

■知无不言

土地产权绊住大银行回乡路



袁东

中央财经大学教授

人总是对家乡有着一生的惦念,我们读过怀念故乡的各式名文太多了。年龄越长,这种惦念之情愈浓。前几天,家乡一位公务员朋友到北京,叙谈时,我就很急切地询问老家的经济社会发展近况。我的家乡山东省寿光市现在越来越知名了。有媒体最近报道说,“蔬菜”是寿光的“名片”。实际上,蔬菜并不是这个去年财政收入超过20亿元县级市的最主要产业,却实实在在的是农民最受惠最直捷操作的一个产业。这位朋友介绍的一件事对我触动较大,由当地农民拥有并种植的蔬菜大棚共计30多万个,按每个大棚投资3万元计算,全市农民共有100余亿元资产分布在广阔田野里。

这事可是意义非同寻常。曾几何时,农村居民家徒四壁,除了土坯房子和几件简单农具,就再没什么“资产”了。而现今,家乡父老乡亲们仅在田野里躺着的“资产”就达100多亿元,而且是一年四季都在运营产生效益的资产,亦即,在农民辛勤劳动下不断产生现金流的资产,因而也就不是一般的财产,应属于带有“资本属性”(能够带来价值增值)的资产。农民拥有了“资本类”资产,是膨胀与做实其“资产负债表”的前提;他有了负债的需要与能力,后者尤其重要,此乃发育农村金融的前提;其次成就了其资产的增长,这是农民收入不断上台阶的基础。

跟家乡那位朋友见面的第二天,我便打电话给负责当地农村信用社(目前惟一留在农村地区的体制内正规金融机构)的朋友了解详情,更印证了我对农村金融必然因农民有了资本类资产而相对发展的看法:寿光农信社存贷款规模位居山东省各县市前三名,特别是用于“三农”的贷款占全部资产运用的比重比较高,农民有了不断产生收入流的蔬菜大棚(资本类资产),农信社就敢于、乐于给农民贷款,因为这地亩上值3万多元单个大棚的所有权完全属于农民,他可以拿来向农信社抵押;农民获得信贷支持,对大棚的投入就跟得上,收入就有保障,到农信社的存款也就多了起来,当地农信社存贷款规模便持续增长。

但全国大部分农村地区恐怕没有寿光那么幸运,大部分地区农信社的规模很小,农民从中得到的信贷支持极其有限。其实,寿光农信社的发展也有限,农民获得进一步信贷支持空间并不大,因为,农民用于抵押的主要资产也就是蔬菜大棚,绝大部分农户也只是拥有一到两个大棚,在大棚下的土地不属农民所有的情况下,这些大棚的价值便有限,农民所得到的信贷支持,也仅仅是满足维持既定规模蔬菜大棚简单运营之需而已。

由此,便回到了我上周在本栏提出的问题:任何经济体与自然人要想取得收入持续大幅增长的能力,必然是在有力“财务杠杆”——大量借别人的资本——撬动下获得的,也就是“借鸡下蛋”的信贷支持。现在,既然我们要下大力气“缩小城乡收入差别”,“大幅度提高农民可持续收入增长能力”,“调整农业与农村产业结构”以及“建设社会主义新农村”,光喊是没用的,非得靠大量资本的支撑不可!要根本解决“三农”问题,不能仅靠农村信用社以及“尤努斯小额贷款”力量,必要条件是大中型商业银行“回乡”,担当起农村金融市场发育与发展的主体和领导力量。

但是,农村土地制度是当前农村与农业领域无法获得中国主体金融力量支持的最大障碍。要想使体制内大中型商业银行“回乡”服务“三农”,必须改革现行的土地制度。

资产抵押贷款仍是商业银行放贷的基本方式,尤其是当前我国有关“破产法”尚不完善的情况下,商业银行更加看重抵押,这是必须面对的基本现实,非是对“信用放款”仅仅从道理或理论上的倡导所能改变的。作为将来可以获得大中额信贷支持的农村经济主体的农民而言,首先得使其拥有产权明晰与完整的资产(诸如我老家乡亲们所有的蔬菜大棚);其次得使这种资产足够大且能够带来可预期的现金流。

土地不光是农村最主要的资产,而且是不间断带来地租(现金流)的最大资本类资产(当前集中在各类金融机构的所有金融资产还不到300亿元,如果全国的土地按平均市价计算,则其总价值远远超过300亿元)。但要想使土地真正成为农民手中现实的资本类资产,农民必须对土地拥有明晰完整的产权,不仅要有占有权,使用权、收益权,更要有所有权,这后者是最为重要的,没有可用于抵押的资产,农民又怎么能获得大额信贷支持呢?

