

5家入选2023年全球系统重要性银行名单——

中资银行全球影响力持续上升

本报记者 马春阳

今年共29家银行入选全球系统重要性银行(简称“G-SIBs”)名单

中国5家银行上榜,分别为

- 中国工商银行 中国农业银行 中国银行 中国建设银行 交通银行 其中 交通银行系首次入选

2015年至2023年 中国G-SIBs得分从161 上涨到 242



金融稳定理事会日前发布2023年全球系统重要性银行(简称“G-SIBs”)名单。今年共29家银行入选,中国5家银行上榜,分别为中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行和交通银行。其中,交通银行系首次入选。

据了解,全球系统重要性银行名单由金融稳定理事会与巴塞尔银行监管委员会等共同编制,从2011年起每年公布。入选银行在全球金融体系中占有重要地位,与全球金融系统稳定息息相关。

“2015年到2023年,全球G-SIBs平均得分由227上涨到231,总体呈现稳健上升趋势。”中国银行研究院研究员杜阳表示,中国G-SIBs得分从161上涨到242,与近年来中资银行快速发展、全球竞争力稳步提升的趋势高度契合。

“G-SIBs在全球金融体系中具有举足轻重的地位,往往对其采取更严格的监管措施,以保障稳健持续发展,确保金融稳定和金融安全。”招联首席研究员董

希淼说。

和去年相比,今年榜单头部银行未发生重大变化。目前第五组(最高一档)继续处于空缺状态,名单第二组的调整则较为明显。除了中国工商银行、中国银行等7家银行继续维持在这个组位,中国农业银行、中国建设银行和瑞银集团由原来第一组升至该组。今年新入选榜单的交通银行在第一组。

对于我国两家商业银行组位的上升,杜阳认为,近年来,在实体经济运行承压的背景下,国有大行显著提升服务实体经济能力,通过增加信贷投放支持重点领域和薄弱环节的融资需求,成为驱动G-SIBs得分上升的重要因素。

需要注意的是,G-SIBs榜单是对银行重要性的认可,也意味着要面对更高的资本监管要求。当前,中资G-SIBs资本补充压力较大。

专家指出,当前我国经济正处于恢复增长的关键时期,商业银行尤其是系统重要性银行要充分发挥头雁作用,夯

实经济稳健复苏基础。

杜阳建议,入选G-SIBs名单的中资银行需增强资本补充能力,通过定增和可转债等工具的综合使用,进一步补充资本金,缓解资本压力。同时,加快业务转型,大力发展理财、托管以及投行等表外业务,提高手续费及佣金收入水平,在

扩大营收的同时放缓风险加权资产的增加,保证发展的可持续性。

交通银行表示,下一步,将对全球系统重要性银行有关监管要求,不断强化经营管理水平,实现长期良性稳健发展,以高质量发展为服务实体经济、维护金融稳定作出更大贡献。

我国首次分区域核定跨省天然气管道运输价格

根据各价区运价率,以及天然气入口与出口的运输距离,计算确定管道运输具体价格,向社会公开。

据了解,此次核价是天然气管网运营机制改革以来的首次定价,也是国家

首次按“一区一价”核定跨省天然气管道运输价格。价格核定后,国家石油天然气管网集团有限公司经营的跨省天然气管道运价率由20个大幅减少至4个,构建了相对统一的运价结构,打破了运价

率过多对管网运行的条线分割,有利于实现管网设施互联互通和公平开放,加快形成“全国一张网”,促进天然气资源自由流动和市场竞争,助力行业高质量发展。

本报北京12月5日讯(记者熊丽)

为贯彻落实党中央、国务院关于深化石油天然气市场体系改革的决策部署,加快推进“全国一张网”建设,近日国家发展改革委印发《关于核定跨省天然气管道运输价格的通知》,首次分区域核定了国家石油天然气管网集团有限公司经营的跨省天然气管道运输价格。

通知分别明确了西北、东北、中东部及西南价区的跨省天然气管道运价率,并要求国家石油天然气管网集团有限公

12月4日拍摄的江苏省南通市通州湾示范区高端装备临港产业园一角。截至目前,通州湾高端装备临港产业园已签约落户20个项目,总投资354.5亿元。

许丛军摄(中经视觉)



