

聚焦·抗疫新举措

# 第三期抗疫特别国债明日发行 计划7月底前发行完1万亿元

■本报记者 包兴安

备受关注的抗疫特别国债已启动市场化发行。6月18日,财政部顺利发行首批两期抗疫特别国债共1000亿元。6月19日,个人投资者通过多渠道认购。6月23日,第三期700亿元抗疫特别国债将发行。按照财政部的具体计划,今年1万亿元抗疫特别国债从6月中旬开始发行,7月底前发行完毕,那么,个人投资者如何购买、投资价值几何?

## 个人起投金额100元

今年1万亿元抗疫特别国债采用市场化方式,全部面向记账式国债承销团成员公开招标发行。6月18日发行的两期抗疫特别国债采取记账式国债发行方式,一期国债为5年期固定利率附息债券,债券面值100元,票面利率为2.41%,二期国债为7年期固定利率附息债券,债券面值100元,票面利率为2.71%。

据了解,针对上述两期抗疫特别国债,个人投资者和企业可在6月19日通过招商银行、农业银行、建设银行、工商银行、北京银行、兴业银行、北京银行、南京银行的网上银行、企业网银及柜台等渠道购买。

《证券日报》记者在走访招商银行一营业网点时看到,受疫情影响,来办理业务的人不太多。一位工作人员对记者表示,“记账式国债的分销期比较短,发行的‘20抗疫国债01’和‘20抗疫国债02’一级认购日只有6月19日一天,客户可灵活选择购买方式。”其提到,投资者第一次购买国债,需要开通“债券托管账户”,开户费用10元。

兴业银行一位工作人员对《证券日报》记者表示,“抗疫特别国债具有信用资质优异、购买门槛低的特点,投资起点金额为100元,最小递增单

位为100元,更适合个人投资者购买。”

“还是线上比较方便,足不出户就可以购买,我就在手机银行里面购买了1000元的抗疫特别国债。”投资者王先生对《证券日报》记者表示,“我比较注重安全性,以前经常购买电子式储蓄国债。”

“个人投资者有意愿积极购买抗疫特别国债,可为抗击疫情出一份力。”中国财政科学研究所金融研究中心研究员龙小燕对《证券日报》记者表示,此次抗疫特别国债所筹集的资金主要用于抗疫方面的公共卫生等基础设施建设。

中国财政学会绩效管理专委会副主任委员张依群对《证券日报》记者表示,此次抗疫特别国债面向广大公众开放认购,这是特别国债发行的一次创新,通过公开竞标方式确定利率,让抗疫特别国债发行市场化程度得到进一步提高,同时也提高了公众投资者的参与程度,让有意愿的公众投资者能够有机会投资抗疫特别国债,分享特别国债长期稳定收益。

张依群表示,抗疫特别国债有三个优点:一是期限固定,二是利率稳定适中,三是高信誉度低风险,给公众投资者良好收益预期,让公众能够通过特别国债参与国家重大项目建设。

“对个人投资者而言,抗疫特别国债如同其他国债一样,具有一定的低风险投资价值,但相较而言其利率普遍偏低,对以获取较高收益为目的的投资者来说,可能并不是优质的投资标的,当然如果购买只是以保值增值为目的,也是有投资价值的。”中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东对《证券日报》记者说。

抗疫特别国债当天发售后,也可在二级市场投资交易。已发行的首批两期抗疫特别国债将于6月23日起上市交易。张依群提醒投资者,在二级市场交易,抗疫特别国债的交易价格



根据市场情况波动,盈亏由投资者自负。

## 平滑各周发行量

有需求但没买到的投资者也不要着急,根据财政部公告,6月23日将发行第三期抗疫特别国债,发行总额700亿元,为10年期,6月24日投资者可通过银行等各渠道认购,6月30日起上市交易。

不同于前两期抗疫特别国债利息按年支付,第三期抗疫特别国债利息将按半年支付,即每年6月24日、12月24日支付利息,意味着一年可以收到两次利息。

张依群表示,一般来说,国债期限越长,利率会相应越高,收益也会更好

一些。

上述招行工作人员表示,“6月23日将招标‘20抗疫国债03’,若招商银行中标,投资者可以通过我行渠道进行购买。”

