

金融科技巨头抢滩科创板 专家称“是明智的选择”

■本报记者 朱宝琛

随着一系列制度红利的不断释放,当前科技型企正迎来登陆资本市场的政策窗口期。最近一段时间,包括京东数科、蚂蚁集团等在内的公司,纷纷筹划,拟向科创板上市。在业界看来,这显示出科创板经过一年多时间的实践,在支持科技创新型企业发展壮大集聚引领效应正不断增强。

北京证监局公示的信息显示,国泰君安、中信证券、五矿证券及华菁证券分别与京东数科签署了股票发行上市辅导协议,京东数科拟在科创板上市;支付宝母公司蚂蚁集团宣布,启动在上海证券交易所科创板和香港联合交易所有限公司主板寻求同步发行上市计划。

科技金融公司选择科创板上市,在厦门大学王亚南经济研究院和经济学院教授韩乾看来,一方面得益于近年来,以科创板为试验田的国内资本市场系列基础制度改革,国内的投融资环境得到了进一步优化和改善,另一方面是与国际IPO市场环境变化有关。

“金融科技巨头拟在科创板上市,是明智的选择。”韩乾对《证券日报》记者表示,这既显示了这些企业对我国资本市场和经济发展的信心,彰显了科创板的吸引力和国际竞争力,也证明了我国资本市场完全具备服务于经济国内大循环的能力。“预计未来会有更多优秀的金融科技企业登陆科创板。”

“科创板增加了对企业上市的包容度。”联储证券温州营业部总经理胡晓辉在接受《证券日报》记者采访时表示,近年来证监会积极推动一系列的制度改革,比如退市制度的坚定执行,净化了市场环境;全面推动强监管,对资本市场的各种违法行为“零容忍”,为市场引来了长期资金。同时,市场的承受力得到了加强,对大型科技股已经不像过去那样“谈IPO色变”,而是以积极的心态欢迎。

科创板运行已一年有余,通过关键制度改革,促进科技创新发展示范带动效应不断增强,市场包容性、行业集聚性、品牌示范性充分显现,对所有代表了先进生产力的优质高科技企业有很大的容量和友好的通道。

事实上,金融科技企业投向科创板的怀抱,并不意外。今年3月份上交所发布了《上海证券交易所科创板企业发行上市申报及推荐暂行规定》,上交所相关负责人在回答记者提问时表示,《暂行规定》首先细化了科创板重点服务的行业领域范围,涵盖了新一代信息技术、高端装备、新材料、新能源、节能环保、生物医药等高新技术企业和战略新兴产业;其他符合科创板定位的深度应用科技创新领域的企业,如金融科技、科技服务等,也属于科创板服务范围。

这意味着,国内金融科技企业在科创板上市有了政策支持。业界普遍认为,为京东数科、蚂蚁集团等若在科创板上市成功的话,会成为标志性的案例。那么,当京东数科、蚂蚁集团先后宣布拟在科创板上市,是否会引发金融科技企业在科创板上市的浪潮?



王琳/制图

高科技支持下的金融,二者缺一不可。”胡晓辉说。

而韩乾认为,金融科技企业去“金融化”,强化“科技”特征,短期内可能是为了迎合资本市场投资者的需求,但从长期来看,也是进一步拓展业务范围,充分挖掘发展潜力的需要。

“从监管的角度看,金融科技企业向科技型资本转型,可能会对现有监管技术和监管制度带来新的挑战,所以,应分清企业是真转型还是以技术淡化甚至掩盖了金融业务。”韩乾说。

“所以,金融科技公司准确理解是

年内新增专项债发行逾2.3万亿元 10月底前将迎来发行小高峰

■本报记者 包兴安

今年以来,新增专项债发行快马加鞭,资金加速投向重大基础设施和民生服务领域。

《证券日报》记者根据东方财富Choice数据库统计显示,截至8月6日,新增专项债券发行23423.33亿元,完成全年计划(37500亿元)的62.5%。这意味着,还剩余14076.67亿元新增专项债等待发行。

