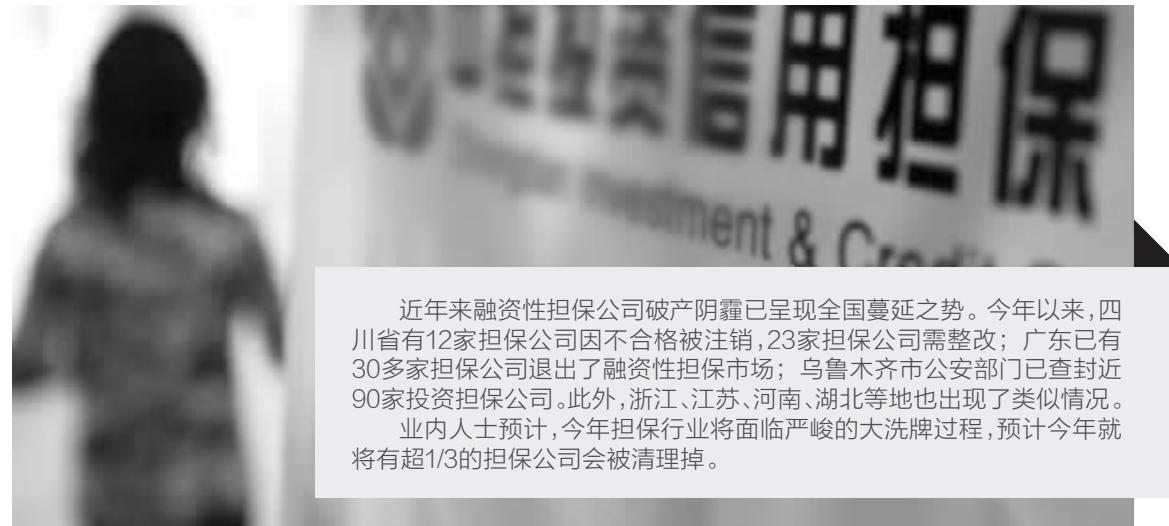


# 担保公司破产阴霾蔓延

业内人士预计行业将大洗牌,今年超1/3公司会被清理掉



近年来融资性担保公司破产阴霾已呈现全国蔓延之势。今年以来,四川省有12家担保公司因不合格被注销,23家担保公司需整改;广东已有30多家担保公司退出了融资性担保市场;乌鲁木齐市公安部门已查封近90家投资担保公司。此外,浙江、江苏、河南、湖北等地也出现了类似情况。

业内人士预计,今年担保行业将面临严峻的大洗牌过程,预计今年就将有超1/3的担保公司会被清理掉。

资料图片

## 2%的收益 承接100%的风险

四川俨然成为担保行业的重灾区。据了解,在今年的企业年检中,四川省数十家融资性担保公司陷入破产深渊;有12家担保公司被列为不合格公司,并一律注销经营许可证,不得继续开展融资性担保业务;另有23家公司被列为整改类公司。

“担保公司近几年的盲目扩张埋下了危机的伏笔。”中科院金融控股集团总裁常虹称,随着金融脱媒的不断推进、民间融资市场的不断扩容,如雨后春笋般生长的民间金融机构难免良莠不齐,更多资质不高的担保公司的倒闭已无可避免。

知名财经评论员宋清辉称,出现大规模融资担保公司倒闭的现象和行业洗牌有其必然性。主要原因有三方面:一是前几年行业超常规发展后的自然淘汰;二是行业的体制性原因;三是经济下行前提下,小微企业贷款意愿大幅度下降,银行也变相提高了担保门槛。

温州就是一个例子,实体企业破产潮的背后,是超九成担保公司的关门倒闭。业内判断,今年的情况可能会更糟糕。

“担保公司大规模倒闭,盈利模式是重要原因,2%的收益不足以承接100%的风险。”常虹称,一般而言,担保公司利润来自担保额2%左右的佣金收入和存入银行的保证金利息收入,但却要覆盖100%代偿风险,收益与风险严重不匹配。

“多数倒闭的担保公司,并非不愿意偿还贷款,而是没有能力偿还。”深圳另一家融资性担保公司负责人称,细追整个担保链条,无论是担保资金还是出借资金大部分都来自于民间借贷,一旦资金链断裂,破产倒闭几乎是唯一的选择。

## 上市难解隐忧

一面是全国多地担保业遭遇寒流,另一面却是担保公司热火朝天赴港上市。

继广东担保公司集成金融集团成功在香港联交所挂牌后,来自重庆的担保公司瀚华金控19日也在香港联交所挂牌上市,扣除上市费用后募集资金总额17.39亿港元(合13.98亿元人民币)。瀚华金控旗下有融资担保和小额贷款两个平台,本次上市募集的资金将有约20%用作信用担保业务。

