

当好服务实体经济主力军 国有六大行集体表态部署下阶段工作

■本报记者 杨洁熊悦

中央金融工作会议召开后,国有六大行纷纷召开会议,传达学习贯彻中央金融工作会议精神,研究部署贯彻落实工作。

下一步,国有大行如何“做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇文章”“当好服务实体经济的主力军和维护金融稳定的压舱石”?

工商银行召开党委(扩大)会议提出,巩固壮大工商银行服务制造业特色优势,结合实际做实做细科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇文章,积极助力新型工业化建设、新质生产力培育,全面提高对现代化产业体系的服务水平。坚持国际视野、全球经营,加大对共建“一带一路”、金砖国家合作等领域的金融支持力度,服务构建新发展格局。

农业银行党委召开会议表示,要当好金融服务乡村振兴的领军银行和服务实体经济的主力军。年底前要特别围绕稳增长、扩内需重点领域,加大“三农”普惠、科技创新、先进制造业、绿色发展等融资支持力度,靠前对接做好保障性住房等“三大工程”建设金融服务,助力实体经济持续回升向好。

中国银行党委召开会议表示,要始终坚持为经济社会发展提供高质量金融服务。围绕服务国家重大战略,科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇文章,金融高水平开放等决策部署,拿出具体工作方案,切实加强对重大战略、重点领域和薄弱环节的优质金融服务,充分展现国有大型金融机构责任担当,当好服务实体经济的主力军和维护金融稳定的压舱石。

建设银行召开党委会议强调,要以推进金融高质量发展为主题,以深化金

中央金融工作会议召开后,国有六大行纷纷召开会议▶▶

传达学习贯彻中央金融工作会议精神

研究部署贯彻落实工作



崔建岐/制图

融供给侧结构性改革为主线,多渠道释放信用资源,保持信用投放的稳定性、有效性和可持续性,疏通资金进入实体经济的渠道,大力支持国家重大战略和区域协调发展,促进经济金融良性循环。积极支持先进制造业发展壮大,服务传统制造业改造升级,助力制造业高端化智能化绿色化发展。保持基础设施贷款稳定增长,加大基础设施基金项目的配套贷款投放力度。做好“三大工程”建设金融支持工作。助力提升产业链供应链韧性和安全水平,聚焦链上中小微企业,量身定制供应链金融服务方案,服务更多产业链。

交通银行召开党委会议要求,全面落实深化金融供给侧结构性改革各项要求,疏通资金进入实体经济的渠道,保持信贷投放总量增长、结构优化、合

理让利,将更多金融资源向科技创新、先进制造、绿色发展和中小微企业等重点领域倾斜,切实提升金融资源配置效率。加强集团协同联动,持续增强金融功能,提升服务质效,多方位满足经济社会发展和人民群众日益增长的金融需求。

邮储银行党委召开会议提出,要坚持服务经济社会高质量发展,坚守服务“三农”、城乡居民和中小企业定位,发挥好邮储银行特色禀赋和优势,把更多金融资源投入到实体经济重点领域、薄弱环节和国家重大战略布局当中,在“科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇文章”的答卷上写好“邮储篇章”,用更加优质的金融服务来不断满足经济社会发展和人民群众日益增长的金融需求。

此外,国有六大行都强调统筹发展和安全。工商银行表示,有力有序有效防范化解房地产、地方债务、中小金融机构等领域风险,积极维护金融安全,经济安全和社会大局稳定;农业银行表示,不断健全集团一体化风险管理体系,全面提升新形势下风险防控能力;中国银行要求,持续加强国别风险管理,制裁合规、反洗钱等工作;建设银行强调,做好保交楼金融支持,满足房地产领域合理资金需求,持续探索构建房地产发展新模式的金融方案;交通银行提到,持续提升交叉风险识别和综合应对能力,有效防范风险跨区域、跨市场、跨境传递共振;邮储银行强调,有力有效抓好重点领域风险防范化解,牢牢守住不发生系统性金融风险的底线。

实探黄金卖场: 专柜人气火热 金价上涨未影响购买热情

■本报记者 刘琪
见习记者 张彦逸

尽管近期金价持续走高,但消费者热情依旧不减。11月2日上午,《证券日报》记者来到北京市西城区某大型黄金珠宝商场进行走访。尽管是工作日,但各金饰专柜前仍有很多顾客在挑选饰品。

