

“跨境理财通”迎来多项升级

■ 本报记者 刘禹松

中国人民银行广东省分行、中国人民银行深圳市分行、国家金融监督管理总局广东监管局、国家金融监督管理总局深圳监管局、中国证券监督管理委员会广东监管局和中国证券监督管理委员会深圳监管局日前联合发布新修订的《粤港澳大湾区“跨境理财通”业务试点实施细则》(以下简称《实施细则》)。

《中国贸易报》记者从相关部门了解到,本次新修订的版本被业内称为“跨境理财通2.0”,涉及投资者准入条件、参与机构范围、合格投资产品范围、投资者个人额度等方面的优化调整,有利于跨境理财通业务规模扩大,助力大湾区跨境财富管理市场发展。

中国人民银行深圳市分行大湾区金融研究院王巍在接受采访时表示,新修订的《实施细则》综合考虑了跨境理财通在前期试点运行中投资者对跨境理财通反馈较多的诉求,有望进一步便利大湾区居民跨境投资。

据了解,修订内容包括放宽投资者准入门槛,适当提高投资者个人额度,扩大业务机构试点范围,扩大合格投资产品范围等多个方面。

根据新版《实施细则》,“南向通”业务内地投资者参与门槛从连续缴纳社保或个人所得税“满5年”降低为“满2年”,同时增加“近3年本人年均

收入不低于40万元”作为家庭金融资产准入条件之一。新版《实施细则》还将单个投资者的投资额度从100万元人民币提高到300万元人民币。在32家试点银行的基础上增加了符合要求的证券公司作为试点机构。在“北向通”投资产品范围中,增加内地销售银行的人民币存款产品;将“R1”至“R3”风险等级“公募证券投资基金范围扩大为“R1”至“R4”风险等级“公募证券投资基金(风险较高的商品期货基金除外)。此外,在营销宣传方面,新版《实施细则》还明确了试点机构可按照金融管理部门认可的情形在其营业场所(含电子渠道)为客户提供服务,细化了跨境宣传销售指引。

王巍表示,上述规定将支持更多大湾区居民参与试点,更好满足部分投资者的大额投资需求。同时,新规定也有利于吸引证券公司客群参与试点,使北向客群投资多元化,并且有利于规范和完善银行的营销服务。

王巍认为,“跨境理财通2.0”有助于推动大湾区跨境财富管理市场发展。粤港澳大湾区高净值客户多,存在着较强的资产多元配置意愿。根据《2021胡润财富报告》,大湾区主要城市资产超600万元的富裕家庭户数达150万户以上,其中香港、深圳及广州

分别为76.34万户、26.78万户及24.87万户。2021年跨境理财通推出以来,一定程度上满足了投资者需求。而“跨境理财通2.0”的出现,则能更好地契合高净值投资者需求,使之成为大湾区金融互联互通体系建设和财富管理市场的重要支撑。

相关数据显示,自2023年2月初深港全面恢复正常通关以来,跨境理财通业务呈现快速增长态势。截至2023年12月末,跨境理财通个人投资者数量达到6.92万人,较全面恢复通关前增长66.4%。其中,港澳投资者4.54万人,增长53.16%,内地投资者2.38万人,增长99.28%;跨境理财通市值余额达到51亿元,增长668%。涉及资金跨境汇划4.33万笔,增长149.07%,金额128.1亿元,增长422.64%。在理财产品中,受美元加息及境外存款利率高于境内的双重影响,“南向通”存款产品最受投资者欢迎,余额由年初的3.94亿元上涨到12月末的48.28亿元。

“跨境理财通2.0版本上线后,产品吸引力将进一步提升,投资客群及业务规模将上新的台阶,加速大湾区金融互联互通及跨境理财通市场的不断发展。同时,这也对银行等试点机构进一步提升服务及创新能力提出了更高要求。”王巍表示。

