

黄湘平:鼓励各种资本注资券商



资料图

有条件的证券公司要积极向金融控股集团方向发展,组建或加入金融控股集团。

政府应鼓励各种资本注资券商,支持部分券商公开发行上市。

国内证券业面临着四大挑战,应用创新来应对这些挑战。

□本报记者 周舸 北京报道

23日,在由上海证券报协办的“第二届中国金融改革高层论坛”上,中国证券业协会副会长黄湘平提出,有条件的证券公司要积极向金融控股集团方向发展,组建或加入金融控股集团。他认为,政府应鼓励各种资本注资券商,支持部分券商公开发行上市。

黄湘平是针对国内证券业在观念、要素、技术中的落后,而作上述阐述的。他说,在金融开放的大背景下,与国外相比,国内证券业在监管制度、经营

理念、行业技术、资本实力等方面,都存在着劣势。黄湘平认为,国内证券业面临着四大挑战,应用创新来应对这些挑战。

首先是国内分业经营模式和证券监管体制的挑战。我国证券市场存在制度和设计上的缺陷:一方面,政府统一监管,通过采取直接行政手段控制;另一方面,对证券的严格管制又使得这个行业基本脱离经营体系,融资渠道缺失、盈利模式单一。

其次,金融开放凸显了我国证券市场和证券公司规模弱小的现实,难以应对外来的压力和竞争。此外,国内的证券市场现

在还是单边市场,目前证券市场衍生产品创新步伐缓慢,使得业务创新缺乏基本的市场支持。

第三,经营理念、诚信建设和风险防范机制面临挑战。黄湘平说,金融开放后,国内、国外市场将会进一步融合,国内证券行业的风险管理理念和管理技术有待改进,必须在加强全行业诚信建设的基础上再引入新的经营理念和管理方式。

最后,是市场竞争和资源的争夺。开放背景下,境外机构和外资机构将展开对国内市场和资源的争夺,尤其是对优质上市资源、高端客户和高级人

才的争夺,这会对国内证券业带来巨大的挑战。

对于这些预期中的被动局面,黄湘平表示要以自主创新来解决,以创新求生存,以创新求发展,积极营造市场化的创新之路。

他认为,证券业业务创新可以进行积极探索,可以大力发展固定收益类的业务,发展企业债券、短期融资券和各种资产证券化的产品。

积极发展权证等金融衍生工具,金融衍生工具市场需要套期保值、价值发现和可预防风险的功能,促进市场不断发

展,健全市场框架,也有利于股票市场和债券市场。

证券公司回归中介机构的角色,恢复证券公司从事产品创新和产品销售的主要方向,着力发展经纪创新业务和投资银行业务,最大限度降低与市场行情的关联度,在市场的细分中明确自己的业务特色和市场定位。

扩大对外交流,实施走出去,开放之后,外资走进来,我们也可以走出去,积极发展海外业务,熟悉海外市场的认证规则,为市场的竞争,培养和聚集人才,形成自己的国际销售网络,建立自己的国际客户群。

夏斌呼吁上调存款准备金率

□实习生 麻妍 本报记者 唐昆

而上周六,国务院发展研究中心金融研究所所长夏斌表示,一季度整体流动性增长近一倍,央行应该采取上调存款准备金率等紧缩政策,以预防经济过热出现。

夏斌认为,不仅要关注货币供应量的指标和贷款指标,还应该注意整体流动性的状况。他认为社会整体流动性包括:贷款、股票、债券、短期融资券、外商直接融资、经过银行承兑的商业信用、延期付款的商业票据等。

夏斌列举了如下数据,今年第一季度GDP是10.2%,去年第一季度是9.9%,今年比去年只增长了0.3个百分点,似乎并无过热迹象。

但在整体流动性方面,2005年第一季度比2004年同比减少了8.4%,而今年一季度整体流动性为19225亿元,比去年同期增加了9286亿元,增加幅度高达93.4%。

