

小微企业融资难 还需担保解围

姜业庆 报道

对于小微企业融资难的问题,尽管在中央各部门到地方各级政府以及相关机构都引起了高度重视,但是在具体操作层面,小微企业融资依然面临诸多难题和障碍,其中,小微企业贷款担保再担保模式的探讨以及整个担保体系的建设就是目前最大的难题之一。

12月11日-12日,记者在由江苏省信用再担保有限公司、江苏省信用担保行业协会承办的第十三届全国中小企业信用担保再担保机构负责人联席会议上强烈感受到了这一点。比如,按照传统信贷观念,贷款要有相应的房产、汽车做抵押品。小微企业常常达不到这样的条件,没有合适的抵押物,这是银行拒贷的主要原因。在这方面,就需要担保再担保的创新,如果把房本监管、存货监管作为一种牵制力来保证小微企业贷款,就会扩大小微企业信贷业务的客户群体。

工业和信息化部中小企业司巡视员狄娜指出,从各地中小企业信用担保机构发展现状看,尽管试点至今已有十三年,

但多数担保机构仍处于起步或调整期,规范发展的意识和基础较弱,商业模式不成熟,盈利能力不强,银担合作不畅。加之当前经济下行,受保企业不景气,代偿风险骤增,致使相当部分担保机构可持续发展前景不明,另外,加之个别担保公司除虚假出资、抽逃资本等本金不实外,还超收、挪用、高危运作客户保证金,甚至以理财名义占用客户银行贷款,形成高额负债引发风险,个别风险事件已对担保业整体形象造成严重负面影响,必须引起高度重视。

当然,整个担保行业也有好的亮点,江苏省信用再担保有限公司就是其中之一。江苏信用再担保公司的注册资本金从2009年的30亿元,增加到目前的36.32亿元,为中小微企业提供的再担保融资规模也从成立之初的64亿元增加到今年的500亿元,3年累计共为3.5万家中小微企业提供再担保,融资规模超1200亿元。无论是服务中小微企业数量还是再担保融资规模,均居全国首位,并构建了一套再

担保创新体系。

“如果真正替小微企业着想,发展担保行业其实也不难”,江苏省信用再担保有限公司董事长郭辉告诉记者,目前的环境下,担保行业应资本结构多元化、经营机制市场化、合作模式多样化、服务方式一体化。还需要开拓证券、信托、租赁、小贷等合作渠道,不断创新担保再担保合作领域。比如在创新中小微企业融资渠道方面,江苏再担保凭借着自身的信用,加大了直接融资力度。利用资本市场AA+信用等级,为中小企业发行集合票据、集合债券、集合信托等进行增信担保。截至今年10月底,累计担保债务融资工具16只,总额48.69亿元,降低企业融资成本10%以上。

担保行业如何发展,才能真正能做到为小微企业解困。狄娜认为,今后关键的是要加强中小企业信用再担保体系建设。要总结已设立的再担保机构运营模式和产品设计成功经验存在的问题,加强创新,继续推进有条件的地区探索中小企

业信用再担保的多种形式,注重发挥再担保机构的信用增进、风险分散、产业导向和行业整合功能。

同时还要做好中小企业信用担保的业务统计,适时开展担保财税扶持政策的跟踪问效。通过开展中小企业信用担保业务信息报送系统、免征营业税申报系统、财政补助项目库建设等加强对中小企业信用担保机构的在线申报、实时跟踪、过程监控特别是政策评估,及时掌握中小企业信用担保机构准入、运行、风控、问效等情况,为制定相关政策提供科学依据,使中央财税扶持政策发挥更大的引领作用。推进中小企业信用担保机构信息化建设,提高担保业整体服务能力和风险预警防控水平。

另外要重视担保业的可持续发展。担保机构服务中小企业的定位使其承受着收益与风险失衡的压力,解决其违规经营问题应从有效改善担保机构的商业及盈利模式入手,加强政策及实务调研,逐步实施分类监管,促进担保机构可持续发展,服务企业,助力成长。



