

力挺小微企业 再安排3000亿 支小再贷款为其加“油”

■小经

中小微企业仍然面临着来自供给端和需求端的双重压力。

9月1日,国务院常务会议召开,部署加大对市场主体特别是中小微企业纾困扶助力度,加强政策储备,做好跨周期调节。其中,会议提出,今年再新增3000亿元支小再贷款额度,支持地方法人银行向小微企业和个体工商户发放贷款。

今年以来,银行作为金融主力军,陆续将延期还本付息、减税降费、稳企稳岗、普惠金融等多项帮扶政策落地。得益于此,小微企业融资“量增、面扩、价降”。6月末,普惠小微贷款余额17.7万亿元,同比增长31%;支持小微经营主体3830万户,同比增长29.2%。5月份新发放的单户授信

1000万元以下的小微企业的贷款利率是4.93%,和上年同期相比下降了0.3个百分点。

“从供给端看,原材料购进价格仍处于高景气区间,只是扩张速度放缓,PPI出现圆弧顶特征,这些都意味着小企业面临着原材料成本的上升。从需求端看,8月新订单指数下滑1.3个百分点至49.6%,疫情暴发以来首次跌破荣枯线,这意味着下游的需求有所萎缩。双重压力之下,官方小企业PMI持续处于收缩区间,以中小企业为主的财新PMI在8月份下降1.1个百分点至49.2%,2020年5月以来首次跌至荣枯线以下。”在中国民生银行研究院高级宏观研究员王静文看来,中小微企业面临双重压力。

稳增长、保就业,重在保市场主体特别是量大面广的中小微企业。

此次国常会指出,要进一步加大对中小微企业支持力度,针对大宗商品价格居高不下导致生产经营成本上升、应收账款增加、疫情灾情影响等问题,在用好已出台惠企政策基础上,进一步采取措施稳住市场主体、稳住就业,保持经济运行在合理区间。

具体而言,首先是加大帮扶政策力度。会议提出,今年再新增3000亿元支小再贷款额度,支持地方法人银行向小微企业和个体工商户发放贷款。

再贷款是中央银行向地方法人金融机构提供有特定用途要求的货币政策工具,包括支小再贷款、支农再贷款和扶贫再贷款,支持金融机构扩大对民营企业、小微企业、三农、扶贫的信贷投放。

支小再贷款发放对象则包括小型城市商业银行、农村商业银行

、农村合作银行和村镇银行等四类地方性法人金融机构。

王静文表示,新增3000亿元支小再贷款,即相当于银行可以向小微企业和个体工商户发放3000亿元贷款,然后把这些贷款抵押给央行,从央行申请再贷款,让央行再释放出额外的基础货币。

近年来,小微、民企“融资难、融资贵”问题受到高度重视,央行在推动支小再贷款规模持续提升的同时,相关利率也不断下行。

2018年10月,人民银行创新支小再贷款“先贷后借”报账模式,金融机构先向企业发放符合要求的贷款,再等额向人民银行申领再贷款资金,该模式实施后逐步推广运用到了各项再贷款工具上。

2020年为对冲疫情带来的经济下行风险,支农支小力度进一步

加大。2020年1月31日,央行向全国性银行和湖北等10个重点省市部分地方法人银行提供了3000亿元低成本专项再贷款资金;

2020年2月26日,为支持各地复工复产,央行增加了再贷款、再贴现专用额度共计5000亿元;2020年4月20日,央行再次增加涉农、小微和民企再贷款、再贴现额度1万亿元。

在此前的调研采访中,不少受访企业主均对笔者表示,再贷款政策解了他们的燃眉之急。

央行副行长刘国强曾撰文指出,人民银行对金融机构的再贷款资金运用有明确的投向和利率要求,能够将金融资源直达实体经济中涉农、小微企业等政策支持的特定领域。他还指出,再贷款创新采用“先贷后借”的报账模式,进一步增强了直达性、精准性。

股民数量 已达1.89亿

■王安

司实现高质量发展的“必修课”。其中,召开业绩说明会是资本市场改革关键时期的一个重要缩影,也是上市公司和企业“关键少数”关注、尊重投资者的重要体现。2020年全市场共有3756家上市公司召开业绩说明会,占披露年报公司总数的87.41%,与去年相比数量增长超40%。

新动作!磐安在全省首推 乡村振兴“政银担” 集成创新试点

■汪蕾

立地方风险资金池,完善“政银担”多方分险机制,共促试点工作可持续发展。

优化业务流程

依托省农担公司大数据风控平台提供专业化、线上化服务,减少材料报送和审批环节,将线下审批移到线上一次办结,大幅提高服务效率。

专门服务农业生产及与农业生产有关产业,有效填补该县作为农业大县在农业生产担保方面的空白。同时,借助省担保集团和省农担公司平台效应,引导多方金融机构参与,有效破解县内政策性担保单个项目额度受限和放大倍数不足的难题,打通农业经营主体和人才科技型企业因缺少抵押物而贷款难和贷款贵的难点,实现“花小钱办大事”。

