

财经现场

AIJINGXIANCHANG

物流运行稳步复苏 成本稳中有降

中国物流与采购联合会7月28日发布数据,上半年全国社会物流总额为123.4万亿元,按可比价格计算,同比下降0.5%,降幅比1-5月份收窄1.7个百分点,比一季度收窄6.9个百分点,降幅连续4个月收窄。

数据显示,上半年,随着疫情防控取得显著成效,物流运行快速恢复,需求结构进一步优化,特别是民生领域持续向好。物流市场规模水平持续提升,成本稳中有降。

需求结构进一步优化 民生需求延续好转态势

“实在太快了!”6月1日零点刚过,家住河北邯郸的杜女士就收到了在京东“618”购物节抢购的一款自拍杆,此时距离她下单仅仅过去了9分多钟。

今年“618”购物节期间,线上线下共同参与,为消费市场加速复苏注入强大动力。数据显示,6月1日-18日,全国快递业务量完成46.8亿件,同比增长48.7%,快递日均业务量接近2.6亿件。强大的市场活力折射出中国物流运行的快速复苏和消费市场的巨大潜力。

数据显示,上半年,农产品物流需求平稳增长,工业物流需求稳中趋稳,与消费、民生相关的物流需求恢复较快,物流需求结构进一步优化。

工业物流降幅明显收窄。上半年,工业物流降幅比1-5月份收窄1.5个百分点,比一季度收窄7.1个百分点。装备制造制造业加速回升,高技术制造业和新兴产业持续发力。

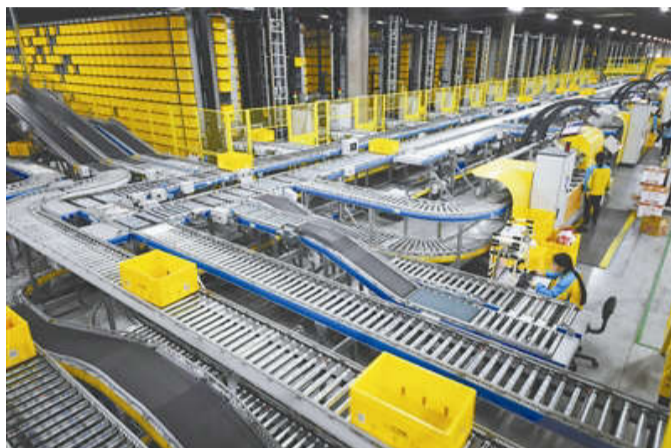
民生物流需求延续好转态势。上半年,单位与居民物品物流总额增长10.1%,增速比1-5月份提高2.8个百分点,比一季度提高9.2个百分点。进入6月,在促销政策和“618”叠加带动下,互联网相关物流需求快速增长。6月份,全国快递服务企业业务量完成74.7亿件,同比增长36.8%。

进口物流需求显著增长。上半年,国内疫情防控形势向好,我国率先推动企业复工复产,支撑进口物流需求企稳回升,货物贸易进口量增长8.3%,增速比1-5月份提高4个百分点。主要货类中,大宗商品和重点农产品进口量均有所增加。进口铁矿石增加9.6%,进口煤增加12.7%,进口大豆增加17.9%。

“下半年,在做好疫情防控的前提下,各地继续促转型、扩内需,增强经济发展内生动力,预计物流运行将持续向好。”中国物流与采购联合会副会长蔡进说。

供给规模稳步恢复 景气水平恢复较快

中国物流与采购联合会发布的数据



显示,上半年,物流活动景气水平恢复较快,物流市场规模稳步恢复。

从市场规模看,上半年物流业总收入4.6万亿元,同比下降2.7%,降幅比1-5月收窄3.2个百分点,比一季度收窄9.4个百分点。二季度物流业总收入规模比一季度增加0.8万亿元。其中快递物流市场规模进入加速回升通道,增速连续3个月回升,上半年同比增长12.0%。

从景气水平看,受疫情影响,2月份物流业景气指数跌至历史极值,二季度逐月上升且均保持在50%以上。除去2月份,上半年物流业景气指数平均为52.9%,与上年同期基本持平。其中,6月份中国物流业景气指数为54.9%,较上月回升0.1个百分点;中国仓储指数为50.7%,较上月回升0.3个百分点。

中国物流信息中心主任何辉认为,6月份,国内市场克服南方水灾影响,供应链上下游继续延续3月份以来的恢复增长态势。从行业看,物流各细分行业指数均保持在扩张区间,铁路运输、道路运输和水上运输业务明显回升。其中,业务总量指数为54.9%,比上月回升0.1个百分点;从业人员指数为50.8%,比上月回升0.3个百分点;新订单指数为54.4%,比上月回升0.2个百分点。

“6月份,物流业新订单指数连续3个月在扩张区间回升,反映出需求逐渐回暖,有助于拉动物流行业相关行业复苏。”何辉表示,从后期走势看,6月新订单指数和业务活动预期指数均保持在较高景气区间运行,反映出企业对未来预期较乐观,后市将继续保持平稳增长态势。

