

# 两部门出台新政 便利全球投资者配置中国债券

●本报记者 彭扬

中国人民银行、国家外汇管理局11月18日联合发布《境外机构投资者投资中国债券市场资金管理规定》。国家外汇管理局有关部门负责人在接受中国证券报记者采访时表示,《规定》进一步完善并明确了境外机构投资者投资中国债券市场资金管理要求,将更加便利全球投资者投资中国债市。

## 推动债市高水平对外开放

近年来,中国债券市场一系列开放举措陆续推出,不断增强对全球投资者的吸引力。人民银行数据显示,截至2022年8月末,我国各类债券余额142.3万亿元,年均增速为15%,规模位居全球第二。

在市场持续壮大的同时,参与我国债券市场的境外机构投资者也不断扩围。2017年以来,境内债券市场的境外机构投资者范围从境外央行类机构、人民币清算行和参加行,稳步扩大至商业银行、资管机构、养老基金等。人民银行上海总部最新数据显示,截至2022年10月末,共有1063家境外机构主体进入我国银行间债券市场。

今年5月,人民银行、证监会、外汇局发布联合公告(2022)第4号(关于进一步便利境外机构投资者投资中国债券市场有关事宜)(以下简称《公告》),进一步便利境外机构投资者投资中国债券市场,统筹同步推进银行间和交易所债券市场对外开放。《公告》的发布也意味着中国债券市场一对外开放迈出实质性步伐。

上述负责人表示,此次发布的《规定》是《公告》的配套法规,将有助于推动中国债券市场整体开放,统一境外机构投资者投资中国债券市场资金管理,更加便利其开展投资交易。

## 统一资金跨境管理政策

专家表示,《规定》遵从《公告》“一套制度规则、一个中国债券市场”的基本思路,在多方面进一步便利了境外投资者投资中国债券市场所涉资金管理政策。《规定》统一了境外机构投资者投资境内债券市场资金跨境管理政策,整合现有外汇管理要求,对业务登记、资金汇兑、外汇套保等进行明确。

在具体内容方面,外汇局有关部门负责人介绍,一是统一规范境外机构投

资者投资中国债券市场所涉及的资金账户、资金收付和汇兑、统计监测等管理规则。二是完善即期结售汇管理,允许境外机构投资者通过结算代理人以外的第三方金融机构办理。三是优化外汇风险管理政策,进一步扩大境外机构投资者外汇套保渠道,并取消柜台交易的对对手方数量限制。四是优化汇出入币种匹配管理,提升境外机构投资者投资资金汇出便利性,鼓励长期投资中国债券市场。五是明确主权类机构外汇管理要求,通过托管人或结算代理人(商业银行)投资的主权类机构投资者,应在银行办理登记。

在投资资金信息登记方面,《规定》以登记管理为核心实现在银行间和交易所两个债券市场统一“入口”(统一备案)基础上的资金业务登记。境外投资者入市备案后,由境内托管人(或结算代理人)通过外汇局相关系统直接办理登记,不设行政许可。

与此同时,《规定》完善即期结售汇管理,正式在法规层面明确允许境外投资者通过结算代理人以外的第三方金融机构办理即期结售汇。

这位负责人表示,《规定》还进一步提升优化汇出入币种匹配管理。现行外汇政策要求本外币汇出入须基本匹

配,并设置了具体比例要求。《规定》在保留本外币基本匹配的原则要求下,明确多币种(人民币+外币)投资的,人民币汇出比例无限制。

## 将持续优化完善相关政策

专家表示,《规定》的发布将进一步便利全球投资者配置中国债券资产,在增强中国市场全球吸引力的同时,继续释放了中国金融市场扩大开放的政策信号,有助于提振全球投资者对中国市场和人民币资产的信心。

“《规定》可以为境外机构投资者投资中国债券市场提供更多便利,统一规范和优化境外机构投资者在投资过程中的资金管理。同时,中国债券市场持续加快对外开放的步伐,也将进一步提升中国债券市场对外资的吸引力。”中信证券首席经济学家明明称。

