

我国资本市场将向全面制度型开放转变

■ 本报记者 陈璐

“证监会将站在新的起点上，坚持市场化法治化国际化方向，在稳步放开跨境投融资限制的同时，更加注重制度规则的深层次对接，不断增强政策的可预期性和稳定性，推动中国资本市场从局部管道式开放向全面制度型开放转变。”近日，证监会副主席方星海在中国金融四十人论坛联合各组委会成员机构举办的第二届外滩金融峰会上表示。

据悉，去年，国家外汇管理局决定取消合格境外机构投资者（QFII）和人民币合格境外机构投资者（RQFII）投资额度限制。10月23日，深港ETF互通正式开通。首批互通产品中，嘉实恒生中国企业ETF、银华工银南方东英标普中国新经济行业ETF在深交所挂牌上市，恒生嘉实沪深300指数ETF、南方东英银华中证5G通信主题ETF在港交所挂牌上市。

对外经贸大学公共政策研究

所首席研究员苏培科在接受《中国贸易报》记者采访时表示，从一系列具体的开放举措来看，几乎涉及中国金融的方方面面，而且明确了时间表和具体指标，表明了中国金融开放并不是一句口号。

“在现有沪深港通、QFII、RQFII、ETF互联互通等方式基础上，研究推出更多外资参与境内市场的渠道和方式。”方星海强调，要着力解决国际投资者有关顾虑，提高A股在明晟等国际指数中的纳入比例。研究完善沪伦通制度，使其覆盖欧洲主要资本市场。拓展交易所债券市场境外机构投资者直接入市渠道。进一步扩大期货品种对外开放范围，更好满足境外实体企业和投资机构风险管理需求。制约我国资本市场更快更稳发展的一个主要因素是机构投资者占比还不够高，而更多地引入境外成熟机构投资者是一条见效快的途径。要建立健全境外企业在

境内市场发行CDR、在境内第二上市等制度，为我国资本市场引入更多优质上市公司。

据悉，目前，已有8家外资控股证券公司获批，首家外资全资基金公司、首家期货公司成功落地。方星海指出，“外资私募基金公司进入我国已形成趋势，在上海聚集尤其集中。欢迎更多外资机构前来展业，拧紧中国与世界共同发展的利益纽带。证监会将进一步完善内外资证券基金机构公平竞争的制度环境，支持优质机构与客户一起走出去，提升跨境服务专业能力，更好满足企业跨境投融资需求。”

苏培科认为，中国金融业开放和发展是好事情，但中国金融业在对外开放时，也要对内开放，不能只示好外资而抑制内资开设金融机构，只有对内开放充分竞争后，对外开放时国内的金融机构才具有竞争力。毕竟金融资源是一国

经济的命脉和核心，只有国内金融机构充分竞争和合规化发展，才不惧外资金融机构的竞争。

资本市场双向开放必然要求加强国际监管合作。方星海认为，开放的幅度和水平、开放中能否实现市场稳定发展，很大程度上取决于监管能力，特别是跨境监管能力的提升。未来，还要完善跨境资本流动监测，建立健全数据通报、投资者保护等方面的跨境监管合作和执法机制，为实现更高水平开放提供坚强保障。

“人民币国际化需要中资金融机构和人民币资产走出去，否则‘一带一路’、参与全球治理等宏大愿望很难获得本国金融的充分支持。因此，改革开放中国金融市场非常必要，引入外资金融机构从某种程度上可以倒逼国内金融机构加速发展。”苏培科称，但在监管层面，中国金融企业的管理水平和人才方面还有待加强。

我国贸易焦点沿“货物—服务—数字”路径演进

本报讯(记者 江南)商务部研究院近日发布的《中国数字贸易发展报告2020》显示，中国可数字化服务贸易额已由2005年的488.59亿美元，升至2019年的2718.10亿美元。

报告分析，数字贸易对服务贸易贡献率攀升，成为带动服务贸易增长的重要动力。2019年，我国服务贸易整体规模为5.4万亿元，数字贸易所占比重为25.6%，比去年同期提升3.4个百分点。随着数字贸易在全球贸易格局的重要性不断提升，我国贸易焦点正加快沿着“货物贸易—服务贸易—数字贸易”路径演进。

“当今世界已进入服务经济时代。”在近日举办的2020全球服务外包大会暨服务贸易创新发展武汉峰会上，商务部国际贸易经济合作研究院院长顾学明在主旨演讲中说，数字科技创新和应用推广加速，数字化转型深入推进，服务可贸易性正大幅提升。

顾学明认为，在应对新冠肺炎疫情冲击和推动疫后重振中，数字新业态新模式充分展现了零接触、跨时空、敏捷性、普惠性的优势。

“2020年对全球贸易秩序而言是一个临界点”

