

年内逾百家上市公司开展外汇套保 专家建议灵活运用衍生品工具

主要集中在工业、信息技术、医疗保健、原材料及非日常生活消费品等行业

■本报记者 刘琪

对于国际业务较多的上市公司而言,外汇套保是抵御汇率风险的重要举措。据《证券日报》记者梳理上市公司公告不完全统计,截至4月16日,年内有104家上市公司发布开展外汇套保业务的公告或继续开展此业务的公告。从所属行业来看,这些上市公司主要集中在工业、信息技术、医疗保健、原材料及非日常生活消费品等行业。

近年来,企业汇率风险中性意识提升,外汇套保保值比率稳步增长。央行日前公布的数据显示,2021年企业利用远期、期权等外汇避险产品管

理外汇风险的规模同比增长59%,高于同期银行结售汇增速36个百分点,企业套保比例同比上升4.6个百分点至21.7%。

南华期货宏观外汇分析师王映在接受《证券日报》记者采访时表示,新冠肺炎疫情暴发以来,全球经济政策不确定性增加,进而导致汇率双向波动更加频繁。上市公司参与外汇套保,主要是为了避免汇率剧烈波动给自身跨国经营收益带来汇兑损失、锁定进口成本等。企业套保规模的增长反映出越来越多的企业开始意识到外汇风险管理的重要性。

对于开展外汇套保的必要性

性或目的,上市公司均在相关公告中进行了披露。以海康威视为例,其在4月16日发布的“关于2022年开展外汇套保业务的公告”中对外汇套保保值交易情况进行了概述。在投资目的方面,公司表示,进出口业务是公司的主要业务之一,为规避进出口业务所面临的汇率风险,公司计划运用外汇套保保值交易工具对外汇敞口进行风险防范。

再比如鱼跃医疗1月13日发布相关公告表示,受近期国际经济、金融环境波动频繁等多重因素影响,人民币汇率波动的不确定性增强,为防范汇率及利率波动风险,降低市场波动对公司经营及损益带来的影响,公

司拟开展与日常经营相关的外汇套保保值业务。

从上市公司开展外汇套保保值涉及的业务品种来看,主要包括远期结售汇业务、外汇掉期业务、货币掉期业务、外汇期权业务及其他外汇衍生品业务等。涉及币种则取决于公司具体的国际业务所使用的主要结算货币,主要有美元、欧元、日元等。

值得一提的是,上市公司在公告中均提到“不进行以投机为目的的外汇交易”,外汇套保保值业务大多以正常生产经营为基础,以具体经营业务为依托,以规避和防范汇率风险为目的。

不过,王映表示,目前也有一些企业在汇率走势有利于自身交易时,会忽略外汇避险的重要性,套保比例较小,保留了较大的风险敞口。同时,外汇避险仍主要以外汇远期为主,对于外汇期权、期货等其他衍生品交易工具使用较少。

因此,王映建议,上市公司应合理控制风险敞口,并灵活运用多样化外汇衍生品工具。由于外汇衍生品交易专业性较强,建议上市公司多参与期货公司等专业机构举办的相关路演,多参与交流,在对汇率走势、影响因素以及相关工具使用等更加了解的基础上,实现高效避险。

业界呼吁北交所多举措吸引机构投资者

混合交易制度被寄予厚望

■本报记者 孟珂

截至目前,北交所上市公司数量已达90家,吸引了超496万户投资者入场。但与此同时,新股发行申购环节有待优化、交易活跃度有待提高、对机构投资者的吸引力有待提升等问题亟需解决。对此,业内人士呼吁,北交所要引入增量资金,创造条件吸引机构投资者参与。

指南基金董事长王军国对《证券日报》记者表示,机构投资者入场对北交所来说意义重大,一方面,机构投资者具有更强的资金实力和对企业的定价能力,不仅能为北交所市场引入资金、增强流动性,也使得北交所上市公司的估值水平更为合理和理性;另一方面,北交所也为机构投资者提供了很多优质标的,北交所上市公司大多处于发展初期,具有更好的成长性,且估值水平更具优势。

