

中国吸引外资正步入2.0时代

张荣楠

随着中国正进入结构性改革的发展新阶段,外资来华也有望呈现“量大质更优”之势,中国正在步入吸引外资2.0时代。

中国成为全球最大外国直接投资国

近一段时期,随着中国反垄断调查的纵深展开,以及新修订《中华人民共和国外国投资法(草案征求意见稿)》出台,担心抬高外资进入中国门槛,以及认为中国开始实施“投资保护主义”的看法就此起伏,中国真的要关上开放大门了么?

整体而言,认为中国“投资保护主义”抬头的看法与数据并不完全相符。根据联合国贸发会议的跨国直接投资统计数据,从1992年起,中国已连续22年成为吸收外资最多的发展中国家,即便是金融危机后的2008至2014年,中国每年新批准设立外商投资企业都在2万家以上,实际利用外资受国际经济形势的影响,虽然也有波动,但总体依旧上升,从2008年的924亿美元增长到2014年的1195.6亿美元。近期,联合国贸发会议报告显示,2014年中国超过美国成为全球外国直接投资第一大接收方,显示中国仍是全球范围内对外国直接投资最具吸引力的经济体。

事实上,中国经济参与并全面融入全球化,就是从对外开放开始的。外资是中国经济发展的重要组成部分,中国对

外资的态度也一向都是积极开放的。但是,近些年,随着国际经贸格局的变化和中国经济结构调整和转型的需要,中国不可避免地要对外资投资领域和投资法律做出适时调整。例如,为保护资源和环境,对重污染和高能耗及产能过剩产业的外商直接投资加以限制;为解决分配不公问题,较大幅度地提高了企业职工劳动保护待遇和最低工资标准等;特别注重保持外商投资法律、法规的相对稳定性、连续性和可操作性;为了完善市场经济体制,力求让企业在公平、规范的市场环境下竞争,逐步取消了“超国民待遇”。事实上,全球许多国家都不会将“超国民待遇”常态化,各国都是根据本国具体情况和经济发展新阶段对外资政策进行调整,由“超国民待遇”转向“国民待遇”。

中国需通过改革适应新趋势

2008年全球金融危机以来,全球贸易出现了重大调整,出现了由倡导“自由贸易”转向“公平贸易”的新趋势。国际上,围绕“准入前国民待遇”、国有企业的竞争中立、负面清单管理、公平竞争,已经形成多项全球关注的议题,这对中国的国内法律制度和市场环境提出了更大的挑战,中国需要进一步通过改革适应这些新趋势的变化。

十八届三中全会之后,中国新一届政府放松外国资本准入,将外商直接投资项目由核准制改为备案制,将外商投资企业合同章程审批改为备案管理,实

施负面清单制度。2014年,在国务院批准的相关扩大开放措施的基础上,进行了负面清单的修订。2014年修订的负面清单外商投资准入特别管理措施调整为139条,调整率达26.8%。数据显示,上海自贸区新设外商投资企业通过备案设立比例达到91.3%,提高了政策透明度和便利性。

近期,针对外商投资,商务部正在起草新《外资法》草案,有望将《公司法》、《外资三法》(《外资企业法》《中外合资经营企业法》《中外合作经营企业法》)合并,出台统一的《外国投资法》,更有利于逐步统一内外资法律法规,推动统一准入制度,与国际通行规则全面接轨。

顺势而为才能趋势而上。外资与正在经历深刻调整的中国经济一样正处于一个新的历史节点,相互选择、融合仍将继续。当前,中国经济依靠人口红利、土地成本和环境成本形成的“投资成本洼地”效应逐步减弱,过分依赖增加劳动、资本等生产要素投入的增长方式已经难以持续,必须增加人力资本、技术进步、创新研发的投入。中国对外资的选择变了,中国更需要那些投资于新增长领域的外资。比如,新修订《外商投资产业目录》就在鼓励类增加了新能源汽车关键零部件、基于IPv6的下一代互联网系统设备等等。一些有远见的跨国公司也在积极利用新机制,抓住中国结构转型的新机遇,开始在战略新兴产业和高端服务业领域积极布局。

外资来华有望“量大质更优”

根据中国商务部数据,去年中国服务业实际使用外资金额约为663亿美元,同比增长7.8%,占比升至约56%,相比传统制造业由于人力成本、要素成本上升而出现12.3%的下降形成了鲜明的反差。联合国贸发报告所显示的外资投资行业分布看,2014年服务业外资流入增长较快,已经占到总量约56%,其中分销服务业、运输服务业实际使用外资规模较大;而制造业吸引外资金额下滑,占总量的比重继续下降。