为此,王巍建议,试点机构应抓住政策机遇,持续丰富跨境理财通产品货架,如配套推出“北向通”存款类产品,同时应不断提高产品的运营管理能力,更好地回应投资者的投资回报诉求。同时,持续强化对客户服务,通过线上+线下协同优化客户体验。“线上可通过‘见证代理+生物识别’,在对客户服务的开户、KYC、大额交易等环节为客户提供非现场服务功能,线下服务应抓住当前两地客户跨境往来频繁、对跨境金融服务需求较多的时机,做好厅堂及综合营销。”

此外,王巍还表示,由于两地法制体系不同、营商环境不同,试点参与各方也应进一步加强消费者权益保护工作,做好宣传解释,打消投资者投资顾虑;在信息跨境传递和运用方面,注意遵守三地有关法律法规,切实做好客户信息、隐私和财产等方面的安全保护。

“跨境理财通业务”是指粤港澳大湾区内地和港澳投资者通过区内金融机构体系建立的闭环式资金管道,跨境投资对金融机构销售的合格投资产品,分为“北向通”和“南向通”。2021年《粤港澳大湾区“跨境理财通”业务试点实施细则》(即1.0版本)发布,首次打通了境内外银行理财产品市场。

2023年我国社会消费品零售总额达到471495亿元,同比增长7.2%。这说明不仅我国消费规模再创新高,消费市场也在向品质化跃升。其中,知名品牌在推动消费市场中扮演着重要角色。著名品牌评级权威机构Chnbrand近日在北京发布的2024年(第十届)中国顾客推荐度指数(C-NPS)指出,消费虽然逐渐回归常态,但变化将是未来持续的主题,也是品牌时刻面临的挑战。

中国顾客推荐度指数(China Net Promoter Score,简称C-NPS),是反映有消费体验的消费者愿意向他人推荐企业产品或服务的程度。通过对全国范围内消费者的调查,将企业产品或服务的现有顾客当中积极推荐者的比例减去贬损者的比例,从而得到净推荐值。C-NPS是测定品牌口碑的重要指标,也是衡量顾客忠诚度的关键指标。

2024年C-NPS分析报告指出,2023年是消费逐渐回归常态、市场信心逐步复苏的一年,同时也是乐观和悲观交织的一年。消费降级和消费升级并行,消费市场走势前高后低,消费观念出现颠覆性变化,反向消费一度成为热议话题。具体来看,2024年C-NPS核心发现主要体现在以下三个方面:

一是C-NPS小幅回暖。2024年C-NPS总体得分17.6分,较上年度仅增长0.3分,整体体验管理呈现企稳回暖的态势。细分到各个品类,同样能够看到,“稳定”成为主旋律。在C-NPS连续监测的162个品类之中,有近8成的品类得分变化在±5分之间。

二是服务行业C-NPS提振。1月17日,2023年国民经济数据公布,服务零售额同比增长20%,快于商品零售额14.2个百分点。无独有偶,在2024年C-NPS表现中,服务行业也率先举起复苏的大旗,2024年C-NPS得分为17.2分,较上年度增长1.8分。从数据表现来看,其中增幅最快的品类为中式连锁餐饮、中式快餐连锁、咖啡连锁店等餐饮行业和机场服务、大型主题乐园、服务式公寓等大旅游相关品类。

三是头部品牌体验下降,行业TOP1更替加剧。2024年“最受顾客推荐品牌”的逆转比例为51.9%,较上年度增加1.6%,C-NPS逆转比例仍然居于高位。例如,在调味品领域中,酱油、食醋、食盐、蚝油等细分品类的TOP1品牌发生更替,仅酱料品牌的六必居连续2年稳居TOP1,体现了较强的韧性和体验管理能力。

变化将是未来持续的主题,也是品牌时刻面临的挑战。2024年的C-NPS体现了品牌体验成长的两大共性:

一是内驱力是驱动体验成长的核心动力。如前所述,即使面临同样的问题和困境,仍然有品牌能够具备破局和增长的能力。很显然,内驱力是这些品牌能够逆势成长的关键。这种内驱力既要求企业具备“以用户为中心”的战略定力,同时也需要品牌拥有推动产品、服务、品牌不断迭代的管理体系和能力,进而从内到外驱动品牌顺应变化甚至主动变化,为消费者创造更好的体验旅程。

