

上市公司金融理念及金融创新探讨

周晓建

(华侨大学 财务处,福建 厦门 361021)

摘要:当前中国特色社会主义经济体制下的金融活动十分活跃,顺应供给侧改革的发展趋势,并且根据供给侧改革的实际需求来相应地调整上市公司金融理念及方式方法,是决定上市公司金融营收与成本管理的关键。

关键词:上市公司;受众需求;利率市场化;营收与成本管理

分类号:F275 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-1395(2017)06-0073-04

当前,供给侧改革势在必行,开展上市公司金融理念的宣传普及,对于加速和推动供给侧改革、助推经济发展方式的转变、增强群众对于金融领域事项的参与度以及增强人民群众的生活幸福指数具有十分重要意义。鉴于金融相关知识在社会各个层面的宣传普及和广泛应用的不同程度,现阶段开展上市公司金融理念宣传普及的路径设计就必须因地制宜、因势利导,根据社会不同层面对于金融体系的不同了解和参与程度、实际需要与实践应用,进行全方位、多维度、多样化以及应用性能较强的路径设计。

一、现阶段上市公司强化金融理念的必要性

除了中国以外,绝大多数发达及发展中国家,都经历过或正在经历着一场经济发展模式的蜕变与重生。那么,是否能够在转换期实现顺利转型,则决定着下一阶段发展的方向与质量。这其中就有一部分低收入国家,几经努力,最终成为“中等收入国家”,但因为发展内生动力不足,而长久徘徊在同一较低的发展水平止步不前,使跨越式发展俨然成为一项旷日持久的“未完待续”^[1]。那么,这其中的动力和希望,究竟应该来自哪里呢?

2013年11月2日,中国国家主席习近平在人民大会堂会见21世纪理事会北京会议外方代表,阐述了中国的发展道路、改革开放、经济形势和对外政

策。习近平指出,我们对中国经济保持持续健康发展抱有信心。中国不会落入所谓中等收入国家陷阱^[2]。习近平总书记的论断,是基于深厚的道路自信、理论自信与制度自信。中国金融体系的深化改革,将在新时期赋予金融经济活动以更多开拓与创新。中国特色社会主义旗帜下的金融体系在新时期下的发展与蜕变,为中国经济的发展与腾飞创造了先决条件,金融发展方式的转变、金融活动理念的创新、实体经济销售模式的变化以及新经济体系所引领的人才及资源的流动与共享,都为新经济环境下的新常态经济体提供了发展依据。

二、基本受众及路径设计

对于现阶段下中国金融体制的发展以及转型升级而言,强化上市公司金融理念对于供给侧和需求侧的积极作用显而易见。总的看来,在现阶段的中国金融体制下的上市公司金融理念宣传普及工作的主要受众群体,主要集中在银行业、投资业、服务业以及普通金融交易参与者几个层面。鉴于现阶段社会金融体制的转型升级、金融手段的丰富多样化、互联网格局的进一步升级以及金融领域风险共担模式的逐步被认可,越来越多的人愿意融入到广泛的金融活动当中来,在交汇互通信息与分享利益的过程中实现资源共享、互利多赢。

银行从业者、投资行业从业者、普通群众等,都

收稿日期:2017-09-08

基金项目:福建省高等教育改革研究项目(FJ160017)

作者简介:周晓建(1982-),男,福建建瓯人,会计师,主要从事财务管理研究。

是当今金融体系相关活动的普遍受众。立足于金融活动受众群体的各自特点与相互区别,上市公司金融理念的宣传普及就需要做出相应的补充与调整。当前雨后春笋般金融产品模式的不断涌现,也为受众参与金融活动提供了可能。

专家认为,投资机构所倡导的P2C(个人与企业)的借贷模式更接近于众筹,互联网P2C小微金融模式不仅在年化收益率上对投资者有着极高的吸引力,线下金融担保机构的多担保合作体系也从根本上解决了互联网金融风控诚信的原则性问题,让专业的机构做专业的事,是投资机构的结构化设计理念,通过P2C模式可有效整合各角色参与度,高度发挥各自优势,实现资源高效利用,帮助广大中小企业“速效”融资,并让投资者的收益最大化体现,从而实现多方共赢。因此,为了能够让这种近乎众筹而又减缓风险担保的运作模式,实现了越来越多有财富梦想的普通受众参与其中。那么,要实现这种受众参与度的逐渐提升,并能够从中衍生出更为优质高效的金融合作形式,则需要上市公司金融理念进一步强化。按照不同行业以及不同受众的区分,上市公司金融理念宣传普及的工作路径呈现出多样化、多层面化的状态和形式,具体如下。

