

专家观点 | ZhuanjiaGuandian

“融资难”的实质是产业“空心化”

辜胜阻

中小企业“融资”问题,在每年的全国两会上都是热点话题。去年以来,温州中小企业主因高利率民间借贷“跑路”甚至跳楼的事件也不时见诸报端,社会上对“跑路”产生的危机也表示担忧。温州是全国实体经济问题的风向标,温州问题表象是高利贷,实质则是产业“空心化”。大量温州企业在经历炒房、炒煤到全民放贷之后最终陷入因民间资金链断裂所导致的民企债务危机,许多企业主因资金链断裂而出走。相关统计显示,2011年1-9月,浙江共发生228起企业主逃逸事件,其中温州以84起居首。

“产业空心化”背后深层次原因具体表现在五个方面:

一是多种因素叠加使成本攀升,实体企业面临“成本太高、利润太薄”的压力,与非实体经济之间投资回报反差巨大,做实业不如做投机和投资赚钱多、赚钱快,比较利益诱导要素流向非实体经济。由于行业利润分配不合理,实体经济与非实体经济利润率差距不断扩大,加上资本的逐利本性,实体经济领域资本大量流失,非实体经济“虚火过旺”。

二是过度垄断使民间资本投资无门,实体企业发展空间严重受限,大量民间资本变成游资热钱。部分实体行业被高度垄断,民间资本的投资空间受限,在低端制造业的“红海”领域残酷竞争压力下,大量民间资本选择逃离实体经济领域,进入非实体经济领域追逐利润。



三是受国际金融危机影响,市场需求萎缩,订单大幅减少,实体中小企业产能过剩严重。由于国内需求不振,国外欧美经济低迷、贸易保护,越南、印度等新兴国家企业低价抢单,我国企业面临市场困境。

四是生产资源的非有效配置导致上下游企业收益分配的“两极分化”,大量中小企业资金链不堪重负,遭遇市场淘汰危机。

五是企业创新需要高投入、具有高风险,中小企业创新转型资源不足,能力不够,举步维艰。我在调研中发现,宁波民企经营状况相比温州民企更好一些,能够坚守实业,很重要一个原因就是宁波民企的产业层次更高一些。温州传统行业的中小企业能力有限,难以转型升级,更易陷入

经营困境。

为解决“融资难”的问题,去年10月,国务院总理温家宝专门赴温州考察中小企业生存状况,此后出台了一系列针对小微企业的扶持措施。对于“融资难”的问题,关键从哪些方面入手呢?

中小企业“融资难”是世界性难题,也是我国民营经济发展中长期面临的问题。近期中小企业特别是小微企业的融资问题受到了国家政府的高度关注,一系列相关扶持政策措施出台,在一定程度上缓解了中小企业融资这一“老大难”困境。然而我们在拓宽中小企业融资渠道的同时,要更加重视民间资本的投资空间的拓展,积极引导民间资本回归服务实体经济、服务大量中小企业的本位。

深化金融体制改革,构建与企业构成相匹配、与企业需求相适应的融资体系,鼓励民间资本发展中小银行,既可为坚守实业的企业提供发展资金,也可为过剩游资进入实业提供渠道,对实体经济的重振和发展具有“一石多鸟”之效。为此,要努力促进民间金融“阳光化”、规范化、合法化。对民间金融不是打击取缔而是规范“招安”,让其成为多层次融资体系的组成部分;对融资渠道不能“并轨”而要“多轨”,不仅有正规金融的“正门”而要有民间金融这类“侧门”,对小微企业,“侧门”更重要,要通过发展草根金融扶持草根经济,实现“门当户对”;对高利率民间借贷不能让其“地下”野蛮成长,而应在“地上”理性发展;对大量民间热钱要拓宽投资渠道,拓展利润空间,引导游资热钱回归实体经济,使其由“魔鬼”变成“天使”。同时,还要建立分层次的监管体系,中央监管机构只监管大的金融机构,微小型金融机构放给地方监管,并建立地方与中央相关部门的即时信息沟通机制。尤其是要鼓励民间资本参与建立城市民营中小银行。