二是体验管理锚定未来更需关注当下。体验管理是帮助品牌实现可持续发展的重要途径,但是这条通往未来之路,是由品牌每一次关注并满足消费者当下的细致需求、每一次链接和沟通消费者情绪和情感变化铺就的。当然,对于当下的把握需要企业具备“洞察力”和“敏捷性”两大能力,品牌既要有迅速读懂消费者的能力,还要具备强大的推动消费需求实现的能力。

据了解,2024年C-NPS调查区域覆盖全国100个城市,调查对象为15岁到64岁之间的常住居民,并根据性别、年龄、收入进行随机抽样,总样本数量为2659000+个,采用线上线下相结合的调查方式完成。

品牌需要考如何更好变现消费需求

■ 本报记者 张凡

国际商情

2025年可再生能源将取代煤炭成为电力主要供应源

ECONOMEDIA 近日报道称,据国际能源署(IEA)预测,到2025年,可再生能源将取代煤炭成为全球电力主要供应源。由于光伏能源成本降低,可再生能源总发电量份额将从2023年30%升至2026年37%。相比之下,由于中国石化燃料使用量减少,到2026年,燃煤发电量将平均每年下降1.7%。此外,随着法国核电站产量恢复,日本核电站恢复运行,中国、印度、韩国和欧洲新反应堆开始发电,全球核电站发电量将达历史新高。在此背景下,化石燃料电力生产份额将从2023年61%下降至2026年54%,这是自1971年统计数据发布以来,首次跌破60%。

2023年巴西水果出口创历史新高

巴西《环球报农业版》近日消息,2023年巴西水果出口额达13.4亿美元,同比增长23.5%,其中甜瓜、芒果、葡萄占出口总额近半。分析师表示,去年巴西水果出口主要竞争国家如秘鲁、墨西哥等受厄尔尼诺现象影响,产量不佳,为巴西水果出口量价齐涨争取了空间;此外,巴西致力于开辟新国际市场,去年开拓了智利西瓜市场并增加向美国柠檬出口量,今年还有8个新市场正在谈判中。巴西水果及衍生品出口商协会(Abrafrutas)主席科埃略预计,2024年巴西水果出口额有望增长20%。

塔吉克斯坦希望利用锂等资源启动电动汽车生产

趋势通讯社近日报道,塔吉克斯坦总统埃莫马利·拉赫蒙表示,塔吉克斯坦具备的铝和锂资源为该国生产电动汽车创造了有利条件。拉赫蒙强调,工业制造可能是塔吉克斯坦和卡塔尔之间另一个有吸引力的合作领域。他强调,加快工业化是《塔吉克斯坦共和国2030年国家发展战略》的首要目标之一,采矿业的发展为此奠定了基础。拉赫蒙透露,塔吉克斯坦已查明并部分准备开采800处矿藏,包括铜、银、金、铅、锂、镍、钨、钼等稀有贵金属及其他稀有矿产。目前,正在运营的矿山开采有40多种矿石。



新年伊始,靖江市工业园区企业不断提升钢铁材料产品订单兑现率,以满足国内外制造企业跨年度需求,力争实现首月“开门红”。图为在江苏省靖江市工业园区内,大明金属科技有限公司的工人正在赶制一批石化装备订单产品。据悉,该企业2023年碳钢销量破100万吨,钢铁材料全年加工收入创新高。

《中国贸易报》发 杨木军 摄

DHL行业观察:中国是推动全球贸易增长的催化剂

本报讯 DHL近日发布的行业观察文章指出,中国在疫情后的重新开放为全球贸易注入活力和动力的同时,也为企业提供了重要的发展机遇。中国正全面走向复苏,并在2023年实现了5.2%的经济增长目标,与前一相比有大幅提升。此外,制造业也已恢复至疫情前水平。

文章指出,中国是全球贸易增

长的催化剂。中国是全球最大的制造业基地,约占全球产出的30%。中国的重新开放对全球贸易有着深远的影响,并将进一步促进全球经贸发展。中国庞大的经济体量以及在全球贸易中发挥的重要作用,是各行各业的企业都无法忽视的。

