

# 五部门携手“精准”缓解小微企业融资难

小微活,就业旺,经济兴,做好小微企业金融服务责任重大。人民银行等五部门25日联合发文,从货币政策、监管考核、内部管理、财税激励、优化环境等方面提出具体措施,多角度精准发力,标本兼治缓解小微企业融资难融资贵。

## 货币政策聚焦“小” 财税政策鼓励“免”

在第十届陆家嘴论坛上,人民银行行长易纲曾就改善小微企业金融服务发表演讲,并援引数据说,截至2017年末,小微企业法人约2800万户,个体工商户约6200万户,中小微企业(含个体工商户)占全部市场主体的比重超过90%。

专家表示,金融要想支持好、服务好这些小微企业,首先要加大货币政策支持力度,而单户授信500万元及以下贷款往往是政策的聚焦点和发力点。

为引导金融机构聚焦单户授信500万元及以下的小微企业信贷投放,此次意见提出,将单户授信500万元及以下的小微企业贷款纳入中期借贷便利(MLF)的合格抵押品范围。同时,改进宏观审慎评估体系,增加小微企业贷款考核权重。

意见还提出,增加支小支农再贷款和再贴现额度共1500亿元,下调支小再贷款利率0.5个百分点。完善小微企业金融债券发行管理,支持银行业金融机构发行小微企业贷款资产支持证券,盘活信贷资源1000亿

元以上。

做好小微企业金融服务也要能覆盖风险,实现财务可持续,而这离不开财税政策的激励。

为提高金融机构支持小微企业的积极性,意见提出,从2018年9月1日至2020年底,将符合条件的小微企业和个体工商户贷款利息收入免征增值税单户授信额度上限,由100万元提高到500万元。同时,对国家融资担保基金支持的融资担保公司加强监管,支持小微企业融资的担保金额占比不低于80%,其中支持单户授信500万元及以下小微企业贷款及个体工商户、小微企业主经营性贷款的担保金额占比不低于50%,适当降低担保费率和反担保要求。

## 小微贷款要“考核” 融资环境要“优化”

金融机构服务小微企业光靠政策扶植和激励是不够的,需要监管部门出手,加强贷款成本和贷款投放监测考核,以促进企业成本降低。

为此,意见强调,银行业金融机构要努力实现单户授信总额1000万元及以下小微企业贷款同比增速高于各项贷款同比增速,有贷款余额的户数高于上年同期水平。同时,改进信贷政策导向效果评估,着力提高金融机构支持小微企业的精准度。

环节过多、链条过长往往是推高小微企业融资成本的重要原因。此次意见提出,

进一步缩短融资链条,清理不必要的“通道”和“过桥”环节,禁止向小微企业贷款收取承诺费、资金管理费,严格限制收取财务顾问费、咨询费。

同时,小微企业也要增强自身“体质”,规范经营,主动对接银行信贷审批标准。意见提出,引导小微企业聚焦主业,健全财务制度,守法诚信经营,提升自身信用水平。推动建立联合激励和惩戒机制,依法依规查处小微企业和金融机构内外勾结、弄虚作假、骗贷骗补等违法违规行为,确保政策真正惠及小微企业。

## 健全普惠金融组织体系服务小微企业全生命周期

小微企业在不同的成长阶段,融资需求和融资方式不同。一般来说,小微企业融资遵循从内源融资、股权融资到债权融资的顺序。对于小微企业不同的发展阶段,金融机构要提供不同的金融服务,才能适应小微企业的发展。

为大力拓宽多元化融资渠道,意见提出,支持发展创业投资和天使投资,完善创业投资、天使投资退出机制;持续深化新三板分层、交易制度改革,完善差异化的发行、信息披露等制度。规范发展区域性股权市场。

提高服务小微企业的能力,还需要健全普惠金融组织体系。其中,银行网点仍然是

服务小微企业、发展普惠金融的重要依托。

为此,意见要求,大型银行要继续深化普惠金融事业部建设,向基层延伸普惠金融服务机构网点;鼓励未设立普惠金融事业部的银行增设社区、小微支行。推进民营银行常态化设立,引导地方性法人银行业金融机构继续下沉经营管理和服务中心。

(中华工商时报)



# 厉以宁:信息重组是当前企业创新的关键



近日,北京大学光华管理学院名誉院长、著名经济学家厉以宁教授发表了题为《培养更多的新型企业家》的演讲。他认为,创新更重要的是信息的重组,没有最新的信息,任何创新都只是跟在人家后面走。

以下为演讲全文:

我今天要讲的是关于培养更多的新型企业家问题,我首先讲一下现在大家最关心的其中的一些问题,就是混合所有制究竟怎么建起来?怎么样能够把我们的经济搞得更有活力?