中小板新股解禁压力较大 需谨慎对待

张广文 报道

新股上市后,除了关注其投资机会外,还要谨慎其存在的风险。对于新股(特别是民营企业新股)而言,大小非解禁是不能不提防的一个重要因素。从时间影响程度来看,尤以新股小非上市一年后的解禁最令市场担心。因此,对今年上市的新股来说,虽然明年春季有望迎来年报高送转行情,但随后的解禁压力将逐步体现,投资者需防患于未然。

中小企业板新股 二季度解禁压力较大

从整体A股的解禁情况来看,2013年A股的解禁压力都集中在7月,其新增市值全年一枝独秀,高达7653.14亿元。而从中小板和创业板的解禁压力分布情况来看,则各有差异。中小板和创业板的重叠解禁高峰分别集中在明年的5月和6月,其中5月解禁市值分别为1065.43亿元,而6月和9月则有782.17亿元、837.94亿元。因此,明年二季度将是中小板和创业板解禁压力最大时期。

如果把中小板和创业板分开来统计,发现中小板的解禁压力依然在明年的5月、6月和9月,其解禁市值分别为835亿元、676亿元、584亿元,其他月份的解禁压力相对不大;而创业板则集中在明年的5月、8月和9月,其解禁市值分别为229亿元、243亿元、253亿元,但1月和12月也分别有一个小高峰。由于新股主要集中在中小板和创业板,而目前创业板除了最早上

市的前几十家外,其他的大非暂时没有出现整体解禁情况,目前解禁小非占比相对较高。

谨慎部分新股 小非解禁的套现压力

从今年上市的150家新股解禁时间来看,1月有5家、2月有14家、3月有27家、4月有14家、5月有19家、6月有22家、7月有18家、8月有15家、9月有12家、10月有5家。

由于目前中小板和创业板的新股占了绝大多数,而这部分新股是刚上市的新股,一般占总股本约25%以上,因此大部分新股的限售股占总股本约75%左右。但为了计算小非解禁的影响情况,我们把限售股比例除以大股东的持股比例,得到一个比值作为判断这些新股的小非解禁影响是否比大股东更大。如果比值越高,这说明小非占比将越高;比值越低,说明大股东的持股比例越高。

从对比结果来看,受小非影响最小的是主板上市的几只大盘股,如一拖股份、环旭电子、中国交建、广汽集团等,大股东持股比例基本上接近限售股,即小非持股非常小,都在大股东持股数量的10%以下。而另外一些主板上市的股票,如明珠光电、中信重工、东贤物流、日出东方、和邦股份、龙宇燃油等,其小非持股数量也没有超过大股东持股数量的30%以上,受小非解禁影响程度预计较小。而在主板上市的新股中受小非影响较大的是隆基股份(315%)、江南嘉捷(269%)、新华龙(148%)、百隆东方(148%)、

渤海轮渡(125%)、喜临门(110%)、洛阳钼业(100%)等。

当然,小非持股数量远超过大股东的公司主要还是集中在中小板和创业板新股上。统计数据显示,小非持股数超过大股东持股数200%以上的有29家新股,其中邦讯技术(2399%)、宣通世纪(589%)、凯利泰(484%)排前三位。小非持股数量远远超过大股东,因此未来小非解禁压力将明显较大。而排在前列的还有华灿光电(346%)、万润科技(339%)、迪森股份(325%)、康达新材(317%)、永贵电器(316%)、隆基股份(315%)、三六五网(305%)、同有科技(302%)等。

小非解禁既是压力 又是动力

虽然不排除部分新股的大小非没有减持的考虑,但由于目前整体新股发行估值和上市估值偏高,作为原始股东的小非,其财富增长效应非常大,大部分小非股东减持动机也就比较强。当然,物极必反,小非解禁的压力固然较大,但从另一个角度来说,在其解禁前也可能存在主动释放业绩和利好来推动股价上涨的动力。因此,在这些新股解禁前不排除有一定的波段交易机会。

由于新股上市后,其每股净资产公积金和每股未分配利润都比较高,且部分新股在第一年进行高送转的比例比较大,因此小非解禁比例较大的新股,反而在减持前推出正面利好信息的可能性更大。所以,建议投资者不宜轻易介入这类小非解禁压力较大的新股。

