



李利明：从声誉风险视角看 硅谷银行被关闭



文/意见领袖专栏作家 李利明



从3月8日开始，美国硅谷银行成为全球财经媒体关注焦点：3月8日，硅谷银行在战略改革方案中披露出售210亿美元金融资产带来18亿美元的税后亏损；3月9日，硅谷银行股价暴跌60.41%、投资者和客户试图取款420亿美元；3月10日，美国加州金融保护和创新部宣布关闭硅谷银行，并任命FDIC（美国联邦存款保险公司）为破产管理人，硅谷银行成为美国第二大被关闭银行；3月12日，美联储、财政部、FDIC发布联合声明称，从3月13日周一开始，储户可以支取他们所有的资金，与硅谷银行破产有关的任何损失都不会由纳税人承担。

我们从声誉风险视角来看硅谷银行被关闭。

首先，声誉风险在硅谷银行破产中扮演了导火索角色。

正是硅谷银行在 3 月 8 日披露了出售金融资产引发亏损的消息，成为主要财经媒体关注报道的话题，让重大经营风险（利率风险）转化成重大声誉风险，引起了银行的主要利益相关者——投资者、客户的剧烈反应，投资者疯狂抛售股票，导致硅谷银行股价暴跌，其 CRMF（在资本市场的声誉资本价值）也相应剧烈下降；客户纷纷提款，直接引发流动性危机，同时也导致 Δ CRC（面向客户的声誉资本变化）快速下降。流动性危机引发了监管机构紧急出手，硅谷银行在重大声誉风险发生的 48 小时之内被关闭。

当然，硅谷银行作为上市公司和被监管的持牌银行，一旦出现经营风险或者发生亏损，势必要进行披露，必将引发重大声誉风险，进而引发投资者和客户的强烈反应，看起来这一切不可避免。其实并不然，如果硅谷银行意识到出售金融资产引发巨额亏损的信息披露后，各主要利益相关方都会做出什么样的反应，这样的反应对硅谷银行将意味着什么，将会迫使其慎重考虑在披露相关风险事件之前需要做哪些工作或应对准备，在披露发生亏损的同时将这些工作进展同时披露，也就是进行“利害参半”的信息披露，尽量避免媒体的一边倒负面报道和解读，避免引发重大声誉风险，力争减轻投资者和客户可能的反应程度。如果具备这样的意识，就会认识到“向市场发行普通股或优先股以募资 17.5 亿美元；全球知名成长型股票基金 General Atlantic 已承诺投资 5 亿美元，总计募资 22.5 亿美元”这一利好不足以对冲出售金融资产亏损的负面冲击，必须通过筹集更多资本来增进投资者和客户的信心，或者通过媒体分析报道让投资者和客户判断其

因利差风险引发的损失可控，才可能减轻他们在风险信息披露后的反应程度。如果硅谷银行能够意识到这一点，就会在披露信息之前“争分夺秒”想办法并开展行动，同时延缓风险信息披露，推迟重大声誉风险发生。

其次，在移动互联时代，从重大声誉风险到银行危机只有一步之遥。

硅谷银行在 3 月 8 日晚间做了重大风险信息披露，媒体纷纷报道，引发重大声誉风险，3 月 9 日就引发了流动性危机和股价暴跌，3 月 10 日就被关闭。可以看出，对于一家资产超过 2000 亿美元、市值超过 150 亿美元的大中型银行而言，从经营正常到危机爆发只有短短 24 小时，如果不能在短时间内化解危机，将会是被关闭的结局。

这与发生在 2008 年下半年的雷曼兄弟危机截然不同。当时，雷曼兄弟的流动性风险和巨大损失被媒体连篇累牍报道，加剧了投资者的不信任，引发了股价大跌，陷入流动性危机和偿付能力危机，进而引发金融市场的普遍恐慌。最终在自救和外部救助失败后破产倒闭。在传统媒体时代，雷曼兄弟“重大声誉风险—流动性风险加剧—重大声誉风险加剧—流动性危机—破产”的过程延续了两个多月；在移动互联时代，硅谷银行“重大声

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_53193

