

1月份新增信贷3.58万亿元 金融支持实体经济力度增强

■本报记者 刘琪

2月9日,央行发布1月份金融及社融统计数据。总体来看,1月份新增信贷及社融增量环比双双提升——1月份人民币贷款增加3.58万亿元,较去年12月份为1.26万亿元;1月份社融增量为5.17万亿元,较去年12月份为1.72万亿元。

具体来看,在新增信贷方面,1月份人民币贷款增加3.58万亿元,同比多增2252亿元。分部门看,住户贷款增加1.27万亿元,其中,短期贷款增加3278亿元,中长期贷款增加9448亿元;企(事)业单位贷款增加2.55万亿元,其中,短期贷款增加5755亿元,中长期贷款增加

2.04万亿元,票据融资减少1405亿元;非银行业金融机构贷款减少1992亿元。

1月份新增信贷超越去年同期也符合市场预期。中山证券首席经济学家李湛在接受《证券日报》记者采访时表示,虽然近期货币政策以及房地产融资约束政策均有所收紧,但1月份新增信贷数据依然高于去年同期,受季节因素、金融支持实体经济政策、春节前资金需求增加等因素影响,居民贷款和企业中长期贷款仍有支撑。

“1月份新增人民币贷款3.58万亿元,符合预期。”光大证券金融行业首席分析师王一峰对《证券日报》

记者表示,不同机构间月内投放节奏从分化到收敛,优质银行项目储备较为充足,国有大行依然发挥“头雁效应”。

在社融增量方面,1月份社会融资规模增量为5.17万亿元,比上年同期多1207亿元。其中,对实体经济发放的人民币贷款增加3.82万亿元,同比多增3258亿元;对实体经济发放的外币贷款折合人民币增加1098亿元,同比多增585亿元;委托贷款增加91亿元,同比多增117亿元;信托贷款减少842亿元,同比多减1274亿元;未贴现的银行承兑汇票增加4902亿元,同比多增3499亿元;企业债券净融资3751亿元,同比少216亿元;政府债券净融资

2437亿元,同比少5176亿元;非金融企业境内股票融资991亿元,同比多382亿元。截至1月末,社会融资规模存量为289.74万亿元,同比增长13%。

1月末,广义货币(M2)余额221.3万亿元,同比增长9.4%,增速比2020年12月末低0.7个百分点,比上年同期高1个百分点;狭义货币(M1)余额62.56万亿元,同比增长14.7%,增速分别比2020年12月末和上年同期高6.1个和14.7个百分点;流通中货币(M0)余额8.96万亿元,同比下降3.9%。当月净投放现金5310亿元。

民生银行首席研究员温彬对《证券日报》记者表示,整体来看,1

月份新增社融和新增人民币贷款均创历年1月份历史新高,说明金融支持实体经济力度增强。同时,M2增速和社融存量增速回落,也表明了货币政策逐渐回归常态,货币、社融增速逐渐同名义经济增速基本匹配,货币政策更加体现了处理好恢复经济和防范风险的关系。下一阶段,货币政策仍将保持“稳字当头”的基调。总量上,将继续把好货币供应总闸门,保持市场流动性合理充裕,保持宏观杠杆率基本稳定。结构上,将根据形势变化灵活调整政策力度、节奏和重点,继续运用结构性工具加大对科技创新、小微企业、绿色发展等领域的支持力度。

独具慧眼

为什么说腾讯100股红包发到了员工心坎儿上?

■阎岳

“公司在今年年终奖中,对做出特别贡献的员工授予了一笔同心同力奖(100股的一次性激励),以感谢大家的辛勤努力和付出,并期待大家与公司共同成长,迈向远方。”对于市场传闻的每位腾讯员工都将得到100股腾讯股票红包(简称腾讯100股红包),腾讯日前做出了正式回复。

好事者总要替人算笔账:这100股腾讯股票市值约6万元人民币。至于1年锁定期后价值几何就没人算得清了。而“做出特别贡献的员工”有多少,腾讯官方未予说明。坊间猜测及腾讯员工印证,“实际上绝大部分员工都有”。

