

上市公司玩火高利放贷

痴迷于从委托贷款中获利让上市公司实业空心化和资金链断裂的风险不断放大

■ 本报记者 宋江云

在银根紧缩的宏观背景下,企业融资冰火两重天——中小企业融资异常艰难,上市公司却“钱多得花不完”。在此背景下,不少上市公司将委托贷款的生意做得风生水起。

截至 8 月下旬,沪深两市共发布 107 份委托贷款公告,涉及 52 家上市公司,累计贷款额度超过 160 亿元,同比增长近 38%。在上市公司发布的对外委托贷款公告中, 年利率最低为 12%,最高则达到 21.6%。

面对如此高的收益,不少上市公司对委托贷款自然趋之若鹜,利息收入甚至成了一些上市公司的主要盈利,因而被舆论批为“不务正业”。在反思上市公司“不务正业”的同时,有专家认为其背后更应该反思的是整个经济的大环境。

香港招银国际投资银行高级副总裁,战略与资本市场资深专家郑磊接受《中国企业报》记者采访时说:“造成这种现象的根源是实业环境恶化,民营企业缺乏支持,中小企业没钱,就设法找钱,而上市公司和大企业钱太多找不到出口。”

靠利息粉饰中报

在广告中自称“手机中的战斗机”的手机制造商波导曾因业绩不佳被戴上 ST 的帽子,而今沉默许久的 ST 波导又一次被公众所关注,不是因为业绩,而是因为 2011 年上半年占到净利润 50%以上的委托贷款收益。

ST 波导 2011 年中报显示,上半年公司实现归属于上市公司股东的净利润约为 3514.6 万元,其中,对外委托贷款带来的投资收益达到 1773.8 万元。光委托贷款给企业带来的收益就占到了企业净利润的 50.5%。而去年 ST 波导在委托贷款方面的收益同样非常可观。2010 年公司实现净利润约为 4225.9 万元,委托贷款收益约为 1628.9 万元,净利润中接近四成收入靠贷款获得。

据媒体报道,1 月 14 日,钱江生化宣布对外委托贷款 1.4 亿元, 年利率为 12%, 每年利息收入高达 1680 万元, 比其一季度 1369 万元的净利润还高。

今年 2 月 18 日,武汉健民宣布对外委托贷款 1.5 亿元,年利率为 20%, 一年利息收入将达 3000 万元,而武汉健民上半年的净利润也不过 3620 万元。今年 4 月公司已经到期收回浙金



在民间高利贷崩盘消息频出的背景下,上市公司也凭借资质优势,做起了高利放贷的生意。 CNS 供图

都房地产委托贷款 1 亿元的本金。如果按照剩余的委托贷款计算,一年下来武汉健民就可轻松获得 3000 万元的高息收入。相比之下,公司上半年的各项业务毛利率均出现下滑,公司的净资产收益率仅为 4.6%, 与 20%的贷款利率不可同日而语。

某财经网站统计发现,卧龙电气从银行获得的短期贷款有 10.87 亿元之多,而该公司又将其中的 2.2 亿元,以 15.6%的年化利率对外发放委托贷款,期限 4 个月,从中套利 663 万元。今年 3 月 30 日,卧龙电气与上虞市天道投资公司及农业银行上虞市支行签署《委托贷款合同》,委托该行向上虞天道贷款 2.2 亿元。

最初,三方约定委托贷款期限 3 个月。6 月 28 日,又因上虞天道公司收购上海长进置业有限公司股权事宜进展延期,对原委托贷款展期一个月。截至今年 7 月 29 日,公司已收回上虞天道公司全部借款本金 2.2 亿元,并已结清相应利息。

2011 年半年报显示, 卧龙电气 1—6 月实现营业收入 153187.12 万元, 归属于母公司所有者净利润

10740.28 万元, 完成基本每股收益 0.1563 元。虽然 663 万元套利收益与净利润相比并不起眼,但人们对卧龙电气的“头脑”佩服至极。

金陵饭店上半年的净利润为 2910 万元, 而其 5 月 27 日公布的为期一年的 2 亿元对外委托贷款为其赚进 2400 万元。

上市公司缘何爱放“高利贷”

