西部担保
WEST GUARANTEE



FINANCIAL DYNAMIC
WEEKLY

一周金融动态

西部（银川）担保有限公司研发部编写

2020年9月07日 / 第31期/总第272期

西部担保
WEST GUARANTEE



主办

西部(银川)担保有限公司研发部

主编/校稿

白　芳

分析师

张博铭　梁俊茹　刘元鹏　张小娣　郭东强

编辑

张小娣

美工编辑

马淑倩　张凯琦

目录

01 原创天地
信贷市场分析及后市研判 / 1

02 热点聚焦
保险：注册资金161亿元 中国农业再保险公司筹建获批 / 12
信托：资管大环境下信托谋求转型 信托公司股权结构变动频繁 / 16

03 精彩推荐
三星走了，三星又来了 / 18

04 共同关注
宏观经济 / 25　政策法规 / 25　产业信息/ 26
金融行业 / 26　宁夏财经 / 27

05 云数据
农产品 / 28　工业品 / 29
金融类 / 34　经济类 / 36

内容提要

本期需重点关注的内容有：

1、原创天地：《从资金方看房抵贷业务》

经过近 20 年的发展，房地产已经成为国民经济的重要产业。而房产作为国内家庭最为主要的资产，在成为持有人融资周转的有效工具同时，因其具有的增值保值特性也受到了银行以及非银金融机构的青睐。目前市场上主要提供两类房抵贷产品：一类为银行提供的长期限、低利率按揭房贷；一类为非银机构提供的短期限、高利率的房屋抵押贷款。本文在对房抵贷业务市场环境、非银机构房抵贷业务商业模式梳理、分析的基础上，从资金方角度探讨了在与非银机构合作房抵贷业务时可能存在的风险点以及对应的风险控制措施，以供参考。

2、精彩推荐：《2020，中国手机大变天》

2020 年，是中国手机行业充满变数的一年。一方面美国对华为的封杀，导致麒麟芯片或将成为绝唱，受到美国的影响，联发科也将逐渐减少对华为的芯片供应，此消息一出，加重了华为在手机业务方面的艰难程度，同时也推升了华为麒麟芯片手机的价格。另一方面，国产手机增量空间已经见底，很难通过增量来带动销售业绩的增加。可见，手机的黄金十年已然过去，目前，如何应对手机销售困局，寻找新的业绩增长点；如何应对可能来自国外的断供危机，已成为当下各大品牌厂商面临的难题。纵观整个国产手机行业，华为发展似乎为其它品牌指明了方向，也成为了国产手机行业发展的“奠基石”。对于任何一家手机厂商来说，拥有自研芯片无疑都是重中之重。只有增强自身创新力，掌握核心技术，才能通过新产品来吸引客户，增加客户粘性，这样才能保持品牌的长期繁荣。

3、云数据提示

2020 年 8 月，交易所市场共发行 109 只公司债，环比增加 47.30%，发行规模 1482.56 亿元，环比增加 55.18%。总体看，2020 年 8 月，公司债发行市场有所回温，但随着发行利率进一步抬升，高评级企业开始考虑放弃发行计划，信用债市场评级中枢或将下沉。

上周，人民币涨势依然强劲，对美元、欧元均维持涨势。截至上周五，人民币兑美元、欧元汇率中间价分别为 6.8359 和 8.0974，环比分别下降 532 个基点和 417 个基点。

上周，美国海湾地区的石油平台已经恢复，且市场需求下降，导致国际油价下跌。截至周五，布伦特原油、西得克萨斯州中级轻质原油、欧佩克原油和国内原油价格现货价分别降至44.46美元/桶、39.77美元/桶、43.36美元/桶和37.24美元/桶，降幅分别为8.47%、8.05%、4.54%和3.33%。

上周，受美国飓风影响，促使甲醇和聚乙烯海外进口受阻，港口库存偏低，价格上涨。截至周五，甲醇价格上涨至1310元/吨，涨幅5.34%。聚乙烯价格上涨至8100元/吨，涨幅2.47%。

从资金方看房抵贷业务

一、房抵贷相关概念介绍

（一）房抵贷业务介绍

目前市场上主要提供两类房抵贷产品：一类为银行提供的长期限、低利率按揭房贷；一类为非银机构提供的短期限、高利率的房屋抵押贷款。

针对银行已经抵押了的房产，绝大多数银行不会因房产已经升值、或已经偿还部分本金等因素给借款人增加贷款额，同时也不接受他行已经设定抵押的房产发放二押贷款，这给需要增加贷款额度的借款人设置了障碍。针对这些问题，非银行的民间机构，如助贷机构、小贷公司等以此为切入点提高房屋二次抵押贷款服务，但存在着利息高（12%以上），期限短（12 月及以下居多）费用收取不透明等问题。

（二）可交易/抵押房产

住宅：包括普通住宅、别墅、公寓等。普通住宅可以贷到房屋评估值的 70%；70 年产权的公寓[1]也可以贷到评估值的 70%；其它住宅只能贷到 50%-60%。

非住宅：包括商业、工业、旅游、办公、科研办公，厂房，公交，研发，车库，商铺，底商等。因这一类商品房流动性较差，在办理抵押贷款时，这类房产评估值较低，贷款比例也较低（40%-50%）。

房改房（已购公房）：是指享受国家的房改优惠政策的一些住宅。房改房就是个人以成本价或者是标准价及其他国家认可的优惠办法向原产权的单位购买的公有住房。

标准价：一般在 1995 年以前房改的，基本上是用标准价购买的，增值额的 80%归个人所有，其余 20%交回原产权单位。

成本价：一般在 1995 年以后房改的，基本上是以成本价购买的，其增值部分全部归个人所有。

补成本价：在 1995 年以前已经按标准价房改的，在 1995 年以后，办理了补成本价的手续，视为以成本价购买。增值部分全部归个人所有。

房改房在办理贷款时要变更为成本价；房改房贷款比例降 1~2 成；需要提供原始购房合同和原单位放弃优先购买权证明。

央产房：中央在京单位已购公有住房，这种房子在出售或者抵押之前需要开具《中

[1] 70 年产权公寓。公寓的土地划拨用途，大多数情况下都是商业用地或工业用地，产权年限有 40 年或 50 年；也有一些土地用途为居住用地，产权为 70 年的可以做银行抵押贷款。

央在京单位已购公房上市出售登记表》，即“央产房上市证明”。这类房产在办理抵押贷款时要提供《上市证明》、原始购房合同；同时，贷款成数也会降低。

经济适用房

一类纯经济适用房：这类经济适用房五年后才能上市交易，需缴纳综合地价款（2008年4月11日之前缴纳10%，之后缴纳差额的70%）。

二类按经济适用房管理：按经济适用房管理，出售前需缴纳3%的土地出让金。目前没有时间限定。

（三）不可交易/抵押房产

如小产权房、军产房、两限房(是指限价商品房，限购商品房）公租房等，无法正常交易和抵押的房产，不在房抵贷业务范围内。

小产权房：通常是指在中国农村和城市郊区农民集体所有的土地上建设的用于销售的住房。由于集体土地在使用权转让时并未缴纳土地出让金等费用，因此这类住房无法得到由国家房管部门颁发的产权证，而是由乡政府或村委会颁发，所以也称乡产权房。

军产房：顾名思义是军队产权性质的房子。一般指由部队提供用地,开发商出资建造的房子。军产房的产权单位是总后勤部，军队产权房屋向地方转让，必须取得总后勤部的审批，否则无权转让，转让无效。

两限房：两限一个就是限制价格，限价不是死价，它的价格有个上限，也就是不论你卖多少，都不能超过这个价格。另一个就是限制居住面积，这个面积肯定比同地段的普通商品房的面积小。

公租房：共租赁房是对住房困难人群的过渡性的解决方案，旨在为不属于低收入人群但住房困难的人员，提供住房帮助。公共租赁房不归个人所有，而是由政府或公共机构所有，用低于市场价或者承租者承受起的价格，向新就业职工出租，包括一些新的大学毕业生，外地迁移到城市工作的群体等。公共租赁房有规划合理、配套完善等优点，但在实际使用中也存在户籍、租金等问题。

（四）房抵贷抵押资产区别

根据抵押顺位的不同,目前房抵贷资产主要分为一押资产和二押资产,其区别如下：

图表、房抵贷一押、二押区别

资产类别	主要参与者	抵押率	贷款利率	利润空间	处置效率
一押资产	银行居多	不超过70%	3%~10%	相对较小	较为高效
二押资产	洗脱、助贷等非银机构	相对一押低，受一押还款	12%~20%	相对较高	相对较慢

		进度影响			

资料来源：智信资产管理研究院

一押资产的优势在于可直接持有抵押债权凭证（房产证），在风险处置时将更为可靠高效，目前以银行参与居多，一般是住房按揭贷款形成。二押资产的优势在于贷款利率相对较高，但贷款期限也相对较短。由于无法直接持有房产证，且属于余额抵押，不享受第一顺位，当资产出现时，处置效率无法得到保证，风险相对较高，目前以非银机构参与较多，通常是个人经营性贷款形成。

不过，从另一个角度来说，二押资产事实上已经过银行筛选，无论是抵押物还是借款人都经过了银行的风控，风险相对可控。同时，二押贷款利率普遍较高，而且期限相对较短，流进楼市的概率较小，资金用途相对可控。

（五）房抵贷业务的场景及特征

房抵贷业务的应用场景：主要指用于留学贷款、房屋装修、购买耐用品乃至买车等方面的消费需求，也有期限相对长一些的用于经营方面的需求。

房抵贷业务具备的一些特征：

1、贷款频率具有偶发性，融资对象主要是普通居民（中产阶级、中小企业主、城市白领）；

2、有抵押物的保障，资金的安全性更高；

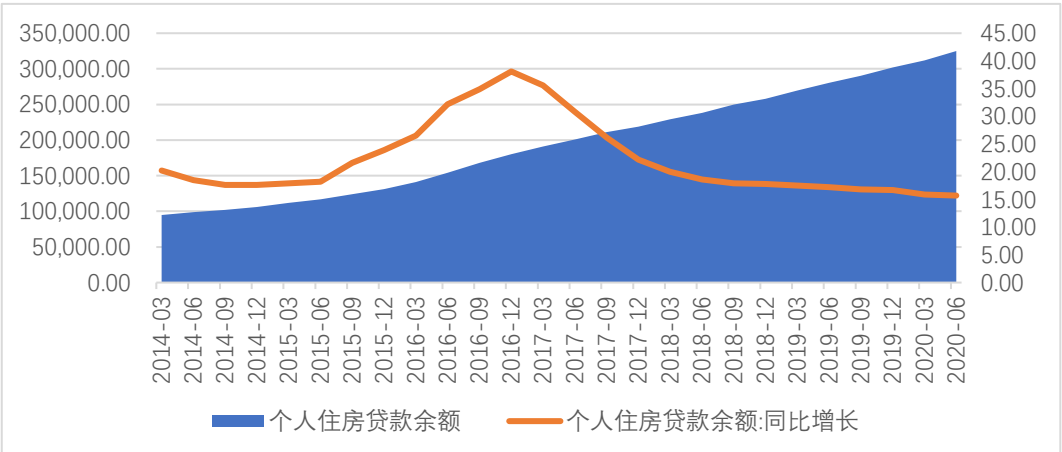
3、贷款方式相对灵活等。

二、房抵贷业务市场环境分析

（一）房抵贷业务市场需求

经过近 20 年的发展，房地产已经成为国民经济的重要产业，同时房产也成为国内家庭最为主要的资产。

图表、个人住房贷款余额（亿元）



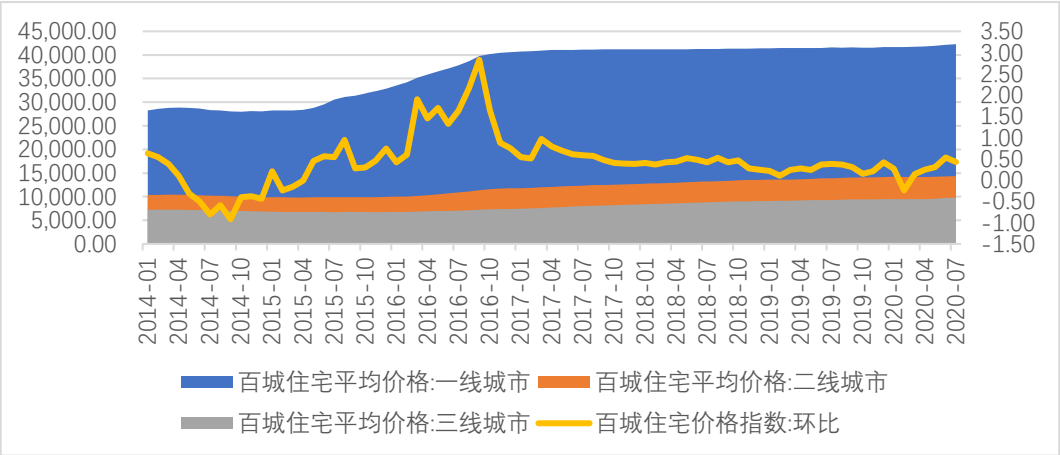
资料来源：Wind,西部担保研发部

庞大的房产所对应的资金量需求非常巨大。从 2014 年 3 月到 2020 年 6 月，个人住房贷款余额即从 9.5 万亿元达到了 32.5 万亿元，年平均增长超过 10%。以 180 万亿元的存量房市场规模来看，我国个人住房贷款规模约 32.5 万亿元，金融化率约为 18.06%，与美国的 45%金融化率相比，我国的房屋市场金融化率还有很大的提升空间，也意味着存量房市场抵押融资前景广阔。

（二）住宅市场价格波动情况

如下图所示，百城新建住宅均价累计涨幅为近五年同期最低水平，3 月以来涨幅小幅扩大，但整体维持在低位区间。2020 年 6 月，百城新建住宅均价 1546 元/平方米，同比上涨 3.16%，环比上涨 0.53%，涨幅连续 36 个月在 0.6%以内。

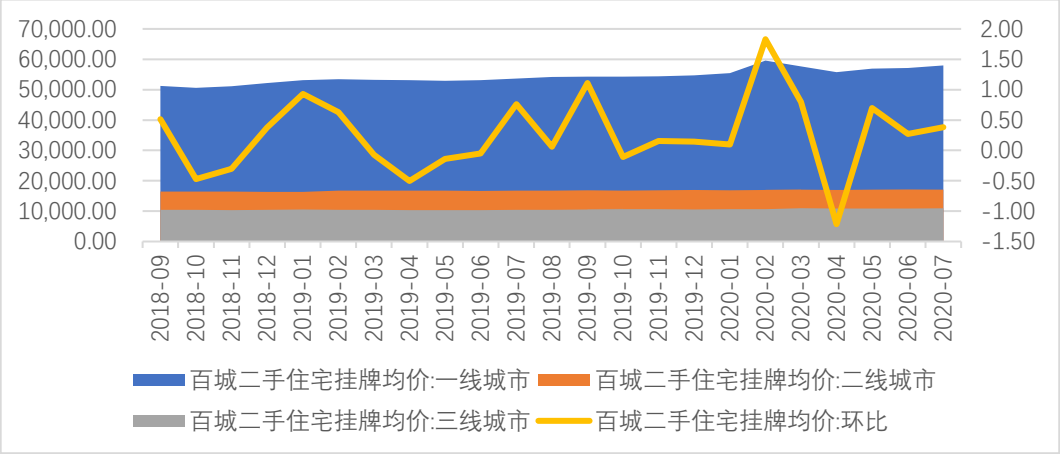
图表、百城新建住宅价格走势



资料来源：Wind,西部担保研发部

如下图所示，今年 4 月百城二手住宅均价累计降幅达近 3 年来最大。随着中央和地方政策逐渐显效，二手房市场有所回暖，二手房价格环比小幅回升，到 2020 年 6 月百城二手住宅均价 15301 元/平方米，同比上涨 2.34%，环比上涨 0.30%，新房市场转暖情况明显好于二手房市场。

