

国务院办公厅:进一步培育新增长点

18项具体措施繁荣文旅消费

据新华社电 为贯彻落实党中央、国务院关于扩大服务消费和促进文化旅游业发展的部署要求,近日,国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》,提出6个方面18项具体措施。

一是丰富消费惠民举措。举办系列文旅促消费活动,支持各地在游客互送、资源互推等方面加强合作。实施“百城百区”文化和旅游消费行动计划等消费惠民让利行动,鼓励推出文化和旅游消费券、消费满减等优惠及区域一体化消费惠民措施,拓展公共机构服务供给,鼓励公共文化机构开展文化体验、艺术普及等服务,

支持文博场馆策划推出高品质特展。二是满足不同年龄群体消费需求。推出一批高品质少儿题材舞台剧目,打造亲子度假酒店,优化亲子游乐服务。创新发展研学旅游,推动旅行社经营研学旅游业务健康有序发展。提升老年人文旅服务品质,推出更多适合老年人的文化和旅游产品。

三是扩大特色优质产品供给。丰富文化娱乐产品,鼓励各地适当放宽大型营业性演出可售(发)票数量限制,巡演项目巡演地不再重复进行内容审核。推出冰雪旅游、避寒避暑旅居等特色旅游产品,打造“跟着演出去旅行”“跟着影视去旅行”“跟着赛事去旅行”品牌,增开旅游列车。开发

时尚国潮产品,打造国货“潮牌”“潮品”。

四是培育消费场景。盘活提升存量空间,丰富传统消费场所文旅业态,打造新型公共文化空间。推出沉浸式文旅新产品新场景,建设空间型虚拟现实体验项目,打造演艺新空间和数字展览新空间。发展夜间文旅经济,丰富夜间消费业态,支持各地对消费集聚商业区升级改造、优化配套服务,因地制宜延长热门景区、文博场馆开放时间。

五是创新产业政策。强化财政金融支持,加大对符合条件的文化和旅游领域“两新”项目的支持力度,支持各地统筹用好各渠道资金开展文化和旅游消费促进

活动。扩大文旅有效投资,加快重组中国旅游产业基金。释放职工消费潜力,鼓励错峰休假。

六是优化消费环境。提升公共服务水平,有序扩大文化和旅游场所接待规模,优化重点景区和文博场馆等预约、售票管理,做好大型文化和旅游活动公众通信服务。优化入境旅游政策,用足用好现有过境免签政策和区域性入境免签政策,丰富入境旅游产品供给,开展“你好!中国”国家旅游形象推广,优化离境退税服务,推广“即买即退”措施。维护良好市场秩序,加强旅游市场综合监管,推进线上线下同步治理,抓好重点场所安全监管。

央行、外汇局上调跨境融资宏观审慎调节参数并表示——

坚决防范汇率超调风险

本报讯 央行和国家外汇局出手打开稳汇率工具箱,并喊话要“要坚定不移保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定”。

1月13日上午,为进一步完善全口径跨境融资宏观审慎管理,继续增加企业和金融机构跨境资金来源,引导其优化资产负债结构,中国人民银行、国家外汇局决定将企业和金融机构的跨境融资宏观审慎调节参数从1.5上调至1.75,于2025年1月13日实施。

这是继2023年7月后,央行和外汇局再度上调跨境融资宏观审慎调节参数。此

举能够相应提高境内金融机构和企业跨境融资风险加权余额上限,直接扩大企业从境外包括银行获得融资空间。境外融资空间扩大会增加跨境融资来源,扩大资金流入,有助于增加境内流动性,特别是外币的流动性,平衡外汇市场供求,发挥稳定外汇市场预期的作用。

同时,央行进一步向市场释放稳定汇率的信号。

1月13日,央行发布消息称,近日,中国外汇市场指导委员会会议在京召开。会议指出,未来一段时期,我国经济回稳向好的基本面不会改变,国际收支总体平衡的格局不

会改变,外汇市场韧性增强的态势不会改变,人民币汇率完全有条件保持基本稳定。

会议强调,要坚定不移保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定。人民银行、外汇局将继续综合施策,稳定预期,增强外汇市场韧性,加强外汇市场管理,坚决对市场顺周期行为进行纠偏,坚决对扰乱市场秩序行为进行处置,坚决防范汇率超调风险。外汇市场指导委员会将加强对外汇市场自律机制的指导,进一步强化行业自律管理,指导外汇市场成员严格落实自律规范,对扰乱市场秩序、恶意误导公众等违反自律规范的行为及时采取措施。

