

“水”评易助长“水”货

市场监管

花钱买来的“水”评,看似只是10元以内的小问题,但很有可能成为扰乱市场秩序的不正当竞争行为,这不仅会侵害消费者的知情权和公平交易权,而且不符合诚信原则。好评返现损害平台、卖家和消费者利益,各方应与监管部门一起抵制、打击这种行为。

从平台方看,消费者愿意写评价,往往是因为能从中获得认同感和收益。因此,平台除了承担治理虚假营销的主体责任,还可以想办法调动用户评价的积极性。

这方面,有平台做了一些尝试。比如,美国亚马逊主推Vine项目。卖家可以

通过平台提供免费试用机会,供平台认证的优质用户自主选择,体验后给出真实评价。这些评价会以绿标形式在商品页面优先展示。消费者认为这种绿标评论的可信度最高,而评论者出于爱护个人声誉和利益的考虑,也会给出较为客观公正的评价。国内某些平台也有类似的“免费

试”“霸王餐”活动,体验者写的评价大体上也还客观,可信度较高,转化率也比较高。很多对自家商品和服务有信心的卖家都会报名参加,而没底气的卖家只好避之不及,这在客观上起到了提升平台活跃度、净化购物环境的作用。

还有的平台用心经营会员体系,将会员等级与高质量点评挂钩。点评帮助的人越多,会员级别越高,能享受的权益越多。这些方法各有利弊,但管不管态度,管不管得住是能力。好评返现损害平台、卖家和消费者利益,各方都应

与监管部门一起抵制、打击这种行为。



王琪作(新华社发)

打击非法倒卖废机油

近期,北京警方联合北京市生态环境部门打掉5个非法收集、运输、储存、倒卖废机油污染环境

近日,中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布2021年12月20日贷款市场报价利率(LPR):1年期LPR为3.8%,5年期以上LPR为4.65%。此次1年期LPR下调不同于往常,呈现以下看点,值得关注。

首先,这是LPR时隔19个月首次出现下调。本次1年期LPR由3.85%下降5个基点至3.8%,为2020年4月后的首次下降。下调主要由于今年两次全面降准为银行提供了长期的低成本资金并使资金成本降低,以及存款利率上限定价机制调整推动银行负债成本下降。

其次,1年期LPR与1年期中期借贷便利(MLF)未同向变动。在此之前长时期内,1年期LPR与1年期MLF一直存在稳定的比价关系,即MLF调整,LPR同幅度调整。此次是在MLF未做变动但LPR下调背景下,1年期MLF与1年期LPR之间的比价关系被打破。

再次,5年期LPR保持稳定。5年期LPR利率为中长期贷款定价基准,且主要以居民个人住房抵押贷款为主。5年期LPR并未调整,释放出房地产市场坚持稳字当头的信号,有助于维护房地产业良性循环和健康发展。

在我国当前的利率体系中,LPR报价属于市场利率范畴,具有很强的政策信号意义。此次LPR报价下调的意义和作用,至少可从以下三个方面加以研判。

一是加大货币政策逆周期调控力度。近期召开的中央经济工作会议提出“跨周期和逆周期宏观调控政策要有机结合”“稳健的货币政策要灵活适度,保持流动性合理充裕”等要求。此次LPR下调是在我国经济发展面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力背景下,货币政策及时加大逆周期调控力度,提高货币政策前瞻性、针对性,对稳定市场预期、带动消费、投资修复性增长具有重要作用。

二是持续释放LPR改革潜力。LPR改革以来,LPR报价市场化程度明显提升,能够更好地反映市场资金供需变化。此次LPR下调充分体现利率市场化特征,以及货币政策传导效率提升。在政策利率不变时,贷款利率能够随市场利率变化做出适当调整,有助于缓解银行发放贷款过程中所受到的利率约束,解决所谓“有效贷款需求不足”的问题,有利于实现“稳信用”和“稳经济”。

三是有利于更好助力实体经济发展。当前中小微企业和部分行业经营仍面临不少困难和压力,需要继续给予政策支持。此次LPR下调有助于引导金融机构继续下调贷款利率,带动企业融资实际利率下行,进一步降低实体经济融资综合成本,促进实体经济信贷投放,有利于激发微观主体活力,确保企业平稳健康运行,推动经济运行保持在合理区间。

通过上述研判,可以看出,未来货币政策仍有一定可继续发挥的空间和余地,稳健的货币政策将继续保持灵活适度,持续释放贷款市场报价利率改革潜力,以精准支持实体经济,实现短期稳增长和长期可持续发展之间的平衡。基于此,笔者以为,对于金融机构来说,既要加强宏观经济与利率走势研判,又应加强对市场利率的前瞻性预测与应用,主动提升市场化定价能力,加强利率风险管理,实现利率定价精细化管理。唯此,才能更好地服务实体经济发展。

(作者单位:中国银行股份有限公司全球化办公室)

洞见

以创新发展 宝马集团与中国市场共赢

近两年,受新冠疫情影响,全球经济加快衰退,中国成为实现经济正增长的主要经济体。这与“入世”以来的经济动力持续增长息息相关。今年是中国加入WTO的第20个年头,这20年既是中国经济快速发展、人民生活水平显著改善的20年,也是中国与世界深度融合、共享机遇、共同成长的20年。

对于各个进入中国市场的跨国公司来说,作为亲历者,他们见证了中国“入世”20年来的变化,其中就包括植根中国市场多年的宝马集团。

营商环境改善 宝马销量实现飞跃式增长

受益于中国对外开放和不断改善的营商环境,宝马在中国市场的销量实现了飞跃式增长。2020年,宝马集团为中国客户交付了77.7万辆BMW和MINI汽车,创下公司自1994年进入中国市场以来最好销售记录。2021年前9个月,宝马集团与经销商合作伙伴一起积极应对市场挑战,共交付669637辆BMW和MINI汽车,较2020年同期增长19.6%。

