

破除“存款搬家”误区

央行货币政策报告详解资金流向

本报讯 今年以来,在资本市场回暖背景下,有市场机构将存款增长放缓视为存款“搬家”到股市。

11月11日,央行发布三季度货币政策报告,并在专栏“保持合理的利率比价关系”中,从利率传导机制角度,在一定程度上解释说明了资产配置调整的原因。

有业内专家表示,从宏观层面看,严谨来说,存款搬家这种说法实际上不够准确。居民、企业和非银机构用存款买卖

股票,只是存款和股票在不同主体之间的重新分配,买股票的人存款减少、股票增多,卖股票的人股票减少、存款增多,整体上看存款是大体不变的。当然,从大类资产市值的角度看,股市上涨,会带来股票总市值上升,相对于存款的比重会有所提高。

利率及其比价关系对宏观经济均衡和资源配置有重要导向意义。市场化利率体系有效运行,要求各类利率之间保持合理的比价关系。

央行表示,在市场化利率体系运行过程中,不同资产的回报率及比价关系发生变化,在套利机制作用下,资金流向回报率更高的地方,消除无风险套利的机会,引导银行存贷款、债券市场、股票市场、保险市场等投融资活动,并将金融资源配置到实体经济和各类资产上。例如,存款和贷款利率、债券收益率、股票股息率、房屋租售比之间都形成比价关系。

专家表示,对于个体而言,投资者为了追求收益最大化,会根据不同资产的收

益率,把储蓄存款转换成其他资产。比如,当存款利率趋于下降时,会更愿意买理财产品,但从理财资管的最终投向看,大部分还是购买同业存单、存放在银行或购买债券,最终还是会体现为银行的同业存款或是经营主体的存款。

另有市场分析人士提到,近期居民存款增长放缓、非银存款增多,主要还是与前期规范同业活期存款利率有关,非银主体存款趋于定期化,也愿意持有同业存单。(一财)

生成式引擎“杀入”电商 品牌开抢大模型话语权

刚刚兴起的GEO(生成式引擎优化),已逐渐渗透到电商。今年“双11”,不止一家品牌悄悄把预算投向这里。智推时代联合创始人兼CPO Jeff告诉记者,至少有5家不同类目的品牌与其团队签约,尝试通过GEO“挤进”AI的回答框。

一家空气净化器品牌在“双11”前找到他们,希望在豆包、DeepSeek等大模型的回复中提升曝光,比如当用户询问“空气净化器怎么选”时,AI能主动提及该品牌的优势、与竞争对手的差异化特点。9月正式签约,大概两周后,Jeff表示,“品牌开始被AI推荐了。”

与传统SEO(搜索引擎优化)“让品牌在搜索引擎结果页靠前”不同,GEO的目标是“让品牌进入用户与AI对话的回复里”。作为一个上半年才成长起来的新事物,GEO渗透得很快,目前,金融、教育、消费品、家电等品牌都会拿出一些预算进行初步尝试。

多家GEO相关的企业都告诉记者,企业咨询的热情越来越高了,“会怕错过,不做GEO就会失去这部分搜索流量”。不过仍有部分品牌持观望态度,GEO目前仍属品牌曝光行为,无法直接追踪销售转化,效果是后置的。但在国内,豆包、文心一言这样的大模型已经开始试探商业化动作,在AI回答里主动“上链接”。

品牌争夺AI“推荐位”

“原本问AI时是没有任何曝光和提及率的,在‘双11’期间,基本上搜行业词时,10次里至少有8次(回答中)是能够出现这个品牌的。”

Jeff表示,空气净化器的案例属于比较不错的效果。受AI回答随机性影响,且目前行业的竞争很激烈,推荐并非百分百稳定,而品牌方深知这一点,也不愿放弃眼下“流量价格还不算高”的AI推荐位。

在“双11”期间来咨询智推时代并签约的客户包括燕窝、牛排、智能电动床、美妆等品牌。采访当天,Jeff还告诉记者,自己马上要去接待一家房地产行业的公司咨询,因为很多人买房也会问豆包、DeepSeek的“意见”,“现在各行各业都在关注这个事儿了”。

