

企业需采取人民币计价结算、降低汇率敞口、降低当地货币错配及利用金融工具来管理风险

发达经济体政策调整对我国影响有限

■ 本报记者 王曼

在国新办1月18日举行的2021年金融统计数据新闻发布会上,中国人民银行货币政策司司长孙国峰表示,近期主要发达经济体货币政策开始调整,市场对美联储加息和缩表也有较强预期,我国的宏观经济体量较大、韧性较强,应对疫情以来坚持实施正常的货币政策,没有搞大水漫灌,而是搞好跨周期设计,保持流动性合理充裕,金融支持实体经济力度稳固,金融体系自主性和稳定性增强,人民币汇率预期平稳,这些都有助于缓和和应对外部风险。总体来看,发达经济体政策调整对我国影响有限。

据悉,2021年12月,美联储在议息会议上宣布,从2022年1月开始加快缩减购债计划(Taper)的节奏,由先前的150亿美元提升至300亿美元,Taper结束的时间点也从2022年中提前到了一季度末。当地时间1月11日,美联储主席杰罗姆·鲍威尔在提名听证会上表示:“如果我们看到通胀在高位持续时间比预期要长,如果必须在更长时期内更多加息,我们

将这样做,会使用工具来令通胀重回目标。”

中银证券全球首席经济学家管涛在日前举行的“国是论坛2022年中国经济形势分析会”上表示,由于中国的经济金融韧性较强,经济长期向好的趋势没有改变,所以美联储的货币政策调整对中国的总体影响有限。“相较于其他主要国家,中国是少数的货币政策处于正常状态的经济体,正常的货币政策,这是我们的资产。”他说。

去年年底中央经济工作会议明确,今年经济工作的重要任务是要稳字当头、稳中求进。在做好今年金融工作方面,会议明确要做好跨周期和逆周期的政策设计,提高货币政策的前瞻性、针对性。在管涛看来,在此情况下,中国货币政策会坚持稳字当头、以我为主,除了过去常用的结构性工具,如直达实体经济、支持中小微、支持区域发展、绿色发展等信贷政策,如有必要,2022年人民银行可能会继续使用降准、降息等总量工具。

他进一步分析,2022年中美货币

政策进一步分化不会掣肘中国“以我为主”的货币政策操作。中国是一个大国,大国货币政策要对内优先,即优先考虑国内增长、就业、物价稳定等情况。此外,“8·11汇改”后人民币汇率的弹性增加,市场主体对人民币汇率涨跌适应性、承受力都大大增强,这也为自主货币政策提供了空间。

管涛认为,美联储政策可能会导致美股出现剧烈震荡,A股也会受到传导性影响。美联储的货币紧缩意味着全球流动性的拐点加速到来,可能会影响中资机构境外融资条件。对于国内企业来讲,中国整体上抗风险能力较强,但是个别与新兴市场发展中国家有贸易和投资往来的企业需要非常关注可能出现的风险,应加强对当地经济金融形势的分析,采取人民币计价结算,降低汇率敞口的风险,主动降低当地货币错配的风险,利用金融工具管理风险。

管涛建议,中国要从五方面着手,积极防范化解美联储货币紧缩引发的溢出风险。

具体而言,第一要保持经济运行在合理区间,经济强则货币强。第二要用好经济政策,加强财政货币政策的协调联动,提高宏观政策有效性,实现稳定宏观经济大盘的目标,圆满完成“六稳”“六保”任务。第三要继续增加人民币汇率弹性,有助于吸收内外部冲击,增强货币自主性。第四要加强对外汇流动的监测与管理,既要防范流入的风险,也要防范流出的风险,同时要保持对外汇微观监管的跨周期稳定性、一致性和可预期性。第五是要引导市场主体强化防风险意识,加强跨境投融资,经贸往来风险敞口的管理。

孙国峰表示,下一步,人民银行将坚持稳字当头、以我为主,根据国内形势把握好稳健货币政策的力度和节奏,同时增强人民币汇率弹性,发挥汇率调节宏观经济和国际收支自动稳定器功能,引导市场主体树立风险中性理念,加强跨境资金流动宏观审慎管理,强化预期管理,保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定,积极稳妥应对发达经济体货币政策调整。

全球专用芯片市场迎来增长长期

■ 本报记者 刘禹松

贝恩公司近日发布《2022年芯片行业展望》。该报告显示,由于市场对于专用处理的需求快速上升,芯片行业的市场重心正逐步从通用芯片转向专用芯片。此举“或将打破两者之间维持了数十年之久的平衡”。