图表、百城二手住宅价格走势



资料来源：Wind,西部担保研发部

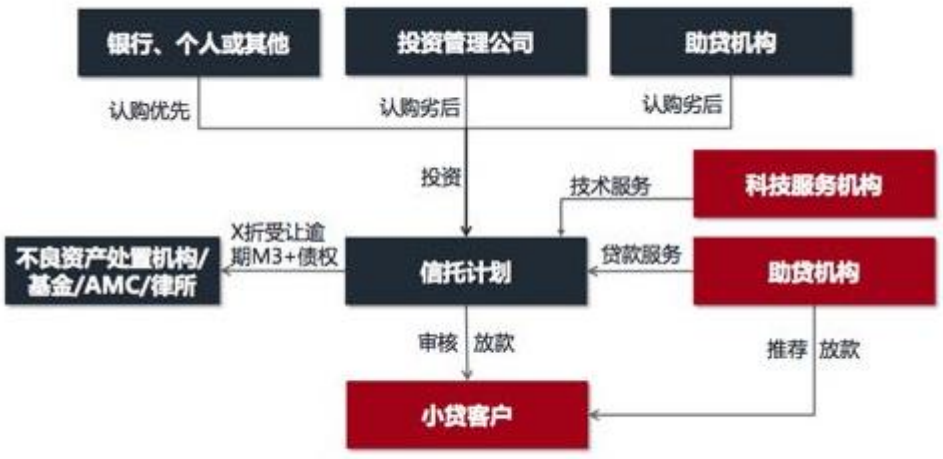
总体看，我国以住宅开发销售为主的房地产行业由增量市场逐渐转向存量市场，房地产需求进入平稳期。依赖于房价增长变相提升房屋抵押率的风控思路已不再可行，楼市调控政策引发的房价波动风险将是房抵贷业务助贷机构及资金方主要面临的风险。从控制处置风险角度考虑，建议适当降低房产抵押率。

三、房抵贷业务商业模式

（一）房抵贷业务交易结构

助贷机构参与下，一个产品完整的交易结构通常是，银行、信托等资金方承担认购优先级份额的角色。市场中银行参与者以城商行、农商行以及民营银行为主。认购劣后级份额的主要为助贷机构及其他投资管理公司，对产品承担回购或兜底责任。

图表、房抵贷业务交易结构



资料来源：智信资产管理研究院

助贷机构通过银行、中介推荐或同行转单这三类渠道获取客户资源，结合科技服务

机构如征信公司、大数据服务商提供的数据，对客户进行准入审核风控。银行等资金方可通过信托计划对助贷机构审核通过的客户进行放款，这其中信托必须进行二道风控。在贷后管理环节，一旦客户出现逾期，律所将为房抵贷业务的后续司法处置提供法律服务，而不良资产处置机构如不良基金、AMC 等则会在客户逾期 3 个月后折价受让债权并进行处置，由此形成房抵贷业务链条的闭环。

（二）资金方与助贷机构合作模式

助贷机构在布局房抵贷业务时，无疑都期待未来能够走上资产证券化道路，实现低成本融资以保证业务发展的持续性。但是，一来房抵贷业务与房产相挂钩，同时资金又可能回流楼市，与当前控房的政策要求相偏离，监管部门短期内很难松口。二来业务合规性，特别是催收、处置环节还有不健全之处。所以，目前选择与资金方合作仍是助贷机构快速发展壮大业务规模的主流方式。

1．传统模式

传统模式中，助贷机构推荐合格客户给资金方，收取约 2%左右的推荐费，不承担回购责任。

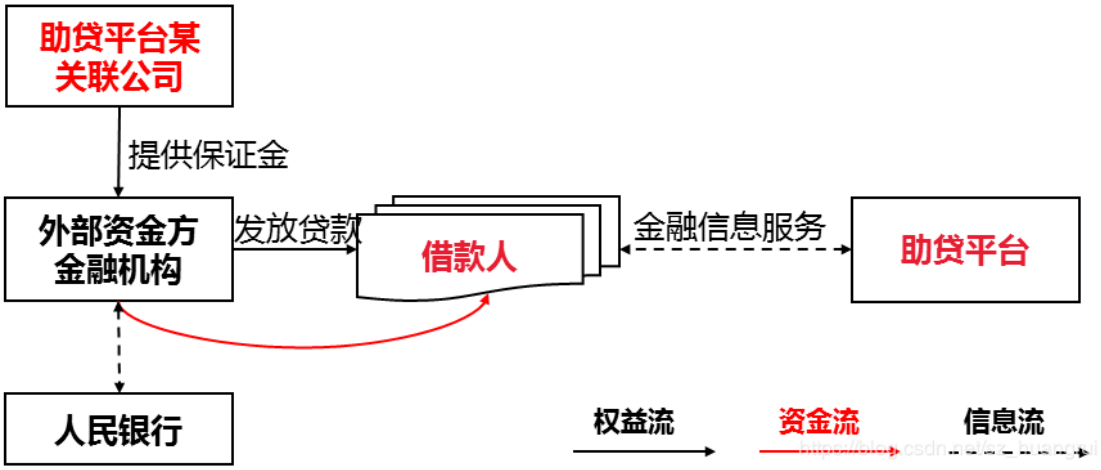
2．保证金模式和保险/担保模式

在实际中，由于传统模式很难满足银行等资金方重担保的传统思路，因此又衍生出助贷机构缴纳保证金或引入保险/担保的模式。

保证金模式。助贷机构或其关联公司需要向资金方按资金方放款金额的 5%-10%缴纳保证金，若坏账过高则助贷机构会相应地提高保证金比例，或回购不良资产，也可能会中止合作来调整风控模型。在发生约定情形时，资金方会直接扣收保证金，由助贷机构进行催收，发起诉讼或仲裁。

在实际运行中，保证金模式存在三大问题：①由于银行资金入表后难以退后，合作结束时助贷机构剩余保证金存在取出困难；②债权批量转让难度大。目前银行表内债权只能批量转让给资产管理公司，对于缺乏资产管理机构承接的助贷机构来说，只能 10 户/笔以下的逐项接受，无疑降低资产包的处置效率。③抵押物一般资金方持有，且资金方为直接放款人，这将导致助贷机构很难确保自身诉讼主体地位。

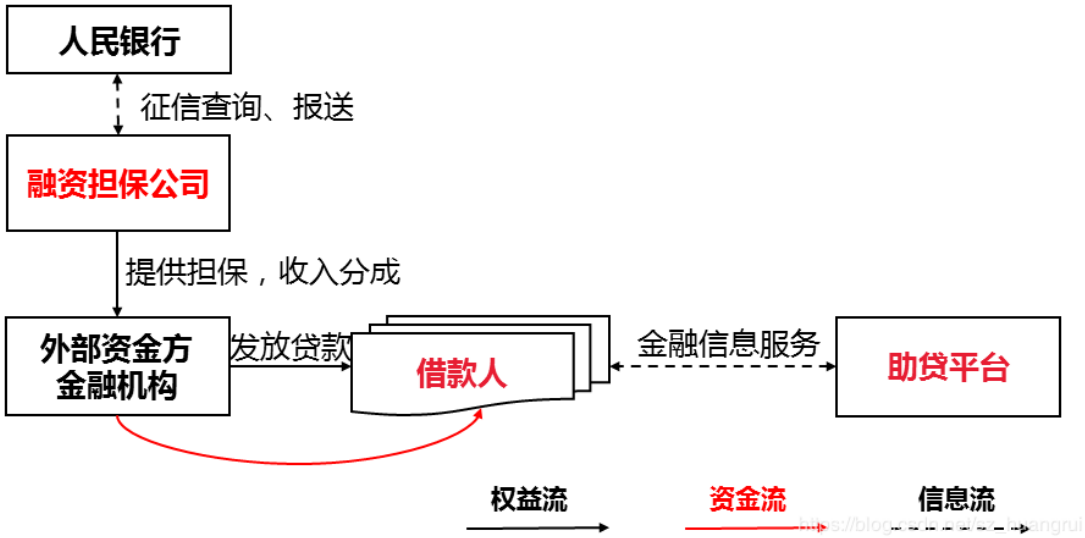
图表、房抵贷业务保证金合作模式



资料来源：公开渠道

保险/担保模式。为解决保证金模式存在的问题，在保证金模式的基础上，助贷机构又引入了保险或担保公司。在这一模式下，助贷机构通过保险或担保公司进行收费，房产抵押权放在保险或担保公司名下，既可以保障助贷方的保证金可退回，又可满足批量债权处置需求。但劣势在于会增加助贷 1%-2%的资金成本。

图表、房抵贷业务保险/担保模式合作模式



资料来源：公开渠道

3．结构化合作模式

除此之外，未匹配资金方资金期限较长且灵活的特点，市场上还存在引入过手摊还机制的结构化合作模式，银行等资金方认购房抵贷产品优先级份额，助贷机构按 1:4 或 1:5 的比例认购劣后级份额。同时，为引入更多资金方以更快做大业务规模，结构化合作模式还延伸出了平层合作模式，资金方由单一的银行、信托等扩展多名投资者，更类

似 ABS 产品。不过，无论是结构化合作模式还是平层合作模式，由于客户还款资金与兑付给资金方或投资的人的还款金额往往难以匹配，所以这类模式一般会在交易结构中安排循环期，将产品期限分为循环期和摊还期，循环期内可重复发放贷款，摊还期内只收不贷。

（三）渠道方与助贷机构合作模式

助贷机构的房抵贷业务来源主要包括直客渠道和渠道方，直客渠道的运营成本较高，规模上量比较缓慢，需要较长时间的市场团队培养以及一定的市场沉淀才能见效，且可能存在道德风险。目前渠道方是主流，获客来源以从事贷款相关业务的公司或个人，如典当行、小贷公司、房产中介公司、民间借贷人等为主，也包括在业务所在地具备司法或政府资源的个人及公司等。为控制渠道方推荐的借款人资信水平及房产质量，解决信息不对称问题，以泛华金融为首的大型房抵贷机构在 2019 年实现了渠道方与助贷机构风险共担机制，要求渠道方按照向其所推荐借款人发放贷款额的 20%缴纳保证金，并对出现逾期或坏账的贷款承担最终的兜底或不良资产处置责任。

（四）房抵贷不良资产处置

在资金方与助贷机构房抵贷业务合作中，很大概率会面临不良资产的处置，这是与纯信用类消费贷款不同的一点。目前，房抵贷资产出现后的处置方式主要有三种：①和客户协调解决或者转贷到其他机构；②帮助客户找到匹配的下家并出售房产；③才是通过司法途径解决。由于房抵贷业务在办理时通常会签署强制执行公正，所以司法途径解决的主要难点是在法院执行局的工作效率上，一般处理周期在 8 个月至 1 年左右，处置时间较长。所以尽管签订强制执行公正，但仍较少采用司法途径。

目前，在渠道方与助贷机构风险共担机制下，由于房产抵押率一般在 6 至 7 折左右，渠道方通过私下承接不良资产，具有很大的利润空间。同时，渠道方一般在当地均有一定资源，并且会和多家助贷机构进行合作。由渠道方帮助借款人转贷，或是由渠道方自行回购房产、消化不良资产的方式采纳的较多。

四、资金方如何控制房抵贷业务风险

从风控逻辑看，现金贷、教育贷、医美贷等线上消费类贷款的平均贷款金额（件均）不超过万元，如果助贷公司发放的贷款数量足够多，风控标准经过检验且稳定的话，会符合大数定律，不良贷款率会收敛于某一区间内。但是房抵贷业务主要集中在一、二线城市，件均在百万左右，中小型经营房抵贷业务的助贷机构月均贷款笔数不会超过千笔，

很难适用大数定律。而且，也由于件均较高，单笔贷款的逾期或坏账很容易放大贷款组合的逾期率或不良率。因此，从目前的发展现状看，房抵贷领域还没有出现与其业务特定相匹配的风控模式，对房抵贷抵押资产的质量审核是房抵贷业务的主要风险控制手段。互联网金融的四个关键节点是获客、运营、风控和资金，对房抵贷助贷机构的审核大抵也离不开这四个方面，此外，如上所诉还要加上对抵押房产的审核。

（一）抵押房产风险控制

由于助贷机构普遍弱化对借款主体信用风险评估，房抵贷业务的核心还是在抵押房产上。目前，助贷机构展业均以一、二线城市为主，这类地区受到房产调控政策的严格约束，部分一、二线城市的楼市，如厦门等地面临房价巨幅波动风险，加上还有地方特殊调控政策造成的流动性风险。因此，资金方对房抵贷风险控制的第一道关是抵押房产的选择。

资金方对抵押房产的风险控制，一是细化房产类型准入原则。可以选择仅接受 70 年产权的住宅或公寓。别墅、大平层高端住宅、商铺类房产、以及产权交易受限的央产房、小产权房、军产房均建议禁止准入。二是针对地段、楼龄、楼层、价格、入住率等因素设置不同抵押率。低楼层和高楼层的价差一般在 5%到 10%之间。同一片区的 30 年楼龄和 20 年楼龄的户型，价差也可达到 10%左右。而即便是一个城市，也会因为区域的不同，而有不同的房价走势。可按上述因素进行更加细化的分层，从而实现更精细化的准入标准。三是对存在限售政策的，或是房价保障暴跌的城市建议禁入，如无锡、南京、厦门等地。四是针对一、二线城市一手房、二手房波动大或房价下行风险，资金方可要求助贷机构适当降低抵押率 5%-10%，这样如若出险也可通过处置产生的收益来覆盖损失。

（二）渠道风险控制

如上所述，助贷机构的房抵贷业务一是来源于直客渠道，二是来源于渠道方，一般以渠道方为主。在助贷机构与渠道方的合作中，一是可能会利用客户对利率的不敏感将本该缩减的利息成本私下加回给客户，或是向客户收取“砍头息”(即给借款者放贷时先从本金里扣除一部分钱)，甚至有私下提前解押的情况。

为此，资金方对渠道风险的控制一方面可以要求渠道方、客户、助贷机构签署多方承诺，无利息外其他费用收取；二是严格控制他项权证和房本，可由资金方自行保管。

（三）客户信用风险控制

房抵贷业务的风控思路与传统信贷相差不大，一是对客户第一还款来源的审核及评估；二是对第二还款来源即客户抵押房产的价值评估。

对第一还款来源的评估，助贷机构信息获取主要来源于征信报告、公开渠道查询的负面信息及多头数据。如前文所述，因为件均高导致的笔数少，不符合大数定律以及房抵贷业务很难归类到某类场景，互联网风控模型在对客户信用风险识别方面的作用实际非常有限。资金方的重点还是应在对助贷机构数据来源的合规性上。

对第二还款来源的评估，是助贷机构下功夫的重点，主要是通过线下实地考察、通过中介问询确定评估价格以及接入评估公司进行线上评估两种方式，选择两者中较低价确定最终评估价格。对此，建议资金方的考核重点一是对接入评估公司的考核，确定是否国内领先评估机构，评估范围是否能覆盖主要一、二线城市，以及其细化程度，最好具体到某小区都有对应的评估值。二是考察助贷机构是否安排了价格复核岗，以防范一线人员的道德风险。