本报讯 “疫情过后的经济复苏，以及地缘政治的紧张局势等，将左右21世纪20年代的全球贸易格局。影响全球的新冠肺炎疫情带来了巨大的经济冲击，其速度及幅度前所未见，但它也加速了诸如数字化、重新调整全球供应链，以及重新考虑国家/地区安全在贸易政策中的作用等趋势的发展，塑造了贸易的未来。”这是迪拜多种商品交易中心(DMCC)日前发表《贸易的未来2020》报告中的分析。

“当下经济明显存在许多不确定性，全球通力合作将对贸易的未来乃至经济复苏至关重要，各方找到彼此的共同点，携手推动国际贸易是取得成功的关键因素。”DMCC执行主席兼首席执行官艾哈迈德·本·苏莱伊姆表示。

DMCC首席运营官费亚尔·艾哈迈迪补充说：“2020年对全球

随着大数据、云计算、人工智能等数字技术与垂直领域融合深化，数字经济发展空间进一步拓宽，数字贸易创新发展动力十足，前景广阔，潜力巨大。

“作为数字贸易的典型业态，我国服务外包已经成长为万亿元级产业，在稳外贸、稳就业和促进产业转型升级中的作用更加重要。”顾学明说。

报告统计数据显示，在服务外包上，2019年中国离岸服务外包合同额1389.1亿美元，执行额968.9亿美元，同比分别增长15.4%和9.3%。其中，以医药和生物技术研发服务、检验检测服务、互联网营销推广服务、电子商务平台服务等为代表的高端生产性服务外包业务快速增长，同比分别增长15.3%、20.5%、37.1%和53.2%。

在顾学明看来，面向未来，中国将坚定不移扩大对外开放。服务外包、数字贸易领域将汇聚更多发展合力，积聚更大发展动能，不断实现新突破新提高，助力形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

工业化和信息化融合步伐加快

10月23日，工业和信息化部副部长王志军在国新办新闻发布会上表示，通过扎实推进“两个强国”建设，“十三五”确定的主要目标任务即将如期完成，全社会重视实体经济、发展工业和信息化的氛围更加浓厚，制造强国和网络强国建设迈出坚实步伐。

去年，我国制造业增加值达26.9万亿元，占全球比重28.1%，连续10年保持世界第一制造大国地位。王志军表示，“十三五”期间，规模以上制造业研发经费内部支出占主营业务收入比重达到1.43%，提前超额完成规划预期目标。供给体系质量不断提高，传统产业加快改造升级，2016年至2019年，技术改造投资占工业投资的比重从40.6%增长到47.1%；化解过剩产能取得重大成果，提前两年实现“十三五”钢铁行业去产能1.5亿吨目标；规模以上工业企业单位工业增加值能耗持续下降；战略性新兴产业加快发展，高技术制造业、装备制造业增加值占规模以上工业增加值的比重分别达到14.4%和32.5%，成为带动制造业发展的主要力量。

“十三五”以来，一批关键技术和产品取得重大突破。京津冀、长三角、粤港澳大湾区制造业创新发展高地龙头带动作用日益凸显。

“2019年，我国规模以上工业企业研发投入达1.32%，比2015年提高0.42个百分点，创新能力显著提高。”王志军表示，我国已初步形成了以17家国家制造业创新中心为核心，100余家省级制造业创新中心为补充的制造业创新网络。

5年来，我国信息通信业保持平稳较快发展态势，基础性、先导性、融合性作用不断彰显。据王志军介绍，“十三五”期间，网络基础设施进一步优化升级，互联网普及率提前超额完成目标规划。2019年底固定宽带家庭普及率、移动宽带用户普及率分别达到91%、96%，千兆光纤覆盖家庭超过8000万户，4G用户超过12亿，5G商用迈出坚实步伐。“目前，我国已累计开通5G基站69万个，连接用户数超过1.6亿。”王志军说。

“十三五”期间，网络提速降费给人们生活带来了不少变化。工业和信息化部信息通信发展司司长闻库表示，为了向老百姓提供“用得上、用得起、用得好”的信息服务，“十三五”以来，我国建成了全球规模最大的信息通信网络。“我国4G基站占全球4G基站一半以上。5年来，我国光纤用户占比从34%提升至93%。”闻库表示。

5年来，我国大中小企业融通发展局面初步形成，一批具有全球竞争力的领航企业加速涌现。通过推动出合并落实系列惠企稳企政策，为企业纾困解难，中小企业政策体系不断完善，服务体系不断健全，有力保持市场主体稳定，对居民就业的带动作用明显。在信息通信、轨道交通、新能源汽车等领域成长一批创新能力强、具有国际竞争力的企业。(祝君璧)



在初步战胜新冠肺炎疫情的老挝，无论是水电站、水泥厂还是医院，一个个中老合作项目顺利推进，中老建设者并肩创造幸福生活，友情在不断加深。

老挝首都万象东南约200公里处，从广袤的湄公河冲积平原向北刚进入山区，就能看见一片热火朝天的建设工地。这里就是由中国电建水电三局承建的南屯1水电站。

31岁的附近村民坎狄，在电站工地上工作已半年多。他对记者说：“这是一个能促进我们家乡发展的项目，自己想为这个项目贡献力量。”

