

支持“小巨人”企业上市要重实效

财金视野

上市不是中小企业“成才”的唯一路径,不上市有不上市的好处,走专业化、精细化、特色化道路才是中小企业的追求。只有各方明确了高质量发展的需求,明确了上市的优劣和禁忌,才能更好理解并用好用足资本市场。

最近,湖南、辽宁、广东等地出台政策,积极开展优质“专精特新”中小企业上市培育,支持相关企业登陆主板、科创板、新三板,扩大企业直接融资渠道。不少人为此点赞,但也有少数人觉得是“老生常谈”。

自几年前“专精特新”概念提出以来,就有浙江余姚、江苏江阴、福建晋江等地对中小企业上市重奖的先例,尤其在支持民营中小企业上市方面取得了不错的效果。

然而,如何培育更多“小巨人”企业上市,给“上市”的旧瓶装新酒,更加考验各地智慧。经过长期努力,我国人均国内生产总值超过1万美元,需求结构发生重大变化,生产体系内部循环不畅和供需脱节现象显现,“卡脖子”问题突出。解决这一矛盾,要求中国经济发展转向更多依靠创新驱动,不断提高供给质量和水平,推动高质量发展。

站在这一高度重新认识“小巨人”企业上市问题,各类市场主体更应主动适应新阶段的新变化,理解构建新发展格局的必然性和紧迫性。

支持“专精特新”企业上市不能“撒胡椒面”,要有所取舍,符合高质量发展需求。那些“两高一资”企业、与建设环境友好型社会精神相悖的企业,甚至已经在淘汰落后产能名单上的企业,即便财务数据再抢眼、税收贡献再突出、技术特色再鲜明,也不应纳入培育“小巨人”企业上市的范畴。中小企业必须明晰,上市绝不是“排队领大米”,而是在符合上市的必要条件下优中选优。

支持“小巨人”企业上市要防止一拥而上,避免“为了上市而上市”。近两年来,中小企业迎来一轮上市热潮。中信证券统计,2019年至今,有560余家中小企业成功上市,其中多数集中在科创板、创业板、新三板,也有相当一部分企业取道境外的港股、美股上市,流通市值在数百亿元的“小巨人”企业数量占比超过八成。

梳理这些已上市的中小企业,多数主业特色鲜明,但也有极少数仅是依靠境外股市特殊的上市路径勉强圆了上市梦,企业自身的内功、主业和创新并没有太大改观;有的缺乏一技之长,依然只能靠刷概念、编故事、贴标签、忽悠地方政府补贴生存。这些“为了上市而上市”的中小企业带来各地的资源浪费,增加了潜在的金融风险,也违背了“聚焦主业、苦练内功、强化创新”的初衷,与国家培育“单打冠军”或“配套专家”的目标相距甚远,理应杜绝之。

支持“小巨人”企业上市不能全靠港股、美股等外部金融资源帮助,要加快健全具有高度适应性的现代金融体系。上市是企业和资本市场的“双向选择”,也是国际金融实力的比拼。即便是在新股发行注册制下,登陆资本市场也不是见者有份,更不是拔苗助长。过去防控金融风险的经验表明,要增加对中小企业的吸引力,中国资本市场必须提升国际竞争力、包容性和普惠性。反过来看,任何已经或排队上市的中小企业必须对上市的成本、门槛、风险和过程有充分的认识,力争水到渠成。即便没有上市也不该气馁,上市不是中小企业“成才”的唯一路径,不上市有不上市的好处,走专业化、精细化、特色化道路才是中小企业的追求。

从“撒胡椒面”到防止一拥而上,再到优中选优,这些上市的新智慧正在成为中小企业和投资者的指引,也应地方政府和证券部门有所启示。回到金融服务实体经济的维度看,“小巨人”企业上市多点这样的“老生常谈”也无妨,只有各方明确了高质量发展的需求,明确了上市的优劣和禁忌,才能更好理解并用好用足资本市场。

