转融券试点扩容对市场影响有限

本报记者 何 川

今日关注

自9月18日起，中国证券金融公司将扩大转融券业务试点范围，试点证券公司将由11家增至30家，标的股由87只增至287只，其中9只创业板股首次被纳入其中。长城证券分析师刘轩表示，此次转融券试点扩容有利于完善融资融券的双向交易功能，并促使目前估值偏高的创业板回归理性。

转融券业务是指证券金融公司向上市公司股东等出借人借入流通证券，再融出给证券公司，由证券公司提供给客户供其卖出。券商可通过中国证券金融公司这个平台向基金、社保基金等机构投资者融券，再将券供给客户进行融券卖空。但由于之前参与试点的券商及标的股范围有限，成交量也颇为清淡，日均成交额仅为0.16亿元；本次转融券业务标的股票扩大至287只后，股票合计流通市值将达到12.9万亿元，占A股流通市值的64.3%。在新增的19家试点证券公司中，包括了安信、长城、宏源等。扩容之后的30家试点券商，将占到79家开展融资融券业务证券公司家数的38%。

华讯投资分析师万沙表示，此次试点范围扩大，有利于提高标的券品种的覆盖度和代表性，促进证金公司的转融券业务和券商的融券业务的拓展，进一步完善融资融券的双向交易功能，但这并不会改变目前以融资和转融资为主的业务格局。最新数据显示，截至9月16日，融资余额为2742.79亿元，而融券余额仅为45.05亿元，前者是后者的将近61倍。而从证金公司的转融通业务上看，转融资交易余额达到575.38亿元，而转融券余额约为16.36亿元，二者差距也颇为明显。

“无论从试点券商和标的股数量上看，还是从当前转融通的业务规模上看，转融券试点扩容很难对市场构成较大冲击，但短期内该信号的释放可能会对市场心理产生一定影响。”巨丰投顾分析师丁臻宇表示。

刘轩认为，总体而言，大部分标的股具有较大的流通市值、较好的流动性，做空空间相对有限。同时，目前A股市场仍然处于估值较低的水平，投资者融券做空的意愿也很难再加强，转融券试点扩容对市场的影响较为中性。

9月16日，证金公司对融资融券标的股票进行扩容，由原有的494只增加至700只，创业板融资融券标的由6只扩大至34只，其中包括了中青宝、光线传媒、掌趣科技、乐视网等今年来涨幅居前的个股。而此次证金公司对转融券业务的标的再次扩充，又将中青宝、华谊兄弟、光线传媒、碧水源等“牛股”囊括其中。刘轩表示，“今年以来，创业板一些权重股股价翻倍，创业板指也屡创历史新高。目前来看，部分个股的估值明显偏高，创业板市场也存在着一定泡沫风险。将其纳入转融券标的，增强其做空机制，有助于抑制创业板泡沫的扩大，更好地实现市场的价值发现功能。”但他同时也表示，从目前两融的规模上看，融资与融券并不对等。

而丁臻宇则认为，在增加9只转融券标的股票后，创业板市场在大股东借出证券的同时，也减轻了其限售股解禁所带来的冲击。另外，由于券商对借出标的券的风险存在着可能无法完全对冲等原因，其借券意愿较为有限。因此，市场在被做空时，创业板出现大幅下调的可能性也较小。

市场速览

沪指失守2200点关口

前期热点题材概念退潮

本报北京9月17日讯 记者何川报道：今日A股市场大幅下挫，上证综指失守2200点整数位，与深证成指同步出现约2%的跌幅。申万一级行业板块全线下挫，交通运输、房地产和农林牧渔板块领跌。两市大多数个股告跌，仅400余只品种上涨。

截至收盘，上证综指报收2185.56点，下跌2.05%，成交1324.60亿元；深证成指报收8493.78点，下跌1.91%，成交1074.42亿元。两市成交金额近2400亿元，较前一交易日略有萎缩。另外，中小板指和创业板指也分别下跌了1.13%、0.74%。