阿里巴巴国际站九月采购节成交暴涨133%

本报讯(记者 刘禹松)肇庆市和佳电子有限公司是一家消费电子跨境B2C企业供应商，2019年开始通过阿里巴巴国际站布局跨境B2B。今年的新冠肺炎疫情，让和佳电子的企业负责人对出口前景感到多少有些迷惘。然而，就在刚刚过去的平台九月采购节上，和佳电子在阿里巴巴国际站的实收交易额超过了多年的B2C供货业务，同比增长了78倍。这也让企业负责人喜出望外。

近日，阿里巴巴国际站公布九月采购节成绩单。《中国贸易报》记者获悉，该平台核心指标均创历史新高：实收交易额同比增长133%，订单数同比增长128%，支付买家同比增长83%。临近天猫“双11”，在全球最大的B2B跨境电商平台

阿里巴巴国际站上，中小外贸企业迎来史上最大“丰收季”。

当前，中国外贸进出口逐季回稳，好于预期。根据海关总署公布的数据，今年前三季度，中国出口同比增长1.8%，连续6个月正增长，9月份的增速为8.7%。

根据阿里巴巴国际站提供的数据，本次采购节，B类直播和短视频带货流量大爆发。和8月份相比，九月采购节直播带动商机环比增长347%，场均互动人数环比增长160%。

采购节上，出口额前5名的中国城市，分别是深圳、广州、金华(含义乌)、宁波和东莞。线上出口的核心市场依然是欧美和东盟。美国、加拿大、英国、澳大利亚和德国的交易总额最高，其次是韩国、

日本和新加坡。荷兰和新加坡的增速分别达到238%和201%。

此外，线上出口的高速增长也带动了支付结算、物流等数字化履约服务的全面“井喷”。

信保货运订单量同比增长超过500%，快递订单量同比增长超过200%。在支付结算方面，阿里巴巴国际站e收汇交易总额比3月增长785%。

阿里巴巴国际站总经理张阔透露，3年后阿里巴巴国际站实收交易额有望达到1000亿美元、支付买家数量达到1000万。考虑到数字化新外贸可能带来的增量影响，阿里巴巴国际站货运服务能力有望达到100万吨(空运)和100万标箱(海运)，跻身全球货运行业前三。

直播带货有规矩了

“克星”。

征求意见稿提出，网络交易经营者以直接捆绑或者提供多种可选项方式向消费者搭售商品或者服务的，应当以显著方式提醒消费者注意。提供多种可选项方式的，不得将搭售商品或者服务的任何选项设定为消费者默认同意，不得将消费者以往交易中选择的选项在后续独立交易中设定为消费者默认选择。

同样“被默认”的还有自动续费。消费者在网上购买了一个月的服务，但第二个月，在没有任何提醒的情况下，就被自动续费。当用户想要取消自动续费时，却遭遇了重重困难，有时甚至找不到任何取消订购的提示。自动续费，扣钱没商量，让不少消费者苦不堪言。

征求意见稿提出，网络交易经营者采取自动展期、自动续费 etc 及消费者非主动立约的方式提供服务的，应当以显著方式提醒消费

了新经济大门，但也逐渐成为滋生乱象的温床。统计数据显示，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%，仅“直播带货”的诉求就占比近六成。其中，产品质量疏于把关、使用“极限词”等诱导消费者冲动消费、售后退换货难以保障等问题在直播平台较为突出。

为此，征求意见稿特别提出，通过网络社交、网络直播等其他网络服务组织开展网络交易活动的网络交易经营者，应当以显著方式展示商品或者服务的实际经营主体、售后服务等信息，或者进行链接跳转提示。

续费前5日要主动提醒

明明只是想要网购一张机票，却在不经意间，被默认勾选了保险、接送机一类的搭售服务。如今，让人深恶痛绝的恶意搭售有了

近年来，网络直播带货虽打开

了网络直播带货，今后不仅要

以显著方式展示商品或者服务的

实际经营主体，还应展示售后服务

信息，并提供直播回看功能。《网

络交易监督管理办法》近日在国家

市场监管总局网站上，面向社会公

开征求意见。征求意见稿将一直持

续至11月2日。

征求意见稿特别提出，通过网

络社交、网络直播等其他网络服

务组织开展网络交易活动的网络

交易经营者，应当以显著方式展

示商品或者服务的实际经营主体

、售后服务等信息，或者进行链

接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经

营主体、售后服务等信息，或者

进行链接跳转提示。

为此，征求意见稿特别提出，

通过网络社交、网络直播等其他

网络服务组织开展网络交易活动

的网络交易经营者，应当以显著

方式展示商品或者服务的实际经