今年1月,中国2023年外贸“成绩单”出炉,好于预期,进出口

同比都实现了微增,实现了促稳提质的目标。《2022年DHL全球连通性指数报告》数据显示,中国在国际贸易流动方面的表现较上一年度提升至55分,在参与全球贸易广度排名的171个国家和地区中排名第四。

文章说,虽然由于中美关系处于紧张状态,很多人认为企业正在远离中国,但(DHL全球连通性

指数报告)数据显示,事实并没有那么严重。尽管如此,中美之间在贸易、资本、信息和人员相关的流动上仍有细微变化。例如,2016年,美国在上述维度进出中国的流动中占比为9.3%,而现在约为7.3%。同样,中国在上述维度进出美国的流动占比从17.8%下降到14.3%。

文章认为,政策红利促进复苏

增长。中国政府出台了一系列旨在促进经济复苏的政策,推动和加快了制造业和供应链的复苏。例如,2023年3月,中国国务院扩大了支持小微企业和重点行业的税收优惠力度,主要措施包括研发费用减计,以及降低小型微利企业和个体工商户的所得税税率。此举预计将为符合条件的企业每年减负4800亿元人民币。(毛雯)

进一步把握中乌“一带一路”合作新机遇

■ 梁海明 冯达旋

中国近日掀起一股乌兹别克斯坦热潮。北京启动“乌兹别克斯坦文化日”,新疆乌鲁木齐也同时召开中国—乌兹别克斯坦地方合作论坛,该论坛甚至还吸引了远在中国南方的香港特区政府代表团参加。究竟乌兹别克斯坦这个国家有何“魔力”,中国如此高调加强与其的联系、交流,以及拓展双方合作机遇?

早在2013年,中国提出共建“一带一路”倡议之后,中国政府第一时间便与乌兹别克斯坦等中亚国家签署了共建“一带一路”合作谅解备忘录。在过去10年,中国与乌兹别克斯坦在共建“一带一路”框架下的项目非常多。其中特别值得一提的,一是乌兹别克斯坦安格连橡胶厂项目,填补了整个中亚地区轮胎产业的空白;二是“安格连—帕普”铁路卡姆奇克隧道项目(下称卡姆奇克隧道项目),创造了世界隧道建设史上的一个奇迹。

在乌兹别克斯坦安格连橡胶厂项目方面,乌兹别克斯坦人口近3500万,作为中亚人口最多的国家,该国工业基础较为落后。虽然乌兹别克斯坦与美国通用公司合资建有汽车制造厂、与德国MAN汽车公司合资建有卡车和公共汽车制造厂,与日本五十铃建有合资厂,但这些外国公司普遍都“只想卖面包,不想教做面粉”。相当长一段时间内,乌兹别克

斯坦的“面粉”——汽车所需要的轮胎与橡胶制品全部依赖进口。

轮胎与橡胶制品背后的橡胶工业,在交通运输、建筑、电子、宇航、石油化工、农业、军事、机械、水利各工业部门以及信息产业等各方面,都深具独特意义和作用。为了减少和摆脱对橡胶工业的进口依赖,避免长期在工业领域受制于西方国家,乌兹别克斯坦政府决定在本国建立轮胎制造厂,并于2008年起,开始在全世界范围内遴选橡胶轮胎制造的合作伙伴。然而,乌兹别克斯坦政府迟迟未能获得西方国家的技术支持。

直到2014年,乌兹别克斯坦政府与中国政府签订了共建“一带一路”的合作协议之后,中国决定协助乌兹别克斯坦在距离首都塔什干70多公里的安格连市,建设该国乃至整个中亚地区首座橡胶厂。乌兹别克斯坦安格连橡胶厂项目投资总金额近1.84亿美元,于2015年8月开工建设,至2017年9月已开始生产该国的轮胎。

自此,乌兹别克斯坦迎来了“既懂做面包,也懂做面粉”的新时代,不仅减少了对橡胶、轮胎和输送带产品的进口依赖,还能将产品出口到周边的中亚、高加索等国家和地区以增加外汇收入。而且,在乌兹别克斯坦安格连橡胶厂项目的实施