展望下一阶段,上述外汇局有关部门负责人表示,外汇局将持续优化和完善境外投资者投资我国债券市场资金管理相关政策措施,在有效防控风险的前提下,不断提升境外投资者投资境内金融市场的便利化水平,稳步推进我国金融市场高水平对外开放,助力提高我国金融市场的国际竞争力。

# “新国货”势头盛 助力消费恢复

“我买了石头扫拖地机器人,提前看了很多国内外产品的测评,最后还是觉得国产品牌性价比高,性能齐全。”就职于北京某企业的张甜甜告诉中国证券报记者。

抖音电商数据显示,今年“双十一”期间,智能清洁家电产品中,添可、科沃斯、石头等国货品牌销量居前。不仅如此,抖音电商“双十一”热卖商品榜前100中,国产商品占比超过90%。在京东平台,珀莱雅、百雀羚等253个美妆国货品牌成交额同比增长超100%……

专家指出,近年来,一些兼具高品质、高颜值、个性化、性价比的“新国货”迅速崛起,反映了人民群众追求美好生活的愿望和巨大的国内市场潜力,有利于提升供给对需求的适配性,助力消费稳步恢复。

●本报记者 王舒婷

## 国货品牌崛起

“我是国产护肤品的忠实粉丝。今年买的护肤品里,70%是国产品牌。”从事新媒体行业的李小朵说,“相比一些把功夫更多下在包装和广告上的海外牌子,我宁愿选择一些包装简单甚至普通,但用料扎实的国货。”

在一份关于今年“双十一”电商销售的报告里,财通证券分析师刘洋表示,国货崛起是美妆护肤品类最大的亮点。国货产品不再是海外大牌的平价替代品,而是有概念、有内容、有专利的竞争者,部分国货产品价格已看齐国际大牌。

“今年‘双十一’,虽国际大牌仍占据美妆护肤品类销售榜单的多数靠前席位,但在增长上表现平淡,甚至出现下滑。相比之下,头部国货增长较快,薇诺娜、珀莱雅、夸迪表现亮眼,10强榜单中出现3个国货品牌。头部国货品牌大多实现量价齐升。”刘洋说。

不仅是美妆护肤品,国产家电和运动品牌崛起势头也不可小觑。同样在“双十一”入手了扫地机器人的杨峥表示,此前他使用的是一款海外品牌产品,相比此次入手的国产品牌,在功能性和性价比上逊色不少。“扫拖一体,能自动集尘、上下水、风干拖布,价格还便宜,真的太香了。”

## 产品力不断提升

“国潮”兴起的背后是产品力的不断提升。中金公司消费行业首席分析师郭海燕认为,国货消费赛道的兴起有赖于中国产品和品牌在品质、设计、技术、创新能力等方面的有效提升,以及供应链、物流、大数据、互联网等基础设施的强大支持。

好产品的前提是洞察用户的真实需求。石头科技相关负责人表示:“近年来,石头科技产品端全球竞争力逐步显现,这与公司大力增加研发投入密不可分。公司第三季度研发投入1.18亿元,前三季度累计投入3.45亿元,较去年同期增加10.85%。”

中国社会科学院社会学研究所副研究员高文璐表示,在从“中国制造”迈向“中国创造”的过程中,国货品质不断提升,涌现出很多原创设计、产品质量的原创品牌,拓宽了国货市场的发展前景。

“以‘Z世代’为代表的新消费群体开始成为消费主力军,他们更

强调商品的文化内涵和价值建构,追求高性价比的产品,愿意为产品附加的文化价值买单。”高文璐说。

在国货发展的过程中,电商平台也发挥了重要作用。中国社会科学院社会学研究所副研究员王晶表示,电商平台对接大量需求方、供给方,让商品和服务实现规模经济和范围经济。国货消费最开始是一些小众消费,需求的个性化很强,而电商通过满足、培育消费者在国产品牌上的小众需求,形成大市场,产生了显著的头尾效应。

