

稳就业政策持续加码 求职旺季迎多重利好

■本报记者 张芝逸

6月24日,广东省人民政府办公厅发布的《广东省促进经济持续向好服务做强国内大循环工作方案》提出,千方百计稳定就业。聚焦重点群体就业,拿出更多有力措施,加强政策支撑、培训赋能、风险预防,着力稳定现有岗位、拓展就业空间,确保就业形势稳定。

就业是最基本的民生。今年以来,人力资源和社会保障等部门打出政策“组合拳”,在激励企业吸纳就业、支持企业稳岗扩岗、促进劳动者提升技能和就业创业等方面持续发力,促进就业质的有效提升和量的合理增长。

目前高校毕业生等重点群体求职旺季,各地也正加大稳岗惠企力度,推出各类公共就业服务,全力确保就业局势总体稳定。

多措并举 助推充分就业

今年以来,在一系列稳岗扩岗政策加持下,就业形势保持总体稳定。国家统计局数据显示,1月份至5月份,全国城镇调查失业率平均值为5.2%。5月份,全国城镇调查失业率为5.0%,比4月份下降0.1个百分点,其中就业主体人群失业率保持稳定,青年人失业率连续三个月下降。

6月份以来,抓住重点群体求职旺季,各地各部门进一步加大稳岗力度。

部委层面,人力资源和社会保障部于6月17日启动第六届“百日千万招聘专项行动”,该行动以

“职引未来 筑梦青春”为主题,利用100天左右时间,面向以高校毕业生为重点的各类劳动者,开发归集千万条就业岗位信息,集中组织岗位对接活动,助推高质量充分就业。

地方层面,各地纷纷加大稳岗扩岗支持力度,加强就业公共服务。

黑龙江于6月18日发布通知明确,拓展稳岗扩岗专项贷款支持范围,加大金融助企稳岗扩岗力度。

还有地方运用数字化手段创新就业服务。例如,由浙江省总工会与贵州省总工会联合打造的“甬黔同心·职造未来”就业直播活动于6月19日举行,共汇聚30余家宁波知名企业,招聘人数超1700人。

目前,直播带岗作为数字技术与公共服务融合发展的创新实践,已成为解决就业难题、推动人力资源高效配置的重要抓手。

中国就业培训技术指导中心近日发布的《2024年直播带岗发展报告》显示,直播带岗模式打破了地域限制,来自东、中、西部不同地区的求职者可以同时上线,实现了就业机会均等和参与,实现跨省就业协同。调研显示,通过短视频直播平台找工作的群体中,跨省流动就业2024年比2022年提升36.2%。

中国商业经济学会副会长、

华德榜创始人宋向清对《证券日报》记者表示,直播带岗等数字化公共就业服务是提高招聘效率,增强招聘、求职便利性,促进求职者与就业岗位精准匹配的新模式。通过直播等新形式,可以优化就业公共服务,帮助求职者找

到更适合自己的岗位。

今年以来

人力资源和社会保障等部门打出政策“组合拳”在激励企业吸纳就业、支持企业稳岗扩岗、促进劳动者提升技能和就业创业等方面持续发力促进就业质的有效提升和量的合理增长



到更适合自己的岗位。

发力培育新业态 扩展就业空间

在优化公共服务、加大扩岗支持力度的同时,政策也正发力培育新业态,扩展就业空间。

人力资源和社会保障部副部长俞家栋在今年4月份国新办举行的新闻发布会上表示,落实岗位挖潜扩容实施方案,围绕新质生产力发展、消费新热点打造、重点工程项目实施、基本民生服务

提供等重点领域,出台激励政策,加大岗位释放力度。

中关村物联网联盟副秘书长袁刚对《证券日报》记者表示,数字经济、新型消费等新产业新业态蓬勃发展,为就业市场开辟了新的空间。

一方面,这些新兴领域创造了大量全新的就业岗位;另一方面,新产业新业态的发展有助于提升就业质量和优化就业结构。

新业态快速发展已经催生出大量新工作岗位。人力资源和社会保障部5月份发布的《关于对拟发布检验检测管理工程技术人员

等职业信息进行公示的公告》明确,拟增加跨境电商运营管理员、无人机群飞行规划员等17个新职业,拟增加智慧仓运维员、生成式人工智能动画制作员等42个新工种。

“未来应继续加大对数字经济、新型消费等新产业新业态的扶持力度,并根据新产业新业态的发展需求,优化职业培训和教育体系,开设相关课程,培养新型人才。”宋向清表示,加强传统产业与新产业新业态的融合发展也将创造更多就业机会。