据了解,专用芯片又称为专用集成电路,是芯片市场的重要组成部分。每一块专用芯片被用于执行一套有限、可重复的功能,比如视频转码、语音处理等。但是,专用芯片拥有昂贵的前期设计和芯片成本,可编程序不高,灵活性不高。与之对应,通用芯片具备胜任多种工作的优势,其架构的兼容性让用户可以放心进行软件开发投资。

历史上,对于通用计算的需求催生出了一个价值600亿美元左右的计算机微处理器市场,但是,以通用处理器来满足数据中心、网络等不同设备对于计算工作的需求实属“大材小用”。伴随新技术的发展,最大的半导体买家——云服务科技巨头们,正在试图凭借自身规模,内部设计更多的定制处理器。

上述报告指出,计算任务当前正朝着少数巨型“全球级计算机”以及“计算机集群”聚集,这些“庞然大物”的规模堪比仓库,它们可以整合特定的计算任务,将后者集中到同质化程度更高的服务器集群和云端,从而集中处理少数的几个任务。不断聚焦的任务范围使得数据中心运营商以更低的成本,设计出定制化程度更高的计算系统和芯片。然而,大型半导体买家也纷纷意识到,越来越多的视频、图片处理和人工智能训练等大数据量的任务其实更加适合通过专用芯片来完成,比如矢量、矩阵、图形处理,相反,主流通用计算平台和CPU不一定能够胜任。

贝恩公司认为,未来10年,云服务巨头们计划大规模使用专用芯片,来处理公司内部的人工智能任务。比如,谷歌在自己的云服务中运用张量处理器(TPU)、亚马逊投资数据处理单元等。

上述情况下,贝恩公司发现,专用芯片厂商获得了更多投资,供应商的数量也有所增长,尤其是在边缘计算和人工智能处理领域。但是,许多独立小型专用芯片供应商能够存活多久难以判断。那些存活下来的企业则很有可能被大型云服务商或通用芯片巨头收购。因此,专用芯片供应商也应当加强与客户的合作:不仅向客户学习,还由此找到可行的退出路径。此外,少数独立专用芯片设计公司业务规模庞大,坐拥久负盛名的IP组合,并且与晶圆代工厂建立了稳健的合作关系,使得公司价值与日俱增。比如,Broadcom的云专用芯片业务预估年收入超过了10亿美元。

而在中国市场,大型云服务商在设计定制化专用芯片的道路上同样紧随潮流,推出了一系列极具竞争力的产品,尤其应用于人工智能推理的芯片以提升自身业务的竞争力。例如阿里巴巴的寒光系列,腾讯投资的燧原科技旗下的紫霄和沧海系列,华为云的昇腾系列,和百度的昆仑系列等。而独立的专用芯片设计公司,例如寒武纪、登临科技、天数智芯、壁仞科技,同样为不同使用场景提供了出色的产品,甚至已经公开募股上市。“在2020年,大中华区使用的人工智能推理芯片中只有约10%来自于本土企业。在5年后,这一比例有望达到30%。”该报告称。

贝恩公司全球合伙人、大中华区战略业务主席朱永磊表示,“未来,专用芯片和通用芯片的界限渐趋模糊。我们建议,传统芯片厂商可以从调整产品组合、加速器区块化、完善客户经营模式、构建新型合作关系等方向调整战略。从而为企业创造更多价值,迎接新一轮增长。”



1月17日,在浙江省金华市金东区孝顺镇镇北工业园区的浙江普莱德电器股份有限公司装配车间里,工人正在赶工生产出口国外的热风枪产品。
中新社发 胡肖飞 摄

国际商情

2021年泰国二手车市场火爆

据《泰国世界日报》近日报道,2021年泰国二手车市场异常火爆,根据对200家知名二手车经销商的调查显示,销量超过3.6万辆,二手车营业额突破165亿铢。尤其是下半年的销售额较上半年增长了约25%,与2020年同期相比增长了20%,主要源于三大因素:一是由于需要遵守疫情防控措施,新车产能无法高负荷运转,导致产能达不到100%;二是经济衰退让很多客户考虑购买二手车,比购买新车更加经济划算;三是出于疫情安全出行的需要,通过购买二手车来避免乘坐公共交通工具。

