

聚焦数字货币

# 5925万元红包雨来袭 北京上海数字人民币落地提速

■本报记者 李文 见习记者 余俊毅

数字人民币正在吸引越来越多的公众注意力。随着试点的不断扩大,应用场景不断增加,数字人民币正逐渐走进百姓的生活。

近日,北京、上海接连发布消息启动新一轮的数字人民币试点活动,将合计发放红包5925万元。

银联并购公会信用管理专委会专家安光勇对《证券日报》记者表示,接连不断推出的数字人民币红包,意味着政府将加大推进数字人民币使用力度。

## 累计发放数字人民币2.6亿元

6月2日,北京市地方金融监督管理局发布消息,为加快推进北京冬奥会数字人民币受理环境建设,结合2021北京消费季安排,北京市于6月5日启动“京彩奋斗者数字嘉年华”数字人民币试点活动。据了解,此次是北京市发放的第二批数字人民币红包,规模为20万份,每份200元。也就是说此次北京市将发放4000万元的红包。

6月5日,央行上海总部会同上海市商务委、市地方金融监督管理局决定在“五五购物节”期间开展“数字人民币 五五欢乐购”红包活动,将发放35万份数字人民币红包,每份55元。这意味着此次上海市将发放1925万元的红包。

《证券日报》记者注意到,今年的“五五购物节”,上海与苏州进行联动,进行数字人民币试点工作,这是国内首个异地联动模式的试点测试。

金融科技专家苏筱芮对《证券日报》记者表示,多地联动试点一方面表明试点工作正在有序拓展至全国各地;另一方面体现出数字人民币在推广方式上充分采用了市场化手段,探索通过创新、亲民的方式来获取广大用户的认可,既能够发挥数字人民币在零售市场中的流通作用,也能够扩大数字人民币在国内支付行业的影响力。

《证券日报》记者梳理发现,从去年开始,北京、上海、深圳、苏州、成都、雄安等多个城市陆续试点数字人民币。根据公开数据统计,截至目前全国数字人民币红包累计发放金额已达2.6亿元。

数字人民币钱包支持的运营机构已增至7家,包括工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮政储蓄银行以及网商银行(支付宝)。

目前来看,数字人民币的试点范围涵盖线上、线下交易场景。比如,上海启动数字人民币试点以来,就先后在医院、地铁、校园、物业、停车、教育等场景开通了数字人民币渠道。

苏筱芮对记者表示,目前看来数字人民币试点场景中既有以机构为主体来推进的,也有以行业、小区等单位实施推进,一系列迹象表明数字人民币正在渗透各行各业与千家万户,后续有望加速实施。

## 数字人民币已成银行推广重点

记者走访了多家银行的北京网点,工作人员向记者表示,目前数字人民币的推广是银行的重点,越来越多商家



和消费者已开通了数字人民币钱包。

记者注意到,目前北京市的数字人民币试点主要是围绕冬奥场景展开。比如去年,首张数字人民币地铁票亮相北京市地铁大兴机场线。此外,今年2月份北京市开启的“数字王府井、冰雪购物节”数字人民币红包试点活动,主要围绕冬奥出行场景展开,包括冰雪运动、冬奥食、住、行、游、购、娱场景。

那么数字人民币的实际使用体验如何?《证券日报》记者随机采访了多位消费者,多数消费者表示并不了解,同时也并不能区分数字人民币和支付宝、微信等平台的区别。

“我在银行App上体验了一下数字人民币,感觉体验和微信、支付宝差不多。不过,能使用的场景还是太少了。”一位消费者向《证券日报》记者表示。

对于部分个人用户的回复体验这方面来说,安光勇对记者表示,“未来数字人民币对于宏观领域会起到重要作用,比如跨境贸易、结算等方面。但对于个人用户,其影响有限,并不会给普通大众的生活起到太多影响。”

安光勇表示,因为数字人民币与纸币人民币的功能基本上相同。而且大众早已习惯利用支付宝、微信支付等互联网平台来进行交易。所以对于个人用户而言,数字人民币的使用目前还很陌生。

对于后续数字人民币在场景和推广方面的发展,苏筱芮预计后续数字人民币将在公共缴费、企业商贸、政府服务领域等场景得到进一步拓展,数字人民币运营机构可以借助自身营业网点和手机App、官方小程序等途径来进行推广,也可以嵌入消费场景开展获客。

