



提升金融风险防范能力

□ 吕家进

金融业是专业化管理社会经济风险的行业，金融风险具有内生性，从诞生之日起，风险就相伴相随。金融产品之间、金融机构之间、金融与实体经济及其他行业之间甚至国与国之间，都以金融为纽带，形成了密不可分的联系。金融体系的一个节点出现了风险，如果控制得不好，就可能形成系统性区域性金融风险，甚至造成金融危机。1997年爆发的亚洲金融危机、2008年爆发的国际金融危机造成全球经济衰退，许多国家社会和政治局面动荡。这些严重后果表明，金融安全事关国家经济安全、事关国家政治安全、事关国家总体安全，对国家经济社会的稳定与发展至关重要。正因如此，世界各国都高度重视金融安全问题，金融行业已成为世界监管最为严格的行业之一。

我国金融形势总体良好，但风险与挑战并存

近年来，针对复杂严峻的国际国内形势，党中央、国务院总揽全局，统筹推进，深化改革，扩大开放，加快调结构转方式，着力解决经济运行中的突出问题和深层次矛盾，采取一系列措施加强金融监管，防范和化解金融风险，维护金融安全和稳定，使得当前我国金融形势总体良好，金融风险可控。但在国内外不确定性因素综合影响下，我们还要清醒地看到，我国金融发展仍然面临不少风险和挑战。

我国经济转型升级正处于“爬坡过坎”的重要阶段，金融业一方面承受着转型阵痛，另一方面承担着支持实体经济转型升级重任。多年积累的经济金融风险逐渐暴露出来并有所积聚。表现在：金融体系面临资产质量下降、坏账风险上升的压力；违约行业由机械设备、化工、煤炭、钢铁、有色等周期性行业，逐步向运输、食品饮料等非周期性行业扩展，信用风险暴露从上游行业向中下游行业延伸；影子银行异化了金融创新，资金“脱实向虚”，容易引发系统性金融风险；房地产目前面临结构性高房价、高库存双重挑战；卷款跑路、资金链断裂等互联网金融风险案件时有发生，风险比较突出。

全面系统提升金融风险防范能力，从“金融大国”走向“金融强国”

从总量上看，我国已成为一个“金融大国”，但还不是“金融强国”。金融安全是事关党的执政基础和执政地位、事关国家生死存亡的大事，应从国家战略高度，主动出击，全方位筹谋，系统性协作，提升金融风险防范能力。

加强和完善党对经济工作的领

导，确保党对金融的领导权和控制权。坚持党的领导历来是银行业健康发展的根本保证。近年来的市场乱象、风险事件和违法违规行为，与一些金融机构党的领导弱化、党的建设缺失有直接关系。一要坚守公有制为主体的底线，夯实国有金融作为国家实施宏观调控、保障金融安全的重要微观基础。二要积极探索构建以党委会为领导核心、有中国特色的“四会一层”（党委会、股东大会、董事会、监事会、管理层）治理模式，把党组织嵌入银行现代公司治理结构。三要按照党管干部的要求，加快培养一批政治过硬、专业精通的领军型职业金融家。

加快金融监管体制改革，进一步提高金融监管的有效性，为金融发展保驾护航。从大国到强国，离不开有效金融监管的保驾护航。随着金融混业经营发展趋势的不断强化，金融风险的跨市场传递将会增加，潜在的跨市场交叉风险也在不断积聚，形成综合、系统、穿透、统筹的监管大格局，是目前提升我国金融风险防范能力的重要任务。必须规范“影子银行”、互联网金融发展，填补监管空白与漏洞，提升金融监管的全局性。着力解决多头重复监管问题，提升金融监管的协调性。在运用行政权力时，需将市场的反应考虑进来，提升金融监管的市场性。

以防范和化解金融风险点为突破口，着力增强我国金融体系的运行效率和抗风险能力。维护金融安全首先要处置存量风险，防止风险由“点”扩散成“面”，酿成重大风险问题。货币政策要创新调控方式、保持“稳健中性”，管住货币总量，抑制无效的投资冲动和资产投机，防止经济主体的盲目加杠杆行为。积极规范发展多层次资本市场，拓宽企业融资渠道，降低银行信贷风险。金融机构要切实承担起风险管理责任，回归服务实体经济的本职。最后，地方政府要做到守土有责，加大对非法集资、金融诈骗，以及变相高利贷、逃废债等违法违规案件打击力度，形成全国一盘棋的金融风险防控格局。

