

商闻热点

中国金融业开放举措接连出台

□ 本报记者 吴力

人民币合格境外机构投资者(RQFII)试点地区扩大到荷兰、科创板在中国上海顺利开板、沪伦通正式启动……中美贸易摩擦在5月份再度升温,引发各界对中国金融开放的疑虑。然而,尽管中国金融市场面临的外部不确定性增大,最近中国金融市场仍然动作频频,不断传出开放强音。

进入老牌投资重地

时隔一年,中国再次扩大RQFII试点地区。经国务院批准,中国人民银行日前宣布RQFII试点地区扩大到荷兰,投资额度为500亿元人民币。这意味着荷兰成为第二个RQFII试点地区。

“这是中国进一步推动金融开放的重要举措,传递了中国推动资本市场开放的强烈信号。”国家金融与发展实验室银行研

究中心研究员游春在接受国际商报记者采访时表示,RQFII是资本账户尚未开放的背景下境外机构投资中国金融市场的一个重要渠道。现在这一渠道正在拓宽,而且额度还在不断增加,尤其在当下全球资本市场比较动荡的大背景下,这一举措推出的意义显得尤为重要,表明了中国推动金融开放的决心不会动摇,推动人民币国际化的决心也不会动摇,加速对外开放的决心也不会动摇”。

英大证券首席经济学家李大霄强调,荷兰是最早的金融中心,也是老牌的投资重地,至今仍欧洲乃至全球有重要影响。中国宣布给荷兰500亿元RQFII额度,可以将一些欧洲资金引入A股,为A股带来一些长期资金,是中国推进资本市场开放的重要举措。

受益的将不仅是A股,游春分析称,通过RQFII渠道进入中国的资金可以投资的领域非常广,比如资金投资企业债券可以为企业拓宽融资渠道,人民币国际影响力的提升对外贸企业在贸易中使用

人民币结算等都将产生积极的促进作用。

金融开放全面加速

“近期证监会将陆续推出一揽子对外开放的务实举措。”6月13日,中国证监会党委书记、主席易会满在第十一届陆家嘴论坛上透露,这些举措包括推动修订QFII(合格境外机构投资者)和RQFII制度规则,进一步便利境外机构投资者参与中国资本市场等九项具体举措,进一步推动资本市场对外开放。

国家外汇管理局局长、中国人民银行副行长潘功胜也强调,中国将继续加快金融市场互联互通和双向开放,具体而言将包含四大举措:一是支持科创板健康发展;二是推动QFII、RQFII改革,扩大投资范围,研究适度放宽甚至取消QFII额度管理,ODLP(合格境内有限合伙人)试点在上海常态化;三是建设开放的、有竞争力的外汇市场,扩大市场主体,丰富交易产品,优化外

汇风险对冲方式;四是协同本外币跨境资金管理政策,完善本外币一体化的宏观审慎管理,试点建立本外币一体化的账户体系,统一本外币跨境资金池管理政策。

6月13日,中国科创板在上海正式开板。从2018年11月宣布将在上海证券交易所设立科创板并试点注册制到正式开板,其间只经历了200多天时间。

日前,人民银行党委书记、银保监会主席郭树清透露,银行业保险业在去年4月发布的15条对外开放措施基础上,近期拟推出12条对外开放新措施,其中有6条关于银行,4条关于保险业,信托公司和消费金融公司各1条,继续聚焦包括股权、市场准入、业务经营、监管规则等方面的内外资一致性。

游春认为,这一系列举措都是中国扩大金融开放的重要举措。这些举措将在传递中国金融市场开放强信号的同时加速中国金融业自身做强,更好发挥金融对推动中国经济高质量发展的作用。



今年“618”的前一周,小林登录平时经常浏览的哔哩哔哩、小红书、抖音等APP,首页被“‘618’购物清单,快来看看!”“‘618’种草化妆品”“‘618’省钱购物指南”等类似标题刷屏,她选了几个平时关注的博主,默默点了进去……

每逢电商促销购物节,面对琳琅满目的商品加上各种优惠,很多定位相似、价位也大致相同的产品让消费者挑花了眼。如今,网红“种草”成为吸引消费者购买的一种新的消费业态。

网红“带货”,你被“种草”了吗?