经全国人大审议批准,2020年安排新增专项债券3.75万亿元,比上年增加74.4%。据了解,财政部前期分3批提前下达了新增专项债券额度2.29万亿元;近期财政部又下达了第4批额度1.26万亿元。

7月29日,财政部发布的《关于加快地方政府专项债券发行使用有关工作的通知》(以下简称:《通知》)要求,对近期下达及后续拟下达的新增专项债券,与抗疫特别国债、一般债券统筹把握发行节奏,妥善做好稳投资稳增长和维护债券市场稳定工作,确保专项债券有序稳妥发行,力争在10月底前发行完毕。

“这既是考虑抗疫特别国债与专项债发行安排,又是推动加快专项债发行进度促进形成更多实物工作量的统筹部署。”中国财政科学研究院金融研究中心副研究员龙小燕对《证券日报》记者表示,财政部已于7月30日,圆满完成了1万亿元抗疫特别国债的发行任务。8月份-10月份,将迎来新增专项债的发行小高峰,集中完成今年新增专项债券尚未发行的剩余任务。

由于7月份集中发行抗疫特别国债,适当减少了国债、地方债的发行量,为抗疫特别国债发行腾出市场空间。据记者统计,整个7月份新增专项债发行规模仅348.72亿元。根据各地披露的发行计划,本周新增专项债将发行1460.75亿元。

从新增专项债资金投向看,财政部此前公布的数据显示,截至7月14日,已发行的2.24万亿元新增专项债券,全部用于重大基础设施和民生服务领域。其中,用于交通基础设施、市政和产业园区,以及教育、医疗、养老等民生服务领域1.86万亿元,占83%。此外,各地积极安排专项债券资金支持“两新一重”、公共卫生体系建设、城镇老旧小区改造等重点领域,共计约安排9000亿元以上。

深化新三板改革特别报道(3)

精选层对发行申报推进常态化审查 专家称年内挂牌企业或突破60家

■本报见习记者 刘伟杰

新三板精选层审议工作持续推进。截至8月6日,已有229家公司公告表达精选层意向,72家企业已获受理。72家企业中,除了首批32家已入层企业外,还有9家企业状态为“已受理”,4家企业“已问询”,1家企业“挂牌委员会暂缓”,26家企业“中止”。

在首批32家精选层企业挂牌后,据全国股转公司相关负责人透露,后续将进行常态化的企业发行和审查工作,按照“成熟一家、报会一家”的策略进行精选层公司的发行工作,“不会把握发行节奏,尊重企业意愿”。

“精选层审查相比A股IPO具备一定优势,预计2020年年底精选层数量有望突破60家。以首批32家公司平均每家募资总额为2.95亿元来计算,预计到今年年底精选层企业公开发行合计募资总额或将为150亿元到200亿元之间。”北京利物投资管理有限公司联合创始人常春林对《证券日报》记者表示。

从6月10日至7月1日,全国股转公司挂牌委员会共召开16次审议会议,审议34家企业,其中湖南德众汽车销售股份有限公司和北京圣博海高新技术股份有限公司2家暂缓审议,其余全部通过经证监会核准,并于7月27日成功在精选层挂牌。

常春林告诉记者,首批32家精选层企业挂牌体现了“精选层速度”,挂牌委员会会议基本上两天召开一次。确定完首批精选层挂牌企业后,精选层挂牌节奏逐渐趋缓。从挂牌委员会审议会议频次来看,7月1日至今未召开挂牌委员会审议会议;从受理企业数量来看,4月份、5月份、6月份分别受理企业数量为11家、30家和29家,7月份和8月初分别仅受理万通液压和