（四）贷后监管风险控制

贷后监管是互联网助贷机构在展业过程中面临的主要难点。一是客户贷后资金的用途监管问题。银行资金方受益于受托支付的账户体系优势，还可在一定程度上实现监管，但对于其他非银机构来说，只能要求客户提供资金流水或发票等单据，而这些单据一旦造假，机构也很难实质性地监督其实际资金用途。二是贷后监管落实问题，由于笔数规模与助贷贷后监管人员数量的不相匹配，助贷机构很难真正下户去落实客户现状。通过线上评估系统根据当地城市房价的变化对房产进行复估，实时评估房产价值是否还足以覆盖成本，是助贷机构贷后监管的主要手段。

对此，资金方在与助贷机构合作时，一是压实对客户贷后资金的用途监管，可要求助贷机构在房贷后1个月内提交客户相关用款凭证，做好资料留存。发现违规进入楼市、股市时，可要求客户提前还款。二是，要求助贷机构做到实质性贷后监管，可酌情将下户频次做到半年一次，但每月均因进行电话沟通以及时了解客户收入状况，以便必要时优先保全抵押房产。

（作者：西部（银川）担保有限公司 研发部）

热点聚焦

基金

公募销售新规落地十万亿级市场转向“重产品”

事关 18 万亿元的公募基金销售新规落地。

证监会近日发布《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法》（下称《销售办法》）及配套规则，自今年 10 月 1 日起施行。

新的《销售办法》及配套规则不仅对行业诟病的高比例尾随佣金、赎旧买新、贬低同行的营销手段等进行了规范，并且在提高针对基金销售机构的规范经营要求的同时也加大了扶优劣汰的力度。

最新统计显示，截至 7 月末，我国境内 143 家基金管理人共同管理公募基金资产净值合计 17.69 万亿元。

公募销售新规落地

近年来，随着资本市场改革的持续深化，基金市场环境发生较大变化，老的《销售办法》已不能完全适应行业发展需要，需适时予以调整。

因此，监管对公募基金的《销售办法》进行了相关修订。

“本次《销售办法》的修订是在整个社会各行各业的数字化浪潮中，在资管行业落实资管新规的背景下出台的，也是在净值化产品正逐渐成为资管行业主流产品的重要时间节点上推出的。”盈米基金 CEO 肖雯表示。

第一财经注意到，此次《销售办法》及配套规则修订主要涉及以下内容：一是强化基金销售活动的持牌准入要求，厘清基金销售机构及相关基金服务机构职责边界；二是优化基金销售机构准入、退出机制，着力构建进退有序、良性发展的基金销售行业生态；三是夯实业务规范与机构管控，推动构建以投资者利益为核心的体制机制；四是完善独立基金销售机构监管，促进独立基金销售机构专业合规稳健发展。

“提高了针对基金销售机构的规范经营要求的同时也加大了扶优劣汰的力度，对于行业的长期和规范发展起到了巨大的帮助。”业内人士对此表示。

在肖雯看来，这次出台的相关法规及时地响应了市场的需求，一方面鼓励更多相关机构从事到公募基金销售的行业中来，另一方面也对于从事基金销售业务的相关机构提出了更高、更明确的规范运营的要求，对于整个资管行业的长期规范发展将会起到重要的推动作用。

值得一提的是，之前的管理办法中销售机构的退出机制部分是缺失的，行业中部分机构良莠不齐，也出现了销售各类不符合资质产品的现象。

“在新办法的退出规则生效后，行业中会加速淘汰不符合要求的销售机构，鼓励了行业中扎实从事公募基金产品销售的机构，更加突出了扶优劣汰的作用，也促进了公募基金标准化产品的发展。”肖雯说。

另外，新规也指出，不得出现“诋毁、贬低其他基金管理人、基金托管人或者基金销售机构，或者其他基金管理人管理的基金”。

此前，一张关于基金产品的宣传材料将多家基金公司的基金经理以及管理的产品分在四个象限。其中，某基金旗下的两只基金被分在了综合表现最好的象限中，而其他几家基金公司的产品则分列在表现比较一般的象限中。也就是说，该宣传材料通过贬低同行、抬高自己的做法进行产品营销，引来基金圈的热议。

业内人士称，随着互联网传播手段的愈发丰富，基金公司也试图通过不同方式增加客流、强化营销。这本无可厚非，但一些基金公司在营销中有意或无意间走到了灰色地带，急需监管部门进一步加强基金销售的合规管理。

此次新规也明确表示，基金产品的募集上限、比例配售等安排，可以在宣传推介材料中作为风险提示事项予以列示说明，但不得以不同字体、加大字号等方式进行强调，不得作为销售主题进行营销宣传。

尾随佣金上限 50%

在多位受访业内人士看来，一个特别需要注意的点是，在《销售办法》的配套规则中，对于行业一直以来诟病的尾随佣金也给出了明确意见。

规定指出，基金管理人与基金销售机构可以在基金销售协议中约定，依据基金销售机构销售基金的保有量提取一定比例的客户维护费，用于向基金销售机构支付基金销售及客户服务活动中产生的相关费用。其中，对于向个人投资者销售所形成的保有量，客户维护费占基金管理费的约定比率不得超过 50%；对于向非个人投资者销售所形成的保有量，客户维护费占基金管理费的约定比率不得超过 30%。

“尾佣比例较高是公募基金的一个痛点。监管出台这样的规定后，对于基金公司自然是好事，在一定程度上能减少支出，特别是对本身生存状况就不佳的中小基金公司来说更是如此。”深圳某中型公募基金高管对第一财经表示。

“现在有的尾随佣金超过了50%甚至到了60%、70%，限制住高尾随佣金的现象，一些销售平台未来这部分的收入肯定就下降了。”北京某公募基金营销策划人士也告诉第一财经。

第一财经了解到，综合来看，新发基金常收取60%~80%的尾佣比率（银行渠道更占优势），存量基金收取的尾佣比率在30%~50%（互联网渠道更占优势）。

一般来说，尾佣比率通常与渠道实力和基金产品相关，渠道话语权强的代销机构（如银行）和自身渠道能力较弱的基金公司被收取的尾佣比率也更高。

事实上，由于更高的尾随佣金制度，基于利益考核，渠道默许甚至是鼓励客户的“赎旧买新”，随着销售办法新规对尾佣制度作出规定，买新赎旧这一现象将有所缓解。

“公募基金行业中，销售环节和资产管理环节都是不可或缺的部分，相互促进发展。本次办法对与尾随佣金比例上限进行了限制，是考虑了销售与资产管理环节双方的利益均衡，以更好地促进了公募基金行业长期发展为目的。”业内人士也对第一财经表示。

行业竞争将加剧

根据证监会披露的数据，共有425家机构持有基金销售牌照，其中商业银行154家，证券公司103家，期货公司27家，证券投资咨询机构9家，保险公司5家，保险代理公司和保险经纪公司5家，独立基金销售机构122家。

肖雯告诉第一财经，《销售办法》明确了设立独立基金销售机构的要求和标准，未来有助于接纳更多互联网新兴机构经过申请获得牌照从而从事公募基金销售业务。

“在当下全社会数字化进程飞速发展的过程中，基金销售机构作为公募基金产品和客户的最后一公里，在规则明确后，通过增加数字化机构在独立基金销售机构中的比重，从而增加数字化的客群，扩大公募基金的客源，对促进行业发展起到了巨大的推动作用。”肖雯对第一财经称。

“据我所知一些基金公司互联网渠道保有规模占比已经超过公司总规模的1/3，而银行渠道的规模占比则不足1/3。”上述北京公募基金人士表示。

第一财经也注意到，本次修订支持基金管理人/销售机构规范利用互联网平台拓展客户，表明了监管对于基金与互联网平台合作拓客的肯定态度。并且《销售办法》明晰了持牌基金销售机构的业务范围，明确了基金销售机构与互联网平台合作的业务边界和底线要求，支持基金公司和基金销售公司规范利用互联网平台拓展客户，显然这对于持牌机构和互联网机构的合作给予了更大的发展空间。

“预计随着头部流量巨头的逐步加入，行业竞争将加剧。”东吴证券也称。

“本次办法规定，独立基金销售机构只限于销售公募与私募产品，同时在资管新规的要求下，各大基金销售机构能够更集中精力于以公募基金为代表的标准资管产品的销售中，真正起到了正本清源的作用。”肖雯进一步表示。

（文章来源：第一财经日报）

解读：

今年以来，线上直播卖基金花样翻新，限额配售式的“饥饿营销”、诱导交易的“赎旧买新”，层层包装的“明星经理”、选择性宣传的“短期业绩”等乱象时有发生，互联网销售平台在成为基金主要销售渠道的同时，其引发的销售乱象也愈演愈烈。随着资管新规的出台，权益基金的大发展，以及基金销售渠道的大变革，旧有的《销售办法》已不能完全适应基金销售行业的发展需要。在此背景下，诞生于数字化浪潮中的《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法》（“《销售办法》”）在对基金与互联网平台合作拓客给予了肯定态度的同时也明晰了持牌基金销售机构的业务范围，明确了基金销售机构与互联网平台合作的业务边界和底线要求，给基金的互联网销售系上了“安全带”，为基金行业的大发展“再添一把火”。

保理

监管持续收紧 规范商业保理行业平稳发展

近一段时间，各地方金融监督管理部门对商业保理监管持续收紧，以促进行业风险出清、规范发展。

继天津市地方金融监督管理局于 6 月底发布了对 31 家辖内商业保理企业《责令整改通知书》的公告之后，深圳市地方金融监督管理局在 7 月也召开了深圳市商业保理行业清理规范专题会议，提出未来将从减量增质、建章立制、分类监管、行业自律等四个方面持续推动商业保理行业健康发展。

目前，我国商业保理经历了初创期高速发展后，无论是企业数量、业务规模都得到了飞跃式发展。根据行业发展的周期性特点，现已进入规范发展和高质量发展的成长期。而随着国内外市场变化，诸多商业保理企业也面临着经营成本高、资金链紧张等问题，甚至出现一些合同违约、坏账等情况。防风险、促发展成为眼下商业保理企业面临的“必选题”。

业务风险不容忽视

商业保理作为促进中小企业融资的一种重要工具，风险防控是其业务环节的重中之重。目前来看，商业保理风险主要集中在信用、法律及操作三个层面。信用方面容易出现欺诈、拖欠和坏账等情况，伪造电子商票便属于此类。法律层面则容易在应收账款合法性、合同瑕疵及转让方面产生风险，此外在业务操作上也会产生相应的风险。

近年来商业保理在取得快速发展的同时，保理合同纠纷也呈快速上升趋势。据最高法院统计，从 2014 年到 2017 年，全国各级法院保理案件累计受理数量超过 1 万件。中国服务贸易协会商业保理专业委员会分析认为，引起商业保理纠纷的常见原因除了保理合同效力问题、是否构成保理认定及债权转让等之外，融资利息、违约金成本、电子证据的认定问题等也容易造成争议和纠纷。

一方面，保理纠纷案件增多反映出公司在业务风险防范方面仍有较大提升空间。另一方面，一些供应链金融风险“暴雷”事件也引起商业保理企业高度关注供应链金融中的贸易欺诈风险。如 2019 年 7 月诺亚财富“踩雷”承兴国际事件以及 2018 年的辉山乳业、上海华信等一系列风险事件中，相关保理公司也陆续暴露出一些风险管理问题。

行业规范程度提升

为了更好防范和化解风险，规范商业保理企业行为，金融监管层持续加强监督管理，压实监管责任。

银保监会在去年 10 月下发的 《关于加强商业保理企业监督管理的通知》（以下简称《通知》）中明确指出“各金融监管局具体负责统一归口监管”，具体监管职能落地于各地方金融监督管理局，也便于地方因地制宜。在《通知》指引下，全国多个省市已开展商业保理企业的清理规范工作，对“空壳”“失联”等非正常经营企业以及从事现金贷、套路贷等违法违规企业进行集中治理。

如深圳市，继今年 3 月份公示 5238 家疑似“失联”商业保理企业之后，于公示期结束后对名单进一步核实、调整。7 月份公示了第二批失联商业保理企业名单，共 600 家。

作为全国商业保理行业聚集地，深圳市商业保理企业众多，自 2012 年试点以来，共为上百万家中小微企业盘活了近两万亿元应收账款。据统计，截至 2020 年 6 月，深圳市商业保理企业总数 6182 家，约占全国 60%；年业务规模达 6000 亿余元，占全国 50%以上，连续 5 年保持 30%以上增速。

中国服务贸易协会商业保理专业委员会分析认为，待非正常经营企业清理完成后，行业风险乱象得以整治，商业保理企业数量会大幅减少，企业的综合业务素质和管理水平也会得到质的飞跃。此外，一些原来基于核心企业业务的公司，为能够规范化合规经营，也会通过并购、国内双保理、再保理等模式加快调整，商业保理市场化业务比例也将提升。

加强风险管理

业内人士认为，除了持续推进监管之外，商业保理防范风险、健康发展还离不开法律征信体系的完善以及行业组织、商业保理企业的共同努力。

今年 7 月发布的《国务院关于做好自由贸易试验区第六批改革试点经验复制推广工作的通知》明确，对于成立时间超过一年、经地方金融监督管理局推荐、通过中国人民银行派出机构审查的商业保理法人企业，可以以专线直接接入和互联网平台方式接入央行企业征信系统。

推进商业保理企业接入人行征信系统，将失信行为纳入征信体系，将给商业保理企业防范业务风险带来重大利好。8 月 10 日，中国服务贸易协会商业保理专业委员会发布

通知称，将选拔推荐一批具有一定实力，经营业绩良好的商业保理企业，并在央行征信中心协调指导下，尽快实现央行征信系统接入。

从法规政策来看，随着民法典将商业保理合同作为有名合同纳入到合同编，保理业务实现了从无名合同到有名合同、从依债权转让一般规定到有专门法律条款可依的历史性突破。同时，保理合同章还针对保理业务实践，明确了对保理人的保护性规则，控制了虚构应收账款风险、基础交易变更风险、双重融资风险等三大风险，这都将极大利于司法裁判，有助于降低业务纠纷。

此外，对于商业保理企业自身而言，应该加强风险管理，严格防范各种风险的发生，建立基于主体评级和债项评级相结合的风险防控体系，此外，还可以利用大数据区块链等技术，确保保理融资的交易真实性，加强事中事后的风险防控，减少违约事件的发生。而行业组织也应协助商业保理企业提高风险管理水平，加快建立行业信用信息交换和约束机制，打造一个高效、健康的信用环境。

（文章来源：中国基金报）

解读：

我国商业保理经历了初创期高速发展后，无论是企业数量、业务规模都得到了飞跃式发展。但是，在行业快速发展的过程中，诸多商业保理企业也面临着经营成本高、资金链紧张等问题，甚至出现一些合同违约、坏账等风险事件。目前来看，商业保理风险主要集中在信用、法律及操作三个层面。信用方面容易出现欺诈、拖欠和坏账等情况，伪造电子商票便属于此类，是商业保理的主要风险。法律层面则容易在应收账款合法性、合同瑕疵及转让方面产生风险，此外在业务操作上也会产生相应的风险。为此，为了更好防范和化解行业风险，规范商业保理企业行为，一方面金融监管层持续加强监督管理，压实监管责任；另一方面要加快推进商业保理企业接入人行征信系统，帮助商业保理企业防范业务风险。此外，对于商业保理企业自身而言，应该加强风险管理，严格防范各种风险的发生，建立基于主体评级和债项评级相结合的风险防控体系，利用大数据、区块链等技术，确保保理融资的交易真实性，加强事中事后的风险防控，减少违约事件的发生。