创新交易机制提升资金吸引力

北京利物投资管理有限公司创始人、合伙人常春林对《证券日报》记者表示,为进一步提高机构投资者参与力度,可从以下三方面着手:一是优化申购模式;二是吸引更多公募基金等大型机构投资者;三是引入做市商机制,推出混合交易制度。

“具体来看,由于北交所拟上市公司在新股网上发行申购环节要求投资者在申购前全额预缴申购资金,其发行申购冻结资金量大、冻结时间长。”常春林认为,优化北交所新股申购模式,将全额预缴调整为与沪深证券交易所相同的信用申购模式,有助于提高投资者资金的使用效率。

同时,虽然北交所上市公司初具规模,但由于种种原因,公募基金等大型机构投资者参与程度并不高。为吸引更多大型机构投资者,王军国对记者表示,要进一步扩大北交所上市公司数量,严格把控北交所上市公司质量,让机构投资者有更多优质上市公司可买。

常春林建议,北交所要创新交易机制,基于目前的交易制度,推出竞价交易与做市交易并存的混合制度体系。

年内29家上市公司共接待调研42次

今年以来,北交所上市公司获得了更多机构投资者的关注,迎来调研的次数也明显增多。数据显示,截至4月17日,年内北交所29家上市公司共接待机构投资者调研42次,其中包含券商、公募、私募、保险、资管等多类机构投资者。

“接待机构调研次数较多的北交所上市公司均为‘专精特新’、行业细分龙头或‘单项冠军’公司,具有较强的投资吸引力和潜力。”北京南山投资创始人周运南对《证券日报》记者表示,机构密集调研北交所上市公司,对市场来讲,有助于提高市场信心。同时,会为北交所带来更多的场外资金,有利于加强北交所板块的整体活跃度。值得关注的是,少数投资者会把机构调研信息当作研判二级市场股价运行趋势的重要参考指标和判断股价是否启动的信号,市场对机构调研信息的关注度与日俱增,大型机构特别是明星基金的调研动向,往往会引发市场高度关注。

谈及当前机构投资者应如何布局北交所,常春林认为,当前市场整体低迷,部分优质标的投资价值凸显,正是分批建仓的好时机。建议投资者投资北交所时选择具备扎实技术研发能力、拥有核心技术壁垒、经营稳健的企业进行长期价值投资,以规避短期波动,获得长期稳定收益。

值得关注的是,3月30日,流金岁月披露《2022年度向特定对象发行可转换公司债券募集说明书(草案)》,成为第一家拟通过可转债方式融资的北交所公司。“新三板、北交所也将逐渐深化改革,机构投资者可关注后续有望推出的北交所可转债、可交债等金融工具,股票陆续解禁或带来大宗减持等相关交易机会。”常春林表示。

周运南表示,在投资渠道方面,应给予机构投资者特别是大型长线投资机构在网下打新、战略配售、公开发行、定增、可转债、优先股等方面的适度倾斜。

聚焦实物工作量

专项债扩围稳投资促消费 实物工作量加速形成

■本报记者 包兴安

用好专项债,扩大有效投资,是带动消费、扩大内需的重要抓手。据东方财富Choice数据统计,截至4月17日,年内各地发行新增专项债13173亿元。部分债券资金投向消费相关基础设施建设,正在加速形成实物工作量。

4月13日召开的国务院常务会议部署了促进消费的政策举措,提出加快重点项目建设进度,将消费相关基础设施建设纳入专项债支持范围,以投资带消费。

“今年以来,总体上看消费仍偏弱,消费率未恢复到疫情前的水平。”粤开证券首席经济学家罗志恒对《证券日报》记者表示,疫情抑制了消费需求,同时影响了就业,从收入端抑制了消费能力。而加大投资,尤其是对物流、仓储等消费相关领域的基础设施投资,有利于进一步促进消费。

“消费相关基础设施建设主要集中在新建领域,如网络通信、大数据中心、城市管网、多功能停车场、城市轨道交通等增强经济基础功能和改善民生的领域。”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,受疫情反复影响,消费受到一定抑制,而通过专项债支持消费相关基础设施建设,一方面可以通过稳投资来稳经济、稳增长,另一方面能够更好地以投资带动