第二十五期“深交所·创享荟”聚焦企业“出海”

以战略定力锚方向 倚资本赋能拓新程

■本报记者 田鹏

6月25日,深圳证券交易所在青岛举办第二十五期“深交所·创享荟”活动暨专题培训活动。在本次以“乘风破浪,走向深蓝”为主题的培训活动中,京东集团等企业分享了国际化发展经验,咨询机构深度剖析了宏观经济形势与企业“出海”路径策略,中介机构详解境外业务风险防控与投融资规划,仲裁机构分享争议解决之道,为诸多具有“出海”需求的深市上市公司及山东省拟上市企业带来满满的干货。

活动现场,受邀参加此次“深交所·创享荟”活动的中国国际海运集装箱(集团)股份有限公司(以下简称“中集集团”)、安徽中鼎密封件股份有限公司(以下简称“中鼎股份”)、山推工程机械股份有限公司等深市标杆企业,从产品、产能、品牌“出海”等维度,倾情分享了各自海外市场拓展、投资设厂、海外并购的实践经验。同时,围绕国际贸易严峻形势下企业“出海”的机遇与挑战,以及资本市场和深交所如何助力企业提升风险防控能力、构建国际竞争新优势等议

题,与会嘉宾畅所欲言,共同探讨企业国际化发展之路。

共探“出海”机遇与挑战

在当前全球经济一体化不断深入的大背景下,我国企业“出海”正展现出蓬勃发展的态势,众多领域企业纷纷将目光投向海外,寻求新的增长空间——尤其在新能源汽车、电子产品、家电、机械等领域,我国企业凭借突出的创新能力和雄厚的制造实力,已在全球范围收获广泛认可。同时,企业“出海”领域不断拓展,从传统行业向高科技领域延伸,互联网企业借助技术平台优势积极抢占全球市场。

中金公司投资银行部全球并购业务负责人陈洁介绍,当前,中国企业“出海”正从“产品出口”向“产业链全球布局”转变。中国已经是全球制造业大国,伴随“制造大国”向“制造强国”的转型升级,中国有望成为全球“资本”循环的重要枢纽,对外投资体量将进一步上升。

不过,“出海”之路并非一帆风顺,企业面临诸如贸易保护主义带来的政策壁垒、不同国家和地

区的文化差异、复杂的当地法律法规政策以及激烈的国际市场竞争等挑战。

深圳国际仲裁院院长助理何音在活动中表示,当前,我国企业“出海”面临的风险呈现多元化、复杂化特征,包括政治与政策风险、法律与合规风险、经济与金融风险、运营与供应链风险等。尤其值得关注的是,随着全球可持续发展理念深入人心,消费者偏好迭代加速,企业需同时应对ESG合规压力与数据跨境流动的监管要求,这些新兴风险正重塑“出海”企业的风险管理范式。

在此背景下,企业如何把握全球化发展机遇,提升风险应对能力,构建国际竞争新优势?京东集团旗下京东产发相关负责人结合自身实践,分享了公司“出海”经验,提供了破局新思路与实践范本。

京东产发相关负责人介绍,“出海”合规方面,从设立之初,就应确保各项运营活动符合当地法律法规的要求;组织赋能方面,组织架构和团队建设需深度适配当地市场特点,做好总部赋能,同时