2020，中国手机大变天

2020 年，是中国手机行业充满变数的一年。在今年有很多我们意想不到的事情发生。

由于美国对华为的封杀，导致麒麟芯片或将成为绝唱，而最近有报道称，联发科也将逐渐减少对华为的芯片供应，此消息一出，加重了华为在手机业务方面的艰难程度。

与此同时，小米在整个 2020 年却动作频频，其高端旗舰机的价格也一路上探至 5000 元大关。

然而令人出乎意料的是，2020 年已经过去三分之二，OV 的市场仍在不断萎缩，声音也越来越小，而主打性价比的 IQOO 和 Realme 声量却在不断上升。

近期，一加创始人刘作虎回归 OPPO 的消息不胫而走，随即，一加方面回应称，刘作虎担任欧加控股高级副总裁，全面负责欧加旗下产品规划与体验。同时，他仍是一加的创始人和 CEO。

纵观整个国产手机行业，华为这只领头羊似乎为其它品牌指明了方向，也顺便成为了国产手机行业发展的“奠基石”——对于任何一家厂商来说，在自研芯片方面无疑都是重中之重。

从 2010 年到 2020 年，国产手机的发展状态或许可以用“痛并快乐着”来形容，但这种状态在 2020 年戛然而止。

在这一年，中国手机行业彻底变天了。

01 进攻

八月底的一天上午，刚刚下过一场雨，王元准时地打开了店铺的卷帘门，尽管疫情已经过去，但冷清依旧。

王元在河北石家庄经营着五家手机店铺，其中 2 家华为，1 家小米，2 家 OPPO，在他这间华为店铺的旁边便是一家小米的门店——这家专卖店大门紧锁，屋内早已空无一物，门上贴着转租电话。

在这里，红橘绿蓝映衬着街道，好似霓虹灯组合，华为、小米、OPPO、vivo 的店面琳琅满目，有刚刚装修一新的新店，也有经营了几年的老店，但他们从门头的招牌来看并无区别。

作为河北的省会，同时也是华北地区除北京之外的又一电子产品中转地，石家庄顺理成章地成为了华米 OV 争夺的地盘，也成了共同的线下突破口。

精彩推荐

在中国手机市场不断萎靡加之疫情突袭的2020年，“线上+线下”双战略不得不成为了每家手机厂商的必选项，仅仅依赖于单一渠道已不再可行。

“他家疫情刚好些的时候就搬走了，大概五月份那样，我跟那家店主很熟，他有3家小米店，他说小米现在卖不动了，要整合一下店铺。”王元告诉「Wise财经」，由于小米在2019年的表现不佳，已经有很多经销商陆续合店，关闭不挣钱的店面，以节省成本。

“我们这条街上做华为的应该是最多的，其次是OV，小米很少。”王元说道。但这种情况引发了「Wise财经」的好奇，从线下战略来说，小米是很容易突破二线城市的，但在这里却有些反常。

小米财报显示，第二季度收入为316亿元，同比下滑1.2%，智能手机销售量为2830万部。据Canalys统计，2020年第二季度小米的全球智能手机出货量继续稳居全球前四，市场占有率10.1%。

“小米店铺的减少主要是因为华为在2019年不断进攻线下导致的。”同在河北石家庄的经销商张爽说，由于华为在线下市场的大力补贴，导致经营小米店铺的经销商们不断收缩，转战华为。

一场全国争夺战就此拉开。华为在去年中期不断发力，逐步加大了门店的开店数量和营销力度，华为和荣耀开始不断地登上各大媒体头条，这导致了各大品牌的线下门店的不断变化与洗牌。

华为终端CEO余承东一直都在谈论线下渠道的重要性，即使在小米互联网模式如日中天之时，余承东也认为，线下渠道不可或缺。

2018年下半年，华为的市场渠道和布局已经基本成型，甚至有些省份的占有率已和其它品牌半分天下，甚至在不断挤压着小米、OV的市场。

“余承东是很敢干的，虽然小米开创了线上模式，但他觉得线下渠道仍然是不可替代的一部分，OV有些东西是值得我们学习的。”一位华为内部人士对「Wise财经」说道。

在整个市场战略中，目前已经形成了华为主打线下，荣耀主打线上的格局，而在荣耀内部，与小米对抗一直是老生常谈的话题之一。但现在看来，荣耀已经不再视小米为敌。

“我认为荣耀不用去打小米也可以活得很好，主要是依靠于华为的支持，小米和华为本身就不在一个量级上，现在通过中美贸易事件，更多的人认识了华为，当然也不能完全说小米不占优势，像性价比和 IoT 生态就是小米的优势。”一位手机行业分析师说道。

“华为的攻势很猛，2018 年下半年开始，华为在全国范围内开始大面积铺线下渠道。华为最爱挖 OV 的人，因为他们懂线下。”张爽说道。

华为对于线下店的扩张方式一般是与一些小型连锁或个体经销商进行合作，货源由国代负责，经销商们则自负盈亏。

对于华为经销商来说，一般分为国代、省代、市代，国代级别一般为天音、爱施德、中邮普泰等一级国家代理商，省代则是一些省份的总代理，再往下则是更加细分的市级代理商，他们负责与各大经销商联络负责供货。

在拿货价格上，则会经历层层加价。比如一台手机的售价为 1999 元，国代的价格是售价的三分之二，到了终端经销商手中时，通常只会比官网便宜 100-200 元左右，并且，这个价格还会随着时间推移而逐步下降。

02 涨价

因受美国对华为的制裁，麒麟芯片或将成为绝唱，余承东也在公开场合表示，由于台积电无法为华为继续供货，因此麒麟芯片要成为“绝版”。

王元近期观察到，多款搭载麒麟芯片的手机在悄然涨价，涨价范围在 300-500 元不等。“华为出现溢价在现在来说是比较正常，但像 Mate 30 系列已经是开卖了一年的机器了，这个时候出现涨价不合情理。”

包括张爽和杨志刚在内的多位华为经销商也注意到了这个现象。“据说卖一台少一台了，以后不再有麒麟芯片的手机了。”

麒麟芯片断供一度成为经销商们热议的话题，价格浮动之大甚至超过了新机刚刚上市时。在不少经销商的朋友圈中写道，“华为手机一天多个价，下单前请详细询问。”

目前，华为在北京地区的缺货情况依然存在，而在河北地区，供货情况却比较稳定，但价格已经陡然增加了 300-500 元。

不过，像搭载 MTK 或高通处理器的手机型号的涨幅却不明显，甚至没有出现大范围涨价，由此可见市场整体对于华为芯片断供事件的反应较大。

深圳华强北经销商韩冰告诉「Wise 财经」，华强北地区有很多档口的商家都在囤货等涨价，而他自己也囤了大约 50 台左右的 Mate 30 系列和 Nova 7 系列机型。“有的老板囤了 100 来台机器，两周赚百万不是问题。”

韩冰说，像这样大规模囤货的场景发生在国产手机身上是第一次遇见，再往前则是十年前的 iPhone 4 发售之时。“炒手机跟炒股票一样，玩的都是心跳，今天涨了 100，明天没准就能涨 50，现在行情极不稳定。”

通常，在下一代新机发售之前，经销商都会进行一次调价，但现在不仅没有调价反而涨回了去年的价格。

“今年所有的厂商都不怎么给力，华为虽然品牌已经够硬，但这次断供事件给经销商带来了不少压力，小米的硬功夫不强，利润基本都指 IoT 产品，OV 平淡无奇，没亮点，销量都没超过小米，旗舰机定价太高一些人就去买华为了。”王元总结了今年手机市场的情况，摇了摇头。

03 变化

小米在近期的股价飞速上涨。有市场分析人士将此解读为，由于华为带来的影响，因而导致小米股价不断冲高。毕竟在整个市场中，小米一直视华为为眼中钉，华为的手机业务一旦出现问题，所以人的目光自然地落在了小米的身上。

但在 2020 年第二季度的出货量中，小米却不及 OV，排名第四。

据 IDC 发布的 2020 年第二季度中国智能手机出货量报告，华为出货量 3970 万部，市场占比 45.2%，同比上涨 9.5%；小米出货量 910 万部，市场占比 10.4%，同比下滑 21.9%；OPPO 出货量 1410 万部，市场占比 16%，同比下滑 22.7%；vivo 出货量为 1500 万部，占据市场份额的 17.1%，同比下滑 18%。

通过数据可以看出，目前出货率还在不断上涨的只有华为，小米、OPPO、vivo 均出现了不同程度的下跌。

手机销量下滑一直是业内不争的事实，但小米却在销量上一直没有太大的提升空间。

“其实不仅是小米，OV 也是如此，从 19 年初就开始了，尤其是今年上半年更加明显。”王元说，小米的问题主要在于创新力的不足导致了消费者不在更换小米手机，更多人是冲着性价比而来，而 OV 则是由于低配高卖，部分消费者被小米所夺去。“消费者不可能永远都是小白，他们知道哪个性价比高。”

安徽小米经销商尹冉告诉「Wise 财经」，小米的优势依然存在，只是在于中低端机型之上，小米的高端机型卖得并不理想，这是大家有目共睹的。“我感觉小米目前的心思在 IoT 上，而不在手机。”

一位二手手机渠道商透露称，小米 10 系列在二手市场的流通量并不高，甚至要低于小米 9 系列。“米 9 的批发量每天大概在 500 台左右，但米 10 系列只有 200 台左右，少了一半多。”

而目前，众多小米经销商的利润收入主要依靠销售 IoT 产品以及电视等家电产品，小米手机为经销商们带来的利润则越来越少。

“在战略上的不断调整会使小米越来越看不清自我，看不清方向，华为虽然是小米的主要对手，但我们的确要从他们身上学习一些东西，不能狂妄的自大。”一位小米员工说道。

有手机行业分析师称，小米的问题在于有时它不正面面对问题，同时在产品战略上的定位也是导致小米无法向高端冲击的原因之一。“米 10 系列其实是用来冲高端的，但很可惜没有冲上去，华为和 OPPO 防得太严了。”

虽然今年 OPPO 在销量上的情况不佳，但其在高端机方面的表现要强于小米并已形成了低中高端机型组合。

“小米正式冲击高端手机，第一款是小米 10。”雷军在小米 10 发布会上用坚定的语气说道。

纵观小米手机的发展史，我们几乎很少能够看到高端机的身影，即便是 MIX 系列也仅在 4000-5000 元范围内游走，而去年，小米本想用 MIX Alpha 打破外界对小米做不了高端的看法，但却因工艺问题而难产，最终沦为 PPT 产品。

可以说，做高端一直是小米心中的一个坎，也一直是它想冲击高端市场的坎。早在小米 MIX 时代其便想向高端市场发力，但最终的效果差强人意。

“MIX 系列停滞了，不过这个系列前两代卖得很不错。”王元告诉我们，MIX 系列从 MIX 3 后已经一年没有发布新品了。

根据 MIX 产品的发布规律，发布周期一般在 6-7 个月，而自从小米于 2019 年 10 月发布 MIX 3 之后该系列产品便一直杳无音信。对于 MIX 系列，雷军曾在微博回应称，MIX Alpha 因工艺问题不会大规模量产，要留足精力研发下一代 MIX 系列。

“MIX 一代让我挣了不少，的确很惊艳，来预定的人非常多。”张爽对于 MIX 第一代发售之时的情景还历历在目。“因为是第一款全面屏产品，大家都想买一部尝鲜，溢价在 200-500 元之间，但后来的 MIX 我没有那种想买的冲动。”

“最早做的一批人基本都能有肉吃，后来就只能喝汤了。”王元说，小米最早让经销商们开店也曾给过种种补贴，以及丰厚的利润，但最后发现有的店根本不挣钱，只好关店。“就像现在的华为，新的分店其实开了不到半年，就遭遇了断供涨价，利润少了一半多。”

现实的冲击不得不让小米下沉。但雷军和小米团队在内心并不认可这种渠道模式，毕竟，小米生来就是为新零售而战，为革命线下渠道而战。另外，小米很早就定下了 5% 的硬件综合净利润的商业模式，它直接决定了小米的未来格局。

低毛利一直是小米所秉承的原则之一，但在线下实体中，这种营收策略也会成为小米的绊脚石，而现在解决的办法也只能暂时依靠 IoT 产品以及周边产品的销售。

04 冲高

近些年，华为、小米、OV 都开始在高端市场上做文章，试图建立起高端化品牌，同时利用一些方式打开万元的售价市场。但对于国产手机品牌而言，高端手机带来的更多是整个手机品牌的调性。

目前，华为在高端占位中不断徘徊，OPPO 也紧随其后，但效果与华为相差甚远，只剩小米没有敢向万元价格中踏入一步。

“华为不光是有自己的芯片，其实也有炒的因素在。从保时捷到折叠屏，它们一直在有意控制出货量，从而造成品牌溢价的产生，树立高端形象。我觉得这次断供芯片涨价在背后也一定有操盘手在掌控。”韩冰说道。

“通过华为断供事件，中国手机产业将会进入新的洗牌期，而在这其中，小米 OV 想要占有华为的阵地，必须要拿出足够惊艳的产品，否则消费者不会认账。”一位手机行业人士分析道。

同时，他认为，任何手机企业都存在短板，需要敌对也需要学习。“像华为就存在生态链产品比拟不了小米的短板，小米则在研发上无法比拟华为，OV 则在生态链和研发上比拟不了华为和小米。”

敌对的状态让大家的精神有些疲惫，尤其对于经销商来说，他们承受着来自各个品牌的销售压力。

“因为华为的量一上来，OV 就不好卖了，我们只能让业务员去追赶销量，没有利润了怎么办，那就卖串货机。虽然也查，但现在查得没有以前严了，因为销量上不来。”尹冉说道。

在安徽，这里曾是 OV 的重镇，但近些年在华为的攻击下，OV 的日子越发的不好过了。“原先是 OV 能占到销售额的一半多，但现在已经调过来了，华为占到了一半多，OV 加起来只有 30%。”

很多经销商发现，华为发起战争后，市场格局突然生变，原先经常购买 OV 的消费者们开始购买华为或者荣耀，OV 突然间不香了。“说实话，从性价比上看，有时候 OV 并不见得比华为好，但华为这几年的售价的确高了很多，我都要买不起了。”尹冉苦笑道。

这对 OV 来说是一个巨大的挑战，在互联网时代，任何渠道与线上优势都不再成为优势，因为对于这些来说，有足够的资金支撑即可实现，但最终的问题是，要用什么来保护自己的品牌，用什么来保护自己的用户。

可以见得的是，华为用自研发芯片和不断创新留住了用户，小米用性价比和 IoT 留住了用户，OV 或许只能用快充留住用户，但快充并不是护城河。

“OV 要加油了，虽然现在排行还在二三，但它现在有些吃老本。希望刘作虎的回归能够帮 OPPO 一把，至于 vivo 也还有可以提升的空间，只是他的动作越来越小了。OV 现在将更多的精力放在了主攻性价比的子品牌身上——iQOO、Realme。”一位手机业内人士说道。

上述分析师称，“IQOO 和 Realme 的意图很明显，是在和 Redmi 抢地盘，但事实是他攻不过 Redmi，因为红米背后有小米撑腰，无论是在价格或是渠道方面，小米均会给予支持，但现在这两个品牌仅仅攻占了线上，线下他们的身影并不多。”

在手机厂商越来越趋同的今天，主要的比拼由单一功能延展为综合实力，谁的短板更少赢的机会就越大。

05 结语

时代一直在变，手机的黄金十年已然过去，创新力逐渐减弱已是事实。

有人说，下一个黄金十年在于 5G，但「Wise 财经」觉得不然，5G 只是通信能力的一次提升，而无法成为让手机再次爆发增长的原动力。并且，5G 是为工业智能化所准备的时代产物，带给消费端的提升力有限。