盘面上看，前期热点题材如上海自贸区、土地流转等概念全面退潮。西南证券首席策略分析师张刚表示，目前双节临近，市场存在节前套现规避外围市场不确定性因素，导致资金面偏紧。另外，市场传闻IPO改革的相关意见目前仍在完善中，“十一”长假前后或是相关意见发布敏感期，这也对股市构成较大利空。

央行开展80亿元逆回购

连续3周实现净回笼

本报北京9月17日讯 记者陈果静报道：央行今日在公开市场开展了80亿元7天逆回购，规模较上周减少了20亿元，中标利率继续持平于3.90%，如果节前没有其他的操作，本周公开市场将实现小幅净回笼80亿元，这也是连续第三周实现净回笼。

受此影响，上海银行间同业拆放利率隔夜品种涨幅扩大，上行48.5个基点至3.49%，其余品种上行幅度相对较小，7天品种上行11.4个基点至3.58%，14天品种上涨4.8个基点至3.64%。这一利率水平与6月末时相比明显较低。从最近一周的情况来看，虽然上周央行在公开市场微幅净回笼11亿元，但资金面维持了相对宽松的局面。中信证券分析师李一鸣表示，在目前资金没有明显流入的前提下，商业银行积极提高备付可以保证银行体系的货币安全，但在增量资金有限的情况下，货币市场将延续紧平衡的状态。

A股新增开户数创新高

本报北京9月17日讯 记者姚进报道：中国证券登记结算公司今日公布，上周（9月9日—13日）沪深两市新增A股开户数突破10万户，达到102537户，较前一周大幅增长25.66%，并创7月以来的新高。

据统计，上周沪深两市新增股票账户数共计102851户，其中新增B股开户数314户。截至9月13日，沪深两市共有A股账户数17138.35万户。

首只有色分级指数基金上市

本报北京9月17日讯 记者钱箐旎报道：国内首只有色金属行业指数分级基金——信诚中证800有色指数分级基金将于9月18日在深交所上市交易，这标志着有色金属行业投资启动“杠杆模式”，步入杠杆投资时代。

信诚中证800有色指数分级基金经理吴雅楠认为，在稳增长一系列政策发力之下，周期行业盈利有望好转。

盘活存量资金 优化展业环境

信托业布局信贷资产证券化

本报记者 常艳军

截至2013年二季度末，9.45万亿元的信托资产规模进一步巩固了信托业作为我国第二大金融业态的地位。8月底的国务院常务会议提出要进一步扩大信贷资产证券化试点。信贷资产证券化试点进一步扩大后，信托业会扮演什么角色？

“在前期开展的资产证券化业务中，还是以银行为主导，信托公司处于配合的角色。”方正东亚信托研究发展部总经理杨帆说，信贷资产证券试点进一步扩大之后，随着更多的中小银行进入试点，信托公司作为特定目的信托受托人参与证券化业务的收入也能随着总规模增长而有所上升。

“虽然信贷资产证券化业务对信托公司而言盈利空间较小，试点的扩大对信托行业本身规模和盈利的增长贡献有限，但对信托业而言，信贷资产证券化的扩容有利于其盘活存量资金，在一定程度上优化信托业整体的展业环境。”中建投信托研究员王苗军表示。

当然，信托公司也可以作为投资者适度参与投资资产证券化产品获取投资收益。据了解，从中信信托、中诚信托首批获得特定目的信托受托机构资格后，又有不少信托公司获得了资格，但由于信贷资产证券化业务费用较低、传统业务竞争压力不大等原因，目前为止真正与银行合作开展过信贷资产证券化业务的公司还是以中信等大型信托公司为主。王苗军说，当前信托公司信贷资产证券化存量规模约900亿元，已积累了一定的业务经验。

信贷资产证券化试点扩大，对信托业既有压力也有动力。一方面，在试点银行范围和规模扩大的同时，证券公司也逐渐进入这一领域，与信托公司展开竞争；另一方面，随着试点规模扩大，信托公司参与信贷资产证券化业务的收入也会增加，并且这也是信托公司专业化发展的一个方向。

王苗军认为，信贷资产证券化的基本要求是实现资产与贷款机构的分离，相对来说信托在资产和风险的隔离方面是最彻底的。信托制度的完整适用是信托公司开展资产证券化的核心优势。“自2005年以来，信托公司已实际参与信贷资产证券化业务，在人员配置和流程规范、组织架构等方面相比证券公司更为合理。”杨帆说。