第一,专业技能辅导授课及行业培训、讲座形式。针对金融专业机构以及金融相关专业机构的工作需求及岗位设置要求,上市公司金融理念在金融专业领域的宣传普及主要集中在权威讲师、专家授课以及主题讲座的形式层面。在员工或专业金融工作人员不断学习与接受课程的过程中,不断丰富上市公司金融理念,持续接受与时俱进的新型金融活动模式,体验新型金融模式上线体系,从而更好地为社会金融参与者服务。

第二,户外宣传及当面沟通形式。针对上市公司金融理念相对匮乏、金融信息相对闭塞的地区及范围,比较适合户外宣传模式或派驻专业上市公司金融理念普及人员与受众当面沟通、答疑解惑的形式进行宣传普及。针对广泛的大众群体宣传普及上市公司金融理念,需要通过悬挂宣传条幅以及设立彩虹门等形式,壮大活动影响力,同时通过印发宣传单及内容简报等纸质媒介,通过当面沟通的方式向群众传递金融领域信息,普及金融活动知识,壮大金融活动参与者队伍。

第三,媒体频道专题节目普及展播平台发布。借助专业媒体平台及广播电视频道优势,扩大上市公司金融理念宣传普及的力度、广度与深度。在媒

体宣传平台之上,上市公司金融理念传播的受众群体得到了最大化的扩展。不分年龄、性别、行业的受众均能够在媒体平台之上获取自己需要的金融信息以及上市公司金融理念,从而服务于自身期待进行的金融活动。在这种知识传送及获取的过程当中,潜移默化地巩固了金融活动固有的参与人群,更在一定程度上有效挖掘了能够参与金融活动的潜在客户与隐形群体,对于丰富与壮大金融体系的活动与体量具有十分重要的意义。

三、深化改革环境下的金融演变与管理创新

(一)固有金融机构运作机制的弊端

金融企业作为经营货币的特殊企业,具有高风险的特征。实践表明,一个地方经济比较落后、信用意识差、金融部门与地方政府关系僵化、逃避银行债务严重的地区,大多被金融部门视为高风险地区,在信贷支持、结算便利、政策优惠等方面将会受到很大制约。也就是说,金融风险呈现出地方化、区域化的趋势。对于固有金融机构运作机制来看,金融业以大规模扩张、利差收入、大项目、大客户的外延粗放增长的运营弊端依然存在,对于金融机构而言,在成本管理方面依然存在着“崇尚规模至上而导致效益减缓或降低”的问题。从客户规模来看,依然存在客户数量越多越好的误区,从而导致对于客户贡献度的关注越来越少,而对于低贡献度的客户淘汰制度不健全;从存贷款规模来看,依然存在着存款、贷款数额越多越好,甚至保有大量高息机构存款、协助、促进客户压缩利差,用高成本金融产品对低成本金融产品进行淘汰等现象,从而导致资金严重富余;从人员规模角度来看,依然存在着工作人员越多越好的误区,甚至秉承着无孔不入的扩大规模的机会,导致人员冗余,低素质员工与高素质员工不能有效区分,继而导致了大量附带优质客户的流失;从费用规模方面来看,存在着认为费用越多越有利的误区,从而导致非正常支出大面积出现,继而导致员工激励佣金不足以促进激励、权责不清、职责不明的一定程度的恶性循环出现。

就目前金融机构运营大体情况而言,各个现金柜台基本被大量的大众客户所挤占,优质客户一定程度形成流失,而高成本客户群体又呈现出庞大的趋势,从而导致业绩主体收入的下滑以及业绩主体成本的长期居高。

