

交通银行泉州分行

提升金融可得性 不让企业“掉链子”



创新供应链金融 提升中小企业信贷获得感

供应链金融是以链条上的核心企业为主导,发展上下游成千上万的中小企业。“金融对产业链供应链的赋能在于可实现‘滋养节点企业,润泽整个链条,进而灌溉整个产业’的目的。”交通银行泉州分行相关负责人表示,现实中,除核心企业外的大部分上下游中小企业因缺少抵押物且一般规模较小,面临融资难、融资贵问题。

为此,交通银行泉州分行依托其链金融产品优势,利用核心企业的综合授信,主动走进链属小微企业,为稳定供应链制定专项融资服务。上述负责人介绍说,该行通过强化中征应收账款融资服务平台推广应用,有效提高产业链、供应链的业务覆盖率,实现以强扶弱、以点带面。

泉州市某陶瓷有限公司是泉州厨卫龙头企业的原材料供应商,因企业处于发展上升期,资金流需求较大。针对该企

坚守“金融为民”的初心使命,交通银行泉州分行近年来积极发挥金融“国家队”的主力军作用,聚焦泉州民营经济发展的优势特点,致力于推动信贷资源向实体经济倾斜,主动出力、雪中送炭,全力以赴不让企业困境中“掉链子”。



交通银行泉州分行客户经理走访企业,为企业定制金融服务。

业难以提供银行认可的担保方式,交通银行泉州分行通过中征应收账款融资平台与厨卫龙头核心企业及该公司的无缝对接,快速为其办理国内快捷保理业务。“只要通过与核心企业的应收账款就能申请贷款,这对中小企业来说太重要了。”企业有关负责人林经理说道。

推广续贷产品 及时为企业送去“及时雨”

“前段时间资金压力实在太大,幸好有还本续贷产品助力一把。”日前,泉

州某包袋有限公司负责人吴先生感慨地分享他的一段信贷经历。据他介绍,其公司从事箱包生产和销售业务已有20多年,近年来致力于技术和产品创新,产品广受市场认可。然而,受存货和应收账款账期影响,公司周转资金较为紧张,恰巧又有一笔贷款即将到期,“这时交通银行主动找到我,收集企业相关信息,简化流程,优化审批时效,为我办理无还本续贷,有效缓解公司还款压力。”

据悉,以服务泉州实体经济为己任,交通银行泉州分行针对泉州民企特点,积极创新续贷产品,增强小微企业授信的稳

定性,简化金融办理手续,为还款压力大的企业纾困解难,让企业在错综复杂的经济大环境下轻装上阵、勇往直前。

发展数字金融 大力提升金融服务质效

数字科技是提升金融服务效率的一把金钥匙。近年来,交通银行泉州分行抢抓线上金融发展风口,大力发展科技金融,提升金融服务质效。

不久前,泉州某劳务有限公司因承接绿化养护项目,急需一笔资金支付劳务人员工资。考虑到该企业名下无有效抵押物,交通银行泉州分行结合企业的经营情况及资金需求,为企业推荐小企业线上信用贷款产品,成功为其发放信用贷款。该产品线上提款和随借随还的功能,有效提高企业的财务效率,降低其融资成本。

这些年,交通银行泉州分行积极对接政府梳理的“重点制造业”“专精特新企业”“科技小巨人”“省重点技改贷”等企业信贷需求清单,主动对接行业协会及商会,打造“以客荐客”链路式营销和“场景迎客”平台式引流两大线上营销方式,推广交通银行“普惠E贷”线上综合融资产品。据相关负责人介绍,该产品通过场景融合,打通企业开户、融资、抵押登记等多个环节,实现线上一键申请,多类增信方式灵活组合、随借随还的低成本融资服务。(王树帆)

争食存量房“大蛋糕”

家居家装行业 并购行为频现

据不完全统计,进入四季度以来,家居家装行业并购频现,单笔交易金额超5亿元的并购合计涉资近200亿元,其中最大的一单金额达到103亿元。业内人士表示,各路资本纷纷瞄上家居家装市场,或将带来行业生态及竞争格局的重塑。

并购大单频现

11月18日,主营建材制造的金隅集团公告称,拟以22.32亿元收购居然之家10%股权,交易成功后将成为居然之家第三大股东。11月9日,家居龙头顾家家居签订股权转让协议,拟以近103亿元转让总股本的29.42%。交易完成后,顾家家居实控人将变为何剑锋。而何剑锋为美的集团创始人何享健之子。10月11日,贝壳亦公告称与爱空间签订股权转让协议,收购完成后爱空间将成为其全资子公司,交易对价不超过15.5亿元。

投资机构亦参与了相关并购。11月24日,主营塑料家居的茶花股份拟转让不超过公司总股本22.11%股份予多个私募机构,按当日市值计算金额或近7亿元;11月30日,主营家居装饰的东日易盛拟以1.36亿元转让旗下集艾设计29%股权予某咨询机构。

