

50年期超长期特别国债首发,影响几何?

□新华社记者 申敏

14日,50年期超长期特别国债在北京证券交易所首次发行,发行规模达350亿元。自5月17日“开闸”以来,超长期特别国债发行有序推进。

50年期超长期特别国债首发,认购情况如何?对市场有何影响?记者采访了专家和业内人士。

50年期首发,认购情况如何?

根据财政部发布的通知,当日发行的50年期超长期特别国债为固定利率附息债,每半年支付一次利息。票面利率通过竞争性招标确定。招标结束至6月17日进行分销,6月19日起上市交易。

在中国社科院财经战略研究院财政研究室主任何庆欣看来,发行50年这一超长期限的国债,能够为国家重大战略实施和重点领域安全能力建设提供长期稳定的资金支持;同时,也进一步丰富了国债期限和品类,对于提升债券供给、促进债券市场供求平衡具有重要意义。

最新出炉的招标结果显示,本期国债票面利率为2.53%。“市场认购热情高涨。”光大证券首席经济学家高瑞东表示,和此前发行的多期超长期特别国债一样,50年期超长期特别国债

继续受到市场欢迎。

根据财政部公布的发行计划,今年总共发行22期超长期特别国债,发行时间自5月中旬持续至11月中旬。“今年超长期特别国债计划提前公布,发行节奏较为缓和,供给间隔较长,有利于减轻对债券市场的冲击。”高瑞东说。

自5月“开闸”以来,超长期特别国债发行有序推进,于5月17日、5月24日、6月7日、6月14日发行共4次,发行总额达1600亿元,均受到市场欢迎。

市场化发行,个人可以买吗?

发行方式方面,超长期特别国债采用市场化方式发行。中央国债登记结算有限责任公司总监敖一帆表示,自1981年国债恢复发行以来,我国国债市场深度与广度显著提升,2020年抗疫特别国债全部采用市场化方式顺利发行。

“今年发行的超长期特别国债也坚持采用市场化原则,面向国债承销团成员公开招标发行,有利于健全长期国债收益率曲线,促进国债市场可持续发展。”敖一帆说。

从已发行的超长期特别国债看,主要投资者依然是机构。同时,部分银行

也开放了对个人投资者的销售渠道。

实际上,超长期特别国债属于记账式国债。对于个人投资者来说,虽不能通过发行系统直接参与招标购买,但可以在交易所市场或商业银行柜台市场开通账户购买和交易。个人投资者如果由于各种原因无法持有至到期,可以提前出售。

需要注意的是,个人“出手”需谨慎。专家建议,考虑到超长期特别国债期限分别为20年、30年、50年,对部分人来说很难持有到期,投资者应根据自身风险偏好谨慎投资。

财政部在此前发布的“个人投资者购买国债问答”中提示:记账式国债的交易价格随市场行情波动,投资者买入后,可能因价格上涨获得交易收益,也可能因价格下跌面临亏损风险。因此,不以持有到期而以交易获利为目的的记账式国债个人投资者,应具有一定投资经验和风险承担能力。

发行有序推进,资金效用如何发挥?

专家学者普遍认为,今年我国发行超长期特别国债,既利当前,又惠长远,不仅可以拉动当前投资和消费,还能打下长期高质量发展的基础。

国家发展改革委新闻发言人李超日前介绍,从今年2月开始,国家发展改革委多次组织各地方各相关部门,梳理储备今年能开工建设的超长期特别国债项目;做好超长期特别国债第一批项目下达准备,梳理出一批符合国家重大战略实施和重点领域安全能力建设要求、可立即下达投资的重大项目,待国债资金到位后即可加快建设。

“超长期特别国债是今年积极财政政策的重要内容,是优化政策工具组合、加大财政支出强度的重要抓手。”高瑞东说,未来,随着超长期特别国债资金陆续到位,这一重要政策工具在促投资等领域的作用将快速显现,有助于巩固和增强经济持续回升向好趋势。

国债资金筹集之后,后续如何管好用好?对此,财政部表示,将在做好发行工作的同时,加强中央和地方资金、存量和增量资金统筹,与超长期特别国债资金形成合力,提高资金整体效能。结合超长期特别国债资金实际,研究建立监管机制,加强对资金分配、下达和使用的全过程监管,确保规范、安全、高效使用。

(据新华社北京6月14日电)