周琳

日前,中国人民银行正式公布《征信业务管理办法》(以下简称《征信办法》)。《征信办法》坚持与时俱进、问题导向,衔接《个人信息保护法》等上位法,将进一步完善征信市场制度和社会诚信体系,更好地推动数字金融健康可持续发展。

自2013年《征信业管理条例》《征信机构管理办法》公布以来,我国征信市场发展较快。近年来,我国数字经济蓬勃发展,对征信服务提出新的要求,征信市场需求旺盛。而互联网、大数据等技术发展日新月异,征信突破原有借贷信息共享的范式,发生一系列新变化。与此同时,由于缺乏具有针对性的制度规范,征信市场“无照驾驶”、无序发展等现象不同程度存在。2020年以来,我国加强对平台经济的规制,防止资本无序扩张,《征信办法》公布实施势在必行。

从内容和原则看,《征信办法》坚持从严监管原则,采用“描述+类举”的方法,把符合“依法采集、为金融等活动提供服务、用于识别判断企业和个人信用状况”三个维度要求的相关信息定义为信用信息,将颇受关注的“替代数据”纳入征信管理。对信用信息采集、整理、保存、加工、提供和使用等征信业务全流程以及信用信息安全管理,《征信办法》都进行了明确规定。《征信办法》还坚持牌照经营原则,要求从事征信业务必须依法取得相应资质。

大数据和信用信息是数字金融赖以生存的根基,信用信息外延扩大和征信管理要求提高,将对数字金融发展产生较大影响。从思想认识上,牌照经营、规范合作等要求将从支付、借贷等领域扩展到征信领域,成为发展的重要前提和必要条件。未取得征信资质,不得从事征信业务,金融机构也不得从中获取征信服务。在具体业务上,有关影响体现在以下三个方面。

一是影响数字金融生态。征信机构作为连接器,将在金融机构与各类信息主体、信息使用者之间发挥更重要的桥梁和纽带作用,个人信息与金融机构的“断直连”将加快推进。

二是影响数字金融模式。对某些互联网平台来说,左手获取各类信用信息,右手进行倒腾售卖的模式将不复存在,所谓的集支付、电商、社交、借贷、资管等业务为一体的闭环将逐渐被打破。

三是影响数字金融产品。特别是对互联网贷款来说,部分银行与外部机构合作的联合贷款、助贷产品将进行流程重构。大量从事“类征信”业务的市场机构由于难以取得征信业务资质,将转型重塑业务模式与合作方式,但与征信机构、金融机构合作的大门并没有关上。《征信办法》从2022年开始实施,并预留18个月过渡期,预计市场整改过渡将平稳有序。

征信是重要的金融基础设施,基础设施的完善从根本上有利于数字金融发展,《征信办法》将从三个方面进一步推动数字金融高质量发展。一是创造更加公平的竞争环境。《征信办法》要求,征信机构应遵循公平性原则,不得设置不合理的商业条件限制不同的信息使用者使用,不得提供歧视性或者排他性的产品和服务。各类从业机构应平等对接征信机构,获取所需的征信服务,市场竞争秩序将更加良性。二是增加更高质量的征信服务。征信市场在规范发展的同时,将进一步提高供给数量和质量。央行相关负责人表示,将扩展信用信息共享覆盖范围,有序发展市场化征信机构,增加多层次征信供给。预计下一步将有更多市场化征信机构获批设立。三是更好地保护信息主体合法权益。包括企业和个人在内的各类信息主体,是数字金融发展的“源头活水”。《征信办法》对保护信息主体同意权、知情权等方面提出较高要求,同时赋予个人信息主体异议投诉权,为数字金融健康发展奠定坚实基础。

(作者系招联金融首席研究员)

公路不能成“晒场”