在品牌侧,一家已经开始采购GEO的商家品牌负责人告诉记者,“公司已经专门设立了岗位对接GEO。虽然主要靠供应商,但我们也会注意从各个大模型采用的信源处下功夫,同时也要有专人不定期去搜索,检查投放效果。”但就像没有人愿意主动提及在SEO投放了多少预算一样,也没有商家愿意完全分享他们的GEO投放策略。

今年上半年这个新兴行业的情况完全不同。智推时代在今年5月成立,那时GEO这个词还相当小众,“我们很难准确告诉客户这到底是一个什么东西,那时用的是AI SEO这个词。”但现在,Jeff表示,已经不需要教育市场了,竞争也开始了,客户甚至会直接比价,问“你们有什么优势”。

Jeff的第一个合同单来自陈缪喆,

他当时在一家在线教育企业担任营销副总裁,“那时他其实是半信半疑的,但很多大企业都会有5%左右的试错预算,他就拿这试错成本测试一下。”

“我们优化好之后,一周之内排名就出来了。”Jeff表示,随后搜行业产品推荐,就已经出现这家教育企业的排名了。两个月之后,官网主动注册渠道的转化率从3%提升至11%,转化数从月均60单提升到月均250多单,Jeff告诉记者,销售负责人直接进了业务群,说“这个渠道不能停”。

看到这个领域的潜力后,陈缪喆很快出来和Jeff一起创业,成为现在智推时代的联合创始人兼CEO,就在10月底,公司宣布完成千万级人民币种子轮融资。

陈缪喆对记者表示,一开始,品牌多少会有点犹豫,因为这不像CPS广告(一种按实际销售产品数量计算广告费用的网络广告模式,广告主根据点击后产生的有效订单支付佣金),能直接看到销量,在团队经验看来,早期教培、汽车这样的客户是更容易签下合同的,因为属于重决策的行业,用户需要比较,搜集很多信息。

但现在,消费品、美妆的客户也逐渐愿意了解,尤其一些头部品牌的市场预算较高,而相比传统的营销渠道,GEO还是一个有性价比的选择。从5月到现在,智推时代单月的咨询量有十倍以上的增长。

陈缪喆的判断是:“GEO是不挑行业的,目前唯一做不了的行业是医疗和医药。”



大模型下场“上链接”

不仅服务于品牌的GEO服务商在崛起,大模型厂商自身也在加速电商化布局。Jeff告诉记者,他们在和品牌探索电商转化的路径,近期,以字节的豆包、百度的文心一言为首的大模型都已经偷偷挂上了购物链接,AI入口正在电商化。

记者测试了目前头部的一些大模型平台,豆包和文心一言的电商动作较为明显,提及消费类问题时会主动“上链接”,腾讯元宝、kimi则相对保守,不主动推荐链接,但在用户明确提示“附购买链接”时会给出跳转链,DeepSeek、通义则还未看到电商动作。

具体来看,在记者询问“‘双11’有什么推荐购买囤货的东西”以及“推荐送给长辈和朋友的礼物”这类问题时,豆包会直接回答具体的的品牌和产品名称,点击蓝色字体的产品名称就会直接跳转抖音电商。文心一言则是更直接地在回答中间配上图文链接,点击则会跳转京东商城或淘宝商城。

与两家主动“上链接”的平台不同,在询问产品建议时,kimi和腾讯元宝都不会直接给出商品链接,但如果用户进一步指出需要“附带购买链接”,kimi会给出淘口令,通过浏览器能跳转到淘宝,或给出一些知乎中转链。