随着中国展现出越来越强的创新活力与潜在的巨大购买力,外资来华也有望呈现“量大质更优”之势。事实上,全球目前出口增值的近一半来自服务部门,全球直接投资总存量的60%以上都流向了服务业,服务要素已成为决定全球价值链利益分配的关键要素。为此,中国政府进一步放宽外商投资准入,推进服务领域的投资自由化,鼓励外商投资现代服务业,支持面向民生的服务业扩大利用外资,推进服务业开放进程。外资市场大门将进一步打开,将吸引更多国外高级生产要素,如技术、人力资本等来到中国。

中国吸引外资正在步入2.0时代。
(作者系中国国际经济交流中心副研究员)

焦点评论

央行降息后一些银行存款利率不降反升



央行降息稳增长,变化莫测看市场。银行利率走势异,不降反升有文章。揽储压力依旧在,竞争推动利率涨。银根放松是趋势,通缩风险先提防。

唐志顺/图
孙勇/诗

今年内仍需降息降准

胡月晓

上周末,降息等宏观政策面和经济基本面消息频出,但资本市场似不为所动——笔者认为,经济疲弱、通缩预期生成,宏观调控的预期管理任务重要度上升,基于预期管理政策将加码;经济仍是A股心中隐忧,债市长牛趋势不变。

制造业采购经理指数(PMI)回升不改经济疲弱性质。“三期”叠加的经济形势判断,表明政府无意提高当前经济增速。日前公布的中国3月PMI为49.9%,虽然结束了连续4个月的下行走势,但PMI连续两月处于荣枯线下,意味着制造业仍有下行压力。PMI低位企稳再次印证了中国经济“底部徘徊、有限复苏”的态势。2015年是这种状态的中后期,经济形势整体上仍将处在底部低迷的平稳运行状态。

年内通缩预期难消,降息、降准仍需上阵。本次降息是通缩预期强烈情况下,货币当局为扭转预期而作,并非表示货币政策将转向——为经济运行创造中性适度的货币金融环境。这意味着货币政策连续出台的“度”是货币政策不成为经济刺激手段,货币政策以不影响货币中性为前提。通缩对经济的不利冲击在于预期,改变预期就约束了通缩的坏处,但仍能享受低物价的好

处。但物价低迷态势不因通缩预期消除而改变,年内消费物价指数(CPI)同比或短暂滑入负值区域,同时生产者物价指数(PPI)同比虽企稳却难走出负值区间,防止通缩预期发展成年内宏观调控部门预期管理的重要内容。

货币政策已由稳健悄然变为“中性”。降准为对冲性质操作,不会对流通货币(M2)增长构成实质冲击。2015年对稳健货币政策的解释已明确为:为经济运行创造中性货币环境。自2013年货币运行机制发生变化后,“紧数量、低利率”就成了货币政策的不变选择。新货币机制下,货币中性是指流通货币增速维持一个中偏低的水平。笔者从经验来看,政策合意的货币增速为12%-14%。

后续预期中的降准、降息对资本市场影响有限。金融市场运转机制的改变,使得降息不再像过去那样是“普惠”的,对股票市场而言,蓝筹股中的高负债经营企业受益最为明显,银行利差反而缩小,房企大部分并不具有信贷议价能力。整体而言,预期中的降息对股市影响有限。对债市而言,今年的情况是市场确定性太强了,大家都选择了同一条道路,想超越反而难了。在这种情况下,投资者首先要管好自己的流动性,从过去的资产管理转向资产负债综合管理。

“中国制造”需从国人赴日扫货中得到警醒

朱永华

据报道,今年春节中国游客大量涌向日本,并将“买买买”的精神带到了日本。据日本当地电视台的节目称,今年春节期间10天时间里,估计有多达45万中国游客在日本花了近60亿元人民币用于购物,从保温杯到名牌包,不少商场货架被扫荡一空。

中国游客赴日扫货早已不是新闻,而且不仅是赴日,赴澳、赴美、赴法,赴世界很多经济发达国家都有扫货的经历。按照媒体的解释,是因为日元贬值。尽管如此,如果同样的商品在价格和质量上相同或非常接近,仅以日元贬值就吸引大量中国游客赴日扫货显然站不住脚。况且,很多经济发达国家能成为中国游客的扫货对象,与货币是否贬值根本就不存在任何关系。