腾讯给员工以“喜出望外”的红包,员工回:这才是最强激励!这一刻我感觉一定要给腾讯卖命;我还能给腾讯再奋斗10年……获得感、幸福感、安全感满满。

笔者认为,腾讯100股红包这手操作发到了员工心坎儿上,实现了社会效益(轰动)、经济效益(引流)、生态效益(凝心聚力)的“三合一”。从另一个角度看,腾讯100股红包实则是股份制企业的优势展现。

在A股市场上,也有持续现金分红多年的“现金牛”。2019年,A股市场共有2608家公司进行现金分红,占比75.14%,分红总额超过10180.48亿元。1058家上市公司过去6年连续进行现金分红。

股权激励也是风生水起。自2006年起,A股市场长期激励监管政策不断完善,计划呈现形式多种多样。去年12月份,证监会表示将完善股权激励和员工持股等制度,支持优质领军上市公司更好发挥引领作用,带动中小企业创新发展。

现在,股权激励正在成为A股上市公司对员工进行激励的重要举措。德勤报告显示,截至2019年12月31日,A股市场共1549家上市公司推出股权激励计划。

笔者认为,股权激励、现金分红等措施是上市公司员工激励、吸引投资者的重要举措,也是股市(股份制)的魅力所在。

“财聚则民散,财散则民聚”是《大学》里的财富观,根基是德本财末。诸如腾讯100股红包、华为现金分红等一千企业所发的年终红包,都是这种财富观的体现。这种财富观其实与股份制是相通的,需要企业经营者好好揣摩并实践之。惟其如此,企业才能走得长远,拥抱诗和远方。

年内116家上市公司发布117份回购计划 超八成实施股权激励

■本报记者 吴晓璐

2月8日晚间,步步高6家上市公司齐发股份回购计划。《证券日报》记者据同花顺iFIND数据库统计,以董事会预案公告日统计,截至2月9日,今年以来,共有116家上市公司发布了117份回购计划,计划合计最高耗资256亿元实施回购,其中,南极电商已经发起了年内的第二回购。而去年同期仅不到30家公司发布回购计划。

从回购目的来看,今年的回购计划中,有超八成实施股权激励,占比进一步提升。从行业来看,今年计算机应用行业的回购计划最多。市场人士认为,今年上市公司回购计划较多,一方面有市值管理需要,另一方面也彰显了公司对未来发展的信心。

从拟回购金额来看,上述117份回购计划中,82份最高拟耗资过亿元,其中,宝钶股份、苏宁易购和歌尔股份最高拟耗资逾10亿元(含)实施回购。从进度来看,已经有8份完成回购,实际回购金额合计为11.13亿元。

据记者梳理,今年117份回购计划中,94份为实施股权激励计划或员工持股计划,占比80.34%。去年全年,233家上市公司发布240份回购计划,其中182份回购目的为实施股权激励计划或员工持股计划,占比75.83%。

博时基金首席宏观策略分析师魏凤春对《证券日报》记者表示,上市公司进行股份回购往往有进行市值管理的需求,其次,上市公司通过回购股份来进行股权激励,可以更好地把员工的短期利益和公司长期发展结合起来,进行利益共享、风险共担。

“一般情况下,上市公司进行股份回购体现公司管理层对未来发展前景和经营情况的乐观。超八成回购用于股权激励,既表达了企业对高管、核心技术人员重视和激励,在一定程度上为公司未来向好发展打下基础,也会为企业股价带来利好。”粤开证券研究院负责人康崇利对《证券日报》记者表示。

“另外,观察今年发布股份回购计划企业的市值可以发现,回购意愿较为强烈的大多为中小型企业。”康崇利表示,年初至今,A股表现分化,资金抱团情况较为明显,许多中小型企业股价表现并不尽如人意,中小企业积极回购也表明管理层希望企稳股价,增添投资信心,进而减少股价大幅度下降的空间。

记者据同花顺iFIND数据库统计,上述发布回购计划的116家公司中,截至昨日收盘,有84家的公司市值低于百亿元,占比72.41%,有3家市值超千亿元。

从细分行业(申万二级)来看,据同花顺iFIND数据库显示,计算机应用行业发布回购计划公司数量最多,有7家。另外,化学制品、环保工程及服务、通信设备和中药行业公司均有5家。