过程中,中国还帮乌兹别克斯坦培养了100多名橡胶行业专业技术人员,以及为当地提供了800多个就业岗位,极大地促进了当地经济和民生发展。

在卡姆奇克隧道项目方面,乌兹别克斯坦是世界上最大的双重内陆国(双重内陆国指的是本国是内陆国,其周围所有的邻国也是内陆国),不仅与外界缺少联道路径,国内各地区联系也十分不便。在卡姆奇克隧道修建前,该国民众想要从费尔干纳到乌兹别克斯坦的首都塔什干需要9个多小时,因为需要绕行邻国塔吉克斯坦,绕行长达150公里。

早在苏联时期,这条隧道就曾计划修建,但经过专家的勘测,预计施工期将长达25年!该隧道项目其后向全球招标,欧美公司给出的施工期虽然大幅缩短,但也需要长达5年的时间。经过长时间的对比,乌兹别克斯坦放弃了众多欧美公司,决定同中国企业签订造价约4.55亿美元的总承包合同。而中国公司也不负众望,采用中国技术,按照中国标准,创造中国速度,仅仅用了900天的时间完成了项目。该隧道这不仅是乌兹别克斯坦有史以来第一条铁路隧道,也创造了世界隧道建设史上的一个奇迹。

更为重要的是,费尔干纳地区

的旅游产业因这条隧道而兴起,矿产资源如石油等源源不断地运送到该国中西部的工业城市,为地区发展注入了强劲动力。可见,卡姆奇克隧道有力促进了乌兹别克斯坦境内铁路交通线路独立成网运行,并为该国带来了巨大的经济效益。

不管是安格连橡胶厂项目,还是卡姆奇克隧道项目,或者中国与乌兹别克斯坦正在进行的其他共建“一带一路”项目,均体现出加强构建“一带一路”立体互联互通网络、与“一带一路”共建国家开展务实合作的中国支持高质量共建“一带一路”八项行动的精神。

尤其是,在两国元首战略引领下,中国与乌兹别克斯坦在政治、经贸、文化等领域的交流合作不断加强。除了近日举行的“乌兹别克斯坦文化日”和中国—乌兹别克斯坦地方合作论坛之外,中国新疆、陕西、山东、安徽等多个省区党政主要负责官员,去年先后率团访问乌兹别克斯坦以加强和巩固双方的合作。而且,中国也一直保持着乌兹别克斯坦最大贸易伙伴地位,在去年,双边贸易额约122亿美元,占乌兹别克斯坦外贸比重21.3%,中国已成为乌兹别克斯坦最大进口来源国和第二大出口目的国。

作为“一带一路”共建国家,乌兹别克斯坦未来的发展值得期待。

乌兹别克斯坦政府2023年9月出台“乌兹别克斯坦—2030”战略,力争到2030年实现GDP翻一番,达到1600亿美元,人均GDP增长至4000美元。为实现该目标,乌兹别克斯坦政府希望未来几年吸引2500亿美元的外商投资,并计划实施500多个战略技术和基础设施建设项目,着力推动工业技术现代化转型,生产更多高附加值、高新技术产品。

不仅乌兹别克斯坦,对中亚各国而言,共建“一带一路”的意义远远超过基础设施建设项目。得益于“一带一路”合作,中亚各国摆脱交通不便困境,不仅逐渐成为全球互联互通网络的重要一环,也为中亚各国同世界其他地区广泛开展合作、实现地区稳定和可持续发展创造了有利的条件。

可见,正如乌兹别克斯坦安格连橡胶厂项目和卡姆奇克隧道项目一样,在所有共建“一带一路”项目中,中国始终将提升“一带一路”共建国家经济社会发展、社会进步和民生改善作为主要目标。事实上,由于共建“一带一路”始终坚持这一根本目标,“一带一路”已经成为造福各国、惠及世界的发展带和幸福路。因此,在乌兹别克斯坦乃至整个中亚地区耀眼的前景和机遇之下,中国企业岂能缺席?(作者分别系海南大学“一带一路”研究院院长、名誉院长)