保留灵活性,真正融入当地文化和商业环境;生态建设方面,重视协同发展与资源整合。

提升国际竞争新优势

在企业“出海”过程中,资本赋能为企业提供了发展新动能,资本运作手段为企业开辟出新的增长航道。

中集集团董事会秘书吴三强对《证券日报》记者表示,中集集团的国际化进程与并购重组深度绑定,通过“产业并购+资本整合”双轮驱动,实现公司业务快速扩张与全球资源整合。

实践表明,在复杂多变的国际市场中,企业需基于战略定位,精准匹配资源、化解风险,方能将资本优势转化为可持续的竞争力。在谈及企业“出海”过程中积累的经验时,中鼎股份副总经理、董事会秘书蒋伟对《证券日报》记者表示,中鼎股份的国际化发展以战略定力为前提,两代董事长坚持“走出去”战略;以能力建设为基础,通过“海外轮岗+技术研修”机制强化团队建设与人才储备;以文

化融合为关键,在尊重海外企业传统的基础上,通过定期会议与制定增长目标弥合管理理念冲突;同时以合规运营为底线,在应对贸易壁垒中实现供应链本地化,逐步由资本输出转为管理输出、技术输出、文化输出,多维度构建起全球化发展的坚实支撑。

吴三强表示,中集集团在并购实践中形成深刻警示与能力建设核心认知:并购需避免产业链上下游盲目延伸,同时要把握行业周期时机,谨记“买贵不要紧,买错才致命”,规避行业过热时高商誉风险;能力建设上,注重国际化人才储备,要求人才具备跨文化沟通与海外商业规则认知,搭建起中外决策层“翻译官”的桥梁;全球化布局是基于产业逻辑而非短期机会,要以战略定力为支撑。

在全球化浪潮与贸易挑战交织的当下,企业“出海”已从“单向探索”迈向“系统破局”。深市标杆企业的实践证明,唯有以战略定力锚定方向,以资本运作整合资源,以合规运营筑牢底线,方能在“走向深蓝”的征程中,将挑战转化为构建国际竞争新优势的机遇。

(上接A1版)

政策层面亦积极支持IP消费。2025年3月份印发的《提振消费专项行动方案》明确提出,“开拓国货‘潮品’增量市场”;商务部亦表示,促进“IP+消费”,畅通IP授权、商品开发、营销推广产业链条。

地方政府也紧抓机会,出台相应的政策鼓励发展。例如,上海黄浦区市场监管局发布《黄浦区二次元衍生商品和服务经营合规指引》,旨在支持和规范区内二次元衍生商品和服务的经营行为,推动企业诚信经营;河南省政府办公厅近日印发的《河南省提振消费专项行动实施方案》提出,鼓励具有国际国内影响力的时尚机构、知名品牌、设计师品牌、高端定制品牌、时尚潮品等在豫首发新品,举办首秀、首展等活动。

在潮流品牌的带动下,部分传统玩具制造工厂也迎来了新的发展机遇。中国香港潮玩品牌Soap Studio

创始人庄德仁向《证券日报》记者表示,潮玩行业绝大部分品牌都没有自己的工厂,品牌更倾向于做设计、包装、运营等内容,产品的生产委托第三方工厂加工。随着潮玩市场的爆发,潮玩产品的生产远远跟不上市场需求的增长,很多品牌都会寻找多家代工厂合作,这让过去因为传统玩具市场萎缩没有订单的工厂找到了新出路。

海外市场热销 中国潮玩走向成熟

近两年,中国潮玩成为一股时尚风席卷全球,在海外市场热销。

庄德仁表示,近两年公司的产品出口增幅明显,其中东南亚地区和美国市场上升了40%到80%。产品中增长最快的是盲盒,2024年公司毛绒盲盒产品的需求增长了80%。此外,公司2024年国内外销售占比也发生了变化,以前国内销

售占比达到65%,市场爆发后海外销售占比达到了70%。

中国潮玩甚至一改传统玩具靠“性价比”吸引客户的策略,海外定价普遍高于国内。例如,“LABUBU”搪胶毛绒在中国定价99元,但是在美国定价27.99美元(约合人民币203.56元),溢价高达106%,高溢价并未影响需求,反而在发售时引发美国用户通宵排队。52TOYS的原创猛兽系列玩具,在中国的售价从68元到328元不等,但在海外地区售价区间在20美元(约合人民币142.47元)到80美元(约合人民币573.86元)。