而在增加的9286亿中,贷款增量仅占45.6%。由此可见,银监会对信贷增长合理的判断比较客观,但是信贷之外的流动性却值得警惕。

夏斌认为产能过剩的情况下,货币供应多可能不表现为CPI的继续上涨,而表现为资产价格长期上涨的压力。“尽管CPI上涨缓慢,但是资产价格,譬如房地产高速上涨必须得到重视。”

在政策的调整上,夏斌认为,为了防止投资反弹和资产价格上涨,应当多管齐下。譬如可以适当提高银行法定存款准备金比例(同时下调超额利率),收回市场多余的货币。

夏斌提议,必须有进一步增强汇率弹性的政策配合,提高外汇储备使用效率。但是他不赞成加息,理由是会影响拉动内需的宏观战略,而中美利差缩小也可能强化人民币升值预期。

■观点

券商问题要从股东行为上找症结

●高华证券公司董事总经理许小年

券商的问题要从股东行为上找症结。要解决证券公司的治理机制,提高证券业总体的风险管理和风险控制水平,引入外资股东是最好的选择。

券商的国有股东利润冲动不足,对管理层风险识别和控制能力要求过低;民营股东利润冲动则太强,将投资的券商当作融资平台,进行挪用客户保证金等违规操作,支持其它商业活动的利润最大化,股东成为了风险的源头。具有金融背景的外资,他们对于行业比较了解。外资还有一个长处,就是它在市场上有着比较高的声誉效应,大型国外的金融机构在世界各地都有经营,如果在中国市场上因为风险控制出了问题,将对它全球业务的声誉发生影响,因此它的风险控制意识非常强,因为风险控制不好,不仅影响其中国业务的盈利,而且影响其全球业务的盈利。(周舸)

祁斌:证监会正推进股票发行体制的市场化改革



本报记者 唐昆摄

□本报记者 周舸 北京报道

中国证监会研究中心副主任祁斌日前在京出席“第二届中国金融改革高层论坛”时表示,证监会正大力推进股票发行体制的市场化改革,各种体制的创新必然会释放市场的创新潜能,调动各个市场参

与主体的积极性,提升中国资本市场的国际竞争力。

对于资本市场的自主创新,祁斌说,“十一五”期间,我国对外开放将面临新局面,我们将遵循积极稳妥和循序渐进、兼容并蓄和完善制度、公平竞争和互利共赢的原则,使市场对外开放与国家总体改革开放进程相适应。他认为,未来资本市场的发展也将为我国自主创新战略的实施提供重要机制保障。

据了解,当前有三个推动力正作用于资本市场的长远发展。一是股权分置改革为市场各项基础性制度建设奠定了基础;二是市场化改革不断深化为市场发展释放出巨大的潜力,这包括股票发行体制的市场化改革等,原来政府主导的发行体制正逐步转变为市场主导的发行体制;三是对外开放将为资本市场增添新的竞争活力。

外汇局:关注外资进入房地产

□本报记者 唐昆 实习生 但有为 麻妍

近日,国家外汇局资本项目司副司长孙鲁军向《上海证券报》表示,外汇局对外资进入房地产和“其他投资”猛增已高度关注,同时他透露FDI数据可能将以商务部为准。

“外汇局已经注意到这方面的问题,正在开展研究。”孙鲁军说,而此前不久,统计局发言人郑京平也表态,对于外商作为直接投资进入房地产领域的政策,有必要进行适当调整。

国务院发展研究中心金融研究所所长夏斌周六再次呼吁,要对外资进入房地产严格设防。专家们认为,外商对房地产等领域的投资更偏向于金融投资的性质,而非非FDI的性质。

此前曾有报道称,去年外汇局与商务部所统计的FDI存在约200亿美元的差距,但

是上述部门均对此不予置评。而孙鲁军表示,双方的差距并不会太大,可能将以商务部的数据为基准。

此前有一位专家曾估计,外汇局FDI数据之所以高于商务部,可能是将外资投资房地产考虑在内的缘故。“很多外资投资房地产是短期行为,意在人民币升值。”摩根士丹利首席经济学家谢国忠也认为,这不能被视为FDI。

孙鲁军称,当前外汇收支的几个特点已经引起外汇局的关注。而最引人注目的是,境外资本净流入(尤其是其它投资项目)明显增加。“其他投资已经成为资本流入的一种主要形式。”

