

# 强劲反弹！央行罕见盘中发布8月金融数据 8月新增贷款创下历史同期峰值



数据显示,1-7月民企贷款新增59万亿元,同比多增1.8万亿元。普惠小微贷款、科技型中小企业贷款同比增速分别连续4年高于20%、连续3年高于25%。绿色贷款中投向具有碳减排效益项目的贷款占2/3。

接近监管人士表示,金融对实体经济支持总量是足够的,未来结构性工具运用既要考虑经济运行中突出的结构性矛盾,又要权衡金融机构对特定领域金融服务的意愿和能力,解决好不敢贷、不愿贷、不能贷的问题。

## 货币政策料持续发力

证券交易印花税减半征收、个人所得税优惠政策先后出台、政策利率下行、房地产政策适时调整优化……近一轮宏观政策组合拳涉及财税、货币、房地产政策等诸多领域,受惠面广、可持续性强、能直接见效、市场认可度高,有效直达实体,帮助企业居民减轻负担、增加收入。

在“组合拳”政策的接连落地见效下,目前部分宏观指标已有边际改善的积极变化。8月制造业PMI(采购经理指数)继续回升,进出口降幅明显收敛,旅游出行消费加速释放,9月新房销售和“金九银十”预期明显改善,沪深两市主要股指也较8月25日政策实施前有所上涨。随着政策在“转方式、调结构、增动能”领域持续发力,未来积极效果还会进一步体现。

8月末,广义货币(M2)同比增长10.6%,狭义货币(M1)同比增长2.2%。二者剪刀差持平于上月,依然位于历史高位,反映当前企业和居民的信心尚未恢复,资金活化效率偏低。

往后看,货币政策还将持续发力,人民银行、国家外汇管理局2023年下半年工作会议已明确,将继续精准有力实施稳健的货币政策,持续改善和稳定市场预期,为实体经济稳定增长营造良好的货币金融环境。

人民银行行长、国家外汇局局长潘功胜还在日前指出,将推动金融机构加大民营企业金融支持力度,进一步加大对科技创新、“专精特新”、绿色低碳等重点领域民营企业的信贷投放,继续落实好房地产“金融16条”。要畅通民营企业股、债、贷三种融资渠道。

据《证券时报》

今年以来,主要发达经济体快速大幅加息,8月下旬中美10年期国债收益率一度倒挂近180个基点。在外部压力下,央行仍以立足稳定国内需求和就业为首要考虑,6月、8月政策利率两次下调,力度也在加大。

同时,银行在今年积极推动存款成本下行,帮助打开了利率下行空间。据银行人士反映,近年来存款竞争压力较为激烈,客户对存款利率调整也很敏感,金融机构负债成本下行难度较高,约束贷款下行空间。银行努力开展了大量工作,6月、9月存款利率先后两次下调,各期限利率大体下行了0.15-0.40个百分点。

可以看到,贷款利率在近两年持续下行基础上,今年以来仍在走低。记者了解到,目前,企业贷款利率已降至有统计以来历史低位,1-8月为3.93%,同比下降0.33个百分点。个人住房贷款利率为4.14%,同比大幅下降0.95个百分点。

今年前八个月,社会融资规模增量累计为25.21万亿元,比上年同期多8420亿元。从单月情况看,8月份社会融资规模增量为3.12万亿元,比上年同

期多6316亿元,好于市场预期。

总量增长和结构优化是一体两面。7月24日召开的中央政治局会议强调,要发挥总量和结构性货币政策工具作用。人民银行近期的一系列举措,既稳住了货币信贷总量,又引导资源流向更有需求、更有活力的实体经济领域。

从近期央行提供的结构性支持来看,对实体经济帮扶举措更加聚焦重点。8月人民银行专门召开金融支持民营企业发展工作推进会,足见重视程度之高。人民银行此前还大力推动小微企业首贷户以及无还本续贷、随借随还业务,今年又持续推动普惠小微贷款支持工具、支农支小再贷款等落地生效,助力民营企业纾困解难。