去年中国成全球最大手机应用消费市场

据韩联社近日报道,移动数据分析平台App Annie公布的数据显示,韩国消费者去年手机应用软件支出约7.9万亿韩元,位列全球第四。据App Annie透露,去年全球移动消费者手机应用程序支出1700亿美元,同比增加19%,中国是全球消费最多的国家,美国、日本紧随其后,韩国位列第四;在手机应用程序上耗时最多的国家依次是中国、印度和美国,韩国排名第13位。App Annie全球销售副总裁大卫·金表示,电视等大屏幕正在被手机等挤出移动辅助市场,手机在使用时间、下载、消费者支出等所有领域都在不断创造新纪录。移动设备将依靠数字经济、居家办公及娱乐等成为新的经济主角。

2021年挪威石油天然气出口创新高

据彭博社报道,当地时间1月17日,挪威统计局在一份网站声明中称,由于对化石燃料、鱼类和金属的需求增加,挪威2021年的出口额飙升至创纪录的水平。作为西欧最大的石油和天然气出口国,挪威在2021年向海外销售了价值1.38万亿克朗(约合1560亿美元)的商品,同比增长77%,创纪录新高。2021年,在天然气价格创纪录的情况下,挪威天然气出口价值比2020年翻了两番,达到4758亿克朗。挪威石油理事會表示,2021年第四季度,挪威石油和天然气每个月的出口价值都超过115亿美元,是2020年同期出口价值的三倍。据外媒报道,挪威石油管理局(NPD)数据显示,挪威2021年石油产量为1.02亿立方米,天然气产量为1130亿立方米。北海Johan Sverdrup油田第一阶段已全面投产,第二阶段计划于今年启动,一旦实现全面生产,将占挪威大陆架石油产量的35%。挪威石油管理局表示,随着石油和天然气产量的提高,挪威的石油总产量预计将在未来三年持续增长,2024年预计将上升至433万桶油当量。

(本报综合整理)

北京天竺综保区特殊物品公共查验平台启用

本报讯(记者 刘禹松)1月17日,北京天竺综保区特殊物品公共查验平台正式启用,首票是理治(北京)国际仓储有限公司的实验室研究用细胞因子试剂仅用5分钟便完成了全部查验过程。记者从北京海关了解到,该平台具有特殊物品海关查验资质,将“保税+口岸”的功能优势与先入区后报关、分送集报、入库查验等措施相叠加,进一步辐射带动天

竺综保区生物医药产业发展,有助于形成产业集聚效应,助力北京市“两区”建设。

作为生物医药产业研发所需的基础材料,进口生物试剂等特殊物品在此前需要运至具有资质的场地进行海关查验。随着天竺综保区特殊物品公共查验平台的启用,进口特殊物品在首都机场提货后,经由区港通道直接运到该平台,海关完成查验后即可入

库储存,从而提升通关效率、有效降低企业的时间和人力成本。

“以前我们要把进口的高风险特殊物品运到具有资质的场地进行海关查验,路程远、时间长,每票货物的物流成本近千元。”区内生物制品供应链公司理治(北京)国际仓储有限公司经理徐谦说,“现在有了天竺综保区特殊物品查验平台,又快又方便,一年下来光是物流成本就能节省将近20

万元。”

据悉,该平台具备查验进口高、低风险特殊物品的所需条件;按照货物属性不同,划设三个查验功能区,还设置了外包装消毒区和缓冲区,有效提升了查验过程中的生物安全控制能力。“平台中设有风淋系统、生物安全柜、生物安全周转箱等先进的生物安全控制设备,可以在特殊物品查验过程中最大程度实现程序规范、

分级处置、作业安全。”北京海关所属天竺海关卫生监督科副科长韩振海介绍。

“下一步,天竺海关将继续以北京市‘两区’建设为契机,面对面听取企业诉求,实打实解决通关难题,助力大健康企业在综保区实现绿色低碳发展,为北京市生物医药产业发展提供海关动能。”北京海关所属天竺海关副关长肖国英表示。

隐私政策趋紧促进数字化营销模式转变

■ 本报记者 刘禹松

随着越来越多的中国企业走出国门,海外营销链路的重要性越发显现。日前,在由链睿举办的“企业出海营销”线上媒体交流会上,链睿大中国区业务副总裁苏士杰表示,近年来随着国内外用户对隐私保护和数据安全的要求不断提升,不少出海企业的数字化营销难度正在加大。受此影响,出海企业的数据能力建设显得尤为重要。

