。在民间融资方面,发达国家大多拥有较为成熟的民间金融体系,为小微企业提供补充性融资支持,如美国的民间风险投资公司,为小微企业提供贷款融资和股权投资支持,英国多家小型金融公司组成了风险投资协会进行小微企业风险投资。

相较以往,我国小微企业金融服务产品种类日益丰富,融资渠道日益多元,已初步形成了包括信贷、担保、股票、债券、创业投资、融资租赁、保险以及民间借贷在内的多元化、多层次的小微企业金融服务体系,配套保障和差异化监管日益完善。不过,与发达国家相比,我国在多元化融资体系建设方面,金融机构产品创新与小微企业实际需求之间仍存在一定差距,缺乏针对小微企业成长周期的金融产品服务支持体系。资本市场发育还不够成熟,债券市场规模偏小,非公开发行、非上市公司股权流通渠道不够畅通,风险投资机构发展政策尚未明晰。这些都制约了小微企业、特别是初创期和科技型小微企业的发展。

开辟多元融资通道 需加快金融创新

首先,在制度建设和创新方面,金融部门要针对小微企业融资需求特点,大力发

展多层次融资服务体系。除了要加快建立适合小微企业融资需求特点的多层次融资服务体系,鼓励风险投资和私募股权基金等风险资本投资初创企业外,还应积极发展中小金融机构,允许民间资本建立自担风险的民营银行,鼓励中小金融机构立足当地,更多地支持小微企业发展。同时,大力发展债券、股票等多层次资本市场,促使银行加大对小微企业和低端客户服务的内在动力。

其次,在改进金融服务方面,明确力争小微企业贷款增速和增量“两个不低于”的工作目标,支持金融机构延伸服务网点以贴近小微企业,创新适合小微企业融资需求的信贷产品和担保方式,为各个成长阶段的小微企业提供融资、理财、咨询、财务管理等一揽子金融服务,拓宽服务内容以满足小微企业多元化需求,严格规范收费行为以降低小微企业融资成本。与此同时,逐步推进信贷资产证券化常规化发展,从而推动金融机构盘活资金支持小微企业,适度放开小额外保内贷业务,从而扩大小微企业融资来源。

再次,在改善外部环境方面,应当以解决小微企业信用难题为突破口,支持小微企业信息整合,推进小微企业信用体系建设,破解银企之间的信息不对称问题;支持地方政府加强对小额贷款公司、融资性担保公司监管,鼓励地方政府出资设立或参股融资性担保公司,引导融资性担保公司健康发展,从而帮助小微企业增进信用;鼓励地方政府建立信贷风险补偿基金,有效分担小微企业的信用风险。

(作者系中国人民银行郑州培训学院教授)

焦点评论

国务院表示年内发放4G牌照 推进三网融合



三网融合前景好,4G牌照谁抓牢? 国企包揽不适宜,民资准入很重要。政府审批有门槛,市场运作遇大考。信息惠民快落实,行动胜过喊口号。

赵顺清/图 孙勇/诗

人民币存款余额不该是“笼统账”

才是基本准确的,这种计算方式才是合理的。希望有关机构在披露、发布人民币存款数据时,能够实事求是、科学计算。

之所以出现“中国人均存款77623元”这一错误数据,首先在于有关部门披露的数据不详细,只是称“截至6月末我国人民币存款余额达100.91万亿元”,即只是披露了人民币存款总的余额,没有分别披露企事业单位存款、财政性存款是多少,或者分别占多少比例,再加上某些信息发布者没有科学计算,就导致错误数据受到广泛关注,让一部分公众有“拖了后腿”的认识。

显然,人民币存款余额不能是“笼统账”,首先要披露存款余额的构成、利息和各项平均数据。不仅要分别披露个人存款、企事业单位存款和财政性存款的具体余额,还应该分别披露人均存款、单位平均存款和财政账户平均存款。只有详细公

元。但是,从各种报道中却看不到最近几个月企事业单位存款和财政性存款的增减情况。如此,我们就无法判断当前企业资金和财政资金处境。而且,令人遗憾的是,有关部门公布人民币存款数据后,不见官方对数据进行解释,那么,相关数据就会有各种解读、猜测甚至误读。

在笔者看来,无论是人民币存款总的余额,还是各类平均数据,或是储蓄率,不应该只公布一个“总数”,还应该详细统计并公布各种分类数据,并对各种数据的变化进行分析和解读。这样,一方面能避免错误数据传播,另一方面能满足公众知情权。更为重要的是,最近决策层提出“盘活存量货币”和“激活存量财政资金”,只有详细统计和公开人民币存款情况,才能发现问题,把握调控的方向和尺度,才能有效盘活存量货币和激活存量财政资金,让存款发挥正能量,而不是沉睡。



中国好生意

流火七月,比天气更热的是荧屏选秀大战,《中国最强音》、《中国梦之声》、《中国好声音》、《快乐男声》、《我的中国星》、《全能星战》等13档音乐类选秀节目加入这一场混战中。而这些节目背后十之八九有海外节目的影子。这些购买海外版权的真人秀节目获得了广告商的青睐,赞助费、广告费屡屡创出新纪录。他们的商业价值能走多远?在近期的《新财富夜谈》节目中,著名财经评论员叶檀女士、世熙传媒 CEO 刘熙晨、灿星制作节目研发总监徐帆和清华大学新闻与传播学院常务副院长尹鸿,同您一起探讨引进节目的商业价值。