“信托公司需要提高在资产证券化业务中的专业能力。选择业务合作机构要与自身业务能力相匹配。”杨帆表示，同时做好风险控制，首选优质资产为基础资产的证券化业务，避免成为最后的接盘者。

提示：本版投资建议仅供参考，据此入市，风险自担。

本版编辑 曾金华 赵学毅
电子邮箱 jjrbzbsc@126.com

以高端时尚产品为主流 构建多元丰富商业形态

深圳福田致力打造国际化现代化一流商圈

位于深圳CBD的中心城

作为深圳中央商务区（CBD）的所在地，深圳市福田区近年来致力以市级商业中心为龙头、以区域性商业中心旺区为骨干、以全面发展的社区商业为基础，建立了业态丰富、健康发展的商业体系，星罗棋布的各类型商业网点共同构成的商业网，满足了辖区消费者各种层次的需求。

自2005年起，福田区社消零总额一直领跑深圳，8年间，福田商业不断超越自我，社消零总额年年创新高，每年保持两位数的增长率，从2005年466亿元到2012年实现1272亿元，增长接近3倍，年均增长率达15.43%。今年1—7月份，福田实现社消零766.7亿元，同比增长8.4%，继续稳居深圳各区之首。

为做强做大做精福田商业，全力推动福田商业发展提质提速，福田依据产业空间布局规划，以华强北、中心区两大市级商业中心商圈为核心，围绕产业空间8大重点片区开展招商选商、安商稳商、产品促销等商业品牌推广系列活动，并于近日出台了《福田区扩大内需、推动商业发展行动计划》（以下简称《计划》），提出“以高端时尚产品为主流，以新型业态为引领，鼓励运用信息化技术加快发展提升传统业态，树立诚信经营品牌，打造具有国际化现代化水平的一流商圈”。《计划》将开展为期3年的商业品牌宣传推广行动，以推动福田商业品牌的建设，推广福田商业品牌的知名度，树立福田商业的高端品牌形象。

五大推广主题

探索未来商业推广定位

为找准未来商业推广定位，福田区提炼出了5个最符合福田实际情况的推广主题，开展大规模的宣传推广行动。

一是从商业发展、消费者角度挖掘，提出了“首善之地·首商之区”的推广主题。福田成功培育了在全国电子行业具有巨大影响力的华强北商圈和中心区商圈两大市级商业中心，同时在东海、新城市广场等区域成功营造全市知名、特色鲜明的区域性商业中心旺区，成为名副其实的深圳核心商圈，是企业商业发展、商业投资的首选。值得一提的是，福田区借鉴中国香港和国外的社区服务手册方式，推出首本全面介绍华强北商圈的精装、简易版、实用性强的《华强北购物手册》，凸显服务型政府特色，成为政府服务民生的创新之举。

二是从城市中心角度挖掘，提出了“城市中心·消费中心”的推广主题。福田是深圳市的行政、文化、金融、信息中心，4线地铁、5路主干道交汇福田；图书馆、音乐厅、博物馆、会展中心、中心书城等齐落福田；未来更添5线地铁行经福田；广深港铁路福田站投入使用；新增商业面积约100万平方米。福田以其明显的区位优势和雄厚的产业基础，呈现出一片繁荣的商业景象，消费原动力生生不息。

三是从多元化、资源丰富角度挖掘，提出了“精彩福田·缤纷商业”的推广主题。在华强北商圈和中心区商圈的辐射和带动下，福田深南中路沿线商业街等7大商业街各有特色，电子器件、黄金珠宝、书刊等6大特色市场辐射力强，全国各地风味小吃、韩国烧烤等全线餐饮满足各层次消费需求，百货、服装、酒店等多行业汇集，加之众多总部企业、高端服务业集聚，共同构成了多元丰富的商业结构形态，使得福田的商业发展如同百花齐放，多彩缤纷。