国内@要闻

中国货物贸易总体保持稳中有进态势

新华社北京6月14日电(记者谢希瑶)记者14日从商务部获悉,5月份,中国货物贸易总体保持稳中有进态势,表现符合预期。从行业角度来看,消费电子、家居、部分高附加值机电3类产品市场需求稳定。

一是消费电子类产品。在渡过周期性低谷后,电子产品逐步恢复增长,据统计,一季度手机、笔记本电脑全球出货量分别增长约10%、4%,复苏回暖势头明显。在终端产品需求带动下,5月中国集成电路出口、进口金额分别增长34.8%、22%。

二是家居产品。海外主要市场去库存取得一定效果,家具、纺织服装等产品补库存动力较强,奥运会等一系列体育赛事也带动了电视机等产品的需求,5月家电出口金额增长23.5%。

三是部分高附加值机电产品。我国汽车、船舶依托完整产业链和技术优势,产品竞争力不断增强,5月出口金额分别增长20.3%、67.7%。

商务部新闻发言人何卫东表示,下半年中国外贸发展面临的形势仍然比较复杂。主要表现在外需增势并不稳固,主要市场补库存力度和持续性有待观察,地缘政治、贸易壁垒、航运价格等干扰因素增多,企业接单履约仍面临较多不确定性。商务部将进一步发挥稳外贸政策的综合效能,切实帮助企业纾困解难,持续培育外贸新动能,全力推动外贸提质升量。

RCEP全面生效一周年 区域开放合作迈上新台阶

新华社北京6月14日电(记者谢希瑶)今年6月,《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)全面生效满一周年。记者14日从商务部获悉,RCEP全面生效一年来,进一步促进了本区域更大范围、更高水平和更深层次的开放合作。

激发区域经济发展活力。2023年,RCEP区域内部贸易达5.6万亿美元,较协定正式生效前的2021年略有增长。域内产业链供应链合作愈发紧密。2023年,RCEP区域共吸引绿地投资2341亿美元,是2021年的2.2倍。

助力我国扩大高水平对外开放。货物贸易稳中有进,2023年,我国对RCEP其他14个成员国合计进出口12.6万亿元人民币,比2021年增长5.3%。投资合作持续升温,2023年,我国对RCEP其他成员国非金融类直接投资流量达到180.6亿美元,同比增长26%,高于我国对全球投资增速14个百分点。更多企业从RCEP中获利,2023年,我国企业在RCEP项下享受进口905.2亿元人民币,税款减让达到23.6亿元人民币。

RCEP是世界上参与人口最多、经贸规模最大、最具发展潜力的自贸协定,是亚太区域经济一体化的重要里程碑。2020年11月15日,东盟10国和澳大利亚、中国、日本、韩国、新西兰共同签署RCEP,并推动协定于2022年1月1日正式生效。2023年6月2日,RCEP对菲律宾正式生效,标志着RCEP对15个签署国全面生效。

科技创新和技术改造再贷款加速落地

新华社北京6月14日电(记者张千千 吴雨)记者14日从中国人民银行获悉,科技创新和技术改造再贷款正加速落地。近期,中国人民银行与科技部依托“创新积分制”评价,遴选了首批近7000家符合条件的企业,向21家全国性银行推送。

据介绍,各银行快速响应,迅速行动,首笔科技创新贷款近日已发放,后续其他贷款将陆续投放。

今年4月,中国人民银行联合科技部等部门设立5000亿元科技创新和技术改造再贷款,其中1000亿元额度专门用于支持初期、成长期科技型中小企业首次贷款,激励金融机构更大力度投早、投小、投硬科技。

科技创新和技术改造再贷款额度5000亿元,利率1.75%,期限1年,可展期2次,每次展期期限1年。发放对象包括国家开发银行、政策性银行、国有商业银行、中国邮政储蓄银行、股份制商业银行等21家金融机构。

据了解,中国人民银行与科技部正在组织开展第二批32万余家科技型企业创新积分评价,遴选企业名单推送给银行。

中国人民银行表示,下一步,将继续加强与科技部等部门的协同配合,优化创新积分评价指标,强化政银企对接,推动银行用好用足科技创新和技术改造再贷款,将更多金融资源投向科技创新领域,为加快发展新质生产力提供有力金融支持。