我国应充分借鉴发达国家发展社区银行的实践经验,放开市场准入,增强民间资本进入银行业的积极性和投资热情,放手让民间资本组建面向小微企业的民营中小银行或称社区银行,为国内中小企业融资提供更多的新鲜“血液”。加快建立一批民营社区中小银行不仅能改善中小企业融资环境,满足中小企业融资数额小、频率大、风险高等要求,实现金融

服务的个性化,而且还能拓宽民间资本投资空间,引导民间金融进入正规金融渠道,防止民间金融的边缘化,降低系统性金融风险。社区银行具有资产规模小、社区内生性、按股份制或合作制原则组建等特点,能深度掌握当地经济信息,在具备专业金融知识背景和丰富银行操作经验的同时,有着和大型银行不一样的思维和市场,坐拥天然的人缘地缘优势,便于了解和熟悉当地经济文化环境,与中小企业建立长期信任的合作关系。

国际上应对中小企业融资问题普遍采用社区银行支持的方式解决。如美国通过社区银行的金融支持来缓解中小企业融资困境,社区银行已经成为美国经济的基石。美国社区银行采取“差异化经营”,将目标客户群定位于中小企业和当地居民,避免与大型商业银行激烈竞争,在客户服务、信息对称和业务处理速度等方面充分显示出自身独特的优势。据美国独立社区银行家协会资料显示,占全美银行资产大约12%的社区银行,在给小企业的100万美元以下贷款额中占比达40%。在银行业垄断程度远高于美国的欧洲,也活跃着大量社区银行。早在2003年,欧元区11国约有7000多家类似美国社区银行的中小银行机构,主要为个人和中小企业服务。在银行垄断程度较高的日本,属社区银行的中小银行也有6000多家,这些银行对当地小企业贷款比例一般占其全部贷款的70%-80%。

(作者系全国人大常委会、民建中央副主席、著名经济学家)

工信部鼓励重点光伏企业兼并重组

每文

工信部日前印发《太阳能光伏产业“十二五”发展规划》(以下简称《规划》),明确指出集中力量支持优势企业做优做强,鼓励重点光伏企业推进资源整合和兼并重组。

据了解,国内光伏企业以民营企业为主,由于产业链上国内相关标准体系尚不完善,一定程度上阻碍了国内光伏市场的发展。一位太阳能行业匿名人士表示:“目前国内光伏电池和组件企业的市场主要在欧美,对国外市场的依存度过高,不利于行业的持续健康发展。”

业内人士认为,在目前光伏产业正处于集体过冬的关键阶段,工信部及时出台此规划,尤其是支持有实力和竞争能力的企业做优做强,无疑是对整个行业发展的利好。

根据《规划》,将不断鼓励支持骨干企业发展壮大,到2015年形成多晶硅领先企业达到5万吨级,骨干企业达到万吨级水平;太阳能电池领先企业达到5GW级,骨干企业达到GW级水平;1家年销售收入过千亿元的光伏企业,3-5家年销售收入过500亿元的光伏企业;3-4家年销售收入过10亿元的光伏专用设备企业。

电信版iPhone4S会卖疯吗?

马骏

电信版iPhone4S月2日起接受在线预订,3月9日正式上线销售。

对比两大运营商的合约套餐发现,其合约总价基本相当,但套餐内包含的内容则略有差别,电信套餐内的流量相对更多一点。以24个月16GB版iPhone4S零元购机为例,电信每月最低消费为389元、24个月累计消费9336元,联通每月最低消费为386元、24个月累计消费9264元;在套餐内,电信包括180条短信、1290分钟语音通话时长、2000MB数据流量,联通则包括40条彩信、380条短信、1250分钟语音通话时长、1600MB数据流量。堪称旗鼓相当。

另据了解,电信版iPhone4S将采用机卡分离的插卡机,同时在内地仅支持中国电信的CDMA网络,在国际及港澳台漫游时可支持GSM、WCDMA网络。

有关熟悉内情的人士透露,电信版iPhone4S的销售是其酝酿已久的“龙计划”项目之一,因此首批上市销售将主要在龙计划门店展开。具体到东莞而言,除电信营业厅外,电信龙计划门店主要有大地通讯、讯联通讯和红波通讯3家,而家电连锁“或随后适时展开”。不过大地通讯方面则证实,虽不在上市首销之列,但确是电信龙计划营业厅之一,“目前正在与电信办理相关手续”。