无论如何，在 2020 年，中国手机行业的确发生了大变天，同时，品牌的打法在不断变化，因为厂商要适应时代所需，产品同样如此。

（资料来源：燃财经）

解读：

2020 年，是中国手机行业充满变数的一年。一方面美国对华为的封杀，导致麒麟芯片或将成为绝唱，受到美国的影响，联发科也将逐渐减少对华为的芯片供应，此消息一出，加重了华为在手机业务方面的艰难程度，同时也推升了华为麒麟芯片手机的价格。另一方面，国产手机增量空间已经见底，很难通过增量来带动销售业绩的增加。可见，手机的黄金十年已然过去，目前，如何应对手机销售困局，寻找新的业绩增长点；如何应对可能来自国外的断供危机，已成为当下各大品牌厂商面临的难题。纵观整个国产手机行业，华为发展似乎为其它品牌指明了方向，也成为了国产手机行业发展的“奠基石”。对于任何一家手机厂商来说，拥有自研芯片无疑都是重中之重。只有增强自身创新力，掌握核心技术，才能通过新产品来吸引客户，增加客户粘性，这样才能保持品牌的长期繁荣。

云数据

[宏观经济]

- 工信部：1-7 月，规模以上电子信息制造业增加值同比增长 6.7%。7 月，规模以上电子信息制造业增加值同比增长 11.8%；通信设备制造业增加值同比增长 13.4%，出口交货值同比增长 9.1%。
- 商务部：今年 1-7 月，中日双边贸易额比上年同期下降 2.2%，降幅比 1-6 月收窄 0.7 个百分点，单月进出口额自 3 月以来恢复增长态势。面对疫情冲击，中日经贸合作体现出较强韧性。另外，此次调整发布的《中国禁止出口限制出口技术目录》，是根据科技发展形势和推动国际科技交流合作的需要，按照国际惯例，对 2008 年《目录》进行的例行调整，不针对具体企业。
- 工信部：1-7 月，全国家用电器行业营业收入 7469.8 亿元，同比下降 12.0%；利润总额 541.2 亿元，同比下降 13.3%。1-7 月，全国规模以上自行车制造企业营业收入 865.2 亿元，同比增长 8.5%，实现利润总额 37.7 亿元，同比增长 28.4%，其中，电动自行车营业收入 472.9 亿元，同比增长 18.3%，实现利润总额 21.5 亿元，同比增长 37.3%。
- 商务部：1-7 月，受新冠肺炎疫情等因素影响，我国服务贸易规模下降，但服务出口表现明显好于进口，贸易逆差减少，知识密集型服务贸易占比提高。1-7 月，我国服务进出口总额 26193 亿元，同比下降 15.2%。其中，出口 10852.7 亿元，下降 1.4%；进口 15340.4 亿元，下降 22.8%。

[政策法规]

- 发改委：《海南自由贸易港鼓励类产业目录（2020 年本，征求意见稿）》公开征求意见。海南自由贸易港鼓励类产业由两部分组成，一是国家现有产业目录中的鼓励类产业，二是海南自由贸易港新增鼓励类产业，包括游艇、邮轮研发、制造、维修保养及配套产业、新能源汽车制造等。
- 发改委：就《西部地区鼓励类产业目录》公开征求意见。四川省新增鼓励类产业包括硅光集成电路芯片、光分路器；石墨烯和纳米碳材料、细结构石墨、生物炭、锂电池负极等新型碳材料的开发及生产；高性能稀土永磁、发光、催化、合金等稀土功能材料及器件的开发、生产及应用等。
- 商务部：印发《关于进一步加强商务领域塑料污染治理工作的通知》。到 2022 年底，全国范围内星级宾馆、酒店等场所不再主动提供一次性塑料用品。2020 年底餐饮业禁不可降解一次性塑料吸管；地级以上城市建成区的餐饮堂食服务，禁止使用不可降解一次性塑料餐具。
- 财政部等三部门：发布《关于 2020 年中国国际服务贸易交易会展期内销售的进口展品税收优惠政策的通知》，对在 2020 年服贸会展期内销售的限额内的进口展品免征进口关税、进口环节增值税和消费税。

[产业信息]

- 中国汽车流通协会：8 月，汽车经销商库存预警指数为 52.8%，环比下降 9.9 个百分点，同比下降

0.5 个百分点。库存预警指数位于荣枯线之上，汽车流通行业景气状况有所改善，但仍处在不景气区间。

- 中国经济周刊：据不完全统计，中国各大养猪企业已发布的在建或将建的养猪项目规模将达 20 亿头，而中国猪肉消费仅 6.5 亿头，未来生猪行业会出现产能过剩，或将面临一场灾难。养猪大户唐人神董事长陶一山表示，猪肉价格拐点就在明年初，随着新一波猪周期启动，生猪产能将面临过剩；早已有圈内养猪大户预测，到 2022 年，国内肉价将跌到 10 块。
- 联合国粮食及农业组织：由于粗粮、植物油和糖价格上涨，8 月份世界粮食价格连续第三个月上涨。粮农组织跟踪月度食品价格的食品价格指数 8 月份平均为 96.1，7 月份为 94.3。该指数从 1 月到 4 月一直在下跌，5 月触底，夏季出现逆转。食品价格的上涨提醒人们，在后疫情时代的世界里，通胀是真实存在的，更糟糕的是，它正在打击贫困家庭。
- 央视财经：玻璃原片的价格大幅上涨，从今年 4 月至今，白玻璃原片的价格就上涨超过 20%，达到了每吨 1900 元。业内人士认为，今年玻璃涨价的主要原因是供应难以满足市场需求。从需求端来看，房地产市场占到玻璃行业总需求的 75%。疫情后的集中开工加大了玻璃的需求量，也提前了整个玻璃行业的生产和销售，这也是玻璃价格上涨的主要原因。

[金融行业]

- 深交所：发布《深圳证券交易所上市公司风险分类管理办法》。按照上市公司风险严重程度和受监管关注程度不同，将上市公司从高到低依次分为高风险类、次高风险类、关注类、正常类四个等级。对高风险类及次高风险类上市公司重点配置监管资源，对其信息披露、并购重组、再融资等事项予以重点关注。
- 央行：发布《参与国际基准利率改革和健全中国基准利率体系》白皮书。下一阶段，中国银行间基准利率体系建设的重点在于推动各类基准利率的广泛运用，通过创新和扩大 DR 在浮息债、浮息同业存单等金融产品中的运用，将其打造为中国货币政策调控和金融市场定价的关键性参考指标。
- 央行、证监会、外管局：就《境外机构投资者投资中国债券市场有关事宜的公告（征求意见稿）》公开征求意见。意见提出，通过直接入市渠道及债券通渠道进入银行间债券市场的境外机构无需重复申请，可直接或通过互联互通投资交易所债券市场。同时，允许同一境外机构将其在 QFII/RQFII 项下的债券与根据《公告》所投资的债券在境内进行双向非交易过户。
- 银保监会：发布《关于实施车险综合改革的指导意见》。引导行业将商车险产品设定附加费用率的上限由 35%下调为 25%，预期赔付率由 65%提高到 75%。引导行业根据商车险产品附加费用率上限、

市场经营实际和市场主体差异，合理设定手续费比例上限，降低一些销售领域过高的手续费水平。

[宁夏财经]

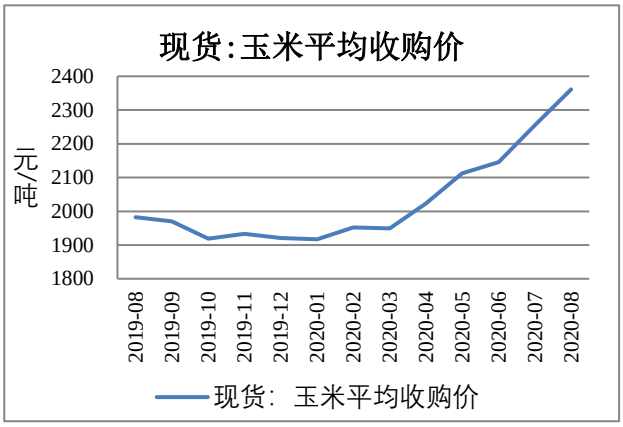
✧ 9月2日，银川市经济技术开发区(以下简称“银川经开区”)发布，经开区28家企业共获得银川市工业创新驱动转型升级奖励资金3469万元。这些资金的获得，为园区企业技术改造、创新突破、智能发展、绿色发展、做大做强提供了保障和支撑。

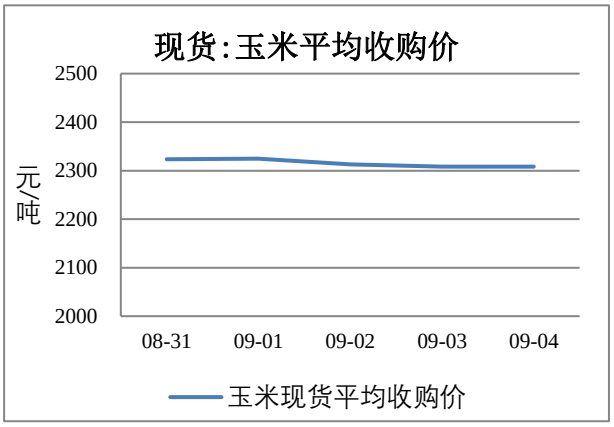
✧ 9月4日，宝丰能源公司与交通银行在宁夏银川市签订《全面战略合作协议》，交通银行将为公司提供“授信200亿元、蕴通供应链业务、结算业务、现金管理、财务顾问、国际业务”等九大金融服务，以实现双方长期合作、共同发展、银企双赢目标。

✧ 9月6日，第27届比利时布鲁塞尔国际葡萄酒大奖赛（Concours Mondial de Bruxelles，简称“CMB”）在捷克布尔诺市正式落幕。同期，国际组委会正式宣布2021年第28届大赛举办权授予宁夏银川。据悉，第28届比利时布鲁塞尔国际葡萄酒大奖赛将于2021年5月下旬在宁夏银川国际会展中心举行。届时，银川将正式成为“世界酒都”，迎来50个国家和地区的近400名评委，对近万款葡萄酒开启3天严苛的品质评估。

云数据

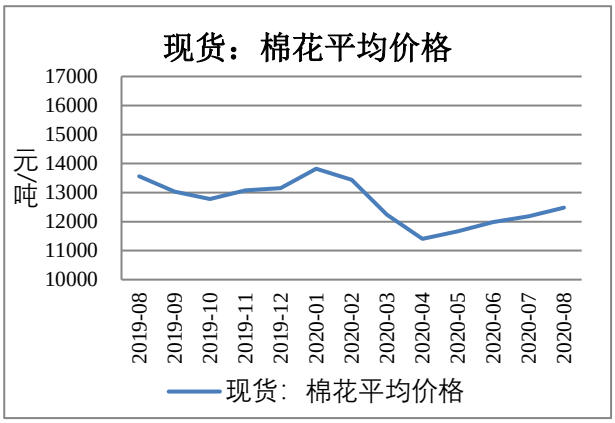
农产品

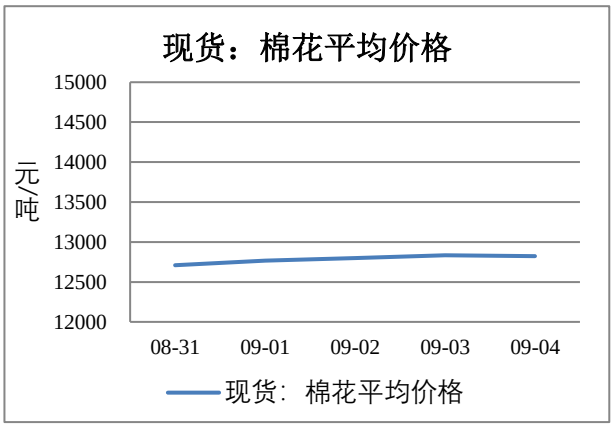




解读：从上图可看出，2020 年 8 月，玉米现货平均价格为 2361.33 元/吨，较上月上涨 4.72%。目前，玉米价格已升至高位，但随着临储玉米逐步到达需求终端，供应偏紧局面会逐步得到缓解，预计后市玉米价格会趋于稳定。

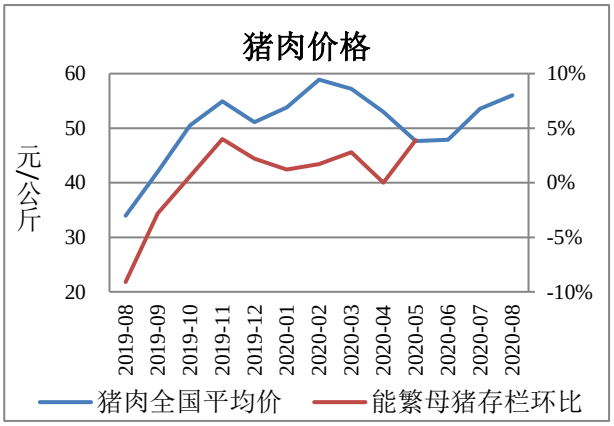
上周，玉米现货价格持续下降，收于 2308.23 元/吨，环比下降 1.11%。新玉米上市，贸易商出货积极，叠加临储拍卖粮集中出库，玉米市场供给偏向宽松，预计短期内玉米价格会趋于稳定。

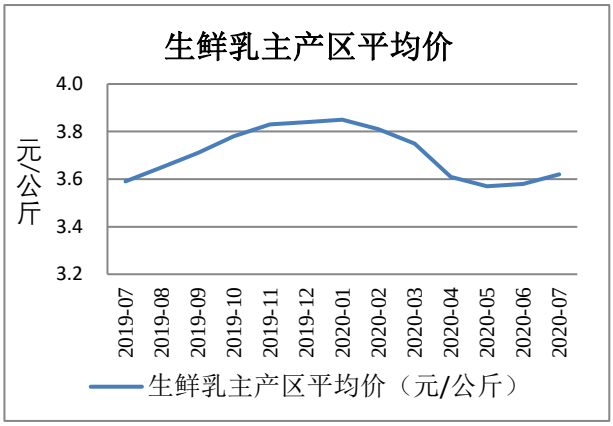




解读：从上图可看出，2020 年 8 月，棉花现货平均价格为 12483.77 元/吨，较上月上涨 2.45%。8 月，纺织业“金九银十”即将到来，下游订单的增加叠加新疆疫情复发的运输管控，棉花价格持续上行。

上周，棉花现货收于 12821.54 元/吨，环比上涨 1.04%。因疫情得到有效控制，新疆地区解封，棉花价格涨幅开始收窄。



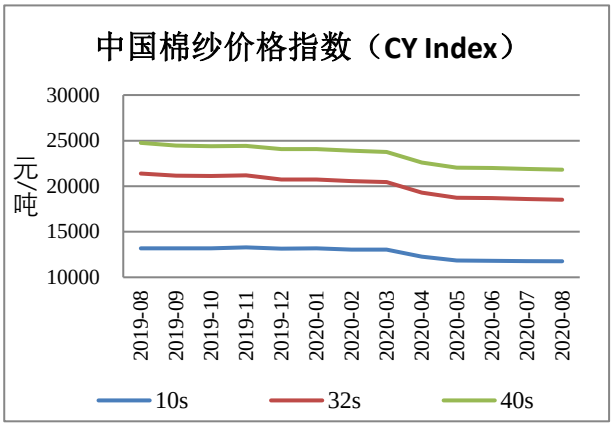


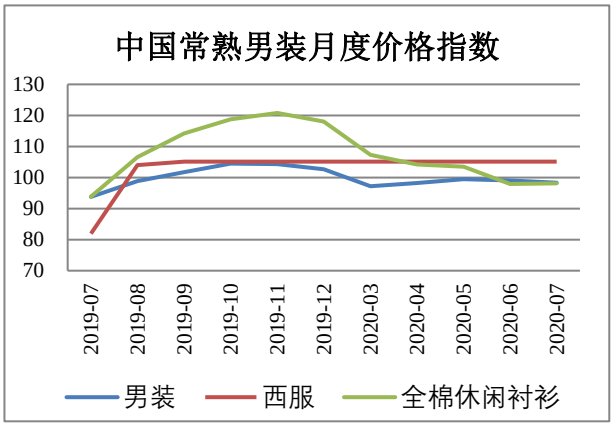
云数据

解读：从上图可看出，2020 年 8 月，全国猪肉价格为 56.03 元/公斤，环比上涨 4.63%，同比上涨 65.04%。随着新冠肺炎疫情得到有效控制，餐饮业恢复经营，工厂复工，学校复课，猪肉消费力得到充分释放，拉动猪肉价格的上涨。

