

从企业融资选择看美日德银企关系

陈春霞

(江西财经大学金融学院 江西南昌 330013)

摘要:对企业而言,可以利用不同的融资方式从外部筹集资金,企业融资方式选择的不同,所形成的银企关系有不同的特征。从国外看,美、日、德企业融资选择有一定的代表性,也对应着各自的银企关系。本文以美、日、德为对象,分析其企业融资选择与银企关系。

关键词:企业融资 选择 银企关系

中图分类号:F832.3 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-169X(2004)08-38-40

一、既有企业融资选择下的银企关系

美国银行与企业之间的关系呈现了以下几方面特征:

一是存在着密切的银企信用合作关系。在美国,商业银行一方面吸收企业的闲置货币资本,接受企业向银行提供的信用,另一方面,商业银行成为工商企业短期资金的主要供应者,向企业提供信用。美国商业银行贷款种类很多,其中以向工商企业放款为主,据统计,到1990年底,商业银行对工商企业的贷款占全部银行美国贷款总额的1/3以上。商业银行贷款从期限看有1年以下的短期贷款,1年以上10年以下的中期贷款和10年以上的

长期贷款。早期商业银行主要发放短期贷款,一般为期票的垫款或期票的贴现。在放款时,银行对符合第一流借款标准的工商企业采用“基本利率”,估计各大银行的工商业贷款中,约1/3以至1/2接近第一流借款的基本利率,不符合第一流借款标准的企业短期贷款利率比基本利率稍高。1930年之后,美国商业银行才开始办理定期放款,20世纪60年代以后,定期贷款中的中长期贷款迅速增加,1977年美国160家最大银行的工商企业贷款中,长期贷款占47.8%,至今这一比例仍维持在较高水平。

二是存在着以法律契约为基础的平等互利的松散关系。美

念,遏制短期行为、误导行为,切实保护投保人的利益。

第二,在理顺保险营销员管理体制的前提下,可以对现有的营销员进行合理分流。在将部分较为优秀的营销员留在保险公司的同时,可以将另一部分营销员转换到保险代理公司工作,成为保险代理公司的合法员工,由代理公司来管理。并且其中一部分业绩特别突出的营销员也可以保持个人代理的身份。这样就形成条理清楚,责任明确的营销员管理机制,有利于各方对营销员的管理。在有序管理的条件下,一些误导或恶意的欺骗客户的行为将能得到一定的控制。

第三,改革佣金提取方式,建立制约机制。保险公司目前首期佣金过高直接导致了营销员的短期行为,因此改革目前的佣金提取机制是当务之急,可以采用一种较为均衡和长期的佣金给付方式,从而消除营销员依靠保险佣金实现短期暴富的心理预期,强化长期服务的观念。并且在保险公司与营销员建立劳动关系的前提下,通过将服务质量、工作年限与养老等直接挂钩等机制,还可以使保险公司更容易对营销员进行管理。

第四,强化保险公司对营销员的培训及管理。保险公司应

加强对员工全方位的培训,加强保险基础知识、保险营销技巧培训,强化法律和职业道德意识。保险公司应建立客户定期回访制度,加强售后服务,确保客户满意度,提升保险营销员的服务质量。同时,保险公司必须切实承担起对营销员的管理责任,营销员出现违规问题时,保险公司需承担责任。

第五,充分发挥社会舆论监督作用。应当充分依靠社会舆论、公众的力量来监督保险公司及其营销员的行为。向社会公告保险营销员展业需带的相关证件,让消费者清楚营销员所在的营销服务部的相关联系方式,发挥社会监督作用,提醒社会公众拒绝无合法完备手续的保险营销活动,提高投保人的自我保护能力。

第六,采取切实措施,加大监管处罚力度。保险监管部门应当进行经常性的抽查和暗访,对误导问题要进行严肃处理。对误导、欺诈消费者的营销员及其保险公司和有关负责人要进行严肃的处罚。逐步利用现代信息化技术,建立营销员信息发布和查询系统,加强监管,净化保险营销市场,创造良好的市场环境。

(责任编辑:辛 琦)