环球@资讯



这是3月9日在莱索托首都马塞卢拍摄的中国援建莱索托马塞卢地区医院的一间手术室。中国援建莱索托马塞卢地区医院和眼科诊所项目竣工交接仪式6月13日在莱索托首都马塞卢举行。

新华社记者 张誉东 摄

高温蕴“凉”机 政策频出助燃夏日消费

据新华社北京6月14日电“清凉商品”大卖,夜间消费红火,“清凉经济”“夜经济”热度跟随近期气温一道上升。同时,不少地方积极出台政策,助燃夏日消费市场,相关上市公司也积极布局、抢抓机遇。专家表示,人们对夏日清凉消暑的需求增加,不仅有助于激发旅游、餐饮、娱乐等传统行业的活力,还会为数字经济、共享经济、平台经济等新业态、新模式提供更加丰富的内容,催生更多新业态。

“清凉经济”增添活力

手持遮阳伞、面带“脸基尼”、身穿防晒衣……这个夏天,在街头户外“全副武装”防晒几成标配,由此带来了防晒衣、防晒口罩、冰袖、遮阳伞等商品持续热销。美团平台数据显示,近一周,防晒伞销量较去年同期增长115%、防晒帽增长54%、防晒衣增长52%、冰袖增长46%。

业内人士表示,伴随着消费者防晒意识提升,以及轻量化户外活动兴起,中国防晒服配市场呈现稳健增长态势。

烈日炎炎,制冷降温类“清凉家电”销量也得到提振。“近期高温天气席卷多地,包括空调、空气循环扇等防暑降温产品在线上线下均进入销售高峰期。”北京苏宁易购环境商品运营部采购总监许陈博说,高温天不仅带动空调旺销,冷柜、冰箱等制冷家电销量也不断走高。

苏宁易购数据显示,近一个月,线下渠道空调销售同比增长超35%,空气循环扇销售同比增长超42%。在刚刚过去的端午假期,苏宁



6月13日,游客在吉林省二道白河镇的云顶市集游玩。新华社发

易购绿色节能空调销量同比增长98%,智能新风、健康无菌空调销量同比增长67%。

专家预计,6月至7月以“清凉家电”为代表的特色消费品销售形势良好,对重点领域商品消费增长有望形成较大贡献。

“夜经济”绽放光彩

夏日世界,“夜经济”持续升温。在北京,城市绿心森林公园的“亲子部落光影游乐园”、雁栖湖夜航、亮马河国际风情水岸“夜游大环线”等活动,进一步丰富夜间消费选择;在河北正定夜市,灯火辉煌的摊位上,各色美食香味扑鼻,“烟火气”扑面而来……

商务部发布的《城市居民消费习惯调查报告》显示,中国60%的消费发生在夜间,大型购物中心每天18时至22时的消费额超过全天的—

半。智研产业研究院报告显示,中国夜间经济市场规模已从2018年的22.54万亿元增长到2023年的50.25万亿元。

面对巨大潜力和机遇,各地围绕“夜经济”做文章。北京提出,发挥“夜京城”特色消费地标、品质消费生活圈等引领带动作用,引导市场主体开发夜购、夜食、夜游等项目;优化地铁等城市交通运营时间;持续创建国家级夜间文化和旅游消费集聚区。上海表示,要突出模式创新,强化平台赋能引流,促进业态融合创新,大力发展“夜间经济”“种草经济”等新模式,让消费者体验感更丰富。

专家表示,今年以来,多地出台政策大力发展“夜经济”,成为促进消费、提振经济的“金钥匙”。发展“夜经济”需要企业、政府和消费者共同努力,才能让“夜经济”不断绽放新光彩、释放更多红利。

(上接第一版)这位妈妈一直和李军田保持着联系,时常邀请李军田在京工作时“到家里坐坐”。

通过专业知识和贴心服务,李军田广受服务对象的认可。8年来,李军田服务了138个家庭,成为北京市场的“金牌月嫂”。现在,她在北京一个月的收入有12000元左右,订单已经排到一年后了。

同样在北京工作的月嫂刘江霞,从事家政工作5年了。“我们家以前是做小本买卖的,因为喜欢宝宝,所以开始转行做母婴行业。”刘江霞说,从石家庄到北京,感觉自己的发展机会更多了,今年每个月的档期都已经排满了。