另一方面,为适应科技创新、绿色低碳、制造业等重点领域发展需要,央行积极支持企业结构调整和转型升级。推出创新创业金融债、科创票据等债务融资工具支持科技企业和制造业龙头企业,明确科技创新再贷款存量资金可展期发挥作用。碳减排支持工具扩围至部分外资银行、地方法人银行。

## (上接A1版) 上市青企助推“青岛优品”工程实施

8月3日上午,青岛市政府新闻办召开“实施‘青岛优品’工程 推动经济社会高质量发展”新闻发布会,决定实施“青岛优品”工程,并现场公布“青岛优品”Logo,力图将“青岛优品”打造成为全国叫得响的公共品牌,提升青岛品牌和质量建设综合实力,重塑“品牌之都”形象。

“‘青岛优品’公共品牌首先不同于产品、服务、企业等品牌,是一个综合体现青岛产品、服务和企业形象等公共品牌的概念,集质量、创新、品牌、效益、可持续发展等为一体,凝聚的是品牌建设的集体信念。它与各领域各行业品牌打造并不矛盾,而是从工业产品、农产品、服务等品牌中优中择优,可以说是在质量‘高原’上筑品牌‘高峰’。”青岛市质量工作领导小组副组长、副市长赵胜利说。

从全国最早提出并实施“名牌带动、品牌兴市”战略,到两次荣获“中国品牌之都”称号,再到实施“青岛优品”工程,品牌是青岛发展最具特色的名片,品牌已成为青岛高质量发展重要的内生力。

截至目前,青岛市已拥有中国质量奖1个、中国质量奖提名奖8个、山东省省长质量奖11个、全国质量标杆22个、中国地理标志产品7个、中国地理标志农产品54个、中华老字号19个、国家专精特新“小巨人”企业151家、山东省高端品牌232个、“好品山东”首批入选企业26家,品牌总量位居全国同类城市前列。

当前青岛汇集了海尔、海信、青啤等一批国内外知名企业,其中很多企业产品已经成为“中国制造”的代名词。如今,以海尔、海信、青啤和中车等企业为代表的千亿级知名品牌产业链,占规上工业总产值的比重超过75%。这些品牌走向世界的征途,也是青岛这座城市与品牌的同频成长之路。

中国品牌走出国门,一直是令国人自豪的事情。以“建百年海信,成为全球最值得信赖的品牌”为企业愿景的海信集团,自2006年开始就坚持以自主品牌“走出去”,成为“品牌出海”的先行先试者,走出了从中国产品向中国品牌转型的“海信实践”。在全球市场布局多元的体育营销矩阵,连续赞助2016年欧洲杯、2018年世界杯、2021年欧洲杯、2022年世界杯4届顶级体育赛事。从2020年欧洲杯到2022年世界杯,海信海外品牌认知度从28%上升到53%。2022年海信系电视出货量位居全球第二,重新改写全球市场竞争格局。2022年卡塔尔世界杯赛场,海信打出“中国制造 一起努力”的球场广告,在世界顶级赛事舞台呐喊助威,代表整个中国制造业发出发展强音。

8月30日,海信视像发布2023年半年度报告。报告期内,公司实现营业收入248.75亿元,同比增长23.06%;归母净利润10.37亿元,同比增长74.65%;扣非归母净利润8.47亿元,同比增

长110.06%,接近公司此前预告的增幅上限。

今年上半年,海信视像实现内外市场“双开花”,在国内市场份额稳步增长的同时,在多个海外重点市场收获认可。根据不同地区在全球业务组合中的战略地位,实施区域化管理、一体化发展。实现出货量、出货额份额在全球市场、中国市场、北美市场、欧洲主要市场、亚太主要市场均同比增长。