引进节目疯狂吸金 挖掘多元商业价值

去年,浙江卫视从荷兰引进的《中国好声音》一骑绝尘,领跑所有卫视。湖南卫视年初推出的《我是歌手》前身正是韩国热播综艺节目《I AM A SINGER》,《中国最强音》来自英国久播不衰的《Factor》,进入白热化的《中国梦之声》则是购买了美国综艺王牌《American Idol》的版权。

卫视烧钱买海外节目模式无非看中其背后惊人的广告收入和冠名费用。去年《中国好声音》获得加多宝6000万元冠名费,总决赛夜,插播广告更是卖到每15秒116万元的天价。《我是歌手》轻松揽入立白1.5亿元冠名费,12期节目贴片广告达到1亿元。《中国最强音》收获5亿广告冠名费,《中国梦之声》由长安福特7500万元独家冠名。

徐帆:以《中国好声音》为例,我们在跟浙江卫视合作时,双方在制播分离之后增加了对赌分成,制作费灿星来出,之后的广告收入,按照收视率进行分成。如果达标,双方五五分成;如果收视率再高,可能我们就拿到六成。我们也考虑了其他方面的商业模式拓展,《中国好声音》为此专门成立了全资子公司梦想强音(文化传播有限公司),专门的演艺经纪公司,大家熟悉的李代沫、吴莫愁都签在这个公司,这个梦想强音公司的利润也是很可观的。我们不但强调艺人单个的品牌效应,同时也强调《中国好声音》整体品牌效应。比如说我们和中国电信的合作,现在中国电信要推广它的iPhone5,就跟我们合作了100场演唱会,这是一个体量很大的合同。

此外,手机彩铃市场也是《中国好声音》产业链中的重要环节,预估《中国好声音》中单个歌手能达到1000万人民币的下载额。如果按照《中国好声音》原版(The Voice)里每位导师8个学员来计,4位导师催生的就是3.2亿元的彩铃市场。

刘熙晨:在项目跟资本的整合运营上,世熙传媒今年年初也刚刚引进了一个基金,完成了首轮融资。国际市场上,模式运营它不光是一个节目制作,包括节目创意策划、节目制作,后面也包括了品牌授权、品牌的运营和管理,这是欧美国家做得很成熟的。

尹鸿:灿星实行制播分离以后,就把自己创造出来的价值最大化,这就是体制不同,它效果一定是不一样的。但是央视过去的青歌赛推出很多歌手,这些有市场价值的艺人推

出来之后,跟播出平台是没有关系的,平台只拿广告费。

“宝典”能否屡试不爽?

在这些中国版的节目中,你会发现从节目场景到道具和音乐,甚至主持人和评委的风格都与原版如出一辙,而这归功于所谓的“宝典”。厚厚的制作“宝典”里是海外节目制作人总结的各种经验和细节,包括节目环节设置、人物性格展现,选手招募方式、各种LOGO的颜色大小,甚至还有灯光、舞美、机位等最基础的细节。在宝典的“指导”下,哪怕是对节目制作不了解的人,只要有足够的资金和时间,都能实现其中七八成的内容。

徐帆:先要吃透西方的宝典,在吃透的前提下,通过一期一期的节目滚动,然后再做出本土化的优质调整。现在行业有一个问题,很多比较浮躁的团队对节目模式就看一下,像读书一样不求甚解。制作团队首先还是得把原典吃透,保持一个认真谨慎的态度,灿星在对原典的理解度上投入了大量的时间和精力,也请外来讲解解,在这个基础之上,做出一些适合中国情况的创新点。

尹鸿:这些宝典实际上都是模式公司经过非常长时间的研究试验,根据不同的观众去进行了试验以后得出来的,所以这种模式并不是一堆人拍脑袋拍出来的,它是经过一整套的开发程序研究出来的。这程序当中它已经过了各种调试。它已经有一整套的逻辑。

叶檀:一个节目模式出来之后,你们允许的失败率是多少? 刘熙晨:做《中国好声音》这样的商业模式其实风险还是蛮大的。它进行对赌,如果成功了,大赚;达不到收视指标,制作公司大赔。星空传媒的这种商业模式目前还属于比较特殊的情况,很难成为整个行业内广泛推广的商业模式,即使包括一些传媒的上市公司,采取这样对赌的方式来做的可能性都不是很高,很少有公司有这样赔得起的实力去做这样的商业模式。至于世熙传媒,今年至少有8个项目,有的项目利润高,有的项目利润低,甚至有的项目不挣钱。当然我们在考虑不挣钱的项目要不要做的时候,会全面衡量综合的因素,如平台的因素,影响力的因素等等。

叶檀:今夏许多选秀节目在荧屏上“打仗”,观众都有点审美疲劳,那么一个节目的生命周期是多长呢?

尹鸿:其实这些模式节目主要还是受供求关系的影响,所以一个节目的周期不是节目自己决定的。它不仅争夺资源,也争夺观众的注意力。观众对某一类型的节目的需求是有边界的,一个节目一好,马上就有30个节目在做同样的东西,那节目生命周期就被压缩了。

刘熙晨:但是中国也有长命百岁的节目,《快乐大本营》已经十几年了,像《快乐大本营》这样的节目很难复制,因为它主要依赖于主持团队。它就可以保留一个独特性,不依赖于模式的核心竞争力。但它就不像模式节目有这么大的冲击力,它可能就在那常态地保持着。

(文字整理:陈娇君)

《新财富夜谈》是一档由深圳证券信息有限公司制作,每周日晚23:17在甘肃卫视播出的高端财经周播访谈节目,由著名财经评论员叶檀女士担任嘉宾主持,本版每周一回放该节目主要内容,敬请留意。