从上图可看出，2020 年 7 月，生鲜乳价格为 3.62/公斤，环比上涨 1.12%。受热应激对牛场的影响，养牛降温设备和饲料营养的资金投入增加，成本的增加推动了生鲜乳价格的上涨。

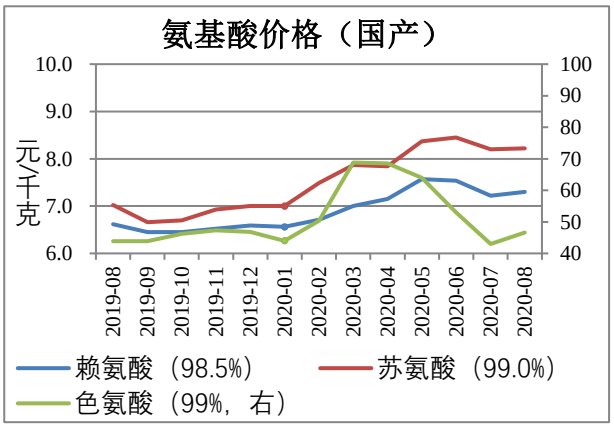
工业品

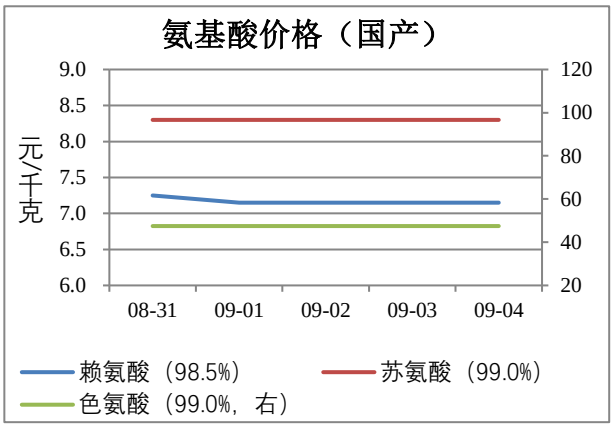




解读：从上图可看出，2020 年 8 月，10s 价格为 11757.86 元/吨，环比下降 0.20%；32s 价格为 18512.86，环比下降 0.43%；40s 价格为 21808.10 元/吨，环比下降 0.40%。虽然“金九银十”即将到来，但订单低于往年，叠加棉纱市场仍处于去库存周期，短期内棉纱价格会继续走低。

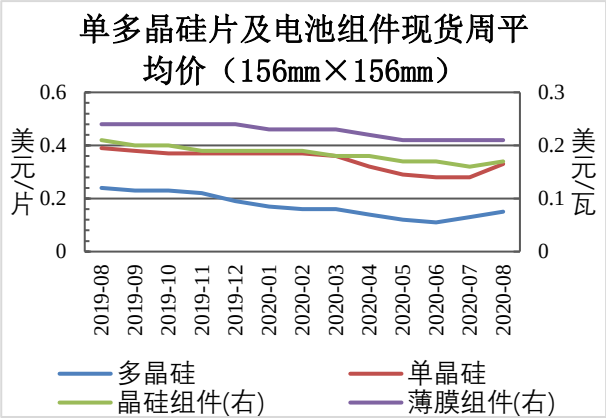
从上图可看出，2020 年 7 月，男装指数收于 98.29，环比下降 0.75%。本月市场仍处于秋装上新的换季整理期，整体交易较为冷清。

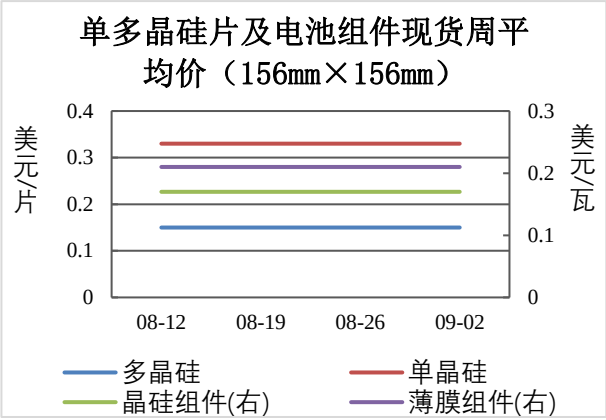




解读：从上图可看出，2020 年 8 月，国产赖氨酸 7.30 元/千克，环比上涨 1.11%；苏氨酸为 8.22 元/千克，环比上涨 0.24%；色氨酸为 46.57 元/千克，环比上涨 8.30%。由于玉米原料价格高位，氨基酸厂家生产成本仍较大，部分企业处于亏损状态，生产成本压力较大使得深加工企业挺价意愿较强。

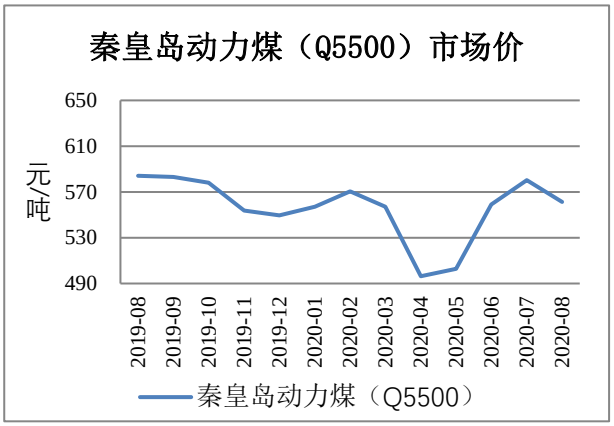
上周，赖氨酸价格收于 7.15 元/千克，较前一周下降 1.38%；苏氨酸价格收于 8.30 元/千克，较前一周保持不变；色氨酸价格收于 47.50 元/千克，较前一周保持不变。随着玉米市场价格高位回调，赖氨酸生产成本压力有所缓解，赖氨酸价格持续下降。

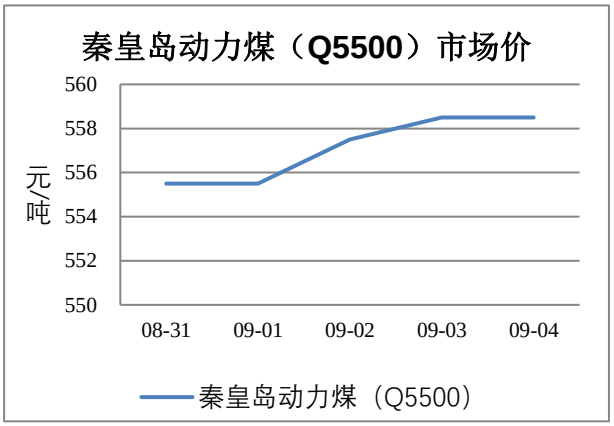




解读：从上图可看出，2020 年 8 月，光伏产品中上游硅片价格继续上涨，下游组件受产业链上游价格影响出现反弹，其中单晶硅片均价 0.33 美元/片，同比-15.38%，跌幅继续收窄，环比 17.86%，本年首次环比上涨；多晶硅片均价 0.15 美元/片，同比-37.50%，环比 15.38%，同比跌幅收窄，环比继续上涨。晶硅光伏组件和薄膜光伏组件均价分别为 0.17 美元/瓦和 0.21 美元/瓦，同比分别为-19.05%和-12.5%，跌幅较上月收窄，环比分别为 6.25%和 0%，晶硅组件实现本年度首次上涨。整体来看，光伏产品价格继续了 7 月的上涨态势。目前，国际市场上已逐步消化疫情带来的影响，加之国内产业链上游集中度进一步提升，预计产品价格将继续上涨。

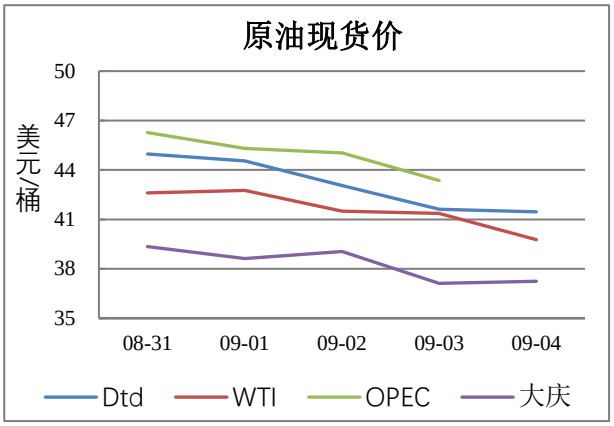
上周，单晶硅片、多晶硅片均价分别为 0.33 美元/片和 0.15 美元/片，晶硅光伏组件和薄膜光伏组件均价分别为 0.17 美元/瓦和 0.21 美元/瓦，各产品价格基本稳定。

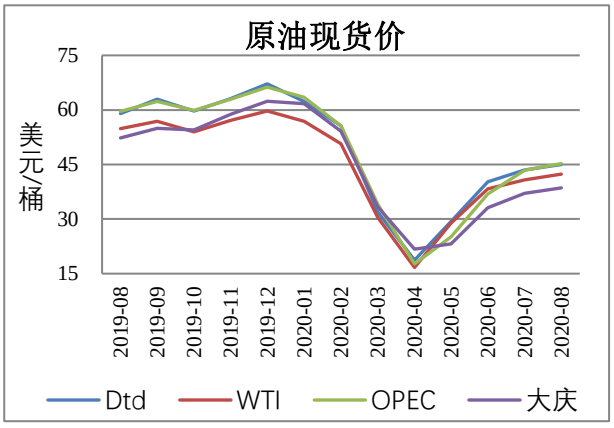




解读：从上图可看出，2020 年 8 月，秦皇岛动力煤（Q5500）平均价为 561 元/吨，环比下降 3.25%，同比下跌 3.89%。8 月份，动力煤价格回落，临近月底部分有所反弹。8 月初，环渤海港口煤炭调入量持续保持高位，港口煤炭库存持续回升，导致港口煤价回落。8 月中旬，国内多地雨水偏多，水电挤压火电市场，煤价下跌。8 月末，鄂尔多斯部分煤矿因煤管票停产或减产，榆林地区又有明盘治理消息传出，再加上大秦线脱轨事件，导致煤价回升。

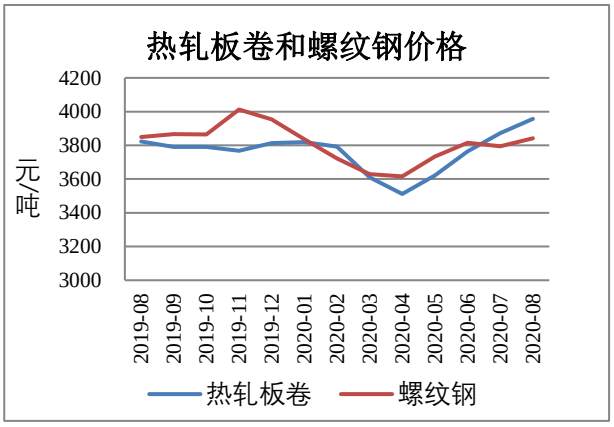
上周，西北、东北地区冬储煤拉运增加，下游需求加大，煤价上涨。截至周五，秦皇岛动力煤（Q5500）市场价上涨至558.5元/吨，涨幅0.54%。

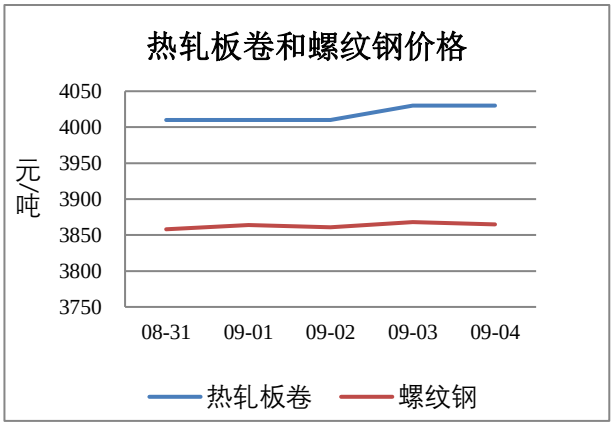




解读：从上图可看出，2020年8月，布伦特原油价格45美元/桶，环比上涨3.37%，同比下跌23.75%。西得克萨斯州中级轻质原油价格42美元/桶，环比上涨4.04%，同比下跌22.71%。欧佩克原油价格45美元/桶，环比上涨4.13%，同比下跌24.13%。国内原油价格39美元/桶，环比上涨4.10%，同比下跌26.20%。8月份，原油价震荡运行。月初，多个产油国能源和石油部长表明此前制定的减产协议将继续执行，受此利好消息影响，原油价格上涨。月中，西欧的一些国家感染病例不断增加，市场担心欧洲地区或将实施新一轮的封锁，国际原油价格下降。月末，双飓风令墨西哥湾地区油气平台大幅减产，国际油价上涨。

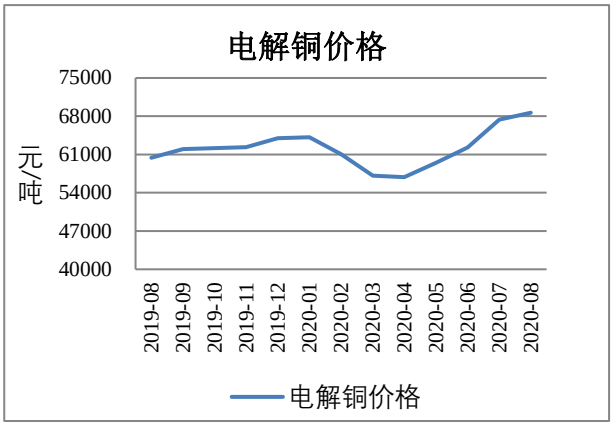
上周，美国海湾地区大部分因飓风中断的石油平台已经恢复，且市场需求下降，导致国际油价下跌。截至周五，布伦特原油、西得克萨斯州中级轻质原油、欧佩克原油和国内原油价格现货价分别降至 44.46 美元/桶、39.77 美元/桶、43.36 美元/桶和 37.24 美元/桶，降幅分别为 8.47%、8.05%、4.54%和 3.33%。

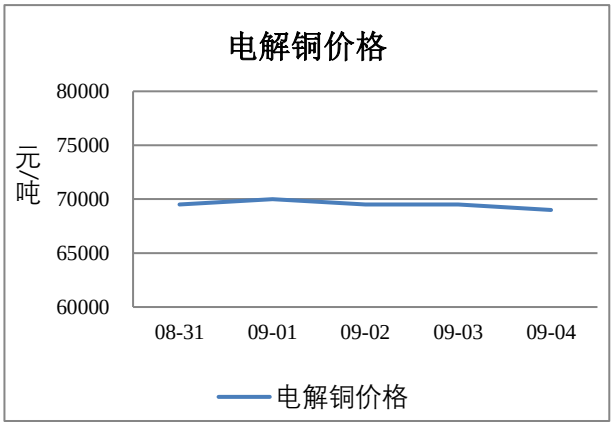




解读：从上图可看出，2020 年 8 月热轧卷板均价为 3957 元/吨，环比上涨 2.21%，同比上涨 3.53%；螺纹钢均价为 3843 元/吨，环比上涨 1.27%，同比下跌 0.16%。8 月份雨季结束，工地逐渐恢复施工，贸易商拿货积极以及部分地区钢厂限产、铁矿石价格上涨支撑钢价回暖。