在监管表态和上调跨境融资宏观审慎调节参数后,离岸人民币对美元汇率小幅走高近百点,升破7.36关口,并逼近7.35关口。

东方金诚首席宏观分析师王青指出,上调企业和金融机构的跨境融资宏观审慎调节参数,能够增加企业和金融机构跨境资金来源,进而增加境内美元流动性,缓解汇市美元供求偏紧状况;更重要的是,这是继1月9日央行决定在香港市场大规模发行600亿元央票之后,监管层在较短时间内再度释放稳汇率的清晰政策信号,旨在防范短期内人民币贬值预期过度聚集,维护汇市稳定运行。(澎湃)

中消协:“加价选座”不得成为“行业惯例”

据新华社电 针对近期民航选座额外收费问题,中消协13日表示,“加价选座”不得成为“行业惯例”。“加价选座”限制了消费者的选择权、侵害了消费者的知情权、违背了公平交易原则。

一些航空公司以所谓“行业惯例”为由,在选座这一基本服务中引入加价机制,将靠窗、靠过道或前排等座位锁定,要求消费者支付额外费用。有消费者反映,值机时发现若不付费选座,免费可选座位寥寥无几,甚至带未成年子女出行也难以选择相邻座位,迫使他们不得不支付选座费。

中消协表示,航空公司售票时已经区分头等舱、公务舱、经济舱,不同时间段购票还有不同的价格,售票时已考虑了各种不同因素,消费者购票后理应有权自由选择座位。航空公司将座位选择与额外付费挂钩,迫使消费者额外支付费用,限制了

消费者自由选择权。

中消协认为,“加价选座”本质上是一种额外收费行为。许多航空公司在这方面规定模糊晦涩,既不明确哪些座位需要加价,也不说明加价标准如何制定,消费者在购票时缺乏充分的信息支撑,等到值机时才发现想选的座位都需要付费。航空公司推出“加价选座”模式,是经营者利用优势地位将原本免费的基本服务变为自行创收的手段。不同舱位定价不同是因航空公司提供的服务不同,而经济舱提供的服务是相同的,要求消费者加价选座本身缺乏定价基础。

中消协表示,“加价选座”行为如果不加以遏制,将影响整个消费市场的风气,其他商品或服务在一定条件下,都有可能在定价之外另行区分情况加价销售,侵蚀市场秩序,损害消费者权益。



营销花样翻新

近期,多家银行正掀起新一轮消费营销热。多家银行为吸引客户贷款,消费贷产品花样翻新,甚至有银行推出消费贷利率“团购价”。

根据某农商行客户经理向记者提供的某款消费贷产品营销信息显示,新客户成为“团长”可享受最低2.68%的优惠利率,最长借款期限为24期。

该行客户经理向记者介绍该款产品“团购”机制时表示:“新客户可以使用该消费贷产品申请贷款额度,审批下来后会有一个基础利率。如果想获得优惠利率,新客户可以在网上生成一个产品二维码当‘团长’并邀请其他新客户参团。其他新客户申请贷款额度审批通过后,系统会向团长发放利率优惠券,其他新客户无需使用获批贷款额度,团长便可享受利率优惠。”

目前,多家银行的消费贷产品最常见的营销方式包括给予客户直接的利率折扣、提供一定的免息期、发放利率优惠券等,不过诸多优惠面向的是新资金客户。

例如,近日某股份制银行通过推出年化利率优惠、定时抢2.68%利率券、发放利息折扣券等方式,吸引客户建额和提款。记者注意到,去年以来至今,该行发放的消费贷利率已从“3字头”降到“2字头”。

值得一提的是,这一轮消费贷营销热中,国有大行的积极性颇高,有的国有大行消费贷利率也有所下调。另外,除了利率,贷款额度、期限、还款方式等也是各家银行营销的侧重点。

中国银行研究院研究员叶丹表示:“随着消费贷市场的扩展,监管部门对消费贷的合规性要求也越来越严格。银行需确保业务符合相关要求,避免因违规操作而受到处罚。”

消费贷也有“团购价”

多家银行利率降至“2字头”



仍有市场空间

在持续提振消费的政策引导下,银行陆续对消费贷利率进行调整。

多位受访专家认为,预计2025年银行仍然会继续发力消费贷。

之所以会有这样的判断,叶丹表示,一是政策环境的支持;二是消费市场潜力大,特别是在消费品“以旧换新”、服务类消费

三是银行自身的战略需求,低利率环境下,银行面临传统存贷款业务收入增长乏力的压力,消费贷成为重要的盈利增长点。

中国邮政储蓄银行研究员娄鹏飞表示:“扩大内需的一个重要领域是扩大消费,银行发力消费贷不仅是业务发展的需要,也是更好服务实体经济的需要,因此,2025年消费贷仍然是银行发力重点发力的业务。但在此过程中,银行需要做好客户的准入工