消费,拓宽居民消费渠道,提高消费便利性,实现投资和消费的“双驱动、双促进”。

按照《政府工作报告》要求,今年将安排新增专项债规模3.65万亿元。与此同时,财政部数据显示,去年12月份提前下达的1.46万亿元专项债券额度大部分已发行完毕,截至3月末,累计发行约1.25万亿元。

东方金诚公用事业一部高级分析师张晨曦对《证券日报》记者表示,东方金诚统计数据显示,今年一季度已发行新增专项债券中,约2316亿元投向交通基础设施,约2251亿元投向社会事业,约251亿元投向能源、城乡冷链等物流基础设施。这些项目可以起到“四两拨千斤”的作用,对拉动消费、带动投资、稳定宏观经济具有重要意义。

罗志恒表示,今年一季度,专项债资金投向更为明确,对基建的支持力度有所提高;同时更加注重产业引导,对新基建、新基建、生物医药、数字经济等领域的投资成为亮点。

张晨曦认为,我国新型消费发展过程中,仍存在基础设施不足、服务能力偏弱等问题,在疫情防控形势仍然严峻的大背景下,通过加大消费相关基础设施建设力度,推动5G网络、物联网建设,有利于进一步释放消费潜力。

事实上,早在去年,国家发改委等28个部门联合印发的《加快培育新型消费实施方案》就提出“支持省



级人民政府发行地方政府专项债券,用于符合条件的支撑新型消费发展、有一定收益但难以商业化融资的公益性项目建设”。

4月12日,财政部政府债务研究和评估中心主任宋其超在国新办举行的国务院政策例行吹风会上表示,2022年财政部合理扩大了专项债券使用范围,主要包括三个方面:一是

加大惠民生、解民忧等领域投资;二是支持增后劲、上水平项目建设;三是推动补短板、强弱项项目建设。

张依群表示,扩大专项债券投资范围,可以有效降低政府债务风险,提升专项债券使用效益和偿付能力。

“当前,专项债券项目扩容主要聚焦于水利、新基建、乡村振兴和农业现代化等领域,意在增强经济发

展后劲,实现可持续发展。”张依群如是说。

宋其超表示,下一步,财政部将持续加强督导,指导地方精准聚焦重点领域和短板领域,持续优化地方政府专项债券使用范围,用好地方政府债券,扩大有效投资,为拉动消费、扩大内需、促就业、稳增长提供有力支撑。

专项债拓展新领域 多维度消费助推经济稳增长

■本报记者 李正

“5G技术的进一步普及,将直接刺激居民对5G相关产品(如手机、智能家电家居等)的消费需求。”金融科技专家、阿里云MVP马超在接受《证券日报》记者采访时表示。

国常会提出的“加快重点项目建设进度,将消费相关基础设施建设纳入专项债支持范围,以投资带消费”让业界充满期待。专项债将消费相关基础设施建设纳入范围,新基建领域有望受益。

“从刺激消费的角度来看,推动5G技术、数据中心等相关基础设施建设,有利于数字人民币的推广和使

用。”马超表示,数字人民币在设计之初,就考虑到了对双离线支付等便捷功能的支持,这类功能十分依赖相关基础设施的配套规模,相关基础设施建设力度的加强,有助于普及数字人民币,进而拉动消费增长。

宝新金融首席经济学家郑磊在接受《证券日报》记者采访时表示,从目前情况来看,仍需继续加大5G基站、数据中心等方面数字产业新基建力度。

据郑磊介绍,虽然5G技术目前还未在消费层面大范围普及,但其发展空间很大,相信未来更多具体项目的逐步落地,将直接拉动消费,刺激经济增长。

“此外,在政策支持下,数字基建规模的攀升,有利于促进工业互联网、车联网、企业云、新能源汽车等产业发展,同时也为企业数字化转型提供了硬件支持。”郑磊如是说。

值得一提的是,随着一季度新建5G基站数量的快速增长,产业链相关企业的经营业绩也得到了大幅提升。

公开资料显示,5G基站配件生产相关上市公司中,包括不间断电源生产商东阳光、屏蔽盖生产商云海金属以及光模块产品供应商源杰信息等在内的多家企业,均预计今年一季度实现归属于母公司股东的净利润同比增长。其中,东阳光预计同比增长幅达1286.86%,云海金属预计同比