落实农民对土地的完整产权,不仅仅是农村金融市场发育发展的基本要求,更有利于解决当前困扰中国社会经济和谐发展的土地征用纠纷、土地交易市场建立健全、保护农地、农业规模化经营与农村经济结构调整、“土地财政”、农民持续增收、城市化过程中的农村人口转移、缩小城乡差别以及统筹协调城乡发展等一系列问题。

金融市场原本应是一体化与统一的,不该有什么农村金融市场与城市金融市场之别,一体化了的金融市场理应对一致的发展条件。最近公布的《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》提出了“完善农村金融服务体系”的明确要求,尤其是第一次明确提出了“家庭财产普遍增加”的目标,我以为,探索落实农民对农村土地完整产权,正是真正实现“农民家庭财产普遍增加”的宏伟目标的途径。

■眼观四处

中国基金业苦谋“蓝海”思维——机构新时代之二



李国旺

银河基金管理有限公司
市场总监

随着中国基金业日益对外开放,资本市场持续牛市,基金产品开发在加速,供给在持续上升,但是国内基金产品的需求似乎并没有同比上升。由于事实上存在的混业经营,券商、信托、银行及国外机构都在抢夺本土基金公司的客户,更不用说基金业内部的“红海”竞争,以市场份额为目标的客户争夺无所不在。

国内基金业发展时间较短,但发展势头确实威猛:基金营销从依靠银行和券商,到邮储到各种代理机构的逐步出现,再到自控渠道的初步建设;从有形交易到无形的网上交易,如此等等都是基于竞争的需要。基金品种从封闭式到开放式,从股票型基金到债券型、货币型基金,如今又有各种特色的股票基金

和指数基金出现,投资者几乎来不及适应新的市场供给,对名目繁多的基金名称往往无所适从。伴随着行业快速发展特别是产品供给爆炸式增长的,是投资者理念的相对滞后,需求没有跟上供给的步伐,基金业内部不可避免陷入在既定市场的“红海”恶性竞争的泥沼。

眼下,趋同的营销战略使得有限的基金业市场过度拥挤,基金业在营销市场中相对于渠道的地位越来越弱。按照常理,基金规模的扩大与品牌建设关系是正相应的,但由于投资模型的趋同,可以进入股票池的可供投资选择的上市公司相对集中,同类型的基金投资组合越来越趋同,单个基金产品的品牌建设变得愈加困难。由于投资范围受基金合同的限制,国内基金无法着手在世界范围的资产灵活组合配置,单个基金的品牌无法能以长线业绩为保障。在日益残酷的以价格竞争为主的“红海”竞争大潮下,是基金管理者改变千军万马过独木桥式的



习惯模式、停止以价格战为主要内容的竞争的时候了。业态的急剧变化,使得开辟新的盈利模式,跳出“红海”竞争思维向“蓝海”转型已经成为基金业发展的历史需要。

历史经验证明,公司无论规模大小,管理者无论年龄长短,产业无论朝阳夕阳,企业无论是刚进入市场还是已有根基,所有制无论私营国有,技术含量无论高低,注册地无论国别,都可以创造并占领“蓝海”。当某个行业刚刚发展时,企业不必非在既定的市场空间内白热竞争不可;应当善于在产业内拓展新市场空间,以期获得强劲的、盈利性的增长。由于选股模型和投资范围的局限,今天的中国基金业单个业绩品牌还没有超过5年以上保持领先地位的,虽然投资者正逐渐以品牌来选择基金,个别排名前列的基金出现特别热销的火爆场面,但一旦业绩不稳定,投资者随时可能弃之而去,新基金发行就会面临新的困难。为获得长期稳定的发

展,更好地回报投资者,停止相互间的恶性竞争,打消、最终放弃这种自相残杀的竞争,有必要拓展新的非竞争性的市场空间,即以“蓝海”战略思维创造新需求,吸引新客户,从而摆脱竞争,超越竞争。

基金业的“蓝海”存在于千家万户中,“为百姓家理财”和“为天下人运筹”,基金业才能开辟真正的“蓝海”。从海外那些名声赫赫的大基金的经历看,以百姓需求为产品开发和市场营销导向的产业边界的扩展和新的市场空间的创造,前景无可限量,具有不可估量的巨大潜力。老百姓的需求是逆升的,在解决基本生活需要后,随之而来要求市场提供享受、发展、安全需要的产品,因此需求提升将是理财产品开发的方向。基于老百姓需要的市场空间从来就不是既定的常数,因需求提升而产生的“蓝海”将随时间的推移而持续扩张。国外“蓝海”战略实证研究发现,86%的新成立企业是线性扩张的,即在已经存在

的“红海”市场空间内增长,它们对总收益和总利润的贡献分别为62%和39%。另外14%的企业定位于拓展“蓝海”,它们造就了38%的总收益和61%的总利润!