# 数字人民币多地试点各有侧重 专家认为监管尚需进一步完善

■本报记者 刘琪

日前,北京开展了新一轮数字人民币试点活动。6月5日开启的“京彩奋斗者 数字嘉年华”数字人民币试点活动由北京城市副中心、东城区、朝阳区、海淀区、石景山区、延庆区共同主办,通过“京彩平台”向成功预约报名并中签的消费者发放20万份数字人民币“京彩”红包,可在北京市近2000家指定商户无门槛消费使用。

相较于以往其他几次试点活动,此次“京彩奋斗者”数字红包试点有一些新的变化。苏宁金融研究院金融科技研究中心主任孙扬在《证券日报》记者采访时表示,首先,此次活动可以通过工商银行、中国银行App直接进行预约,以往需通过当地的数字政务平台预约;二是,此次试点聚焦冬奥会场景,围绕北京冬奥会的食、住、行、游、购、娱、

信等场景进行试验,具体场景与以往也有所不同。三是,以往其他城市的试点活动都是由某个区重点承办,此次是由北京多个区一起承办,力度不一样。

值得一提的是,在此次活动之前,银行就已经开始预热。北京市副市长余诗诗(化名)、琦琦(化名)均告诉《证券日报》记者,5月份就收到了中国银行发来的短信。短信内容显示,“诚邀您参加数字人民币或功能体验,您可登录中国银行手机银行App,点击首页-更多-支付-数字人民币图标进行开通申请。功能体验仅面向受邀客户,转发无效。”“之前北京开展数字人民币试点活动时,由于没中签就没体验数字人民币钱包,所以这次收到银行的短信就立即申请开通,第一时间报名‘京彩奋斗者’活动。”琦琦说。

《证券日报》记者注意到,在不同地区开展的数字人民币试点活动,应用模

式也是持续创新。比如,苏州相城区开展的数字人民币试点就是在全国率先落地交通补贴批量代发、房屋契税缴纳、智慧校园等特色创新场景。

“试点过程中各方面对数字人民币都有比较高的兴趣,试点地区用户的积极性比较高,试点场景覆盖了生活缴费、餐饮服务、交通出行、购物消费、政务服务等多个领域。”中国人民银行宏观审慎管理局局长李斌在2021年第一季度金融统计数据新闻发布会上表示,下一阶段央行将根据试点参与各方的反馈,不断完善和优化数字人民币技术、业务和政策方案,深入探索数字人民币应用模式,强化数字人民币通用性和普惠性,完善产品功能和适用性,提升系统的安全性、稳定性。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林在接受《证券

日报》记者采访时认为,现阶段测试多集中在线下场景,但是在本轮测试中,上海地区的数字人民币测试增加了网商银行,而在数字人民币钱包中,一些互联网企业也增加了关联的子钱包模块,因此下一阶段数字人民币测试可能会探索线上购物方面的使用,未来也将进一步拓展数字人民币线上线下场景上的使用。

对于数字人民币在全国推行还需具备哪些条件,孙扬认为,首先,企业单位对于数字人民币的支持很重要,比如企业单位对接好银行和央行,可以将补助补贴等通过数字人民币发放;其次,现有商户收单系统要进行升级,要让所有的商户收单POS能够支持数字人民币。此外,数字人民币的监管还需要进一步完善,除了央行的监管外,还需要有地方金融监管部门的配合,把好安全观,保护好消费者权益。

# 人人视频遭下架 影视盗版江湖终将消亡

■本报记者 谢若琳

6月6日,人人视频App遭遇下架。截至6月8日发稿,记者在App Store的应用商店中仍未搜索到相关应用,尽管已下载的用户使用不受影响,但是App中的短视频栏目“快看”宣布停更整改。

目前打开“快看”栏目显示的是官方发布的整改通知,通知称将“针对问题内容进行坚决治理,对问题严重、影响恶劣的账号及违规内容,从严从重处置。”

尽管人人视频对于此次突发事件的原因三缄其口,但业内普遍猜测,这与版权保护力度加强有关。4个月前,人人视频的“兄弟”人人影视因侵权已被查封。可以预计,影视盗版江湖终将消亡。

## “快看”内容仍可搜索观看

6月3日,在第九届中国网络视听大会上,腾讯公司副总裁孙忠怀炮轰行业乱象,暗指部分平台在未经审批的情况下播出HBO新剧《东城梦魇》。“这两天朋友圈很多人都在分享一部名为《东城梦魇》的美剧,我就好奇这些人是在家里装了HBO的有线电视吗?”孙忠怀表示,为什么一些海外剧还没在国内正式播出,大家就对其赞不绝口,按理说应该由持有牌照的公司去广电总局申请配额购买,用户都是在哪儿收看的?”

