

地方融资频打“擦边球” 政信合作逆势猛进

■ 本报记者 王莹

“现在银行和土地出让金收入收紧,地方政府资金缺口太大了,”某县融资平台内部人士向《中国企业报》记者说道,“加上现在是还债高峰,我们现在都主动找信托产品的融资项目。虽然信托产品融资成本相对银行较高,但它的审批流程相对银行基本不受政策面约束,资金到位迅速。”

去年12月底,财政部等四部委联合发布《关于制止地方政府违法违规融资行为的通知》(以下简称“463号文”),被认为是为政信合作业务踩了“点刹”。

然而,中国信托业协会5月8日发布的数据显示,政信合作业务不降反升。

政信合作业务这种新债不停借,旧债还未偿的状态能撑多久?

资金缺口过大 信托成地方融资平台救命稻草

数据显示,截至2013年一季度末,信托对政府主导的基础产业配置比例为25.78%,即在8.73万亿元信托资产规模中占据了2.11万亿元;配置比例同比提高3.93个百分点,环比提高2.16个百分点。直接的政信合作业务一季度末余额为6548.14亿元,同比增长160.85%,环比增长30.56%,远远超过近几年平均两三千亿元的水平。

不少业内人士透露,实际上多数新发的政信合作信托项目资质日益降低,抵质押物的足值情况令人担忧,都是“换个包装”,像是以公路、区域开发工程或是保障房的名义,但这类项目都很难或者不能在规定期限内产生足以偿付本息的高额收益,只有“借新偿旧”才能缓解流动性风险。

某县融资平台人士也证实了这一说法。

“我们县的政府融资平台和国开行有个5—10年的中长期贷款,今年处于还债高峰期,有些项目我们其实是主动找信托公司做的。信托审批快的三四个月,而银行至少要一年。”上述县融资平台人士说。

另外,在出口与房地产同时低迷的形势下,今年3月,中国加快了重大建设项目审批速度。相关规定显示,固定资产投资项目中,地方政府须拿出项目预算额20%到40%的资本金,才能获得相应的银行贷款和中央财政的配套拨款。在土地出让金收入剧减的背景下,地方政府为了筹措基建项目资本金,进而取得贷款和财政拨款,只得想尽各种办法打“擦边球”。

“按照以前的惯例,遇到政信合



地方政府为了筹措基建项目资本金,进而取得贷款和财政拨款,只得想尽各种办法打“擦边球”,使得政信合作业务不降反升。
CNS 供图

作理财产品不能偿还时,一般会由上一级的行政部门财政划拨,比如县一级发放的理财产品,一般由市一级的政府财政补贴。”业内人士向《中国企业报》记者表示。

在地方政府将信托作为融资渠道之下,其隐含的风险却不可小觑。安邦咨询研究员刘泉却认为,6500亿元的政信合作余额中,很大一部分是去年发行的产品,考虑到其平均2年左右的信托产品期限,年底将是兑付高峰,将存在一定的压力。

信息披露不透明为融资平台大开便利之门

“但是现在的问题是,地方政府的投资仍是GDP攀比思维下的行为,这样下去,未来会产生大量的既没有现金流也没有盈利的项目,当这些项目难于还本付息的时候,就会出风险了。”业内人士向《中国企业报》记者表示。

信托的信息披露不透明也给地方融资平台求救信托带来了便利。

信托人士对记者说,“信托计划文件包含的内容,只包括几部分,认购风险申明书;信托计划说明书;信托合同等。银监会对上述文件的内容要求比较简单。”

“信托公司的尽职调查和持续督导能力远不如券商投行,像是房地产项目,某些信托公司也不去现场检查,对募集资金走向,几乎都不过问。”上述信托人士说道。“另外,非证券投资项目没有净值的概念,其他类型的项目如政信合作项目、房地产投资项目不会公开披露投资的情况,也不会主动向投资者提供管理报告,所谓的管理报告通常是粗制滥造流于形式。信托自身的私募属性就决定其中后期信息披露的不透明,这样就不

能精确掌握资金去向,对于监管部门而言监管难度加大。”

记者从多家信托公司获悉,地方融资平台与信托公司合作的基本模式是,委托人将城投公司的应收账款作为信托财产,并把其财产受益权转让给信托公司;信托公司通过发行财产信托募集资金,将这笔钱支付给城投公司,作为企业应收账款收益权的对价,在应收账款顺利回收时,用于支付信托投资人的本金和收益。

比如,某城投公司对当地政府有一笔10亿元的应收账款,该城投公司将该应收账款委托给信托公司设立财产权信托,然后信托公司再根据城投公司的委托,将财产权信托分为若干等份,转让给投资者。如此,城投公司相当于提前“变现”了债权。

债务兑付风险与融资监管难度剧增

“像是某财产权集合资金信托计划的推介材料中写到的:‘某高新区管委会将出具财政资金安排文件,承诺优先以其财政收入和土地收入支付到期债务,若仍不足支付的,由其督促安排资金支付到期债务。’这都是直接违背463号文的。”业内人士向《中国企业报》记者透露。“以储备土地抵押,政府为回购城投公司应收账款出具书面的变相承诺或以财政收入提供还款保证。这类情况太多了。”