坚持自主渐进安全共赢的金融对外开放方针，不断提升我国在国际金融领域的影响力和话语权。在当今世界经济全球化趋势加快的情况下，金融日益成为国际政治经济较量的重要工具。以发起设立亚洲基础设施投资银行、金砖国家开发银行等新型多边金融机构为契机，推动G20、国际货币基金组织等国际组织改革，积极参与全球金融治理。把握“一带一路”建设契机，充分发挥计价、结算、支付和储备功能，稳步推动人民币国际化。管好用好外汇储备，使之成为强大的金融武器，预防和应对国际投机资本的冲击，避免由其引发危机。

（作者系中央党校省部级班学员，中国邮政储蓄银行党委副书记、行长）

怎样理解实体经济

□ 尹汉宁

2008年金融危机爆发后，全世界都在关注和重视实体经济。然而对实体经济的理解，并不完全一致。

我以为，实体经济是相对于虚拟经济而言的。实体经济是指具有物质形态和客观内容的生产、服务及流通。虚拟经济是以实体经济为基础为背景而又脱离实体经济的交易过程。

工业和农业当然是实体经济，与此同时，其他一些相关产业也是实体经济。

物流和流通是实体经济。有人认为，只有工业才是实体经济。确实，工业在国民经济体系中处于非常重要的地位，工业特别是制造业的水平，代表着一个国家整体的经济发展水平。但是，物流和流通原本是工业生产过程的环节，是社会分工细化后从生产过程中分离出来的。其运行特征是有物质形态和客观内容的。物流是生产性服务业，如为工业生产提供物流服务，主要是原材料和产品的配送。流通对于工业而言，是通过市场交易取得

生产条件和实现商品价值。在现代经济条件下，如果没有物流和流通的专业服务，大工业就要回到手工业作坊那个时代去了。

电商是实体经济。近几年来，电子商务适应了消费者的需求，发展迅猛，呈现出“大平台”“便利化”“选择性强”的优势。与此同时，在产能过剩的背景下，有的从事传统流通的实体店惨淡经营，利润很薄甚至亏损。因此，有人抱怨电子商务是靠互联网交易的，是虚拟经济，把“实体店”这种实体经济害惨了。我以为，这样看电子商务肯定是不合适的。电子商务是营销方式的创新，营销的对象仍然是商品，同样是一头连着生产者，一头连着消费者，只是空间更大、消费者选择性更强、价格更合理。因此，电商本身是实体经济，而且由于电商营销模式的创新，有利于激活消费，对包括工业在内的实体经济，具有带动和促进作用。当然，新的营销模式出现后，如何保障消费者权益、如何在生产和流通环节合理分配利润，这需要通过提供公平竞争环境和提供法律保障来解决。

房子“用来住的”是实体经济。盖房子本身是物质生产，应该是实体经济的组成部分。房子“用来炒的”是虚拟经济。作为投资者个人，把买房子作为投资与炒作房地产也有区别，炒作房地产，是一种投机行为。

直接为实体经济服务的金融，也是实体经济。金融是现代经济的血液。为实体经济服务的金融不是虚拟经济；为技术研发提供风险投资的，也不是虚拟经济。脱离实体经济，围绕金融衍生产品进行投机才是虚拟经济。

由此可见，实体经济与虚拟经济，具有两个方面的明显差别。一是依托还是脱离物质形态与客观内容；二是以使用价值的供求决定价格，还是靠投机需求决定价格。

当然，虚拟经济控制在一定范围内，也能为实体经济服务，比如，可为分析潜在价值作参考，有利于资本集中和分散风险。



张晓光 / 摄

校园新貌

中央党校主楼西侧燕园旁邻水矗立的六合亭。亭上有齐白石书写的对联“诗思夜深无厌苦，画名年老不嫌低”。

中车挺进美国的“四大法宝”

□ 余卫平

展，形成了两方面都对对中国中车认可、支持的态势，使中车在异国他乡真正成为受欢迎的“企业居民”。

义利并举

进入美国，“买美国法”是绕不过去的关卡。所谓“买美国法”，通俗来说就是企业本地化，但是区别于其他国家的本地化，美国的规定更为严苛。这就在技术、采购、法律等方面都对企业提出严格要求，对于新进入美国的企业设立了极高的门槛——而对于任何一个国家都极为重要的轨道交通行业，情况更为严峻。除了要求在本地产购材料和服务外，还有两个因素：一是本地原材料采购，要占到材料成本的65%；二是最终总装配必须发生在美国本土。对于初次进入美国的企业，意味着一大部分核心器件、部件都必须在美国本土采购，使中车面临巨大挑战。并且美国对应的

系统相比国内，同等价格要高出20%到30%，对中车的成本控制也提出了更高要求。

中车采取义利并举的做法，与美国当地几大轨道交通企业、20多家供应商、100多家小企业建立友好关系，进行密切联系，并与律师、房产经济、新闻媒体、银行、商会等本地资源组成庞大的合作团队，将竞争对手转变成合作伙伴。此做法不仅解决了“买美国法”难题，在与合作伙伴建立良好互利共赢关系基础上，促使其在中车投标之前为中车背书，效果显著。