龙小燕表示,已发行新增专项债资金全部用于重大基础设施、民生服务领域。一是意在通过重大基础设施建设,拉动投资、有效应对疫情冲击、稳定经济增长,并为未来经济发展奠定坚实的基础;二是投入民生领域,有效弥补教育、医疗、养老等民生服务短板,提高服务质量,有效提高防灾减灾能力,切实解决居民重大关切问题。

北京国家会计学院教授崔志娟对《证券日报》记者表示,今年新增专项债的资金使用主要体现在三方面:一是用于交通基础设施等运营期限较长的重大项目,项目收益能更好地与债务偿还相匹配;二是用于教育、医疗、养老等民生服务领域项目,进一步筑牢社会保障体系;三是用于“两新一重”、公共卫生体系等重点领域,加快调结构、补短板。

上述财政部《通知》表示,优化新增专项债券资金投向,坚持专项债券必须用于有一定收益的公益性项目,融资规模与项目收益相匹配。重点用于国务院常务会议确定的交通基础设施、能源项目、农林水利、生态环保项目、民生服务、冷链物流设施、市政和产业园区基础设施等七大领域。

积极支持“两新一重”、公共卫生设施建设中符合条件的项目,可根据需要及时用于加强防灾减灾建设。

财政部专家库专家、360政企安全集团投资总监唐川对《证券日报》记者表示,优化新增专项债的投向,一是适度扩大使用领域,即不仅仅将其用于市政、水利、交通等传统领域,也可参考最新的基础设施REITs相关政策所述范围,将其扩展到新建、大数据、智慧城市等领域。二是可尝试在更多领域使用资本金专项债,目前已有部分领域使用专项债为项目资本金进行筹资。未来,如果能将此融资模式顺利导入到各个领域,可以在一定程度上解决基建和公共服务项目资本金融资难问题。

“新增专项债用于基建,特别是‘两新一重’项目,可发挥投资的乘数效应,促进经济回暖。”崔志娟表示,国家在政策上明确专项债可在一定条件下用作项目资本金,但专项债资金性质决定其自身对基建带动作用有限,但对基建拉动的乘数效应明显,特别是在经济下行压力加大的时期。

六稳六保 系列报道

编者按:财政部部长刘昆近日在接受央视采访时表示,我国经济内在向好的基本面没有改变,随着经济的稳步回升,有信心完成今年财政各项任务。下一步,财政政策将重点围绕落实“六保”任务发力。今日,本报以“六稳六保”为主题,聚焦各地方政府通过促内需、扩外贸等方式,确保重要经济财政工作的顺利进行。

湖南制造上半年一马当先 厂家牵手电商赋能新外贸

■本报记者 肖伟

8月1日,长沙海关发布统计数据,2020年上半年,湖南省装备制造业进出口总值为523.4亿元,比上年同期增长38.7%。以三一重工、中联重科、山河智能、星邦智能等为代表的工程机械企业,积极拥抱数字化转型浪潮,牵手电商巨头打造新外贸模式,在国内制造业复苏中一马当先走在前面。

湖南制造进出口两旺

据长沙海关统计数据,2020年上半年,湖南省装备制造业出口260.2亿元,同比增长22%;进口263.2亿元,同比增长60.3%。其中,对“一带一路”沿线国家装备制造业进出口延续增长态势,进出口值为159.4亿元,同比增长69.6%。

长沙海关工作人员向《证券日报》记者表示:“从统计数据来看,三一重工、中联重科、山河智能、星邦智能等湖南工程机械制造企业,在进口和出口方面均有贡献。在国内方面,各地加大基础设施建设投入力度,上述企业加大对部件的需求旺盛;在国际方面,由于‘一带一路’沿线建设任务陆续展开,上述

企业踊跃出口成套设备。在物流方面,由于中欧班列加快发运,水上航运保持通畅,公路运输逐步恢复,使得湖南省进出口整体显示出‘进出口两旺’的良好格局。我们认为,随着国内外疫情逐步消退,市场对现存设备的消化速度加快,叠加各地基建投资持续发力,这一良好格局还将维持较长时间。”

