

聚焦金融改革 激发区域活力 ④

既让资金活起来,又把风险降下来

信用互助带领社员走向致富路

□ 本报记者 刘兵
本报通讯员 杨静 朱安腾

立足于为“三农”提供最直接、最基础的金融服务,我省于2015年2月启动实施了新型农村合作金融改革试点,这在全国是第一家。一年半来,我省相关部门通过完善扶持政策、加强培训交流等措施,在推动基层探索农村互助金融发展新模式、助农致富等方面取得了一定的成果和成绩。截至7月底,已有172家农村专业合作社取得信用互助业务试点资格,覆盖全省86个县(市、区),累计发生互助业务1085笔,互助金额达3726.6万元。

信用互助嵌入实体经济

菏泽市巨野县章缝镇不少村民种植大蒜,但很多都是小规模人工化种植。记者采访中了解到,有种植户想在扩大大蒜种植规模的基础上,购买机械化设备,但缺少资金万余元。其中一名种植户正好是三农种植专业合作社的社员,利用社员身份向合作社递交“农资采购资金申请”后不久就获得了借款。

“帮助有资金的社员找出路,帮助缺资金的社员找资金,把资金用到关键处,让社员能够有钱干实业、得利润,这是合作社的主要工作和作用。”该合作社负责人邢鹏程谈到合作社的发展时颇有感触,“之前,老百姓看到好项目想引进但缺少资金,现在借助互助资金大家实现了快速创业和发展。”

信用互助与产业发展的融合,实际上是资金与项目的融合。我省首批开展新型农村合作金融试点的济宁京信合作社,则利用当地现成的成熟项目,注入互助资金,带领当地社员脱贫致富。

据了解,该合作社与徐州佳合食品公司多年前便建立了长期肉鸭供应关系,大力发展肉鸭养殖项目。自去年以来,该合作社积极利用互助资金帮助社员解决贷款贵、贷款难的问题,在推动现有社员扩大经营规模的同时,不断吸引新社员的加入。据介绍,该合作社每年每棚可出肉鸭7-10套,每棚利润在8-10万元,社员农户可增收720万元。

“由于信用互助带来的效应,社员增加了,项目规模扩大了,合作社凝聚力增强了,在带动社员致富的同时,合作社也得到了快速发展,真正实现了实体经济和信用互助的互相促进、融合发展。”该合作社理事长杨建强说。

多重“保险”防风险

有的社员申请了互助金,但到期未按时返还,这种现象在我省部分农村专业合作社中时有发生。如何降低农村专业合作社信用互助资金的风险,一直是困扰我省合作社发展的一个难题。“对于失信社员,合作社章

程有明确的规定,要求强行退股,且当年不得分红。”滕州市半亩村信诚农村信用互助专业合作社理事长宋致文介绍说。

“严格执行信用互助业务‘借前调查、借中审查、借后跟踪’的流程环节。在互助金发放前、中、后制订严格的流程和书面材料,即事前申请、调查,事中录音录像、面谈、面签、会审,事后跟踪服务。借款的录音、视频、照片等影像资料一定齐全,把风险控制到最低。”杨建强介绍了合作社在风险控制方面的经验。

除了按照政策要求审核借款之外,为互助金缴纳商业保险是目前我省不少农村合作社采取的一项风控措施。以济宁京信合作社为例,该合作社在当地政府和保险部门的共同努力下,对投放的每一笔互助金都缴纳了商业保险。“每笔70元的保费,可以获得最高5万元的保额。”杨建强说。而考虑到商业保险保额有限,为加大保障力度,该合作社还提取了主营养殖业务中间产生的部分服务费,建立了风险基金。“如果养殖过程中出现了瘟疫或者其他不可抗力,致使养殖户受到损失,或者信用合作业务中出现不良贷款等影响因素,都可从风险基金里予以补贴。”这种商业保险与风险金“双保障”的风控措施是当地的一项创新之举。

“自我管理”激发社员参与活力

我省新型农村合作金融试点在成立门槛和操作程序上要求都较为严格,设置了很多“红线”,但“红线”并不意味着“死板”,相反,因为试点坚持社员制、封闭性的原则,很多具体事项的决定权下放到县级和合作社,这样更有利于合作社的创新和发展。

“通过引导试点合作社坚持‘微利’服务,由合作社实体经济补贴互助业务费用,不仅让供力收益高于银行存款,更使借方成本低于银行存款。”济宁市金乡县金融办主任任宝生表示。

试点工作规定合作社不允许设置单独的“资金池”,而信用互助业务供需资金时间又存在不匹配。一个是政策“红线”,一个是急需资金,如何破解?

