

商务部：上半年我国服务贸易继续保持增长态势

服务进出口总额31358.4亿元,同比增长8.5%

■本报记者 谢若琳
见习记者 毛艺融

据商务部官网8月3日消息,商务部服贸司负责人介绍2023年上半年服务贸易发展情况。2023年上半年,我国服务贸易继续保持增长态势。服务进出口总额31358.4亿元(人民币,下同),同比增长8.5%。其

中出口13232.2亿元,下降5.9%;进口18126.2亿元,增长22.1%;服务贸易逆差4894亿元。

整体来看,主要呈现以下特点:知识密集型服务贸易占比提升。上半年,知识密集型服务进出口13639.2亿元,同比增长12.3%,占服务进出口总额的比重达43.5%,同比提升1.5个百分点。其

中,知识密集型服务出口7923.4亿元,增长16%;进口5715.8亿元,增长7.5%。

同时,旅行服务明显恢复。上半年,旅行服务进出口6509.4亿元,同比增长65.4%,是增长最快的服务贸易领域。其中,出口增长52.4%,进口增长66.4%。

商务部研究院国际市场研究

所副所长白明对《证券日报》记者表示,当前我国服务贸易不仅要扩大规模,更要提升质量。上半年,知识密集型服务贸易占比提升,说明我国服务出口竞争力明显增强,向价值链高端攀升。知识密集型服务出口增长16%,大于进口增长的7.5%,说明我国高技术服务能力显著增强,有助于进一步补短板。

此外,上半年旅行服务明显恢复,释放旅游业加速回暖的信号。

展望下半年,白明表示,我国服务贸易将继续保持增长态势,且服务贸易的进出口增速将趋于平衡。此外,知识密集型服务贸易将随着我国推进现代服务业创新发展,继续在我国服务贸易发展中发挥“稳定器”作用。

三部门联合发文： 推动央企、地方国企等 稳步提升绿电消费比例

■本报记者 杜雨萌

8月3日,国家发展改革委、财政部、国家能源局联合对外发布《关于做好可再生能源绿色电力证书全覆盖工作促进可再生能源电力消费的通知》(以下简称《通知》)。

《通知》从七方面提出20条具体举措,旨在明确可再生能源绿色电力证书(简称“绿证”)适用范围,规范绿证核发,健全绿证交易,扩大绿电消费,完善绿证应用,实现绿证对可再生能源电力的全覆盖,进一步发挥绿证在构建可再生能源电力绿色低碳环境价值体系、促进可再生能源开发利用、引导全社会绿色消费等方面作用。

《通知》称,绿证是我国可再生能源电量环境属性的唯一证明,是认定可再生能源电力生产、消费的唯一凭证。国家对符合条件的可再生能源电量核发绿证,1个绿证单位对应1000千瓦时可再生能源电量。绿证作为可再生能源电力消费凭证,用于可再生能源电力消费量核算、可再生能源电力消费认证等。

为有序做好绿证应用工作,《通知》提出,要衔接碳市场。研究推进绿证与全国碳排放权交易机制、温室气体自愿减排交易机制的衔接协调,更好发挥制度合力。此外,还从支撑绿色电力交易,核算可再生能源消费,认证绿色电力消费,推动绿证国际互认等方面明确做好绿证应用工作。

在鼓励绿色电力消费方面,《通知》称,鼓励跨国公司及其产业链企业、外向型企业、行业龙头企业购买绿证、使用绿电,发挥示范带动作用。推动中央企业、地方国有企业、机关和事业单位发挥先行带头作用,稳步提升绿电消费比例。强化高耗能企业绿电消费责任,按要求提升绿电消费水平。支持重点企业、园区、城市等按比例消费绿色电力,打造绿色电力企业、绿色电力园区、绿色电力城市。

据悉,国家能源局负责制定绿证核发和交易规则,组织开展绿证核发和交易,监督管理实施情况,并会同有关部门根据实施情况适时调整完善政策措施,共同推动绿证交易规模和应用场景不断扩大。而此前的《关于试行可再生能源绿色电力证书核发及自愿认购交易制度的通知》(发改能源[2017]132号)即行废止。