“巴基斯坦人喜欢用毛毯,海尔洗衣机专门增加了‘毛毯洗’程序;当地时常断电,我们增添了‘自动启动’功能,让洗衣机在恢复电力供应后能自动工作。”海尔智家南亚大区总裁黄德成介绍。目前,海尔全球化业务已进入“一带一路”沿线所有国家及地区,建成了22个工业园、103个制造基地及103个贸易公司。

8月30日晚间,海尔智家发布2023半年报。财报显示,2023上半年海尔智家实现营业收入1316.3亿元,同比增长8.2%;归母净利润89.6亿元,同比增长12.6%,利润增速继续超营收增速。

事实上,自2021半年报以来,海尔智家利润增速就持续超营收增速,即使在去年高基数基础上,海尔智家依然延续了这一态势。这表明,迈入智慧家庭新赛道的海尔智家,正在通过三级品牌战略实现业绩的持续增长。同时,其数字化转型的成果也在加速兑现。

海尔智家布局全球化的高端品牌矩阵,为不同市场、不同用户提供差异化的方案,满足全球用户需求。其中,高端品牌卡萨帝通过产品持续引领,强化套系化阵容、拓展触点布局等措施,业务发展稳中向好。

延续近年业绩屡创历史新高的高质量发展势头,青岛啤酒2023年半年度报告称,销量、营收、净利全面增长,高质量发展再创纪录。实现产品销量502.3万千升,同比增长6.5%;实现营业收入215.9亿元,同比增长12.0%;实现归属于上市公司股东的净利润34.3亿元,同比增长20.1%。实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润32.3亿元,同比增长24.6%。呈现了利润增幅高于收入增幅、收入增幅高于销量增幅的良好发展态势。

报告期内,青岛啤酒继续坚定不移地推进实施高质量发展战略,加快推进企业创新驱动和数字化转型。充分发挥青岛啤酒的品牌、品质、生产基地及渠道网络优势,推进高端化、智能化、绿色化发展,不断加大在市场开拓、科技创新、数字化转型、品牌提升以及产品结构优化等方面的工作力度;同时积极开源节流、控本降费、提质增效,实现了经营业绩的持续快速增长。

8月30日,森麒麟定向发行股票,募集资金28亿元,用于西班牙年产1200万条高性能轿车、轻卡子午线轮胎项目。此外,青岛双星拟在柬埔寨成立合资公司,建设年产850万条高性能子午线轮胎项目;赛轮轮胎正在建设越南和柬埔寨项目,总投资53亿元。

积极“出海”拓市场,成为青岛制造业上市公司发展的一个重要趋势。

# 合资理财公司再扩容 开启AI量化投资时代

9月8日,法巴农银理财有限责任公司(下称“法巴农银理财”)正式官宣开业,中国资产管理市场迎来了第五家合资理财公司。

合资理财公司在国内已发展三年。从发展情况看,四家合资理财公司目前仍处于起步阶段,规模整体不大,距离盈亏平衡仍有一定差距。

从产品规划看,各家合资理财公司均呈现出多资产、多策略的产品优化特点,固收类产品正在成为基本盘,同时各公司都积极筹划特色化、精细化和差异化的产品。

## 合资理财起步三载

合资理财公司的成立是我国金融高水平对外开放的一个重要标志。2019年7月,国务院金融稳定发展委员会发布11条金融业对外开放措施,提出鼓励境外金融机构参与设立、投资入股商业银行理财子公司。

从2021年汇华理财成立算起,合资理财公司在境内发展已有三年时间。

目前,汇华理财、贝莱德建信理财、施罗德交银理财、高盛工银理财正式营业均已超过1年。从运作情况看,汇华理财运作体系较为完善,其他三家仍处在探索和布局阶段。

一位资深银行理财人士表示,从五家合资理财公司的股东构成看,其股东均系国际知名资管机构及国有大行,这使得合资理财公司既具备全球资产管理能力,同时拥有国有大行的广大客群及渠道优势。