落实降费让利

担保费率从原来的1%/年普遍降至不高于0.8%/年;一般的消薄帮扶项目、人才型企业担保费率优惠至0.5%/年,列入政府部门名单的消薄项目免收担保费。纳入担保创新试点的农户贷款利率从原来超过8%降低到5%左右。同时大幅放宽反担保要求。

让“共享”更亲民

■李利

市场份额约80%。相关企业提出了整改计划:进一步完善定价规则,与合作商户沟通协商,通过直接降价或者降低计费单元等方式下调部分机柜价格。其中,街电逾8万台机柜降价,小电、搜电、怪兽、美团分别有数千台机柜降价。

目前,各共享充电宝品牌平均价格为2.2~3.3元/小时,标价在每小时3元及以下的机柜占比69%~96%,从最高价格占比来看,均不超过1%。相对而言,处于热门旅游景点等相对封闭区域或者繁华商业区的机柜价格仍然高于均价。

此外,共享单车企业通过手机软件、小程序、扫码骑行页面标示当前行政区域的计价规则和计价标准,规范会员骑行卡打折促销行为,畅通公司服务投诉渠道。

此次参加整改的6个共享充电宝品牌共有机柜426万台,占



■魏淑仙

近日,新消费类上市公司泡泡玛特公布了2021年上半年业绩。尽管营收与利润双增,市场却并不看好。财报发布当天,泡泡玛特股价跌幅达7.21%。

泡泡玛特2020年12月刚上市时,还是资本追捧的“超级独角兽”,为何短短几个月时间,把泡泡玛特当香饽饽的资本就不再那么热情了呢?其主要原因还是刚上市时此类投资标的稀缺,加上泡泡玛特契合年轻群体求新求刺激的消费需求,现象级的社会消费热潮引发了市场热捧。随着时间流逝,市场热情开始消退并回归理性。

其实,无论设计怎样新颖、玩法如何

新潮,玩偶产业也要靠深入人心的艺术形象去赢得消费者持续喜爱。这就需要对IP进行精耕细作、为IP注入个性内涵,并通过优秀的作品让IP深入人心。迪士尼非常成功的唐老鸭、米老鼠、白雪公主等诸多IP形象,就是通过各种动漫故事、影视剧围绕IP深入开发,为IP注入性格和内涵,建立了与众不同的品牌形象,从而占领消费者心智,在市场上长盛不衰。

支撑潮玩价值的是蕴含其中的精气神。目前潮玩市场靠IP数量多、以“广撒网、碰运气”的模式去赌消费者胃口,靠“广开店”“玩盲盒”“造稀缺”的打法去增加销量,体现的只是产业的浮躁。潮玩要想长盛不衰,不是把自己变成铺天盖地的工业品,而是要成为精耕细作的艺术品。

不限年龄、不限户籍、不限职业……

“普惠型保险”值得买吗?

不限年龄、不限户籍、不限职业、每年保费不足200元……最近,由中国人民保险、中国人寿、泰康保险、中国太平洋保险、中国平安5家保险公司共同设计开发的“北京普惠健康保”,一推出就受到了广泛关注。数据显示,7月26日至8月9日短短十余天时间内,参保人数已突破100万人。

去年以来,全国各地相继推出了一批类似补充医疗保险产品,大多由地方政府部门与商业保险公司合作,如“津惠保”“普惠保”等,主打普惠型特色,吸引了不少消费者参与投保。这类“普惠型保险”有哪些特点?定制型保险如何稳健发展?

门槛低、上限高、范围广

随着经济社会发展,居民的健康意识和风险管理意识不断提高。

无论是“普惠保”还是“北京普惠健康保”,购买此类保险的人都有一个类似的想法:花钱不多,有备无患。具体来看,这类保险在设计上也处处体现了普惠性特点。

参保门槛低。“普惠型保险”突

破了传统商业保险的诸多限制,不限制年龄户籍,不要求既往健康状况,保费标准也能为大多数人承受。比如,“北京普惠健康保”明确对于恶性肿瘤、肝肾疾病、心脑血管及糖脂代谢疾病等五类特定既往症人群,通过提高免赔额、降低赔付比例的方式进行覆盖,实现“可投保、可理赔”,不用担心被拒保。

保障上限高。相对于低保费,“普惠型保险”的最高赔付上限大多在百万元之上。比如,“普惠保”每年保费59元,最高可以为山西省基本医保参保人提供300万元的补充医疗保险保障;天津推出的“津惠保”每年保费为68元,包含住院医疗费用保障100万元与特定高额药品费用保障100万元在内,最高保障可达200万元。

覆盖范围广。对很多参保人来说,一旦罹患疾病,保险能否覆盖更多有效的药物,关乎着保险产品的“成色”。目前,大部分普惠型保险在合同中明确列出了可报销的药物。这类产品最大优势就是价格