阿棱认为,中国潮玩正在走向成熟,并经历从短期“流量变现”到长期“价值创造”的深层次转型。庄德仁从产品设计和供应链两方面分析了中国潮玩全球火爆的原因。产品设计方面,中国设计师人才储备丰富,且基本都在做原创,对于海外用户而言极具新鲜感;供应链方面,中国玩具制造具

有悠久历史,生产质量较高。

清华大学战略新兴产业研究中心副主任胡麒对《证券日报》记者表示:“从供给端来看,国内的设计能力、深厚的文化底蕴以及发达的制造业体系形成了中国原创玩具的支撑;从需求端来看,全球消费出现了从产品消费到情绪消费的升级,我国原创玩具正好满足了这种新的需求。”

随着中国IP消费市场的壮大,哪些公司有望脱颖而出?

曹睿认为,IP产业上下游企业均有机会。上游如上海哔哩哔哩科技有限公司、上海阅文信息技术有限公司等公司手握大量IP,具有丰富衍生机会;其次是渠道方,大量IP产品的涌现为渠道商带来了发展机遇,如52TOYS、名创优品(广州)有限责任公司旗下的名创优品、TOPTOY,以及广东快客电子商务有限公司旗下的KKV等渠道商。

其中,名创优品在6月6日发布公告称,正在对其“TOP TOY”品

牌运营的潮流玩具业务潜在分拆上市可能性进行初步评估,以期优化股东价值,该计划属于初步阶段。

纪晓蒙则认为,泡泡玛特的成功很难复制,但如果原本就有资源和模型的企业,叠加IP势能,有望实现二次跃迁。

此外,成功突围的企业如何进一步延长IP生命周期,也成为关注的重点。即便手握全球爆款IP“LABUBU”的泡泡玛特,也在通过建造主题乐园、开设饰品门店、制作主题动画的方式,丰富这些IP的内容。

在张凌看来,具有自我造血能力的企业在未来会更吸引投资者。“IP的发展具有周期性,任何成功过的IP都会经历低谷期和爆发期。但有的公司在热度消耗殆尽的时候,仍能通过扩品类以及强大的IP运营能力,产生新的爆款产品,这种造血能力才是未来中国IP市场最稀缺的。”张凌说。

美联储7月份降息概率小

■韩昱

美联储降息预期波澜再起。

据新华社财经消息,美联储主席鲍威尔在出席半年度国会听证会(以下简称“听证会”)时表示,若非担心美国加征关税可能破坏美联储多年来的抗通胀努力,近期经济数据本可能为继续降息提供依据。鲍威尔虽然没有明确排除7月份降息的可能性,但其表态未释放强烈信号。他说:“由于经济和就业市场仍旧强健,我不认为我们有任何需要着急。”

鲍威尔之所以对7月份降息可能性问题作出回应,是因为近期多位美联储官员公开发声支持提前降息。比如,美联储副主席鲍曼表示,支持最早7月份降息。如果美国通胀继续下降或者就业市场走弱,联邦公开市场委员会就可以降息。美联储理事沃勒则更为激进,沃勒直言:“我们最快可以在7月份开始降息。”

虽然近期美联储官员释放出“分歧十足”的信号,但在笔者看来,基准情况下,美联储在7月份降息概率仍较小,今年首次降息或在9月份。

一方面,美国通胀仍有隐忧。当前美国贸易等政策仍存高度不确定性,尤其对于美国关税政策风险,美联储认为其对通胀的影响可能更加顽固,造成通胀的长期上行。在听证会上,鲍威尔警告称,美国的关税政策带来了双重风险,其中之一是可能推高进口商品价格,加剧短期通胀。同时,尽管当前美国长期通胀预期仍锚定在2%水平上,但关税的“第二轮效应”可能延长价格压力,需密切监测。

在6月19日美联储进行的最新一次议息会议上,美联储宣布将联邦基金利率的目标区间保持在4.25%至4.5%不变,连续第四次“按兵不动”。美联储发表的声明中也提到“通胀率仍然略高”,并在经济前景预测(SEP)中调高通胀预期,将2025年、2026年、2027年美国PCE(个人消费支出)物价指数预期中值从3月份的2.7%、2.2%、2.0%分别调高至3.0%、2.4%、2.1%。