近年来,全球隐私保护政策逐渐趋紧。2018年,号称“史上最严数据保护条例”的欧盟《通用数据保护条例》正式出台。2019年,谷歌宣布将逐步在Chrome浏览器上停止支持跨网站追踪用户的第三方Cookie(本地终端数据),并将其命名为“隐私沙盒”计划。2020年,苹果在其全球开发者大会上宣布了新的APP应用程序信息跟踪透明度框架。根据该框架,生态内非许可的用户数据追踪将被禁止……

苏士杰介绍,通常情况下,数字

营销人员需要依靠第三方跟踪Cookie来追踪消费者的在线行为,大部分的广告技术和营销技术平台都会使用Cookie进行定位、定向、展示广告和行为营销。然而,随着数据隐私合规的热度日益升高,国内外数据合规环境越发成熟与严格,越来越多的企业在开展数字营销时需要更有意识地“合规”使用得到用户授权的数据。“在三方Cookie即将消亡、数据隐私保护日益完善的背景下,越来越多的媒体和广告主不得不思考‘后Cookie时代’的身份识别方案。”

苏士杰表示,长期以来,企业利用三方Cookie开展数字营销,存在数据的不透明(不一定有用户授权)、不唯一(不同浏览器拥有多种Cookie)、不持久(重置后Cookie消失)等问题。即使是拥有独立站的成熟企业,仍需要应对Cookie越来越难触达用户的现实。为此,链睿提出了无需依赖第三方Cookie或是Device ID(设备识别符)的解决

方案,利用技术创建一个安全和隐私优先的连接生态,将营销链路中的各方,即品牌、DSP(需求方平台)、SSP(供应方平台)以及媒体以非唯一且经过多重匿名化并加密处理的RampID(LiveRamp标识符)连接起来,这个过程以安全和隐私为核心,没有PII泄露,从而帮助品牌更好地触达其目标受众。在该方案中,用户通过电子邮件的方式登陆以后,在获得授权的情况下,其信息将通过数字加密形成RampID。此后,广告主采用的广告投放都将通过RampID进行。

2021年,我国个人信息保护法和数据安全法等相继实施。合规获取和应用数据已经成为国内企业在数字时代开展各项工作的重要前提。

作为链睿在中国市场上的合作方,Stream首席执行官殷谦祥表示,随着全球数据监管更加严格,整个广告投放的算法体系正在被重塑,数字化精准营销行业也正在来自

己的改变。他认为,精准营销对电商企业而言是必要的,隐私法规的完善为其带来的改变正在显现。“以前的精准营销是对所有用户默认执行。但以后,这样的营销行为必须要经过用户的许可才能进行。这样的改变,将让整个数字营销的基础发生变化。”

苏士杰表示,卖家要逐步拥有积累自己一方数据资产以及运用一方数据的能力,这是非常重要的。“隐私法规的完善并非是在反对企业开展精准营销。它禁止的是未经授权的数据营销。此外,也包含禁止带有歧视性质的精准营销。例如,通过各种算法为不同人群提供不一样的价格或者服务等。”他表示,“目前,我们在做用户触达会有两大类的方式。一种是通过邮箱、短信、外呼等方式开展的,一对一精准营销。另外一种是对有同样类似特征的人群开展的定向营销。但不管是哪一类,前提都是要得到用户的授权。相信这样尊重消费者隐私

的精准营销,还是人们所欢迎的。”

殷谦祥表示,在隐私政策趋紧以后,国内不少出海企业尚未意识到这将对其实务产生影响。“大多数的卖家只是发现广告数据不准了,或者广告投放的投资回报率降低了。但事实上,整个环境已经发生了变化。对所有的卖家而言,想要开展精准营销,未来必须尽可能的去获得用户的授权。而这需要卖家自己行动起来。”在Stream和LiveRamp合作服务某出海企业的案例中,Stream为企业独立站积累邮箱相关的一方数据,Liveramp将授权后的数据转化为数字身份,独立站就能够重新在互联网上定向投放这部分受众,最终结果是用户触达率从传统依靠Cookie的20%-30%上升到将近80%,ROI达到了6倍。换句话说,企业将在没有Cookie的未来,拥有更确定的针对‘人’的投放能力,这也意味着,品牌会拥有更好的营收和提供更佳的用户体验。