

一季度我国人民币贷款增加 7.1 万亿元,同比多增 1.29 万亿元

7.1 万亿元新增贷款投向了哪里?

一季度我国人民币贷款增加 7.1 万亿元,同比多增 1.29 万亿元,为疫情防控、企业复工复产提供了有力支持。新增贷款主要投向了哪里?货币政策传导效率如何?个人消费贷款可有改善?这些引起市场普遍关注。



A 超八成新增贷款投向企(事)业单位

“近期中信银行给我们办理了票据贴现 180 多万元,帮我们解决了采购原材料的资金问题。”浙江省余姚市兰山电机企业有限公司总经理鲁孝良告诉记者,2 月中旬复工后,原材料成本上涨一度令企业流动资金紧张。此时多家银行伸出援手,最终他选择以 2.75% 的利率办理了票据贴现,大大降低了融资成本。

这家企业之所以能较低成本拿到资金,得益于人民银行再贴现政策支持。人民银行增加的 5000 亿元再贴

款再贴现额度,以及给银行 2.25% 的再贴现利率,让银行更有动力和能力支持企业。

“当前货币政策逆周期调控效果逐步显现,金融对实体经济支持力度不断增强。”中国民生银行首席研究员温彬认为,在一系列货币政策支持下,信贷投放力度和规模远超去年同期,推动 3 月新增贷款规模大幅回升。

数据显示,3 月当月人民币贷款增加 2.85 万亿元,同比多增 1.16 万亿元。一季度,企(事)业单位贷款增加 6.04

万亿元。

人民银行调查统计司司长阮健弘介绍,一季度贷款主要投向实体经济,各项贷款新增总量的 85.1% 投放给企(事)业单位,短期贷款为企业正常经营提供了必要的流动性支持,中长期贷款则为企业复工复产提供了长期资金保障。

专家表示,信贷供给增加与企业融资需求回升,从供需两端推动了 3 月新增社融大幅回升,表内、表外融资均明显增长,企业和政府债券发行速度进一步加快。

B 货币政策传导效率明显提升

近日,天弘余额宝基金 7 日年化收益率连续多日跌破 2%,这不仅关系着个人理财收益,其背后还反映出宏观层面的一些新变化。

国家金融与发展实验室特聘研究员董希淼表示,今年以来,人民银行通过全面降准、定向降准、公开市场操作、结构性货币政策工具等,为市场提供了合理充裕的流动性,引导市场利率整体下行,货币市场基金、结构性存款等市场化的类存款产品利率也随之走低。

3 月份广义货币(M2)同比增长 10.1%,增速大幅回升。市场流动

性合理充裕,但仍有部分企业“喊渴”。有市场人士担心,人民银行释放的流动性会不会出现局部性淤积。

对此,人民银行货币政策司司长孙国峰分析称,从“量”上来看,一季度人民银行通过降准、再贷款等工具释放长期流动性约 2 万亿元,而新增人民币贷款 7.1 万亿元。也就是说,每 1 元的流动性投放支持了约 3.5 元的贷款增长。从“价”上来看,3 月份一般贷款利率比去年高点下降了 0.6 个百分点,今年以来下降了 0.26 个百分点,明显超过中期借贷便利中标利率和贷款市场报价利率(LPR)的降幅。

“这说明货币政策的效果已传导到了实体经济。”孙国峰认为,与国际对比来看,我国货币政策的传导效率较高,不存在流动性淤积现象。流动性合理充裕并不是大水漫灌,不论从我国银行体系的流动性数量来看,还是从利率来看,都距离“流动性陷阱”很远。

当前,仍有不少中小微企业面临现金流压力、资金周转困难,渴望得到金融支持。董希淼认为,要进一步完善货币政策传导机制,落实银行尽职免责相关制度,适度提高不良贷款容忍度,激发银行放贷积极性。

C 个人消费贷款出现积极变化

扩大消费是对冲疫情不利影响的重要着力点,这离不开消费金融的支持。3 月住户部门贷款明显好转,尤其是个人消费贷款由降转升,显示出积极变化。

“住户部门是国民经济的主要消费部门,其信心增强有利于实体经济恢复增长。”阮健弘介绍,受疫情影响,一季度居民消费信贷大幅减少,但 3 月情况发生了变化,当月新增个人消费贷款 6094 亿元,扭转了 2 月

