



“十二五金改”方案出台 利率市场化五大难题待解

■ 本报记者 马宁

《金融业发展和改革“十二五”规划》(以下简称《规划》)的一个关注焦点在于利率市场化,指出稳步推进利率市场化改革推进金融市场金融体系建设,业内认为,这意味着利率市场化或迎来新的突破。

银行亟待转型突破

专家指出,利率市场化虽然取得了一定的进展,但总体来说仍然面临很多瓶颈。

中商情报网行业研究员罗泽杰对《中国企业报》记者表示,我国利率市场化主要面临五个难题,一是市场经济经济发展不成熟,利率水平有一定浮动的波动;二是金融市场发展不平衡,金融监管手段滞后;三是金融企业制度不完善,缺乏合理的利率定价机制;四是宏观经济有待改善;五是中央银行的货币政策调控工具尚不成熟,汇率升值压力较大。

业内人士认为,本次《规划》中提出利率市场化及破产制度将冲击银行盈利,而银行将近80%的利润是来自于利差收益,未来转型将是银行突破的出路。

中信银行北京分行信贷经理张辉接受《中国企业报》记者采访时指出,利率市场化对银行的影响有两个方面,一是利润方面,短期看利率市场化使银行利差缩小,是负面的影

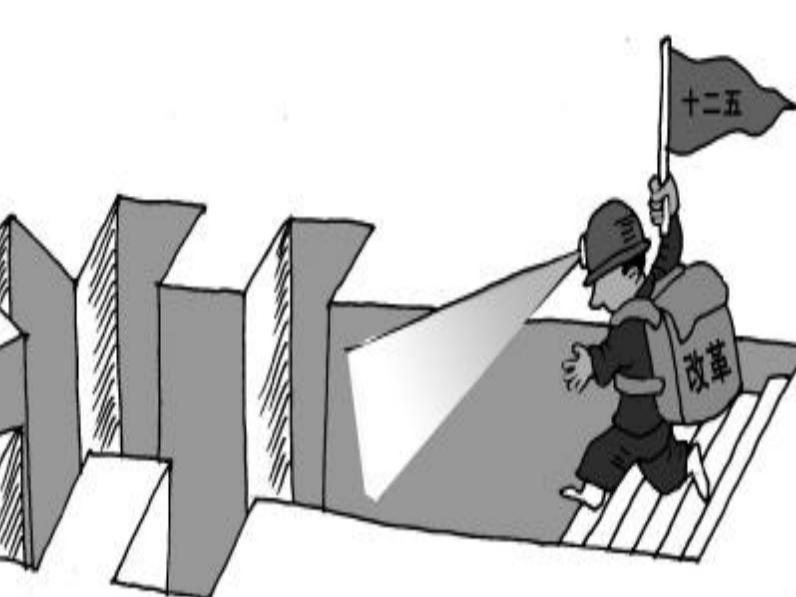
响,但从中长期看,利率市场化是不一定使利差缩小还有待观察。二是全方位的影响,包括商业银行客户结构的调整、业务转型、收益结构的完善、定价的管理、加强风险的管理等。

张辉认为,应对利率市场化的挑战,可以从四个方面入手。第一,把授权管理和定价的目标管理相结合。第二,对分支机构的利率定价水平纳入考核机制里,定价水平跟信贷规模的分配、资本分配相挂钩。第三,通过内部收益率曲线的调整,防范利率风险。第四,在贷款方面增加竞争力,存款方面控制成本,对主动负债,特别是高成本的存款严格控制。