对于计算机行业公司现密集发布回购计划的情况,开源证券研报认为,一是行业基本面持续好转,预计板块2021年一季度基本面将迎来较大复苏;二是彰显了行业公司信心,从密集发布的回购计划和落地的回购情况看,公司对未来发展充满信心;三是当公司开始密集回购时,多为板块股价阶段性低点。

“一般来说,进行股份回购的公司质地较好。”魏凤春表示,计算机上市公司出现密集发布回购计划的原因是:首先,这个行业的公司体量相对较小,而且成长较快,在上市前,往往有一级市场的创投基金进行了股权投资,公司股权较为分散,上市后,管理层需要加强控制权,所以进行回购。其次,侧面说明基本面较好,彰显投资价值。最后,利用回购股份进行员工激励,也是常规操作。

康崇利表示,计算机作为成长型行业,未来上升空间较大,且企业往往拥有较多核心技术人才,通过股票回购的方式对核心研发团队实施股权激励措施,不仅可以留住人才,为日后企业发展奠定坚实基础,而且,股票回购的方式也能够防止恶意收购。

本版主编 姜楠 责编 孙华 制作 王敬涛 E-mail:zmx@zqrb.com 电话 010-83251785



主持人孙华:日前,商务部消费促进司司长朱小良在国务院联防联控机制新闻发布会上表示,商务部将组织重点农副产品批发市场、各类餐饮、住宿、商超等生活服务网点春节不打烊,适当延长营业时间,便利线下日常消费。今日本报就物流、餐饮、文化旅游等三大行业为响应“春节不打烊”投入的各项准备活动展开讲述。

快递业进入“春运模式” 官方预测企业品牌价值将同比提高50%

■本报记者 昌校宇

2月9日,国家邮政局发布2021年1月份中国快递发展指数报告显示,据测算,2021年1月份中国快递发展指数为296.4,同比提高72.2%,同比增速创7个月来新高。其中,1月份,快递发展规模指数为330.5。从分项指标来看,快递业务量预计完成86亿件左右,业务收入预计达900亿元。与去年同期相比,业务量增幅超120%,业务收入增幅超70%。

与此同时,国家邮政局邮政业安全监管信息系统实时监测数据显示,截至2月7日,2021年我国第100亿快件诞生。这一成绩的达成仅用38天,而达到这一数量,2019年用了79天,2020年因受疫情影响用了80天。快递百亿元业务量所用时间再次刷新纪录,不仅彰显了快递行业蓬勃活力,也凸显了行业在促进消费和畅通经济循环中的重要作用。

当然,上述成绩离不开物流业各个市场主体的贡献。除了成绩喜人,快递企业在勇于担当社会责任方面也不含糊。在倡导“就地过年”的背景下,顺丰控股、苏宁物流、圆通速递、中通快递等

品牌快递企业于近日纷纷宣布“春节不打烊”,一方面是为了满足消费者春节期间的寄递需求,让大家“就地过年”更舒适;另一方面也是配合防疫工作所需,让物流“不断档”。

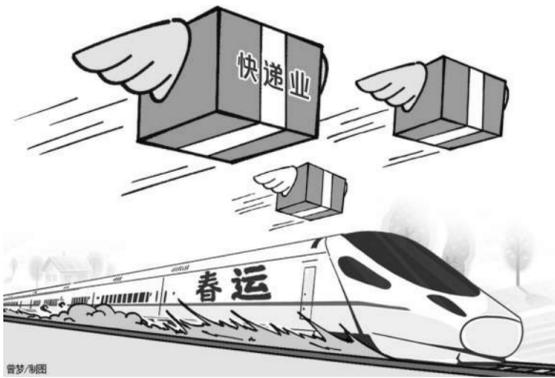
那么,已进入“春运模式”的各家快递企业都做了哪些工作?