湖南省工业和信息化厅总工程师黄学工赞同上述分析,他向《证券日报》记者表示:“今年上半年,湖南规模以上工业增长1.9%,以工程机械、电子设备制造等为代表的装备制造业贡献率达75.8%。虽然汽车、石化、有色金属等行业受到疫情影响,但是工程机械、电子信息等行业挺身而出,在关键时刻起到支撑区域经济稳定运行的作用。”

上述数据充分的说明,湖南省装备制造业不仅在短时间内克服了疫情带来的影响,还为恢复省内经济发展提供了支撑。

牵手电商网上飞翔

之所以湖南工程机械制造业能在“复苏”中一马当先,其底气不仅来自政府扶持、基建加速、物流通畅等多重利

好因素,也来自厂家主动牵手电商,翱翔网上结缘新客户,积极赋能新外贸这一新业态。

近日,中国重工新外贸峰会在长沙举行,阿里巴巴国际站宣布启动线上工业展,计划通过B2B直播、短视频等方式,让全球买家直击中国车间。中联重科开通阿里巴巴国际站店铺,山河智能在全球首次推出根据国际站大数据指引研发、专供互联网的17U型小微挖掘机。

《证券日报》记者了解到,在数字化赋能新外贸的道路上,中联重科的行走速度越来越快。早在2015年,中联重科就开通网上商城销售零部件。2016年,中联重科通过电商一次售出300余台中联二手挖掘机。2020年3月份,中联重科在一次全网直播活动中,仅用1.5小时就售出620台挖掘机,同月,公司再接再厉,在39分钟直播中售出超过2000台轻量化搅拌机。

阿里巴巴国际站总经理张阔向《证券日报》记者表示:“工程机械是中国装备制造业的代表性产品之一,我们通过多样化的数字化平台,联合厂商打造新外贸,帮助厂商进一步提升国际竞争力。今年上半年,我们国际站的工程机

械订单增速为119%,6月份增速为175%。从目的地来看,‘一带一路’沿线国家是我国工程机械的主要出口目的地,东南亚是最大的出口目的地市场。从出发地来看,以工程机械之都长沙的行业龙头聚集度最高。”

看到新外贸模式的巨大潜力,山河智能装备集团董事长何清华亲自打头阵,发起直播活动开启线上营销。今年2月20日,何清华在直播秀里带领40万网友以360度全景视角翱翔空中“参观”山河智能工业城。这位70岁的董事长被网友们亲切的称为工程机械“直播带货”第一人。

山河智能董秘王剑表示:“据不完全统计,今年上半年,我们的全球线上直播活动销售额超过2.6亿元人民币。工程机械虽然是传统制造领域,但是可以不断嫁接新理念、新方法和新元素,从而不断产生新产品和新模式,最终达到业绩爆发的效果。以我们为电商节专门设计制造的17U型小微挖掘机为例,它主打高性价比、易操作、低功耗、少维护。发展中国家创业级买家能负担得起,发达国家休闲级买家也可用来打理私家花园和观光农田,可谓是一款‘阳春白雪两相宜’的新产品。”

投放3个多月 山东1.29亿元惠民券撬动5.81亿元消费

■本报记者 王佳

国内疫情开始逐渐好转,山东文旅行业最早一批搭上了“消费券”快车,开启惠民消费季。8月5日下午,山东省文化和旅游厅召开新闻发布会,公布了文旅消费券发放的最新成绩单:以1.29亿元的文化和旅游惠民消费券,直接带动消费5.81亿元。

《证券日报》记者在会上及会后采访中了解到,发放文旅惠民消费券的方式,为山东省众多以文化、旅游为生的从业者创造了机会。过程中,依托大数据统计,进行“精准”“定向”发放消费券,也为活跃线下文旅消费带来了助力。

