



# 存款准备金率3年首降0.5个百分点

■记者 刘永涛

货币政策将调整的“一只靴子”终于落地，甚至比预期还要早一点。11月30日晚，中国人民银行决定从今年12月5日起，下调存款类金融机构人民币存款准备金率0.5个百分点。

调整后，国内大型金融机构和中小金融机构将分别执行21.0%和17.5%的存款准备金率。这是近3年来，央行存款准备金率首次走出“上调”区间。

央行上一次宣布下调存款准备金率是在2008年12月25日。此后，货币政策在2010年由“宽松”走向“稳健”，央行在2010年和2011年连续12次上调存款准备金率，其中2011年就密集地上调6次。

最近几个月，货币和信贷增速低位徘徊，GDP和CPI增速持续下降，部分地区中小企业出现了资金链断裂，此时降低存款准备金率可以说是恰到好处。此前，央行已有20多家农村合作银行恢复执行正常的存款准备金率，这已释放出一定政策信号，即

央行将采取行动，缓解当前货币市场资金偏紧的状况。

兴业银行首席经济学家鲁政委认为，央行此举时间点早于预期，直接的触发因素为当天的资本市场暴跌，下调试图平复市场的恐慌情绪，但背后的根本原因可能是人民币升值预期趋淡后国际资本外流压力的体现，体现了政策的灵活性。

中央财经大学中国银行业研究中心主任郭田勇则对记者表示，央行下调准备金率不应理解为货币政策发生方向性变化。10月份的外汇占款减少导致银行体系流动性净流出，财政收入大幅增加以及其先收后支的特点亦使部分银行出现存款的阶段性减少，因此央行下调存准率可谓流动性对冲政策。

此间，长沙本土多位房地产人士接受记者电话采访时，均对央行下调存款准备金率持乐观态度。“央行此举对楼市是一个小小利好，不过仍然无法改变楼市整体下行的趋势。”中原地产湖南分公司总经理胡治钢表示。

影响

货币政策松绑股市将迎来反弹

对于自2010年以来，央行首次下调存款准备金率，市场专业人士和投资者都表示，股市将迎来强力反弹。

方正证券赵伟表示，“周三的大跌和存款准备金率的下调，同时确认了2307点的底部，年内将会有一波反弹行情。”

资深投资人士李布维则认为，“正式下调是在12月5日，完全可以放在周末宣布，而周三的大跌让管理层迫不及

待地推出利好，就是冲着证券市场来的。”他认为，股市的最后一跌已经形成。

兴业银行首席经济学家鲁政委也指出，最近几个月银行信贷不景气，主要原因是存贷比问题。由于存款大量流失，使银行没有能力发放更多贷款，下调存准率0.5个百分点将释放3500亿元的流动性，有助于缓解银行贷款紧张局面。

■记者 李庆钢

链接

吴晓求：未来还有2-3次下调存款准备金率

中国人民大学研究生院副院长、金融与证券研究所所长吴晓求表示，央行此次下调存款准备金率从理论上讲是符合逻辑的。

他指出，从中国经济当前的状况来看，实体经济普遍资金短缺，加之CPI的回落等原因促使央行下调准备金率。

“包括金融机构的资金也非常紧缺，而21.5%这样的准备金率实际上是很紧的。”

吴晓求表示，由于外汇占款有所下降，外资的流出使得未来存款准备金率下调的可能性仍然存在，未来预计还有2-3次下调的机率。

《湘酒中兴》系列报道之三

## 老字号湘酒成为资本外来宠儿

外省酒业和白沙液悄悄“接触”

又一家湘字号白酒品牌将迎来新的发展机会。近日，多位业内人士向本报证实，江苏洋河酒厂股份有限公司（简称洋河酒业）已与长沙白沙酒业有限责任公司（简称白沙酒业）悄悄接触，如合作顺利，后者将在资本助力下重焕光彩。

在此之前，浏阳河引入十亿战略投资，联想控股入股武陵酒，老字号湘酒品牌正成为资本宠爱的幸运儿。

洋河酒业身影闪现

湘字号白酒重现上升势头的时候，白沙液再次传出将与重量级投资者洽谈的消息。

一位知情人士透露，这几年在国内白酒行业势头正劲的江苏洋河酒厂股份有限公司，已经与长沙白沙酒业有限责任公司多次接触，由于还在进展之中，并不太清楚双方的交易细节。

11月30日上午，白沙酒业市场部一位工作人员接受记者电话询问时表示，还没有“定形”的事情，不方便对媒体发表看法。同样，洋河酒业也没有回复记者的邮件采访。

“这个事情比较靠谱，应该不是空穴来风，关键看双方能否达成一致。”11月30日下午，资深白酒专家、西南财经大学客座教授铁犁接受本报采访时分析，洋河酒业具备三大优势，首先，洋河酒

业有这个实力，目前该公司市值超过1600亿元，拿出1%的钱就可以买下“白沙液品牌”。其次，洋河酒业团队非常有战斗力，已经将10年前5个亿年收入的企业做到现在的120亿元。最重要的是，洋河酒业有需求，作为一个迅速崛起的品牌，要想在全国各地发展壮大，肯定会遇到地方品牌的竞争。如果能将各方诸侯收归麾下，“可以起到事半功倍的效果”。

白沙液曾经无比辉煌

20年前，白沙液一瓶难求，直逼茅台与五粮液，并与其合称“国内三大名酒”。

公开资料显示，上世纪90年代初，长沙酒厂的白沙液的销售一度达到8800万元。在当时的市场背景下，这样的业绩无疑是让人惊讶的。

不过，和其他很多老字号湘酒品牌一样，长沙酒厂也迅速走下坡路。

有知情人士透露，2007年，白沙液全年投入的广告宣传费用为3000万元，而当年的销售额还远远低于所投入的广告费用，“直到现在白沙液做得依然很艰难”。

而洋河酒业却是另一番盛况。上个月发布的公告显示，今年1到9月份，洋河股份实现收入96.97亿元，净利润29.16亿元，同比增长89.88%。

湘酒动态

湘字号品牌集体发力

外来资本攻占略地，本地品牌也在悄悄发力。

“我们现在每年都保持了30%以上的增长。”华泽集团副总裁李践楚表示，省政府开始重视湘酒发展，给湘字号品牌白酒带来前所未有的机会，“未来希望本地品牌能够占到50%的市场份额”。

据了解，2009年11月份投资11.3亿元兴建湘窖酒业二期扩改工程，今年底有望投产。该基地将使湘窖酒业形成年产5万吨基酒，包装10万吨的生产能力。

“我们刚刚冠名了宋祖英北京演唱会。”湖南浏阳河酒业有限公司相关负责人透露，引入十亿战略投资后，浏阳河的目标是全力抢占高端市场。通过宋祖英的北京演唱会，向全世界传递浏阳河品牌文化内涵，让世界品味湖南。

事实上，还有一个湘酒品牌在暗暗发力。南洲酒业品牌推广总监米亿龙透露，南洲酒业最近推出的两款新品小青花酒，将和邵阳老酒、酒中酒霸、椰岛等知名小酒品牌一决高下。

如此看来，在新一轮振兴湘酒中，各品牌已经开始行动。

■记者 鲁军 肖祖华 唐能



■漫画/陈琼元