

中外联动“双十一” 更快更好激活力

进博会刚刚闭幕,“双十一”紧锣密鼓,商家摩拳擦掌,消费者跨洋“剁手”。今年“双十一”在延续往年热度的同时,展现出更多新特点、新变化,给世界带来更多新机遇、新启发。众多海外人士表示,在国际供应链不畅背景下,中国的多项举措让物流更快捷、模式更创新、管理更规范,这推动了全球电商发展,助力世界经济稳定复苏。

1 全球物流提质增效

10月26日,首列“上海号”中欧班列装着50个满载服装鞋帽、玻璃器皿、汽车配件、精密仪器等货物的集装箱,顺利抵达德国汉堡。汉堡市经济部长米夏埃尔·韦斯特哈格曼表示,在目前供应链受阻、海运无法如期交付的背景下,汉堡和上海之间直达货运班列的开通尤为重要,是双方合作一个新的里程碑。

印度尼西亚迈大集团是东南亚首屈一指的食品集团,饼干、糖果、巧

克力、咖啡、方便食品等产品销往全球。迈大集团全球市场总监里基·阿弗里安托表示,中国与印尼两国不断推动双边贸易流程的简化与便捷,食品可以更快到达中国市场,而且双方形成了高效交流机制,实现了更高层次上的互惠互利。

阿里巴巴集团旗下物流公司菜鸟网络在欧洲启动了七个分拨中心,其中法国分拨中心10月25日正式启用。今年“双十一”,菜鸟首次为法

国消费者提供“晚必赔”的物流保障。法国消费者大卫·拉蒂米耶说:“中国电商不仅折扣力度大、产品质量有保证,更重要的是物流速度快,网上下单后很快可以收到商品。”

东南亚领先的电商平台拉扎达首席执行官杨润华表示,疫情下很多国家还在采取居家办公模式,相关办公用品需求大增,中国依靠强大、完整的产业链供应链,持续满足东南亚消费者的需求。

2 创新模式直播带货

“中国市场的最大特点是变化快和更新快,新技术、新渠道、新模式不断涌现。”菲律宾零食品牌上好佳集团中国区负责人施学理说。他认为,近10年,中国在最先进技术的开发和使用方面超越了大多数国家,“中国应用新技术推动商业模式发展,无疑处于创新的前沿”。

在日本京都,很多经营日本土特产和传统工艺品的中小企业,纷纷利用中国兴起的直播带货模式推销自家产品。日前,京都当地金融机构策划

了针对“双十一”的直播带货,特意聘请一名在日本的中国“网红”介绍酿酒、陶艺和土特产等5家店铺,活动当天这些网店的销售额达到平时月销售额的三成多。

俄罗斯白熊萨沙乳业有限公司负责人罗曼·奥斯塔宁认为,以直播带货为代表的新型营销模式引领了中俄经贸往来的新趋势。“中国电商环境发展成熟,值得俄罗斯借鉴。目前,我们已入驻京东超市,也在开始尝试用直播带货等新的销售方式推广自己的产品。”

杨润华表示,拉扎达已率先在东南亚地区运营并推广电商直播,其直播平台展现出强大吸引力,品牌用户参与度和销售转化率明显增长,进一步满足消费者日益高涨的个性化需求。

阿弗里安托认为,对印尼企业来说,“双十一”不仅是其品牌进入中国市场的好时机,也是了解中国市场新趋势的好机会。“我们看到了直播、游戏化应用等与消费者互动的新形式,希望能在印尼复制这些新营销形式。”

3 积极回应市场关切

持续推动创新的同时,中国也在努力探索数字经济时代市场监管和适老化等重大课题。今年“双十一”前夕,中国国家市场监督管理总局发布《关于规范“双十一”网络促销经营活动的工作提示》,对短信营销、大数据杀熟、虚假宣传、不正当竞争、个人信息安全等公众关注度较高的问题提出具体要求,保护消费者合法权益,促进公平竞争。

肯尼亚国际问题学者卡文斯·阿

德希尔对此表示,肯尼亚应向中国学习,优化市场监管框架,提升公众对在线购物平台的信任。“有了完善的法规,肯尼亚的电子商务也可以蓬勃发展。”

从国家层面布局适老化发展,到网购平台推出字体更大、页面更简洁的手机应用程序界面,中国正努力探索应对老年人“数字鸿沟”的长效机制。受益于这些措施,以老年用户为主体的“银发经济”正在加速崛起,

市场潜力巨大。京东消费及产业发展研究院报告显示,今年前三季度老年用户网购销量同比增长4.8倍。

日本贸易振兴机构报告说,中国老年人中有很多精力旺盛的“活力老人”,他们熟练使用网络,是电子商务市场越来越重要的消费力量。善于捕捉这些“活力老人”的消费动向,抓住“银发经济”商机,将成为日本企业在中国开展电子商务的关键。

据新华社

12日人民币对美元汇率中间价 上调80个基点

来自中国外汇交易中心的数据显示,12日人民币对美元汇率中间价报6.4065,较前一交易日上涨80个基点。

中国人民银行授权中国外汇交易中心公布,2021年11月12日银行间外汇市场人民币汇率中间价为:1美元对人民币6.4065元,1欧元对人民币7.3338元,100日元对人民币5.6166元,1港元对人民币0.82229元,1英镑对人民币8.5633元,1澳大