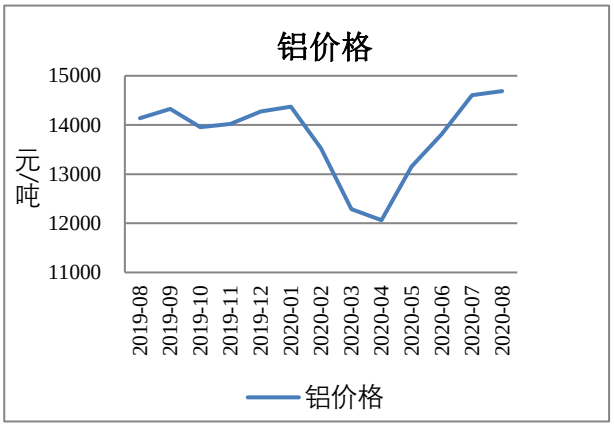
上周，唐山限产消息、钢坯价格走势等带动现货市场拉涨。截至周五，热轧板卷价格与上周相比涨至 4030 元/吨，涨幅 1.24%。螺纹钢上涨至 3865 元/吨，涨幅 1.01%。

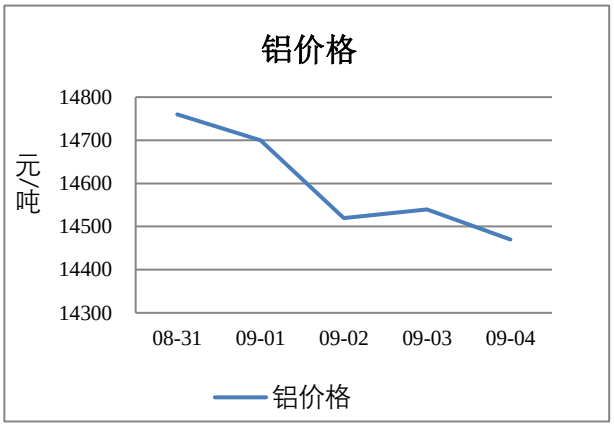




解读：从上图可看出，2020 年 8 月，电解铜均价为 68643 元/吨，环比上涨 1.86%，同比上涨 13.59%。8 月份，随着淡季影响退去，需求复苏以及国内冶炼厂检修，铜精矿及电解铜供应偏紧，国内外消费逐步恢复，新基建以及线缆企业订单增加，铜价上涨。

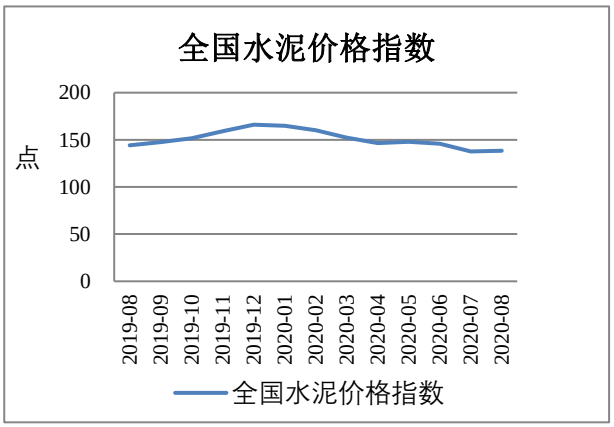
上周，秘鲁能源与矿业部称其铜矿开采正逐步恢复，叠加宏观市场对中美关系恶化的担忧，造成铜价下降。截至周五，电解铜价格与上周相比跌至 69000 元/吨，降幅 0.72%。（按照电解铜的加工成本 3550 元/吨估算，其生产成本约为 34700 元/吨。）

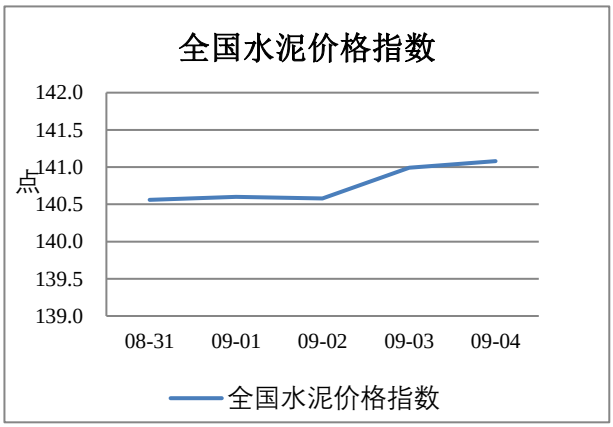




解读：从上图可看出，2020 年 8 月，铝均价为 14688.57 元/吨，环比上涨 0.54%，同比上涨 3.92%。8 月初，铝市场进入传统消费淡季，下游消费减弱，铝价下降。月中，累库现象严重，供大于求，铝价继续下跌。月末，原料端氧化铝及预焙阳极价格上涨，成本略有支撑，铝价上涨。

上周，在现货库存持续累增的情况下，铝价持续走弱。截至周五，铝 A00 市场价下降至 14470 元/吨，降幅 1.45%。（电解铝的成本价约为 13000 元/吨左右。）

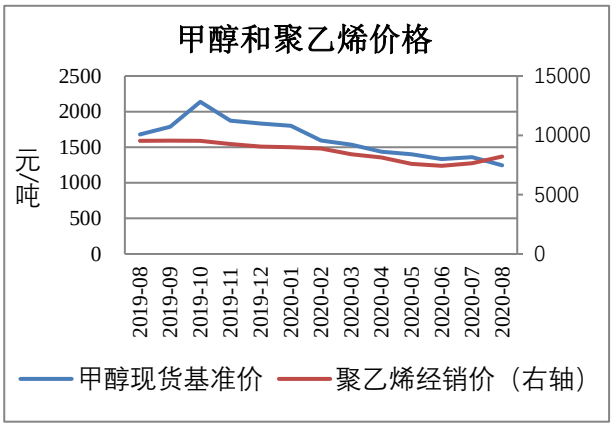


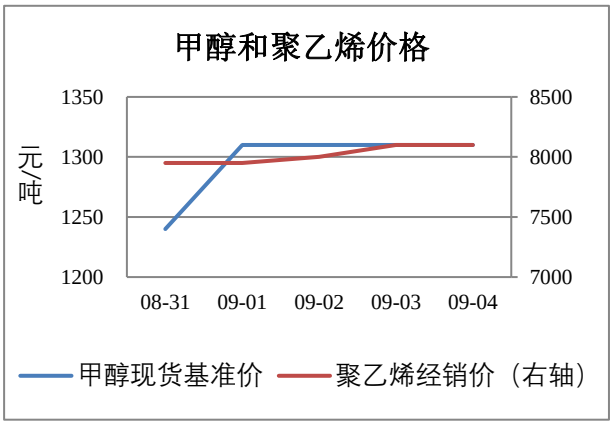


解读：从上图可看出，2020 年 8 月，全国水泥价格指数均值为 138.44 点，环比上涨 0.78 点，同

比下降 5.77 点。8 月初，部分地区水泥企业执行错峰生产，熟料线大面积停产，水泥价格上涨。月中，受台风影响，多地持续降雨，造成工地停工，受此影响水泥价格下跌。月末，全国天气晴好，市场需求恢复加快，带动水泥价格回升。

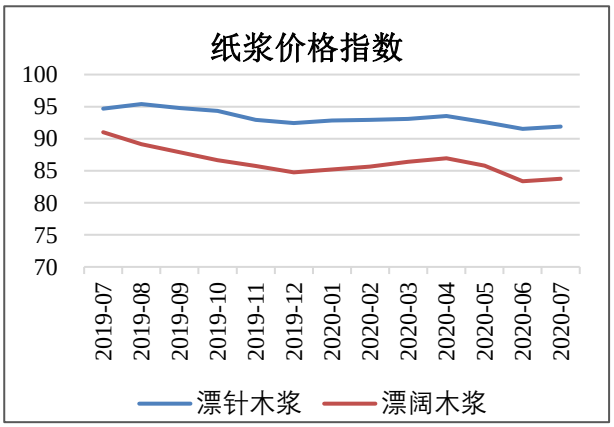
上周，进入金九银十传统旺季，市场需求恢复较好，带动周边地区水泥价格上调。截至周五，全国水泥价格指数涨至 141.08 点，涨幅 0.48 点。银川 42.5 级袋装水泥价格为 361 元/吨，散装水泥价格为 347 元/吨。





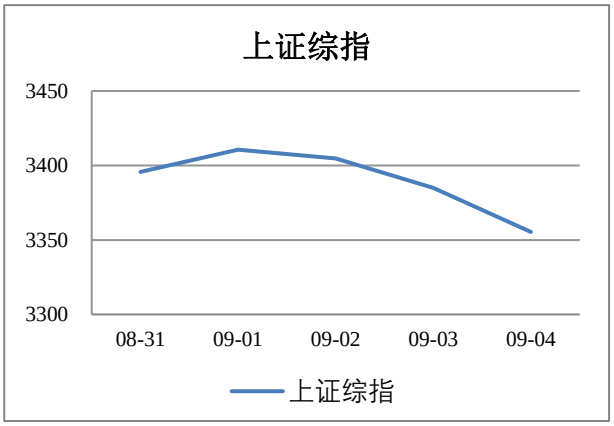
解读：从上图可看出，2020 年 8 月，甲醇均价为 1245 元/吨，环比下跌 8.41%，同比下跌 25.89%；聚乙烯均价为 8206 元/吨，环比下跌 2.78%，同比下跌 16.47%。8 月港口库存达年内高点。在进口货充足、下游需求偏弱的情况下，高库存压制甲醇和聚乙烯价格。

上周，受美国飓风影响，促使甲醇和聚乙烯海外进口受阻，港口库存偏低，价格上涨。截至周五，甲醇价格上涨至 1310 元/吨，涨幅 5.34%。聚乙烯价格上涨至 8100 元/吨，涨幅 2.47%。（根据原材料的不同，天然气制甲醇的生产成本一般在 1300-1700 元/吨；聚乙烯的生产成本约在 8100-8400 元/吨。）

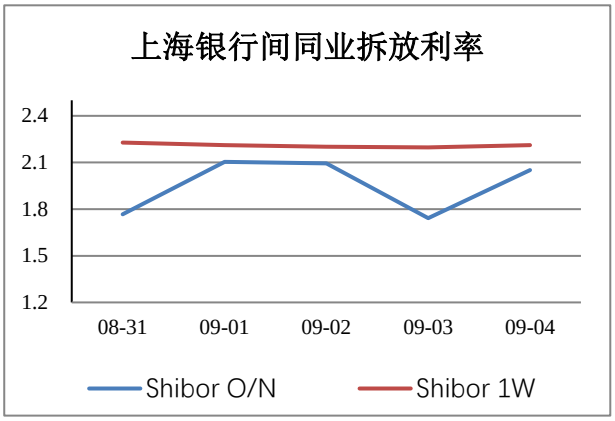


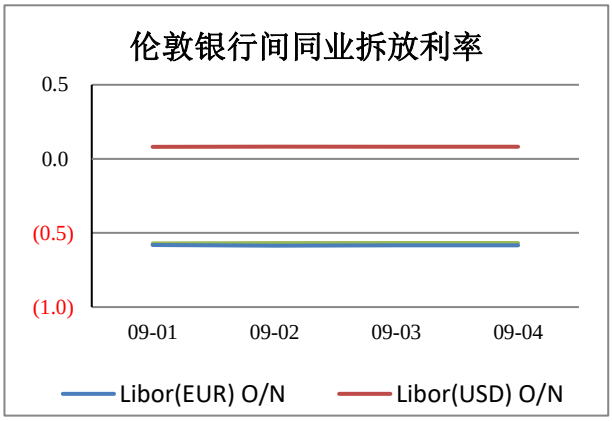
解读：从上图可看出，2019 年 7 月，纸浆价格指数止跌趋稳，漂针木浆和漂阔木浆分别收于 91.89 和 83.75，环比分别微涨 0.39%和 0.45%。与去年同期相比，分别下降了 2.97%和 7.98%，跌幅进一步收窄。7 月份，进口木浆市场窄幅盘整，受期货盘面价格上涨以及外盘报涨影响，现货市场交投积极性提振，业者入市积极性转好，下游原纸市场白卡纸、铜版纸规模纸厂发布涨价函，影响纸浆的有效放量。预计市场短期供需变动有限，浆价盘稳运行。

金融类

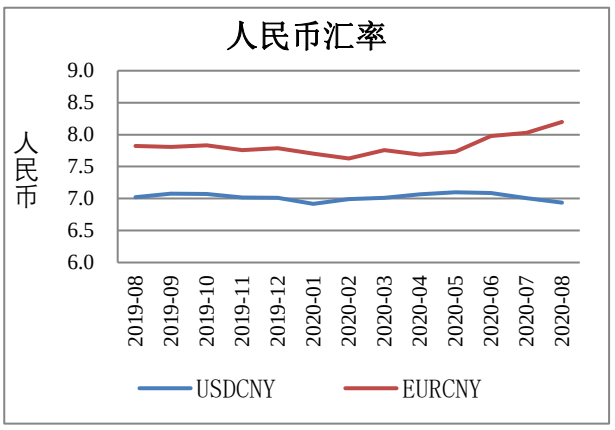


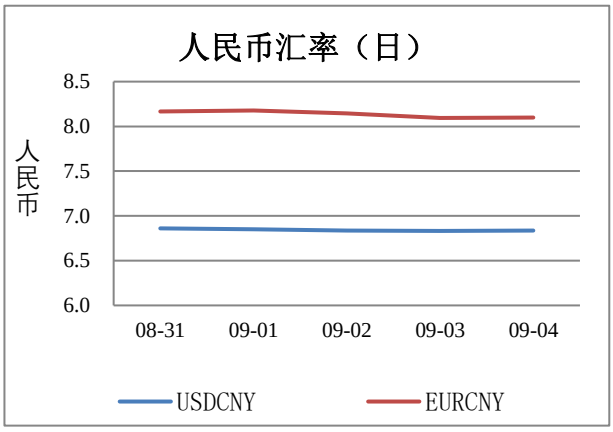
解读：上周，大盘高开低走并在周五跳空低开最终收于 3355.37 点，周跌 48.44 点。如果大盘不能快速回补上周五跳空缺口，叠加周末利空消息，大盘或将进一步下探至 3200 点至 3300 点区间附近。





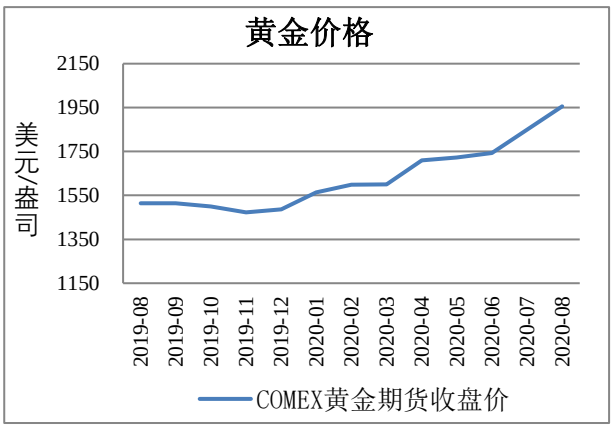
解读：上周，受到逆回购到期，以及央行连续 5 天缩量投放影响，市场资金利率中枢震荡上行，资金面整体偏紧。截至上周五，Shibor 隔夜和 7 天分别报价 2.0520%和 2.2110%，环比分别上涨 70.70bp 和下降 2.40bp。伦敦银行间市场方面，Libor(EUR)隔夜和 Libor(USD)隔夜表现平稳。截至周五，Libor(EUR)隔夜和 Libor(USD)隔夜分别报收-0.58314%和 0.08163%。