抗疫特别国债的发行节奏是怎样的?《证券日报》记者获悉,为保障抗疫特别国债的顺利发行,财政部制定了具体发行计划,并于6月15日召开了抗疫特别国债发行工作视频会议,对做好抗疫特别国债发行工作进行动员部署,介绍了具体发行安排。

近日,财政部有关负责人表示,按照国务院常务会议关于“该发的债加快发行”相关要求,抗疫特别国债从6月中旬开始发行,7月底前发行完毕。

“为保障抗疫特别国债平稳顺利发行,财政部将充分考虑现有市场承

受能力,按照大体均衡的原则,尽可能平滑各周发行量,稳定市场预期。”

“抗疫特别国债按计划发行,有利于给市场必要的时间,做好资金安排。央行也会根据财政部发行抗疫特别国债计划,做好流动性管理相关工作。”龙小燕说。

前两期抗疫特别国债发行当天,央行发布公告称,为维护半年末流动性平稳,6月18日人民银行以利率招标方式开展了1200亿元逆回购操作。此次逆回购包含两个期限品种——7天期和14天期。

张依群认为,重启14天逆回购操作,主要考量之一是确保抗疫特别国债顺利发行,需要货币政策给予流动性配合。

# 核酸检测等将纳入医保 价格走势或影响相关公司业绩

■本报记者 张敏

6月19日,国家医疗保障局发布《关于配合做好进一步提升新冠病毒检测能力有关工作的通知》(以下简称《通知》)明确,各地要在综合考虑新冠肺炎防控工作需要、本地区医保基金支付能力等因素的基础上,按程序将针对新冠病毒开展的核酸、抗体检测项目和耗材纳入省级医保诊疗项目目录,并同步确定支付条件。

据了解,此举是为了有序引导降低偏高的检测费用,支持实现“应检尽检、愿检尽检”,助力常态化防控和复工复产复产复学复市。

值得一提的是,上述《通知》明确了检测项目不“按病立项”。这意味着,原则上不区分病原体或操作步骤新设核酸、抗体检测价格项目。对此,北京鼎臣医药管理咨询中心创始人史立臣在接受《证券日报》记者采访时表示:“以前进行核酸检测的人群大多是疑似病例等。这一政策的出台意味着普通人进行核酸检测也将纳入医保支付范围。”

不过,随着北京地区疫情防控升级,核酸检测的范围进一步加大,这也导致个人预约核酸检测出现“一号难求”的情况。“现在很多检测机构都被临时征用了,个人预约核酸检测太难了。”某知名健康电商平台工作人员对《证券日报》记者介绍。

## 集中采购促价格下调

北京市进行核酸检测的人群范围在不断扩大。

北京市顺义区一位咖啡店运营管理人员向《证券日报》记者表示,6月16日至17日,商圈周围餐饮门店的工作人员都进行了核酸检测,“那两天门店都没有营业”。一位在北京市望京地区工作的人士向记者介绍,公司近日组织了全体工作人员进行核酸检测。

在北京市疫情防控级别升至二级响应后,提出的强化措施就包括:非必要不出京,确需离京的要持7日内核酸检测阴性证明。

一位吕姓商务人士告诉《证券日报》记者,在上述政策出来之前,自己

已经在福建出差。“在外地出行很不方便,于是就当地做了核酸检测。”

在核酸检测范围扩大之际,其价格也成为外界关注的焦点。在史立臣看来,随着核酸检测等纳入医保,进行该项目检测的人群有望进一步增加。对于有大规模人群检测需求的地区,应优先开展集中采购,选择产品质量较高、生产能力较强、供应稳定、诚信较好的企业,通过竞争促进价格回归合理水平。