□ 本报记者 白舒婕

“种草消费”风靡

如今打开抖音、快手、小红书这些平台,众多“网红”带货的视频扑面而来,这些发布视频的博主分享自己的购物清单和使用感受,使众多粉丝被“种草”。这种现象就叫做“种草消费”。

6月10日,苏宁易购联手抖音上线#苏宁百万悬赏令#,通过短视频带货挑战赛的方式增强内容营销能力,提升与用户的互动,加上2018年上线的“榴莲视频”短视频频物,苏宁在内容营销上的触角已延伸到外围流量。随后,京东、网易考拉也纷纷上线短视频频道。在电商巨头的加码下,可以说,短视频和“网红”带货已然成为“618”大战的主力军。

《2019年中国消费趋势报告》提炼出10大消费趋势,“种草消费”便是其中之一。数据显示,83%被调查的年轻消费者购买决策的主要影响因素是身边及各平台的“网红”“达人”的“种草分享”。在社交媒体上,“明星带货”也是常态,“粉丝”们更愿意购买“种草”明星所代言或推荐的产品,对于他们的推荐,“粉丝”们几乎不会错过。

爱网购的山西市民小宇平时最喜欢在平台上看视频购物分享内容:“我关注了好几个博主,有分享护肤品的、彩妆的、服饰的,还有一些生活用品好物。每次我在购物之前都会先看看这些博主推荐的产品,就像今年‘618’,我购物车里大部分都是被‘种草’的商品。”小宇觉得这种购物方式省心很多,因为她有选择困难症,看什么都喜欢,而“网红”带货则帮她免去了选择的困扰。

“能有人愿意分享经验挺好的。现在定位相似、价位也相似的产品有很多,经常不知道该咋选。通过别人的购物体验,自己作选择的时候就能有个参考。”小宇说。

同样被“种草”的北京市民小任则对“网红”带货并非全然信赖:“现在各种社交平台、购物平台上分享的太多了,良莠不齐,有的博主是良心分享,自己真实使用过有效才说好,但有的却是为了赚钱来进行单纯的商业推广,不管东西好不好闭着眼睛一通夸,消费者一定要擦亮眼睛。”

还需擦亮眼睛

毋庸置疑,“网红经济”和直播已经成为新的消费增长拉动力。正如业内人士张瑞所说:“谁能帮助用户‘种草’,并且打通种草到拔草的通路,谁就能获得OTA下一场战役的胜利。”

但是这种依靠“粉丝”热度来盈利的消费模式能够持续多久?这几年,随着消费者日趋成熟理性,消费者的心理是“别把我当傻子,我谁也不欠”。

张瑞认为,以“网红”为中心的“粉丝”营销和以消费者体验为中心的新零售完全是两个概念。以消费者体验为中心的新零售能够制造出稳定的消费场景,能够固化消费者的消费习惯,在大数据的支持下能够让线上消费线下场景化、社区化。以网红为中心的热销电商,关键在于热度,在于消费者的沉迷,这两点是高度个性化的、随机化的,不足以支撑稳定的商业模式。

80后李女士很看重商品的实用性:“我也会留意小红书上曾经最火的‘带货王’范冰冰、林允儿这些明星推荐的产品,但不会盲目购买,也要多看看其他网友的口碑,很多时候还是要适合自己,特别是化妆品和个人护理产品。”

有着多年网购经验的赵女士也表示,现在的网络平台都是商业化运作,当一个平台铺天盖地全是宣传某一件商品多么好的时候,往往都是商家在背后大力推广的效果。监管部门应该对相关平台、商家做好监管,对虚假宣传“零容忍”,把好商品质量关。希望未来出台一部能够真正约束“网红”带货的法律法规。