元宝会给出京东链接,并提示“出于便利的目的提供第三方链接,不对内容负责”。

记者测试了DeepSeek和通义,目前都还未开放外接的购物链接,DeepSeek

提示用户自己在电商平台去搜索,通义则表示“系统设定不能提供实际的购买链接”,因为可能涉及商业推广。测试显示这两家平台还未在电商领域进行商业化。

在国外,目前头部的平台OpenAI也打通了聊天和购物。在今年4月底,ChatGPT就内置了购物功能,可跳转外部链接购买产品。9月底,OpenAI又推出了“即时结账”功能,用户可以在ChatGPT界面内直接下单Etsy和Shopify两大平台的商品,无需跳转至第三方平台。10月,零售巨头沃尔玛也宣布与OpenAI达成协议,允许用户通过ChatGPT直接更快地购物。

在外界看来,电商会是OpenAI新的商业化路径,OpenAI也表示会对通过ChatGPT完成的交易收取一定的费用,不过暂未透露具体费用标准。

据权威第三方Gartner预测,到2026年,搜索引擎的访问量将下降25%,这近四分之一的搜索流量会流向AI聊天机器人等新载体。

每一次流量迁徙都会改写商业格局:传统门户时代,百度曾经是无数品牌触达用户的“唯一入口”;后来,小红书成为新消费品牌征服用户的“信任基建”。但现在,大模型正在成为新的商业入口,而这里也会伴随一些新的商业机遇,广告和电商或许是较快看到回报的方向,无论是第三方创业公司还是平台自身都希望吃下这一口“蛋糕”。

(一财)

光伏板块突然大跌

行业协会紧急澄清传言

元左右规模的基金,采用百亿资金撬动700亿的“承债式”方式收购:通过以大收入、雪藏尾部产能实施强有力控产,收购方在交割后即停掉小产线,以未来硅料价格回升之后的收益承接相应债务。

业内普遍认为,只有在上游受控之后,光伏产业链的中下游才可能走出当前的困局。但收储计划牵涉面广、涉资巨大,加之硅料价格已从低点回升,各方各怀心思,协商难言顺利。此前有知情人士对澎湃新闻透露,即便是收储意愿高度统一的龙头之间亦充满暗中拉锯。

“请大家不要信谣传谣!”中国光伏行业协会执行秘书长刘泽阳午后的微信朋友圈发文强调上述两则网传消息不实。他表示,有中央的坚定指导支持,行业企业

的协调配合,相关工作一定会成功,光伏行业不走出内卷式恶性竞争我们誓不罢休。“同时我也正告这些造谣者,不要低估政策决心,假的真不了!妄图通过造假,造谣浑水摸鱼,牟取不当利益迟早是要还的。行业自律,反内卷,核心目的就是要让市场恢复到公平竞争的环境中来,光伏行业高质量发展就是要让重诺守信的企业发展得更好。那些不自律的企业,如果还妄图利用无底线的不公平竞争获利那就是打错了算盘,迟早要完!”

机构观点

东莞证券:市场风格从前期科技成长主线向周期价值切换。考虑到全球性AI投

资热潮的持续,短期内仍将保持一定韧性。整体来看,市场在中美经贸关系缓和、货币宽松预期延续等因素支撑下,维持震荡整理态势,短期风格切换特征明显。

财信证券:近期A股市场以震荡行情为主,可能主要有以下三点原因:

一是上证指数处于4000点整数关口上下,站稳该位置或需反复震荡消化;二是大盘处于风格再平衡阶段,资金在反复高低切换中寻找新的市场主线,因此盘面表现为题材板块轮动加快,指数层面反复震荡;三是当前处于宏观事件真空期,缺乏提振市场的增量政策,在大盘震荡格局未变的情况下,当日迎来震荡调整也在情理之中,市场整体仍处于向好趋势中。短期内,大盘或延续指数震荡下的结构性行情。(澎湃)

安世半导体芯片 供应恢复 欧洲车企确认到货

本报讯 商务部宣布对安世半导体芯片出口豁免后,德国大陆集团公司Aumovio等汽车零部件厂商已收到来自中国的安世半导体芯片。Aumovio高管表示,此前准备的休假停产措施可能不再需要。本田执行副总裁海原矩也确认收到中国方面开始出货的通知,正努力恢复工厂生产。大众汽车中国区负责人贝瑞德透露,汽车行业已收到首批芯片,对中国商务部的快速反应表示关注。(一财)