(二)演变

第一,金融全球化及中国金融业走向综合经营的趋势。随着分业经营弊病的日益显现以及经济全球化必然面临的国际竞争压力增大,决定了我国金融业必然由分业经营向综合经营转变。事实上,目前在银行、证券和保险业实践中已经出现了一些具有综合经营性质的新的金融服务项目,业务合作和业务渗透不断扩大和加深;综合经营机构已经出现,产生了多种类似于金融控股公司的模式,如“光大模式”、“中信模式”、“平安模式”等。这不能不引起我们的进一步思考,即如何应对综合经营所带来的监管体制的挑战。

第二,本外币资金运行一体化趋势。随着我国加入 WTO 后逐步融入国际经济贸易体系,外贸依存度、外资依存度逐步提高,多年来保持了经常项目和资本项目的双顺差的格局,本外币资金的替代作用在增强。事实上,自 1996 年底实现了人民币经常项目可兑换以来,人民币资本项目已实现了部分可兑换。随着 QFII 额度和 QDII 制度的相继推出,人民币资本项目自由兑换不再是遥远之事。

四、我国金融改革的路径

在全球贸易日渐频繁,金融流动日趋加速的发展环境下,经济危机所带来的蝴蝶效应遗留问题已经伴随着积极主动的改革与变化而逐渐消散。然而,面对着全球经济增速整体放缓的下行压力,银行业也在不断探索与创新中,为谋求新的经济增长新途径而上下求索。因此,利率市场化将成为中国银行业提升增收业绩的有效渠道之一。这些具体举措在一定程度上,整体呈现了中国利率向市场化方向进发的有利讯号,同时也为谋求新增长点,加速中国利率市场化进程发挥出不可替代的促进作用^[3]。从金融理论概念的定义来看,金融机构在货币市场经营融资领域的利率水平由市场供求决定的基本模式,叫做利率市场化。虽然利率市场化是金融机构自主调节利率的结果,但是其利率的浮动也不能无章可循。利率市场化的最终底线,还是要以中央银行的基准利率为基础利率,借助货币市场利率这个作用中介,根据市场的供求关系来最终确定金融机构对外贷款的利率水平,并形成利率市场化的基本体系与机制。

金融机构作为银行业的重要成员,也不可避免地存在着与利率市场化的交集与共融^[4]。在适应新经济背景的趋势下,传统银行业务简单依靠吸存放贷而获利的模式已经不在适应时代发展的需求。为

了更好、更快地适应新常态下经济体制的改革与变迁,更准确、更高效地谋求银行业发展新亮点,很多股份制银行相继出台了多种新型措施,来配合银行转型的发展思路与规划。

综合归纳银行机构应对利率市场化大趋势的多种措施来看,成本管理将会成为银行机构有效推进利率市场化的有力武器。根据银行机构的自身属性,银行机构立足成本管理的角度来实现营收提升的变化过程,实际是银行管理环境的一次大变革。银行机构利率市场化改革的根源,是由一定环境变化引起的。从管理体制来看,利率环境是从利率、汇率的管制到金融市场化的环境变革;从信贷环境来看,是从紧张的信贷资金状况向信贷资金流动性过剩的转变;从费用领域来看,银行机构的刚性费用已经变更为弹性费用;从财富管理角度来看,银行机构已经实现了从资金筹措到财富管理的转变,促使传统的中间业务市场向偏重于汇款结算业务转变,从而实现了现金管理、投行、理财一体化的新格局;从税务体制来看,形成了从税务管制向税务筹划模式的转变;从政策领域来看,实现了从国家担保、国家第二财政向风险自担的转变等等。结合银行利率环境的变化来看,适应利率市场化大趋势下的成本管理,实际上是从成本费用管理到业绩管理的有效转变。

对于固有的银行机构运作机制来看,起初的银行业大规模扩张、利差收入、大项目、大客户的外延粗放增长的运营弊端依然存在,对于银行而言,在成本管理方面依然存在着“崇尚规模至上而导致效益减缓或降低”的问题。从客户规模来看,依然存在客户数量越多越好的误区,从而导致对于客户贡献度的关注越来越少,而对于低贡献度的客户淘汰制度不健全;从存贷款规模来看,依然存在着存款、贷款数额越多越好,甚至保有大量高息机构存款、协助、促进客户压缩利差,用高成本金融产品对低成本金融产品进行淘汰等现象,从而导致资金严重富余;从人员规模角度来看,依然存在着工作人员越多越好的误区,甚至秉承着无孔不入的扩大规模的机会,导致人员冗余,低素质员工与高素质员工不能有效区分,继而导致了大量附带优质客户的流失;从费用规模方面来看,存在着认为费用越多越有利的误区,从而导致非正常支出大面积出现,继而导致员工激励佣金不足以促进激励、权责不清、职责不明的一定程度的恶性循环出现。