想要使以老百姓的需求为方向的“蓝海”战略有执行力,基金公司就得通过提供创新的产品和服务,去开辟并占领全新的市场空间,创造出巨大的客户需求。基金持有人向基金管理人购买的是新的“增长价值”,得到新的“投资效用”,即其投资有所增值。基金管理人是在向客户(持有人)提供增值服务的同时,管理收入有所扩大,在此基础上还得降低成本,进而得到新的“资本效用”,即利润增长。因此,以老百姓需求为产品开发和理财服务的基金业“蓝海”战略,提倡的是“价值创新”,由此开辟一个全新的、非竞争性的市场空间,差异化和低成本兼得。

我们望见了中国基金业的“蓝海”了吗?

■蓄势天津

从伊斯坦布尔看天津



王楷

天津滨海综合发展研究院
副院长

天津滨海新区的金融改革和创新,最基本的是金融手段、金融品种的丰富,然后才是带有突破性质的先行试验。

放眼国际,世界各国对金融的开放,新增金融业务都是很慎重的,其中道理无须赘述。往往试验是在国内划出一块特殊区域(叫什么名称无关紧要),给予特殊政策,这类类似于我国建立功能专一或多功能的开发区。据我所知,1998年,土耳其的伊斯坦布尔就在世界出口加工区协会(WEPZA)年会上,宣称该国要在伊市的自由区中搞T+Z的离岸金融业务试验。当时因与我们关系不大,我就没有详细了解。但2000年再度出席WEPZA年会时,伊斯坦布尔自由区的主席神采飞扬,已经晋升为土耳其的副外长,由此看来,想必是离岸金融业务的试验结果很不錯。这说明,发展中国家开放到一定程度,都要在金融上有所考虑和动作。由于种种原因,我们退出了WEPZA,不再是会

员单位,也就不知伊斯坦布尔自由区下文了。现在看来,不无遗憾。

后起的天津滨海新区被赋予了中国北方对外开放的门户的定位,在对外开放的前沿获得了诸多金融改革和创新的先行先试权,从银行混业经营、所有制改造,直到离岸金融业务,而是比较宽泛的。具体怎样试,正在加紧准备方案。从目前看,确定的两大动作是建立了总部设在天津的渤海商业银行和一只封闭式、契约式的产业基金。对于银行的作用和功能自不待言,产业基金的作用对滨海新区的发展非常重要。尽管开始时私募的总额只有几十亿元,规模不大,但关键在于其投入指向的意义。

滨海产业基金的使用原则有三:对大规模的基础设施建设的投入,这是显然的。因为按照规划,到“十一五”末期,滨海新区的基础设施总盘子为3000多亿,基金是其中一个融资渠道;其次是对中外合资企业经营效益好的,增资扩股时中方资本金跟进注入,以此确保合资企业进入收益期时的中方利益;其三是对有自主知识产权、有市场前景、进入扩张期的内资企业的资本金投入。这三个投资方向若能很严格把握,经营得当,规模不断扩大,对滨海新区的综

合发展和产业结构调整,好处近在眼前。

当然,产业基金不像证券交易所,可以一下子热起来,资金流、人流迅速涌动。办好产业基金最主要的不是聚集资金,而是管理好基金,在基金运作有效率的同时,形成多只基金的交易。我们的期许是,通过产业基金使顶尖管理公司云集,投资、转股、退出机制完备的基金市场形成,并尽快形成较大规模,活跃起来,逐渐跃出滨海新区和天津市的范围,发挥出对环渤海地区的金融辐射作用。这样的前景才是发展产业基金的真真正正的所在,这也是真正的难题。

联系到20号文件中央给的其他金融改革创新的政策范围,都可以先行先试,在一开始时,政府推动创造环境是必须的,但是金融业务、金融活动说到底还是金融企业的事情。因此,金融的活跃,要看目前金融业内的企业群体、决策者和专业人才在机会来临时的准备以及内在的改革、创新试验的冲动和魄力。政府既不能行政干预过多,也不能越俎代庖,要调动金融业内的兴奋和跃跃欲试才行。

在我看来,目前滨海新区的金融改革创新既急不得,又不能等,必须要双管齐下。内因是变化的依据,用一切力量调动起业内的积极性,解放思想、转变观念,按市场经济的思路去求金融发展是第一位的。

