

金融科技助力中国特色小镇发展

第十四届中国企业发展论坛2017中国金融科技创新峰会暨新一代互联网(IPV9)发展会议上,在以金融科技助力中国特色小镇发展为主题的对话环节,《中国企业报》社长助理左振乾作为主持人,圣康世纪投资控股(北京)有限公司CEO黄天生,乐赚金服联合创始人、产业金融CEO陈伟军,北京瑞德安泰投资管理有限公司董事长杨震,北京东正信科科技有限公司董事长葛旭东作为嘉宾,各抒己见,围绕主题进行了热烈的探讨,为与会人员做了精彩的内容分享。

黄天生:创新力和人口是特色小镇的核心力量



关于特色小镇,我认为两个字:“快、乱”。首先是“快”。2016年7月,三部委发文支持特色小镇发展,定的目标是到2020年要建1000个特色小镇,到目前为止,仅仅过了一年半,就已经建好接近500个小镇,到2018年也许就完成1000个了。

再就是“乱”。各地在申报特色小镇时候,很多县级政府包括市领导牵头,和我

谈发展特色小镇,但我从数据上看到有一些旅游项目的定位却不够准确。

特色小镇的根本是产业,可以为经济注入鲜活的力量,否则就不叫特色小镇了。在某些地方有传统的产业,也有新兴产业。对于传统产业,可以把产业集群,但不要做成产业园,可以“+互联网”,做升级。对于新兴产业,起步的时候因为涉及产业群的聚集,压力会比较大,也不一定适合做特色小镇。

特色小镇其实是双创的延续,要坚持创新。我投资有一个标准,首先要对当地进行考察,除了创新能力以外还要看人口。特色小镇也一样,如果特色小镇的人口聚集不起来,将会是失败的。所以我个人认为这是做特色小镇比较关键的两个点。

目前的现象是,政府资本和民营资本结合在一起做特色小镇,大方向肯定是好的,但是民营资本的盈利模式就是盖房子,比如南国置业、华夏幸福、华侨城。特色小镇建成以后,产业流入的税收给政府,利润给企业,所以目前应放下脚步思考一下特色小镇的盈利模式是什么样的,怎样对社会资本更加有利。

杨震:金融服务助力特色小镇建设



近期,瑞德安泰针对特色小镇推出了一项服务叫领头服务,从三到四个龙头企业中找到一家,由我们领头,写尽调报告(尽职调查报告)、募集资金,跟投的公司规模控制在几个100亿以上的公司,以及几十个10亿以上的公司,这样就可以有比较清晰的资金面。例如,我们在做的茶叶小镇,在全球茶叶行业中,绿茶的

出口量是最大的,并由中国最大的公司经营。对此,我们把银行的销售渠道打开,比如买一些茶叶行业的边缘企业,运用并购的手段进行并购、运营,再并购,这些核心工作都是通过领头来完成的。

我们和圣康在资金端有一个合作。从圣康依托《中国企业报》集团管理的园区中,选出哪些企业是有合作意向的,由私募基金提供资产端并进行筛选,之后交接给我们,我们作为资金端和《中国企业报》集团进行合作。资产端和资金端结合就是尽调报告,其后端需要有一个法律界的律师团,我是人民大学法学院博士后,和一大帮人大法学院的同学组成了小法律天团,给尽调报告做法律方面的法律保障。

小镇由来已久,2016年,作为供给侧结构性改革的代表,发改委和住建部启动了国家特色小镇的工作,为传统的特色小镇注入了新的内涵。《中国企业报》集团投身小镇建设,作为探路者,国家首批特色小镇发布之前,《中国企业报》集团就提出了相关战略,在国家“千企千镇工程”的建设当中,起到了非常重要的探索作用。

陈伟军:产业为本金融助力方能发展特色小镇



海尔做白色家电已经有30多年,乐赚金服是海尔金控发起成立的互联网金融科技有限公司,是海尔孵化的小微企业,孵化的第一步是立足于产业,对产业的上下游做服务,发掘众多的需求。但在这个领域中,我们的天花板就是海尔的天花板,因此我们会考虑从海尔的产业链出发,从白色家电领域开始,逐步进入到工业制造等其他领域。

对于特色小镇建设方面,我们更多的是为其中的企业提供金融服务。特色小镇一定要有产业,否则就是无源之水、无本之木。而做金融一定要有敬畏心,要把握产业风控和经营的边界。

参与到特色小镇的好处在于,让我们的风控系统能够更聚焦,并能深刻体会到特色小镇的业务模式和产业是怎样运转的。另外,小镇里面有完整的生态,产业链比较透明,一旦出现风险,可以更快的处置变现。但也要考虑到特色小镇的系统性风险,如果某一个产业出现问题,可能影响到整个小镇的运营。

我们做金融的时候更关注熟悉的和能够密切配合的领域,比如产业园区会提供很多包括数据方面的支持,这为我们提供了更为完整的信息链条,因此双方可以顺利地进行金融合作。特色小镇的建设和金融是密不可分的,金融企业也非常愿意加入特色小镇的建设当中。

葛旭东:特色小镇为地方政府迎来风口



特色小镇为地方政府迎来风口,因为这个小镇有特色就有热钱会来。

在真正的产权方有几个基本的特点。老话讲“要想富先修路”,如果人流量达不到,别指望特色小镇的“特”被天下人所知道。在“特”的文章上要做深,“特”的种类有多少,“特”的文化深度或者产业深度有多少,做一个放射性的坐标,看自己

和左邻右舍的关系是什么样子?

重庆市的长寿湖如果规划好了,一年会有近3000万的旅客,将打造26个类似微缩主题的迪士尼,就产生了客流量。地方原来没有特色产业,如何打造一个特色产业;原来有特色产业,怎么样让它变得特别有特色,使周边没有你有特色,实际上这是县级领导需要考虑的问题。

另外,要把钱的文章做好。常听说某个地方的贫困县动辄发一个50亿、100亿的基金,往往两年一个亿的基金不能到位,当地又开始扭转土地、配套资源,导致老百姓怨声载道。有的地方反其道而行之,把钱投放到老百姓身上,让老百姓变成特色的一部分。

资本趋利,资本特别“胆小”,资本方的钱里面,属于自己的特别少,往往都代表了很多资本方的钱,大家要找到好项目一定要对前期的产业规划非常清晰。而当中真正的劣后就是托底方,每年财政预算给你钱,但是领导换届了,后面会怎么样,我们画一个巨大的问号。

真正的大IP、大媒体,使劲帮你宣传、造势、搞活动、搞推广,这往往是拉动人流量的利器。

[本文根据第十四届中国企业发展论坛2017中国金融科技创新峰会暨新一代互联网(IPV9)发展会议对话环节嘉宾现场发言编辑整理。]