根据上述《通知》,各地要普遍开展公开挂网采购,公立医疗机构应从所在省份的省级药品耗材集中采购平台阳光采购新冠病毒检测试剂。同时鼓励省级和统筹地区医保部门积极探索开展新冠病毒检测试剂集中采购,选择产品质量较高、生产能力较强、供应稳定、诚信较好的企业,通过竞争促进价格回归合理水平。

此外,《通知》明确,新冠病毒检测试剂集中采购原则上应多家中选,保证供应稳定性。对于有大规模人群检测需求的地区,应优先开展集中采购。有条件的地区积极开展集中带量采购。

据记者了解,包括湖北省、福建省、黑龙江省等在内的多个省市已陆续针对新冠病毒核酸检测试剂盒、新冠抗体检测试剂盒开展了带量采购,价格已经有所下调。

6月19日,山西省医疗保障局发布消息,新型冠状病毒核酸检测医疗服务项目价格有调整,各类病原体核酸(DNA、RNA)测定价格调整为60元/人次,严重急性呼吸综合征冠状病毒抗体测定调整为25元/人次,检测试剂实行零差率销售。这和此前核酸检测每次收费不超过270元/人次、血清抗体检测收费不超过90元/次的标准相比,费用进一步降低。

## 核酸检测市场需求增大

在特效药和疫苗研发成功之前,加大核酸、抗体的检测规模是常态化防控行之有效的办法。

史立臣向《证券日报》记者介绍,不考虑国外的疫情需求,在此次北京地区疫情防控升级之前,国内的核酸检测市场在进一步缩减。而此次疫情

防控升级,让核酸检测的市场需求再次增加。

记者拨打了北京地区多家新冠病毒核酸检测机构的联系电话,但均未接通。“目前都是以公司、团体项目为主,个人预约需要等待。”上述知名健康电商平台人士向记者表示。

上海证券发布的研报认为,核酸检测人群的进一步覆盖和核酸检测的常态化将推动试剂需求持续增长,从而带动相关企业全年业绩增长。

在投资者互动平台上,第三方检测公司的生产及订单情况备受投资者关注。

达安基因6月17日在互动平台上回答投资者提问时表示,公司将启动充足的产能提供新型冠状病毒核酸检测产品,全力保障市场供给。“公司核酸检测试剂盒已提供给包括北京在内的全国多省市和地区。”

不过,《证券日报》记者在国家药品监督管理局网站查询到,新型冠状病毒核酸抗体检测的获批产品已经有43个。最终这些企业的业绩表现如何,还有待数据说话。

(上接A1版)

“有了上一代人研究的理论基础,加上现在的发展契机,我国独立自主的城轨交通系统终于能够水到渠成地快速发展。现在90后年轻人也在逐步加入进来,通过与一些高校机构合作,不断提升科研成果转化率。”

## 激励人才 鼓励创新

2019年7月22日,作为首批科创板上市公司之一,交控科技正式登陆资本市场;2020年6月19日,上交所发布上证科创板50成份指数的公告,交控科技成为首批指数成份股。

“在中国,终于有了科创板这样一个平台,能够真正给我们科研人员工作了半辈子甚至一辈子的心血进行估值。”谈及一年来的变化,邵春海难掩激动的神色,“对于我们科研技术人员而言,公司登陆科创板意味着我们很多人的研究价值终于得到了认可,每一个人都感到很自豪。”

2020年6月9日,交控科技披露了2020年限制性股票激励计划激励对象名单,21名公司高管和员工被列入其中。“这只是个开始,未来公司还将继

续利用股权激励计划来吸引和留住人才。”邵春海告诉记者,借助科创板,能够通过股权激励的方式,真正激励和留住与企业有共同价值观、共同使命和愿景的人才,让员工愿意把工作转变为长期的事业,与企业共同发展下去。

为了培养人才,邵春海还做了更多的努力:公司出资让员工继续读书深造;为员工搭建更多的发展平台;设置容错率,鼓励员工大胆创新;与高校机构合作研发,设置奖学金以及实习机会提前吸引人才等等。