据央行公布的 2011 年上半年社会融资规模, 委托贷款增加 7028 亿元, 增长率超过 120%。委托贷款占社会融资总量的比重达 9.1%。而上市公司委托贷款规模激增的背后是高收益的驱动。高利率的诱惑下,上市公司爱上“高利贷生意”,成为年度资本市场一大特点。

6 月 8 日, 香溢融通在公告中宣称, 委托中行海曙支行贷款 5500 万元给南通麦之香实业有限公司, 委托贷款期限一年, 委托贷款年利率高达 21.6%, 而目前, 我国一年期银行贷款利率为 6.56%。香溢融通的这笔贷款利率达到银行贷款的 3.29 倍。

数据显示, 香溢融通年初至今已经先后 6 次对控股子公司或对外提供委托贷款, 以至于业内人士称其为“最热衷于委托贷款”的上市公司。

一位不愿具名的业内人士向《中国企业报》记者透露, 在银根紧缩的宏观背景下, 中小企业很难从银行贷款, 而上市公司和大企业凭借资质优势, 更易在银行获得贷款, 且他们的融资渠道更多, 加之大环境下部分上市公司对于投资主业信心不足, 所以上市公司通过委托贷款坐收渔利, 也是理所当然的。

上述人士还说, 在委托贷款业务中, 银行并不承担过多风险, 委托贷款一般的流程是, 贷款人和借款人均有意向, 向银行提出申请, 跟银行就某些细节, 比如资金用途、期限、利率等达成一致, 银行在做出一番调查后, 便可按照细节代为发放。这个过程不需要占用银行的贷款额度, 同时银行收取至少 1% 以上的手续费。在这类业务中, 银行既不承担任何风险, 也不对任何一方负责, 还有手续费拿, 银行方面自然乐见其成。(下转第三版)

新闻分析



向左走,向右走?

——中资企业在澳大利亚的困局和在俄罗斯的转型

■ 新华社记者 傅云威 有之忻

近年来,中国对外投资持续快速增长,涉及领域也呈多元化布局,已经从传统矿业向食品、农业等领域扩展。

同是走出去,结局却不同。以中国投资者热衷的两个投资地——澳大利亚和俄罗斯为例,前者由于中资企业的盲目性,对投资矿业的风险评估准备不足,直接导致经营陷入困境;而投资后的中资企业主动改变了早期的粗放投资模式,强化品牌意识,吸纳当地劳动力,较好融入当地经济体系,完成了投资方式的转型。

投资陷阱与舆论漩涡

最新数据显示,今年 1 月至 7 月,中国对澳投资 16.8 亿美元,同比增长 102.5%。

然而,令人欣喜的数据背后,也掩藏着一些不尽如人意之处。部分中资企业反映,在投资环境和舆论环境方面,在澳打拼的中资企业仍然面临不少困难,其中包括投资陷阱和舆论漩涡。

以矿业投资为例, 记者日前在矿业繁荣的西澳大利亚州采访时获悉,一些中国投资者在涉足矿业时带有很大盲目性,某些人甚至认为进军矿业必然获利,在未做充分调研的情况下即匆忙投资,往往造成风险失控局面。

西澳大利亚州发展部长斯蒂芬·伍德接受记者采访时坦言,在矿业开发的热潮中,一些中介机构对某些中国投资者造成了误导,给后者带来损失,也损害了当地形象。

伍德表示,投资者在做决定之前,有必要对当地法律、法规、基础设施状况、环保标准以及劳动力成本等因素做仔细考察,避免跌入投资陷阱。他说,在高度市场化条件下,政府在具体交易中的作用有限,中资企业自己需要在鱼龙混杂的投资环境中保持清醒。