工商银行北京分行部门经理王明接受《中国企业报》记者采访时发表观点说,为应对利润的冲击,银行可以将零售业务作为重点发展方向,同时开拓中间业务。

借鉴成熟经验

相对于国内利率市场化现状,



CNS 供图

国外利率市场化发展成熟。如美国利率市场化的实施主要集中在《1980年废止对存款机构管制和货币控制法案》和《1982年存款机构法案》两部法案,在1986年4月取

消存折储蓄账户利率上限,同时管理当局设定存款利率上限的权限到期。目前世界上最典型的基准利率代表就是美联储执行的“联邦基准利率”。

此次《规划》指出,进一步发挥上海银行间同业拆放利率的基准作用,

扩大其在市场化产品中的应用。

早在2007年1月3日,由全国

银行间同业拆借中心发布上海银行

间同业拆放利率(Shanghai Interbank

Offered Rate,简称“Shibor”),目前,Shibor已经初步确立了货币市场基准利率的地位,具有一定市场代表性。

业内人士指出,综合来看,我国可以借鉴三种方式,第一是健全完善的金融市场,第二是根据本国宏观经济情况实施利率自由化,第三是完善健全的金融监管体系。随着利率市场化的推进,中国银行业将迎来一次全面的多层次变革。

民资参与金融: 放开独立经营权

■ 本报记者 李金玲

《金融业发展和改革“十二五”规划》(以下简称《规划》)中,关于鼓励民间资本进入金融领域的信息无疑令人鼓舞。

民资对金融参与程度有限

分析人士指出,随着金融改革加速,未来改革将进入到“深水区”,需要在金融市场主体、法律制度、信用体系、货币体系(利率、汇率和货币传导机制)、政府与金融关系等多个领域的配套制度改革中推进。这样才能进一步释放生产要素,加大对经济增长的支持力度。

截至2011年底,在股份制商业银行和城市商业银行总股本中,民间资本占比分别为42%和54%。而在已批准组建的726家村镇银行股权结构中,民间资本占比超过82%。

复旦大学经济学博士、国泰君安高级经济学家林采宜接受《中国企业报》记者采访时指出,“产业开放的真谛在于鼓励不同的投资主体在符合监管规则的前提下,通过发起、并购或其他方式组建自主经营的企业,进入开放产业的相应市场,自由竞争。因此,独立的经营管理权是关键。”

林采宜说,金融业对民间资本开放,应该是指民间资本不但可以参股、控股金融机构,而且可以主导金融的经营管理权,通过现代企业治理机制遴选、任免该金融机构的高管,并在合法合规的前提下,以市

场化原则自主开展经营活动。这一点上,现状离理想还有较远的距离。

区域性金融机构是有益补充

专家指出,当前,金融或金融改革必须服务于实体经济。而小微企业本身的性质决定了大型金融机构不愿意为其提供融资服务,这在国际上也是客观现实。

郭先生是来自陕西的一位民营企业家,公司旗下有矿产资源、影视投资等多个板块。郭先生一直希望有机会进军金融领域,他对记者表示,《规划》中对鼓励民资参与金融领域描绘了清晰的蓝图。

郭先生向记者表示,大型国有金融机构中人员流动大,很难对一个地区的中小企业建立起足够的信息积累,造成了一定程度上的信息不对称,增加了管理成本。而民资参与金融领域,在很大程度上可以完善这些经营和管理,切实为中小企

业服务。

“怎么参与,途径是什么?这很重要。”郭先生认为,重点在于建立中小民营企业信用担保机构及其担保基金,完善中小民营企业贷款担保体系,同时政府应加大对担保机构的扶持力度。

林采宜建议,下一阶段鼓励发展村镇企业、发展区域性金融机构。从地域因素、资本规模等因素来看,这些机构的目标客户就是小微企业,它们在风险把控、贴身服务等方面具有大型金融机构所不具备的优势。换言之,就是要多养一些“小鸡”来丰富市场。

