

新疆经济将迎密集政策利好

□本报记者 周浙玲

中国证券报记者从疆内多位知情人士处获悉,在定于今年6月召开的第二次中央新疆工作座谈会上,中央将根据自治区政府及新疆生产建设兵团提出的实际需求出台相关政策。

市场上早已流传“第二次中央新疆工作座谈会或将拉开丝绸之路经济带协同发展序幕”的说法。事实上,自治区和兵团的各种文件已经将新疆建设丝绸之路经济带的政策方向一一展露。

新疆维吾尔自治区党委书记张春贤提出,要结合新疆实际,紧紧围绕使市场在资源配置中起决定性作用,加快推进重点领域和关键环节改革。一是深化国有企业和国有资产管理体制改革;二是推进资源性产品价格改革;三是全面深化农村改革;四是深化行政审批制度和政府机构改革;五是

是积极推进煤炭资源税改革和其他财税改革、金融改革工作。

乌鲁木齐市市委书记朱海仑则明确提出,要促进与中亚城市“政策沟通、道路联通、贸易畅通、货币流通、民心相通”,启动“交通枢纽中心、商贸物流中心、金融中心、文化科技中心、医疗服务中心”规划建设;争取批准设立亚欧经贸合作试验区,探索实行特殊体制和特殊机制;加强与国内外地区和城市合作,共同建设产业合作园区;尽快建立综合保税区,推进通关便利化;争取国际航班“经停”等政策,协调航空、铁路、公路等部门拓展国际陆路联运线路,加快空港物流业发展;研究区域性国际金融中心建设,尤其是抓紧建设结算中心、外汇交易中心、股权交易中心和大宗特色资源产品期货市场;制定并实施扶持金融产业发展政策,加快国际金融城市建设。自治区发改委主任张春林也在自治区发改委年度

工作会议上指示,要积极依托喀什、霍尔果斯两个经济开发区,支持企业扩大对外贸易,支持一批境外能源建设项目,加强与周边国家的投资合作。

自治区国资委新近出炉的《自治区国资委2014-2020发展纲要》草案,更为自治区国企改革指明了方向:基本思路是坚持稳中求进、改革创新,以有利于长治久安为目标,以“一二四五十”为抓手,优化经济布局结构,不断提升国有经济的活力、控制力、影响力,以自治区经济的持续健康发展促进社会稳定和长治久安。其中,“一”指抓住一个特色,发展特色经济;“二”指坚持实体经济和金融产业“两翼齐飞”;“四”是力求与民营企业、中央企业、19援疆省市国有企业以及地州市国有企业和兵团国有企业合作的“四轮驱动”;“五”为分别做好深化改革、规划、管理、党的建设以及文化建设等五项重点工作;“十”是实现“双十”目标,到

“十三五”末,在国资委直接监管企业、控股企业、大股东企业中要至少拥有10家上市公司,至少在10个以上地州市拥有共同控制的、有影响力的股份公司,确保以净资产为代表的

主要经济指标翻两番。在深化新疆国有企业和国有资产管理体制改革的大前提下,张春贤强调,要重点推进新疆地方国有企业和民营企业直接参与部分油气区块勘探开发。《自治区国资委2014-2020发展纲要》草案也多处涉及油气改革,提出要充分发挥市场在资源配置中的决定性作用和混合所有制经济

的优势,先行先试,积极推动油气资源开发改革,逐步提高油气资源开发市场化程度。疆内一位长期从事政策研究的资深人士认为,如果第二次中央新疆工作座谈会的政策出台原则真的是基于新疆的实际诉求,新疆的油气改革有可能会独立并早于全国的油气改革。

“留守”董事曝家丑 *ST国恒经营无主无序

没有董事长和总经理、工资无人发放、差旅费用无法报销……4月14日晚,*ST国恒“留守”董事会发布公告,透露了目前公司经营无主、无序的现状。

自2014年以来,*ST国恒相继曝出大量信息披露违规、债务纠纷等问题。尽管公司发布了多份自查报告,不过许多历史问题依然疑点重重,导致这一局面的重要原因是——了解内情的高管和股东早已“跑路”,而“留守”的董事也即将在今年5月“散伙”。

2014年1月8日,*ST国恒原总经理蒋晖辞职;3月15日原董事长蔡文杰也辞去职务。截至目前,*ST国恒总经理职位已空缺3个多月,公司董事长职位已空缺1个月。自2014年3月15日至今,公司董事会成员只有5名,为成员人数法定下限。