该质疑发出后,人人视频火速下架了《东城梦魇》。有用户向《证券日报》记者反映,该剧在人人视频上被删得很彻底,即便是已经离线下下载的内容也消失了。

随后,人人视频迅速下架了“快看”栏目。这是一档汇集影视剪辑的短视频栏目,内容时常通常在3分钟至5分钟,主要是以“X分钟内看完一部剧”的形式为用户推荐剧集,从而起到引流作用,其前身名为“剧荒”。

6月8日,记者在已下载人人视频的用户手机中尝试搜索,发现尽管“快看”栏目的一级通道被官方下架,但如果搜索具体剧集名称,该功能仍然可以正常使用。以热门韩剧《顶楼》为例,记者搜索后发现,在“快看”栏目中有2344条短视频与该剧相关,随意点击几条内容,大多呈现出来的是剧集讲解和切条内容。

## 曾打版权“擦边球”

值得一提的是,2月3日,与“人人视频”一母同胞的“人人影视”因侵权被查。在很多人的印象中,人人影视字幕组是一个非营利的内容分享组织,但从警方通报来看,人人影视字幕组背后涉及3家公司,涉案金额达1600万元。

人人视频因为早与人人影视“划清界限”从而逃过一劫。事实上,这二者的前身都是人人影视字幕组,该组织成立于2004年,最初是非营利性网络翻译爱好者组织。2006年6月1日人人影视字幕组开放论坛,次年更名为人人影视。在那个没有版权管制的年代,人人影视由于提供及时的带字幕的“熟肉资源”从而快速积累了大批美剧粉。

只提供免费字幕。2013年4月份,受影视网站思路网被查封事件的影响,人人影视宣布暂时关站。

那是海外正版剧集平台初步兴起的年代,2010年优酷率先引进美剧并开设美剧频道,此后,搜狐、爱奇艺也加入了引入美剧的阵营。2014年10月份,人人影视再次因为盗版问题,经历了半年的闭站后,试图转型成美剧社区,并更名为“人人美剧”,定位再次回归美剧信息分享社区。不久后,人人美剧又更名为“人人视频”,并获得两轮数千万级别的融资,投资方包括创新工场和盈动资本。

直至2017年,“人人影视字幕组”微博发表长文《人人影视与人人影视不是一家!已彻底无瓜葛》,宣布人人影视(即人人影视字幕组)已经主动放弃人人影视所有股权,“我们并未获得任何品牌使用补偿费,老LOGO也白送给他们了”。

在二者分家后的四年时间里,人人视频又先后进行过三轮融资,投资方包括小米集团、今日资本、辰海资本、百度系等巨头。最近一次融资是2021年2月份,投资方为美好资本。

## 创作能力将成重要驱动力

从某种意义上来说,民间字幕组是过去时代的产物,随着版权问题逐渐被重视,国内影视剧盗版时代也将落幕。种种迹象显示,人人视频也朝着“正规军”的方向迈进。

“从此次匆忙下架《东城梦魇》的行为来看,人人视频的版权管理仍有风险。”一位知名影视公司创始人在接受《证券日报》记者采访时表示,但是对于

投资者来说,流量意味着价值,现在流媒体行业趋于成熟,很难有新势力挤入,人人视频的优势不仅在于流量稳定,还在于其独特的海外剧市场,“投资者也会考虑版权风险,但现在知名的流媒体平台发展初期都曾有过盗版的经历,形成一定规模后才逐渐正规化,因此有的投资者即便知道‘盗版风险’仍愿意出钱”。

有数据显示,如今人人视频累计用户1.6亿人,日活用户已经超过了5000万人。

从历史沿革来看,人人视频的“硬伤”不少,曾多次因违反互联网视听节目服务管理规定而受到处罚。最近的一次是2020年1月份,因存在私自收集个人信息、私自共享给第三方、过度索权,且未按要求完成整改,人人视频被工信部要求在应用商店下架。

另外,人人视频所属公司上海众多美网络科技有限公司也曾多次因版权问题被起诉。最近一次开庭是2020年12月29日,因侵害作品信息网络传播权纠纷被上海幻电信息科技有限公司诉至法院。天眼查App信息显示,上海众多美网络科技有限公司自身风险21条,周边风险74条,预警提醒163条。