作,满足客户合理的消费信贷需求,同时要维护好良好的市场秩序,做好风险管理。”

叶丹预计,2025年,银行还将推出更多场景化的贷款产品。银行将通过与电商平台、零售商、旅游公司等合作,推出更多与消费者日常生活相关联的“场景贷款”产品。例如,旅游消费贷、教育培训贷等,通过场景化贷款,银行可以增加客户黏性,提升消费贷整体渗透率。(记者)

2024胡润中国外商投资企业200强发布
平均年销售额500亿元

本报讯 胡润研究院1月13日在深圳发布《2024胡润中国外商投资企业200强》,这200家外资企业平均每家年销售额500亿元。

这是胡润研究院第三次发布该榜单,并将榜单规模从100强扩大至200强。该榜单依据外资企业在内地(大陆)的销售额和员工规模两大指标进行综合评估。鸿海精密以1.1万亿元的销售额和超过45万名员工,名列榜首。

此次榜单中200强企业2023年在中国内地(大陆)销售额累计10万亿元,相当于中国内地(大陆)全年GDP的8%,平均每家公司年销售额500亿元。这些企业在内地(大陆)共雇佣超过350万名员工,平均每家企业有1.8万名员工。汽车、工业设备、医疗健康和化工行业是上榜企业最多的领域,这四大行业的上榜企业合计占200强企业的一半以上。200强企业平均成立年限为104年,平均在华运营时间有51年。

榜单还显示,在200强企业中,近20家企业的中国区年销售额均突破了1000亿元。胡润百富董事长兼首席调研官胡润表示:“中国经济的稳健增长也为外资企业提供了巨大的市场机遇,在200强榜单中,这些外资企业在中国区的销售额平均占其全球总销售额的14.5%,有些企业在中国的销售额占比超过集团总销售额的一半。”(中新)

证券情报站

成交额跌破万亿元

A股终结连续72日万元成交纪录

本报讯 1月13日,A股连续多日成交突破万亿元的纪录中断。数据显示,上周五,A股连续72个交易日成交突破万亿元,刷新历史最长纪录。

A股昨日维持弱势震荡格局,截至收盘,上证综指跌0.25%,报3160.76点;深证成指涨0.23点,报9796.18点;创业板指涨0.36%。两市成交9664亿元,不足万亿,终结连续72日万元成交纪录。

在板块方面,有色金属板块逆势大幅上涨,房地产板块反弹,石油石化板块涨幅居前;家用电器板块重返跌势,银行股跌幅靠前,纺织服饰股表现不佳。

机构观点

平安证券:短期外部风险扰动增加,震荡格局或将延续;中期来看,国内全方位扩内需以及流动性支持的政策方向保持不变,将继续支撑市场中期震荡向上的空间,建议继续关注结构性机会。

中信建投:市场缩量调整,部分投资者对货币政策预期有所下修,情绪偏弱,也提供了下一轮行情的空间,后续无论是特朗普正式就职落地、汇率稳定与央行推进降准降息、春节后流动性改善预期、两会前的政策预期以及其他政策加码催化,都有望推动新一轮进攻行情。(澎湃)

“现金红包”回报投资者

A股分红“热度持续”

本报讯 世华科技发布未来三年股东分红回报规划、中国建设银行进行现金红利发放……2025年开年,诸多A股上市公司通过“现金红包”的方式回报投资者,分红“热度持续”。

2024年全年,A股上市公司分红频次、规模,较往年均明显增加。以沪市为例,上海证券交易所数据显示,截至2024年12月31日,沪市披露2024年中期分红公司有487家,数量较2023年同比增长359%,已宣告的分红金额达5759亿元,同比增长184%,已实施(已发出分红实施公告)分红达4435亿元。

中信建投证券董事总经理、首席策略官陈果表示,分红的本质是企业的资本决策。中国经济发展到现阶段,投资者对上市公司分红的需求不断上升。从宏观上来看,经济越接近成熟阶段,市场越会看重分红或回购。

前海开源基金首席经济学家杨德龙观察,与往年相比,2024年上市公司分红呈现出金额高、数量多、分红频次增加的特点。2024年进行现金分红的公司数量持续增加,除了现金分红外,通过回购增持来提高投资者信心成为新的特点。

2024年上市公司分红呈现积极变化或与监管政策的引导和推动相关。2024年4月,资本市场新“国九条”(《国务院关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》)发布,明确提出增强分红稳定性、持续性和可预期性,推动一年多次分红、预分红、春节前分红。中国结算方面也表示,自2025年1月1日起,对沪、深市场A股分红派息手续费实施减半收取的优惠措施,即按照派发现金额的0.5%收取分红派息手续费,手续费金额超过150万元的部分予以免收。(中新)