

三维度看待5月份非银存款大增

■ 苏向泉

中国人民银行(以下简称“央行”)披露的最新数据显示,5月份,非银行金融机构存款(业界简称“非银存款”)增加1.19万亿元,增加额为近十年同期最高。非银存款是银行理财子公司、基金公司、保险公司、证券公司等金融机构在商业银行的存款,是观察存款结构变迁的一项关键指标。

当前市场对非银存款规模的变化颇为关注。一方面,伴随5月份国有大行启动新一轮存款利率下调,存款利率普遍迈入“1时代”,部分银行从业者担忧居民和企业存款会持续大规模流向非银机构。另一方面,亦有市场观点认为,非银存款的大幅扩张可能会削弱金融体系服务实体经济的能力。此外,部分投资者也担忧非银存款大增可能会对债券市场带来短期扰动。

那么,应如何全面审视非银存款的增加?笔者认为,可从三个维度展开分析。

其一,非银存款单月大增并不意味着银行存款会持续大规模向非银机构迁移。

诚然,当利率下行并维持低位时,银行存款流向基金等资管产品的现象客观存在,这在长期低利率乃至负利率的发达经济体

尤为明显,符合金融运行规律。但需认识到,在低利率环境下,受制于存款期限结构、储户风险偏好等因素,存款向非银机构的转移通常是一个相对缓慢的过程,且需多重前提支撑——如经济增速持续低位运行、存款利率与固收类资管产品收益率差距显著拉大等。

从我国的情况来看,一季度国内生产总值同比增长5.4%,增速稳中有升,位居全球主要经济体前列。当前银行存款与货币基金等固收类资管产品的收益率虽存差距,但并不悬殊。同时,存款利率下调后,部分商业银行正积极优化服务以提升存款“附加值”,以增加存款对居民和企业的吸引力。此外,相当规模的银行存款本身对利率变动并不敏感,不会因利率变化而“搬家”。央行披露的数据亦提供了佐证:5月份居民存款不降反增0.47万亿元,显示出低息环境下银行存款对居民仍具相当吸引力。

其二,非银存款增长有助于优化我国融资结构,更好服务实体经济。

从银行经营角度看,非银存款普遍期限短、波动性大,而信贷投放尤其是企业中长期

贷款和按揭贷款,往往需要长期稳定的资金支持。这种期限错配使得银行难以将非银存款高效匹配至信贷资产。然而,从金融体系全局审视,非银存款无须缴纳存款准备金,其规模扩张不会直接给银行体系带来缴准压力,客观上有利于维持市场资金面宽松态势。更为重要的是,非银存款最终会流向债券、股票等市场,有助于增加直接融资市场的资金供给,促进融资结构优化升级,进而更有效地服务于实体经济的转型升级需求。

其三,非银存款单月大增未必会扰动债市。

非银存款对债市的影响受非银机构的投资节奏、资产配置策略等多个因素影响,因此,单月规模大增未必会扰动债市。实际上,从历史数据来看,此前部分非银存款规模增加较大的月份及下一个月份,债市没有明显的大涨大跌。当然,非银存款大增也对非银机构提出新要求:一方面需审慎投资以满足投资者收益预期;另一方面需积极响应政策导向,提升服务实体经济效能,将资金更多配置于科技创新等国家重点领域。同时,必须强化风险管理,避免过度追逐短期收益,尤其

要避免资金在金融体系内“淤积空转”。

总之,非银存款规模单月大增既不代表企业和居民存款将大幅“搬家”,也未必会削弱金融服务实体经济的能力、未必扰动债市。推动非银存款更好服务实体经济的关键在于,非银机构能否善用资金,将其配置于促进经济发展的重点领域和关键环节。



去“虚火”挤“泡沫” 让家用机器人练就真功夫

■ 贾 丽

随着人工智能、物联网等技术的快速发展,家用机器人赛道成为资本市场的“新宠”。近日,AI具身家用机器人系统提供商卧安机器人(深圳)股份有限公司正式向港交所递交上市申请;苏州乐享智能科技有限公司、鹿明机器人科技(深圳)有限公司等多家聚焦家庭场景的机器人企业新一轮融资落地的消息也频频传来。2025年,家用机器人商业化有望提速。

不可否认,资本的青睐为行业注入了发展活力,但与此同时,同质化竞争、技术瓶颈和商业模式不清晰等问题也逐渐凸显。笔者认为,产业链企业应从技术、标准、商用前景三个维度破题,去“虚火”挤“泡沫”,将资本热度转化为产业厚度,让家用机器人练就真功夫,推动行业健康可持续发展。

其一,以核心技术突破,筑牢产业发展根基。

当下,家用机器人行业正处于从“能用”向“好用”转变的关键阶段,需要在感知、决策、执行等环节寻求进一步技术突破。产业链各方需强化核心技术研发,重点攻关多模态融合算法、仿生关节等关键技术。例如,采用多模态融合算法,将视觉、听觉、触觉等传感器数据进行整合,提高机器人对环境的理解能力;大力发展关键具身智能技术,提升“人机协同”水平。特别是对于初创企业而言,切忌“造噱头融资”,要将资金真正投入基础研究,构筑技术护城河。

其二,完善标准体系,为行业发展“立规”。

标准是行业规范、健康发展的基石。当前,家用机器人行业在技术路线、产品兼容、系统集成等方面的规则仍待完善。行业亟须明确细分领域标准,建立覆盖运动能力、交互智能、安全可靠性的分级认证体系。建议各