利亚元对人民币4.6703元,1新西兰元对人民币4.4955元,1新加坡元对人民币4.7303元,1瑞士法郎对人民币6.9530元,1加拿大元对人民币5.0894元,人民币1元对0.65072马来西亚林吉特,人民币1元对11.1901俄罗斯卢布,人民币1元对2.3908南非兰特,人民币1元对184.52韩元,人民币1元对0.57331阿联酋迪拉姆,人民币1元对0.58542沙特里亚

尔,人民币1元对49.7592匈牙利福林,人民币1元对0.63190波兰兹罗提,人民币1元对1.0141丹麦克朗,人民币1元对1.3600瑞典克朗,人民币1元对1.3554挪威克朗,人民币1元对1.54883土耳其里拉,人民币1元对3.2211墨西哥比索,人民币1元对5.1272泰铢。

前一交易日,人民币对美元汇率中间价报6.4145。

据新华社

青睞北交所 “新机遇”

三类公募基金频频发力

北交所即将开市,公募基金紧锣密鼓布局。截至11月11日,7家上报“专精特新”主题基金的基金公司已有4家获批,加上此前申报的“北交所基金”和存量新三板基金,共有三类基金列阵以待北交所开市。业内人士分析,基金在筛选投资标的时会更加关注成长性和创新性,从盈利能力、成长空间、研发投入等核心指标出发,精选“小巨人”公司。

挖掘“专精特新”投资机会

“在北交所即将开市之际推出招商专精特新股票基金,进一步把握资本市场改革的历史机遇,积极挖掘‘专精特新’投资机会。”招商基金副总经理欧志明说。

根据公告,招商专精特新股票基金将于11月15日公开发售,设置80亿元募集上限。此外,景顺长城专精特新股票基金于11月5日起公开发售,是首批“专精特新”基金中最早发售的产品。南方专精特新混合基金和博时专精特新主题混合基金分别于11月5日和11月9日获得证监会准予注册的批复,只待发售日确定。11月10日,申万菱信基金的“专精特新”主题基金申报也顺利获证监会受理。

从投资比例看,招商专精特新股票基金和景顺长城专精特新股票基金投资于“专精特新”主题相关的证券资产比例,均不低于非现金基金资产的80%。值得一提的是,景顺长城专精特新股票基金是一只量化产品,两位量化投资经验丰富的基金经理——徐喻军、曾理负责运作。景顺长城基金表示,该基金将对现有量化模型进行优化,除了坚持原有的价值、质量和趋势等维度外,新模型将更关注标的的成长性和创新性,着重分析这类公司在细分领域的优势。

“北交所基金”跃跃欲试

除“专精特新”主题基金外,可投北交所上市股票的基金还有以“北交所”命名的主题基金,俗称“北交所基金”。

证监会网站显示,已有南方、广发、易方达、华夏、汇添富、嘉实、大成、万家等基金公司申报了“北交所基金”。这类基金以两年定开的封闭方式运作,如嘉实基金申报的产品名为“嘉实北交所精选两年定期开放混合型基金”。

嘉实基金表示,在行业选择方面,公司申报的“北交所基金”将着力对行业的产业政策、商业模式、进入壁垒、市场空间、增长速度等进行深度研究和综合考量,在充分考虑估值水平的原则下进行行业配置。

此外,可投北交所上市股票的基金还有公募在2020年6月发行的可投资于新三板精选层的产品。Wind数据显示,截至11月11日,这类基金共计19只,其中有8只持有精选层股票,持股渗透率有较大提升空间。

三方向筛选优质公司

博时基金表示,主要聚焦具有“盈利能力强、成长空间大、研发投入高”三大核心特征的“专精特新”企业。从行业分布看,这类企业大多集中在中高端装备制造、新材料、新一代信息技术、新能源等中高端制造领域,是未来经济高质量发展的重要支撑力量,整体盈利能力突出。从研发支出看,多数企业深耕细分领域,专业化程度高,创新能力强,2020年整体公司研发支出占营业比重为5.74%,研发投入整体处于较高水平。从市值规模看,百亿元以下公司仍占主导地位,在培育中小企业不断发展的政策推动下,专精特新“小巨人”企业有广阔成长空间。

“‘专精特新’企业发展潜力大,毛利率较高,成长性值得期待。”招商专精特新股票基金拟任基金经理韩冰表示,截至目前,311家“专精特新”上市公司总市值约3.15万亿元,Wind专精特新概念指数统计下的股票总市值达12.7万亿元。未来,随着“专精特新”中小企业的发展壮大,“小巨人”名单中未上市企业均有可能登陆北交所或其他交易所。

嘉实基金大周期研究总监肖觅表示,有强大核心竞争力,且符合“专精特新”标准的公司将获得资金青睐。将重点关注行业景气度高、发展前景好、技术基本成熟、政策重点扶持的子行业和细分领域,如新能源车、新能源发电、核心软件等行业相关标的。

据新华社