对iPhone4S,既有运营商之间的“暗中较劲”,也有零售终端之间的相互角逐,从而上演出一场群雄混战的“开年大戏”。

目前两大运营商对iPhone4S推出的合约套餐区别不是太大,对其竞争力如何尚难判断。毕竟联通在这方面已培育市场近两年,而电信是刚刚开始,可能尚需要一定的时间,但电信的原有手机用户和新客户都可能成为潜在增长点。如今竞争渠道多元化后,价格将更透明,消费者也多了一个选择。但值得注意的是,在iPhone渐成街机后,联通版的iPhone4S在莞上市后,没再出现iPhone4上市时的排队或抢购现象,或能说明一定的问题。

中国互联网公司股价靠什么支撑

艾伦

Facebook上市将是硅谷史无前例的IPO。Facebook招股书表明,Facebook上市融资金额50亿美元,市值预计达到750亿~1000亿美元。除了其创始人马克·扎克伯格会一跃成为顶级富豪外,握有其股票的千名员工,在几轮投资中的投资人,甚至当年为公司画涂鸦的艺术家都能从中分得一杯羹。

Facebook上市消息传出后,中国互联网社交概念股都大涨。人人公司旗下的人人网被投资者广泛定义为“中国版Facebook”,人人公司于2011年5月在美国纽交所上市,股票价格曾达24美元。但是由于美国经济局势呈现急剧滑坡之势,很多中国概念股进入下滑趋势,人人公司也未能幸免。

毫无疑问,Facebook的上市标志着社交网络行业的高速发展和商业化时代的到来。Facebook的招股书中透露了将进军中国这个拥有世界上最多网民的巨大市场。在强敌当前,开心网被收购而自顾不暇的时候,人人网的海外战略就成了中国社交网络进军国际市场的“一根独苗”。虽然中国拥有世界上数量最多的网民,但并不是世界上最具含金量的市场。世界上经济总量最大的美国才有“最舍得花钱”的网民,发达国家网民上网人均支出也远高于我国。

有海外战略的中国互联网企业并不多,但从股价上看,有海外市场的公司则更胜一筹。百度早早就进

入日本市场,在赴海外上市的中国互联网军团中,百度的股价也是多年一枝独秀,以140.86美元一股高居榜首。新浪开北美分站,把新闻做进美国,其股价虽说经常波动,但也停留在每股68.12美元的高位。一家名不见经传的移动安全企业网秦,依靠在海外市场的份额,拿到美国资本市场入场券。

想上市,讲故事。赴美国上市,只需要讲投资人感兴趣的故事就行;但要稳定股价,就得在业绩和市场上多下功夫。

在中国精耕细作很多年的互联网公司,已经面临发展瓶颈,下一步就可能依靠海外市场。马云麾下的阿里巴巴集团,又一次当了急先锋。阿里巴巴准备巨额资金收购雅虎,此举虽是为了赎身,买回雅虎对阿里巴巴集团40%的股权,也是马云下一步布局全球的妙招。

相对于其他企业的“走出去”,互联网企业具有得天独厚的优势。不用像TCL或者华为一样到处建厂、合并,投入巨资。互联网本就是全球化的,只要变通语言,加入当地用户喜欢的应用,互联网就能轻松跨越国界,提供服务。

当然,在移动互联网时代,社交网站利用各种智能手机和平板的App也是不可缺少的。移动加社交,是Facebook和人人网这类网站二次辉煌的契机。

在移动互联网方面,中国的互联网公司同步甚至领先于业内同行。移动互联时代,中国才有可能产生风靡世界的互联网公司。



李荣

中国钢铁业从去年下半年以来遭遇的“寒流”,看来比上海宝钢集团董事长徐乐江原先预料的“温水煮青蛙”式的调整“强烈得多”。

据中国钢铁工业协会最新发布的数据,中国钢铁业主业的亏损面正在扩大,去年四季度行业效益“急剧下滑”,今年首月的亏损状况比去年末“更为严重”。用中钢协副会长刘振江的话说,中国钢铁业已从全行业“微利状态进入亏损状态”。