夏先清 申秋雨

有关地区农民缺少粮食晾晒场地,公路打场晒粮有点像是“无奈”之举。一些地方拿出村大院、村民文体活动中心等场地,为村民提供公共晾晒场地,值得其他地方学习借鉴。

“三秋”时节,随着玉米、稻谷等农作物的收获,不少农户特别是种大户占用公路打场晒粮,尤其是靠近镇乡地区的部分干线公路和农村公路,部分公路简直成了“晒场”,影响到了道路交通安全。

根据有关法律法规,任何单位和个人不得在公路上及公路用地范围内堆放物品,不准在道路上打场、晒粮、放牧、堆肥和倾倒废物。如果违反以上法律法规造成事故,将依法承担法律和经济赔偿责任。法规条例清清楚楚,交警部门年年都在治理,为何公路打场晒粮仍“病根难除”?以至于每年这个时候,有的地方的公路变成“晒场”,引发交通事故。

说到底,一方面是有关地方宣传、执法力度不够。宣传不到位,就无法保

证家喻户晓,法律意识仍然淡薄;执法没力度,个别农民便会有侥幸心理。另一方面,有关地区农民缺少粮食晾晒场地,公路打场晒粮有点像是“无奈”之举。

近年来,人们对道路安全问题的认识越来越充分,大多数地方交管部门积极开展公路打场晒粮专项整治行动,提前介入、加强宣传、错时执法、集中治理、分片包干、定点到人、日常巡查等,用尽“十八般武艺”。不少农民越来越深刻意识到公路打场晒粮对交通安全的危害性。还有一些地方拿出村大院、村民文体活动中心等场地,为村民提供公共晾晒场地,还有的村庄加强村内道路精细化管理,做到了粮食晾晒和交通安全兼顾。这些思路,值得其他地方学习借鉴。

在日前举行的第四届中国农民丰收节上,各地展现的数字化网络技术令人印象深刻。短视频、直播精彩纷呈,不仅展示了丰收的美好和喜悦,还促进了农产品销售和乡村旅游。信息化和数字化已深刻改变了乡村面貌和农民的理念,下一步,实施乡村振兴战略还需为农村和农民提供更加全面深入的数智支持,促进农业农村现代化。

近年来,依托网络基础设施的加快普及和提升,农村正在更加深入而广泛地融入数字化和信息化。截至今年6月,我国农村地区网民近3亿、互联网普及率接近60%,互联网将城市与乡村更加紧密地连接在一起,数字鸿沟进一步缩小,城乡之间融合发展不断深入。新一代信息技术在农村地区和农业生产中的应用逐步深入,改变了农村地区的生产、生活方式,有效支撑了广大农民经济增收和生活设施。农业数字经济的新模式、新业态不断涌现,农产品网络零售额保持快速增长态势,成为电商新的增长点。

数字化、信息化是实施乡村振兴战略的重要抓手。加快乡村数字化发展,能为农业转型升级和高质量发展提供关键支撑,有效提升农村治理能力和公共服务水平,从而实现乡村地区文化水平和生活水平的同步提高。今年初,《中共中央 国务院

关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》提出,实施数字乡村建设发展工程,进一步明确了农村地区信息化和数字化建设的方向。乡村数字化也成为企业新的发力点,如中国移动提出实施七大乡村数智化工程,推进数智乡村建设;京东推进实施“奔富计划”,计划3年内带动农村实现10000亿元产值,推动乡村振兴;抖音推出“富域计划”,借助内容、技术等优势,促进区域特色农货产销对接。

要进一步发挥数字优势,助力乡村全面振兴。应结合前期数字乡村建设试点情况,加快经验转化和推广,加强整体规划,把数字乡村建设规划纳入各相关规划中,统筹推进。既着眼农村地区特点,又要具有一定期前瞻性,加快布局5G、人工智能、物联网等新型基础设施,提升农村“新基建”水平,为农业农村与数字化融合打下长远的基础。积极引入适用、好用的信息化主流技术,加强农村地区信息化技术培训和人才队伍建设,发展智慧农业。补齐农村地区电商短板,加快农村地区物流体系建设,发挥电商企业作用,打通“最后一公里”,使得农业生产物资、产品和农村居民消费物资能够畅通循环。特别是要发挥电商能够缩短流通环节的作用,提升流通效率,降低流通成本,满足城乡居民需求。



