

节奏稳、脚步实 中国持续扩大金融开放

彻底取消银行、证券、基金管理、期货、人身险领域的外资持股比例限制;全面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;取消企业征信评级、信用评级、支付清算等领域的准入限制,给予外资国民待遇……

两年多来,无论是国际形势风云变幻,还是新冠肺炎疫情冲击引发国际金融市场的动荡不安,中国依旧按既定节奏履行承诺,以真抓见实效的态度和决心,持续扩大金融开放,并取得了显著成效。

持续推出新政策 节奏稳、脚步实

“在成立野村东方国际的过程中,我们得到了中国政府和有关部门的大力支持,并亲眼见证了全国上下推进对外开放的决心。”野村控股中国委员会主席饭山俊康说,“我们成立野村东方国际的原因之一,就是因为我们感受到了中国政府对外开放的坚定决心。”

2018年4月28日,证监会公布《外商投资证券公司管理办法》,允许外资持股比例最高可达51%。野村东方国际证券有限公司成为首批两家获得核准的新设外资控股券商之一。2019年12月20日,野村东方国际证券有限公司正式在上海揭牌。

金融业对外开放是中国对外开放格局的重要组成部分。中国始终坚持国际化、市场化、法治化的原则,主动有序扩大金融业高水平开放。

第一家外资控股证券公司、第一家外资独资寿险公司、第一家合资银行卡清算机构、第一家外资全资控股公募基金……在短短的两年多时间里,中国对外开放的历程中再次添加了多个“第一家”,也见证了中国扩大金融开放的成长足迹。

自2018年4月中国大幅度放宽金融市场准入以来,在国务院金融委的统筹协调下,人民银行、银保监会、证监会、外汇局先后宣布并推动了超过50条具体的开放措施。即使国际形势变化和新冠肺炎疫情带来的冲击也没有打乱中国金融开放的节奏,金融业对外开放步伐明显加快。

不仅如此,各级地方政府也结合自身发展

实际和经济特点,积极推出金融对外开放新举措。北京市公布实施新开放举措行动方案,在金融服务、数字经济等4个领域推动开放升级;广西发布政策,加快建设面向东盟的金融开放门户;上海自贸区临港新片区管委会会同人民银行上海总部等机构发布《全面推进中国(上海)自由贸易试验区临港新片区金融开放与创新发展的若干措施》……

“尽管现在国际环境发生较大变化,但这不会改变我们对外开放的大趋势。疫情期间不断有外资金融机构来中国落户就是很好的证明,中国金融业对外开放的政策一如既往。”中国人民银行党委书记、中国银保监会主席郭树清说。

坚持开放引活水 提信心、添魅力

全面取消QFII和RQFII投资额度限制、放宽境外机构投资者本外币汇出比例限制、给予外资机构非金融债务融资工具A类主承销商资格……中国扩大金融开放,吸引了全球投资者投资中国金融市场,共同建设、共同分享中国经济发展带来的红利。

“中国金融开放的举措落地效果很好,在股票互联互通方面,我们的资金进出非常方便,我们可以根据自己对市场的评估,以及对上市公司投资价值的分析,明确且便利地做出投资决策。”摩根资产管理全球市场策略师朱超平说,外资普遍比较看好中国经济的确定性,A股市场相关企业的盈利是可以确定的,因此能看到A股市场的外资是净流入的。

A股纳入富时罗素、纳入明晟因子提高到20%,中国债券纳入彭博巴克莱全球综合指数、摩根大通旗舰指数……近年来,中国扩大金融开放,扩大全球投资者的进入途径,也让全球市场为之振奋,吸引了更多增量配置资金投资中国市场。

国家外汇管理局数据显示,截至6月末,境外投资者持有的境内债券余额3691亿美元,持有的境内上市公司股票余额3684亿美元,比2019年末的余额分别上升了13%、16%,债券余额是2016年末的3倍,股票余额是2016年末的3.4倍。截至2020年6月末,共有近900家境外法人机构进入银行间债券市场,覆盖全球60

多个国家和地区,持有人民币债券规模约2.6万亿元,2017年以来每年以近40%的速度增长。目前,境外机构持债规模占我国债券总量的比重为2.4%,持有国债规模占比达9%。

中国有着全球第二大债券市场和股票市场,而外资持有的比例不足4%,从发展趋势来看,还有更好的前景和提升空间。

“境外资金中长期增持人民币资产的格局没有变,因为中国对外开放政策的积极效果会继续显现,而且人民币资产在全球范围内有非常好的投资价值。”国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英说。

向更高水平的开放进发

近年来,中国金融开放蹄疾步稳,外资金融机构数目提升、股权占比不断增加,也对内部金融改革带来了积极的“鲶鱼效应”。

工银国际首席经济学家程实说,适应于中国经济由高速增长阶段向高质量发展阶段转变的实际,金融改革开放既作为其中一环不断深化,也回归本源强调与实体经济和中小企业形成良性互动,并通过激活金融市场推动资源有效配置,保障居民分享经济发展红利。

“全面推进资本市场的对外开放,也吸引更多的国际投资者来中国直接投资,进而促进我国经济转型升级和创新发展。”中金公司董事总经理黄海洲说。

当前,中国正在加快推动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。这就需要全面提高对外开放水平,建设更高水平开放型经济新体制,形成国际合作和竞争新优势。

对于下一步的金融开放走向,正如郭树清所言,现在最主要的是抓已出台政策的落实。要鼓励中外机构在产品、股权、管理和人才等方面开展合作,拓展开放广度和深度。完善配套制度和基础设施建设,营造更加市场化、法治化、国际化的营商环境。