熊彼得是最早提出企业家精神的。他提出企业家精神是作用于精神上的问题,所以他主张精神这个词。但这毕竟是100多年前

的事情了,对今天来说有些过时了,我们现在遇到了许多新问题。

首先我们在经济发展中需要更多的企业家,而企业家的培养光靠企业家精神是不够的,企业家精神必须跟实体结合在一起。这里面就涉及到商品的功能性问题,功能比产品更重要。

我讲课的时候,经常讲一个故事。某梳子制造厂有四位推销员,厂里要求他们把梳子卖到一座寺庙去。第一个推销员去了,空手回来,说庙里和尚根本不需要梳子;第二个推销员去了,卖掉几十把梳子,办法是:和尚虽不蓄发,但经常梳头有利于头部血液循环,有利于延年益寿;第三个推销员卖掉几百把梳子,原来庙里方丈接受了他的建议,香客来烧香,头发里经常沾满香灰,若庙里多备些梳子供香客梳头使用,他们因感庙里的关心,香火会更加旺盛;第四个推销员则带回上千把订单,他的方法是,说服方丈把木梳作为纪念品送给香客,把香客最喜欢庙里的对联刻在木梳上,另一面再让方丈签上名。

第一个推销员为什么一把没销出去?因为他只盯着梳子就是梳子,只能梳头用,没有考虑到功能的问题。真正的产品能够成功推销必定是跟功能结合在一起的,所以说第二个推销员可以卖掉十几把。第三个推销员把梳子作为庙里关心敬香人的一种方式,送梳子给你,让你梳头。第四个功能发生了更大的变化,他把梳子当成了一个招牌,一个纪念品,香客们都以得到这个方丈签名的梳子感到光荣。

所以一个产品关键在于产品功能的开发。连木头梳子都能够打开这个大市场,还有什么不能打开呢?这就是给我们一些启发。

有一句古语“失败是成功之母”,这个观念从现在看也是不准确的。为什么呢?因为如果没有创新,上一次的失败只会导致再一次的失败,只有通过创新,只有改变思路,才有可能实现成功。而且“成功是成功之母”,有了小成功才会有中成功,有了中成功才能有大成功。“失败是成功之母”在很多条件下是行不通的,失败后没有新思路,只会继续失败。这都是熊彼得100多年前所没能考虑到的问题,而我们现在大量年轻人在市场中打拼,他们应该要懂得这些道理。

不断有新路产生,新路就是新的功能、

新的产品、新的意见,这些都能够不断的促进企业家精神的产生。这里的企业家精神跟熊彼得所说的是不一样的,熊彼得认为创新是什么?他认为创新就是新的生产要素的重组,这话对吗?这话不准确。为什么不准确?创新更重要的是信息的重组,没有最新的信息,任何创新都只是跟在人家后面走。

为什么新的市场会这样子?为什么必然会出现新的产品?对每一个人来说都应该考虑,怎么在新的市场上参与竞争,怎么才能在竞争中取得胜利。

生产要素的重组尽管有用,但产品竞争力的关键仍然是信息的重组,你能够掌握更多的信息量的话,就越有可能实现创新,越有可能实现成功。

所以我们经常说创意是创新的前提。很多年轻人有创意,他们有了创意,就能够为创新创业提供动力。

在中国当前的情况下,法律面前人人平等,这就鼓励每个人积极参与创新,因为任何人,包括那些有创意的年轻人,他们刚进入市场,希望能够得到法律的保护,特别是对知识产权的保护。这样才能更好地保护年轻企业家的发展,也才能培养更多优秀企业家出来。

来源:新华网