

前三季度企业中长期贷款增速加快,企业直接融资大幅增加——

我国社会融资结构出现积极变化

经济日报·中国经济网记者 陈果静

视点
中国新闻奖专栏

前三季度,实体经济中长期贷款达到11.85万亿元,占各项贷款增量的72.9%;小微企业融资新增3万亿元,同比多增1.2万亿元;企业债券净融资4.1万亿元,比上年同期多1.65万亿元;企业境内股票融资6099亿元,比上年同期多3756亿元。这些数据表明,企业中长期贷款增速加快,企业直接融资明显改善,这对于制造业恢复和中小企业发展十分关键。同时,直接融资改善,也有利于稳定企业杠杆水平。

中国人民银行公布的最新数据显示,前三季度社会融资规模量增质优,在结构上出现了明显的积极变化。

初步统计,今年前三季度社会融资规模的累计增量是29.62万亿元,比上年同期多9.01万亿元。这些新增资金向实体经济尤其是小微企业倾斜的力度明显加大,比如普惠小微贷款余额近7个月连创新高。与此同时,债市和A股市场直接融资持续发力,也为企业引来更多源头活水。

中长期贷款占比和增速提高

南通保业机械科技有限公司是南通精密机械产业园中的一家民营小微制造业企业,其产品中有一部分是口罩机相关的精密配件。新冠肺炎疫情发生后,公司获得了大量口罩机精密配件的生产订单。

“订单涌进来,但资金成了问题。”公司负责人告诉记者,疫情前公司就在农业银行江苏分行有800万元的贷款,因发展势头不错,原本就打算在今年进一步扩大生产规模,但没想到订单一下子这么多。在得知企业订单增多但资金短缺后,农行追加了2000万元贷款。在资金支持下,公司一跃成为所在产业园区的头部企业,顺利完成了扩大产能和转型升级计划。

前三季度,金融机构对实体经济的信贷支持力度明显加大。央行数据显示,前三季度金融机构对实体经济发放的人民币贷款增加16.69万亿元,接近上年全年16.88万亿元的水平,比上年同期多增了2.79万亿元。

“前三季度,企业获得的长期资金较多,能较好地稳定企业的信心。”中国人民银行副行长陈雨露表示,前三季度对实体经济的中长期贷款达到11.85万亿元,占各项贷款新增增量的72.9%。对于企业来说,中长期贷款十分有利于其恢复和进一步增长。

从企业贷款来看,9月末企(事)业单位本外币贷款同比增长12.3%,这一增速比上年末和上年同期分别提高1.8个和1.9个百分点。更值得关注的是,从今年3月份开始企业中长期贷款余额增速明显加快,9月末增速达到14.8%,创下2018年以来的高点。

中长期贷款重点流向了制造业,尤其是高技术制造业、基础设施,以及受疫情影响比较大的行业,如批发和零售业、交通运输、仓储、邮政、文化体育和娱乐行业等。制造业中长期贷款余额增速已经连续11个月上升,9月末制造业中长期贷款的余额增长30.5%,比上年末提高了15.7个百分点。前三季度,制造业新增中长期贷款为9675亿元,同比多增6362亿元,其中高技术制造业的中长期贷款余额增长45.8%,比上年末高了4.9个百分点。前三季度,高技术制造业中长期贷款累计新增2633亿元,同比多增1000亿元。



针对小微企业融资难融资贵问题,广东进一步打破“唯抵押论”,以信用换钱用。今年前9个月,广东信用贷款占普惠小微企业贷款余额比重上升至24.2%。王 琪作(新华社发)

小微企业融资创下新高

9月30日,一家员工仅有45人、今年刚实现盈亏平衡的小微企业获得了工商银行杭州分行120万元的授信支持。

工行杭州分行工作人员介绍,获得贷款的浙江索奥环境技术有限公司是一家专业从事废气治理的高科技企业,主要从事设备研发、设计、制造和运行维护等。公司虽不大,但目前已有30多项专利。因此,在给这家公司120万元授信之前,上半年工行已经向其放贷440万元。

“去年,我们在其他金融机构贷款的利率超过7%;现在,工行贷款利率不到4%,大大缓解了我们的运营成本压力。”企业创始人邵建新告诉记者,今年上半年公司的销售额达到1500万元,实现了盈亏平衡。截至目前,公司销售额已达3000万元,远超此前预计的2000万元。