“要打开国门搞建设,要从商品和要素流动型开放走向制度型开放。”中银证券全球首席经济学家管涛说,中国金融市场要加快完善制度体系建设,中国市场将更具吸引力、竞争力。

/新华社

吉林省档案馆公布杨靖宇殉国前

百日战斗档案

9月1日上午,吉林省档案馆正式公布杨靖宇殉国前百日战斗档案。档案真实记录了杨靖宇牺牲前100余天率部与日伪军警进行的47次战斗历程。

吉林省档案馆副馆长王放介绍,这些档案是日本关东宪兵队司令部自身形成的档案,具有原始性、客观性、真实性等特点。1945年8月15日日本宣布投降前后,日本关东宪兵队为掩盖罪行,大规模焚烧销毁档案。这次公布的档案是1953年在日本关东宪兵队司令部旧址发现的,当年被埋入地下,未被彻底焚毁。

据了解,1939年10月日本关东军制定了针对杨靖宇率领的东北抗日联军第一路军的作战计划。在日军疯狂镇压下,杨靖宇带领抗联第一路军进行了坚决抵抗和艰苦卓绝的战斗,1940年2月23日杨靖宇在濛江县(今靖宇县)壮烈牺牲,以身殉国。

王放说,公布的24件档案再现了杨靖宇在桦甸、濛江行动路线,与日伪军警交战的战斗情况,包括战斗的时间、地点、兵力及敌我损失状况,证实了以杨靖宇为代表的东北抗日联军将士在极其艰难的岁月中与穷凶极恶的敌人进行了英勇顽强的斗争,给东北抗联研究提供了全新的第一手资料,史料价值突出。

专家表示,今年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利75周年,也是抗日民族英雄杨靖宇牺牲80周年,公布杨靖宇殉国前百日战斗档案,是对伟大民族英雄的最好纪念。在东北抗日战场上,以杨靖宇、魏拯民、赵尚志等为代表的东北抗日联军在抗击日本侵略者的斗争中,谱写了可歌可泣、惊天动地的英雄篇章。

王放向东北抗日联军纪念馆捐赠了档案复制件。

/新华社

直播带货“下半场”:什么才是“王道”?

数据显示,今年上半年,全国电商直播超1000万场,活跃主播数超40万,上架商品数量超2000万,直播带货成为电商发展的新引擎。

打开手机,“全网最低价”“明星助阵”“一场过亿”,直播间内一片火热;直播间外,不少消费者、商家和主播却陷入维权困局。随着直播带货进入所谓“下半场”,究竟什么才是良性发展的“王道”?

买它! 消费者反被“薅羊毛”

“下单时有多痛快,收货时就有多失望。”家住北京的陈雪(化名)这样形容自己的直播购物体验。今年4月,她在某直播购物平台看上一双运动鞋,主播在直播时大喊“原厂正品”,鞋的价格也只有官网价格的三分之二,在低价的诱惑下陈雪下了单。

“拿到鞋我试穿了一下,并在网上查询了正品信息,发现这双鞋和正品在外观上有差别。”陈雪将正品图片发给客服要求退货,但客服却以“鞋已被穿过,影响二次销售”为由拒绝,只退还陈雪50元作为补偿。

中国消费者协会发布的《“618”消费维权舆情分析报告》显示,“618”期间消费者对于直播带货类的吐槽信息超过11万条。其中,消费者对部分主播涉嫌过度宣传产品功效,利用直播兜售“三无”产品、假冒伪劣商品等问题反映最为强烈。

翻车! 商家与主播究竟谁是“韭菜”

不断刷新的销售纪录吸引着大批商家和主播“跑步进场”,然而直播盛宴背后,为不良市场行为和商品质量问题买单的难道只有消费者?事实上,主播和商家也经常沦为“韭菜”。

“主播的带货能力与自身信誉关系密切,线

上建立信任比线下更难,我们与消费者之间不是‘一锤子买卖’,而要长期共赢。”江西一家主营直播业务的传媒公司负责人罗涛说。

为了保证产品质量、树立良好口碑,罗涛的公司建立了严格的选品机制,选品团队会对产品进行试用、筛选。即便如此,公司依旧没少被商家“坑”。

今年7月,罗涛的公司接下一笔菊花茶直播带货订单,商家承诺商品都是当月生产,公司收到的样品也是当月的生产日期。但不曾想商家为了清理库存,将大量积压已久的产品发货给顾客,不少消费者要求退货。

然而,看似稳赚不赔的商家也并非都赚得盆满钵满。记者了解到,为了让商品在直播间内展示,商家往往需要提前向主播支付“坑位费”,根据主播流量的大小,价格也从几千元乃至数十万元不等。

此前有媒体报道,“大V”和明星带货时“坑位费”高昂,销量却不尽如人意,十几万元“坑位费”只换来几千元销售额的情况时有发生。低价和优惠已经将商品利润压低,再加上“坑位费”、服务费、物流费等费用,商家的盈利空间非常有限。

此外,业内人士直言,由于直播营造的是一种冲动消费的氛围,头部主播有时也会出现高达30%的退货率,腰部主播退货率相对更高。部分主播及机构甚至会在直播时大量刷单,造成货品销售火热的假象,之后再安排货品退款,从而将“坑位费”与服务费都收入囊中。

品质为王! 规范市场助力行业健康发展

直播带货的快速发展有目共睹,随之出现的各类问题也引起了相关部门的关注。