记者了解到,各大品牌金店的黄金报价从605元/克到617元/克不等,也有品牌金价于10月30日摸高至620元/克,为今年以来的最高价。

有金饰专柜销售人员对《证券日报》记者表示,最近的金价相对于高位,足金首饰金价从“十一”后的578元/克涨到目前的607元/克。“专柜客流量一般受节假日等时段影响较大,金价高企并未给专柜的客流带来太大影响。”

有正在专柜选购的消费者告诉记者,她在“十一”假期前出于送礼目的购买了一条金项链,当时花了7000多元。本以为是在金价顶点购入的,没想到金价还能继续上涨,现在打算再给自己买一条收藏。

也有顾客表示,自己是来为即将在龙年出生的孩子挑选一把生肖主题金锁的,鉴于距孩子出生还有一段时间,打算再观望观望,根据后续金价走势再决定何时购买。

《证券日报》记者随后前往投资金条销售专柜,发现这边的情况同样火热。记者在该柜台停留的十分钟内,就有三位顾客买走金条。

10月中旬以来,现货黄金价格一路走高,一度升破了2000美元/盎司大关。投资金条的价格也随之上涨,目前达到

476元/克的高价。投资金条专柜销售人员表示,金价上涨并没有影响顾客的购买热情。“一般都是‘买涨不买跌’,现在金价一直上涨,来买金条的人挺多的。”

一位刚刚购买了100克投资金条的消费者告诉记者,自己已经多次在该专柜购买金条。“算是一种投资习惯,买金条就是把钱换一种方式保存。”

也有消费者是首次购买金条,他对记者表示,自己看好黄金的走势,所以趁现在入手。在接过装着100克“福字金条”的绒布袋后,他还好奇地请店员取出柜台中克重为1000克的投资金条“试手手感”。

菜百股份10月30日在接受机构调研时表示,从今年的情况来看,国内金价呈现震荡上行趋势,一定程度上刺激了黄金类产品消费需求走高。同时,金价

并非消费者做出购买决策的单一考虑因素,随着消费需求和场景的多元化,消费者选择黄金珠宝产品的考虑因素亦更加综合,除金价外,产品工艺、文化寓意、外观设计等,均会对消费者做出购买决策产生影响。

就近期金价走高的原因,巨丰投顾高级投资顾问黄德杰在接受《证券日报》记者采访时表示,一方面是市场预期美联储进入了加息的尾声,包括货币政策的宽松。在美国持续高通胀和加息周期接近尾声、降息周期即将来临的预期之下,美国实际利率预期持续走低,所以金价进一步上涨;另一方面由于地缘冲突引发市场的避险情绪,进一步刺激金价。

展望后市,黄德杰认为,如果美国货币政策转向但通胀依然维持高位,金价有机会维持强势。

10月份5家造车新势力交付量均破1.2万辆 年末冲量阶段竞争或进一步加剧

■本报记者 龚梦泽

截至11月2日,国内造车新势力相继交出了2023年10月份成绩单。据记者统计,10月份共有5家造车新势力交付量迈过1.2万辆门槛。其中,理想汽车继续蝉联冠军,月交付量首破4万辆;小鹏汽车、零跑汽车和蔚来汽车分别位列第二至第四位,3家交付量均超过1.6万辆;哪吒汽车10月份交付量为1.21万辆,位列第五。

11月2日港股新能源汽车板块涨幅居前。其中,小鹏汽车股价涨超7%,理想和蔚来汽车分别上涨2.78%和2.29%,长城汽车、吉利汽车、零跑汽车等多股跟涨。

理想汽车位居造车新势力销量榜首

10月份,理想汽车依旧保持强劲势头,继续位列当月造车新势力新车交付榜第一位。10月份,理想汽车共交付新车超4.04万辆,同比增长302.1%。截至10月31日,理想汽车年内已累计交付28.46万辆。