中新天津生态城探索生态价值转化路径

为碧水定价

中新天津生态城近期发布消息称,当地利用3年时间对一座占地2.56平方公里、积存40年的污水库进行治理,215万立方米工业废水和生活污水经处理后达标排放,385万立方米污染底泥实现了无害化处理和资源化利用。

生态城生态环境局监察科科长张昕宇介绍,曾经的污水库如今变成了碧波荡漾的景观湖,环湖景观带长达7.6公里,绿化面积20万平方米,水域面积117万平方米,是居民观花、赏景、亲水,体验户外野趣的好去处。

日前发布的《中新天津生态城生态产品价值核算报告(2021年度)》显示,生态城生态产品总值约为89亿元,较开发建设之初的5亿元增加约16倍。

生态产品总值(GEP)是指生态系统在特定时间内提供的生态产品的货币价值之和,通俗来说,是指湿地、海洋和绿地等生态系统通过生物生产和与人类生产共同作用,为人类福祉提供的直接或间接的经济效益。

在生态城市指标体系引领下,生态城全面实施“生态+智慧”双轮驱动战略,发展绿色经济,实施资源利用和节能减排工程,开展了污水库治理、盐碱地土壤改良、生态岸线

一版编辑 温宝臣 张可 二版编辑 林紫晓 田杨 三版编辑 杜铭 张烁 美编 吴迪

对话民营企业家

创新模式应对出口机遇挑战

——访新华锦集团有限公司董事长张建华

新华锦集团有限公司连续多年位列中国民营企业500强。成立21年来,已从单一的国际贸易企业发展为产业化、国际化、综合性大型企业集团,经营领域涉及国际贸易、医养健康等,累计完成进出口额390亿美元。日前,记者就民营经济与外贸行业发展等问题采访了新华锦集团有限公司董事长张建华。

记者:国家近期出台多项支持民营经济政策,对企业发展有何影响?

张建华:今年以来,从中央到地方都陆续出台一系列支持民营经济发展的政策。特别是《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》,传递了党和国家对民营经济的高度重视和大力支持。省市也陆续发布支持、扶持企业发展的政策清单。近年来,集团及各子公司累计获得各级政府扶持资金1000多万元,涉及减税降费、扶持外贸发展、数字化转型、项目奖补等多领域。

除了真金白银支持,更重要的还是营商环境的变化。2019年青岛成立全国首个民营经济高质量发展局,推出一系列服务企业发展的政策措施,今年又推出了服务企业的统一平台“青岛政策通”,实现了政策发布、申报、兑现的一站式服务,极大方便了企业经营。

记者:外贸行业近年来遇到哪些困难和挑战?

张建华:主要在于外部形势复杂多

变,用工成本增加、原材料成本上涨等,企业发展不确定性在增加。比如集团主业是国际贸易,当前外需不畅,以及汇率波动、欧美社会补贴政策退坡等,纺织品、假发等产品出口承受较大压力。

困难和挑战是企业发展的常态,迎难而上是企业应有的姿态。早在多年以前,我们就开始“走出去”,向两端延伸国际贸易链条,一是在生产制造端,在柬埔寨、越南等地建设工厂,充分利用全球化布局,获得更大竞争优势;二是收购了美国的两个发制品知名品牌和营销公司,这两家公司的世界排名分别是第二、第三,此举增强了企业在国际市场上的品牌溢价,使发制品在美国市场占有率超过50%。下一步,我们将加快数字化转型,引入区块链公链网络技术,持续为传统外贸综合服务平台赋能。

近年来,我们积极响应中央构建新发展格局的部署,推动内外贸一体化发展。集团旗下的上市公司通过并购上海荔之实业,拓展了国内销售渠道。跨境电商业务盈利能力大幅提升,实现营收3.25亿元,净利润增长113.2%。

另外,利用我们在国际贸易领域积累的资源优势和渠道优势,集团提前布局二手车出口业务,2019年获得了国家首批二手车出口试点企业资质,出口主要面向“一带一路”共建国家和上合组织国

日前,最高人民法院、最高人民检察院联合发布了一批危害食品安全犯罪典型案例,包括以假充真、非法添加有毒有害的非食品原料等,引发社会关注。民以食为天,要进一步严防严控风险隐患,压紧压实各方责任,持续提升食品安全治理水平,让人民群众吃得更安全、更营养。

