

撕掉“伪私募”的面具

李华林

深度观察

过去几年,我国私募行业迎来了一轮快速发展,但由于起步较晚、发展不均衡,行业衍生出不少风险,尤其是一些“挂羊头卖狗肉”的“伪私募”乱象层出不穷。打击“伪私募”乱象,撕掉“伪私募”的面具,有利于引导行业回归本源,在支持创新创业、服务实体经济发展和居民财富管理等方面发挥出更大作用。

金融安全和社会稳定。为打击“伪私募”乱象,监管部门近年来多措并举力求“去伪存真”。2021年1月,证监会发布《关于加强私募投资基金监管的若干规定》,重申和细化私募基金监管的底线要求,引导私募基金行业真正回归“私募”和“投资”的本源,促进行业规范可持续发展。强监管之下,“伪私募”持续出清,乱象得到一定遏制。中国证券投资基金业协会发布的数据显示,2021年通过异常经营、失联注销机制清退的管理人达451家。不过,要彻底出清“伪私募”,难度还不小。随着监管的趋严,“伪私募”或“乱私募”移花接木的动作也越来越隐蔽。比如,一些

民间资本将“明股实债”的产品包装成结构化股权投资产品,或将涉嫌自融的底层资产包装成具有回购条款的股权投资项目进行销售等。通过频繁更换“羊皮”,这些“伪私募”几乎可以达到以假乱真的地步。可见,私募虽带一个“私”字,但其隐藏的风险并不局限于私人领域,尤其是“伪私募”具有较强的欺骗性和隐蔽性,很容易导致圈子风险、个体风险向社会领域传递,小则造成市场混乱,大则影响社会安定。有效治理相关乱象,撕掉“伪私募”的面具,是防范化解金融风险应有之义。撕掉“伪私募”的面具,有赖于更好地发挥监管“照妖镜”作用。建立完善“募、投、管、

退”全过程监管体系,需要汇聚各方智慧。未来,各部门、各地区之间需加强协作,不断提升监管的数字化智能化水平,对“伪私募”进行全面、动态、精准、穿透的监测监控,切实消除监管“空白点”,让各类乱象无处遁形,为真私募发展扫清障碍。撕掉“伪私募”的面具,还需提高私募基金管理人的认识。在过往披露的一些“伪私募”或“乱私募”案件中,不乏有私募基金管理人以私募基金形式开展非投资行为,反映出部分从业人员履职尽责、诚实守信意识缺乏。私募基金管理人应从自身出发,端正经营理念和行为,不断提高合规风控能力,坚守“真私募”定位,珍惜声誉、守信履约,当好股权投资的“看门人”。投资者也要擦亮眼睛,提高辨识能力,谨防“伪私募”的“快速致富”“高收益无风险”噱头,应在充分了解实际经营情况和风险基础上,审慎投资,避免上当受骗。唯有多方共同努力,方能还私募市场一片清明,引导行业回归本源,在支持创新创业、服务实体经济发展和居民财富管理等方面发挥出更大作用。

1月20日,本月贷款市场报价利率(LPR)公布,1年期LPR、5年期以上LPR分别下降10个、5个基点。LPR本年度第一次发布即非对称下降,发布时间也从每月20日上午9:30调整为9:15,传递出央行加强预期管理、呵护市场信心的明显信号。下一步,我国货币政策应更主动有为、积极进取,在服务实体经济、维护大局稳定方面发挥更大作用。

本月LPR非对称下降,体现了货币政策稳中有序、主动有为的原则和方向,基本符合市场预期。从原因看,一是中期借贷便利(MLF)中标利率下降推动LPR下降;第二,银行资金成本降低,扩大了银行减少加点的空间。从宏观环境看,此举是为了更好地支持经济稳步恢复。从近期公布的2021年四季度经济数据看,投资、消费等指标较为低迷,经济下行压力进一步增大。在这种情况下,LPR第一次连续两个月下降,有助于保持经济平稳健康发展。从时机选择看,本月LPR下行的时间窗口较为适宜,在美国加快收紧货币政策之前,可为我国赢得应对发达经济体金融政策外溢风险的主动空间。