四是从商业领航者角度挖掘，提出了“深圳商业·福田领航”的推广主题。福田拥有7家全球500强企业、18家规模百货、19家大型综合超市；商业和社会服务业网点25361个，其中商业网点占17319个，营业总面积高达251.47万平方米。商业网点的规模和大中型网点所占的比例，均名列深圳前茅，奠定了领航者的地位。

五是从共荣共富、共同发展、共同辉煌的角度挖掘，提出了“智慧福田·财智共享”的推广主题。福田的智慧是一种豁达心态，张开双手、迎接世界各地每一位志同道合的伙伴；福田的共享不是一种简单的交流分享，而是一种开放包容的豁达胸襟和海纳百川的恢宏气度。以“智慧福田·财智共享”为主题，展示了福田美好的发展前景，着力宣传福田商业开放、容纳、资源共享的积极形象。

扩内需促商业发展 精心推出三年行动计划

结合自身资源条件，福田提出了未来3—5年的商业发展定位和目标，并制定商业空间发展、业种业态创新、园区商业配套、社区商业发展、地下空间利用、行业制度建设、网络消费、品牌聚集、连锁经营、交通物流配套和整体营销等一系列商业发展策略，用于规范、指导和促进未来福田的商业发展，设立福田区商业增长奖，鼓励对辖区有重大贡献的商业企业做大做强，促进福田区商业的发展。

推出“聚焦·华强北”华强北商圈公益宣传片，以华强北当前的繁荣景象和美好未来为重点，展示华强北的发展景观，多视角透视政商各界抓住机遇，统揽未来发展大局，并从不同层面展示经济价值与人文关怀相融相生的魅力华强北，向公众传播地铁建设后的华强北更加繁荣的正能量信息，扩大华强北商圈的辐射力和影响力。

联合深圳市服装行业协会组织辖区知名服装企业，推出“福田时尚之夜·福田知名时装品牌联演”活动，以上台走秀的形式展现模特们的活力和风采，展示福田知名服装企业的作品，积极推动服装文化的建设，进一步推广服装品牌，促进高端时装消费。以“时尚都会·美丽福田”为主题，推出中心区商圈公益宣传片，赋予CBD新的内涵与形式，从不同层面展现CBD引领国际化新时代，呈现时尚与人文、品质与绿色共生共荣以及包罗万象的商业魅力，扩大中心区商圈的辐射力和影响力，促进国际品牌进驻中心区商圈。

以区政府作为主办单位，组织华强北商圈的重要商家和人气商家，以“安商稳商、繁荣发展”为目的，开展华强北电子消费节、华强北首届旺购节、百万市民看华强北、华强北打造“国际电子商业名城”文明施工系列报道、“为华强北导航”有奖海选活动、制作华强北导购图册等系列品牌宣传促销活动，按照商家意愿给予折扣，通过促销优惠活动搅动消费者的消费欲望，增加客流，凝聚商圈人气，提升华强北产品销售额。

在中秋、国庆销售旺季，以“深圳中心·时尚福田”为核心主题，依托两大市级商业中心，利用会展中心丰富的展览资源，联动周边商家、酒店等开展系列时尚互动营销活动；选择市民中心、中心书城等人潮集聚地，开展参与性强的系列展览文化活动；联合商家共同营造出“时尚福田、文化福田”的消费氛围，达到促进消费目的。

举办“国际高端消费品牌交流博览会”及“福田岁末狂欢节”，以国际高端奢侈品牌交流为主题，利用福田保税区免税商品展示的功能，通过葡萄酒、黄金珠宝、钟表、时装、酒庄深度游等高端消费品的展销和推介，搭建高端消费品与企业、消费者之间合作沟通的桥梁，提升福田高端消费水平，开展时尚服装T台秀、名酒品鉴竞猜场、专家直播导购场等系列丰富多彩的活动。同时依托岁末“三节”，以“福田岁末狂欢购”为消费口号，以“潮流消费、深圳特产在福田、港人消费线路大征集”为三大分主题，整合天安数码城、华强北消费电子、华强钟表市场等特色产业聚集地，开展特色展厅大发现、品牌展厅大团购、购物寻宝、购物PK、港人特色消费线路征集等活动。活动将围绕“时尚福田”，联合福田商家、品牌企业，开展潮流秀，发布潮流消费指南，引导和促进消费。

·广告