年内公募基金清盘数 同比增超四成 权益类基金占比高

■本报记者 王思文

近年来,公募基金清盘退出机制逐渐形成,不少基金公司从被动清盘产品转为主动清盘。今年以来,基金清盘数量明显增加,与去年同期相比已增超四成。

东方财富Choice数据显示,截至8月3日记者发稿,今年以来公募基金清盘数量达165只,同比增长近44.74%。多数基金规模不足5000万元,其中,权益类基金(股票型+混合型)清盘数量高达126只,占比达76%,主动权益类基金和指数型股票基金清盘数量分别为64只和35只,这当中有部分清盘基金的成立年限已超过10年。

谈及今年公募基金清盘数量增多的原因,仝泰资本创始合伙人付立春在接受《证券日报》记者采访时表示,主动权益类基金清盘现象的发生和市场行情有很大的正相关性,今年清盘数量增加与上半年市场表现有很大关系。另外,基金运作本身也有生命周期,某些基金是在市场高点时发行成立的,当基金产品面对市场下行压力时,这些基金相应的淘汰风险就更大。此外,从基金经理能力来说,很多清盘基金的主动管理能力不是很强,与同类基金产品的差异性不大,所以造成很多同质产品出现清盘现象。

“这两年市场赚钱效应不强,很多基金出现了亏损,投资者入场意愿比较低,所以一些小规模的基金遭遇赎回,基金净值下跌也造成产品规模快速缩水。”前海开源基金基金经理杨德龙分析称,“当基金规模跌到1000万元至2000万元时,产品维护起来的成本就非常高,所以部分迷你基金就会根据规定进行清盘。”

值得注意的是,随着公募基金加速布局宽基及行业主题ETF赛道,今年股票ETF基金同质化现象越来越受到关注,相关指数基金产品的清盘数量呈现增加趋势。

东方财富Choice数据显示,截至8月3日,今年以来宣布清盘的指数型股票基金和指数型债券基金合计达44只,其中指数型股票基金清盘数量为35只,而去年同期宣布清盘的指数型股票基金仅16只。这些指数型基金产品清盘的主要原因是基金资产净值低于合同限制,触发了基金清盘条件。

杨德龙对记者表示:“宽基和行业主题ETF其实更容易遭遇清盘,因为它们的投资者范围比较狭窄,不像主动权益基金的持有人范围比较广,所以清盘数量较多。”

上海一家中型公募基金经理对记者表示,“基金清盘属于正常现象,在做好投资者保护的前提下,整个公募基金行业应该进入到一个市场自然淘汰的周期,这有利于促进行业的高质量发展。”

光大银行金融市场部研究员周茂华对《证券日报》记者表示:“投资者应该客观看待基金清盘现象,在特定市场环境下,基金清盘也是在最大限度保护投资者利益。”

“现在基金行业面临优胜劣汰,具有长期稳定增长潜力的绩优基金更容易做大做强。”杨德龙称。

政策暖风频吹 业内预计7月份消费数据好于上月

■本报记者 孟珂

当前,国内消费市场整体处在恢复过程中,餐饮、文旅、影院等线下场景快速复苏,体育赛事、演唱会等也陆续恢复。对于7月份消费数据,业内人士均认为将会温和回升。

西部证券宏观首席分析师边泉水对《证券日报》记者表示,7月份是暑期消费旺季,社会消费品零售总额同比增长3.6%,较6月份有所回升。

“预计7月份国内消费延续复苏态势,社会消费品零售总额保持回升态势。”光大银行金融市场部宏观研究员周茂华对《证券日报》记者表示,国内线下场景恢复,消费者信心复苏,7月份餐饮住宿、交通运输、文旅等服务业保持较高景气度,从各大城市地铁客运量、服务业PMI指数看,7月份居民服务消费支出保持较快增长。

国泰君安宏观研究董琦团队研报指出,国内航班数和地铁客运量都处于历史同期偏高位置,并且环比有所回升,说明居民的出行意愿依然较强。总体来看,7月份消

费的韧性依然在汽车和服务领域,预计同比增长4.8%。

天风证券固定收益分析师孙彬彬表示,在暑期消费带动下,居民休闲消费和旅游出行有所增加,7月份铁路运输、航空运输、住宿、餐饮等行业商务活动指数均位于55.0%以上较高景气区间。综合来看,预计7月份社零同比增速约6.3%。

7月份以来,各领域促消费政策密集出台,促消费力度进一步加大,如商务部等13部门印发《关于促进家居消费若干措施的通知》;国家发展改革委等部门印发《关于促进汽车消费的若干措施》,提出进一步稳定和扩大汽车消费,优化汽车购买使用管理制度和市场环境;国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》,其中提出要优化汽车购买使用管理,扩大新能源车消费。