BMW和MINI品牌持续发力,前三季度销量双双同比增长近20%,BMW M品牌增长近40%,市场需求依然强劲。此外,新能源汽车销量持续增长,前三季度交付量突破3.2万辆,同比增长57.4%。BMW iX3第三季度的交付量较第二季度环比增长26.9%,前9个月BMW iX3的销量总计超过1.2万台。



宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐

积极践行对中国市场的承诺

作为宝马集团与中国经济共创共赢的典范,华晨宝马沈阳生产基地自2010年以来获得总投资超过730亿元人民币。



宝马集团参加第四届中国国际进口博览会

币。华晨宝马连续15年成为沈阳最大的纳税企业,仅2020年就纳税380亿元。另一方面,宝马集团在中国拥有约600家经销商网点以及超过460家本土供应商;仅华晨宝马在2020年就从沈阳本地的供应商采购超过330亿元,有力地带动了当地经济的发展。

宝马还一直坚持以实际行动履行企业社会责任。“BMW童悦之家”项目已开展10年,“BMW中国文化之旅”项目更是走过了15年。近日,宝马企业社会责任项目的关注领域在“文化保护”和“社会发展”基础之上新增了“环境保护”,并发布“BMW美丽家园行动”。项目第一期将率先在辽宁省辽河口国家自然保护区建立生物多样性保护公众教育基地,向保护区捐赠监测、鸟类救护等相关设备,直接助力当地的生物多样性保护。

响应“一带一路” 搭建全新绿色物流渠道

作为一家植根中国的跨国企业,宝马集团一直在积极响应政府的号召。在今年进博会期间,从宝马集团德国丁格芬工厂出发的约120辆BMW汽车搭乘中欧班列,顺利抵达成都国际铁路港,并完成相关清关手续。这已经是2021年10月以来的第三列“宝马专列”,意味着宝马正式打通了海运方式之外的陆运整车进口渠道。未来3年,预计每年经由成都进口的BMW和MINI品牌汽车将达1.2万辆。据估算,与远洋运输相比,铁路运输距离更短、用时更少,碳排放量也大幅降低——经由成都进口的每一台BMW和MINI品牌汽车,在物流上将平均减少56%的碳排放。

“中欧班列一直是连接欧洲和中国的便捷绿色通道。宝马积极响应‘一带一路’倡议,充分利用中欧班列返程车厢资源,打开了一条重要的陆运通道。增强自身在物流环节抗风险能力的同时,我们也希望为促进中德、中欧贸易贡献一己之力。”宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐表示。

加入创新浪潮 加速电动化进程

推动技术创新和数字化进程,是驱动宝马集团在中国业务发展的两大重点领域。集团不断加大在创新方面的投入,加快从“中国制造”到“中国创造”的转变。目前,宝马集团已在中国建立了除德国之外最大的研发和数字化体系,分别位于北京、上海、沈阳和南京。团队人数超过1650人,包括约600名软件开发人员。

成立最早的宝马集团北京研发中心主要负责车辆工程、测试和认证。上海研发中心侧重于数字产品、软件开发以及与当地数字生态系统和创新圈的联系;上海还有一支BMW Group Designworks设计团队,细微体察年轻一代客户的审美和需求。沈阳研发中心专注于本土电动车开发和国产车型量产后的研发工作。

数字化开发方面,2019年,宝马集团率先在北京成立了领悦数字信息技术有限公司,专注于创造无缝连接的客户数字旅程。目前,由领悦和宝马中国研发团队共同开发的My BMW APP已经吸引了超过340万的中国用户,其中月活跃用户超140万。

2021年,宝马的创新布局拓展到南京。首先,合资成立了宝马诚迈信息技术有限公司,利用中国本土软件力量深耕

车载软件开发。同时,宝马又在南京设立领悦南京分公司,旨在为宝马在中国运营企业的生产和服务提供敏捷、高效的IT研发及技术解决服务。

宝马将加快在中国的电动化步伐。2021年,BMW iX3在首个完整销售年预计销量可达2万辆。2022年,BMW品牌将为中国用户呈现5款纯电动车型,包括创新BMW iX、创新BMW i4,以及在沈阳生产的纯电动BMW 3系。此外,一款纯电动旗舰车型也将在2022年年底亮相。到2023年底,宝马集团将在中国市场提供约13款纯电动产品。

宝马还加强与国内优秀电池企业、能源公司和高科技企业的合作伙伴关系,共同发展绿色电动出行的上下游产业链,并提升自身在电动车研发、生产和服务方面的综合实力。2017年,合资企业华晨宝马在高档汽车品牌中率先建立动力电池中心,2020年完成二期工程,至今累计生产动力电池超10万台。至今年年底,BMW联网的公共充电桩将达36万根。

此外,宝马持续推进全国销售和服务网络升级。BMW在全国约600家经销商网点中已有500多家完成BMW i业务认证。2022年,宝马将携手经销商在城市中心试点“BMW i体验店”,呼应中国消费者日益增长的新能源、新体验需求。

2025年将是宝马战略转型的重要节点。届时,宝马集团将发布“新世代”车型,具备完全重新设计的IT和软件架构、全新一代高性能电力驱动系统和电池,以及贯穿整个车辆生命周期的全新可持续理念。在“新世代”的开发过程中,中国市场的特定需求仍将置于首位。到2025年,宝马集团在中国市场销量的四分之一将是纯电动车。

伴随“新世代”的到来乃至更久的未来,宝马将继续在中国市场深耕细作,与中国经济和社会同频共进、协同发展,实现共创共赢。

(数据来源:宝马官方新闻资料)



创新BMW iX

·广告