民生谈

近年来,各地区各有关部门严格落实“四个最严”,协同共治“餐桌污染”,以严格监管助推食品产业高质量发展。当前,主要农产品质量安全监测合格率稳定在97.4%以上,食品安全评价性抽检合格率稳定在98%以上,我国食品安全形势持续稳中向好,人民群众满意度不断提升。

也要看到,美味背后暗藏隐忧。消费者协会公布的数据显示,今年上半年与食品相关的投诉高达4.8万余起。从食品变质、发现异物,到用餐后引发身体不适等问题,无不反映消费者对食品质量和安全的担忧。随着网络订餐、直播带货、生鲜配送等新业态和新模式的走红,食品安全监管迎来了新的挑战。

食品安全没有“零风险”,监管必须坚持“零容忍”。保障食品安全,关

键在于落实责任。通过健全食品安全责任分担机制,明确企业、属地、行业、部门等各方责任,形成权责明晰的责任链条;持续完善日管控、周排查、月调度的工作制度,推动责任机制顺畅运行、责任各方履职尽责,确保食品安全责任落

郭静廉举措。各有关部门要聚焦人民群众反映强烈的食品安全问题,加强种植养殖源头治理,强化事前事中事后监管,持续开展“铁拳”“利剑”“昆仑”“国门守护”等专项行动,严惩重处违法犯罪行为,用最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责,守护广大人民群众“舌尖上的安全”。

要完善“共治”的安全大局。食品安全关系千家万户,需要全社会共同参与。广大食品生产经营企业要树牢主体责任,加强全员教育,严守诚信自律,坚持用品质赢得品牌、用品牌赢得市场;各级政府、社会组织 and 消费者也应积极行动起来,强化社会监督和科普宣传,引导科学理性消费,深化巩固“全民共建、社会共治、人人共享”的工作格局。

(上接第一版)

“种草”的启示

周晓光开始忙碌起来,主要是去国外参展,推介中国旅游目的地和产品。他把这称作重振旗鼓的必要铺垫。中青旅近期也把“走出去”列为重点工作,到海外市场积极营销。

“走出去”主动展示中国旅游的丰富多彩和翻天覆地的变化,是入境游要采取的首要市场战略。”孙梦阳认为,除了“走出去”,还要“请进来”。海外旅游批发商、媒体只有亲身体验中国的旅游产品,才能提高推广和售卖中国线路的信心。

“中国旅游资源丰富程度是很多国家无法比拟的,这一点我们绝对自信。”周晓光说,过去外国人对中国旅游目的地的认知有限,现在网络为他们打开了更广阔的视野。

周晓光 and 外国同行交流时,提到了两件事:一是前几年发生在云南的大象迁徙事件,意外获得了日本网友的广泛关注,提升了云南的知名度;二是近来关于重庆的英文搜索热度攀升,关键词为“火锅”“洪崖洞”这些非常具象的词汇,这是由于一些推广重庆的短视频给网友“种草”了。周晓光深刻体会到,开展互联网营销势在必行;外国年轻人也很喜欢刷短视频,旅游推介要改变方式方法,用

外国人感兴趣的角度和喜欢的语言给他们“种草”。

解题的方案

回顾我国入境游发展历程,改革开放之初,和国内游、出境游相比,入境游占据“龙头”地位,对整个旅游产业体系的构建起到了带动作用。时过境迁,入境游因为种种原因步入了瓶颈期,过去3年更是陷入低谷。

在当前的国际国内环境下,要重新认识入境游的作用。北京交通大学现代旅游研究院院长张辉说,入境游不仅是推进服务贸易发展的重要抓手,更是展示大国形象、改善国际发展环境的重要手段,应该得到国家层面更多的重视。

不久前,国务院办公厅印发《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》,其中专门就加强入境游工作提出6条具体措施,直指入境游的痛点。

政策有待落实,信心有待提振。“目前,入境游市场存在的很多问题靠企业自身解决不了,需要政府‘有形之手’加以引导。”孙梦阳认为,在宏观战略的指引下,相关部门要形成合力,真正从入境游客的角度出发,深入调研、系统梳理,逐一找到令游客感到不便的痛点,并寻找务实的解决方案。

□ 本报记者 刘成