“但很多国货品牌在面对全球市场和用户时,仍然缺乏讲故事的能力和本土化运营能力。”石头科技相关负责人说,“国货出海需不断提高营销水平和精细化本土运营水平,把好产品的好故事讲出去,让全球消费者听到、看到。”

## 消费市场有望继续恢复

“2022年消费市场涌现更加多样化、个性化、品质化和服务化的需求和供给,人民群众追求美好生活

的愿望和巨大的国内市场潜力,将为消费复苏提供强劲动力。”商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所副所长关利欣表示。

专家指出,伴随着中国消费市场增质扩容、文化自信的增强、“Z世代”消费群体不断壮大,以及科技创新带来的新消费场景涌现,兼具高品质、高颜值、个性化、性价比的“新国货”迅速崛起,成为近年来消费市场的一大亮点,也将为我国消费恢复提供新的助力。

专家指出,四季度是传统的消费旺季,随着多重政策举措落地生效,消费市场有望延续回暖态势,预计全年将实现平稳恢复。

“在围绕消费时点、消费热点和消费重点,丰富线上线下商品、服务和消费场景,促进消费升级的同时,还要完善城市商业体系,推进县域商业体系建设,推动相关企业在全国统一大市场优化网点布局,完善供需对接机制,实现产品和服务适销对路,更好地激活内需市场,为四季度消费回暖以及更长期的消费增长提供动力。”关利欣说。

的愿望和巨大的国内市场潜力,将为消费复苏提供强劲动力。”商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所副所长关利欣表示。

专家指出,伴随着中国消费市场增质扩容、文化自信的增强、“Z世代”消费群体不断壮大,以及科技创新带来的新消费场景涌现,兼具高品质、高颜值、个性化、性价比的“新国货”迅速崛起,成为近年来消费市场的一大亮点,也将为我国消费恢复提供新的助力。

专家指出,四季度是传统的消费旺季,随着多重政策举措落地生效,消费市场有望延续回暖态势,预计全年将实现平稳恢复。

“在围绕消费时点、消费热点和消费重点,丰富线上线下商品、服务和消费场景,促进消费升级的同时,还要完善城市商业体系,推进县域商业体系建设,推动相关企业在全国统一大市场优化网点布局,完善供需对接机制,实现产品和服务适销对路,更好地激活内需市场,为四季度消费回暖以及更长期的消费增长提供动力。”关利欣说。

专家指出,四季度是传统的消费旺季,随着多重政策举措落地生效,消费市场有望延续回暖态势,预计全年将实现平稳恢复。

专家指出,四季度是传统的消费旺季,随着多重政策举措落地生效,消费市场有望延续回暖态势,预计全年将实现平稳恢复。

“在围绕消费时点、消费热点和消费重点,丰富线上线下商品、服务和消费场景,促进消费升级的同时,还要完善城市商业体系,推进县域商业体系建设,推动相关企业在全国统一大市场优化网点布局,完善供需对接机制,实现产品和服务适销对路,更好地激活内需市场,为四季度消费回暖以及更长期的消费增长提供动力。”关利欣说。

## 银保监会首席风险官刘福寿：稳步扩大制度型开放

●本报记者 赵白执南

银保监会首席风险官刘福寿11月18日在“第十三届财新峰会”上表示,银保监会将稳步扩大规则、规制、管理、标准等制度型开放,持续完善监管政策和监管规则,不断增强监管透明度,吸引全球高质量金融资源要素集聚。

刘福寿表示,银保监会将持续完善监管政策和监管规则,进一步完善“准入前国民待遇+负面清单”管理制度,落实准入后国民待遇,高质量实施区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)、全面与进步跨太平洋伙伴关系协定(CPTPP)、数字经济伙伴关系协定(DEPA),推进国内监管规则与国际规则接轨。

“同时,不断增强监管透明度,在内外资一致的基础上,打造更好的营商环境。”刘福寿称,将加强政策宣讲和解读,及时就外资金融机构关切予以回应,加强同外资金融机构沟通,推动外资金融机构深化对国内经济发展的认识,形成合理预期,切实增强外资金融机构获得感,促进内外资机构公平竞争。