“在合作社内建立以员工社员为出资对象的虚拟资金池,在法人社员企业嘉汇冷藏公司建立不超过100万元的动态资金池。”济宁一家合作社理事长通过专门请教专家,并与骨干社员充分讨论研究,在不违背政策并保证资金安全的情况下,探索建立的“新型资金池”,解决了社员何时“做饭”都有“米”的问题,越来越多的农民加入到合作社。

“充分尊重农民的创造和实践,一些具体的规则、程序、做法,由农民自己约定、自我管理。”省金融办有关负责人表示,在遵守基本原则的前提下,允许大胆创新,大胆实践,走实实在在、行得通的互助之路。



英国发行首款塑料钞

□ 新华社发

▲9月13日,在英国伦敦,英格兰银行行长马克·卡尼手持新发行的塑料钞票。

英国央行——英格兰银行13日宣布,当天开始发行面值为5英镑的塑料钞票,首批发行量为4.4亿张。这是英国央行首次推出塑料钞。和现行流通纸币相比,塑料钞因其抗污、防水、防伪、不易破损等特性使用起来更干净、安全、坚韧,使用寿命至少相当于纸币的2.5倍,约为5年。

兴业银行济南分行开展无偿献血活动

□ 记者 王爽 报道

本报济南讯 9月13日,为弘扬助人为乐的人道主义精神,积极踊跃参与公益事业,兴业银行济南分行团委组织员工开展“血脉相连,爱心传递”无偿献血活动。该项活动得到了广大员工的积极响应,大家纷纷前来向医务人员咨询无偿献血的相关知识,医务人员现场宣传国家有关义务献血政策,解答献血者提出的问题并指导献血者正确填写献血表,为其进行采血前体检。

活动当天,该行共有29人成功参与无偿献血,捐献血液共9000ml。

农发行山东省分行投放百亿元夏粮收储信贷资金

□ 记者 李铁 报道

本报济南讯 农发行山东省分行实行“一把手”工程,落实夏粮收储政策,夏收资金投放过百亿元,创2008年以来同期新高。截至9月4日,累计投放夏粮收购资金贷款105.6亿元,同比增加37亿元,支持收购小麦126.4亿斤,同比增加26.2亿斤。

据悉,该行4月中旬开始部署夏粮生产、资金需求预测,认定粮收购资金贷款客户348个;确定首批小麦托市收购库点268个,可用仓容60亿斤;简化办贷流程,政策性贷款提前审批到位;市场化收购支持优质企业,做实担保措施;向企业发出贷款通知,发放铺底资金,确保“钱等粮”。自6月30日起,枣庄、东营、济宁等8个市率先启动小麦托市预案,到7月下旬预案在全省范围内启动。截至9月4日,累计发放托市贷款68.9亿元,同比增加48.8亿元,支持企业收购托市小麦50.5亿斤,同比多收35.9亿斤;发放储备粮增储轮换贷款26亿元,同比增加2.3亿元;发放市场化收购贷款10.7亿元,同比减少14亿元。

平安人寿业内首发家庭团聚质量白皮书

□ 记者 李铁 报道

本报济南讯 9月12日,平安人寿发布全国首份聚焦“家庭团聚质量”的《中国家庭团聚质量白皮书》。白皮书显示,国内家庭团聚质量普遍不佳,表现为超过1/3的国人五年中秋未与家人团聚,家庭普遍团聚次数少、时间短、质量低,严重影响个体幸福。

平安人寿相关负责人介绍,白皮书报告源自平安人寿在今年8月发起的一场覆盖全国31个省份8万余受访者的社会调研,也与2016年平安人寿客服所倡导的“家庭健康新生活”一脉相承,目的是带动“中国家庭”通过“微小”的互动增进成员间的身心灵亲密感,让家庭生活迈向一种适应时代的、和谐健康的“新形态”。