截至今年9月末,工行杭州分行已服务

小微企业7170余户,普惠贷款余额169.35亿元,增幅超85%。

从全国来看,央行公布的数据显示,9月末普惠小微贷款余额14.6万亿元,同比增长29.6%,增速比上年末高了6.5个百分点,近7个月连创新高。

“小微企业融资呈现了量增、面扩、价降的良好趋势,支持小微企业发展也带动了更多的就业。”央行金融市场司副司长彭立峰介绍,前三季度小微企业融资新增3万亿元,同比多增1.2万亿元,这些资金共支持小微经营主体3128万户,同比增长21.8%。9月份新发放的普惠小微企业贷款平均利率为4.92%,较2019年12月份下降了0.96个百分点。

今年以来,金融支持实体经济注重增强直达性、精准性。6月1日,央行创设了两项直达实体经济货币政策的工具,推动银行积极办理企业贷款延期还本付息和普惠小微企业信用贷款。

截至今年8月末,银行业金融机构已对

3.7万亿元贷款本息实施了延期。今年6月份到8月份银行业金融机构共对72.9万户、6176亿元普惠小微贷款实施延期,其中,地方法人银行对46.4万户、3751亿元普惠小微贷款实施延期。今年3月份到8月份,银行业金融机构累计发放普惠小微信用贷款1.89万亿元,比上年同期多发放了6279亿元。

股票债券直接融资发力

桐昆集团股份有限公司近期发行的2020年第三期超短期融资券发行价格创下新低,2.25%的票面利率创下2A+级民营企业债券发行价格的历史新低。

超短期融资券是非金融企业的一种债务融资工具,可由企业根据其短期融资需求、资金使用安排等情况,自主选择不超过270天(含270天)的发行期限,具有信息披露简洁、注册效率高、发行便利、资金使用灵活等特点。

据债券主承销商——工行嘉兴分行工作人员介绍,为助力企业做好复工复产工作,该行主动对接企业金融需求,加强市场信息收集和分析,对发行利率进行预判和估测,提前寻找市场投资者,多方沟通发行方案等,最终以2.25%的历史最低价成功发行。

今年以来,实体经济从债券市场获得的直接融资大幅度增加,这也是社会融资结构的积极变化之一。数据显示,前三季度企业的债券净融资为4.1万亿元,比上年同期多1.65万亿元。

“今年以来,企业上市融资需求相对旺盛,9月份股票融资1140亿元,连续3个月位于1000亿元之上。”中国民生银行首席研究员温彬表示。

受到科创板发展迅速、创业板注册制落地实施等一系列因素的影响,今年以来,A股市场扩容速度显著加快,资本市场对实体经济的支持力度也在不断上升。央行数据显示,前三季度企业的境内股票融资为6099亿元,比上年同期多3756亿元。

证监会数据显示,科创板、创业板注册制改革落地以来,上市资源充足,流动性明显超过其他板块。截至9月15日,科创板上市公司已达173家,IPO合计融资2607亿元,占同期A股IPO融资金额的51%,总市值达到2.8万亿元;创业板通过注册制发行上市公司已有24家,IPO合计融资224亿元。

温彬认为,金融对新冠肺炎疫情防控和社会经济恢复发展的支持力度持续增强。下一阶段,货币政策应继续加大对实体经济的支持力度,不搞“大水漫灌”。应密切关注国际经济和疫情态势,加强风险防范。同时,提升结构性政策力度与效果,对制造业、中小微企业等实体经济恢复发展中的薄弱环节进行精准扶持。

1 热搜

投诉暴涨 该给直播带货立规矩了

本报记者 余 颖

随着直播带货日益火爆,问题也日渐暴露。市场监管总局日前公布的数据显示,前三季度全国12315平台共接收直播相关投诉举报2.19万件,同比增长479.60%,其中,关于直播带货的投诉占比近六成。直播相关投诉举报数量排名前五的企业均为头部电商平台和短视频平台,占直播总投诉量的11.81%。

直播带货投诉量猛增,一方面是因为直播带货交易量已经达到相当规模。商务部数据显示,上半年全国电商直播数量超过1000万场,参与人次超过500亿人次。有报告预测,2020年直播电商整体规模有望达到1.05万亿元,渗透率(直播电商占全部电商成交额比例)达到8.6%。

另一方面是相较于直播电商快速成长,现有监管措施并没有完全跟上。今年3月份,中国消费者协会发布的调查报告显示,“担心商品质量没有保障”和“担心售后问题”是消费者两大主要顾虑,而且有37.3%的消费者在直播购物中遇到过消费问题。

目前来看,广告法、消费者权益保护法、《互联网广告管理暂行办法》以及2019年实施的电子商务法等都对网络交易中关于经营者的责任义务有所涉及,但具体到直播电商行业中相关平台、经营者与主播的责任界定划分和尺度适用性等问题,特别是对于维护消费者合法权益的贯彻执行上,还存在较多薄弱环节,有必要进一步厘清。