国人不辞辛苦赴日扫货,原因很简

单,一是价格便宜,据游客介绍,同样的电器等商品,在日本商场的售价比国内低超过三分之一,同样由虎牌新推出的山羊水壶儿童保温杯在日本售价约合人民币356元,在国内淘宝上翻了近一倍为680元,而在商场里则更贵。从日本扫货回国,即便加上不菲的托运费和关税等,依然比国内便宜不少,而且越是大件商品“越划算”。另一个主要原因就是在日本扫货,不容易购买到假冒伪劣,仅此一点,就对中国游客产生莫大的吸引力。

在市场经济环境下,产品要在市场上拥有足够的竞争实力,能够对消费者产生磁一样的吸引力,无非一靠质量二靠价格,过硬的质量和低廉的价格足以让消费者无法拒绝。但是,质量和销售价格又取决于商品本身的成本,而现代商品中的成本,既包括生产制造经营过程中的“硬成本”,又包括产品本身技

术创新和拥有知识产权的“软成本”,像某些科技含量较高的商品,其“软成本”甚至可以超过“硬成本”。另外,先进的管理技术和优越的生产与资源利用效率,同样也可以大大降低产品的“硬成本”,而这两项几乎都是“中国制造”的软肋。而且,市场管理欠缺完善,导致假冒伪劣商品不仅充斥市场更让人防不胜防,尤其打击中国消费者购买国货的信心,即使同样商品同等价格,很多人也把从国外购进作为最放心的选择,看似荒唐却委实又不难理解。

显然,无论是“中国制造”还是对市场的管理,都应当从中国游客赴日扫货中得到警醒。像日本、澳大利亚及很多经济较发达国家,其重视产品创新、提高科技含量与高效利用资源的程度,远大于中国制造,同样一种产品,由“中国制造”所消耗的能源和原材料资源成本远高于日本和许多发达国家。中国单位

GDP的能耗是日本的7倍、美国的6倍,甚至是印度的2.8倍。不仅如此,“中国制造”中缺乏“中国创造”早已是不争的事实,缺少创新的“附加值”和高额的原材料能源消耗与环境污染成本,同样产品同等价格,别人赚得盆满钵满,我们很可能难以企及,由此带来的副作用则更多,很明显的点就是员工工资和福利,同样辛苦工作一天,我们员工收入与日本相差数十倍就是最好的例证。

“中国创造”该从国人赴日扫货中警醒什么?无非还是创新,把“中国制造”逐步转变为“中国创造”是经济健康转型乃至推动国家经济迈向新阶段的必由之路。我们也不能局限于“世界工厂”的发展思维,资源耗不起,环境耗不起,发展更耽搁不起。可以预见,当“中国制造”成为“中国创造”,包括中国市场在内世界所有中高端消费领域,无处不在“China”,届时,世界各国游客能够来中国观光“扫货”,国人将引以为傲。

P2P平台需培育成熟商业模式

项峰

据报道,今年前两个月我国出现跑路、停业、提现困难等问题的平台数量已达到115家,同比增长6倍多。特别是个别老牌P2P平台也陷入经营困境,反映出我国P2P平台商业模式培育依然任重道远。

短期行为倾向值得关注

当前我国P2P平台运营短期行为倾向值得关注。基于互联网信息沟通分享便捷低廉的优势,P2P网络贷款平台主要为小额分散融资需求服务,大额高成本融资并非其终极目标。即使是国外运营最为成功的P2P平台Lending Club,截至2014年8月末的贷款规模也不过50亿美元。P2P平台低成本融资反而是其竞争优势。截至2013年9月,Prosper平均贷款年利率为6.73%,Lending Club为6.78%,而同期美国信用卡市场平均年利率为10.99%至22.99%。美国P2P平台拥有明确客户指向,Prosper 25%的借款人利用借款去偿还到期债务和信用卡,4%用作房屋维修,10%用作商业用途,14%用作其他目的;Lending Club 57%的借款人用作偿还债务与信用卡,7%用作房屋维修,10%用作家庭购物,5%用作商业目的。P2P平台之所以拥有巨大发展潜力,是因为基于互联网对交易成本的节约,使得平台拥有比传统银行无法比拟的运营成本优势。根据麦肯锡研究,Lending Club比传统银行更具成本优势,主要体现在不需要分支机构(节省2.2%)、票据托收和欺诈的成本转移给出资人(节省1.31%)、无需人工的贷款发放(节省0.81%)等等。虽然Lending Club不开实体店导致市场推广费用投入更多,但综合运营成本比传统银行要低3.85%。