增长390.52%,两家公司在业绩预告中披露,公司主要产品报告期内产销量大幅增加。

郑磊认为,推进5G基站、数据中心等新基建工作,本身就需要大量电子通信设备来提供支持,这将直接带动ICT行业和相关上下游行业发展以及相关消费增长。

“同时,随着企业数字化转型加快,对网络通信设备以及数据中心的需求也随之快速提升,间接刺激了企业级采购消费规模的快速增长。”郑磊如是说。

马超表示,随着各地数据中心数量的快速增长,对配套硬件设备,如供电、照明、制冷等设备的需求也将

疫情下生鲜电商订单量暴增 头部企业布局供应链建设

■本报记者 吴奕萱 李亚男

近期,受疫情影响,生鲜电商平台订单量大增,而这能否再度激活生鲜电商市场?

回溯2020年,全球疫情为生鲜电商行业提供了一次“野蛮生长”的机遇,每日优鲜和叮咚买菜更是成功在美上市。但随着社区团购兴起,不少新兴生鲜电商面临倒闭,行业亦由热转冷。而今疫情反复,每日优鲜、叮咚买菜和盒马鲜生等生鲜电商平台再次成为了多地百姓买菜的主战场。

上海市静安区居民小沈告诉《证券日报》记者:“封控至今,我每天都

在叮咚买菜、盒马鲜生蹲点抢菜,但是从来没有抢到过,还是得依靠居委会物资和小区团购。”

杭州一位市场调研人员告诉记者:“最近半个月叮咚买菜、盒马平台订单至少增长了一半。如果能够保证运力,订单数量还会更多。”

不过,需求激增只是短期的,随着疫情逐步得到控制,人们对生鲜电商的需求也会不可避免地下降。届时,生鲜电商平台又能留住多少用户?

IPG中国首席经济学家柏文喜对记者表示:“疫情期间,生鲜电商平台对人们的消费习惯产生了影响,加之生鲜电商在竞争中不断改

进升级,未来其市场份额将得到较大提升。生鲜电商行业氛围也可能因此而改变。”

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林也表示:“在疫情期间,小商小贩不可能解决大城市的食品供给问题,而生鲜电商配合社区生鲜团购,能够在很大程度上缓解这些难题。”

值得注意的是,近年来各类生鲜电商平台因产品质量、定价标准、售后维权等问题,频遭消费者吐槽。其中,食品质量类投诉在各大第三方投诉平台屡见不鲜。记者以“生鲜质

量”为关键词在黑猫投诉平台搜索,得到了超600条结果,最近10条中有9条与生鲜电商有关。

对此,中国物资管理协会乡村振兴建设委员会副秘书长、数字化领域专家袁帅在接受记者采访时表示:“由于生鲜产品的特殊性,保证质量是各平台提升消费体验、留住用户的关键条件。在此基础上,加强品牌建设,从而逐步实现生鲜产品适当溢价,生鲜电商才能够提高效率。”

袁帅认为:“生鲜需要特殊的冷链运输物流系统。目前我国已经进入现代物流4.0时代,冷链物流需要针对不同的生鲜产品提供包括产品

包材、冷藏库房、冷藏车辆、冷链运作等一系列标准化解决方案。”盘和林认为:“生鲜电商产品相较于传统零售生鲜产品性价比不高,需要考虑压缩成本。”

事实上,现阶段头部生鲜电商已将重心逐步转移到供应链建设上。叮咚买菜近年来致力于扩充自有品牌,公司2021年第四季度财报显示,其当期自有品牌商品销售占商品总销售额的10.2%,上年度该数据仅为5.8%。每日优鲜近年来则在不断加大产地直采。两家企业都在尽可能压缩中间环节,创造更大的利润空间。