便宜、保额较高、投保条件宽松,惠及老年人及带病人群;其劣势则是产品绝大多数为一年期医疗险,没有保证续保的强制约定。其与基本社保、传统商业保险是相互融合、相互通用的关系。”相关人士说。

保障效果备受关注

值得注意的是,“普惠型保险”在上班族中较受欢迎。以北京普惠健康保为例,此前公布的数据显示,在100万参保人中,城镇职工参保比例高达78.37%,城乡居民参保占比为20.57%,在职人员医疗保险保障需求更旺盛。从参保年龄上看,“70后”和“80后”是参保主力军,参保占比达42.7%。

泰康养老普惠保险部负责人表示,“相对于传统的商业保险来说,普惠型保险是在基本医保之上叠加的一个产品,重点体现‘普惠’二字。”比如,大部分商业医疗保险都会要求健康告知,一些患病人群或亚健康人群可能不符合投保要求,而大部分普惠保险既往症患者可投保可理赔,实现真正的普及;通常商业医疗保险保费价格随年龄增

长而增长,而大部分普惠保险是老年均价、定价实惠。随着这类产品的推广,实际上对保险公司也提出了更高要求,需要保险公司在科学定价和精细化管理水平上下更多功夫。

不过,“普惠型保险”并非包打天下,其中依然存在赔付的限制与门槛,消费者对此要理性看待。对外经济贸易大学健康保险与卫生经济学研究中心教授于保荣表示,因为保费低,整个保险的资金池相对有限。比如,“北京普惠健康保”最低免赔额是3.04万元,免赔额之下的钱是患者自付的。因此,此类保险对患重病、医药费高的患者较为实用。

推动普惠型保险可持续发展

据了解,普惠型保险最早在深圳推出。2015年,由深圳市市政府首推、平安养老保险承保的深圳市重大疾病补充医疗保险项目开始运行,成为全国范围内首家试点城市定制型商业医疗保险的城市和项目。截至去年,参保人数已达780万人,覆盖深圳一半以上的基

本医保参保人,理赔受益人数超10万,成为防止群众因病致贫、因病返贫的重要保障。

普惠型保险的设计初衷是以商业保险助力地方多层次医疗保障体系建设,减轻重特疾病人群的医疗费用。与传统的商业保险和国家的社会保险相比,其特点体现在两方面:一是根据当地医保政策,提供定制化的产品保障方案,弥补当地居民医疗保障缺口;二是根据城市人口结构及地域特点,推出适用不同城市的产品。

不过,普惠型保险在受到热捧的同时,也出现了争相压价、夸大宣传的现象。今年5月28日,银保监会印发了《中国银保监会办公厅关于规范保险公司城市定制型商业医疗保险业务的通知》,要求保险公司按照商业保险经营规律和市场化原则,科学合理制定保障方案;规范业务开展,提高管理服务效率和风险控制能力。同时明确了监管要求,对低价恶性竞争、虚假宣传等违规行为为重点查处,维护市场秩序,保障业务平稳运行。

摘自《人民日报海外版》

发售限量款明星联名高端球鞋

时,采取预约排队、抽签购买的方式进行饥饿营销,通过这样的方式增加球鞋稀缺性并提升产品价值。

近年来,受篮球运动、明星效应、嘻哈音乐等潮流文化的多重影响,不少年轻人热衷穿“潮流”鞋,对于稀有的明星联名限量款更加追捧。在他们眼里,这些热门球鞋是彰显“态度”和“潮流”的标志。“买归买,买归买。”

此前,耐克品牌发售“闪电倒钩”联名款高端鞋款,时隔月余热度不减,并且在交易平台上越“炒”越热。登录某交易平台APP可以看到,参考发售价为每双1599元的“倒钩”高端鞋款,在该平台上的售价已经飙升至万元以上。根据鞋码不同,球鞋售价最低16179元,最高31999元,其余码数鞋款售价大多在2万元以上。

据了解,许多品牌商都会在

“炒鞋风”再起

原价1599元球鞋最低溢价超9倍

■忻怡

日前,笔者在某交易平台上发现,原价1599元的新款球鞋“闪电倒钩”,最高被炒到3万多元一双,最低溢价超过9倍,成交量也相当可观。曾经饱受争议的“炒鞋风”似有复燃的迹象。

此前,耐克品牌发售“闪电倒钩”联名款高端鞋款,时隔月余热度不减,并且在交易平台上越“炒”越热。登录某交易平台APP可以看到,参考发售价为每双1599元的“倒钩”高端鞋款,在该平台上的售价已经飙升至万元以上。根据鞋码不同,球鞋售价最低16179元,最高31999元,其余码数鞋款售价大多在2万元以上。

据了解,许多品牌商都会在

本版提示:投资有风险,入市需谨慎!