市场监管总局近日在修改《网络交易管理办法》基础上起草了《网络交易监督管理办法(征求意见稿)》,并于10月20日起向社会征求意见。据了解,市场监管总局新修改的监管办法只是开始,其他有关部门也将强化监管规范职责,做好事前、事中、事后监管覆盖,引导直播电商行业健康有序发展。

上述征求意见稿明确,网络社交、网络直播等其他网络服务提供者经营者提供经营空间,并提供与完成交易有关的支持性服务的,在经营者资质审核等方面应当依法履行网络交易平台经营者的责任。通过网络社交、网络直播等其他网络服务开展网络交易活动的网络交易经营者,参照适用本办法关于平台内经营者的有关规定……

作为直播电商购物的关键角色,主播承接了经营者的销售任务,通过网络直接面向广大消费者进行推介,部分主播自身也参与到企业经营活动中。因此,加强对主播群体的管理和规范很有必要。

专家认为,一方面,有关部门和平台要着力强化主播人员素质管理,做好主播人群的背景信息登记核验,通过系统性的培训引导和规范化的考评机制,加强网络主播的职业素养和规范意识。建立必要的信用信誉评价、奖惩机制,做好主播人群的管理和约束。另一方面,主播群体自身在开展直播和相关经营性活动时也要珍惜品牌力和影响力。同时,也要充分认识作为主播和经营者要承担的法律责任和风险,在引导消费者踊跃购物的同时,也要注重消费者的售后服务诉求特别是维权诉求,绝不能只要人气,不承担责任。

瓜果价格上涨拐点提前 后期市场供需相对稳定

本报记者 黄俊毅

“目前,瓜果价格基本处在历史同期平均水平。由于天气转凉早于往年,价格季节性上涨拐点到来略有提前。”中国农业科学院农业信息研究所赵俊晖研究员在接受采访时表示。

截至10月16日,农业农村部重点监测的6种大宗瓜果(富士苹果、鸭梨、巨峰葡萄、西瓜、香蕉、菠萝)均月均批发价格为每公斤5.43元,环比上涨3.04%,同比上涨4.96%,而10月份至9月份瓜果月均价格同比均为负增长。

国庆中秋假期后,全国瓜果价格明显上涨,赵俊晖认为主要原因有两个:一是瓜果价格波动具有季节性规律。入秋后,多种夏季时令瓜果陆续退市,秋季集中上市的瓜果以苹果、梨、葡萄、早熟柑橘等为主,品种多样性比夏季减少;部分苹果、梨等入冷库存储保障周年供应,短期内销售压力降低。因而,瓜果价格进入季节性上涨通道。尽管如此,目前瓜果价格基本处在历史同期平均水平,波动上涨符合季节性规律。由于天气转凉早于往年,价格上涨拐点略有提前。二是市场情绪恢复推高瓜果价格。由于新冠肺炎疫情控制较好,国庆中秋双节期间,国内消费、旅游、餐饮均有明显恢复,促进了瓜果消费,一定程度上拉动了瓜果价格上涨。

作为国内唯一的鲜果期货品种,苹果期货主力合约在国庆中秋假期后第一个交易日涨停,主要原因是前期市场调研结果显示苹果总体丰产,导致苹果期货价格偏低运行,而国庆中秋假期期间随着陕西、甘肃产区晚熟富士苹果上市和山东产区苹果摘袋着色,苹果优良率超预期偏低,反映在期货市场上为价格快速上涨。

现货方面,截至10月中旬,随着全国各地新产季富士苹果陆续采收、上市和入库,市场情绪相对平稳,价格稳定在历史平均水平。此外,大宗瓜果中鸭梨价格上涨明显,主要原因是主产区部分受灾减产,市场对梨价格有走高预期,收购入库价格提高。与历史数据相比,西瓜、巨峰葡萄、香蕉和菠萝的价格较为稳定,价格走势总体符合季节性波动规律。

全国瓜果行情后市如何?中国农业科学院农业信息研究所侯煜博士说:“预计后期瓜果市场供需相对稳定,价格可能继续季节性上涨,出现大幅度波动的可能性不大。”

侯煜分析,从供给方面看,天气转凉后,西瓜、葡萄在瓜果市场的占比继续缩小,对瓜果整体价格的影响进一步下降。四季度,苹果、梨、柑橘等占据瓜果市场主流,由于新产季苹果相对丰产,价格剧烈波动的可能性不大,进而可稳定瓜果总体价格。从需求方面看,随着国内新冠肺炎疫情防控常态化和经济复苏,瓜果消费热情较上半年逐渐恢复,对后期瓜果价格的季节性上涨将形成支撑。