■边上人语

古今两位另类地方官



胡飞雪

职业投资人
自由撰稿人
现居河南平顶山市

大宋神宗熙宁年间,两浙地区祸不单行,闹了旱灾又闹蝗灾,农业歉收乃至绝收,粮食供应缺口巨大,以至于粮食米价暴涨。怎样度过灾荒难关呢?许多州县的父母官都在交通要道张贴布告,严禁商人趁火打劫,妄抬米价。但是,当时的越州知府赵闻道却反其道而行之,开动宣传机器昭告四面八方,鼓励有米的人任意加价出售,鼓励商人投机倒把、长途贩运。

应对手法不同,结果自然不同,严禁米价上涨的州县粮食始终紧缺,黑市米价依旧高企,死人依旧不断,而越州的米价很快就回落下来,而且供应也很充足。禁止米价上涨却禁不住,不禁米价上涨,米价反而不涨了,这种市场现象,在某些自诩为民父母的官员看来,实在是匪夷所思、莫名其妙。

其实,越州知府这样做是在利用供求规律和价格杠杆,是在利用辖区内、辖区外两个市场,是在利用商人的逐利本性。由于越州放开了粮价,商人得知这一价格信号后,跨州越县,把其他地方的粮食运了过来,供应增加了,粮食需求缺乏弹性,在需求达一定的情情况下,粮价自然回落。赵知府此招,表明他深谙市场规律、深谙人性心理。

其实,今天的很多人也不明白市场经济的常识,当某个明白人做出了符合市场经济常识的事情的时候,他们也是难以理解。最近,李昌平先生讲的一个故事(详见《上海证券报》2006年10月21日)即说明了这一点。1995年8月份,李昌平是湖北省监利县周沟乡的党委一把手,当时,该乡粮食收购任务是2700万斤,粮食市场价和定购价的差价每斤0.10至0.15元。省政府不准用差价完成任务,全省粮食市场完全封闭。为更好地完成任,在“粮食征购和税费征收动员大会”上,李书记讲了“七点意见”,其中一、三、四、五是关键内容:农民缴粮任务可以实物完成,也可以缴货币差价完成;全乡范围内的所有粮食关卡全部撤销,粮食在周沟乡自由交易,乡“公平交易执法队”要维护交易秩序;乡粮食加工企业要组织资金,带头收购农民粮食,乡政府球馆和礼堂等都暂时用以仓储粮食;财政账户上,可以借给政府的乡粮食加工企业、有信誉的私人粮食企业周转,专门用于收购粮

食;工作时限内,乡干部不准请假,完成任务后,放长假。

这“七点意见”给了农民选择空间,虽然可选择空间还很有限,但已属珍贵,如果一年四季农民都可向政府卖粮就更好了,当然这已超出李书记的权限。李书记深知市场远没有发育成型,许多事情不能完全交给市场经营者,政府不能撒手不管,尤其是在一个极端“不完善的市场”(Imperfect Market)。政府还要发挥作用,维护好交易秩序,提供法律支持,政府向市场经营者提供政府信用和流动资金支持,在金融市场功能极不完善的农村,这种支持尤为重要。

事实证明,这“七点意见”取得了成功:七天工作时间内,各村缴来的现金和支票高达1200万元,当年、历年的粮食和税费任务都结得一清二楚,四面八方的粮食源源不断地运来,四面八方的商人源源不断地送钱来定购粮食,周沟乡一时间车水马龙,所有生意人的脸上都挂满了笑容。

李书记符合市场经济常识的做法,为那些不懂市场经济、习惯于计划经济、命令经济的官员所不解,对周沟乡的特立独行另搞一套,县领导既急又怒,在周沟乡边境上部署警力和工商人员,围堵粮食入周沟,县四套班子以及各职能部门掌门人结队而至,严厉批评周沟乡的“无组织、无纪律、无政府主义”,并要求周沟乡主要领导对全县140万人民作出深刻反省,保证迅速纠正错误做法,等等。显然,这些批评是站不住脚的,李书记虽然没有按照计划经济、命令经济的那一套干,但他心中有市场,有农民,也懂得有所不为有所为,注重发挥政府职能,保护市场,帮助农民,他的做法,市场和农民已经投了赞成票。

重温赵闻道、李昌平两人的故事,启示在于:他们明了地方政府官员的权限与市场边界的关系,地方政府官员的权限是相对有限且清楚的,但市场的边界则可以四处扩展,一个政府官员,在谋划工作时,心中只要有人,把他们当成平等的市场主体,有地方内、地方外两个市场,并善加引导,提供保护给予支持,就会顺天意,得民心。赵、李就是地方官的另类,在古代中国,赵闻道这样的官员属凤毛麟角,难以形成主旋律,李昌平先生的官场命运也不妙,最终只能被迫辞职,辗转南北风尘里,只留下一点旧梦。

在中国,发展市场经济兴国裕民任重道远,有志于此者仍须努力!