一位在澳大利亚经营的中资企业高管日前告诉记者,有以下特征的项目“不能沾”,即中方是大股东,而企业由澳方管理,中方在财务方面缺乏管制权。他提出,对中方“最保险”的合作方式是,澳方股份占大头,中方股份占小头,且由中澳双方共同经营管理。他还特别指出,管理层全是中国人也不行,很多当地事务“搞不定”。

传媒偏见也时常置中资企业于舆论漩涡中, 某些澳媒体报道中资企业收购行为时,有意无意之举与当地通胀高涨、环境退化、农民失地、国家安全受威胁等问题相联系。

部分中资企业已经开始注意宣传和公关, 力求既把事情做好,又把事情宣传好。在中国光明食品集团 8 月底正式收购澳大利亚玛纳森食品集团 75%的股权前夕, 光明食品通过当地公关公司向中澳媒体广发请帖, 主动安排光明集团高层接受采访,取得了良好的宣传效果。

或许, 打拼在人生地疏的异国他乡, 浸染于充满偏见的传媒资讯市场, 为当地带来资金、创造就业、改善基础设施的中资企业, 只有更多地与当地伙伴结成利益共同体, 更加善于和勇于彰显自身价值, 才能获得成功。

趋势性的高新化与品牌化

俄罗斯, 自然资源丰富、工业基础雄厚、劳动力受教育程度较高, 吸引着越来越多的中国企业前去投资。而中国企业“掘金”俄罗斯也正在发生趋势性变化。

根据中俄双方签署的联合公报, 在 2020 年前, 中国将向俄罗斯投资 120 亿美元, 用于俄罗斯境内能源、资源、基础设施建设等。

上海科威国际技术转移中心有限公司项目经理王利亚告诉记者, 从上海电器这样的大型国企, 到一些小型高新科技企业, 都已经或者有意向从俄罗斯引进技术。她介绍, 上海世博园内的无轨电车就是从俄罗斯引入技术的一个成功先例。“我们的思路是从俄罗斯引入部分技术后, 中俄双方达成协议进一步共同开发, 然后形成更为成熟的技术, 双方可以共同申请专利。这样有利于国内企业提升科技含量和品牌附加值。”

“选择什么样的合作伙伴和领域进行投资, 其中大有讲究,”俄罗斯圣彼得堡华人协会秘书长王威称, “一方面要吃透中俄两国政府出台的鼓励、允许、限制以及禁止的产业政策; 另一方面要切实熟悉合作伙伴的情况和项目投资的规模、技术、市场需求等细节。”

在应对此次金融危机过程中, 俄罗斯进一步明确了调整经济结构、转变增长方式的改革目标, 大力支持新兴行业发展, 并推出新一轮私有化方案。在王威看来, 利用这个机遇, 可以弥补国内能源和原材料开发领域以及同俄方合作研究开发的高新技术领域资源不足的问题。

在上世纪末, 中国向俄罗斯出口的商品并不少, 但打出自己品牌的却寥寥无几。不少俄罗斯消费者一听说中国产品便皱起眉头, 导致“中国制造”在当地推广缺乏社会基础。

随着时间的推移, 涉足俄罗斯市场的中国企业明显意识到品牌的重要性。其中, 华为、TCL、奇瑞是登陆俄罗斯的先行者。

王威分析认为, 上述实例对中国企业今后进军俄罗斯具有借鉴意义。“风险准备、守法经营、打出品牌、员工本地化是这些企业制胜的四大法宝。”

中国企业发出了强烈的投资合作意愿, 俄罗斯联邦工商会上海代表处首席代表沃多文表示非常欢迎。对于想进军俄罗斯市场但对当地市场缺乏了解的企业, 俄罗斯联邦工商会能够帮助企业进行项目评估、辅助企业同当地政府谈判、提供当地法律咨询等服务。