提前开售并延长售卖期、强化线上线下融合、直播电商唱重头戏——

今年“双11”购物节又有新玩法

本报记者 王轶辰

10月21日凌晨,2020天猫“双11”全球狂欢季预售开始。有数据显示,仅薇娅、李佳琦的直播间就有近3亿人熬夜拼抢。10月19日,2020年京东“双11”促销活动也早早拉开了序幕。

突如其来的新冠肺炎疫情给经济造成严重冲击,但也充分展现了数字经济的活力。作为年度消费大戏,今年的“双11”购物节被寄予厚望,与往年相比亦是亮点纷呈。

今年天猫“双11”最大的变化是提前开售并延长售卖期。今年天猫“双11”设置了两个售卖期,11月1日至3日和11月11日会有两波售卖。

京东零售集团平台业务中心负责人韩瑞表示,“2020京东11.11全球热爱季”从10月21日正式开启,11月11日截止,为期22天。

更长的时间背后是更多的商品。天猫总裁蒋凡表示,预计会有1400万款商品参与到今年的“双11”活动中,比去年增加了40%;5000个快速成长的新品牌会给消费者带来多样的商品,2000个产业带也会

首次参加到活动中。韩瑞表示,“2020京东11.11全球热爱季”将为消费者带来超2亿件五折商品、超3亿件新品。

今年“双11”最大的变局或在线下。据悉,此次天猫“双11”期间,支付宝将首次推出“城市生活狂欢节”,来自饿了么、飞猪、大麦等平台的200万商家推出五折活动,提供包括餐饮、酒旅、娱乐、医美等在下的线下消费供给。同时,天猫“双11”将在200多个城市打造1小时生活圈,手机、潮鞋、奢侈品等最快可以在1小时内送达。

“‘双11’是全年最重要的消费节日,支付宝推出城市生活狂欢节,就是希望将‘双11’线上消费力反哺到线下,让线下服务业商家也能抓住这波增长机遇。”蚂蚁集团CEO胡晓明说。

“截至今年9月份,银泰百货数字化会员比去年翻倍,已经逼近2000万。在全球实体经济增长乏力的情况下,银泰百货业绩不降反增。”银泰商业集团CEO陈晓东表示,此前银泰百货的增长主要靠规模扩张。依托新零售,借助数字技术,银泰成

功突破了百货业地理位置和时间的局限性,在线上跑出第二条增长曲线。

另据介绍,在本次“2020京东11.11全球热爱季”中,京东将联合320万家线下门店资源,提供线上线下同价同质服务,包括京东电器超级体验店、京东电器城市旗舰店、1.5万家京东家电专卖店、超600家电脑数码专卖店、1000家京东车会员店、近100家京东大药房门店和京东健康一联盟大药房等。

作为天猫官方供应链,菜鸟供应链也准备就绪。截至10月21日,已经有近1000万吨“双11”商品备货进入菜鸟仓,规模比2019年接近翻倍。“疫情发生以来,中国内需市场成为全球商业的新希望。为了抓住年内最强劲的商业增长机会,国内和全球数十万个品牌、数百万商家正纷纷把商品备进仓库。”菜鸟国内供应链总经理黄婉说。

“双11”购物节历来都是各大电商平台必争之地,不同的是,相较于以往以纯电商为主的特点,今年直播电商将唱重头戏。淘宝直播MCN负责人新川透露,今年“双

11”期间,淘宝直播将推出官方货品池,为主播和货品搭建起快速沟通桥梁。天猫“618”期间最受关注的“淘宝直播号”明星列车也将再次“发车”,数百位明星将走进直播间互动带货。

商家直播无疑将成为今年“双11”新的爆发点。毕马威的问卷调研显示,64%以上的品牌商家表示在自己的直播间带货效果更好。今年“双11”期间,众多知名品牌的总裁将走进淘宝直播间,为自家商品吆喝带货。

4个月前的天猫“618”期间,商家直播占到了淘宝直播整体成交量的七成。今年“双11”这一占比是否会再提高?新川认为,不光是占比,从时长到数量都将在今年“双11”迎来大增长,并带动整体直播电商的新爆发。

对于即将到来的“双11”,抖音、快手也是有备而来。据透露,“双11”期间抖音将实现流量精准化投放,还推出了一系列举措支持商家。10月30日到11月11日活动期间,快手电商将推出集卡分1亿元现金等活动,从线上到线下合力推广宣传。