“公司各部门人手严重不足、公司对历史问题自查阻碍重重、公司融资渠道堵塞、公司工资无人发放、公司无法报销审计差旅费用。”*ST国恒剩余的5位董事认为,他们既对公司历史问题不了解,也对公司未来发展方向不明朗。并且,这届董事会在今年5月份即将到期,不宜从现任董事中推选董事长、总经理。

除了高管离职之外,*ST国恒原第一大股东深圳国恒实业的股份于今年1月被强制卖出。目前,*ST国恒第一大股东是泰兴市市元投资,该公司的两位股东分别是扬子江船业的董事长与副总经理。

据董事会透露,他们于3月17日发函,提请公司第一大股东尽快提名、增选董事,尽早确定公司第九届董事会人选,并且提请其于3月21日前根据了解的情况向公司及中小投资者告知对公司未来的规划。但截至本公告日,*ST国恒董事会没有收到第一大股东的回复。(钟正)

*ST长油一季度亏损2.56亿元

*ST长油4月14日晚发布2014年一季度报,公司实现营收16.65亿元,同比下降13%,亏损2.56亿元。

因连续四年亏损,上交所于2014年4月11日作出终止公司股票上市的决定。公司表示,为了消除终止上市情形,尽早实现公司盈利和净资产为正,为重新上市创造条件,公司将通过减值、处置老旧船舶等方式,调整资产结构;通过剥离亏损资产、债务重组、引进战略投资者等方式,调整资本结构;通过多种途径,优化船队结构,适应未来市场竞争;立足主业进行相关多元化发展,优化业务结构,减小市场周期影响。(张玉洁)

华夏幸福前三月销售破百亿

华夏幸福4月14日晚发布1-3月经营情况简报。1-3月,公司整体实现销售金额109.06亿元,同比增长56.20%。签约销售面积达90.4万平米,同比增长23.43%。

产业新城开发建设方面,园区结算回款额和产业园区配套住宅签约销售额共计达93.54亿元,同比增加87.08%,销售面积达72.88万平米,同比增加59.93%。城市地产及其他方面,公司实现销售金额15.52亿元,同比下降21%,销售面积达17.52万平米。(张玉洁)

多点创新发力 建行“贷动”小微共成长

“感谢你们解了我的燃眉之急!”福建古田县某菇品公司林老板发自内心的感叹道。原来,凭借其企业及个人的良好信用,林老板获得建设银行福建古田支行的“信用贷+善融贷”,额度达95万元。

这仅仅是中国建设银行积极探索小微企业金融服务长效机制中的一个缩影。的确,建设银行从战略层面高度重视服务小微企业,通过平台搭建、产品及营销模式的创新等多点措施满足客户需求,带动小微企业共成长。建设银行近三年,已累计为20万个小企业,发放超过2.2万亿元贷款,间接提供超过2000万个就业岗位。

“善融商务”力推小微企业成长

随着网络媒体的蓬勃发展,网络营销是未来商业银行市场营销的重要方法和主要方向。建设银行把握这一趋势,积极利用“善融商务”服务小微企业,解决了“银行不知道客户是谁,客户不知道需要的产品在哪里”的问题,实现善融商务交易平台向“交易+营销”服务平台转变的基石,也给小微企业客户带来全新的贷款体验。

中原耐火材料有限公司(以下简称中原公司)位于古都洛阳东部偃师市,是一家从事耐火材料产品研发、生产、经营的高新技术的小企业。近年来,该公司一直希望拓展销售渠道,增加销售量,扩大公司规模。但由于自有资金有限,入驻知名电子商务平台和扩大产品采购均需要大量资金,这一愿望一直未能实现。

在了解到客户符合入驻“善融商务”条件后,客户经理向中原公司介绍了善融商务能够免费入驻,并可方便、快捷地获取融资后,该公司进驻了善融商务平台,之后就开始在商城上进行店铺的布置和产品的销售。

随着“善融商务”平台企业商城知名度不断提高,中原公司在商城中的业务飞速发展,成交量日益增长。基于其在“善融商务”中较为明确的交易行为和交易记录,建行经过对客户经营情况的综合判断,采用“绿色通道”,3天内完成了对该公司贷款的申报、审批工作。中原公司欣喜地从建设银行获得了一笔500万元的资金贷款。