国际油价由跌转涨能持续吗

□ 本报记者 毕若林

连日来,国际原油价格出现先抑后扬的走势。受访专家表示,中东地缘政治局势的进一步紧张是最主要原因。

进入6月份以来,国际油价经历了较大波动。当前,国际原油市场情况复杂,全球贸易紧张局势带来的不确定性增加,全球经济增速放缓,地缘政治风险上升、美联储释放降息信号、减产协议前景不明等因素都给国际原油市场的前景蒙上了一层面纱。

未来国际油价走势如何?有专家认为价格不会大幅持续攀升,波动将在一定范围内。

地缘政治因素助推油价

受多重因素影响,国际油价近日多次出现大幅上涨的行情,呈现显著反弹趋势。“这主要是受地缘政治因素的影

响。”中国石油大学教授刘毅军在接受国际商报记者采访时表示,地缘政治局势风一吹油价就动一下,局势稍微平稳油价就下来了,但国际油价的波动预计总体能够保持平衡。

此前,由于受国际贸易争端加剧、全球经济数据不佳等因素影响,国际能源署(IEA)与石油输出国组织(OPEC)双双在月报中下调了石油需求增长预期,油价应声下跌。而阿曼湾油轮遇袭、伊朗击落了美国军用无人机等事件的发生进一步加剧了中东地区的紧张局势,加之美国原油库存下降、OPEC有望延长减产计划,国际油价又出现大涨。

中国首席经济学家论坛理事、华安基金首席经济学家林采宜分析称,在决定国际油价的因素中,中长期取决于需求,短期则受市场预期和交易等因素影响,而主导交易因素的预期仍然取决于短期供需关系。

林采宜表示,如果从供求角度来

看,目前原油市场基本面处于供过于求的弱平衡。供给端方面,OPEC产量已达到此前减产协议范围,未来各方进一步减产的动力已减弱。伴随美国石油产量稳步增长,供给增长的冲击正不断显现。需求端方面,在全球经济增长动能减弱的情况下,原油需求增长的预期受阻。伴随远期原油需求方面不断减弱,市场基本面将处于供过于求的状态,油价中长期下行是大概率事件。

预计国际油价涨幅有限

有分析人士认为,在市场极度缺乏利好的形势下,油轮遇袭事件、贸易风险释放等因素助推国际油价上涨,但需求疲软始终令国际油价反弹受限。

在刘毅军看来,当前国际经济政治的大背景也是一个重要的环境因素。近年来全球经济整体发展平缓,处于低速前进,因此油价基本上将限于一定

波动幅度,不会出现过激的变化。此外,能源转型也是当前国际原油市场需要面对的一个问题,随着技术的进步,新能源逐渐占有一席之地,传统原油价格再往上涨就面临困难。

就国内成品油市场而言,虽然受国际油价上涨的影响,但伊朗石油出口问题涨跌互现后,国内参考的原油变化率仍处于负值范围内。值得注意的是,6月25日,国内成品油新一轮调价窗口将正式开启,成品油继续下调的可能性非常大,年内油价“第四跌”可期。

“国内油价的变化与国际油价相比会有一些滞后,目前来看,国内油价下行的空间还是比较大的。”刘毅军说,在经济不景气的情况下,油价气价比较敏感,然而不用过于担心国际油价震荡。长期以来,国内油价与国际油价挂钩,受其影响较大,但随着中国对原油的作用不断增强,中国在油价方面能够发挥作用的空间越来越大。

美国棉花总会: 我们需要中国市场

□ 本报记者 毕若林

当前,中美贸易摩擦的影响已扩展至美国棉花出口方面。在中国对自美国进口的棉花及棉花制品加征25%关税的作用下,“目前我们观察到,美国出口至中国的棉花实际数量只有我们期望的60%左右”。美国国家棉花总会(The National Cotton Council)总裁兼首席执行官加里·亚当斯在美国国际棉花协会(CCI)近日在山东青岛举办的2019年“中国棉花日”活动上呼吁:“希望两国政府能进一步就贸易摩擦开展对话,尽早结束贸易摩擦,尽快使我们两国的棉花贸易恢复正常。”