消费券带来乘数效应

3个多月以来,每周二10时,打卡“齐鲁文旅云”微信公众号,抢惠民消费券,几乎成了济南市民催强近几个月的固定日程。“从4月底山东启动文旅惠民消费季活动,我已经抢了上千元的消费券,起初防疫管控比较严格的时候,就网上买些书、文创产品之类,后来省内旅游市场回暖,我还抢了旅游券,带着家人也出去玩了两三次。”崔强对《证券

日报》记者说。

8月6日上午,《证券日报》记者打开“齐鲁文旅云”,在“文旅商城”板块看到众多文创产品、非遗产品在展售。随后记者联系到一家名为“文化良品”的店家,店家负责人陈先生告诉《证券日报》记者,多亏山东省推出这一平台,有政府的补贴和消费券带动,店里的文创产品生意才没有因疫情而“掉到地上”。

德州夏津一位专门做虎头鞋的店铺老板张晓云对《证券日报》记者说,她来自农村,平时喜欢做虎头鞋,此前都是就近售卖,店铺也没啥名气。“我们是文化和旅游局动员我参加消费季,把虎头鞋的生意搬到平台上,没想到生意源源不断,政府打包推广给我们增添了名气,还发优惠券让商家和消费者都得到了实惠。”张晓云说,到目前为止,她的店铺共使用省、市、县三级发放的消费券11万元,销售虎头鞋2000多件套,营业额达到100多万元。

在8月5日下午山东省文化和旅游厅召开的新闻通气会上,山东省文化和旅游厅产业发展处处长张百科介绍,本届山东文化和旅游惠民消费季采取财政直补消费者、商家优惠折扣等方式,省、市、县三级财政落实文化和旅游惠民消费资金1.5亿元,截至目前,全山东

省发放文化和旅游惠民消费券1.29亿元,直接带动消费5.81亿元;征集各类电商平台14家,参与文化和旅游企业11024家,上线文旅产品及服务32万余件;筹划开展了3255项主题活动,累计参与人次4624万,直接带动消费6.46亿元。

张百科表示,消费券不仅带动直接消费,还带来了“乘数效应”,特别是在帮扶中小微企业方面起到了重要作用。

依托大数据精准发放

8月6日上午,《证券日报》记者在“齐鲁文旅云”上看到,山东省级的消费券早已抢完,不同地市、县区的消费券也因各自火热情况而不同,像济南、青岛、泰安等地市的消费券早就无券可抢,目前还可以抢消费券的地市,也要视热门区县、消费券面额的差别而有所不同。

张百科表示,今年山东的文旅惠民消费券的发放也是在摸着石头过河,因为消费券的发放只有被花出去,才能真正起到促进消费的作用,因此今年主管部门在简化领券流程的基础上,更加合理地规划发券节奏。“惠民消费券划分为通用券、旅游券、演艺券、活动定向券

等4种类别,设置了10元、20元、30元、50元、70元、100元等6种面额。”张百科介绍,在此基础上,山东省还创新了定向券活动,鼓励老百姓走出家门,在活动现场领券、消费,可逛、可赏、可买的“活动+消费”新模式,也增强了消费者的参与性、体验性、互动性。

此外,大数据统计为精准发放消费券提供了依据。数据展示系统能实时动态展示全省消费季开展情况,包括拉动消费、使用额度、使用年龄构成、使用分布区域等动态图示。平台按照“省+16市+区县+企业”四级联动模式运行,统一部署、统一发券,统一大数据管理。

而在产品和消费端,张百科认为,要发挥好惠民消费券的作用,就要坚持政府力量和市场力量相结合,从供给和需求两端发力,挖掘消费券的新潜力。张百科介绍,目前,消费券以财政资金补贴文化和旅游消费为引导,联合中国银联等金融机构和携程等大型在线旅游企业开展惠民促销活动,同时支持各行各业不同类型的公益和电商平台参与,鼓励企业在消费季外开展营销活动。“我们将努力推动惠民消费季活动拓展至全年,打造‘永不落幕’的文化和旅游惠民消费季。”张百科说。