在吸引全球高质量金融资源要素集聚方面,刘福寿表示,银保监会将在财富管理、不良资产处置、消费

金融、健康养老等领域,引入具备专业特色、经营稳健、资质优良的外资机构,弥补金融服务的短板,丰富金融产品体系。鼓励中外金融机构平等竞争、深化合作、互相借鉴、促进创新,在产品、业务、管理、人才培养等方面深化合作。

此外,刘福寿表示,银保监会还鼓励中资金融机构“走出去”,积极开展与国际多边组织的合作,倡导联合授信、银团融资、共担风险、共享利益。提高开放条件下的宏观金融管理和防控风险的能力,确保国家金融安全。

“我们完全有信心、有能力应对任何内外部的风险冲击,实现金融体系稳健运行。”刘福寿强调。

对于如何平衡金融创新与金融安全,刘福寿表示,监管部门整体对创新是鼓励和支持的。同时,坚持金融创新必须在审慎监管的前提下进行,所有金融活动都必须依法全面纳入监管。要坚持把创新是否有利于支持实体经济的发展、是否有利于防范金融风险、是否有利于保护消费者的合法权益,作为评价金融创新的标准。同时,随着金融的创新,要提高金融监管的适应性;加强金融知识的宣传教育,引导树立长期投资、价值投资、理性投资和金融风险防范意识。

## 2022北外滩国际航运论坛 将于下周举行

●本报记者 汪荔城

记者从11月18日召开的2022北外滩国际航运论坛新闻发布会上获悉,交通运输部和上海市人民政府将共同举办“2022北外滩国际航运论坛”。该论坛将于11月22日至11月24日在北外滩世界会客厅举行。

据介绍,论坛由开幕式暨主论坛、两个平行论坛和六个专题论坛组成。两

## 金融服务牵手用户减排

### 多家银行推出个人碳账户

●本报记者 薛瑾 黄一灵

最近一年多的时间里,生活在北京的杨乐乐一直靠骑行通勤。“骑车上下班,既能节能省油,亲身践行绿色低碳生活,又能利用通勤时间锻炼身体,欣赏沿途景色,还能在我新开通的‘碳账本’攒积分,一举多得。”杨乐乐说。

杨乐乐口中的“碳账本”,是她几天前在一家银行APP上开通的个人碳账户。近期,多家银行陆续推出个人碳账户,用户低碳出行、绿色消费等减碳行为,可以转换为碳减排量或绿色积分,享受兑换礼品、消费折扣、信贷优惠等权益。

专家表示,银行推出的个人碳账户,将金融服务与用户的减碳行为衔接,可增强用户与银行间的黏性,也有利于银行创新绿色金融产品,促进绿色金融业务发展。

## 多家银行试水

目前,建设银行、中信银行、平安银行、浦发银行、桂林银行等多家银行均已推出个人碳账户。总的来看,其主要依靠银行旗下APP运营,用户绿色出行、在线缴费、在线还款、线上预约开户、办虚拟信用卡、电子账单查账等,可在个人碳账户中积累碳减排量或绿色积分,并可兑换礼品、银行卡消费折扣、支付优惠甚至信贷优惠等权益。

以建设银行的碳账本为例,开通了这项服务后,用户在建设银行APP上投资理财、转账汇款、线上预约开户、在线取号、进行生活缴费以及选择公交、地铁、ETC、步行等,均可以获得相对应的碳减排量,个人累计碳减排量达到一定门槛可兑换相应的权益。

较早试水个人碳账户的中信银行,近日也对旗下个人碳普惠平台“中信碳账户”进行了升级,进一步拓展了金融低碳场景。

## 创新绿色金融产品

相比阿里、京东等互联网平台推出了个人碳账户,银行的个人碳账户有何不同?