“信托项目的还款来源是项目的销售收入和土地抵押。我们融资平台有6000多亩的储备土地,土地资产80多亿。‘463’号文对我们融资打压很大,但据我所知,此类项目还是一直在做。”上述县融资平台内部人士对记者说道。

“中央要控制地方政信合作的规

模,但这是一个需要较长时间的过

程,不可能马上就停止,再说中央只是控制总规模,并没有规定不许再做。”某信托内部人士对《中国企业报》记者说。

据了解,目前“政信合作”项目操作手法是政府相关部门将指定信托资金投向固定的项目,而这一项目则被纳入财政计划;另一种方式是以地方财政部门的下属公司作为担保和回购的主体。而运作该类信托产品平台公司的政府背景以及发售这类产品时常采用的带有行政干预色彩的操作方法。

“但是监管机构很难掌握信托产品违反463号文的情况,暗地违规操作很常见。”一位信托业内人士则表示,“只要政府还是经济发展的主

推手,这类以公权力做后盾,以财政信用做背书的集资就不会消失。”

“银监会已要求地方融资平台将信托也纳入统计口径,这是个积极的方向。”该人士指出。

除了“463号文”外,中央近期对于地方政府举债融资问题也相当重视。4月25日,中共中央政治局常务委员会会议明确要求,“抓紧建立规范的地方政府举债融资机制”;5月6日,国务院常务会议再次强调,今年要“下力气推动建立公开、透明、规范、完整的预算体制,形成深化预算制度改革总体方案,完善地方政府债务风险控制措施”。

“中国作为发展中国家经济发展和快速城镇化进程下大规模基础设施融资的需要,使得地方政府投融资机制问题日趋重要。”中国社科院金融研究所副研究员安国俊表示,从长期来看,放开地方政府发行更容易监管、更为规范的地方政府债券,将隐性债务显性化,是化解财政风险和金融风险的必然选择。

光伏业发债获政策支持 产业危机或仍难化解

■ 本报记者 陈玮英

就在中国光伏企业内外交困之际,国家发改委一纸通知无疑给这一行业带来了一丝希望。

国家发改委日前下发了《关于进一步改进企业债券发行审核工作的通知》,将对企业债发行申请,按照“加快和简化审核类”、“从严审核类”以及“适当控制规模和节奏类”三种情况进行分类管理。《通知》明确指出,太阳能光伏和风电应用项目作为调结构类项目将被重点支持。

“这对光伏企业绝对是利好消息。”中国能源网首席信息官韩晓平接受《中国企业报》记者采访时说,“现在光伏企业急需扩大融资渠道。”

但企业发债岂非容易之事。“尤其是光伏企业。”国开行相关人士这样对《中国企业报》记者说,“发债是需要条件的,注册资本、企业持续盈利等等。如果达不到条件,是不允许发债的。”

今年截至目前,光伏企业中仅有江西晶科能源有限公司在2013年初发行了1.29亿美元(折合人民币8亿元)2019年1月到期货。不过这只债券的票面利率达到了8.99%,这比同一时期发行的企业债高出了200个点。

即使这样,这一消息也没能掩盖住更多的讨债信息。

“2013年,是很多光伏企业债券到期的时间,今年光伏企业将会更难。”一家光伏企业相关人士接受记

者采访时曾流露出这样的担忧。

2013年初,超日债事件现在看来更像是导火索。时隔不久,尚德可转债违约,无锡尚德破产重组;与此同时,赛维LDK宣布债务违约。

事实上,光伏业早已被银行列为高危行业。上述光伏企业人士表示,“现在想贷款很难。”

英利、天合等光伏企业相关人士公开表示,预计将难以获得信贷,近期均没有发债计划。

融资受限,市场遇阻,光伏业寒冷至极。日前有关欧盟拟对中国光伏产品征收37.2%—67.9%惩罚性关税的消息甚嚣尘上,让中国光伏业更加黯然神伤。

发改委的这一通知,或将令光伏企业获得转机。

“光伏企业目前融资比较困难,这一政策利好风电、光伏。”上述国开行人士表示,“希望国家在这方面有一些新的政策。”

“这对相对好的企业、融资能力强的企业比较有利。”在韩晓平看来,“发债得有人买,没有信誉就不会有人来买债。”

“债的方式多样,谁能拿到市场,比如谁能拿到很多项目,发债就会很容易,因为有项目做抵押。”韩晓平认为,“目前太阳能屋顶电站建设发债非常快,这也会形成新的发债机制。”

“企业发债是解决问题的方式之一,但不能彻底根本解决问题,关键是启动国内市场。”韩晓平表示,“如果国内市场能快速启动起来,问题就可以解决。”