紫竹评论



论道达沃斯：高质量增长是个紧迫议题

■ 王敏 高立

2008 年波及全球的金融危机已历三年, 阴霾还未散去, 欧债、美债又相继袭来, 世界经济复苏重新蒙上阴影。在这种背景下, 西方过度杠杆化的经济增长模式遭遇了前所未有的挑战, 而新兴市场的经济增长模式也因遇到挑战而正力求转型。在这样的一种全球大氛围下, 今年的夏季达沃斯论坛将主题命名为“关注增长质量, 掌控经济格局”。

提高经济增长质量已成为一个世界议题, 但这一点对中国来说显得尤为急迫, 相关各方也越来越重视经济增长的质量问题。这么多年来, 中国主要还是在以高投资、高消耗的方式支撑经济增长的速度, 而经济结构不良、经济效益低下, 经济增长方式转变的效果不尽如人意。众所周知, 三十年来中国的发展没有足够重视环境成本, 没有充分注意到经济发展和环境保护、民众福祉之间的关系。对中国来说, 调控经济增长方式, 进行结构性改

革已成为未来发展规划的重中之重。

9 月 14 日, 国务院总理温家宝在达沃斯论坛开幕式上的演讲, 让人们看到了中国作为一个大国新兴市场的活力和信心: “有质量的增长”应该是全面、协调、可持续的增长, 有科技支撑和高科技含量的增长, 低碳、绿色和环保的增长, 惠及民生的增长。

在经济增长理论发展的 200 多年历史里, 人们一直把经济增长的数量问题当做是经济增长的全部内容, 却很少讨论经济增长质量的提高。20 世纪末, 随着各种经济增长质量问题的不断凸显, 对经济增长质量的研究才受到经济学界的广泛关注。未来的经济发展不应该只注重数量, 而更应该注重质量, 需要全面衡量增长质量, “增长就是好事”已不是正确的标准。其表现形式是, 有时经济增长了, 人们生活不一定更幸福, 所以也就不一定是高质量的增长。

虽然低水平、粗放式的发展长远来说难以继, 但只要 GDP 仍为现行

政绩考核的重要指标, 各地方要在全中国范围的竞争中保持地位, 就仍将在“GDP 崇拜”的老路上继续走下去。其他诸如技术创新、产业升级、环境保护、改善民生等虽然会越来越受到重视, 但它们或者难度较高, 或者要以牺牲 GDP 增速为代价, 在地方层面可能比较难以落实。

在新的视野之下, 经济增长质量是相对于经济增长数量而言的, 属于一种规范性的价值判断, 具有丰富的内涵和外延。经济增长质量是一个涉及与经济增长数量紧密相关的经济、社会、文化、资源环境等各方面因素的综合概念。

也就是说, 现在的企业不仅仅与盈利相关, 他们要做的是与社会、社区进行联系, 为自己的人文环境带来价值, 聆听社会环境的声音, 特别是在他们业务所在的地方, 能够为当地带来一些机会, 能够带来一池好水, 让鱼在里面自由地游动。

值得欣慰的是, 中国已经明确在这一问题上的发展方向。“十二五”

规划纲要已将“经济增长质量和效益明显提高”明确列入今后五年经济社会发展的主要目标之内。从绿色 GDP 到幸福指数, 再到民生指数, 我们在提高经济增长质量以及研究推广相关评价指标方面正在进行着大量的探索。

学者认为, 作为企业, 在经营之余还有很多的事情要做, 那就是尽量多地和社会各个阶层加强联系, 探讨一些企业发展的问题和社会问题, 包括杜绝不正当竞争以及如何善待环境等。通过这一系列的活动, 不仅为企业在社会上树立较好的形象, 更重要的是会促进企业不断提升对社会责任的认识, 最终实现企业的高质量增长。

在经济发展史上我们看到, 如果一个企业无法取得短期成功, 它必定无法取得长期成功。人的价值将会彻底改变企业的行为, 这需要企业把每一个个体的价值放在很高的位置。

(关于夏季达沃斯的相关报道见第四版)