

缓解小微企业融资难融资贵

动产质押融资试点进入探索阶段

本报讯 记者常艳军报道:近期,中国银监会正按照国务院统一部署在全国范围内组织开展为期两个月的民营小微企业融资难融资贵问题专项检查,并将会同有关部门探索动产质押融资试点工作,《商业银行小微企业授信从业人员尽职免责指引》也正在制定过程中。

7月27日召开的国务院常务会议指出,缓解小微企业融资难融资贵,更好服务“三农”,是金融支持实体经济的重要任务。近年来,银行业金融机构不断推进小微企业金融服务。银监会数据显示,截至今年6月末,小微企业贷款余额24.95万亿元,比各项贷款平均增速高0.41个百分点;小微企业贷款户数1278.26万户,较上年同期多111.92万户;小微企业申贷获得率为93.25%,较上年同期高2.0个百分点,阶段性实现了“三个不低于”目标。同时,银监会已批复69家商业银行合

计5920亿元的小微企业专项金融债发行申请,进一步释放支持小微企业融资的金融资源。

“随着小微金融不断发展,小微企业融资难融资贵问题一度得到一定程度缓解,但目前小微企业融资难融资贵的问题有所抬头。”银监会普惠金融部主任李均锋告诉《经济日报》记者。

李均锋说,一方面,经济面临下行压力,市场疲软,小微企业扩大生产的意愿和融资意愿下降;另一方面,由于小微企业抗市场波动能力弱、财务核算不规范等特点,在信用信息体系和增信机构等外部支持不够完善的情况下,金融机构为小微企业提供融资存在授信调查成本高、环节多、链条长、业务违约风险大等问题,加之受贷款规模限制,导致部分银行对小微企业的贷款意愿、贷款能力和水平都受到了制约。

从小微企业融资成本看,其一般包括银行利息成本、担保增信成本、中介机构收费以及一些隐性成本等。“目前,商业银行对小微企业的平均贷款利率约在5.5%左右,担保增信成本约为2.5%至3%的水平。”李均锋说,现在银行针对小微企业的服务收费基本取消,只有个别收费项目,银监会也在不断加大对外小微企业金融服务收费的检查和处罚力度,下一步银监会将推动银行和政府性担保机构主动对小微企业减费让利。

不过,小微企业融资过程的附加成本目前仍然较高:一是第三方收费较高,不少小微企业在办理抵押、担保、登记、资产评估时,历时长、耗费多,甚至面临重复收费;二是银行配套业务销售导致隐性成本存在。据广东银监局抽样企业反映,企业在获取贷款时,有的银行出于营销和绩效考核的需要,还会建议办信用卡、以贷

转存、配套承兑汇票等业务,由此导致企业贷款隐性成本仍然存在。

李均锋说,今后将继续坚定不移地执行小微企业贷款“三个不低于”的工作目标,对主要为小微企业服务的地方法人银行,允许其自主确定发放小微企业贷款的规模;着力解决“过桥转贷”问题,商业银行要合理设定小微企业流动资金贷款期限,推广无还本续贷业务,科学运用循环贷款、年审制贷款等。

李均锋说,鼓励银行通过发行大额存单、可转换票据、集合债券等产品,引导更多社会资金支持小微企业。同时,在考核、奖励、补助、风险补偿政策等方面突出对政府性融资担保机构发展小微企业融资担保业务的考评要求,抓紧设立国家融资担保基金,完善以信用保险、贷款保证保险等保险产品为主要载体的“政银保”合作经营模式等。

上周四,保监会对外公布了上半年保险资金的业绩。上半年,保险公司预计利润总额为1055.86亿元,同比下降54.05%,实现资金运用收益2944.82亿元,同比减少2160.30亿元,下降42.32%。股票投资收益下滑是险企歉收的主因,不少曾经豪情万丈在二级市场上“买买买”的险企,现在却面临着颗粒无收的尴尬局面。

据初步统计,截至今年7月份,已有10家保险公司累计举牌近40家上市公司股票,投资余额将近4000亿元。对比保险公司买入这些股票的价格可以发现,有8家保险资金去年的举牌成本并不比市场现价低,这意味着这些保险公司现在处于账面浮亏状态,举牌并未达到获得投资收益的目的。

因举牌万科而风光一时的前海人寿,在投资收益上也并不理想。一年前,万能控股的前海人寿动用的万能和传统保费两大险资,虽然目前还处于安全边际,但是随着万科复牌后的持续大跌,绝大部分浮盈已经被抹平。剔除交易成本和佣金费用,前海人寿投资万科一年来给投保人带来的收益微乎其微。这还只是体现在账面上的,在当前价格下能否顺利出售还要打个问号。