■德鲁克在中国

学会有计划地放弃(下)



黄建东

北京光华管理研修中心
培训总监

有一家跨国公司是这样把有计划地放弃纳入工作程序的:

这是一家颇具规模的外包服务公司,它为许多发达国家提供服务。公司的每个管理层,上至高级管理者,下至每个领域的监理人,每月的第一个星期一是用来开“放弃”的会议的。在每次会议中,要检讨企业里的某个部分,比如第一个月,检讨某项服务;第二个月,检讨公司业务所涵盖的一个地区;第三个月的星期一早上,则检讨某种服务的方式等等。在一年内,公司从头到脚把自己检讨了一遍,包括人事政策。一年内,差不多有三、四个重大的决策是关于应该“放弃什么样的服务”,而有两倍的决策是关于“方法上应该怎么改变”。同时,每年由这些会议中也产生了三五个新主意。所有关于变革的决定——不管是要放弃什么,怎样放弃,要从管理层的服务,每个月都告知所有管理层的人员。而一年两次,所有管理层要提出报告,说明会后已经采取了什么行动,变革的结果如何。

联想在重新制定他们的战略时,决定放弃互联网产品等业务,回到个人电脑这个自己的核心业务上。夏新也表示今后“再也不会造车了”。这里,联想和夏新实际用的都是德鲁克主张的“有计划地放弃”的管理理念,回答的是德鲁克向企业的领导者

问的“我们的业务应该是什么?”这样一个关键问题。

管理者每天必须要高效地处理很多事务。为此,他们必须要专注。专注的第一法则就是要抛弃“行将就木”的过去,要立刻把组织内部最有价值的资源,尤其是弥足珍贵的人力资源从无效的领域中释放出来,并投入到充满机遇的未来中去。如果不能学会在系统中有条理地、有目的地放弃,一个组织就会被于应付各种突发事件。该组织内最宝贵的资源也会浪费在本不应该、或不再应该投入的事情上。因此,未来的机会也就牺牲在了昨天的祭坛上:因为组织内的资源,尤其是生产率最高的人才都束缚在了过去之中。愿意抛弃过去的公司寥寥无几,以至于很少有公司掌握着能把握未来的资源。

在1985年的著作《创新与企业家精神》中,德鲁克说:“凡是废弃的、过时的、没有生产能力,以及错误的、失败的和工作误差均予以放弃。”在同一本著作中,他还说:“管理层必须主动放弃它逐渐过时的产品和服务,而不能等到竞争对手来进行这件事情。企业必须把新事物视为机遇而非威胁。它必须今天努力致力于明天将与众不同的产服程序和技术。”

我们必须要有计划地放弃,管理者必须拟订一个系统的放弃策略。“要放弃什么”和“如何放弃”必须要有系统地做什么,“我们现在应该怎么做?”

根据德鲁克的研究,在下面三种情形下,应当采取的措施都应该是:直截

了当地放弃。

1. 第一种情形:如果一个产品、服务、市场或流程“还有几年好日子”可过,那么就应该选择放弃。正是这些夕阳西下的产品、服务或流程,常常需要耗费最多的心力和最大的努力,并且牵绊着生产效率最高、最能干的人。

2. 第二种情形:如果一个产品、服务、市场或流程唯一留存的原因,只是因为其在会计账目上,而没有任何其他价值的话,我们就应该将它放弃。从管理的目标角度来看,没有“不花钱的资产”(cost-less assets),只有“沉没成本”(sunk costs)。

3. 第三种情形,也是最重要的一个应该放弃的理由,就是为了保存而保存。其实,保留那些“行将就木”的产品、服务、市场或流程,反而使得处于成长期的新产品、服务、或流程受到阻碍或被忽略。

另外,在企业多元化的过程中,企业必须首先考虑的问题是:为了实现企业的使命,我们需要的最低程度的多元化是多少?接下来,还要问另一个相关的问题:我们能够管理的最大程度的多元化是多少?正确的多元化往往是界于这两者之间的。而且,多元化必须要有自己的核心竞争力。

有效放弃要求定期对每一种产品、每一项服务、每一个流程、每一个市场、分销渠道和客户,以及每一种最终用途进行严格的考察,这种定期的考察要贯穿它们的整个生命周期。

要真正有计划地放弃,管理者必须拟订一个系统的放弃策略。“要放弃什么”和“如何放弃”必须要有系统地做什么,“我们现在应该怎么做?”