

# 未来货币信贷走势如何？

央行表示，金融将加大对实体经济的支持力度

“保持信贷平稳增长仍需努力。”近日，央行召开金融机构货币信贷形势分析座谈会，研究当前货币信贷形势，部署下一步货币信贷工作。

接下来的货币信贷形势是市场关注的焦点，尤其是今年7月多项金融数据不及市场预期，引发了市场担忧。人们十分关注未来货币信贷走势如何、将围绕哪些重点发力、如何更好地服务实体经济。

## 信贷稳定增长存压力

“增强信贷总量增长的稳定性。”这是此次座谈会上的新提法。在短期金融数据波动较大的背景下，这对市场来说无疑是一枚“定心丸”。

7月，社会融资规模、广义货币(M2)等数据均不及市场预期。7月，社会融资规模增量为1.06万亿元，比上年同期少6362亿元。7月末，M2增速同比增长8.3%，增速比上月末低0.3个百分点。此外，7月份企业中长期贷款出现少增，新增规模比去年同期少增1031亿元，为年内首次同比少增，结束了此前连续16个月的同比多增态势。

虽然拉长时间来看，当前我国M2、社会融资规模增速同名义经济增速基本匹配，继续保持在合理水平，货币政策保持了连续性、稳定性、可持续性，但短期数据的波动也引发了市场的关注和担忧。招联金融首席研究员董希淼认为，我国经济继续向好的基本态势没有改变，但从7月份金融数据来看，有效信贷需求不足迹象开始显现，信贷稳定增长存在较大压力。

“今年以来，信贷平稳增长、结构优化。”光大证券首席固收分析师张旭表示，二季度以来，金融机构各项贷款余额同比增速一直处于12%附近；6月末，普惠小微贷款和制造业中长期贷款余额同比增速分别达到31%和41.6%。但值得注意的是，近期实体经济的信贷需求出现了一些波动，信贷总量增长的稳定性有待增强。针对当前存在的问题，央行在座谈会上特别提出“保持信贷平稳增长仍需努力”，要求“增强信贷总量增长的稳定性”。董希淼认为，此举具有前瞻性和针对性。

## 加力支持实体经济

央行在座谈会上强调，把服务实体经济放到更加突出的位置，以适度的货币增长支持经济高质量发展。还提出，助力中小企业和困难行业持续恢复。业内专家认为，这意味着接下来，金融将加大对实体经济的支持力度，M2与社会融资规模增

速进一步下降的空间不大。

董希淼认为，从总量来看，下半年，市场流动性将比上半年更加合理充裕。下半年中期借贷便利(MLF)到期量较大，因此，仍有可能通过降准等方式进行置换，起到“一箭双雕”的作用——既能推动银行增强信贷投放能力，也能引导实际贷款利率下降。

增强信贷总量增长的稳定性，并不意味着将“大水漫灌”。“相关政策调整仍将是结构性的。”董希淼表示，货币政策仍将坚持稳健的基调，在支持经济增长与防范风险之间寻求平衡，不会大幅收紧，也不会滑向“大水漫灌”。央行将更多运用结构性工具，引导金融机构加大对绿色发展、科技创新、小微企业、乡村振兴等的支持。对房地产市场，仍将坚持“房住不炒”定位，继续实施房地产贷款集中度管理制度和房地产企业“三线四档”融资管理要求。

在保持货币政策连续性、稳定性、可持续性的同时，也要强化政策之间的配合。张旭认为，信贷需求出现短期下滑，也与财政政策“后置”有关。今年前7个月，新增专项债券发行减少，地方政府性基金预算支出同比下降7.9%，基建投资完成额同比增速快速降至4.6%，这在一定程度上对实体经济的融资需求形成了拖累。因此，更需要合理把握预算内投资和地方政府债券发行进度，推动形成实物工作量，增强信贷总量增长的稳定性。

## 确保综合融资成本稳中有降

接下来，促进小微企业综合融资成本

稳中有降仍是货币政策的重点。

“有观点认为，降准降息才能让贷款利率下行，这显然是错误的。”张旭认为，货币政策并非只有降准降息，引导贷款利率下行的政策可以是多方面的。如去年6月至今年6月并没有降准降息，但是一般贷款加权平均利率由5.26%下降至5.2%。

未来一段时间，强化货币政策传导仍是关键，金融监管部门将督促银行把政策红利传导至实体经济。今年上半年，压降银行负债成本的举措给降低贷款实际利率提供了空间，如持续压降结构性存款规模，7月降准落地并释放出长期资金约1万亿元，降低金融机构资金成本每年约130亿元等。此外，针对银行资产端的政策，如将贷款市场报价利率(LPR)运用情况纳入考核等，也增加了银行降低贷款实际利率的压力。张旭预计，下一步，金融监管部门将积极采取措施缓解流动性、利率、资本等方面的约束，增强信贷总量增长的稳定性。

LPR改革潜力也将进一步释放。张旭表示，前期的LPR改革打破了银行在贷款市场的协同定价。在LPR改革前，一些银行通过协同行为以贷款基准利率的一定倍数(如0.9倍)设定隐性下限，对市场利率向实体经济传导形成了阻碍。在LPR改革后，银行需要以LPR作为定价的参考，银行不容易在短时期内形成新的协同定价。这样一来，企业的议价能力相应提高，其结果是贷款利率的隐性下限被完全打破，实体经济的融资成本得以降低。接下来，LPR改革潜力将持续释放，优化存款利率监管，促进小微企业综合融资成本稳中有降。