但市场对于这家公司的未来前景似乎并不乐观。齐鲁国际在研报中指出,如果经济持续下滑,贷款减值及违约风险将会增加,加上上市定价缺少优势,给予瀚华金控“中性”评级。招股书显示,2013年瀚华金控实现净利润3.57亿元,较上年同期的5.18亿元同比下滑31.1%。净利润下滑的同时是违约率的攀升。2013年瀚华金控的违约率达到1.6%,而2012年和2011年的违约率分别为1.2%和0.4%。

## “不好玩的游戏”

程钢曾在深圳经营一家担保公司长达6年,不过如今已将担保公司出让,开始转战房地产基金领域。“担保这种以小博大的游戏越来越玩不下去了。”据他介绍,担保业的盈利模式主要有两类:一是与银行合作赚取担保费;二是违规发放高利贷,这两种模式如今都面临挑战。

“现在整个行业做业务都很谨慎,我们一般每年按2.5%~3%收取

担保费,但是出一单风险差不多要30单业务来弥补,所以有些业务宁可不做。”常虹告诉记者。银行惜贷也是一个重要原因。今年以来商业银行发放贷款更加谨慎,令担保贷款门槛随之提高,许多中小型担保公司难以获得授信。不少银行加大发展小微金融信用贷款,这种无担保无抵押贷款,等于直接掐断了担保业的主要盈利来源。

## 寻找转型之路

事实上,国内担保业一直处于边发展边整顿的过程中。自今年年初开始,针对一些地区非融资性担保公司数量激增、业务混乱的现象,银监会、发改委等八部门联合发布通知,对非融资性担保公司予以清理规范。5月30日,银监会发布的2013年年度总结报告,其中要求做好四种风险的盯防,即不规范的理财产品、不审慎的信托业务、融资性担保和小额贷款。

“随着洗牌的推进,未来担保业

可能会形成几家独大的格局。”常虹称,有着强大国资背景的担保公司会向着综合性的金融控股集团转型,逐渐弱化对担保业务的依赖;注册资本在2亿元以下的担保公司则大多数会在洗牌中消失;只有极少部分有可能会走细分行业的专业化路径。多位受访的业内人士均表示,担保业必须摆脱高度依赖银行的现状,未来转型的方向有寻求上市、参与股权投资、财富管理等。

据《证券时报》

## 相关新闻

# 信托产品再现刚性兑付 偿付高峰期或延至明年

陕西省国际信托公司近日披露,由于借款人福建泰宁南方林业公司无力偿还贷款本息,陕国投以自有资金约2.1亿元受让“福建泰宁南方林业信托贷款集合资金信托计划”,实现对投资者的刚性兑付。

据悉,2012年6月29日,陕国投发起设立了南方林业信托计划,期限2年,贷款利率为年利率15%。

南方林业主要收入来源为林权资产的转让增值收益和各类林木的采伐等。由于当地政府相关政策调整削减了林业采伐指标,加之南方林业

为实现上市目标盲目扩张,多方高成本举债,导致企业经营出现困难,不能按期还本付息。

这并不是陕国投第一次以自有资金兜底完成刚性兑付。去年8月,陕国投以5.98亿元自有资金受让河南省裕丰复合肥有限公司信托贷款,截至目前,涉事资产仍在走司法拍卖程序。

早在年初,不少市场人士就预计,今年将是信托产品偿付高峰期。中信证券称,预计2014年将有7966只集合信托产品到期,规模共计9071亿元;考虑利息支付等因素,仅集合信

托需兑付的本息就将近1万亿元。

因为经济增速下滑,偿付高峰很可能意味着违约风险陡增。不过,到目前为止,信托产品违约仍是偶然事件,一些外资投行之前预言的违约潮乃至信贷危机等极端情况并没有出现。

瑞士信贷最新报告指出,银行展期、地方政府救助和资产管理公司购买行为,令处于困境的信托产品在短期内更容易应对,因此信托产品偿付高峰已经从2014年中推迟到2015年初。

据新华社

## 海外热闻

# 美联储继续缩减QE 大幅下调经济增长预期

美国联邦储备委员会18日宣布,将月度资产购买规模继续削减100亿美元,同时承诺继续保持货币政策宽松。受第一季度严寒天气影响,美联储大幅下调了2014年美国经济增长预期,对明后两年的增长前景保持乐观,但是对长期前景表示担忧。