董希淼

因此,本月LPR非对称下降,传递了三个方面的积极信号。第一,稳增长是当下重要的政策目标和任务。近期货币政策持续调整产生叠加效应,有助于恢复市场主体对未来的预期和信心,激发市场投融资需求,推动经济稳步增长。第二,继续降低实体经济融资成本。1年期和5年期以上LPR双双下降,短期和中长期贷款利率都有望进一步下行,直接利好实体经济。第三,加强金融风险防范。一段时间以来,银行信贷投放增速有所下降,部分银行甚至出现“资产荒”。LPR下降有助于刺激市场主体有效信贷需求,使银行更好地保持资产负债平衡和稳健发展。

将5年期以上LPR作为定价基准的,主要是重大项目贷款、基本建设贷款以及个人住房贷款。5年期以上LPR下降,进一步推动长期贷款利率下行,降低长期贷款项目成本,有助于激发市场主体长期投资。同时,这也将有助于推动增量个人住房贷款利率下行,降低住房消费者的负担,更好地满足合理的住房消费需求,促进房地产市场良性循环和健康平稳发展。由于部分存量贷款重定价日为每年1月1日,5年期以上LPR下降对存量个人住房贷款的影响相对有限;两个期限的LPR与上月一样仍然非对称调整,表明坚持“房住不炒”的定位仍然不变。

下一步,我国货币政策应坚持逆周期和跨周期调节的结合,更加主动有为,更加积极进取,注重靠前发力。在具体操作上,应进一步开大货币政策工具箱,坚持总量工具和结构性工具相结合,更好地发挥货币政策对稳增长、扩内需的积极作用。一方面,要运用存款准备金、公开市场操作、再贷款再贴现等总量工具,向市场提供更加充足的流动性,努力扭转预期转弱、需求萎缩的趋势;另一方面,要用好定向降准、普惠金融定向降准、普惠小微贷款支持工具等结构性工具,持续降低中小金融机构资金成本,加强对重点领域和薄弱环节的支持服务。

同时,要进一步疏通货币政策传导机制,加大对金融机构的正向激励,使流动性更高效、更精准地注入到实体经济。金融机构更要进一步创新产品和服务,主动出击,全面发力,在加强风险管理的情况下加大稳健信贷投放,努力保持信贷总量稳步增长。当然,稳增长、扩内需还需要财政政策等协同发力。

(作者系招联金融首席研究员)

洞见

破解私人充电桩安装痛点

王宝会

日前,某新能源车企负责人回复车主诉求时称,每次听到车主抱怨充电桩安装问题,心情都很沉重。去年该品牌交付4万多台车,但是随车配送的近2万个充电桩没有送出去。这是目前不少新能源车企遇到的情况。

经过多年精心培育,我国新能源汽车产业正在从政策驱动转向市场拉动,目前保有量达784万辆。消费者购买新能源汽车,厂家一般都会随车配送一个充电桩。按照“一车一桩”产业规划目标,充电桩数量最起码要与汽车保有量齐头并进,这样才能平衡日益紧张的充电市场需求。然而,相关数据显示,目前充电桩配套仅200多万个,剔除公共充电桩的数量,其中私人充电桩的占比少之又少。从全国范围看,更有超四成车主没安装充电桩,这与“一车一桩”的目标相差甚远。换算下来,每3辆车才能共享一个充电桩,充电服务供不应求。