国企业和银行都是相互独立的经济主体,有着各自的经营原则和经营目标,在社会经济中,企业按照自己的偏好去选择合适的往来银行,选择合适的贷款种类,银行同样按照自己制定的标准筛选企业和发放贷款,银行企业之间的借贷关系主要通过一系列法律来约束。银行企业因借贷而形成的是债权债务关系。银行作为债权人不能直接参与企业的经营管理,加之美国银行法规定商业银行不得持有企业的股份,使得银行主要依靠企业的股价变动、财务状况等外部公开信息来了解企业,对企业的影响十分有限,与企业始终保持着平等互利的松散关系。企业正常经营时,银行维持着与企业的信用合作关系,尽可能满足企业融资需求,并为企业提供金融服务。一般不对企业日常决策进行干预,企业经营不善发生财务危机时,按照美国法律中的所谓“平等下属原则”,银行在企业倒闭时如果积极参与其救助活动,在取得赔偿上就将失去优先权。因而,银行面对企业财务危机采取的行动是撤回贷款或紧逼还债,加速企业破产。不过银行出于保证贷款的安全性和收益,也会对贷款企业实施监督和控制,当发现企业出现不能按期还贷迹象时,银行就会采取措施对企业进行干预,比如指导企业调整或改变经营方针,解除企业高级管理人员,迫使企业提供一部分股票抵押,使银行取得部分对企业所有权的控制等。

三是存在着银企间接持股关系。现行美国银行法禁止银行向企业投资及持有企业股份,但允许:商业银行的信托部以信托的名义代客户买卖股票,以及以证券经纪人名义代客户买卖股票和证券。美国的商业银行大多通过银行信托部利用信托资金直接对产业进行投资,持有企业的股票,进而加强对企业的控制。据美国国会的《帕特曼报告》,银行信托部只要拥有一个公司5%的股票即可控制其经营活动,而美国参议院政府事务委员会报告、会计和管理小组委员会的调查报告《大公司的表决权》认为,银行信托部只要控制一家公司的1%-2%的股票,就足以对公司的董事会和政策施以巨大影响。20世纪80年代以来,银行利用信托资产已成为美国最大的股票控制机构。据美国众议院银行货币委员会对纽约、芝加哥等10个金融中心的49家商业银行所作的调查表明,银行分别持股在5%以上的企业有5270家,每家银行平均108家企业(王继康,2000年)。

与日本企业融资方式选择相对应,日本银行企业之间的关系也就有了以下特征:

一是银企以信用为基础的债权债务关系。在主办银行制度下,日本银行与企业关系十分密切,青木昌彦根据对日本11万个年销售额在10亿万元以上公司的调查发现,无论大小,几乎所有

的公司都有被称为“主办银行”的银行;同样,不论大小,每一银行也都是某些企业的主办银行(郑跃文,1999年)。信贷联系是日本战后银行和企业之间相互联结以及保证银行中心地位的关键。企业外部融资的主要方式是银行信用融资,而主办银行的基本特征是向企业提供最大份额的贷款,主办银行向企业提供的短期和长期贷款约占贷款总额的15%左右。

二是银企交叉持股的产权关系。日本的禁止垄断法规定,银行以5%的份额为上限,可以持有特定企业的股票。一般,在持有“主向企业”股份的银行中,主办银行是最大的股东。主办银行虽然自身持股比例不大,但在股权十分分散的企业,持有5%-10%的股份就可以影响和控制一家企业,所以主办银行发挥的作用往往较大。主办银行可以联合信托银行、保险公司等其它金融机构和非金融机构共同采取措施以保证“主向企业”免遭敌意接管。作为“主向企业”的大股东之一,主办银行可以参与企业的经营管理,比如向企业派遣高级职员以及审计职员。企业正常经营时,主办银行并不直接干预企业的日常事务,只是当企业经营不善时,主办银行就会对企业进行直接干预。作为企业的所有者,主办银行不仅关心企业当期盈利能力,有权要求企业定期公开企业战略、经营情况和财务信息,主办银行往往更关注企业的持续稳定发展,所以,主办银行一般不会在股票市场上出售所持企业股份,从而减少企业来自证券市场的压力,使企业专心致力于企业发展。企业为了保证外部资金来源,获得有利的贷款和分享银行利润,也会持有银行的股份。

三是银行向企业提供金融服务。首先,企业发行债券筹资时,主办银行往往利用专业优势,在债券发行、托管、担保方面发挥重要作用。主办银行会接受企业委托发行债券,在法律上主办银行是债券所有者的托管人。当企业倒闭时其主办银行负债以面值购进企业债券;主办银行还为企业境外发行债券提供担保。这些业务既为主办银行带来了收益,又提高了发行企业的资信度,便利了企业发行债券融资。其次,主办银行为企业办理收付结算业务。企业为便于日常交易结算,一般在主办银行开立结算帐户,接受主办银行所提供的各种收付结算服务。在方便企业加速资金周转的同时,使银行通过对企业资金流动的观察、分析,掌握宝贵的信息,加强了对企业的监督。

德国银行与企业之间的关系具有以下特点:

一是银行与企业保持着密切的债权债务关系。德国银行法规定银行可以经营的业务有:存款业务、信贷业务、贴现业务、证券业务、保管业务、投资业务、清算业务。在企业的创建、经营过程中,银行向企业提供了全方位的金融服务,从提供企业创建时