针对“中国式团聚”令人担忧的现状,白皮书也提出了一系列的改善建议。如制定“家庭团聚日”:每周固定时间与家人网络视频通话,在屏幕上“见一面”,也是一种“团聚”。若是担心异地老人的健康,可借助在线的医疗问诊终端予以关怀,如“平安金管家”APP提供了网络医生的“在线问诊”功能,能使分隔异地的子女随时随地关心亲人的健康。

滨州高新区企业挂牌上市孵化基地揭牌

□ 记者 李铁 报道

本报滨州讯 9月12日,滨州高新区与齐鲁股权交易中心正式签署战略合作协议,并举行滨州高新区企业挂牌上市孵化基地揭牌仪式,这标志着滨州市首家企业挂牌上市孵化基地落户高新区。

当日,滨州网络科技有限公司“云脉科技”成功挂牌,这也是滨州高新区第一家网络电商挂牌企业。齐鲁股权交易中心监事会主席邵成表示,将力争把滨州高新区企业挂牌上市孵化基地建设成为区域投融资服务平台、服务中小企业的培训和咨询平台,以及科技型、创新型企业及区域重点产业的培育孵化平台,更好地服务区域经济和区域中小微企业发展。

据悉,滨州高新区自2009年8月成立以来,不断优化金融生态环境,支持企业通过多层次资本市场做大做强,相继出台了《关于支持企业通过多层次资本市场加快发展的通知》、《关于进一步支持金融业加快发展的意见》等一系列政策文件。目前,全区上市或挂牌企业达到5家,拟改制、挂牌企业3家,资本市场建设取得了较快发展。

打造跨界商品金融服务新模式

恒丰银行成立“商品家俱乐部”

□ 记者 李铁 通讯员 高晓红 报道
本报济南讯 9月20日,继6月在香港发布商品金融业务专属品牌——“商品+卓越商品财富管理”之后,恒丰银行筹建的“商品家俱乐部”正式在济南揭牌成立。这也是恒丰银行加快推动“1112·5556”工程和“12345”行动纲领战略落地,打造跨界融合的“链式”金融服务,做金融综合解决方案的提供商的又一重要举措。

记者了解到,恒丰银行“商品家俱乐部”以“跨界融合,智汇共赢”为宗旨,集中服务大宗商品领域客户,将通过各种行业交流活动,加强银企互动与合作,探讨新的商品金融服务模式,实现跨界融合,智汇共赢,助力国内企业走出国门,提升在国际市场的竞争力。首批俱乐部成员包括十余家在山东省内拥有较强实力的实体经济企业。

省金融办副主任赵理尘表示,恒丰银行“商品家俱乐部”通过整合企业间的资源,提供多样化的融资模式,优化贸易结构,降低企业的运营和融资成本,切实服务实体经济,有望为我省经济转型升级提供强有力的金融支持。

恒丰银行行长林洪治认为,山东具有扎实的工业基础,是我国实体经济的大省。恒丰银行自成立之初就一直以服务实体经济发展为己任。为加强银企间的资源共享及信息沟通,恒丰银行用卓越商品财富管理理念,搭建了一个属于恒丰银行和企业共同拥有的平台——恒丰银行“商品家俱乐部”。

“商品家俱乐部”的“家”包含三层意义,首先,“家”指的是专家,恒丰银行商品金融团队为客户提供的是专家式的服务;其次,“家”指的是行家,“商品家俱乐部”汇聚了商品领域的行家翘楚,恒丰银行为俱乐部会员搭建跨界的桥梁,能够整合优化会员间的资源,又不断迸发出新的合作火花;最后,“家”指的也是家人,通过与企业同

舟共济、共享资源、共同成长,恒丰银行将助力企业在国内外市场上形成更大的影响力。

恒丰银行济南分行行长梁科杰说,山东作为石油炼化 and 有色金属等大宗商品的集中区域,石油炼化和大宗商品制造等行业、企业优势明显,在当前国内产业结构调整、国际大宗商品市场竞争激烈的环境

下,企业的金融需求不断升级,单一、传统的融资模式已无法满足企业的实际需求。“商品家俱乐部”的成立,能够有效解决银企合作中遇到的实际问题,真正实现对实体经济的有效支持,进一步提升企业在国内外市场的综合竞争力。目前,恒丰银行首笔大宗商品结构性融资已在济南分行正式落地。