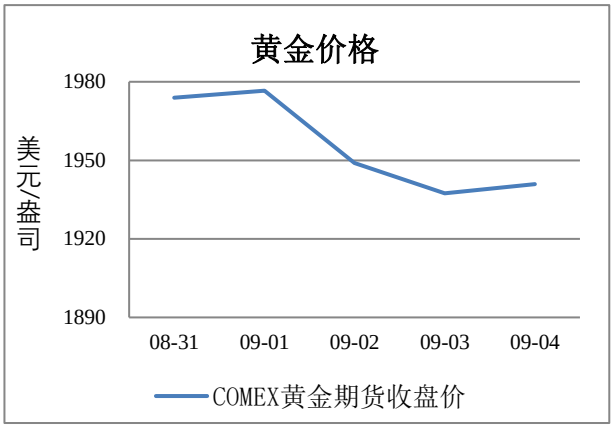




解读：从上图可看出，2020 年 8 月，在美元指数不断下跌，以及中国国内经济基本面持续改善，人民币资产吸引力明显增强等多重因素交织下，人民币对美元汇率持续升值。同时，受惠于德国和欧盟为应对疫情推出的庞大经济复苏计划，市场对欧元区经济复苏的希望重燃，欧元涨势强劲，人民币对欧元汇率相对贬值。截至 2020 年 8 月底，人民币兑美元、欧元汇率分别报价 6.9346 和 8.1986，环比下降约 742 个基点、上升 1726 个基点。

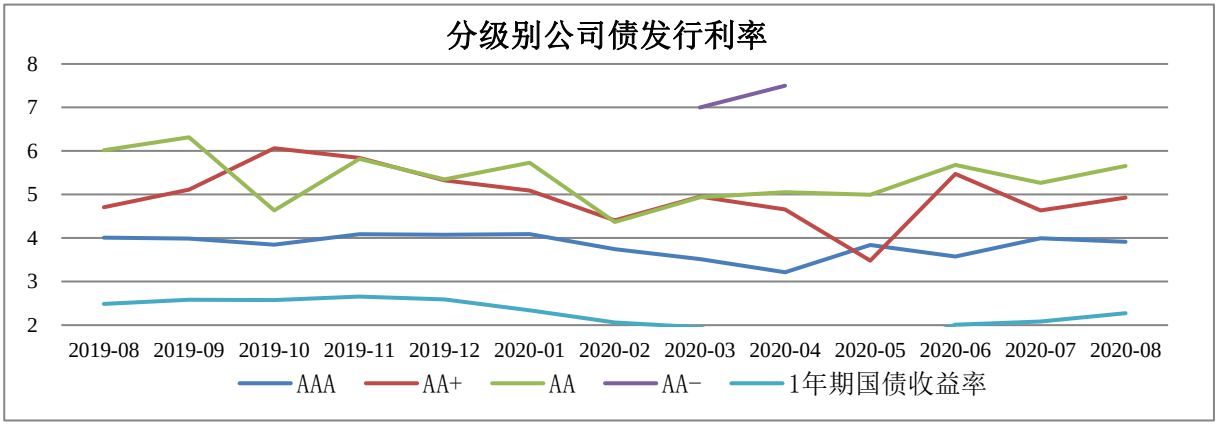
上周，人民币涨势依然强劲，对美元、欧元均维持涨势。截至上周五，人民币兑美元、欧元汇率中间价分别为 6.8359 和 8.0974，环比分别下降 532 个基点和 417 个基点。

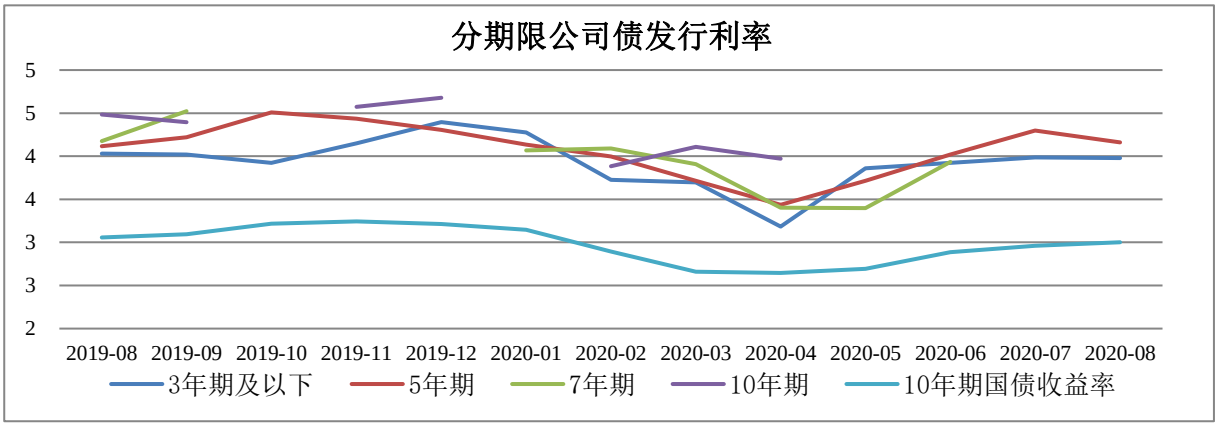




解读：从上图可看出，2020 年 8 月，在全球货币宽松背景下，美元走低，通胀上行以及世界多国债券收益率下滑等共同因素推动下，国际金价不断走高，并在 8 月初突破 2000 美元关口，创下历史新高。截至 2020 年 8 月底，COMEX 期金均价为 1955.6 点，环比上涨 106.3 点。

上周，受益于美国经济数据明显好于预期影响，国际金价顺势遭到打压，大幅回落。截至周五 COMEX 期金跌至 1940.9 点，周跌约 1.61%。(美国黄金开采成本为 733 美元/盘司，亚洲为 824 美元/盘司，非洲为 957 美元/盘司；全球十大黄金开采企业中，7 家企业平均开采成本达 1201 美元/盘司。)

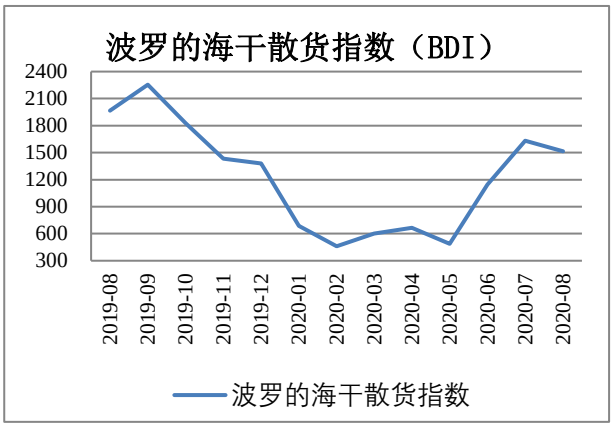


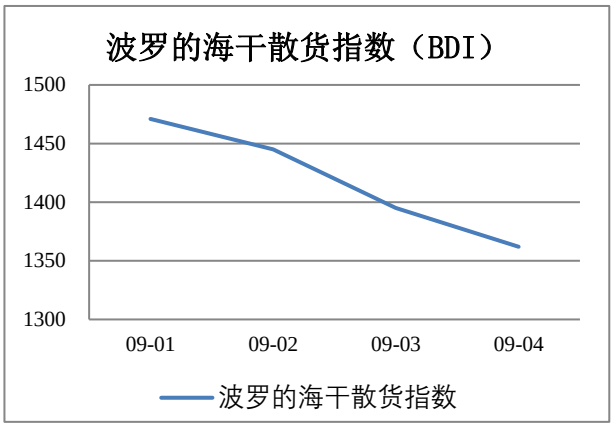


解读：从上图可看出，2020 年 8 月，交易所市场共发行 109 只公司债，环比增加 47.30%，发行规模 1482.56 亿元，环比增加 55.18%。**分级别看**，2020 年 8 月 AAA 级债券发行量达 80 只，占比 73.39%，利率区间为 2.80%-7.00%；AA+级债券 19 只，占比 17.43%，利率区间为 3.80%-7.90%。低评级债券中，AA 级债券 10 只，利率区间为 3.90%-8.00%；无 AA-级债券发行。**分期限看**，3 年期及以

下债券发行 62 只，平均利率 3.98%；5 年期债券发行 33 只，平均利率 4.16%；7 年期债券 1 只，发行利率 4.30%；无 10 年期债券发行。总体看，2020 年 8 月，公司债发行市场有所回温，但随着发行利率进一步抬升，高评级企业开始考虑放弃发行计划，信用债市场评级中枢或将下沉。

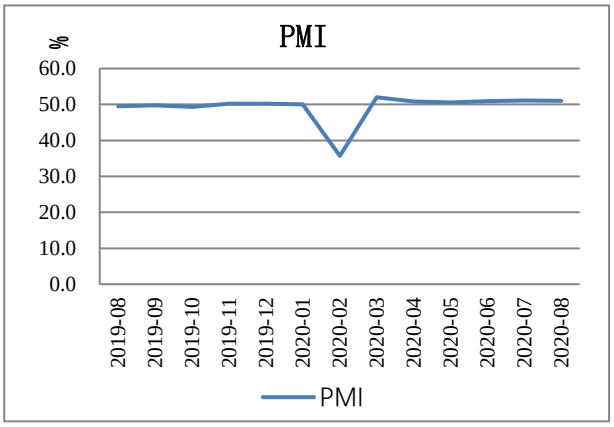
经济类

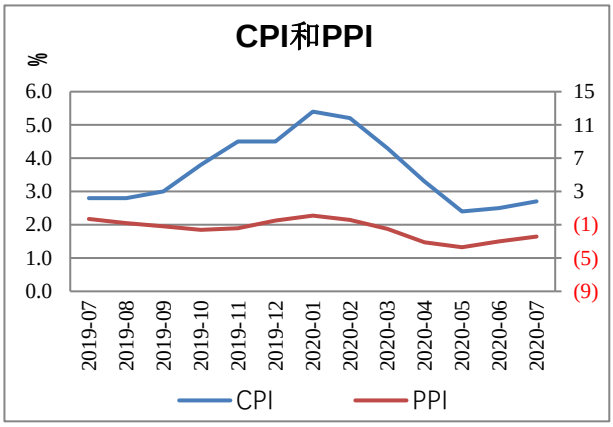




解读：波罗的海指数是目前世界上衡量海运情况的权威指数，是反映国际间贸易情况的领先指数，波罗的海干散货运价指数（BDI）主要衡量铁矿石、煤炭、水泥、化肥和谷物等资源的运输费用。从上图可看出，2020 年 8 月，波罗的海指数（BDI）开始下降，均值为 1515.65 点，环比下降 7.18%，同比下降 22.97%。

上周，波罗的海干散货运价指数（BDI）连续下跌，周五报 1362 点，因巴拿马和海岬型船运费持续下跌。





解读：2020 年 8 月份，制造业采购经理指数为 51.0%，比上月略降 0.1 个百分点，在调查的 21 个行业中，有 15 个行业 PMI 位于景气区间。本月主要特点：一是需求继续恢复，供需循环逐步改善。新订单指数为 52.0%，高于上月 0.3 个百分点，连续 4 个月回升。从行业情况看，医药、非金属制品、金属制品、铁路船舶航空航天设备、电气机械器材等制造业新订单指数均高于上月 4.0 个百分点以上。本月生产指数为 53.5%，与新订单指数的差值收窄至 1.5 个百分点，为 3 月份以来的最小值。二是稳外贸政策发力，出口总体向好。一系列稳外贸稳外资政策效应持续释放，制造业出口进一步改善，本月新出口订单指数为 49.1%，高于上月 0.7 个百分点，其中非金属制品、有色、金属制品等 7 个行业位于临界点以上。三是新动能发展加快，转型升级持续推进。从重点行业看，高技术制造业和装备制造业 PMI 为 52.8%和 52.7%，分别高于上月 1.5 和 0.9 个百分点，高于制造业 PMI 1.8 和 1.7 个百分点，新动能为制造业复苏注入了活力。四是市场逐步好转，价格指数上升。主要原材料购进价格指数和出厂价格指数为 58.3%和 53.2%，分别高于上月 0.2 和 1.0 个百分点。从行业情况看，钢铁、有色等行业两个价格指数均高于 60.0%，部分上游行业价格上涨较快。五是经营预期改善，企业信心增强。

本月企业生产经营活动预期指数为 58.6%，高于上月 0.8 个百分点。从行业情况看，农副食品加工、食品及酒饮料精制茶、医药、专用设备、铁路船舶航空航天设备、电气机械器材等制造业生产经营活动预期指数均高于 60.0%。调查结果还显示，小型企业 PMI 为 47.7%，比上月下降 0.9 个百分点，仍位于临界点以下。本月小型企业反映市场需求不足和资金紧张的企业占比分别超过五成和四成，生产经营依然面临不少困难。此外，重庆、四川等地部分企业反映受暴雨洪涝灾害影响，原材料采购周期拉长，市场订单减少，企业生产有所回落。

7 月份，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，各地区各部门统筹做好疫情防控、抢险救灾和经济社会发展工作，积极落实保供稳价政策，市场运行总体有序。CPI 同比上涨 2.7%，涨幅比上月扩大 0.2 个百分点。其中，食品价格上涨 13.2%，涨幅扩大 2.1 个百分点，影响 CPI 上涨约 2.68 个百分点。食品中，猪肉价格上涨 85.7%，涨幅比上月扩大 4.1 个百分点；鲜菜价格上涨 7.9%，涨幅扩大 3.7 个百分点；水产品价格上涨 4.7%，涨幅回落 0.1 个百分点；鸡蛋价格下降 16.6%，降幅扩大 0.8 个百分点；鲜果价格下降 27.7%，降幅收窄 1.3 个百分点。非食品价格由上月上涨 0.3%转为持平。非食品中，医疗保健价格上涨 1.6%，交通和通信价格下降 4.4%，其中汽油和柴油价格分别下降 15.7%和 17.5%。扣除食品和能源价格的核心 CPI 同比上涨 0.5%，涨幅比上月回落 0.4 个百分点。据测算，在 7 月份 2.7%的同比涨幅中，去年价格变动的翘尾影响约为 2.9 个百分点，新涨价影响约为-0.2 个百分点。

7 月份，工业生产持续回升，市场需求逐步回暖，国际大宗商品价格继续上行。PPI 同比下降 2.4%，降幅比上月收窄 0.6 个百分点。其中，生产资料价格下降 3.5%，降幅收窄 0.7 个百分点；生活资料价格上涨 0.7%，涨幅扩大 0.1 个百分点。主要行业价格降幅有所收窄。其中，石油和天然气开采业价格下降 27.8%，收窄 11.3 个百分点；石油、煤炭及其他燃料加工业价格下降 17.0%，收窄 4.6 个百分点；化学原料和化学制品制造业价格下降 7.5%，收窄 0.4 个百分点；煤炭开采和洗选业价格下降 7.4%，收窄 1.9 个百分点；黑色金属冶炼和压延加工业价格下降 4.6%，收窄 0.5 个百分点。此外，有色金属冶炼和压延加工业价格由降转涨，上涨 0.7%。据测算，在 7 月份 2.4%的同比降幅中，去年价格变动的翘尾影响约为 0，新涨价影响约为-2.4 个百分点。

免责申明

本报告仅在法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发布，概不构成广告。

本报告的信息来源于已公开的资料，本报告对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资意见。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如需引用，请注明来源“西部担保”。