小企业融资可借力集合债

张安立 报道

除了传统的银行贷款外,中小企业融资渠道还可以向债权融资方向拓展,单个小企业发债困难,不妨多企业发行集合债,可享受较长融资期限和较低的融资成本。

小企业融资可借力集合债

据中国银行(601988)间市场交易商协会最新消息,截至今年11月末,经该协会注册发行的非金融企业债务融资工具存量规模突破4.1万亿元人民币,较去年年底增加1.1万亿元,占社会融资总量约8%,累计发行量达到8.1万亿元,年度发行量近2.5万亿元。同期,银行间债券市场整体发行量约7万亿元,占同期GDP的比重超过15%,交易量超过240万亿元,约为同期GDP的6.8倍。这些数据无疑显示出债券市场对经济发展和结构调整的促进作用日益突出,中国企业通过债权市场融资的规模超过往年,而中小企业的发债规模明显上升。

实际上,自交易商协会成立以来,已支持相关企业发行债务融资工具达28万亿元,支持文化产业企业发行债务融资工具达1600亿元,此外,服务现代农业、小微企业融资,为超过440家现代农业和小微企业提供债务融资近3500亿元。

或许,债权融资将成为中小微企业又一条可行的通道。

政策支持债券融资

今年,中国银行业处于放贷收紧时期,当一些企业面临资金压力时,会转向其他方向寻求帮助,这就为债券市场扩容提供了很好契机。有人甚至直呼,中国的“债券时代”正在来临。

在国务院《关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见》(以下简称《意见》)中,我们也能看到未来债券融资的支持力度将进一步加大。《意见》指出,支持符合条件的小企业上市融资、发行债券,推进多层次债券市场建设,发挥债券市场对微观主体的资金支持作用。逐步扩大小型微型企业集合票据、集合债券、集合信托和短期融资券等发行规模。

有专家认为,尽管当前不少银行将贷款规模向小微企业倾斜,政府拿出财政专项扶持资金为小微企业减负,成立各类专门小微企业服务的融资机构等,的确缓解了部分中小企业的融资问题,但仅靠政府和银行机构来解决问题显然不够,加大小企业直接融资比重,强化债券融资,对缓解中小企业融资困难具有重要意义。

小企业可发行集合债券

我们知道,要中小企业单独发行债券难度不小,而集合债是一种较为可行的方式,也已经得到市场的认可。所谓中小企业集合债就是通过牵头人组织,以多个中小企业所构成的集合为发债主体,若干个中小企业各自确定债券发行额度,采用集合债券的形式。使用统一的债券名称,形成一个总发行额度而向投资人发行的约定到期还本付息的一种企业债券形式,它是以银行或证券机构作为承销商,需由担保机构、评级机构、会计师事务所、律师事务所等中介机构参与的新型企业债券方式。

其最大的优势在于成本较低。企业债券发行利率低于同期限商业银行贷款利率,节约了企业财务成本,而且,与股权融资相比,发行企业债券不会影响到企业所有权结构,不会摊薄每股收益。

集合债的融资期限一般为3-5年,而银行对中小企业的贷款多在1年左右,这一点企业可从自身需要衡量。不过需要注意的是,集合债券在融资速度上并无优势,当企业处于急需资金的阶段,这一方式或许并不合适,而企业若只是为长期发展寻求资金保障,则可行度更大。

重庆小微企业“网”中困局

严薇 报道

近日,中国电子商务协会数字服务中心与浙江盘石联合发布的《中国互联网广告发展白皮书》显示,截至今年9月底,中国互联网广告市场规模达145.3亿元,成为仅次于电视的第二大媒体。

《白皮书》指出,截至今年9月底,中国网民数量达到5.81亿,网民规模增速进入了相对平稳的阶段。网民人均每周上网时间达20.1小时。中文互联网网站数量已达250万。中小企业电子商务占了中国电子商务交易规模的一半以上。