份净下降的走势。其中,个人住房贷款新增 3472 亿元,其他消费贷款新增 2622 亿元。

业内人士看来,除了消费信贷领域出现积极变化,随着我国疫情防控取得阶段性成效、全面推进复工复产,企业生产经营中的资金需求也逐步增多,3 月份企业签发的银行承兑汇票开始明显恢复,说明我国经济在边际改善。

“随着政府推动重大项目投资计划逐步开工,相应的贷款需求也会快速增

长。”阮健弘表示,从人民银行的银行家问卷调查结果来看,二季度贷款需求预期指数是 83.1%,比一季度高 17.1 个百分点。

专家建议,未来信贷投向应进一步加大对重大基础设施建设项目、新基建、民生工程等领域的支持力度,支持居民消费升级,提高民营企业 and 中小微企业的信贷占比,不断优化信贷结构。

据新华社

手游、听书、追剧 “云娱乐”受追捧

仰在沙发上组团“开黑”、关紧卧室门“包房”K 歌、狂刷全网热播剧、网络直播看展览……不分年龄,无论男女,宅在家的日子里,“云娱乐”成了大多数人打发时间的重要方式。

疫情来了,云上 KTV “火了”。一系列音乐 APP 在疫情防控期间成了唱歌爱好者的天堂。近段时间,湖北的梓桐在“全民 K 歌”上十分活跃,不仅自己唱,还建“包房”邀微信好友一起唱。“点歌、已点、上麦,一切操作跟在 KTV 里几乎一样。”她说,唯一不同的是,她可以把自己作品发布在空间里分享,和粉丝好友留言互动。“好听,送上花花,你俩配合真不错哈”,看到这样的评论,他十分开心。“有朋友参与,也有社交,跟真实的 KTV 没啥区别。”

飞舟是个篮球迷,但疫情期间家里附近的篮球场都停了。这时候他发现,小伙伴们都已聚集在手机端,玩着一款叫“NBA 2K20”的篮球手游,“特别仿真,操作起来很流畅,喜欢的球星都有。”飞舟说。

受疫情影响,不少文化艺术机构被迫停摆。与此同时,一些书店、美术馆、博物馆开始尝试“云讲座”“云观展”等线上传播形式。

位于珠海格力海岸 COAST PARK 的无界书店、无界美术馆,是粤港澳大湾区新晋“文青”“书迷”聚集地。疫情期间,无界文化启动了“云观新展”“云逛书店”等活动,邀请作家、艺术家开展了 12 场线上观展、讲座及读书分享活动,将曾经座无虚席的“无界讲堂”搬上了互联网。

“无界将推出‘云游美术馆’,用线上直播的形式导览丰子恺作品。”在微信上看到活动预告后,中山大学“95 后”女孩何静伟在第一时间点击了报名链接。“60 多件丰子恺先生的漫画、书信手稿,弥补了假期不能现场观展的遗憾。线上观展真是过瘾,我都想‘二刷’了。”

大数据显示,疫情防控期间,各大在线文娱平台的用户规模、作品播放量都呈爆发式增长。“酷狗直播”数据显示,疫情期间其它家“云享乐”系列直播和线上音乐会等直播节目达 126 场,累积观看人次超 4619.5 万。据京东大数据显示,疫情防控期间,直播设备成交额环比增长 60%,同比增长 3.3 倍。“喜马拉雅”有关防护科普、儿童防护等抗疫相关内容,截至 3 月 1 日总播放量超 7 亿次。

但记者调查也发现,随着越来越多消费者加入“云娱乐”大军,一些不和谐的现象也随之出现。在湖北,一位学生家长疫情期间为了方便刚上初中的孩子上网课,专门买了一部新手机。然而孩子却偷偷下载了不少手游,玩游戏的时间比学习的时间都多。她告诉记者,“我平时要忙农活,很少管孩子,没想到现在孩子沉迷网游。”而在一些网络娱乐平台中,不时出现的成人信息,也让许多家长不知所措。

专家认为,疫情下的“云娱乐”一时成了人们打发时间的重要渠道,但是网娱解压还需适度。

中消协也提醒家长,要帮助未成年人树立正确的网络消费观和行为习惯,合理规划时间,严格设置游戏内的防沉迷功能、支付功能等,并妥善保管好相应的交易记录等支付凭证,发生消费纠纷时用以维权。

据新华社