当然,保险公司举牌上市公司之前,也曾有着精确的打算。比如,从收益来看,在当前低利率、资产荒的环境下,投资别的标的也许每年只有3%-5%的收益,而投资二级市场,一旦行情好就能博个好收益;再比如,可以利用会计准则释放更多资本,持股上市公司比例超过20%后,可将这笔投资计在“长期股权投资”项下,原来用公允价值计量法也可改为权益法,可在一定程度上释放资本;当下,保费收入大增,而赔付则是多年后的事,趁机多囤点地产股坐等分红,也是不错的买卖。

但千算万算,漏算了流动性风险,一切都白搭。正所谓“举牌容易兑现难”。以险企举牌上市公司时购入股票的数量和规模,很难在合适的价位找到接盘者,这就意味着即使举牌的险企账面上有盈利,也难有机会兑现。更何况投资二级市场钱,不少还是销售万能险等获得的短期资金,如果这笔钱在股市被套,一旦面临兑付压力,险企就不得不“拆东墙、补西墙”,疲于奔命。

不少保险资金是客户的养老金、救急钱,在股票二级市场被套牢,不仅会影响险资的偿付能力,也会增加行业风险。今年2月份,曾经的举牌大户之一——中融人寿,因偿付能力不达标被保监会勒令暂停投资业务,成为险资大量举牌后首家因资产状况不良而尝“苦果”的险企。殷鉴不远,险资举牌应谨慎为之。

加强资产负债管理 防范资产错配风险

保监会调研险企资产配置与负债

本报讯 记者江帆报道:为全面掌握保险业资产配置和资产负债管理工作情况,引导和推动行业加强资产负债管理,防范保险资产错配风险,中国保监会日前下发《关于开展保险业资产配置和资产负债管理调研工作的通知》,要求各保险机构以及相关投资管理机构填报《2016年度保险业资产配置与资产负债管理调研问卷》。

此次调研范围涵盖了保险公司产品精算部、资产管理部、风险管理部、财务管理部等业务部门以及相关受托机构,主要内容包括七个方面:一是资产配置与资产负债管理组织架构、组织与流程;二是保险产品成本与价值分析;三是保险资产配置情况,包括战略资产配置、动态资产配置和战术资产配置的方法及工具,大类资产收益率和风险参数的设置,以及另类资产配置等;四是资产负债管理风险监控情况;五是资产负债管理的模型与工具;六是内部压力测试的使用方法及应用情况;七是投资指引的制定、执行与投资绩效考核情况。

下一步,保监会将继续研究相关配套措施,推动保险公司加强资产负债管理,实现资产负债管理由软约束向硬约束转变。

跨期现一码通8月1日正式实施

利于完善跨市场监管体系

本报北京7月31日讯 记者温济聪报道:由中国结算和中国期货市场监控中心有限责任公司共同拓展建立的跨期现一码通账户系统于8月1日起正式上线实施。

据了解,投资者在期货市场开户时,按期期货市场现有流程开立金融期货账户后,中国结算将根据中国期货市场监控中心报送的投资者开户提交的相关信息,按照一码通账户命名规则为投资者开立一码通账户,同时建立并确认一码通账户与期货市场统一开户编码的对应关系。投资者已有一码通账户的,中国结算直接建立并确认一码通账户与期货市场统一开户编码的对应关系。

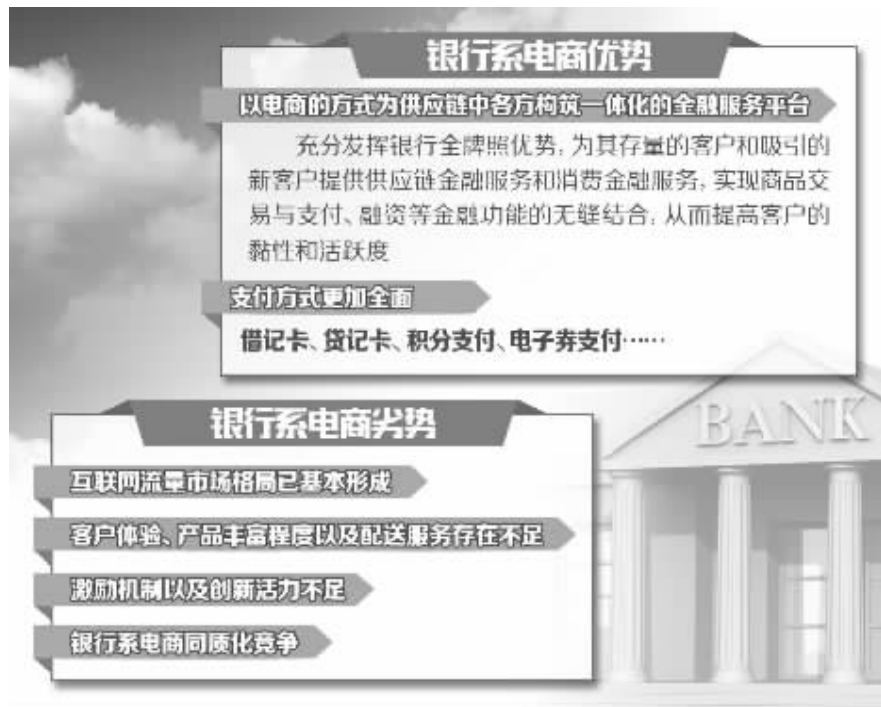
“投资者到证券市场开户时,仍按现有流程同时申请开立一码通账户及A、B股等相关证券子账户。投资者申请开立证券市场证券子账户时,如投资者已有一码通账户,且该一码通账户下有且仅有金融期货账户的,证券公司等开户代理机构应按证券市场相关规定,要求投资者补充完善一码通账户信息。”中国结算相关负责人说。金融期货账户将全面纳入一码通账户体系,实现了金融期货市场和证券市场的互联互通。国开证券研究部副总经理杜征征表示,金融期货账户纳入一码通账户,有利于进一步完善跨市场监管体系,提高期现市场各监管主体间的协同效率。