“成功登陆科创板上市,让交控科技募集到了5.85亿元资金。这笔钱有一部分用于第5代城轨信号系统的开发,用于提升我们的核心技术。”邵春海告诉记者,此外,公司也设置了交控研究院从事前沿技术研究,鼓励创新,给研究员们留出研究“不靠谱的事”的空间。

近年来,邵春海四处奔走,参与行业讨论和交流学习。“现在我也学到一招,叫做研究一代、开发一代、应用一代,公司手上一直有三代系统。”邵春海进一步表示,如果用盈利能力去分门别类,研究一代就是指研究短时间内无法盈利的项目;开发一代指开

发即将盈利的项目;应用一代则指改进已经盈利的项目。

如今,交控科技将这思路落实到公司的运营体系中。邵春海告诉记者,公司设立了研究院,聘请了对于最前沿高新技术最为敏感的年轻博士后、系统工程师,请他们去研究用十年后的眼光来看仍觉得“不靠谱”的事,把握未来发展的机会;在开发层面上,用准确的用户需求牵引研发,针对用户需求去定制化的研发产品,推动公司系统产品的更新换代;在应用层面上,除了做好系统设计和工程管理,还要致力于改善用户体验、提升运行效率,降低成本。

在邵春海看来,只有这样,企业才能有更长期的优势和竞争力。

## 掘金黄金时代

今年4月份,交控科技披露了公司上市以来的首份年报。数据显示,交控科技去年实现归母净利润1.27亿元,同比增长91.72%,超出市场预期。“当下的经济环境有利于行业的发展,同时我们的发展方向也与交通强国和新基建的发展战略非常契合。”谈及未来发展,邵春海颇具信

心,“我国的城轨交通正在探索更多新的模式,公司也在掘金这个黄金时代。”

今年3月份,北京地铁六号线的网红车窗一度刷屏朋友圈。据了解,这是在地铁通道上方、车门上方以及中间窗位置加装了LED屏。地铁起步后,车窗将成为一面55寸的半透明电子屏,播放列车当前位置、线网图及前方车站三维示意图,出口、电梯和厕所等服务设施的位置也一目了然。此外,列车还可以实现“网联化”,通过无线自组网,实现列车级信息传输。而这就是由北京地铁公司联合交控科技共同研发的“魔窗系统”。

“未来轨道交通将不再是一个简单的运输工具,而是更关注乘客体验。”在邵春海看来,“魔窗”的意外走红意味着乘客对于城轨交通发展方向的期待。

邵春海表示,“作为城轨信号系统龙头,交控科技关注的是每年数亿人次乘客的出行安全,在此基础上,公司将致力于提高乘客乘坐地铁的效率,减少换乘时间,提升地铁旅行速度,同时提升乘客出行的舒适度。交控科技也在研发轨道交通的‘安卓系统’——天枢平台,便于各专业系统的

信息共享,让地铁运营效率更高成本更低。”

谈及交通强国以及新基建发展战略带来的机会,邵春海表示,未来我国轨道交通发展的方向就是城镇化以及区域经济,干线铁路、城际铁路、市域(郊)铁路、城市轨道交通的“四网融合”将为这个行业带来更多的想象空间。“轨道交通是一个百年工程,鲜有过时的一天。它们始终需要去运营、维护、改造。我们既然守着这座金矿,就要一直深挖下去。”

与世界巨头并肩,交控人仍未止步,记者查阅交控科技官方网站发现,公司的愿景是“交控将以振兴安全控制产业为己任,成为具有中华民族精神的跨国企业”。

“站在当下时点,轨道交通这座金矿正在迎来属于它的黄金时代。在未来10年到15年的过程中,轨道交通还将保持快速发展。”邵春海说,“这段时期将会成为我们进行技术迭代以及创新应用的最好机会。交控科技将在此期间,利用目前新基建的政策优势,致力于将我国城轨信号系统的技术再提升一代至两代,一举领先国际市场。”