顺丰控股相关负责人告诉《证券日报》记者,顺丰控股多式联运将在春节期间进一步加码,以提升整体快件消化能力,尤其是在航空网和高铁网方面增加全新运营模式,航空资源较往年将同比增长一倍以上,干线资源平均增长40%以上,支线增长87.5%以上,全力保障运力充足。同时,人力充足也是春节期间高效寄递服务的重要保障。顺丰控股人力方面较去年也会大幅增加,其中,快递小哥将同比增加35%,运件员同比增加68%,以确保节日期间收派件效率一如既往。

“为确保春节期间寄递服务‘不打烊’,圆通速递将充分做好网络、运力等方面的保障工作。”圆通速递相关负责人向《证券日报》记者介绍,服务网络方面,除西藏自治区外,圆通速递在全国各省(区、市)正常揽派(新疆维吾尔自治区限于乌鲁木齐市、青海限于西宁市);对北京、上海等209个城市推出重点区域时效保障服务;圆通国际在全球17个国家和地区的40多家分公司正常运转。运力保障方面,圆通速递国内各大转运中心、5000多台干线车辆,圆通国际2000余条航空航线均正常运行。

此外,部分快递企业还为留守的快递员等员工提供激励政策和福利,以保证寄递渠道的畅通和服务质量的稳定。

苏宁物流相关负责人告诉《证券日报》记者,春节期间,苏宁物流



加码对一线员工的关爱,通过福利补贴、派单翻倍、组织新冠疫苗接种、报销核酸检测费用等一系列举措,为一线物流员工送去节日关爱和温暖,让员工既能“留得住”,更能“过得好”。

“为满足春节期间的寄递需求,保障防疫、民生物资的畅通运输,全国超过300多个城市的中通快递网点将保持正常营业,超过6万名快递员小哥值班留守。”中通快递相关负责人向《证券日报》记者透露,对于春节期间值守的一线员工,中通快

递将加大工作激励和福利保障,用务实的举措体现出对员工的关爱。

苏宁金融研究院宏观经济研究中心副主任陶金对《证券日报》记者表示,去年,常态化疫情防控客观上推动了快递企业应急保障和调度能力的提升;为应对“春节不打烊”,快递企业早已在运力调配、员工轮岗等多方面进行布局;日前发布的《关于做好人民群众就地过年服务保障工作的通知》强调,“优先保障民生物资运输车辆通行”,综合来看,这些都将有效提高春节期间的快递效率。

餐饮业年味“食”足 有商家春节早中晚三餐不闭店

■本报记者 侯捷宁 见习记者 杨洁

“春节是我们国家传统消费旺季,也是做好市场保供工作、确保百姓欢度新春佳节、实现经济良好开局的关键时段。”1月27日,商务部消费促进司司长朱小良在国务院联防联控机制新闻发布会上表示,商务部将多措并举、千方百计保障春节市场供应,并提出“组织重点农副产品批发市场、各类餐饮、住宿、商超等生活服务网点春节不打烊,适当延长营业时间,便利线下日常消费”。

苏宁金融研究院高级研究员付一夫对《证券日报》记者表示,“就地过年”意味着很多人都会留在工作地过年,而人口流动规模、走亲访友、聚会聚餐等,也都将比往年大幅度减少。虽然人们还是会购置年货,但航空、旅游、礼品市场都难免会受到影响,不利于消费市场复苏势头的延续。在此

背景下,“春节不打烊”举措的推出可谓正当其时,可以有效稳定城市消费的供给,并通过线上、线下消费场景的丰富以及消费市场的拓展,充分满足人们的消费需求,进而助力消费市场的持续复苏。

《证券日报》记者在调查采访中注意到,不少餐饮商家已陆续宣布“春节不打烊”。北京市丰台区的一家连锁饭店工作人员告诉记者,该饭店今年年夜饭预订比较火爆,一周前所有包间已订满,现在只有大厅个别小桌还有空余可预订,“目前我们食材储备和人员都已就位,确保让顾客在大年三十吃上满意的年夜饭”。

“我们推出了5个档位的年夜饭套餐,以及东坡肘子、东坡扣肉、年味全家福6款单品。”眉州东坡总厨梁柳告诉《证券日报》记者,上述这款折后399元的套餐是今年特别定制的小家团圆年夜饭,含老坛酸菜鱼、东坡烤鸭等6个硬菜。同时,为

了方便消费者订餐,眉州东坡将在今年春节期间实行早中晚三餐不闭店,备战春节档。

在“就地过年”倡议下,年夜饭“从大堂搬到线上”成为今年春节餐饮商家的显著趋势。《证券日报》记者从饿了么方面获悉,今年在线上供应年夜饭套餐的餐饮品牌数量相比去年同期增长164%,参与门店激增260%,供应的年夜饭套餐数量更是同比上涨近3倍。