据新华社北京电 中国人民

银行14日公布的数据显示,8月份全国人民币贷款增加9487亿元,比7月份4636亿元新增贷款额有了大幅增长。

央行统计显示,8月份全国人民币新增贷款中,非金融企业及机关团体贷款增加1209亿元(7月份为减少26亿元),住户部门贷款增加6755亿元。8月末,全国人民币贷款余额为102.90万亿元,同比增长13.0%,增速比上月末高0.1个百分点,比去年同期低2.4个百分点。

个人税优健康险叫好还得叫座



□ 李铁

备受关注的个人税优健康保险产品正在从喧嚣走向平淡。今年1月1日起,个人税优健康险终于在北京等31个城市实施商业健康险个人所得税政策试点;2月份,多家保险公司获批经营个人税优健康险业务;3月4日,人保健康签发保险业个人税优健康险第一单。然而运行半年后,成绩单却不甚理想,保费收入刚过2000万元,如何让好的产品“叫好又叫座”是个亟待解决的现实问题。

市场冷清有明确的数据支撑,截至8月底,共有16家保险公司获得了税优健康险销售资格,其中11家保险公司开展相应业务。全行业共计承保17525件,保费收入仅为

2180万元,销售规模最大的保险公司保费收入500万元。

很多人质疑是否税优健康险产品设计存在缺陷,导致市场不认可。事实上,至少从消费者角度来看,这款产品的优势还是相当明显的。以前购买商业健康险是税后收入,而税优健康险,投保费用将在税前列支,即应缴纳个税的部分减少,最高可减少2400元/年。同时,它的保障责任突破了基本医保目录限制,可以“带病投保”,不因被保人既往病史拒保,并保证续保,且不设置等待期,医疗保险简单赔付率不得低于80%,这都是其他保险产品不具备的“实惠”。

既然问题不在消费者方面,那么保险机构呢?青岛是我省个人税优健康险试点城市,但是记者了解到,多家保险公司对此讳莫如深。究其原因,个人税收优惠健康险是对基本医保、补充医疗保险的补充,是更接近于政策性的保险,保险公司需遵循微利经营的原则。医疗保险简单赔付率不得低于80%,不得因被保人既往病史拒保,并保证续保等规定,虽然给消费者带来了利好,

对保险公司则意味着经营风险放大,一些保险公司对此准备不足,不敢大范围推广业务。因此,试点开展后,并不见保险公司作大规模的宣传,在很多保险公司的官网上也查不到这款产品。

即使对这项业务有所了解,消费者也不见得能够买到。目前开展税优型商业健康险试点的有31个城市,购买者只能是参加了社会医疗保险的纳税人本人,这决定了购买群体仅仅为部分纳税人。

同时,大部分保险机构仅以团险形式开展业务,不接受个人客户购买。有保险公司负责人介绍,与相关方面之间的政策协调工作一直在进行,特别是和税务部门,系统对接工作难度太大。个人办理需要社保证明,个人所得税缴纳证明、健康证明、个税申报等多个环节,程序过于繁琐,折中办法就是团体购买。

因此,扩大个人税优健康险覆盖面显得尤为必要。例如,虽然个人税优健康险的购买群体为纳税人,但是享受医疗保险业务的人群可以拓展到符合条件的纳税人的家人,只要其符合个人税优健康险规定的除纳税外

的其他购买条件,以此扩大投保的范围。

更重要的还在于产品的创新。部分保险公司虽然获得经营个人税优健康险的资格,但存在专业性不够突出、缺少基础数据分析、产品吸引力不够等问题。作为该产品的亮点之一,各家机构都提出要健康管理服务,但仔细研读条款,多是泛泛而谈,并没有为客户提供实质性的服务,这让产品的吸引力降低。

企业参保积极性不高也有产品本身创新能力不够的原因。个人税优健康险的购买条件以参加社会医疗保险为前提,但其提供的保障力度和保障方式与社会医疗保险以及补充医疗保险部分相似,企业购买意味着成本增加和保障重叠,需要逐步改变自有医疗计划,使其变成相互补充的关系。与其由投保企业逐家调整,不如保险机构自身改变,在产品设计方案能够与其他保险产品区别开来,以产品本身去吸引购买者。再与社会保险、商业医疗保险形成一揽子销售模式,互为补充,既能为消费者提供更全面的保障,也能为保险机构带来更多的保费收入,降低经营风险。