六稳六保 系列报道

# 消费市场延续复苏 促消费覆盖面仍需拓展

■本报记者 刘萌

“随着国内企业复商复市的加快推进,居民生活秩序明显恢复,特别是扩大内需、促进消费系列政策措施逐步见效,5月份我国消费市场延续复苏态势,市场销售连续3个月降幅收窄。”商务部消费促进司负责人日前谈到前5个月我国消费市场运行情况时表示。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林对《证券日报》表示,在短期内,当下的消费券发放、满减优惠、直播促销等举措基本满足了老百姓释放消费压抑情绪的需求。但从长期来看,促消费的覆盖面仍需拓展。

## 多行业消费降转升 预示逐步复苏

苏宁金融研究院高级研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示,目前来看,居民消费增长主要呈现出三大新特征:第一,直播带货火爆,除了活跃在各大电商平台的专业主播外,越来越多的明星、企业家纷纷跨界参与直播带货,成为刺激消费的重要手段;第二,“国货潮”风靡,随着国内品牌及工厂自身竞争力提升,以及疫情期间举国上下团结一心共同抗疫增强了民族凝聚力,国产品牌成为当前消费市场的新宠;第三,“宅经济”继续火热,受疫情影响,越来越多的人习惯于线上消费,这也让生鲜电商、餐饮外卖等消费领域热度不减。

近期,各地新一轮促消费政策加快落地,并持续加大力度。比如,吉林省日前印发《关于新一轮促消费扩内需的若干政策举措》,聚焦促进重点商品消费和服务消费提出五方面共14条措施;河北省廊坊市举办首届“618嗨购节”,活动将持续至7月18日;青岛市政企联合发力,近日发放逾1.2亿元惠民优惠券;湖北省发布《应对疫情影响进一步促进商业消费若干措施》,推出25条促消费措施。

随着各地围绕提振消费出台一系列举措,多个行业消费扭降转升、逐步复苏。“总体上看,近期逐步复苏的消费行业主要集中在汽车以及餐饮、旅游等线下生活性服务业板块。”付一夫表示。

对于上述多个行业消费复苏的原因,付一夫称,首先,国内疫情防控形势持续向好,各行各业复工复产稳步推进,线下消费市场逐渐复苏,进而利好汽车、餐饮、旅游等消费市场的回暖。第二,近期从中央到地方各级政府都推出了一系列提振汽车消费的政策,包括降低限购力度、增加汽车号牌限额、给予相应补贴等,还针对线下生活性服务业制定了发放消费券等短期刺激手段,政策作用让相当一部分消费者被抑制的需求得到了释放。

数据也证实了这一点。中国汽车工业协会最新数据显示,今年5月份,汽车产销量分别实现环比增长4%和5.9%,同比增长18.2%和14.5%,增幅比上个月分别扩大15.9个百分点和10.1个百分点。商务部数据则显示,前5个月,全国实物商品网上零售额3.37万亿元,同比增长11.5%,增幅比前4个月加快2.9个百分点。

## 消费者“下单+看热闹”两不误

作为带动全民消费的重要节点,今年的“618”也被寄予了更多期待。

盘和林对《证券日报》记者表示,今年的“618”对于市场的意义早已突破一次例行的年中大促。这不仅是商家们的一次集中回血,更为重要的是对市场整体信心的极大提振,甚至可以被视为疫情防控与经济全面复苏的转折点。从刚刚过去的“618”数据来看,消费的恢复已明显提速,消费者积攒的蓬勃消费需求在这一节点集中体现,打破了之前对于疫情过后需求不足的担忧。

今年的“618”年中大促,京东、淘宝、苏宁、拼多多、抖音、快手等多个平台火力全开吸引消费者。

北京某互联网企业员工告诉《证券日报》记者,之前就了解到自己心仪的商品在某个大V的直播间折扣非常给力,但是因为不知道商品的具体出场顺序,最后干脆看完了整场直播,既凑了直播的热闹也完成了下单,还挺有意思的。

盘和林表示,从长期来看,促消费的覆盖面仍需拓展,多样化促消费手段、针对特殊群体的促消费方式、个性化的促消费服务模式还需继续探索。另外,消费模式创新、消费供给升级等也需加快推进,让促进消费与主动消费两头发力,营造长久可持续的消费增长空间。