缓解充电难,私人充电桩优势明显。为何还遭安装难?有车主吐槽,虽然小区有固定车位,但是物业总

是以各种理由敷衍诉求、拖延安装。小区物业也是一肚子苦水,比如,如何解决安全隐患、电网扩容、工程建设资质等安装问题?还需要向电力、规划、土地、消防等部门申请程序,一些问题不是物业自身所能解决的。可见,充电桩不是拉线安装这么简单,充电场地保障、消除充电隐患、后期管护费用分摊等问题才是制约安装的痛点。在多重因素交织叠加下,便出现了充电桩送不出去的情形。安装充电桩不全是车主个人的事,应依靠政府职能部门、物业公司、电力部门、车企等方面齐抓共管,打好“组合拳”。在政策引导下,有必要理清每一方权责,瞄准痛点、对症下药,打破安装过程中相互推诿的怪圈。现实中,也有一些车企主动和房企、小区物业合作,尝试提前布局、推动充电桩进小区。对一些不具备安装条件的老旧小区,建议探索引入充电桩运营公司,或者以小区为原点就近规划集中充电区域,满足日益增长的新能源汽车充电需求。

退「补」

涨价的新能源车还

春节来临之际,正是汽车销售旺季。受补贴退坡、成本上涨等因素影响,不少企业纷纷上调价格,少则两千元,多则两万元。尚未进入稳定盈利阶段的新能源车企,究竟怎样应对这个销售季?对此,可做进一步观察和分析。

退坡机制是一种国际惯例,即在提供补贴的同时,根据产业发展,有计划、有明确目标地逐步减少补贴。就针对新能源车企而言,补贴退坡并非突如其来,而是早有政策铺垫。按照2020年4月财政部等四部委联合发布的《关于完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》,新能源补贴在原则上2020年至2022年分别在上一基础上退坡10%、20%、30%。

“孩子大了,总要断奶”。各大汽车品牌对退坡政策正式实施是有准备的。梳理不同车企的涨价方式,大概分为四类。第一种是仅将补贴退坡的金额转入售价中;第二种是综合了原材料成本上涨等因素,涨价幅度高于补贴退坡金额;第三种是对重大选装配置价格进行调整;第四种是在质保环节微调。

市场需求与商品价格相互作用、相互影响。从门店反馈的情况来看,由于产品竞争力、车型级别以及所在区域不同,所受影响也存在差异。大体上,头部品

牌、中高端车型和一线城市受影响偏小,而中小品牌、低速电动车和二线城市对价格较为敏感,受影响偏大。

从新能源汽车行业整体和长期发展趋势来看,眼下的价格变动,不会产生颠覆性影响。随着技术成熟,补贴退坡不会让新能源汽车的竞争力下降,反而可在一定程度上倒逼新能源车企眼睛向内提质、挖潜、增效,不断提升企业和产品的市场竞争力。

新能源汽车前景广阔已是共识,终将进入真正靠产品力竞争的阶段,也只是时间问题。从车企内部看,补贴退坡后,如何尽早突破损益平衡,真正立于市场竞争不败之地,是当务之急。汽车厂商要摒弃“补贴依赖”,逐渐摆脱对补贴的依赖。以涨价对冲补贴退坡,只是治标不治本的临时之举,企业唯有紧跟市场变化持续提升内功,既要做好精细化管理和成本管控,还要以过硬的产品技术质量打开市场规模,才能活下来、活得好。从行业生态看,车企之间的竞争是产品力的竞争,也是供应链的竞争。因此,车企有效应对之策,在于坚持创新驱动,重视产品力提高,同时还要

在如何应对原材料价格上涨、芯片短缺,确保产业链安全上,想办法、下功夫。

刘瑾

「香」吗



朱慧卿作(新华社发)

警惕“扫码领奖”陷阱

春节越来越远,人们纷纷网购年货。近期,有消费者在收取快递时发现,包裹上贴着印有“扫码领100元现金红包”“随机奖励2箱牛奶”等内容的二维码,看上去颇为诱人。然而,这些二维码打着“抽奖”的名义,实际是诱导消费者办理电话卡、购买商品,还有套取个人信息之嫌。即便部分二维码扫码抽奖为真,也是把极低的中奖率隐藏在人们很少打开的下拉式菜单中,消费者几乎无法抽中包装上承诺的奖品,而是抽到一些来路不明的低价商品。这在某种程度上有发布虚假广告之嫌。对此,相关部门应完善法律法规,明确快递外包装是否可以张贴广告以及其他有关要求,及时补齐监管漏洞,加强监督管理,更好规范快递市场二维码广告行为,保护好消费者合法权益。(时锋)