中国支付清算协会倡议: 杜绝默认开通 “免密支付”

本报讯 记者12日从中国支付清算协会了解到,随着移动支付技术的快速发展和广泛应用,“免密支付”业务通过简化支付流程,大幅缩短了交易时间,提升了用户的支付体验。在提高便捷性的同时,部分支付服务主体在业务安全管理方面还存在提升空间,一些用户也存在安全意识薄弱的情况。为进一步规范“免密支付”业务开展,切实保护用户权益,中国支付清算协会向支付服务主体、广大用户发出倡议:

支付服务主体应进一步加强“免密支付”业务安全管理工作。

一是规范授权管理,确保用户真实意愿。在用户开通环节,严格审核用户身份信息,通过显著页面完成用户开通意愿确认以及“免密支付”协议签订,杜绝默认开通行为,充分保证用户开通“免密支付”业务的选择权和知情权。全面评估老年人的风险偏好和业务承受能力,以显著方式展示业务核心条款,审慎为老年人开通“免密支付”功能。

二是强化商户风险管理,提供限额管理功能。根据商户经营情况、业务场景、风险信息等合理确定“免密支付”商户开通范围,避免为高风险商户开通“免密支付”服务。结合经营特征等情况,针对性设置商户“免密支付”交易限额。

三是加强交易环节监测,防范资金损失风险。通过风险模型搭建、大数据分析等技术不断提升风险管理能力。当用户的交易模式与日常消费习惯发生不符等异常情况时,及时进行拦截或二次验证,防范用户资金损失风险。

四是加强用户权益保护。提供高效的投诉处理流程,切实保障用户权益。若用户不再继续使用“免密支付”功能,为用户提供便捷的关闭通道。根据老年人的实际需求,实时或定期主动推送“免密支付”交易相关信息,在显著位置提供相关信息一键查询功能,提供“免密支付”一键取消功能。

五是做好业务跟踪与规范,重点关注资金损失、服务纠纷等情况,并及时妥善予以处理。

中国支付清算协会还提示用户增强安全防范意识:一是强化手机设备和账号安全防护,可通过启用双重验证或定期更换密码等方式提高安全防护水平;二是提高风险识别能力,警惕营销陷阱,避免在公共设备留存支付信息;三是定期检查免密支付签约情况,关注交易提醒,发现异常及时冻结或关闭账户。

运用政府采购政策 促进产业发展

2024年我国政府采购规模超33750亿元

本报讯 财政部12日公布的数据显示,2024年全国政府采购规模为33750.43亿元。其中,货物、工程、服务政府采购规模分别为7944.68亿元、13839.64亿元和11966.12亿元,占全国政府采购规模比例为23.54%、41.01%和35.45%。

从组织形式看,政府集中采购、部门集中采购、分散采购规模分别为7664.14亿元、1648.46亿元、24437.84亿元,占全国政府采购规模的22.71%、4.88%、72.41%。从采购方式看,公开招标、邀请招标、竞争性谈判、竞争性磋商、单一来源、询价、框架协议采购规模分别占全国政府采购规模的76.63%、0.62%、2.67%、11.52%、3.26%、0.43%和4.87%。

财政部介绍,运用政府采购政策促进产业发展。在支持绿色发展方面,2024年全国强制采购、优先采购节能节水产品33723亿元,占同类产品采购规模的92.48%;优先采购环保产品795.47亿元,占同类产品采购规模的87.98%。

在支持中小企业发展方面,全国政府采购授予中小企业合同金额为24230.91亿元,授予中小企业合同总额占全国政府采购规模的71.79%,其中授予小微企业合同金额15310.35亿元,占授予中小企业合同金额的63.19%。

在支持乡村振兴方面,各级预算单位通过脱贫地区农副产品网络销售平台采购贫困地区农副产品超过100亿元,有效带动贫困户增收,促进乡村产业发展。(中新)