家居家装行业业务规模前五名的企业市场占有率合计不到2%,这一行业玩家呈现出“小而散”的特征,而今,随着各路资本、巨头们的纷纷入场,行业正加速变革。

并购多发的背后,是资本市场看到存量房产再装修的巨大蛋糕。中国建筑材料流通协会会长秦占学表示,家居家装行业产业链上的融合,会使整个行业发展的成本更低,质量更高,从而形成“大家居产业链”,大家居行业未来仍是朝阳行业。

缺少龙头企业

今年7月,商务部等13部门联合印发的《关于促进家居消费若干措施的通知》中提及,支持家居卖场加强与上下游企业合作,构建“大家居”生态体系,为消费者提供一站式、一体化、全场景消费解决方案。

弗若斯特沙利文数据报告显示,2022年我国家居装饰及家具行业销售额达4.3万亿元,行业市场规模庞大,且随着房地产市场逐渐从开发阶段转向运营阶段,存量房地产市场逐步扩大,家居家装行业有望从中受益。

贝壳研究院在11月发布的调查报告称,当前一线、新一线城市存量房已进入二次装修和局部翻新升级高峰期,二手房和存量房将成为家居家装行业获客的重心,三四线城市在人口流动和城镇化需求下,新房仍有发展空间,将继续带动家装需求。

“我国家居家装行业曾经伴随新增房地产的增长,有一个快速增长阶段,随着房地产行业的调整,出现了困难的时期。目前要恢复家居家装行业的往日辉煌,主要要看存量房产再装修。”秦占学表示,我国现在有三亿多套房需要装修,如果把这块蛋糕做好做大,家居行业将迎来一个非常美好的未来。

事实上,当下头部城市家装消费预算水平呈上升态势。贝壳研究院数据显示,2023年第三季度一线、新一线城市消费者装修预算在15万元以内的占比为61.88%,而2022年第四季度这一占比为65.22%,低预算段占比下降了3.34个百分点。尽管家居家装行业市场庞大,但当前在A股上市的近100家居家居家装企业中,去年全年营业收入超过百亿元的仅有9家,净利润超过10亿元的则仅有4家。

“由于市场进入门槛低、流动性强,行业竞争激烈,迭代速度加快,家居家装行业形成‘小、散、多、乱’的特点,最终导致整个行业高度分散,龙头企业不多的局面。”业内人士表示。

服务质量是关键

在收购居然之家股权之时,金隅集团表示,未来双方将充分发挥各自产业体系所具有的产品优势、资源优势和市场优势,在卖场运营、房地产开发、整装业务、物业管理、数字化转型、物流交付网络建设等领域开展深度合作,双方战略合作有利于丰富和优化金隅集团的产业链。

贝壳方面表示,与爱空间的结合将进一步丰富贝壳家装业务的产品组合,为消费者提供更多元化的优质服务供给,围绕用户“住得好”持续强化能力布局,实现更大的协同效应,持续提升高品质家装家居服务能级。

“家装市场品牌非常多,眼花缭乱难以选择,施工技术及标准也因施工团队而异,因此住进去的后期服务更为重要。”一位近期完成二次装修的业主透露,对业主而言,愿意付出更多费用去保证高品质的前期设计方案兑现度以及后期服务。

业内人士表示,头部家装公司未来或将在三个方面推动家装标准化,首先是产业工人化,从过去的外包模式,到现在提高直营产业工人的比例,减少家装交付质量不可控的问题;其次是提升服务满意度,通过技术手段监控施工工地,同时建立比较完善的评价系统;最后是家装公司和家居建材企业等进行供应链合作,让产品成本和质量更有优势。

正如秦占学所说:“家居家装行业要向绿色、智能、适老方向发展。大企业的人驻,会注入产业链上的优势,有助于行业向现代化高质量发展。”

(钟欣)

冲刺全年销售指标

车市终端优惠力度升级

临近年底,为完成全年销售指标,车市终端优惠力度再次升级。近期,比亚迪、零跑汽车、深蓝汽车、上汽大众等十余家车企纷纷推出优惠政策。中国能源政策研究院助理教授吴微表示,增加购车指标、提供购车补贴等政策,对于提振市场销量有着积极意义。

比亚迪王朝网系列于12月1日宣布推出油转电限时优惠,涉及秦、汉、唐、宋、元部分车型,其中,汉EV冠军版最高可享2万元燃油转订基金。

此后,长安汽车、智己汽车、零跑汽车等车企均推出独家购车新政,价格下调3000元至3万元不等。惠誉评级中国企业研究董事杨菁表示,接近年底,部分新能源车企开启新一轮降价促销,主要是为了完成全年销量目标,这可能会在年底进一步提升新能源汽车的销量占比。