“中小企业没有足够的资金去电视、报纸上投巨额广告,对于一个中小企业,只需投入1万元,就可以在24小时内获得700万次的广告播放,这才是他们做得起的广告。”浙江一家互联网公司负责人称。

自建网站难担重任

“今年6月公司开业以来,前后投入四五千元建设网站,用于销售汽车加气补胎应急设备,每天最多仅有50人浏览网站,成交几乎为零。”位于重庆高新区的重庆久泽科技有限公司老板赖久泽称,公司资金少,规模小,没办法大量在电视、报纸上投放广告,只好自己建立网站,采用线上线下相结合的方式,或选择车流量较大的十字路口等派发宣传手册。除了建立独立网站,公司在淘宝上也建有网店,在政府网站上也有宣传报道,但成交寥寥无几。

赖久泽表示,虽然也有网络推广公司与他联系,希望合作为其做后期推广,但费用太高,至少要一两万元,企业承受不了,最后只好放弃了。

重庆三山工艺品厂创始人朱成元对此也有同感,2年前,他尝试将中国戏曲、神话、社火的夸张脸谱画在木质、古朴的饭瓢、木瓢上,制成了“脸谱瓢”进行销售。当时他在一家国内大型网站上展示产品,最高月营业额达2万元,但六成以上都是来自于实体店而非网络。

两成企业 网络营销效果差

因成本较低,网络营销成为中小微企业的首选。据重庆市中小企业局抽样调查重庆15户中小企业信息化情况发现,有51.4%的中小企业都建立了自己的独立网站。通过市工商局指定单位卓光科技建立网站的小微企业也有400多家。

“从我们接触的客户来看,有20%的企业反馈销量很不理想,每天仅有10-20人浏览网站,但多数都不下单。”卓光科技负责人之一闫宏

伟说。

闫宏伟称,一些小微企业认为建了网站就一定有收益,却忽视了后期的推广。事实上,作为网推公司而言,可根据企业所在行业搭建合适的推广平台或方式,保证一定的浏览量。但大多小微企业要求网络推广公司保证收益率,这很不现实。在推广较好的情况下,一般网络宣传投入2000元,加上企业自身销售能力较强,通常也仅能让企业获取5-10倍的收益。

重庆一百度产品中心人士表示,销售效果不佳主要有三大原因:首先,一些企业存在盲目营销,未明确网络营销目标和对象。比如做小吃产品的,却到家居或建材网站做广告。其次,一些企业请了所谓的网推公司或专业网推人员做大量EDM、论坛发帖、留言或评论发布信息,信息量过大,造成垃圾信息,引起用户的反感。此外,网推方式不灵活。一些中小企业对网推还停留在传统的信息发布这一简单方式。

推广方式更重要

要在网上快速赢得消费者,并不是一件简单的事。重庆一百度技术副总监陈先生称,企业建立网站要根据产品的特质,量身打造网站或网店,要提升企业专业度。通过行业网站,微企可以了解到更多的订单信息,这也便于微企及时了解到其他同类商品的优劣势,更好地和目标客户沟通。

其次,网站要简洁,图片、文字都要少而精,这样给消费者印象更深刻。此外是网站访问速度要快,否则浏览者就会丧失浏览兴趣。“相比于前面三点,让网站或网店更赚钱的是推广方式。”陈先生称,推广分为六种,包括问答式推广、微博、软文、论坛、贴吧、搜索广告及友情链接。企业要准确定位产品,让有需求的客户通过搜索引擎就能轻松找到的话,就要找到简短、合适的标题、关键词、描述设置。例如一些打折信息、产品或者服务的优势、独特、专业等。

此外,小微企业还可以找些文采好的朋友,对自己的产品写一篇专业的学术性文章,并首发在自己的网站上,然后转载到同行其他平台,或者产品集合的平台,或与同行业高质量的网站进行友情链接交换,从而提高企业在该行业内的知名度。

闫宏伟说,竞争小的行业企业可尽量选择搜索引擎,逐渐积累客户;竞争较大行业的企业要做网络营销则应先避免“红海”,选择销售相对冷门的、科技较高的产品积累资本,再进行进行网络营销投入。