王 鹏作(新华社发)

医疗新服务便民利民

为乡村振兴提供数智支持

北京市医保局近日推出实施数字乡村建设发展工程,进一步明确了农村地区信息化和数字化建设的方向。乡村数字化也成为企业新的发力点,如中国移动提出实施七大乡村数智化工程,推进数智乡村建设;京东推进实施“奔富计划”,计划3年内带动农村实现10000亿元产值,推动乡村振兴;抖音推出“富域计划”,借助内容、技术等优势,促进区域特色农货产销对接。

关注物价分化走势对中下游企业的压力

熊 丽

国家统计局发布的数据显示,9月份工业生产者出厂价格指数(PPI)创下有记录以来的新高。PPI同比和环比涨幅均扩大,主要受煤炭和部分高耗能行业产品价格价格上涨等因素影响,短期内仍可能高位运行。宏观政策应统筹做好跨周期调节,多措并举提振需求,千方百计帮助企业渡过难关、稳定发展。

国家统计局发布的数据显示,9月份工业生产者出厂价格指数(PPI)创下有记录以来的新高。PPI同比和环比涨幅均扩大,主要受煤炭和部分高耗能行业产品价格价格上涨等因素影响。这也是全球正普遍面对的问题,今年以来,随着疫情之后经济逐步恢复,全球能源需求大幅增加,各个能源品种价格大幅上涨。

从经济经验来看,由于食品和能源价格更容易受到一些季节性因素和非经济因素的影响,采用核心价格指数衡量全社会的价格水平是国际上的通用做法。从扣除食品和能源价格的核心CPI看,9月份其同比上涨1.2%,涨幅与上月相同。展望今年

后期,我国居民消费领域商品和服务生产供应充裕,CPI保持平稳运行具有坚实基础,全年物价调控目标能够顺利实现。

比起对通胀的担忧,当前更应关注物价走势分化对中下游企业的压力。从PPI内部看,9月份生产资料价格同比上涨14.2%,涨幅扩大1.5个百分点;生活资料价格上涨0.4%,涨幅扩大0.1个百分点。生产资料价格涨幅显著大于生活资料价格,说明价格从产业链上游向下游的传导尚不顺畅。数据显示,随着PPI同比大幅走强和CPI小幅走弱,9月份二者之间的“剪刀差”扩大至10个百分点,也再创新高。

理论上而言,煤炭、石油、天然气等上游原材料价格上涨,下游消费品价格也会同步上涨。但事实

上,我国工业体系庞大、产业链长,工业消费品市场竞争激烈,而且处于产业链中下游的多为中小企业,议价能力不强,往往面临着保企业利润还是保市场份额的艰难选择。再加上部分企业仍处于疫情冲击后的恢复中,原材料价格大幅上涨叠加需求恢复偏弱,中小企业面临较大经营压力。数据显示,9月份制造业中小企业PMI均有所下降,小型企业中反映原材料成本高、资金紧张、市场需求不足的比重均超过四成。

受国际能源价格上涨等因素影响,PPI短期内仍可能高位运行。今年以来,我国持续加大大宗商品保供稳价工作,近期又就煤炭增产增供等作出全面部署,后续随着阶段性、季节性因素影响逐步减弱,上游原材料价格有望逐步回落。当前,宏观政策应统筹做好跨周期调节,多措并举提振需求,在用好已出台惠企政策基础上,根据国际环境变化和发展实体经济需要加强政策储备,研究和适时出台部分惠企政策到期后的接续政策,千方百计帮助企业渡过难关、稳定发展。

洞见