但合资理财仍处于探索期。从规模看,目前合资理财并未并取得足够的市场份额。同时受大环境影响,今年上半年规模较去年末甚至出现了一定的缩水。

数据显示,截至上半年末,四家合资理财公司管理规模仅有555.7亿元。汇华理财半年末规模收敛至311.7亿元,低于去年末的水平。施罗德交银理财上半年存量规模为122.5亿元。不过,贝莱德建信理财受益于固收类产品扩张,规模达到了118.2亿元,高于去年末的67.4亿元。高盛工银理财规模仅为3.25亿元。

## 现实的“固收化”

自筹备之始,合资理财公司就被认为可以利用自身国际化投资能力,有效弥补银行理财在权益投资方面的短板。

其中汇华理财开业后迅速推出了系列“固收+”产品和汇泽系列高风险产品,实现了规模的迅速扩张。贝莱德建信理财开业后率先发行了贝盈系列A股产品,至今规模达21亿元,是银行理财系中规模最大的权益类产品。

但是,随着A股行情变化,这些产品均面对净值变化的挑战。这让两家公司开始思考更加全面的产品设计。

在专注打造理财“固收+”产品的基础上,汇华理

财不断丰富产品形态和策略,以满足理财客户的需求。作为补充,公司开发了纯债策略产品,并于2021年12月发行了汇华纯债开放式固定收益类理财产品,目前规模已达40.3亿元。同时,在日开型纯债产品的基础上,开发了衡利最短持有期系列,今年又先后推出汇华衡利纯债三个月和六个月期限的开放式固定收益类理财产品,不断完善在纯债策略产品方面的布局。

目前,汇华理财已经成功发行了汇理、汇嘉、汇裕、汇诚、汇华纯债、汇泽混合、稳进混合、汇和持有、衡利纯债持有等共计九个系列的公募理财产品。

贝莱德建信理财今年的新品也以固收产品为主。特别是今年发行的贝裕固收系列,表现较为稳健,目前已经发行至55期。

在9月8日法巴农银理财开业典礼上,公司首席执行官韦历山表示,公司已经深入研究了过去三年四家合资理财的一些成功经验。法巴农银理财首批理财产品将在今年10月份推出。

据悉,法巴农银理财首批产品分别是法琅蓝和法琅金两大类。前者投资固定收益类产品比例为100%,期限5至7个月;后者以最低80%固定收益类资产和最高20%权益类资产组合,期限14至16个月。

## AI量化探索有看点

从产品线看,四家合资理财均为市场带来了一些颇具特色的产品,比如量化产品、ESG和国际化QDII产品等。

借助AI的兴起,合资理财已经开启了量化投资时代。贝莱德建信理财开业后率先发行基于系统化主动投资的贝盈A股系列产品。值得关注的是,这也是国内在大数据时代AI投资的一次尝试。

ESG和国际化QDII产品未来将成为合资理财的另外一个看点。2023年9月,汇华理财发行了汇和责任投资两年持有开放式固定收益类理财产品。该产品将ESG评级分析融入投资过程,专注优选有社会责任担当,可持续发展业务模式的优质企业,并审慎评估与ESG相关的尾部风险,核心目的是争取为整个投资组合提供长期稳定可持续的收益回报。

刚刚官宣开业的法巴农银理财未来也会专注ESG主题等特色投资。法巴农银理财相关负责人表示,法巴资管的ESG框架会被完全真正地应用到投资流程中,框架会覆盖公司每一款产品及其所相对应的策略。

此外,合资理财的另一个趋势是QDII产品或将扎堆发行。

合资理财公司的控股股东往往为海外领先的资管机构,在海外资产的投研能力以及相关的人才储备、系统支持等方面均有着丰富的经验。这些经验或可充分赋能合资理财公司,成为其核心比较优势。

据《上海证券报》