银行电商在客户、支付以及信誉等方面具备一定长处,但很难快速获得竞争优势——

银行电商路在何方

热点聚焦

我国商业银行发展电商由来已久。但是,当前电商市场几大巨头已成为多数客户首选,银行电商很难快速获得竞争优势。随着互联网金融的发展,电商平台大多都在推出消费金融服务,而商业银行凭借其与征信系统对接,对客户资金更了解等优势,可以发挥电商平台所带来的协同效应,探索适合自身特点的运营模式。



日前,中国光大银行发布“e点商”整体电商解决方案,实现由运营自有平台向输出电商解决方案的突破。近年来,不少商业银行都推出了自己的电商平台,如工行的“融e购”、建行的“善融商务”、交行的“交博汇”、农行的“e商管家”以及招商银行“出行易”、光大银行的“购精彩”商城等。缴费、理财、旅行、各类商品……随着商业银行电商平台的发展,可供选择的产品和服务也越来越丰富。商业银行发力电商平台效果怎样?其未来的发展趋势如何?

延伸传统金融服务

据了解,从最早的信用卡商城或积分商城到如今构建独立综合的电商平台,我国商业银行发展电商业务由来已久。中国光大银行电子银行部总经理杨兵兵说,发展电商平台是光大银行对传统金融服务的延伸,以便切入个人的生活场景和企业的生产场景。

业内人士表示,商业银行发展电商平台主要是为客户提供融资、支付等多元化金融服务,同时积累客户数据,为其贷款类业务作决策参考。

与传统电商平台相比,商业银行发展电商平台在客户、支付以及信誉等方面具备一定长处。浙商银行经济分析师杨跃表示,商业银行拥有规模庞大的对公客户和个人客户基础,这些客户存在天然的商品交易或个人消费品购买需求。同时,银行拓展电商业务能够使交易过程中的支付结算和产品提供者管理一体化,且其嵌入电商业务中的各种融资方式能满足交易双方的金融需求,有助于提升客户体验。

商业银行的电商平台有着银行的隐形信用背书,能够提高平台交易双方的信任度。“不过,这种信用背书是把‘双刃剑’,一方面可以提升客户的信任感,另一方面,一旦出现问题也会给银行带来声誉上的不利影响。”杨兵兵说。

目前,商业银行电商平台的发展也

面临挑战。“电商业务具有典型的赢家通吃效应,市场几大巨头成为多数客户的首选,新进入者难以快速获得成功。值得注意的是,目前电商业务同质化竞争仍比较明显。”杨跃说,受到商业银行传统经营理念约束,由于银行电商平台对外宣传力度小、客户流量导入手段单一等因素导致平台交易活跃度较低。

杨兵兵认为,商业银行的营销、数据分析以及技术等方面更侧重金融领域。金融追求稳定、风险可控,可能很难给客户带来“惊喜”。电商则通过事件营销、热点营销等手段,不断吸引客户,提升平台的关注度。

发挥电商平台协同效应

赛迪智库工业经济研究所所长秦海林指出,商业银行发展电商平台需要突破体制机制束缚,探索适合自身特点的运营模式,但这需要一定时间。

商业银行电商平台的盈利模式与传

统电商平台有所不同。杨兵兵表示,传统电商平台收入一般来自于销售产品的手续费、广告费以及导流的费用等。银行电商平台主要还是依靠提供金融服务来获取收入,比如支付通道的收入、融资服务的收入等。“我们的电商平台收入渠道会比传统电商更丰富。”杨兵兵说。