相关数据显示,从去年第4季度开始,中国钢铁业的效益急速大幅下滑。去年10月份利润总额为13.75亿元,同比下降80%以上;11月份为12.22亿元,同比下降84%以上;12月份为30.22亿元,同比下降71%以上。“2011年4季度,若扣除投资收益等项目,钢铁生产主业基本上是全行业亏损”。到目前为止,下行态势并未止步。今年1月份的亏损状况比去年12月份更严重。

记者从宝钢集团高层获悉,中国钢铁业的市场环境“的确比较严峻”。据中钢协发布的数据,对中国29家500万吨以上产钢规模的企业进行统计,今年1月有12家亏损,亏损面达41%以上。

徐乐江去年年初就判断,中国钢铁业已进入“微利时代”,再像前几年那样的“高速发展”是不可能的。他反复警告钢铁业会遭遇“温水煮青蛙”式的调整,不知不觉间就深陷困境。实际情况看来是“变化得更

快”了。

中国钢铁业一向被视作中国经济的“风向标”之一。一些业内人士认为,目前钢铁业进入“阶段性的困境”,直接原因是“需求不振”。需求不足导致终端钢价下滑,出货不畅。但上游铁矿石等原料成本的调整空间相对有限,“两端挤压”让钢铁业“痛苦不堪”。

中国钢铁业已连续4个月减产,目前的日均产钢水平维持在近年来的“低位”,但钢厂和市场的钢材库存水平却是持续处于高位。这预示着市场风险还在积累。中国钢铁资讯机构“我的钢铁”分析师说,往年已形成“惯例”的春节后市场的启动,“今年明显滞后了”。接下来的3月份到底怎么样,“现在看不清楚”。

在市场的“寒风”中,“指数”预警作用一下子凸显出来。相关的行业协会及机构不断地向市场推出新的指数系统,以期“更快、更准”地描述出市场的“曲线图”。中国物流与采购联合会钢铁物流专业委员会已宣布,今后固定在每月初发布专门的钢铁业采购经理人指数(PMI)月度报告。

中钢协此前已开始发布中国铁矿石价格指数,其最终目标是希望成为未来铁矿石交易的“定价参照”。高位的矿价与不断下滑的钢价,被认为是中国钢铁业“深陷困境”的重要原因之一。

中钢协负责人在最新的一次讲话中称,“所谓的进口矿供求关系,

几乎成了杀鸡取卵的关系”,价格与价值已严重背离。他认为,2010年以来,压在钢铁企业效益头上的“第一座大山”是成本大幅上升,“重中之重”的是进口铁矿石大幅涨价,“现在已经把钢铁企业逼进亏损线”。

业内估计,钢铁业的成本压力短期内难以缓解,相当一部分原燃料的采购成本“下降的希望”不是很大。但钢材市场需求趋缓的走势却还会延续。需求减弱,使长期依靠规模效益的钢铁企业痛苦不已,“市场好时产钢越多效益越好,市场不好时产钢越多亏损越多”。

中国物流与采购联合会钢铁物流专业委员会相关人士盛志诚认为,从钢铁行业的PMI指数来看,自去年8月份以来基本呈持续回落的态势,“反映出钢铁业整体运行状况低迷,仍未走出向下调整的区间,钢价短期内难现向上拐点”。成本难降,价格难涨,出口难增,将成为今年中国钢铁市场运行的“基本特点”。

面对罕见的“市场寒冬”,中钢协已提出“稳市场、控产量、调结构、促盈利”的举措,强调“售价低于制造成本不生产,没有合同不生产,不给钱不发货”。从今年前2个月的钢产量看,相当于年产钢不到6.2亿吨的水平,说明中国钢企在市场压力下“控产量”已有效果,“这是市场驱动和企业理性的双重结果”,旨在减轻市场压力,为进口矿价下降和钢价合理回归“创造条件”。