东源投资首席分析师刘祥东在接受《证券日报》记者采访时表示,预计7月份消费数据好于上月。伴随着经济的逐步复苏,以及一系列促消费政策落地,7月份消费出现了一些结构性变化。例如,



专家表示

近期一系列促消费政策红利逐步释放

居民和企业信心持续恢复

生产和消费逐步进入良性循环

消费动能有望增强

暑期服务消费延续快速增长态势,灯塔专业版数据显示,7月份,电影总票房破87亿元,较去年同期增长近149%。在最近两个月出台的促进电子产品、家电家居消费政策刺激下,相关消费有望迎来显著提升。

在周茂华看来,近期一系列促消费政策红利逐步释放,居民和企业信心持续恢复,生产和消费逐步进入良性循环,消费动能有望增强。

对于后续促消费举措,周茂华认为,需落实落细促消费各项政策

措施,优化就业和促进居民收入改善,改善消费预期。从趋势看,消费者对消费体验、环境、创新、个性化等方面的重视程度不断提升,因此还需积极推动养老托幼、医疗教育、体育休闲、数字信息等新型消费的供给质量。

加大金融创新力度 银行业多场景助力消费市场回暖

■本报记者 彭妍

今年以来,银行围绕汽车、家居、住房等大宗消费,文旅等服务型消费以及数字经济等新型消费加强综合金融支持。业界认为,随着近段时间促消费政策持续加码,银行业金融机构应继续发挥作用,助推消费活力和潜力不断释放。

发力大宗消费、服务消费

今年以来,银行业金融机构持续加强汽车消费金融服务。例如,浦发银行紧盯汽车等大宗消费品的消费需求,围绕“选车、租车、买车、换车、用车”等各种汽车场景需求,为消费者设计全生命周期的消费服务方案。在此基础上,浦发银行积极践行“绿色金融”,服务“乡村振兴”战略,以全在线、免接触的互联网消费贷款业务为抓手,完善新能源汽车金融服务,为广大城乡

居民汽车消费提供金融支持。

同时,银行业金融机构重点加大对住房消费需求的支持力度,围绕个人住房贷款,加大创新力度,开发全链条的金融产品。

“我行针对市场痛点,加大创新力度,在具备条件的城市推出带押过户住房贷款,极大减轻了买卖双方交易过程中的资金压力,科学简化了按揭业务流程。”某股份制银行有关负责人表示。此外,该行还持续推出人才房贷、安居房按揭等创新按揭贷款产品,与16家头部房企签订了总对总合作协议,为品牌房企及购房人提供一站式金融服务,多管齐下满足包括新市民在内的购房资金需求,提振购房置业客户的消费信心。

在服务消费方面,银行业金融机构推出各类营销活动,围绕支付优惠、贷款分期、消费券等持续开展运营创新,不断强化与各类消费场景的融合与合作,范围覆盖餐

饮、电影、出行等多个领域。

例如,工商银行以信用卡为载体,推动“金融+文旅”跨界融合生态圈建设,重点锁定“食、宿、行、玩、购”等文旅消费核心领域,全新推出“工银爱旅行”专属服务,提供覆盖五大热门场景近万家商户的高额立减优惠活动,同时推出信用卡产品,提供旅游平台会员、旅行消费立减、名厨餐饮折扣等多项特色权益。截至6月底,工商银行信用卡发卡量达1.64亿张,服务客户1.09亿户,商户突破1200万户。

加强金融对消费领域支持

7月31日,国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》(以下简称《措施》)。《措施》围绕稳定大宗消费、扩大服务消费、促进农村消费、拓展新型消费、完善消费设施、优化消费环境等六个方面,提出20条具体政

策举措,其中明确加强金融对消费领域的支持。

业界认为,《措施》对释放消费潜力具有重要意义,也给金融机构展业指明了方向。随着近段时间促消费“组合拳”不断发力,金融机构更应加大金融支持消费的力度,促进消费领域高质量发展。

招联首席研究员董希淼对《证券日报》记者表示,金融机构要在风险可控的前提下,适当下调信贷产品利率,增加授信额度,延长授信期限,通过积极创新消费贷款、信用卡分期等产品和服务提高汽车、餐饮、家居、旅游等领域的金融支持和服务。

“目前,我国消费有序恢复,但仍存在居民信心不足、消费意愿不强等问题。为了巩固消费恢复基础,银行等机构应积极配合政策引导,发展消费信贷业务。”中国银行研究院研究员吴丹对《证券日报》记者表示,银行机构要从把握