建行四川省分行开展小微企业金融产品宣传,助力小企业主破解融资难题



建行辽宁省分行积极参加“小微企业金融服务宣传周”活动

为了更好的服务中原公司,带动企业发展,洛阳分行根据客户销售、结算等实际情况,积极向其推荐使用善融商务平台其他服务,实现公司销售、结算、融资一体化,为客户搭建了一个广阔的市场平台。

目前小微企业面临着融资难、融资贵的问题,即使融资成为可能,但融资手续也是非常复杂,企业的线上交易与线下融资是完全割裂的。但建设银行的善融商务让小微企业的线上交易、线上结算、线上融资同步进行,解决了众多小微企业生存与发展的

创新产品增信小微企业

近年来,小微企业发展迅速,对增加就业、活跃市场、改善民生、推动创新、稳定社会发挥着不可替代的作用。然而,小微企业仍然是国民经济发展中的薄弱环节,在当前复杂的经济金融形势下,由于大量优质小微企业缺乏有效抵质押物,增信问题已成为小微企业融资难的一大根源。

针对这一问题,建设银行结合贯彻落实国务院《关于金融支持经济结构调整和转型升级的指导意见》的有关要求,研发了“保贷通”产品,通过加强与保险公司合作,充分挖掘保险工具的增信作用,提高小微企业融资增信能力,实现了对小微企业风险缓释措施的创新。

据了解,该产品主要具有以下特点:一是违约即付的赔付要求。保险公司先行调查,评审通过后出具《承保意向书》。客户违约时,保险公司按照约定进行赔付。二是差异化的流程设计。针对评分卡和评级两种信贷业务模式,在调查、评价、贷后管理等环节设计了差异化的流程,进一步适应小微企业差异化特点,提高服务效率。三是灵活的赔付模式。设计了一般赔付和快速赔付两种保险赔付模式。

营口某商贸有限公司处于发展初期,规模及实力较小,难以提供有效抵质押与保证措施,公司向多家银行申请贷款均无法获得支持。市场前景良好,公司却无法施展优势,只能原地踏步。建行辽宁营口分行了解到这一情况后,主动向该公司推荐建设银行的“保贷通”产品,并积极联系保险公司,为其牵线搭桥。最后在获得保险公司“履约保证保险”后,该公司获得了400万元“保贷通”贷款。

“建设银行这笔贷款不仅救活了我们,还助力我们的业务上了一个台阶”。该公司负责人激动地对建设银行送上的“及时雨”表示感谢。

这是建设银行快捷、高效为小微企业增信的一个生动案例。“保贷通”产品的推出为建设银行服务小微企业贷款品种再添“新兵”。据悉,截至2013年12月末,建设银行小微企业“保贷通”已经为154户企业提供了贷款资金支持,有效地满足了小微企业客户的资金需求。

创新营销模式专注服务小微企业

小微企业数量庞大,传统一对一的单兵作战方式成本高、效率低。同时,随着经济的发展,小微企业集群化特征日益明显。为此,建设银行改变过去单个客户的营销模式,建立了围绕“一圈一链一平台”(即商圈、产业链和政府、担保公司等增信平台)的批量营销模式。

该营销模式通过先行规划,找到圈内、链内、平台内小企业客户群体的融资需求共性和共同风险特征,设计统一的小微金融服务方案。然后以商圈管理方、产业链核心企业、第三方平台等为批量营销切入点,利用这些合作方的资金及信息为小微企业融资增信,并合作对客户群采用统一的风险控制方式。从而实现批量式、标准化地为小微企业办理信贷业务,这种以点带面的一对多营销大大提高了服务效率。

湖北省中百集团主要从事百货销售业务,拥有近3000家供应商,主要是小微企业。这些供应商在资金周转上存在不同程度的流动性不足,特别是季节性融资需求较大,由于缺乏足够的抵押物,很难获得银行传统信贷的支持。一些大好商机因资金不足白白错过,有的企业甚至不得不依靠成本高昂的民间借贷资金维持运转。

对此,建设银行湖北分行应用批量营销模式,根据小微企业在中百集团的销售业绩等各类数据,设计了专门的融资服务产品“中百易贷”,为小微企业发放信用贷款,因而加快供应链小微企业资金周转。目前已有59家中百集团的小微供应商获得贷款1.2亿元。



建行客户经理深入小企业了解生产经营情况