而我国P2P平台短期行为倾向较为突出:一是以高利为目的迅速做大贷款规模。P2P平台创始人倾向于将平台作为短期套利工具,在平台初建阶段即以高达15%以上的年投资收益率来吸引投资者,迅速做大贷款规模,扩大平台影响。考虑到P2P平台借款人主要为小微企业或个人,普遍实力较弱,如此之高投资收益率必然要求更高的贷款利率,从而埋下了平台爆发问题的隐患。

二是引入第三方担保。在我国社会信用体系建设还不完善约束下,引入第三方担保来降低投资人风险,是现实考虑。但部分平台引入的第三方担保或不具备担保能力,或为创始人控制的担保公司,投资风险并未转移,且信息大多不透明,成为P2P平台招揽投资者的幌子。

三是融资出现大额化倾向。经营金融业务都需要分散风险,避免风险过度集中,监管规则会有明确比例要求。商业银行单一客户授信额度不得超过其资本金额的10%。但部分P2P平台为减少运营成本,涉足政府融资平台,为中规模以上企业提供大额融资,存在很大的经营风险。一旦出现问题,大额融资无法到期归还,平台短期内势必陷入提现困境。

四是线下认证增加经营成本。我国相当多P2P平台采用线下认证模式,依靠实体店人海模式对借款人信息进行调查审核,经营成本高昂,影响到平台经营可持续性。由此可见,虽然我国P2P平台数量呈现出跨越式增长,但还没有根本上解决P2P平台运营商业模式的可持续性。目前,部分P2P平台运营成本高昂,专业人士欠缺,风险管理经验不足,平台运营存在脆弱性。且少数平台已经完全背离P2P平台信息中介本质,沦为金融诈骗、非法集资的代名词,社会负面影响广泛。

P2P平台不适合大额融资。P2P平台宜坚持小额分散化融资。P2P平台融资是普惠金融的重要组成部分。P2P借债平台作为借贷信息中介的本质,决定了P2P平台并不适合为大额融资进行网上撮合交易。应该看到,P2P平台大额融资并不具备优势。经过长期积淀,传统金融机构已经形成相对完善的大额融资管理模式,建立起一支涵盖贷前、贷中、贷后的信贷经营与管理队伍。而P2P平台并不具备大额融资经营管理能力,无论是贷前信息调查、抵押权设置,还是贷后跟踪调查和抵押物处置等,都无法与正规金融机构相提并论。国外P2P平台也主要为个人、小微企业服务,用于解决短期资金周转。

P2P平台成熟商业模式需加快构建。在金融管理当局呵护和社会宽容下,P2P平台核心理念已经逐渐被我国社会公众认可,预计未来我国P2P平台数量仍将保持跨越式增长,P2P平台成熟商业模式构建已经是刻不容缓。一是逐步减少线下认证模式。在市场推广初期,为控制借款风险,采取线下认证模式无可厚非。但在市场推广后期,将会形成稳定客户群,客户信息与信用审核应逐步向线上审核转移,以降低平台运营成本。同时要加强与网络销售平台信息沟通,积极运用大数据技术分析借款人互联网交易信息。

二是锁定目标客户群。P2P平台融资应坚持“小额、分散”特征,不宜将规模扩张作为经营方向。美国P2P平台主要以信用卡透支群体为目标客户群,不仅借款人信用信息方便获取,而且较易形成稳定经营规模。为控制信用风险,我国P2P平台应加强行业、区域细分,选择交易链条某些环节作为业务拓展方向,从而较易形成自身固定客户群,降低平台经营风险。

三是退出第三方担保机制。我国P2P平台并不依赖于网络社交平台,对资金供求双方均有限制,因而较难通过信息撮合实现融资交易。由于P2P平台并非融资中介,也无法承担全部融资风险,虽然引入第三方担保降低放贷风险,但担保机制介入易引发业务无序扩张,放大平台经营风险,导致平台偏离信息中介本质。

虽然我国问题平台数量快速增长,但P2P平台在我国仍有广阔发展空间,符合草根阶层金融服务需要,存在巨大生命力。在行业初期,一些不法分子利用平台行非法之实也在所难免,关键还是社会和政府要有容忍度,促其加快构建成熟商业模式,实现稳健可持续发展。

联系我们

本版文章如无特别申明,纯属作者个人观点,不代表本报立场,也不代表作者供职机构的观点。如果您想发表评论,请打电话给 0755-83501640;发电邮至 ppll18@126.com。