成本降幅收窄 制造业市场持续回暖

数据显示,上半年社会物流总费用6.5万亿元,同比下降4.0%,降幅比一季度收窄8个百分点,比1-5月收窄3.2个百分点,物流成本回落幅度明显减弱。分环节来看,运输、保管和管理环节物流成本降幅均呈收窄态势,分别比一季度收窄10.6%和4.6个百分点,显示物流活跃度、效率与疫情期间相比有较大程度改善。

从需求看,随着疫情防控持续向好,制造业市场持续回暖,电商物流总需求止跌回升。6月份,电商物流总业务量指数为122.1,比上月上升2.2个百分点;电商物流农村业务量指数为118.4,比上月上升1.9个百分点。其中,中部地区上升幅度较大,比上月上升6.9个百分点,高于全国平均水平。

专家表示,尽管部分领域、区域物流供需不协调状况有所缓解,但物流运行总体处于恢复期。比如,工业物流和进口物流加快恢复,但中下游供应链并未全面复苏,物流服务价格总体低位运行,物流企业盈利形势不乐观。希望相关部门继续出台相关措施,进一步帮助企业降低物流成本,畅通整个经济循环。

日前国务院办公厅转发国家发展改革委、交通运输部《关于进一步降低物流成本的实施意见》提出,通过深化关键环节改革,加强土地和资金保障,深入落实减税降费措施等措施,进一步降低物流成本。意见要求,各地区各部门要加强政策统筹协调,及时总结推广降低物流成本典型经验做法,协调解决政策实施中存在的问题,确保各项政策措施落地见效。据《人民日报》

多家银行暂停账户贵金属开仓交易

近期,贵金属上涨势头迅猛,国际黄金、白银、钯金、铂金价格纷纷创下新高,多家银行为规避风险按下账户贵金属开仓交易的“暂停键”。

中国工商银行官网7月30日发布了《关于暂停账户贵金属、账户钯金等业务开仓交易的通告》。通告称,国际铂金、钯金价格波动频繁剧烈,自北京时间2020年7月31日0:00起暂停账户贵金属、账户钯金和账户贵金属指数全部产品的开仓交易,持仓客户的平仓交易不受影响。工行表示,目前国际大宗商品市场风险

较高,请投资者根据持仓情况做好交易安排和风险控制。如有疑问,请通过“中国工商银行客户服务”微信公众号查询。

此外,交通银行称,自2020年7月22日上午9:00起暂停记账式铂金和记账式钯金的新开仓交易,现有持仓客户的平仓交易不受影响。民生银行称,自北京时间2020年7月20日9:00起暂停账户贵金属(含美元及人民币)合约的开仓交易,持仓客户的平仓交易不受影响。据《北京日报》

我国五千多家粮食应急加工企业全面复产

面对疫情双重挑战,国家粮食和物资储备局协调推进全国五千多家粮食应急加工企业全面复工复产,确保了城乡粮食和重要农副产品供给总体稳定。

国家粮食和物资储备局局长张务锋7月30日在全国粮食和物资储备系统“双先”表彰暨经验交流视频会上说,今年以来,全国粮食和物资储备系统立足职能,落实“六稳”“六保”任务,全力做好粮油保供稳价和应急物资保障,为疫情防控和防汛提供充足“底气”。在国家粮食和物资储备局协调推进下,5388家粮食应急加工企业全面复工复产,2315家疫情防控和防汛保障企业获优惠贷款108.5亿元。各地粮油企业遇到的岗位用工、物流运输、港口通关等实际困难也得到有效解决。

据介绍,在疫情防控期间,全国粮食和物资储备系统迅速建立湖北、北京等

重点地区与周边地区联动保障机制及全国粮油市场监测日报制度;以公开竞价销售方式安排296万吨政策性玉米轮出,有效满足南方地区饲料用粮需求;全国紧急调运7批次、24万件中央救灾物资支援防疫急需,保障湖北及武汉重要防疫任务;36个大中城市和市场易波动地区充实成品粮油储备库存,粮源组织和调运顺畅;在组织应急救灾和医疗物资调运同时,帮助石油企业解决原油、成品油周转库容紧张难题。

张务锋说,入夏以来,南方发生较长时间汛情,国家粮食和物资储备局会同国家防办,规范中央防汛抗旱物资调用流程,开展防汛物资检查,加快今年采购的1.78亿元中央防汛救灾物资组织入库。根据国家防办、应急管理部调运指令,累计调运21批次、30万件中央防汛救灾物资,保障灾区群众基本生活和生命财产安全。据新华社

中国制造业 PMI 连续5个月位于临界点以上

国家统计局服务业调查中心、中国物流与采购联合会7月31日发布数据,7月份,中国制造业采购经理指数(PMI)为51.1%,比上月上升0.2个百分点,连续5个月位于临界点以上。国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河说,生产普遍回升,需求逐步回暖,进出口状况继续改善,主要原材料购进价格指数升至近期高点,企业预期进一步好转。