据新华网

# 7月规模以上工业企业利润平稳增长 超七成行业盈利规模超过疫情前水平

国家统计局8月27日发布数据显示，7月份，全国规模以上工业企业实现利润总额7036.7亿元，同比增长16.4%，比2019年同期增长39.2%，两年平均增长18.0%，比6月份加快2.3个百分点。从1至7月份累计看，规模以上工业企业利润同比增长57.3%，比2019年同期增长44.6%，两年平均增长20.2%。

国家统计局工业司高级统计师朱虹表示，7月份，随着国民经济持续稳定恢复，工业生产总体稳定，企业经营状况继续改善，利润保持平稳增长。总体来看，7月份规模以上工业企业利润保持平稳增长态势，但要看到，工业企业效益改善的不平衡性不确定性仍然存在。

今年前7个月，全国规模以上工业企业实现利润总额49239.5亿元，同比增长57.3%，比2019年同期增长44.6%，两年平

均增长20.2%。

数据显示，前7个月，在41个工业大类行业中，36个行业利润总额同比增长，2个行业扭亏为盈，1个行业持平，2个行业下降。

前7个月，规模以上工业企业实现营业收入69.48万亿元，同比增长25.6%；发生营业成本58.11万亿元，增长24.4%；营业收入利润率为7.09%，同比提高1.43个百分点。

7月份，六成行业利润同比增长，超七成行业盈利规模超过疫情前水平。数据显示，在41个工业大类行业中，有25个行业实现利润同比增长(或扭亏为盈)，占61.0%，其中，有18个行业利润实现两位数及以上增长。与2019年同期相比，有31个行业实现利润增长，占75.6%，其中，有22个行业利润两年平均增速比6月份加快

(或由负转正)。

从统计数据看，行业之间利润率分化十分明显。受益于原材料价格进一步上行、市场需求持续向好等因素，采矿业、原材料制造业利润率进一步上行。

朱虹介绍，7月份，采矿业、原材料制造业利润同比分别增长2.03倍、50.9%，增速均比6月份加快；两年平均分别增长34.1%、31.6%，明显高于规模以上工业平均水平，对工业利润增长的带动作用增强。

“7月工业企业盈利保持较高增速，主要由采矿业与原材料制造业贡献。”光大证券首席宏观经济学家高瑞东表示。

下阶段，要深化供给侧结构性改革，做好大宗商品保供稳价工作，助力企业纾困解难，强化科技创新，提高产业链供应链韧性，不断推动工业经济高质量发展。

据新华社

## 上半年在线教育 网络游戏用户 规模下降

2021年上半年，中国互联网应用和服务中，网上外卖、在线办公、在线医疗用户规模增长显著，直播、短视频等应用方兴未艾，在线教育、网络游戏用户规模萎缩。

据近日发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2021年6月，中国网上外卖用户规模达4.69亿，较2020年12月增长4976万，在各类调查应用中增速最为明显。

报告称，伴随着用户在疫情中逐渐养成的零售消费习惯，各类非餐饮外卖业务占比正在不断扩大。与此同时，外卖行业生态与骑手权益保障也受到社会广泛关注，行业生态环境持续改善。

截至2021年6月，中国在线办公用户规模达3.81亿，较2020年12月增长3506万，网民使用率为37.7%。报告称，随着企业数字化转型不断推进，以在线办公为代表的灵活工作模式将持续创新发展。

上半年，在线医疗用户规模快速增长，医疗养老健康服务成为新热点。截至2021年6月，中国在线医疗用户规模达2.39亿，较2020年12月增长2453万，占网民整体的23.7%。

截至2021年6月，中国网络视频(含短视频)用户规模达9.44亿，较2020年12月增长1707万，占网民整体的93.4%。其中短视频用户规模为8.88亿，较2020年12月增长1440万，占网民整体的87.8%。

报告分析称，2021年上半年，短视频作为基础的用户表达和内容消费形式，贡献了移动互联网的主要时长和流量增量，成为互联网的基础应用。

截至2021年6月，中国网络直播用户规模达6.38亿，同比增长7539万，占网民整体的63.1%。游戏直播、真人秀直播用户数减少。

同期，中国网约车用户规模达3.97亿，较2020年12月增长3123万，占网民整体的39.2%。网约车已经覆盖全国400多个城市，总订单量超过43.1亿单，与民众生活结合紧密。报告认为，国家不断加强行业监管力度，筑牢安全发展底线。在安全与发展并重的理念下，网约车自动驾驶迎来新的发展契机。

截至2021年6月，中国网络游戏用户规模达5.09亿，较2020年12月减少869万，占网民整体的50.4%。

报告认为，社会责任与业务发展并重是2021年上半年网络游戏行业发展的主要特点。社会责任方面，网络游戏行业的影响越发受到业内外重视。业务发展方面，行业竞争进一步加剧，海外业务持续拓展。

截至2021年6月，中国在线教育用户规模达3.25亿，较2020年12月减少1678万，占网民整体的32.1%。校外培训机构管理进一步规范，头部企业加速向成人教育、智能硬件领域渗透。

据新华网