位居次席的小鹏汽车,10月份共交付新车20002辆,环比增长30.65%,同比

增长292%,刷新单月交付历史纪录。其中,G6成为小鹏汽车主力车型,当月交付8741辆。

此前,小鹏汽车CEO何小鹏曾表示,四季度月销目标为2万辆。在产品价格下探和产能进一步拉升下,月交付2万辆已初步实现。目前来看,小鹏汽车总裁王凤英在公司内部进行的体系调整和改革已在销售端初见成效,使得小鹏汽车打了一场翻身仗。

零跑汽车10月份交付1.82万辆,同比增长159%,创历史新高,位居当月榜单第三位。

值得一提的是,今年10月份,零跑宣布Stellantis集团计划投资约15亿欧元,获取零跑约20%的股权,同时双方将成立合资公司,负责零跑汽车品牌在中国以外的营销、服务和生产。另外,在刚刚发布的三季度财报中,零跑汽车三季度毛利率由负转正,为1.2%。

蔚来汽车以1.61万辆的成绩位列第四位,10月份交付量同比增长59.8%,环比增长2.8%,今年以来蔚来共交付新车12.61万辆。

去年多月霸榜的哪吒汽车10月份交付量为1.21万辆,同比下滑32.9%,环比下滑8.5%,截至10月底,哪吒汽车年内

累计交付35.79万辆。

四季度新能源车销量有望创新高

其他新品牌方面,AITO问界强势反弹,10月份,AITO问界系列交付新车1.27万辆,其中问界新M7交付新车1.05万辆,单车型单月交付破万,创历史新高。

问界相关负责人向记者透露,问界全系10月份大定已达成5.78万辆。“问界新M7自9月12日正式上市以来,50天累计大定超过8万辆。为进一步提升交付能力,问界新投入超过10亿元资金,保质保量交付。”

传统车企孵化的新能源品牌也延续了9月份的良好势头。极氪公布的数据显示,10月份,其共交付新车1.3万辆,实现连续9个月同比增长。极氪CEO安聪慧此前在接受《证券日报》记者采访时表示,极氪目前推出的几款车型定位小众细分市场,年底前和明年将会分别推出一款和两款车型,这三款均为走量产品。

此外,交付量创新高的还有岚图汽车和阿维塔。其中,岚图汽车10月份交付量同比提升107%至6067辆,阿维塔在10月份销量提升至3888辆。

聚焦“双11”

“双11”购物节激发消费热情 线上消费呈现多个新亮点

■本报记者 侯捷宁
见习记者 寇佳丽

“双11”拉开帷幕,消费热情被进一步激发。《证券日报》记者从天猫相关负责人处了解到,10月31日晚8点,天猫“双11”正式开售,155个品牌开卖成交即破亿,首小时7.19万个品牌成交额超去年首日全天;29个直播间开局即破亿。

京东相关工作人员也对记者表示,10月31日晚8点活动开启,4分钟内,京东百亿补贴频道成交额实现破亿。“京东11.11首周,近30个品牌销售超10亿元,近1.5万个品牌成交额同比增长超5倍,近9000个品牌成交额同比增长超10倍。参与今年京东11.11并实现生意增长的个人及个体店铺数量,也较去年同期增长超11倍。”

在优惠券、补贴、折扣等多种促销手段进一步释放消费潜力、激发消费热情的同时,本轮购物节还呈现出多个不同以往的亮点。

“今年的活动套路少,规则清晰简明,消费者的选择自由且多样。消费市场整体更加成熟,人们对理性消费、品质消费的追求更加明显。”达睿咨询创始人马继华对记者表示。

“数字技术对线上消费的渗透度更高了。今年‘双11’,更多电商平台和店铺采用人工智能、大数据、云计算等前沿科技,让购物越来越便捷、高效。”中国数实风险防控专家洪勇对记者表示。

“国货崛起在本轮购物节中得

到了很好体现。消费者对华为、鸿星尔克、百雀羚等国货的喜爱,不仅为‘双11’注入活力,也为国货的品质成长道路添砖加瓦。”中国物流学会特约研究员解筱文对记者表示。

值得一提的是,今年以来,促消费政策力度不断加强,成效明显。

国家统计局最新发布显示,三季度最终消费支出对经济增长的贡献率达到94.8%,拉动GDP增长4.6个百分点;前三季度,最终消费支出对经济增长的贡献率达83.2%,比上半年提高6个百分点。另外,1月份至9月份,社会消费品零售总额达342107亿元,同比增长6.8%。