此外,近两个月美国的通胀数据看起来并未明显体现出其关税政策带来的冲击,这可能是因为关税向物价的传导作用尚未显现。鲍威尔在听证会上表示,美国2021年通胀大幅升高的经历让美联储警惕类似情况重演。他还暗示了6月份和7月份美国通胀数据的重要性。由此判断,美联储或会保持观望到8月底相关数据公布时,届时美国关税政策对其通胀的影响也会更加显现,预计美联储将在9月份采取对应的行动。

另一方面,美国就业数据还算稳健。6月初,美国劳工统计局公布的最新数据显示,美国5月份非农就业人口增加13.9万人,尽管创2月份以来新低,但仍高于市场预期的13万人。与此同时,美国失业率连续第三个季度维持在4.2%水平。鲍威尔在听证会上表示,美国劳动力市场持续强劲,5月份失业率降至4.2%,接近“最大就业”水平,工资增长适度且未引发显著通胀压力。

鲍威尔还重申了美联储的双重使命目标,即在支持就业的同时确保物价稳定,并表示美国经济仍处于“良好位置”,短期内不会调整利率,但保留根据数据及风险变化采取行动的灵活性。从数据以及鲍威尔表态可以看出,美国经济虽有下行压力,但劳动力市场短期内未现“降温”的概率也较低,美联储立刻降息的必要性或不足。

此外,在6月19日美联储议息会议公布的经济前景预测中,美联储官员在利率点阵图中虽仍预期今年降息两次,与此前3月份的预期一致,但预期不降息的官员人数有所增多,从此前的3人上升至7人,占比升至近37%。这一方面体现出美联储内部分歧加大,另一方面也客观体现了美联储官员对降息的预期有所降低。

6月25日最新FedWatch数据,市场押注美联储在7月份降息的概率为20.7%,虽然较一周前(12.5%)有所提高,但市场仍预计美联储有接近八成的概率在7月份议息会议上维持利率不变。综上所述,虽然近期美联储官员释放出提前降息的信号,但实质性降息在美国通胀隐患仍存、劳动力市场尚有韧性的背景下,可能需要等到9月份。

深交所ETF投资问答

第三十六期:如何运用ETF进行网格交易(上)

(1)什么是网格交易

网格交易本质上运用的是低吸高抛的原理,是一种在预定的价格区间内,通过设置多个买入和卖出点来进行交易的策略。首先,先选好标的,买入一定的底仓,然后设定一个价格波动区间(最低价—最高价),并且把价格波动区间分为N等份(网格),价格每跌一个网格就买入一定数量份额或金额,价格每涨一个网格就卖出一定数量份额或金额,越跌越买,越涨越卖,反复低吸高抛,赚取波段差价。

一般来说,网格交易策略在震荡行情中比较有效,震荡越多,获利越多。过往数据表明,A股大部分时间都处于震荡结构性行情,运用ETF进行网格交易具有很强的普适性。值得注意的是,网格交易并不适合趋势行情,如果市场发生单边大幅度的上涨或下跌,可能导致策略失效。

(2)网格交易策略的优点

①可以自动交易
网格交易可以通过券商软件配置好参数,实现自动交易,由于市场行情是较难预判的,网格交易通过对随机的行情走势用固定网格合理划分,通过自动买入、卖出操作,既可以避免投资者被情绪或其他信息所干扰,也不会错过交易机会。

②适合普通投资者
网格交易策略不需要深入研究标的资产的基本面、财务状况、盈利情况、现金流等指标,只要设定好合适的买入、卖出价格即可操作,这对于缺乏专业知识体系的普通投资者来说非常友好。

③回撤相对较小

网格交易特别适合震荡波动的行情,在交易过程中,一般会设置在低位加仓,在高位减仓,这样能大幅度降低投资回撤,有效提高获得正收益的概率。

选自深圳证券交易所基金管理部的《深交所ETF投资问答》(中国财政经济出版社2024年版)