就目前银行运营大体情况而言,各个现金柜台

基本被大量的大众客户所挤占,面值少于5千元的基础客户体量基本超过50%,优质客户一定程度形成流失,而高成本客户群体又呈现出庞大的趋势,从而导致业绩主体收入的下滑以及业绩主体成本的长期居高。

因此,建立优化的成本管理体制,最大限度地促进业绩机制体制的建设与提升,成为银行应对利率市场化的有效途径之一。由此看来,建立能够调动员工积极、自觉、主动性及创造性的成本管理和业绩管理体制,或许将成为有效防范利率市场化风险、节约金融运营成本、缩减金融运作资本的新型管理模式及有效方法之一^[5]。为切实践行这一理想目标,必须将运营思想与理念放在第一位。需要通过资本理念的转变,来实现资本的收益约束、风险的资本约束以及资本的收益约束形成一个融合效益、规模与质量于一体的平衡式发展理念;与此同时,还需要建立标准的收入核算、风险拨备、资本配路等一系列基本标准,进一步严格业绩贡献度的评价体系与标准建立,从而形成执行有效的规章制度、激励机制及约束奖惩体系等完整制度体系,从而切实增强银行的金融持续获利能力,实现营收业绩的新突破。

实现成本管理业绩管理的新转型,或许能够通过风险调整的业绩评价来实现。就目前而言,业内的风险调整业绩评价体系是现代商业银行所广泛公认的有效考核方式^[6]。它不仅考虑到经济增加值、预期损失、风险成本以及覆盖风险需要的资本成本,同时也考虑到了风险调整后的资本回报率等重要方面,不仅能够弥补资产回报率等传统绩效考核体系的短期效益的弊端,同时还能够将银行收获的收益与风险承担进行有机的结合与架构,从而将资本汇报与资本分配直接挂钩,形成高效有力的运作机制而发挥作用。与此同时,还应当从业绩核算的基本

元素——资本业务、负债业务、收入计算、成本计算等方面深入研究业绩评价的基本方法,在最短时间内改变融资中介身份,从“融资”向“融资+融智”转变,重塑最为科学的客户服务理念,实现资产业务的可持续发展,加强金融创新,开拓新的收入渠道,积极研究和参与试点资产证券化,适应电子支付结算技术的发展,不断跟进和创新相应产品,进一步细化研究存款账户附加功能、大额可转让存单等项目,紧紧围绕重点商圈、国际贸易等领域积极开展业务创新,切实完善电子商务平台开发,巩固稳定资金流,进一步完善全金融平台服务建设,切实创新并完善存、贷、汇、卡、代理、租赁、信托、债券、顾问等综合服务手段的开发运用,搭建效率高、手续简、效益好、服务优、产品全的“贯穿式”金融综合服务平台,立足现代化网络信息技术,融合不同领域客户多层次、多元化金融需求,有效建立成本管理业绩管理体制机制,强化核心竞争力培育,从而实现营收效益的有效提升。

参考文献:

- [1]张莱楠.我国人均GDP超4000美元后需转变国家盈利模式[EB/OL].<http://www.chinanews.com/cj/2011/09-14/3325024.shtml>.
- [2]习近平.中国不会落入中等收入国家陷阱[EB/OL].<http://jingji.cntv.cn/2013/11/03/ARTI1383440379067748.shtml>.
- [3]黎洁敏.浅谈经济全球化下中国金融发展与金融管理工作[J].时代金融,2006(9).
- [4]陶士贵,杨中军.后WTO时期应加快完善我国金融管理体制[J].中国房地产金融,2005(10).
- [5]王元京.1998年以来财政资金与信贷资金配合使用的模式[J].金融理论与实践,2010(2).
- [6]马翔.我国商业银行信贷风险的测算与控制[D].华东师范大学,2010.

责任编辑 胡号寰 E-mail:huhao2@126.com