两人的经历只是“河北福嫂”的一个缩影。据省人社厅相关负责人介绍,京津冀目前已有近150万家政从业人员,涵盖了育婴师、月嫂、保洁、保姆、养老护理等10余种家政服务。庞大的市场提供了强劲的发展活力,“河北福嫂”抓住机遇成功出圈,不仅入选河北省级劳务品牌,还被人社部评为“全国最具特色劳务品牌形象代言人”。

今年以来,河北省妇联累计培训妇女10万余人次,向京津输送“河北福嫂”9100余人次,既给广大妇女打开了就业门路,也满足了京津两地对家政服务人员的用工需求,逐渐在京

津家政市场树立“金字招牌”。

层层培训提技能 福嫂个个能力强

“河北福嫂”为啥在京津家政市场广受欢迎?福嫂们过硬的家政技能是关键。

“布置睡眠环境要关窗拉帘,调节室内温度、整理床铺,协助老人躺下并询问需求……”近日,深州市妇联在大冯营镇董西河头村举办养老护理员培训班,为当地25名妇女群众送技能、送岗位。

培训为期14天,除了养老护理员应具备的理论知识,还有为卧床老人翻身、扣背、打鼻饲等实际操作技能的培训。学员参加考试合格后,颁发国家承认的养老护理员初级资格证书,并推荐就业。

为做实做细做优“河北福嫂·燕赵家政”提质扩容工程,2023年全省各级妇联组织培育星级巾帼家政基地200个,选树星级河北福嫂200名,开展巾帼家政进社区活动6666场,组织引导17万人次妇女参加培训。今年常态化开展“妇联约你学家政”和“巾帼家政进社区(农村)百万千万行动”,组织500家家政企业走进1000个社区(农村),开展10000场“培训+服务”活动。

来自承德的李俊静,就在社区妇

联的引领下走进了家政行业。为了增加收入和进一步提高技能,她在承德天天家政服务有限公司报名进行系统学习。两个月的培训后,她的理论知识和实践技能均已达标,成为一名“初级月嫂”。在承德服务十几个家庭后,她的服务技能有了全面提升,成功晋升为“金牌月嫂”,被公司先后推荐到北京、天津入职。

为加强家政服务领域技能人才队伍建设,省妇联举办巾帼家政职业技能大赛以赛代训,不断提高职业化水平,联合河北师范大学成立河北省家庭建设研究中心,发挥高等院校科研优势,为推动家政服务业高质量发展提供理论支撑。针对京津市场紧缺岗位,开展家政员、育儿嫂、月嫂、护理员等订单式、回炉式培训……

层层培训、不断学习,让“河北福嫂”技能更专业,上岗入行无忧。

三地积极搭平台 “下单”福嫂更便利

“河北福嫂”怎样更好地进入京津市场,京津客户又该怎样才能享受到河北家政人员的贴心服务呢?

为此,京津冀三地妇联和家政行业协会、企业积极搭建协作平台,扶持共建巾帼家政输出输入基地,打通堵点盲点,搭建直通渠道。目前,在京津搭建了48个“河北福嫂”进京津

输入基地。今年,将在河北建立不少于50家“河北福嫂”进京津输出基地。

“我家宝宝2个月了,想找一个住家育儿嫂。”6月3日,河北寸草三春家政服务有限公司天津输入基地,“下单”月嫂的电话响起,工作人员抓紧整理记录,着手匹配合适的“河北福嫂”。

“天津开发区和北京金融产业园都有我们的输入基地,我们和天津的家政同行有对接合作,能够及时掌握京津市场需求,输送福嫂的同时还能有针对性地更新培训内容。”河北寸草三春家政服务有限公司总经理贾楠介绍,去年以来,公司已向京津输送“福嫂”500余人次。

“下半年,公司计划在北京市海淀区中关村产业园举办‘河北福嫂·燕京巧姐’服务京津家政大集北京站活动。”河北文武信息科技有限公司创始人张冠军告诉记者,作为专门对接京津市场的巾帼家政输出基地,今年已向北京输送月嫂119人次,向天津输送46人次。这次举办家政大集,就是要让更多河北家政企业与北京客户面对面对接需求,更加全面详细展示“河北福嫂”的规模和实力。

“我们会继续与京津妇联和行业协会加强协作,建机制、强队伍、创品牌、优服务,推动京津冀巾帼家政协同发展”“河北福嫂”进京津工作不断取得新成效。”省妇联相关负责人表示。