合资品牌方面,12月4日起,上汽大众官方公布最新购车优惠政策:即日起至12月31日,购买途昂、朗逸、途岳、帕萨特、途观L等车型均可享受综合优惠政策,最高综合优惠5.8万元。

此外,东风本田近日宣布,旗下备受瞩目的2023款CR-Ve:PHEV官方目标价降低2万元,这将使得这款车备受期待的插电式混合动力车型更加亲民,最新目标价仅为22.59万元至26.99万元。东风本田相关人士对表示:“其他汽车制造商在电动化方面已经超出我们的预期,我们必须

行动以保持竞争力。”

除了市场终端推出系列年末促销活动之外,多地政府也在积极加码促消费。近日,南京、长沙、苏州等地相继推出“消费券”等补贴政策,拉动汽车消费。

南京市出台规定称,对20万元以下的燃油车或新能源车,每辆车一次性补贴1000元;20万元(含)以上的燃油车,每辆车获4000元的一次性补贴;新能源车获5000元的一次性补贴。苏州市以机动车销售统一发票上含税价为准,根据一定的消费金额给予部分消费红包补贴。

进一步发展创新

环保家具迎来“以竹代塑”新赛道

竹床、竹凳、竹鞋架……近年来,竹制产品逐渐成为人们家中常见的日用品。业内人士表示,作为家具行业细分种类,塑料家具占有一定比例,因此,随着技术的不断进步和工艺的不断创新,“以竹代塑”在行业中有着非常广阔的现实应用基础和发展空间。

“以竹代塑”成人们关注焦点

在环保潮流日益盛行的当下,“以竹代塑”正逐渐成为人们关注的焦点。从汽车内饰到家居用品,从服装到体育器材乃至工业领域,竹子都展现出替代塑料的巨大潜力,国际、国内正在形成一场“以竹代塑”的产业大潮。

今年10月,相关部门联合发布《加快“以竹代塑”发展三年行动计划》的通知,提出到2025年“以竹代塑”产业体系初步建立,与2022年相比,“以竹代塑”主要产品综合附加值提高20%以上,竹材综合利用提高20个百分点。

随后,在11月召开的首届以竹代塑国际研讨会上,“以竹代塑”全球行动计划(2023—2030)正式发布,在“以竹代塑”倡议基础上呼吁相关国际组织和有关国家的各级政府部门、科研机构等,在发展战略和规划中纳入“以竹代塑”元素,共同推动全球减少塑料污染。

家具业迎“以竹代塑”新时代

事实上,不少家居企业也早已在“以竹代塑”赛道上跑出不错的成绩。在福建竹里家居科技展厅内,有办公空间、卧室、茶空间、餐厅、休闲区等6个不同主题空间,其中的家具都是竹子制作而成的,十分引人注目。该公司与国内不少高校合作,在材料、设计等方面下功夫,研制出一批深受欢迎的竹制品。其家具产



竹材因其绿色环保而给家具行业带来更多新的元素和可能 (CFP)

品设计性强,简约大方,深受不少家居设计师喜爱。

而竹制家具品牌未家家居,一方面投资建设智能生产基地,推进竹企业在工艺和设备等方面的升级改造;另一方面,与多所知名院校及行业顶尖专家团队在材料应用和产品设计等方面进行“产学研用”合作,助力“以竹代塑”在家具领域的高效发展……

业内人士表示,使用竹子作为家具材料,不仅有助于减少碳排放、降低能源消耗、促进再生资源利用,符合企业可持续发展要求,还可以提高家具产品附加值和竞争力。不难预见,“以竹代塑”在未来将成为家具行业的重要发展方向之一。

“以竹代塑”需加快标准制定

随着“以竹代塑”的加速推进,竹制家具有望带来新增长点。然而,囿于采收成本、技术设备、市场接纳度等因素,产业加速发展仍面临不少挑战。

相比于较为成熟的木制家具行业,竹制家具行业工业化程度较低,工业化制造在最近几十年才得到较快发展,现代家具的开发时间则还要更晚一些,消费者没有足够的产品认知。

对此,业内人士认为,家具行业实现“以竹代塑”转型发展,还需要加快相关标准的制定,并打通行业边界,与家电、建材、装饰装修等行业协同合作,构建竹

产品生态标准体系。同时,要加强生产与消费的双向培育,鼓励企业开发竹课桌椅、竹鞋架、竹灯具更多实用、环保的产品,引导消费者更多选择优质低碳的竹家具和家居用品。

对家具企业而言,要在“以竹代塑”产业大潮中站稳脚跟,就需要加大科研投入力度,推动材料、工艺、设备等方面的升级改造,为替代工作提供基础保障;要坚持设计创新,有效提升设计能力和竹材应用范围,进一步减少家具产品中塑料的使用,降低替换成本,提升替换效率;要坚持发展模式创新,综合考虑环境、社会、治理等因素,实现家具“以竹代塑”全产业链协同发展。(李艺深)