目前,领先的电商平台也在推出消费金融服务,布局互联网金融。“传统电商平台获取资金的成本较高,商业银行不缺资金,获取资金的成本不高,在放贷利率上有优势。同时,商业银行可以直接与征信系统对接,对客户资金方面的了解更深刻和全面。”杨兵兵分析说,对于商业银行来说,能给予电商平台买卖双方的金融服务不止是融资,还包括股权投资、租赁、债券等,金融服务的方式更为全面和多样。

对于今后商业银行电商平台的发展,杨跃建议,商业银行要从战略层面全盘考虑互联网金融的整体发展布局,不是碎片化的发展某些互联网金融产品或业务模式。同时,要明确发展目标。商业银行发展电商平台是为客户提供更好的金融服务。商业银行电商平台要将银行的基本功能,如资金结算、存贷款以及金融风险的管理和分散,依托信息技术进行深度融合,为银行的金融业务服务。

“不要过多追求大而全,商业银行要充分发挥自身优势,将电商业务和银行原有优势业务或服务相结合,充分发挥电商平台所带来的协同效应。”杨跃说,如招商银行拥有广大的零售用户群体,所以其打造差旅人士专用的“出行易”电商平台。

杨兵兵认为,银行电商平台实现可持续发展前提是把交易量提高,只有交易量提高了,后续的金融服务才能有效跟进。“光大银行有自己的‘购精彩’网上商城,还在通过输出电商解决方案扩大营销平台,不再把提升交易量的压力押在单一平台上。光大银行将不断推进‘e点商’整体电商解决方案,并在实践中修正和完善”。

文/商 轩

中国信保助力企业应对外贸严峻形势

短期出口信保平均费率同比降6.4%

本报讯 记者江帆报道:今年以来,我国外贸形势持续严峻,为减轻外需不振和国内成本上升给出口企业带来的双重压力,中国信保主动调整降低短期出口信用保险费率,平均费率同比下降6.4%,进一步减轻了企业投保压力。

今年4月份,国务院常务会议通过了《关于促进外贸回稳向好的若干意见》,其中“充分发挥出口信用保险作用”位列第一。中国信保及时出台了一系列针对性措施,积极发挥政策性出口信用保险主渠道作用,落实国家“大型成套设备出口融资担保保保”要求,扩大出口信用保险保单融资规模,进一步降低短期出口信用保险费率,充分发挥政策性金融对我国外贸的提振作用。

针对部分外贸企业实力不强、信心

不足、无力接单等问题,中国信保进一步提高风险容忍度,进一步加大对战略性新兴产业、自主品牌、自主知识产权、小微企业等方面的支持力度。在国别承保方面,中国信保在支持企业巩固传统出口市场的基础上,持续加大对重点新兴市场的支持力度,针对重点客户等适度放宽承保条件,进一步提高信用限额资源利用率。今年上半年,短期出口信用保险承保企业向新兴市场出口721.2亿美元。在客户承保方面,中国信保加大对重点支持领域、行业龙头企业等重点新签订单客户的支持力度,积极满足其重点关注业务需求,保障企业抢订单及在手订单需求。在支持货物贸易的同时,中国信保创新支持服务贸易,对维修服务、软件出口、影视、版

权等领域给予重点支持。在保单融资方面,上半年中国信保支持企业获得银行融资约889.1亿元,以保险促融资取得实效。

针对小微企业和高新技术企业,中国信保出台了相关费率优惠指引。针对风险控制能力强、承保质量好的客户,中国信保在保单续转时下调费率。对于重点支持领域首次投保的新客户,中国信保鼓励相关企业体验出口信用保险服务,在费率上给予了一系列优惠。

上半年,中国信保与商务部共同印发《关于支持中小外贸企业提升国际经营能力的通知》,并配套制定了《服务小微企业工作指引》,使政策性出口信用保险对小微企业的服务更加规范化、标准化。截至6月底,中国信保服务支持

小微企业3.8万家,覆盖率达16.1%,较上年同期提高2.9个百分点。对小微企业关心的保险理赔,中国信保采用小额案件“快速理赔”服务机制,通过“简化流程、简化单证、简易勘查、快速理赔”操作模式,今年上半年向小微企业支付赔款金额达到5146.9万美元,平均理赔天数较一般理赔缩短了22.5天,切实提升了理赔服务的市场响应速度。

据了解,上半年政策性出口信用保险实现承保金额1849.5亿美元,其中,短期出口信用保险承保金额达到1824.7亿美元,占全国出口总额比重达18.5%,较去年同期提高1.2个百分点;支付赔款达5.2亿美元,同比增长8.6%,为促进我国外贸稳增长调结构,实现外贸回稳向好发挥了重要作用。