市场需求着手,按消费信贷用途分类,从商家和消费者的双重角度挖掘真实消费需求,在消费品供需两端搭建桥梁。此外,也要贴合国家与时代需求,加大对汽车、家电、餐饮等行业的金融支持,充分考虑科创、绿色等应用主题。

中国银行研究院博士后李一帆对《证券日报》记者表示,未来,金融机构加大对消费领域的支持,可以从以下几方面重点发力。第一,从客户实际出发,紧密结合不同群体的迫切需求,找准消费贷产品和服务的切入点,为广大客户群体提供适宜的产品和一揽子服务。第二,以数字化赋能消费金融服务。借助大数据技术准确刻画广大客户的差异化金融需求画像,以便开展针对性营销。在此基础上,加快推进实现消费金融产品流程线上办理,提高审批和放款效率。第三,依托消费场景建设丰富消费金融产品体系。

大众为捷达买下零跑技术平台？ 一汽-大众未回应 零跑汽车“不予置评”

■本报记者 龚梦泽

继大众与小鹏签署合作造车协议后,日前有消息称,大众旗下捷达品牌或购入零跑技术平台,来主攻经济型电动车。

传闻称,捷达正在与零跑汽车洽谈合作,合作内容为一汽-大众或“买断”零跑汽车的某一代技术平台。若合作达成,捷达将主攻经济型电动车市场,并将像一汽奥迪一样将营销公司迁至杭州。传闻还援引一汽-大众内部人士采访——“公司确与零跑方面有接触,但具体情况并不知情。”

8月3日,《证券日报》记者分别向零跑汽车和一汽-大众方面进行求证,前者称“这方面信息不方便

透露,暂时不予置评”;后者未予回应。

资料显示,捷达是大众汽车推出的一个全新子品牌,于2019年2月份在德国成立,主打低价车市场,初期仅特供中国地区,主要产品售价在10万元以下。品牌运营方面,该品牌由德方主导,研发集中在德国并集合大众全球资源,国内由一汽-大众建立独立营销体系,中国成都分公司负责生产,作为一汽-大众的第三品牌投放中国市场。

近年来,由于产品线单一、电动化转型缓慢,捷达的市场表现不温不火甚至被逐渐边缘化。

2022年,捷达公布了品牌电动化转型规划,预计构建燃油车+新

能源汽车双驱动的产品矩阵。从车型规划来看,捷达转型速度仍有待提速,目前新能源车型仍以混动为主。数据显示,2020年-2022年,捷达品牌全年销量分别为15.5万辆、16.9万辆和14.69万辆,最近一年销量同比下滑13.48%。

反观零跑汽车,其成立于2015年12月份,由浙江大华技术股份有限公司及其主要创始人共同投资成立。目前,零跑汽车在售车型有零跑SO1、T03、C11、C01和C11增程5款车型。尽管近年来零跑汽车与其他造车新势力一样处于亏损状态,但其一直坚持全域自研,在三电、智驾、座舱等智能汽车核心领域均有成果。今年7月31日,零跑汽车刚刚发布了全域自研的最新

成果——“四叶草”中央集成式电子电气架构。

尽管零跑与大众的合作未获得官方认证,但零跑汽车的确在对外输出自研技术。

零跑汽车董事长朱江明不久前在接受《证券日报》记者采访时曾明确表示,零跑汽车已具备将单个核心零部件以及整车架构对外输出的能力,目前已确定达成技术合作的品牌有2家,将分别达成整车技术授权和下车体技术架构授权。

在中国乘用车产业联盟秘书长张朝阳看来,未得到双方证实前都是猜想,但捷达购买零跑平台研发汽车,至少在逻辑上是合乎情理的。“现阶段与中国车企开展电动

平台合作以加速电动化转型,已成为大众集团自上而下、贯穿每个品牌的战略。豪华品牌奥迪有上汽,中端品牌大众有小鹏,捷达如果能与零跑合作,就能实现全矩阵的转型改造。”

业内普遍认为,捷达品牌的低价足量路线的确与零跑汽车的品牌调性和打法不谋而合。“大家认为中央集成式电子电气架构应该是比较‘高贵’的一个架构,大部分时候30万元以上的产品才会搭载。但零跑可以把这样一个架构普及到大众化的产品上。”零跑汽车市场部总经理周颖在接受《证券日报》记者采访时表示,“技术平权”是零跑造车对普通消费者最大的意义之一。