人民币国际化:发力资本市场

■ 本报记者 王莹

中国人民银行9月17日颁布的《金融业发展和改革“十二五”规划》(以下简称《规划》)向市场展现了未来几年内,金融开放以及人民币跨境使用发展的蓝图。

《规划》指出,在金融开放过程中,要处理好完善人民币汇率形成机制、实现人民币资本项目可兑换与扩大人民币跨境使用的节奏和先后顺序。

中国人民大学国际货币研究所理事兼副所长向松祚向《中国企业报》记者表示,人民币国际化要过三关:一是资本账户可兑换;二是利率市场化;三是国内金融市场放开。

利好企业和金融机构

专家表示,人民币实现跨境结算将全面利好企业和金融机构,使得应用人民币结算的“走出去”的中国跨国公司在管理其汇率风险方面也有更大的灵活性。

联想集团副总裁陈绍鹏在接受《中国企业报》记者采访时表示,过去,中国的出口商倾向于将汇率风险转移到它们销售的产品和服务的价格上。但现在情况发生了变化,出口商可将部分甚至全部汇率风险转嫁到客户身上,而且也更愿意就价格展开谈判。“如果海外客户采用人民币结算,那么,中国的客户就消除了汇率风险。所以,产品和服务的溢价也

就不复存在了。”

跨境贸易结算可说是人民币国际化的“先锋”,人民币国际化的突破,需要靠中国资本和中国企业“走出去”的过程中来实现。中国人民银行副行长潘功胜9月22日表示,截至2012年6月末,中国各银行累计办理跨境贸易人民币结算业务量3.8万亿元。

人民币资本市场亟须完善

事实上,自2009年开始,我国正式启动人民币国际化征程,在诸多方面取得了一定成就,如:跨境贸易人民币结算业务规模迅速扩大、以个案方式开展人民币跨境投融资试点取得一定突破、与诸多贸易伙伴国签署双边本币互换协议等。

“人民币国际化目前进展不错。现在人民币贸易结算量占我国贸易总量大体上统计,在12%左右。但我们离真正的国际货币还很远。”向松祚向《中国企业报》记者表示。

“现在的问题是,人民币没有投资渠道。人民币资本市场没有发展起来,开放程度小。对外国货币的持有或储存是想用来投资或资金的保值增值。”向松祚向《中国企业报》记者透露,人民币资本市场还需进一步完善。

“我们下一步规划是发展香港和上海人民币资本市场,这是个复杂而系统的工程,也是人民币国际化进程最重要的一步,即让人民币持有者能自由买卖股票、债券和相关衍生品。突破这个阶段,人民币国际化进程将大大加快。”向松祚指出。

用“世界责任” 铸造民族品牌

中国企联授予太子龙集团“全国企业文化示范基地”称号

■ 本报记者 梁隽好

一家企业,是如何从小作坊快速成长为具有“文化立企、品牌立国”发展理念的大集团的?太子龙集团告诉了我们,什么叫“逆势上扬”。9月23日,中国企业联合会、中国企业家协会在杭州召开2012全国企业文化(太子龙集团)现场会,授予太子龙集团“全国企业文化示范基地”称号。中国企联执行副会长尹援平出席会议并揭牌。

尹援平在致开幕词时指出,太子龙集团的企业文化定位带有强烈的使命感与责任感。面对巨大的竞争压力,他们没有片面强调企业自身利益,而是强调企业的经营活动必须要兼顾国家、社会和员工,依靠利益相关方发挥“合力”,不断提高产品和服务的文化含量和品牌附加值,实现企业的发展壮大。集团已形成了“自信、自然、出色”的品牌精神,并将这一精神贯穿于产品开发、生产制造、形象传播、客户服务的全过程,融入物流、地产、建筑等产业发展,增加了相关产业文化含量,延伸了文化价值链。太子龙集团的企业文化实践表明,文化力的竞争必将成为企业竞争的关键所在,文化资源必将成为企业发展最有价值的战略资源。

尹援平强调,品牌建设是促进企业转型升级的基础性工程,也是我国企业成功实现国际化运营不可或缺的环节。她希望广大企业要向太子龙集团学习,把品牌建设提升到战略层面进行系统谋划和实施,其中要特别重视通过企业文化建设和品牌建设的深度融合,把企业的文化资源有效地转化为品牌资源,努力提高品牌影响力,创立国际知名品牌。

太子龙集团创办于1995年,目前是一家以服装制造与销售为主业,涉及动漫产业、文化传播、投资置业、进出口贸易等多元领域的民营企业。面对国际金融危机的巨大冲击,很多企业都面临不同程度的经营困难,太子龙集团却实现了快速发展。近3年来,企业销售收入以每年超过30%的速度增长,成功进入“亚洲品牌500强”和“中国服装行业竞争力前十强”。