据新华社

上半年全国网络零售额超5万亿元

记者从商务部召开的网上例行新闻发布会了解到,1-6月,全国网络零售额达5.15万亿元,同比增长7.3%;增速连续4个月提升,6月当月增幅达18.6%。

具体来看,上半年全国网络零售市场呈现以下特点:网络零售成为消费市场的稳定器。规模持续增长,作用更加突出。1-6月,全国实物商品网上零售额达4.35万亿元,同比增长14.3%。其中,实物商品网上零售额占同期社会消费品零售总额已达25.2%,比去年同期提升5.6个百分点。全国网络购物用户人数比上半年增长1亿人。主要网络零售平台店铺数同比增长3.8%。

“电商节+消费券”等促销方式有力促进了消费回补。商务部会同有关部门举办第二届“双品网购节”,带动同期全国网络零售额超4300亿元,其中实物商品销售同比增长33.3%,商品好评率达98%。多地在“双品节”“618”期间与电商平台合作,通过发放消费券等多种促销方式,有效拉动线上消费,恢复市场预期。

直播带货成为电商发展的新引擎。根据商务部大数据监测,上半年,电商直播超1000万场,活跃主播超40万,观看人次超500亿,上架商品超2000万。直播场景越来越丰富多样,产业带直播、老字号直播、非遗直播、文化旅游导游直播、教育公开课直播等纷纷涌现。

跨境电商增长迅速,作用突出。根据海关数据,1-5月,跨境电商零售进出口商品总额达717.3亿元,同比增长22.4%;其中进口441.7亿元,同比增长23%;出口275.6亿元,同比增长21.6%。电商平台积极帮扶外贸企业转内销,通过发挥流量、模式优势,为外贸企业提供推广、引流和销售服务,成为外贸企业拓展国内市场的重要渠道。“双品网购节”期间,近万家外贸工厂在电商平台开店参与促销,取得良好收益。

农村电商积极助力脱贫攻坚、乡村振兴。电子商务进农村和电商精准扶贫举措扎实推进,农村网络零售市场加快恢复。据商务部大数据监测:上半年,全国农村网络零售额达7668.5亿元,同比增长5%;其中实物商品网络零售额6999亿元,同比增长7.3%。全国832个国家贫困县网络零售额684.8亿元,同比增长13.3%,比全国农村网络零售额增速高8.3个百分点。全国农产品网络零售额达1937.7亿元,同比增长39.7%。

“今年上半年,我国电子商务展现出强劲的活力和韧性,在抗击新冠肺炎疫情保障物资供应、助力复工复产、推动消费回补等方面发挥了重要作用。”商务部新闻发言人高峰表示,下半年,在疫情常态化防控下,随着全国生产生活逐步恢复,预计全国网络零售市场仍将保持快速增长,并将继续发挥“无接触”经济优势,在促消费、稳外贸、扩就业、惠民生等工作中发挥更大的作用。

据新华社

非常汽车

培育新动能,塑造新传祺 广汽传祺12载再出发

7月21日,广汽传祺迎来12周年庆典。为献礼十二周年,广汽传祺开启7小时品质工厂直播、品牌日带货直播系列活动,并同步召开了12周年动员大会、2020年年中经销商大会,聚合全体体系力量共同奋进、蓄力前行。

十二载品牌向上,赢得230万车主信赖

十二年发展期间,广汽传祺不断打造高品质产品,在轿车、SUV、MPV全系列、传统轿车及新能源汽车上构建全矩阵车型体系,全车系车型累计销量已突破230万台。传祺GS4成为累计销量最快破百万的中国品牌SUV;高端旗舰家族传祺GA8、GS8、GM8累计销量突破30万台。广汽传祺也是中国汽车品牌中,唯一在轿车、SUV、MPV领域同时实现高端突破的品牌。

培育新动能,描绘发展新蓝图

广汽传祺提出了通过“新机制、新技术、新体验、新渠道、新驱动”培育发展新动能的战略举措。“新机制”即意味着将通过打通产品企划、开发、生产、销售等各领域关系,提升产销一体化效率,聚焦提升产品PVA;“新技术”更是强化竞争力的关键,因此,广汽传祺将深入推进广汽全球平台模块化架构GPMA、ADiGO智能能源系统、“G-HEALTH”健康座舱的应用,推动QDR工程落地生根;同时,更多跨界、多元化的品牌体验IP,以及特色服务体系即将产生。广汽传祺将以“新渠道”“新驱动”发掘新动能,为公司高质量发展保驾护航。



Advertisement for Huaxia Bank (华夏银行) and Meituan (美团) promotion. Title: 减单生活在内蒙 (Reducing bills, living in Inner Mongolia). It details two activities: Activity 1: Binding 30 yuan or more to Meituan, getting 20 yuan off. Activity 2: Randomly getting 5 to 15 yuan off. Includes terms and conditions.