房企经营模式应完善

秦虹

自上世纪90年代进行城镇住房制度改革以来,房地产业对我国经济社会发展起到十分重要的作用,不仅推动城市迅速发展变化,而且贡献了财税、增加了就业。在持续的实践探索中,房地产企业走出了一条以提供商品房快销方式为主的开发模式——“拿地、开发、销售、再拿地、再开发、再销售”,地房轮动,循环往复。

同时也要看到,多年来,我国房地产开发资金以银行贷款等短期间接融资为主,走的是“高负债、高杠杆、高周转”模式。随着我国经济社会的发展,城镇化率不断提升,城镇人均住房面积已近40平方米。房地产开发经营“三高”模式,已越来越不可持续。2021年下半年以来,国内部分房地产企业备受高负债困扰,部分房企因资金周转困难出现违约,就是一种警示。出于防范化解金融风险考虑,房地产企业经营模式亟需完善。

有关机构的研究数据显示,我国上市房企的整体资产负债率高于一些发达国家房企水平。笔者以为,有这样几个原因。一是有关国家的资本市场比较发达,直接融资和股权融资占比较高。二是有关国家的房地产市场已经比较成熟。除了不动产开发销售收入,发达国家房企还有其他业务收入来源,包括物业出租、住宅代建、房产经纪业务等。而我国房企商品

房销售业务收入却占了企业主营业务收入绝大部分比重。三是这些国家的房企曾在房地产市场大起大落中尝到高负债的苦果,有关经验教训使他们在负债率上很谨慎。

我国房企以“高负债、高杠杆、高周转”模式发展,在一定程度上与行业这些年所处的增量为主发展阶段有关,也与我国房价这些年总体处于上涨期有一定关系,还与我国房地产金融不够发达有关。要看到,房地产企业加杠杆、高负债运营,是一把“双刃剑”:当房价处于上涨期,高负债可以通过杠杆效应实现企业规模快速扩张;当房价不涨或下跌、销售量下降、房地产融资环境收紧时,高负债房企则极有可能面临资金周转困难,出现流动性危机,甚至有因资金链断裂而破产的可能。

随着我国城镇化深入发展,居民合理住房需求不断满足,新房总量的增长空间将逐渐减少。同时,“房住不炒”定位将长期坚持,房地产行业资金使用要求会更加严格规范。这都提醒房企应加紧转型。进一步说,一个成熟的房地产市场,已不是“拿地—盖项目—卖房—赚钱”的逻辑,更多的是怎么通过提高产品质量和服务水平,通过资产的综合经营管理,来获取长远可持续发展的收益。比如,可积极探索开发与持有运营并重的盈利模

式,除了继续做好商品房市场供给,可探索扩大股权投资类物业收入比重,通过获取稳定的现金收益预防房地产市场波动而产生的危机。特别是,注意发掘长租房市场机遇,发挥房地产企业在提升租房市场房屋品质、规范管理、稳定价格方面的优势,提升服务质量和水平,寻找更加可持续的发展路径。同时,还应积极参与各地保障性租赁住房建设与运营维护工作。

又如,可积极参与到城市更新行动中来。截至目前,我国城镇化率已经超过60%,城市发展进入到城市更新的重要时期,正在由大规模增量建设转向存量提质改造和增量结构调整并重。这里面蕴含着巨大的发展机遇,房地产企业可发挥自身优势,积极参与推动政策层面进一步完善,为推进城市更新行动贡献出自己的力量。

从某种程度上说,房地产企业转换盈利模式和业务转型实际上就是在布局自己的未来,做出精准判断非常重要。具体该向哪个方向努力,各家企业应根据各种因素和条件作出综合深入分析。当然,在这一过程中,支持房地产企业转型的相关政策应及时配套推出,以促进房地产业良性循环和健康发展。

(作者系中国人民大学国家发展与战略研究院高级研究员)