活动期间,美国国际棉花协会介绍了美国棉花在可持续性可追溯性方面的不懈努力,生产贸易情况以及即将发布的《美国棉花的可持续发展信任守则》。

中国市场难被替代

美国总统特朗普日前表示,美方重视美中经贸合作,希望双方工作团队能展开沟通,尽早找到解决当前分歧的办法,相信全世界都希望看到美中达成协议。

选择这个时间节点在中国推介上述守

则是出于怎样的考虑?美国国家棉花总会主席迈克尔·泰特详细介绍了该守则:“美国棉花长期以来都非常注重土地的可持续性和合作的透明度,我们希望通过这些措施获得客户信任,并成为可持续棉花的领导和首选供应商。”其中,中国企业更是不容忽视的重要合作伙伴。

亚当斯为与会嘉宾介绍了美国棉花的种植及出口贸易概况。在美国农业部今年5月的报告中,美国棉花在2018年的产量约为1840万包,今年美国棉花的作物产量预计将提高至约2200万包。“现在中国棉花的进口需求持续增长,正好美国有这样的供应能力。美国对中国的棉花出口还有机会进一步增长,这主要取决于政府采取怎样的配额制度,加工工厂获得配额后才能让更多的棉花进入到中国的市场。我们期待美国向中国出口更多的棉花,美国这方面潜力是非常大的。”亚当斯如是说。

“我们要以全局眼光来考虑问题,着眼于跟中国长远的发展关系,不光是整个供应链。我们的目标是今后20年要推动中美贸易实现可持续发展。”美国国际棉花协会中国及东北亚总监毛凯琳表示,从行业角度来说,协会将继续推进棉花可

持续发展和棉花生产可追溯性探索。从棉花采购方面来说,协会将向中国整个棉花供应链推行可持续发展理念。同时,这也可以在一定程度上帮助中国企业提高自身竞争力。

期待棉花贸易恢复正常

“贸易摩擦从去年夏天就开始了,确实对美国棉花对华出口造成了影响。”亚当斯迫切期盼两国棉花贸易能尽快恢复正常。“作为美国的棉花行业协会,我们希望两国政府能进一步就贸易摩擦开展对话,尽早结束贸易摩擦。”

随着全球纺织产业链从中国向越南等其他新兴市场国家转移,美国棉花出口目的地日趋多元化,美国棉花对华出口的下降一定程度上可以通过增加对其他国家市场的出口来弥补。

据美国国家棉花总会数据,截至今年5月,美国棉花出口量排名前四位的国家分别是越南(出货量271.7万包)、中国(出货量132.6万包)、巴基斯坦(出货量122.1万包)和印尼(出货量74.6万包)。

尽管如此,中国依然是美国棉花出口的主要市场之一,庞大的中国市场对于美

国棉花来说仍具有一定的不可替代性。“从总量上来讲,中国市场太大了,占全球整个纺织业的很大一部分,因此美国要调整出口市场,很多国家加起来才能补上中国这一块。”毛凯琳说。

特别是近年来中国棉纺织企业日益注重在全球布局垂直产业链,而越南成为其海外布局的重要目的地。毛凯琳直言:“越南做棉纱的公司约70%都是中国公司,所以,美国棉花最终还是出口到了中国市场。”

在美国棉花出口大幅下降的同时,美国棉花价格也在下挫。从纽约期货交易市场价格来看,过去一年里棉花期货价格累计下跌近25%。亚当斯说,自去年夏天美国采取新的关税措施以来,市场的态度就不再像之前那么乐观了。

目前,美国是全球最大的棉花出口国。美国农业经济学会的数据显示,平均来看,过去10年间,美国棉花出口占美国棉花总产量的比重约为81.5%。

身为一个棉农,泰特切实感受到贸易摩擦对普通农民的影响有多大,尽管美国政府对美国农民提供了大量的支持和帮助,“但这也无法替代我们原来从市场上获得的利润。我们非常希望两国政府尽快找到贸易摩擦的解决方案”。