“与互联网平台相比,银行个人

个平行论坛,即“国际海运论坛”和“国际航空论坛”,将分别围绕“绿色、智慧、韧性供应链中的国际海运业发展新格局”以及“共享数字经济机遇,共建绿色智慧民航”两个主题,邀请航运业界及产业链各方专家和代表交流探讨。

六个专题论坛将分别聚焦航运相关的安全与合作、救助与打捞、数字与智能、绿色与低碳、司法与仲裁、金融与保险等开展对话交流。

## 金融服务牵手用户减排

### 多家银行推出个人碳账户

●本报记者 薛瑾 黄一灵

碳账户与金融服务场景结合更为紧密,比如将个人碳积分与授信额度、贷款业务、理财等产品等进行有机结合;同时,银行拥有数量庞大的客户群体,通过信用卡等可以与其他消费场景进行结合,有助于推动个人碳账户普及。”光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示。

零壹研究院院长于百程对中国证券报记者表示:“目前,多家银行均已推出了个人碳账户,但其功能不同于互联网平台。对比来看,支付宝蚂蚁森林获取的绿色能量,是根据低碳行为设计出来的虚拟积分,具有较大的公益属性;银行推出的个人碳账户,将金融服务与用户的减排行为有效衔接,有利于鼓励用户把生活场景的缴费等黏性绑定在银行,增强用户与银行间的黏性,拓宽银行自身相关服务场景,具备一定的交易属性。”

业内人士认为,银行发展个人碳账户,可以起到引流作用,吸引用户把生活场景绑定在银行,活跃存量用户,增强用户黏性。另一方面,银行可以根据用户的绿色消费行为数据画像,创新绿色金融零售产品,促进绿色金融业务发展。

## 发展有望进入快车道

“商业银行在碳金融领域,仍处于‘试水’阶段,尚未形成成熟的运营模式,并且没有与金融场景紧密结合。在运营渠道上,主要依托于手机银行APP或是信用卡APP。展望未来,更多的商业银行将加入‘试水’个人碳账户的行列,更需注重低碳环保的特色应用场景搭建,促使银行与用户之间形成强关联关系,构建具备‘双碳’属性的、能够吸引用户的高频服务场景,进而驱动形成银行业绿色低碳生态圈。”于百程说。

周茂华表示:“随着绿色消费理念深入人心,个人碳减排计量标准和碳普惠交易逐步健全完善,绿色消费产品和场景不断丰富,未来个人碳账户发展有望进入快车道。”

有专家建议,发展个人碳账户,银行需要构建更为多元的经营策略与激励机制,同时提高碳减排计量模型的科学性、合理性,并注意相关数据的安全问题。

# 商业汇票最长期限由1年调整至6个月

●本报记者 彭扬

中国人民银行网站11月18日消息,近日,人民银行、银保监会联合修订发布《商业汇票承兑、贴现与再贴现管理办法》。为维护市场平稳运行,《办法》自2023年1月1日起施行,并为银行承兑汇票和财务公司承兑汇票的比例限额要求设置一年过渡期。

人民银行、银保监会有关负责人表示,主要修订体现在:明确相关票据性质与分类;强调真实交易关系;强化信息披露及信用约束机制;加强风险控制,为落实国务院常务会议要求,将商业汇票最长期限由1年调整至6个月。

上述负责人表示,《办法》坚持问题导向,对近年来票据市场存在

的主要问题提出针对性管理要求,促进市场主体务实、合理展业。对票据市场的积极作用主要体现在以下方面:一是促进商业汇票更好服务于实体经济商业贸易,防范脱离真实交易背景的虚假出票。二是为供应链票据进一步发展夯实法制基础,推动提升产业链供应链韧性。三是部分不合理拉长账期的商业汇

票将退出市场,有利于减轻中小微企业占款压力,维护公平交易关系,优化营商环境。四是敦促银行、财务公司等承兑人将票据承兑规模控制在合理水平,提升自身流动性管理和资产负债管理能力。五是进一步提升市场透明度,健全市场化约束机制,完善票据市场信用管理框架。