人人视频下架并不意外,内容行业的版权意识越来越强,仅靠剪辑、剪辑影视剧、盗版内容的行为,难以走远。金融科技研究中心主任孙孙浩在接受《证券日报》记者采访时表示,未来市场对流媒体行业的衡量标准将多元化,不再是流量为王,更多的是从内容的角度以IP、创作IP更为核心竞争力,因此失去创作力的播放平台的日子将越来越难过。

# 房企年内海外借债规模骤缩 融资现金流走低违约压力大

■本报记者 王丽新

受“三道红线”融资新规及业务布局过于集中导致周转不畅等因素影响,今年房企整体融资规模萎缩,蓝光发展、华夏幸福等千亿体量级房企已经出现债务违约现象,大宗并购案时有发生,房地产行业整合加速。

贝壳研究院数据显示,今年前5个月,房企海外融资规模折合人民币约1511亿元,同比下降约29%(较2019年下降约47.4%),为2018年以来最低点。不仅是海外融资,5月份境内融资同样表现出规模较小的特征。

“一方面,受一季度内房企债务违约事件影响,海外资本市场信心减弱,发债规模萎缩;另一方面,受海外疫情控制的影响,海外债市活跃度较低。”诸葛找房数据研究中心分析师陈霄向《证券日报》记者表示,此外,随着“三道红线”等融资政策趋紧,房企整体融资规模也逐步萎缩,一定程度上也使得海外融资规模下降。

“一般来说,海外融资占非银融资20%左右,是房企稳定且重要的融资渠道之一。”中指研究院企业研究副总监刘水向《证券日报》记者表示,在融资政策趋紧,房企资金链持续偏紧的环境下,部分高杠杆及销售业绩不佳的房企现金流可能出现问题,若叠加融资性现金流萎缩,未来房企债务违约现象可能增加。

## 海外融资总额紧缩

贝壳研究院数据显示,自2011年起至今,多数年份中海外融资规模占比都较高,房企常年对于海外融资的依赖短期内无法替代。

但2021年以来,房企海外融资呈现高开低走趋势。据中指研究院监测,2021年1月份,房企海外债发行总额达796.5亿元,是上年12月份的4.58倍,开局势头良好。但3月份、4月份发行额均不足150亿元,5月份虽有回升,但仍处于今年以来以来的偏低位置。

“今年以来部分房企偿债能力出现问题,境外资金对海外债的投资更为谨慎。”刘水表示。

“海外融资仍是房企融资的主要渠道。”陈霄表示。从周期来看,通常5月份-6月份房企整体融资规模相对偏低,这是由于还债周期决定的。”易居研究院智库中心研究总监严跃进向《证券日报》记者表示。

## 汇兑损失侵蚀利润

值得关注的是,房地产行业整体海外融资规模的下降,却没有造成近期融资成本的上升,这多少与人民币汇率变动有关。

根据贝壳研究院统计,今年前5个月,房企海外债平均融资成本为6.58%,较2020年5月份复苏后的海外融资成本(6.33%)微升,但房企之间的借债成本差异进一步扩大。规模实力和信用较好的房企付出更加低廉的融资成本。

“一方面由于今年以来境外货币环境较为宽松;另一方面海外绿色债券融资占比的上升一定程度上拉低了融资成本。绿色债券作为顺应绿色

金融的融资渠道,受政策支持力度较大,市场认可度较高,其融资成本相对偏低。”刘水表示,当人民币汇率升值时,海外融资成本下降。今年以来,人民币汇率有升有贬,双向浮动,在合理均衡水平上保持了基本稳定,所以房企海外融资造成的汇兑损失压力变化也比较小。

不过,在陈霄看来,随着人民币汇率变动,叠加部分房企财务状况不容乐观,海外融资造成的汇兑损失压力对房企仍有一定挑战。

“房企海外融资的汇兑损失问题不可忽视,尤其是在当前行业利润率下行的趋势中,汇兑风险将有可能直接影响房企当年的收益和利润水平。”贝壳研究院高级分析师潘浩向《证券日报》记者表示,根据某头部房企2020年财报显示,其从2020年二季度开始人民币兑外币汇率持续升值,导致2020年产生汇兑亏损约人民币6.6亿元。