多位受访人士向记者表示,未来消费市场持续恢复和增长,依赖于消费环境、消费意愿等因素的共同推动。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力向记者表示,加强线上线下融合发展比较关键。一方面,将线上效果好的促消费措施、技术也拿到线下来,为实体店的经营注入更多活力。另一方面,加强消费市场监管,让消费者买得放心、用得放心也很重要。要进一步维护消费者权益,加大对虚假宣传、不合理标价等行为的打击力度。

星图金融研究院高级研究员付一夫则认为,要从稳经济大盘的角度考虑扩大消费。稳经济、稳就业均涉及民生之本,民生越稳消费端表现就越好。将利好政策多向中小微企业倾斜,推动这一群体创造更多就业岗位。

“双11”消费热助力 小米14系列多款机型断货

■本报记者 向炎涛

随着8月份以来多家手机厂商发布新品,中国智能手机市场热度明显回暖,而随着“双11”的到来,消费者需求进一步好转。

10月26日,小米发布小米14系列新品,于10月31日晚上8点正式开售。11月2日,《证券日报》记者走访北京多家小米之家门店了解到,刚刚发售的小米14系列销售火爆,多款机型均无现货。

11月2日下午,在北京市丰台区一家小米之家门店,工作人员告诉记者,目前小米14 512GB版本全部没货,256GB和1T版本还有部分颜色的机型有现货。“这次确实超出我的预期,卖得很好,由于是第一波,我们备货也不是很多,基本上只有前期参加预售的客户拿到货了。目前不确定何时能够补货,建议等几天后再来门店看看,或加微信登记。”

《证券日报》记者搜索京东、天猫、小米商城等电商平台发现,小米14系列多款机型出现了全平台断货现象。

消费者黄先生告诉《证券日报》记者:“手机需要升级了,趁‘双11’期间有以旧换新活动,打算换机。现在国产手机已经做得很好了,但没想到居然会卖断货。”

对于销售火爆的情况,小米集团创始人、董事长兼CEO雷军在微博上表示:“小米14系列首销,确实创纪录了。”

他表示,目前订单超过预期太多,再加上“双11”期间订单处理和物流都有压力,收货可能需要等几天,请大家谅解。“我们已大幅提升首月生产量,争取让大家尽早可以买到想要的型号。”

小米方面提供的数据显示,开卖仅5分钟,小米14系列手机首销销量便猛增至上代首销总量的6倍。小米14系列手机首销4小时

(10月31日20时-24时),便打破天猫、京东、抖音、快手四大平台近一年所有国产手机“首销全天销量及销售额”纪录。

此外,整体来看,截至10月31日,小米“双11”(10月23日20时起)全渠道累计支付金额破100亿元。

“具体备货数据不便透露,但比去年同期翻了好几倍,工厂也都在开足马力全力备货。”有小米内部人士向《证券日报》记者透露。

11月2日,小米集团开盘即走高,当天股价一直处于高位。截至收盘,报15.08港元/股,当日涨幅6.05%,公司股价也创下近一年来新高。当天,A股小米概念股也表现活跃,朝阳科技、银邦股份、卓翼科技等纷纷上涨。

市场研究机构Counterpoint发布的手机销量月度报告显示,2023年第三季度,中国智能手机销量同比下降3%,同比降幅收窄,表明市场可能已经见底。

Counterpoint高级分析师Ivan Lam在接受《证券日报》记者采访时表示,目前来看,第四季度将是全年最好的一个季度,主要驱动因素包括苹果新机发布和华为强势回归。中国其他手机厂商也在第四季度发布新机,包括旗舰和中端产品。从消费者需求来看,饱和市场下以升级需求为主。

国际数据公司IDC认为,随着新一轮换机周期逐渐开始,各品牌竞争力十足的新产品集中上市以及年终电商平台的促销推动,中国智能手机市场出货量有望在2023年第四季度迎来拐点,实现近10个季度的首次反弹。

IDC中国高级分析师郭天翔表示,随着最近一个月市场热度的提升,消费需求在明显回暖。由于市场竞争加剧,各厂商都在积极准备全新一代产品。预计年底的中国手机市场将会进入到百花齐放的时刻。