方合力推动硬件接口、数据协议的互联互通,避免重复建设;明确机器人性能指标和测试方法,规范人机交互界面设计、语音识别、自然语言处理等技术要求;制定机器人运动规划、路径规划、姿态控制等关键技术标准,提升机器人的智能化水平和自主决策能力;针对老年人照护、儿童陪伴、家务协助等不同应用场景,制定相应服务内容标准,规范机器人服务流程,并建立服务质量评价指标体系。

其三,挖掘细分场景,打通商业闭环。

当前,家用机器人企业的商业模式尚在摸索阶段,成本高、量产难等问题亟待破解。在此背景下,企业不应局限于清洁、陪伴等单一场景,而应向家用医疗、教育等更广泛的领域拓展;通过优化生产流程、降低材料成本、推进规模化生产,提升产品的市

场竞争力,推动其真正成为“大众消费品”。另外,各地可引导资源向清洁、养老等高频刚需场景集中,并通过“场景补贴+数据共享”等模式降低企业试错成本。

家用机器人产业的真正价值,在于让科技创新真正服务于民生需求。产业链各方唯有聚焦技术创新、筑牢标准基石、深挖场景价值,方能使产业发展行稳致远。

中式零食破局需打破三重壁垒

■ 何文英

今年以来,债券型ETF总规模和产品数量有所增长,同时,主题类别也日益丰富。据Wind资讯数据统计,截至6月18日,债券型ETF总规模已突破3200亿元,较今年年初的1740亿元增长1460亿元,增幅高达84%;新产品数量及规模分别为8只和218亿元。此外,从单只产品的表现来看,有10只债券型ETF规模均超过100亿元。当前,以ETF为代表的指数基金正加速入场,债券市场指数化投资特征较为显著。

债券型ETF受青睐,或缘于多重因素。首先,债券型ETF作为一种低成本、高效率、流动性强的投资工具,能够满足投资者对债券资产配置的需要。其次,监管部门持续优化完善债券市场相关制度,为债券型ETF的快速发展提供良好环境。最后,金融机构的积极布局也是重要因素。为抢占市场份额,提高自身竞争力,金融机构纷纷推出多类主题债券型ETF,为不同客户量体裁衣,并通过优化产品设计、提高投资收益率等方式,吸引更多的投资者参与。

笔者认为,随着金融科技的不断发展,大数据和人工智能等技术有望被广泛应用于债券市场的投资和风险管理,这将进一步提高债券型ETF的投资效率和风险管理能力,实现快速、高效的资产配置,降低投资成本,提高投资组合的稳定性,促进债券市场的健康发展。

债券型ETF的发展也将推动金融产品创新,丰富债券市场的投资品种,有助于满足投资者多样化需求,提高市场的活跃度和流动性。例如,目前已推出的可转债、城投债、信用债等产品,极大满足了不同类别投资者的需要。

可以看到,当前债券市场指数化投资已然成为一种趋势,随着金融市场不断发展和投资者对债券资产配置需求的不断提升,债券型ETF的发展前景将更加广阔,债券市场也将更加稳健。

在消费升级与全球产业链变革的背景下,中式零食行业正经历从跟随市场到定义趋势的关键转折。当健康需求颠覆传统品类逻辑、新渠道重构消费链路、全球化战略掀起“出海”浪潮,中式零食行业挑战与机遇并存,行业企业如何把握新消费趋势成功破局?笔者认为,这需要打破三重壁垒。

首先,以健康化和风味创新打破传统品类同质化困境。

破局的第一步,在于打破中式零食“高油高脂”的刻板认知。举例来看,一致魔芋的爆发式增长揭示了行业转型的关键密码:“健康食材+中式调味”能创造全新品类价值。盐津铺子“大魔王”魔芋素毛肚的成功,更证明“健康基底”可与地域风味深度绑定。

这种创新是从“食材思维”转向“解决方案思维”。例如,劲仔食品针对不同地区定制辣味强度,麻辣王子通过减糖、减脂技术重塑辣条品类。其本质是以功能化创新回应消费者隐性需求——零食不再是“解馋配角”,而是兼顾口感、健康、情绪价值的生活刚需品。

其次,渠道变革从依赖传统到精准触达。

破局的核心,在于捕捉消费场景的迁移规律。盐津铺子的渠道转型堪称教科书:当直营商超渠道占比从53.57%骤降至3.55%,取而代之的是零食量贩与电商的双轮驱动,这背后是对“人货场”重构的深刻洞察。

更为关键的是,渠道变革倒逼产业链上游升级。麻辣王子投资3亿元建设10万级GMP车间,以制药级标准生产辣条,从“小作坊思维”转向“智能工厂思维”,用工业化能力夯实渠道变革的根基。

最后,全球化从“产品出海”到“生态出海”。破局的终极目标,在于破解跨文化口味适配难题,真正打开国际市场。以盐津铺子、劲仔食品为代表的中式零食龙头企业在海外建立生产基地,以“海外初加工+国内精加工”模式控制原料成本,本质上是在全球产业链中构建“中国话语权”。

但真正的挑战在于“口味本土化”与“文化原真性”的平衡。通过“中式食材+地域风味”的融合,创造兼具辨识度与适应性的“新全球口味”,才能最终实现从“产品出海”到“文化出海”的战略升级。

可以说,中式零食行业破局的核心,在于企业是否具备“跳出当下看趋势”的能力,唯有以主动变革的姿态打破三重壁垒,才能让中式零食不仅是舌尖上的生意,更成为文化自信的味觉载体。