入乡随俗

2014年10月，美国马萨诸塞州交通局正式批准，向中国中车采购284辆地铁，装备波士顿红线和橙线地铁，合同价值5666亿美元。这是中车进入美国的第一站。为更好制造列车，中车决定在美国马萨诸塞州春田

市建厂。中车在春田购买土地后，当即在马萨诸塞州议会宣布中车在春田建造地铁工厂、就地招聘员工、就地采购配件等有关事宜。

经过三年建设，“中车与红房子”的故事在春田市早已家喻户晓。根据最初的规划，这座不仅承载当地工业文明记忆，也承载民众几代人情怀的老房子将被拆除，但当许多居民闻此讯都依依不舍。经过多次研讨，最终中车决定保留红房子，加固返修后用作办公场所，目前修缮一新的红房子已重新焕发生机投入使用。此举在春田市产生了轰动的社会效应。工厂奠基仪式当天，当地居民主动打出标语“欢迎中国中车”。

在招募当地工人、解决当地就业问题过程中，中车根据当地工人“老龄化”的实际情况，对车辆外形设计等方面进行全面改进，充分尊重合作伙伴，促使中国新技术与当地人的传统操作、维修习惯相互融合，效果显

著，当地工人很受影响。

2017年4月，春田市市长Domenic J. Sarno亲自驾车到机场为33名赴中国进行技术深造的员工送行，这些被寄予厚望作为美国中车麻省公司派出的第一批技术转移人员，将在长春进行深入学习，以便将中国成熟先进的地铁制造技术带回春田。

品牌推广

在美国，品牌不仅能为产品带来隐性的溢价，更能通过舆论增加商业谈判中的砝码。为此，中车组织了两次规模宏大、展示中车实力的推广活动，用美国人熟悉的方式讲述中车故事，争取当地企业支持。与此同时，中车专门聘请了马萨诸塞州交通局（MBTA）的前发言人Lydia作为中车在美国的新闻官，使得中车与波士顿、春田市、马萨诸塞州的主流媒体建立了良好伙伴关系。

轨道交通装备行业是我国高端装备制造制造业的骨干和中坚，中车作为其中的“主力军”，近几年来，更是加快全球布局，构建由我国主导的全球轨道交通装备产业新格局，让世界各国共享中国铁路装备发展成果，其中，最突出的阵地正是美国市场。在不断竞争与合作中，中车总结出挺进美国的“四大法宝”，真正做到贸易往来、文化融通、共同发展，进而实现共商、共建、共享。

价值认同

“连接世界，造福人类”是中车的使命。实现这一发展愿景，必须获得当地政府和工会的支持，共同努力，实现价值认同。中车在进入美国之初，特别注重树立国际化企业形象，积极主动承担社会责任，获得当地交通局、工会的高度赞赏和积极支持，纷纷加入“中车朋友圈”。

中车进入美国后，十分重视工会团结，第一时间就通过聘请劳工顾问，与本地木工和电工两家协会签订合作协定，并依照规则、认同这两家协会在企业内招募会员。此举向工会释放了善意，获得了工会的认可，与工会成为“搭档”。

同时，中车在政府层面也积极寻找执政党和在野党共同的价值理念，潜移默化促使其共同关注中车项目进

为了进一步扩大中车在美国的宣传力度，2016年中车沿着当年华人劳工和詹天佑的足迹，浩浩荡荡进行“美国梦之旅”。150年前，中国数万名华工历经千辛万苦，参与改变了美国经济版图的大西洋铁路修建工程；130多年前，“中国铁路之父”詹天佑赴美留学，正是在他开启留学生涯的美国马萨诸塞州春田市，中车建立了在美国的第一个制造基地。为了纪念这一切，中车不仅开展一系列宣传活动，还进入世界知名学府哈佛大学，向来自全球的精英学子讲述中车的故事。

在全球社交媒体上中车开通了官方账号，举行“硬币挑战”（将硬币单独竖立在列车框架上，并以硬币保持直立的时长作为考量）等活动，吸引全球网友参与，通过与日本、韩国、美国、欧洲等地的轨道交通产品进行对比，网友发现唯有在中国制造的高铁上，才能保持硬币数分钟不倒的记录，进一步直观地加深了网友对“中国制造”的印象，网友纷纷对中车的技术和产品质量大加赞赏，邀请中车到其所所在城市修建铁路、新造地铁车辆。不到一年时间，中车在社交媒体 Facebook 上的粉丝已超过三万，这是其他轨道交通巨头积累三年才能达到的数字。

（作者系中央党校中青一班学员、中国中车股份有限公司副总裁）