美联储当天在结束货币政策例会后发表声明,决定从7月起将长期国债的月度购买规模从250亿美元降至200亿美元,将抵押贷款支持证券的月度购买规模从200亿美元降至150亿美元。这样,美联储月度资产购买规模将从此前的450亿美元缩减至350亿美元。

美联储重申,在未来结束资产购买计划之后,仍有必要把接近于零的联邦基金利率(即商业银行间隔夜拆借利率)保持相当一段时间。即使在通胀和就业两大指标接近政策目标的情况下,仍有必要在一段时间内把联邦基金利率保持在美联储认为的长期正常水平以下。

美联储在18日公布的季度经济预测中,将2014年美国经济增长预期从此前的2.8%至3.0%下调到2.1%至2.3%,对明后两年的预期维持不变。美联储主席耶伦在当天的新闻发布会上说,下调今年经济增长预期是受天气等暂时性因素影响。

据新华社

## 公司热点

# 茅台单月获QFII增仓逾8千万

大宗交易数据显示,近一个月被视为合格境外机构投资者(QFII)大本营的营业部累计买入贵州茅台金额超过8千万元。记者从驻香港的海外私募机构了解到,近期确有QFII机构买入贵州茅台,认为其长期价值仍被低估。

数据显示,从5月15日至5月30日,被视为QFII机构常驻的东方证券东方资财、中信证券

总部(非营业场所)和中金公司上海淮海中路营业部累计5次买入价值8440.16万元的贵州茅台。记者从一家资产规模前三的大中华海外对冲基金了解到,公司看好茅台上升的逻辑很简单,目前跌价多是经销商终端价格,茅台的出厂价受到的影响很小,从茅台品牌和品质构建的护城河来看,目前是买入时点。

据《证券时报》

## 两市首份半年报高送转预案出炉 江苏天银机电拟10转10

位于江苏常熟的上市公司天银机电19日晚发布半年报高送转预案,公司拟向全体股东每10股转增10股,这也是两市首份2014年半年报高送转预案。

预案显示,公司实际控制

人、董事长赵晓东提议:以目前公司股份总数1亿股为基数,以资本公积金向全体股东按每10股转增10股。赵晓东承诺在公司董事会及有关股东大会审议上述预案时投赞成票。腾讯

## 产业前沿

# 海澜之家 情感营销大餐获双赢效果

上周末,人们在回味着世界杯精彩赛事的同时,传递着浓浓的亲情的父亲节也备受关注。作为中国男装领导品牌的海澜之家在今年父亲节期间推出了名为“为父爱型动”的系列主题活动,助力消费者向父亲表达隐藏在心中的关爱之情。此举不仅营造了品牌与消费者之间的情感氛围,更触动了人们深藏于心底的最真挚的感情,将品牌好感度与同季的销售额同时提升,获得了双赢的局面。

海澜之家“为父爱型动”的活动之所以在短短四周内取得强烈反响,根本原因在于海澜之家通过情感营销的方式对品牌自身内涵进行了更深层次的诠释与呈现。海澜之家不仅以“男人的衣柜”打造中国男人的外在形象,同时也关注他们的内在情感需求。两者的完美结合,赋予了海澜之家这个品牌更深刻的情感内涵与影响力。

早在半年前海澜之家就开始筹备父亲节相关事宜。父亲节TVC在节日前四周于各大主流媒体联动播出,从广告片中孩子处处模仿父亲的言行便能看出,意在表达“每一名父亲都是孩子心中最帅的偶像”的主

题,获得了观众们的一致好评。同时,海澜之家为了号召大家一起为父爱“型”动起来,通过生动的影像故事和丰富的推广形式,携手优酷打造“美丽影像馆”之父亲节的主题项目。此外,海澜之家还在微博上开展了“炫父型动”和“大胆说出爱百人宣言”的活动,在社会化媒体中形成了良好的口碑传播。而在线下,海澜之家紧接着开展了8个城市88家门店的“免费邮寄,千里传爱”和“贴心的爱”——父亲节纪念版T恤买就送的活动,更是将“为父爱型动”主题营销推向了高潮。众多消费者或是通过免费邮寄衣服来表达对远方父亲的关爱,或是亲自带父亲到店面挑选衣服,海澜之家品牌的情感诉求已悄然深入消费者的心中。

海澜之家从2002年开始推出了全国连锁经营、统一形象、超大规模的男装自选购买模式,引发了中国男装市场的新一轮革命,并逐步发展为男装市场的领导品牌。我们有理由相信,以成为中国男人的贴心好友与成长伙伴为前进方向的海澜之家,在今后的发展中将带给我们更多的惊喜。海轩