“资本流入在1994年是618亿美元,到了2004年急剧增长到3434亿美元。”孙鲁军强调,直接投资和证券投资变化量并不明显,但是“其他投资”1994年的时候235亿美元,到了2004年就增长到了

2622亿美元。

此外,据他介绍,外资直接投资形式日益多元化,外资并购方式流入的资金明显增加,非直接投资性的资本流入占比也显著增加。

与之联系的是,“经常项目和资本项目持续双顺差,外汇储备剧增。”孙鲁军介绍说,资本项目从1999年的51.79亿美元增加到2004年的1107亿美元。从2001年开始,资本项目顺差逐渐取代经常项目顺差,成为决定国际收支顺差的一个最主要的因素。

其次是,一年期以下的短期外债增长比例非常高,在整个外债余额的比例中逐年增加。2005年,外债余额是2800多亿美元,短期外债是1400多亿美元,占比达到55.3%。

“今年资本项目管理的一个主要目标就是加强对短期外债的管理。我们已经核定了外资银行短期外债指标,跟去年基本持平。”孙鲁军称。

农信社改革四棒接力

●中国银监会副主席唐双宁

农信社改革过程就是一场四棒接力赛,第一棒已经跑完,并取得了重要进展和四个阶段性成果。其中一项重要成果正是:160亿专项票据已经基本发行完毕,首批到期票据已经进入兑付阶段,税收减免、保值储蓄贴息等政策正在落实。

目前关键是跑好第二棒。第二棒主要是用两年时间,实现资产分类顺利转轨、案件专项治理初见成效、服务进一步完善、风险监管体制基本到位、规制体系初步形成、公司治理作用显现等六大目标。在这一阶段,银监会强调要抓好五级分类过渡,确保2007年双轨运行,2008年实现贷款五级分类“单轨制”。

所谓第三棒,是指到2011年前后,争取实现管理体制基本理顺、资产质量持续改善等八大目标。

第四棒则是到2016年前后,实现机构性质根本变化;公司治理整体达标;管理水平全面提高;资产质量持续稳定;人员素质总体改善;社会地位全面提升。(唐昆 但有为)

邮政储蓄银行将锁定几类业务

●国务院发展研究中心金融研究所所长张承惠:

未来的邮政储蓄银行业务发展有可能锁定几方面:

首先是小额信贷业务。未来小额信贷发展方向应该通过高利率的补偿来弥补“三农”贷款和中小企业贷款高风险、高成本的问题,逐渐发展无担保的小额贷款。

其次是批发类业务。至少在一段时期内,批发类业务还会在邮政储蓄银行内存在。从邮政储蓄现有的人员构成、知识结构以及运作方式来看,邮储部门根本不具备对贷款风险的识别和控制能力,一旦开展零售业务,必将带来极大的经营风险。(新华社)

中国家电业品牌战略全面提速。4月18日,长虹在北京隆重举行新品牌形象新闻发布会,业界呼声甚高的长虹新品牌形象及代言人终于浮出水面。为了适应未来3C融合趋势及打造全球品牌的需要,长虹推出了新品牌形象“快乐创造C生活”。同时,由于与长虹新品牌形象的高度契合,娱乐界明星、知性美女徐静蕾成为长虹历史上第一位品牌形象代言人。

长虹公司董事长赵勇对此表示,长期以来中国家电业大而不强,缺少强势的品牌形象,关键原因在于没有找到一套适合中国企业的模式。目前长虹3C产业布局已基本完成,今后要通过全新的3C产品为消费者创造一种更加聪明、舒适、酷的生活方式,从而领跑中国3C信息家电产业,实现从“中国制造”到“中国创造”的跨越。

新形象:快乐创造C生活

记者从长虹新品牌形象新闻发布会了解到,长虹将以消费

者为中心,致力于3C融合信息家电的提供,为消费者创造聪明(Clever)、舒适(Comfort)、酷(Cool)的生活体验。这就是长虹“快乐创造C生活”的核心内容。