案例



让客户参与经营管理

阳光保险第四届客服节 重奖谏言客户

■ 杨轩

当“客户服务节”已成为各家保险公司争相上演的“传统大戏”,阳光保险以独树一帜的服务理念和货真价实的服务升级,为客户奉献一场回馈盛宴。在三个月的客户服务节期间,阳光保险将围绕“感恩、聆听、行动”的主题,怀揣感恩之心,聆听客户声音,开展关爱活动,延续“保险就是阳光”的品牌理念,通过产、寿险遍布全国的服务网络以及公司网站和微博,推出闪赔优化、直赔升级等提升客户体验的服务新举措,开展有奖征集客户意见活动,并以帮扶贫困学生、健康生活大讲堂、保险知识微讲堂等方式回馈社会。

用心聆听,广泛征集客户意见

“只有知道客户想要什么,才会有生命力,公司才会有生命力。”这是苹果总裁乔布斯的名言。立志打造“最具品质与实力的保险公司”的阳光保险,始终关注客户对产品和服务的感受,并以客户需求作为企业改革的方向。本次客服节期间,阳光保险将在全国开展有奖征集客户意见活动,全方位收集客户意见,聆听客户声音,找出服务中的薄弱环节,优化服务流程 and 标准,提升服务品质,持续改善客户体验。

聆听客户心声活动将通过多种渠道开展。阳光保险电话中心将对客户进行电话回访,了解客户对投保、理赔等服务环节的满意度,征求客户对改进服务品质的意见;阳光保险官方网站设立有奖征集客户意见专区,提供产寿险两个问卷供客户参与,客户还可通过微博链接、扫描二维码方式使用手机直接参与意见征集。

除了电话和网络渠道,阳光保险上到高管下到基层员工,人人都是客户心声收集员;在产品销售环节,代理人和业务员向客户发放征集意见信,广泛发动;在承保出单、查勘定损等环节,查勘定损员记录客户意见,针对性强;在营业场所,全面建立咨询专区,设定分支机构总经理接待日,一把手帮助客户解决疑难问题;在柜面则设立征求意见箱,记录并汇集客户意见。

客服节结束后,阳光保险将组织专家对征集到的客户意见进行综合评议,评选出3个最佳建议奖,给予每人5000元的现金奖励。

企业服务的优劣,客户最有发言权,企业服务的品质,直接影响客户的体验。通过广泛收集客户意见,达到的放矢提升服务品质的目标,阳光保险在实现企业与客户双赢的道路上又迈出了一大步。

特色服务,闪赔优化直赔升级

阳光保险历来注重客户体验,不断致力于改善以理赔为代表的服务效率和品质,持续打造“闪赔”、“直赔”的特色理赔服务品牌。今年客服节期间,阳光产险和阳光人寿都制定了提升客户体验的行动方案,组织各级机构苦练内功,优化承保、理赔等环节的服务流程,继续按照保监会的要求,进一步治理车险理赔难和销售误导,为广大客户提供更加优质、贴心的服务。

阳光产险“闪赔”服务已成为业界的标杆,但服务提升无止境。阳光产险进一步优化“闪赔”平台和赔款支付系统,提高案件审核和赔款支付时效;推出“阳光闪赔通”自助理赔服务,客户使用手机应用客户端可以完成一键报案、现场拍照,轻松实现自助索赔。

阳光人寿客服节期间推出“直赔”升级服务,升级内容包括:首先,将“直赔服务”的险种由原来的2款意外医疗险扩大到公司全部200余个险种;其次,将理赔类型也由单一的意外医疗扩大至:身故、重疾、伤残、住院医疗等类型;最后,将赔付额度全面放开,由最初的5000元提升到不限额。此次对直赔服务成功升级后,将会有越来越多的阳光人寿客户能享受“直赔”这一特色理赔服务。

打造特色服务品牌的同时,阳光产、寿险公司还发布了新版《服务承诺》,公示保险业务各环节的服务内容和时效,接受客户监督。

真诚感恩,关爱回馈客户

阳光保险以感恩之心,在客服节期间组织开展一系列回馈活动,将关爱送到客户身边,将温暖送到客户心里。

阳光产险在微博上开设保险知识微讲堂,传播保险常识、保险产品知识和保险服务指南,帮助保险消费者明明白白买保险、轻轻松松享服务。

阳光产险客户之家——“阳阳俱乐部”将在公司官方网站上成立,客户注册成为会员,即可在线报名参与精彩活动,客服节期间续保家庭用车的客户,更有机会获赠高额保障家庭财产保险。阳光产险积分商城也将在客服节期间上线,客户购买保险可以获得相应积分,用以兑换各类礼品(详情见阳光官网客服节专题页面)。

阳光人寿将开展“大手拉小手 同启阳光梦”爱心助学活动,携手爱心客户,关爱贫困儿童的教育和成长,通过募集物资及定向帮扶方式,向贫困学生捐赠学习用品或“一对一”向贫困学生资助学费或生活费。同时,还将开展寻找“低碳达人”开通电子函件服务抽奖活动,并将在全国范围内开展“阳光·健康·生活”大讲堂活动,邀请国内多位在紧急救护、育儿成长、健康养生、投资理财、传统文化等领域的知名专家,到全国30家分公司开展巡回讲座,为客户朋友提供与专家进行面对面咨询和交流的机会,全方位提升客户的生活品质。