“饭店‘春节不打烊’暖了我们吃货的胃”。今年正面临找工作的研三学生小王选择和同学一起留京过年,他告诉记者:“由于很多饭店都照常营业,可选择的范围太多,年夜饭吃什么’竟让我们纠结起来。而且很多饭店外卖正常配送,还推出各种预制类菜品,吃饭这件事儿可算有着落了。”

值得一提的是,今年北上广深等一线及二线城市或将迎来客流量最多的春节长假。餐饮业也面

临“最需要人的”春节档,一些选择“不打烊”的商家,通过各种方式保障人手充足。“我们鼓励餐饮店员留在店内过年。公司至少有80%员工会在岗备战春节档,保障年夜饭外卖可以及时送达消费者手中。”南京一家连锁餐厅的市场负责人告诉记者。

记者从饿了么方面获悉,此前1个月以来,有超过1200家餐企发布招聘意向。“从招工情况来看,一般老牌餐企员工相对稳定,中小型餐厅、新开张饭店的人手比较紧张。从发布招聘意向的商家情况来看,也是以中小餐厅商家和连锁餐企的门店为主。”饿了么商家运营部行业运营专家王力介绍。

在付一夫看来,由于春节期间一线、二线城市的居民数量陡增,无论是堂食还是外卖订单,都会比往年春节要多出不少,这对于餐饮企业的用工也提出了新的要求。

多地推送文旅“大礼包” 激发新消费潜力

■本报记者 包兴安

在倡导“就地过年”的背景下,多地推出了一系列内容丰富的线上线下文化和旅游“大礼包”,并采取发放消费券、门票减免优惠等措施加大对文化旅游消费的支持力度。

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,文化和旅游是新型消费业态的重点,在严格做好疫情防控的前提下,一些重点城市推出线上文化旅游活动,既可以在一定程度上满足人民群众对春节假

期娱乐消费的需求,又可以避免出现人员密集防止疫情扩散,是文化旅游消费的创新性尝试。

具体来看,近日,北京市充分利用互联网和数字文化资源,推出春节、元宵节系列线上文化旅游活动;春节期间,陕西省将推出7天假日“数字文化和旅游套餐”,提供更多线上直播、云展览、云旅游产品和服务。并全力保障旅游出行,提供更多优质乡村游、周边游、春节主题游等丰富的旅游产品和假日休闲活动,满足群众旅游休闲需要;江苏省南京市推出多项举措丰富群众节日文

化和旅游生活,春节期间向外地留宁过节人员派发“春节留宁过大年·文旅惠您大礼包”优惠活动,全部美术馆和公共图书馆实行门票优惠政策,满足广大人民群众假期文化休闲活动需求;三亚市推出“岛民宅家·春节游三亚”主题系列推广活动,邀请70多家旅游企业参与,从吃、住、行、游、购、娱出发,整合推出多种旅游产品及优惠。

巨丰投顾投资顾问总监郭一鸣对《证券日报》记者表示,在“就地过年”的号召下,各地丰富线上、优质文化旅游产品供给,将直接拉

动当地文化旅游市场消费。一方面,“就地过年”使得很多外地人成为当地旅游的新生力量,本地游、周边游有望给“本地旅游”带来直接的门票等收入;另一方面,在当地各种服务之下,和旅游相关的特色产品、餐饮、食宿等也将带来较大的消费提升。此外,一些新型的旅游消费场景和服务,也有望满足大家多样性和个性化的需求,培育和释放更多的消费需求,形成新的增长点。

“在疫情防控常态化的背景下,线上文化旅游消费将呈现加快发展

新趋势。”张依群表示,“就地过年”催生出的消费模式与以往常规状态比较,围绕人们的行为消费越来越受到重视和激发,线上线下的融合发展更加紧密,政府的引导性、市场的敏感性和消费的目的性更加明确,娱乐消遣与文化欣赏、文明消费和素质提升、经济效益和社会效益再度被春节假期“就地过年”政策所放大,传统单纯观赏型的旅游行为正在向文化、教育、知识、传承、休闲、高端旅游深度休闲消费方向发展,有助于激发旅游消费市场的升级转型和高质量发展。