长虹公司总经理刘体斌表示,在3C融合的新时期,长虹的使命就是以消费者为中心,为消费者个人和家庭创造更富于乐趣的娱乐和交流体验,从而成为改变生活的推动力量。

事实上,快乐和创造被当作长虹的DNA。在“快乐创造C生活”这一理念的指导下,长虹认为,科技不该是遥不可及的复杂名词,更应该是实实在在的生活改善,长虹通过提供更创意、更简单的生活科技,全面提升消费者的生活品质,以

力推C战略 长虹新品牌形象瞄准未来

适应现在及今后3C融合的需要。

“快乐创造C生活”既是长虹“观感就是标准”这一理念的升华,又是长虹适应3C融合新形势、适时调整的新战略。这标志着,长虹的战略重心已经发生了根本性变化,不再是单纯的传统家电制造商,而是逐步转变成为面向3C融合的“快乐创造”信息家电集成供应商,这对中国3C产业发展具有里程碑意义。

新平台:3C布局搭建完成

快乐创造C生活对长虹来说,并不仅仅是一种品牌理念,更重要的是,它是一种产业现实,也是中国家电产业升级、企业转型的新起点。

不容忽视的是,近两年来,

长虹一直按照“三坐标”的战略构想进行调整:在产业价值链方向,从整机制造切入上游的关键部品;在产业形态方向,切入IT、通讯等领域,加速发展信息家电;在产业商业模式方向,从整机提供发展到服务提供、内容提供。到目前为止,长虹3C产业布局已基本完成,成为中国最具影响力和竞争力的消费电子系统集成商和内容服务提供商。

尤其是在技术的积累和储备,长虹通过技术创新战略,已经搭建了“三大核心技术能力”:以虹微公司为主体的IC芯片开发能力;以长虹国家级技术中心为主体的嵌入式软件开发能力;以长虹工业设计中心为主体的工业设计能力。这三大技术都立足于3C信息家电,全力为消

费者提供聪明、舒适、酷的3C信息家电。

因此,对于长虹现状的定义,长虹公司董事长赵勇把它阐述为“一个调整的开始,一个调整的结束,一个调整的结束”。

随着“快乐创造C生活”新品牌形象的推广,长虹在研发、制造、服务等领域都开始围绕这一理念运营,为消费者快乐创造C生活。这在长虹的一些代表产品上已经得到体现。比如,长虹“视际通”,不仅可以看电视,而且还可以上网、打电话;而长虹数字客厅娱乐中心实现了影音中心、数码中心、信息中心和游戏中心四大功能的结合。这些都是真正意义上的3C融合产品,对当前的消费者来说就意味着一种更聪明、更舒适、更酷的生活体验。

新跨越:国际战略全面提速

当前,随着计算机、通信和家电产业之间的融合,“一切以应用为先”的3C家电应运而生。在这种形势下,家电企业必须实现由产品制造商向“生活方式提供商”的转变。这不但对我国家电业提出了更高的要求,也是未来世界制造业格局重新划分的重要依据。

从这个层面来说,长虹C战略是一条中国家电企业的国际新战略。当前中国缺少好“牌子”,原因在于没有找到好“路子”。只有以消费者为中心,为消费者设计生活方式,才能成为真正的国际级企业。长虹C战略的推出,标志着以长虹为代表的中国家电制

造业不仅仅是在制造产品,更重要的是在创造生活方式,这将成为中国家电业的核心竞争优势所在。

长虹相关负责人表示,当前长虹要以家电行业技术标准的制定者来要求自己,致力于创造符合中国消费者需求、有中国特色的快乐体验,在全球3C融合过程中取得领先优势。今后两到三年内,长虹要争取成为未来全球3C科技的领航者和3C生活的全面实践者,帮助消费者实现C生活梦想。

业内有关人士指出,随着3C融合的加快,世界制造业的格局已经完全打破空间和时间的限制。在这种情况下,一个产业要想高筑自己的优势,就必须形成一种超前的“产业共识”。而长虹的C战略就是在为中国家电业提供了这样一种“共识”——一种基于对未来需求准确预测基础上对消费者全新生活方式的打造,而这才是今后真正“中国制造”的道路所在。(CIS)