所需的资金,到经营中所需的长短期资金支持,到帮助企业发行股票、债券,企业非常依赖银行,银行企业之间关系密切。尤其是德国银行除向企业发放不同额度、不同期限的各种贷款,还向企业提供透支便利,银行贷款在企业资金来源中占有很大的份额。银行经营遵循安全性、流动性、盈利性原则,作为债权人十分关注企业的经营状况:

对于经营正常的企业,会给予持续的资金支持。对于经营不善的企业,一方面银行要求企业采取措施以使银行债权免遭损失。另一方面对仍有潜力的企业实施救助,帮助企业走出经营困境,渡过难关。密切的银企关系,有利于银企相互推动,保证银企双方的利益。

二是银行持有企业股份的所有者关系。德国银行根据银行法可以持有企业的股票,银行作为企业所有者,有权对企业进行人事渗透,直接参与企业的经营管理,为企业发展出谋献策,并监督企业的经营行为。产权的参与提高了银行与企业的利益关联度。除了通过直接持有企业股份来控制企业,德国银行还借助于代理股票制来影响企业。德国一般不允许私人投资者直接进入股票市场,上市股票的买卖都是直接以银行为中介进行的,出于交易成本较高,私人投资者往往不直接行使投票权,通常把这种权力“寄存”给银行,委托银行行使投票权。这样,银行实际拥有的企业表决权增加,可以对企业实施较大的影响。

三是形成以主持银行为基础的康采恩财团。德国银企关系的重要特征是主持银行模式,一个对企业贷款最多或持股最多的银行一般被称为“主持银行”,主持银行的关系主要表现在大银行与大企业之间。德意志银行股份公司、德累斯顿银行股份公司和商业银行股份公司是德国最大的银行,截止1997年底,三家大银行在德国国内共有分支机构3553家,在国外拥有130家分支机构,同时在国外拥有参股不少于50%的子公司。1998年底,三家大银行的资产负债总额达1.73万亿马克,相当于所有德国金融机构资产负债总规模的15.23%(何广文,2000年)。随着主持银行对企业提供全方位的金融服务,银行资本逐渐渗透工业资本,形成了以三家大银行为核心的财团。三大财团凭借其雄厚的实力而成为德国的主要经济支柱。在德国经济发展中发挥着重要作用。

二、两点启示

从上述分析看,美日德银企关系所共有的特征,一是存在以信用为基础的债权债务关系,二是间接或直接持股关系。要使银企保持良好的关系,主要在于:

第一,银企双方重视信用。对银行而言,银行基本职能之一是充当信用中介,在信贷活动中,银行接受存款人提供的信用,

形成对存款人负债的硬约束,在向贷款人提供信用时,也要求对贷款人有硬约束。无论是接受还是提供信用,银行都须守信,对存款人要随时或按约定时间还本付息;对贷款人,除要求收取本息外,也须按照与贷款人的约定,准时足额发放贷款。信用是银行生存的基础。对企业而言,信用也是企业融资的基础。只有借助于信用,企业才能突破自身的储蓄,去获取外源融资。企业必须增强信用意识,充分认识信用对企业的重要性,树立“诚信为本”、“履约践诺”的信用观念,这样,才能与银行建立良好的、长期的信用关系。

第二,健全资本市场体系、提高企业直接融资比例。发展和健全资本市场,能拓宽企业融资渠道,改变企业资金来源渠道单一的状况,从而有利于改善银企关系。健全资本市场,首先,建立多层次股票市场体系。多层次的股票市场体系应该是由主板市场、创业板市场和场外市场共同构成。为此,在我国,要继续规范和发展主板市场,分步推出创业板市场建设,引导、规范和发展场外市场。其次,积极稳妥发展债券市场,具体做到,进一步发展一级市场,培育二级市场;完善债券信用评级;建立科学的企业债券定价体系;创新企业债券品种,改善投资者结构。再者,稳步发展期货市场。要在严格控制风险的前提下,逐步推出为大宗商品生产者和消费者提供发现价格和套期保值功能的商品期货品种。⊗

参考文献:

- 1、青木昌彦、瑟达尔·丁克,“关系型融资制度及其在竞争中的可行性”,《经济体制比较研究》,1997年第6期
- 2、张昌彩,《中国融资方式研究》,中国财政经济出版社,1999年
- 3、王昕,《中国直接融资方式的发展》,中国计划出版社,2000年
- 4、王继康,《再造中国银企关系》,广东人民出版社,2000年
- 5、郑跃文,《银企关系论》,中国经济出版社,1999年
- 6、何广文,《德国金融制度研究》,中国劳动社会保障出版社,2000年
- 7、刘淑莲,《企业融资方式、结构与机制》,中国财政经济出版社,2002年

(责任编辑:辛 珣)

(责任校对:王岩松)