潘浩认为,当前,房企在加强财务管理和风险管理的过程中,已开始通过降低外币债务比例以及采用交叉货币掉期的方式,适时锁定汇率及利率风险来规避海外债的汇兑风险。

汇兑损失压力可大可小,但对实力优秀房企来说,一般都会让其在财务报表中处在合理可控范围内,中小房企可能应对能力相对不足。但摆在所有房企面前更重要的是,对现金流的管理能力高低几乎决定生死。对具有开发周期长特性的房地产行业来说,融资现金流尤为重要。

## 债务违约压力增大

“三道红线”之下,即使一线未踩的绿档企业,其有息债务增速最高也仅为15%。因此对于有息债务增速偏高的企业来说,融资规模的下降会带来运营资金的紧张。”刘水向《证券日报》记者表示,销售回款固然为重要的资金回笼渠道,但预售监管账户的存在防止了资金被挪作他用,房企不得随意支配预售金。

在刘水看来,融资性现金流作为房企运营资金的重要补充,一旦不及时,一方面对拿地造成阻碍,特别是在当前“集中供地”的背景下,短时间资金需求压力较大,若不能及时备好“子弹”,无法及时补充土地库存,则会给企业未来发展带来阻碍;另一方面就是给企业带来偿债压力,触发债务违约。

“融资性现金流下降或将是行业未来的长期发展趋势,这将为高负债,低现金流流动性以及自身‘造血’能力较弱的房企带来更多压力。”潘浩表示,一方面,房地产行业马太效应加剧,中小型房企的生存压力骤升;另一方面,近年出现个别大型高负债房企“暴雷”现象。由此,不同梯队的房企均需要警惕自身的债务风险,在监管升级和市场规范化的进程中,不排除后续仍有个别房企发生实质性债务违约的可能性。

“负债率高、盈利状况不佳的企业受影响较大,周转率低、销售回款不能及时进入非受限账户的房企,资金流动性不足,压力较大。”陈霄表示,一方面可能会造成部分企业日常运营困难,债务违约概率高,房企之间收购现象增加;另一方面,龙头房企优势愈加突出,行业分化加剧。



# 房企需走出“舒适区” 多卖楼少借债向管理要红利

■王丽新

“欲望满足的瞬间,即是偿还时刻。”这句话用在过去盲目追逐跑马圈地的房企身上,颇有警示意味。近日,千亿级房企蓝光发展深陷债务违约风波,与此前的泰禾集团以及华夏幸福这两家千亿级房企如出一辙。

靠债务驱动发展的房地产行业,“冰冻三尺”非一日之寒。过去这么多年,从某头部房企一年收入2亿元到动辄一个月卖出数百亿元销售额,最主要是靠高融资、高负债、高杠杆来推动。在这其中,融资性现金流一直扮演着非常重要的角色。

据公开数据显示,2021年房企到期债券规模预计将达12448亿元,同比增长36%,历史性突破万亿元大关。且不说境内债务利息支出较高,大型房企掌舵人每天早上醒来,头顶的都是几亿元的利息支出账单,境外债务还有人民币汇率变动带来的汇兑损失。即便是头部房企,每年汇兑损失都是数亿元量级的,这对毛利率水平持续下行的房地产行业来说,是进一步侵蚀利润空间,亦影响大小股东的分红收益。

“今年融资性现金流的总额已经比去年下降。”6月5日,阳光城集团执行副总裁吴建斌在一次内部授课中表

示,所以改变企业最核心的就是经营性现金流,多卖楼,处置低效资产,包括酒店、商业、工业等。

这句话的背后,意味着不管是打折卖房,还是处置资产,包括引入战投,都是房企强化现金流的标准动作。换言之,融资性现金流受阻,为避免债务违约造成企业无法运转或破产,房企不得不在“生存大考”下进行自救。当然,这是实力较弱房企要面临的,但对那些尚无需担忧生存的房企来说,这无疑也是警示,比如不能再一味追求规模而错失“降本增效”寻求高质量发展的路径与机会。

或许,把负债降到合理水平仍需一些时间,但摆在很多房企当下的经营逻辑是,需要走出过往高负债驱动发展的“舒适区”,需要改变经营理念,创新商业模式。“三道红线”管钱、“两集中”控地之下,房企要习惯于迈向赚小钱也要健康发展的阶段。

总而言之,在新旧行业规则交替之际,规模不再为王,现金流和利润才是王道。房企需多卖楼、少借债,踏踏实实制造业学习,从过去由融资来推动,变成经营推动。放下售楼小姐过去等着买房人上门抢房的“傲娇”,要通过劳动挣加工制造和服务的钱,从现在起,房地产行业已迈入向管理要红利的时代。