集团董事长王培火接受记者采访时说,太子龙集团从战略层面高度重视和扎实推进企业文化建设,为企业打造让消费者认可、具有市场竞争优势的太子龙品牌提供了精神动力和文化支撑。特别是进入集团化多品牌运营发展阶段以来,集团在管理实践中逐渐培育形成了以“无我实现自我”为核心价值观、以“民族文化的国际化”为企业愿景、以“让世界责任起来”为企业使命的“新龙”文化体系,探索出了一条“文化驱动品牌力、品牌拉动投资力,实力提升价值力”的民族品牌运营新模式。

中国是产业大国,有近200种产品的产量居世界第一,但品牌优势却远远落后,参加现场会的中粮、海尔、三一重工集团等企业的代表们就企业文化建设进行了深入地互动交流,向品牌大国和品牌强国迈进成为他们共同的心愿、理念和行动。

深度

外贸新政步入实施阶段,出口退税成关注焦点

政策拉动效果 预计四季度显现

■ 本报记者 张龙

为实现外贸增长10%的目标,根据国务院最新公布的《关于促进外贸稳定增长的若干意见》(以下简称《意见》),商务部方面表示,将会在国庆节前会同有关部门在出口退税等方面出台具体细则。

接近商务部的人士告诉记者,具体实施细则很快就会出来,都已经敲定。接下来的月份,促进外贸增长的各项措施会进入密集的实施阶段。

9月12日,温家宝总理主持召开国务院常务会议,讨论通过《意见》,确定了包括加快出口退税进度、扩大融资规模等8项措施,被称为“外贸国八条”。

第一个细则已经出台,本月20日,财政部、国家发展改革委联合印发了《关于取消和免收进出口环节有关行政事业性收费的通知》,明确自2012年10月1日起,取消海关监管手续费;自2012年10月1日起至2012年12月31日,对所有出入境货物、运输工具、集装箱及其他法定检验检疫货物免收出入境检验检疫费,预计可减轻外贸企业负担约35亿元。

出口退税成重点 汇率政策尚未提上日程

上述接近商务部的人士告诉记者,对于出口退税方面的政策,讨论和调研的次数很多。这项政策也是短期内最能见效的。

在《意见》中,第一条措施为:加快出口退税进度,确保准确及时退税。足见该措施的重要性。

上述接近商务部的人士告诉记者,退税政策会影响到一些地方政府的积极性,退税中的一部分是需要出口港口所在地政府支付的。

财政部财科所副研究员张鹏认为,目前我国出口退税率在14%至15%之间,仍有超过2个百分点的上调空间。

有专家曾公开表示,从出口占比较大的行业看,纺织业部分产品出口退税率在2009年上调后又出现下调,目前出口退税率在11%至16%,上调空间已不大。部分机电产品出口退税率在2009年上调后,目前在14%至17%。考虑到机电产品在我国出口总值中占近60%的比重,预计仍有部分机电产品出口退税率上调。但对容易引起贸易摩擦的产品,如光伏产业类产品等不应在此列。此外,为鼓励企业加快产品创新,缓解企业研发资金紧张状况,可将部分高科技产品出口退税上调到17%的高位。

事实上,出口退税一直是出口企业,尤其是一些中小企业的“梦魔”,这部分资金甚至会影响到企业的资金链。

据了解,各个省市出口退税周期普遍在3至6个月以上,一些利润率较低的加工类出口企业甚至要依靠退税来保全利润。

此外,汇率问题也是众多出口企业关心的问题。而《意见》中,并未涉及。

兴业银行首席经济学家鲁政委认为,出口的低迷和经济的低迷密切相关,如果不调整汇率,出口很难改变低迷状态。

一份调研报告显示,高达44%的中小外贸企业担心人民币升值。

在宁波一家服装出口企业,该公司一位中层告诉记者,公司对于金额较大的订单和合同期较长的订单均不会接,就是因为担心汇率变化会影响利润。

(下转第九版)