

新加坡发展金融科技：

对央企有借鉴有启示

■ 本报记者 林畅

在1月12日的第11期CF40南沙金融沙龙上,上海新金融研究院副院长刘晓春发表主题演讲表示,新加坡金融科技发展的现象对我国金融科技行业具有启示。

刘晓春介绍说,最近十多年,新加坡持续推出鼓励金融科技创新发展的政策和措施,使新加坡逐步成为有相当吸引力的国际金融科技中心。新加坡及周围国家和地区

的金融科技,基本上是以“中国输出”为主发展起来的。中国输出的包括资本、人才、技术、产品和业务模式。在刘晓春看来,金融科技公司出海是这一波中国企业出海的缩影,是产业链的延伸而不是产业链的转移。大多数新加坡当地的金融科技公司,包括当地人和当地资本注册的金融科技公司,其技术研发人员一般都在中国,在当地以业务

运营和拓展市场为主。中国金融科技公司“走出去”,极大提升了新加坡当地互联网和金融科技的普及度,但科技公司对于如何适应当地法律、文化、习俗等还处于懵懂阶段。为了保持企业“走出去”的良好势头,企业要从自发变成自觉,认真调研当地的法规、文化、习俗等,对自身经营策略和模式进行属地化适应性调整。

同时,新加坡及周围其他国家金融科技应用主要还集中在支付结算、基础设施和小额贷款领域,其应用水平比我国还落后几年。刘晓春认为,我国不应满足于在这些领域的领先地位。一方面,我国需要继续在这几个领域不断创新。在支付结算、数字化基础设施建设、小微贷款领域,目前的数字化转型还是初步的,创新空间还非常大。另一方

面,金融领域更广泛范围的数字化转型刚刚开始,我国在有些方面与国际顶尖水平的差距可能正在拉大,需要在这些领域加大研发投入,创造金融科技新优势。在这方面,新加坡以及中国香港地区2022年以来在发展虚拟资产业务领域采取的一系列举措值得借鉴。目前国内在金融科技方面除了支付结算、基础设施建设、小微贷款等领域的应用,更多地侧重数据资产领域,较少关注符合数字经济需求的数字金融产品、数字金融工具、数字金融产品交易模式和数字金融产品交易平台的创新。现在所谓虚拟资产领域,剔除无实质资产支撑的虚拟货币发行与交易,其技术是可以应用于金融产品、金融工具、金融交易模式和金融交易平台创新的。

“通过在新加坡与金融科技公司

件、软件开发和运维、云存储等。但其在与科技公司合作过程中,经常遇到科技公司失联的情况。无奈之下,金融机构只得走自主路线,这和国内情况类似。原因大致是,大多数科技公司都是初创公司,规模小、资本少、现金流少,因此倒闭速度相对较快;其实力不够雄厚,就没有耐心做基础性的研发和纯技术服务,使得金融机构对于合作中的数据安全

和业务安全存有疑虑。刘晓春认为,中国和美国是金融科技的先行者,却不一定在方方面面都是领先的。新加坡及东南亚国家政府观察金融科技在中国和美国的不同发展模式,观察监管在此过程中发挥的作用,它们从早期几乎没有监管到后期根据中国和美国监管政策的变化而不断调整。所以,我国在观察新加坡有关政策时,需要清醒地认识这个底层逻辑。如果我国要出台一些突破性的政策和业务模式,可以先在具有一定的对外开放度、对内又相对封闭的区域先行先试。由于金融的特殊性,金融科技监管沙盒在空间上可以扩容,同时监管沙盒是可以对外开放的,即允许境外机构参与监管沙盒内项目的试点或投资沙盒内项目。

服務四海 誠信天下

 中國專利代理 (香港) 有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahkltd.com

 广告

信用助推 企业品牌价值提升

■ 本报记者 穆青风

品牌是高质量发展的重要象征,加强品牌建设是满足人民美好生活需要的重要途径。在日前举办的品牌与信用研讨会上,中国政法大学党委书记胡明表示,去年,中共中央、国务院印发的《质量强国建设纲要》,提出“开展品牌理论、价值评价研究,完善品牌价值评价标准,推动品牌价值评价和结果应用;加强专利、商标、版权、地理标志、植物新品种、集成电路布图设计等知识产权保护”,体现了品牌与信用建设的重要性、紧迫性,我们应共同努力,筑牢信用基础,提升品牌价值,加强品牌保护,为中国品牌、信用中国贡献更多智慧和力量。

中国品牌建设促进会理事长刘平均表示,历经多年努力,我国为全球品牌评价理论体系、标准体系、评价发布体系作出了重要贡献,得到了世界各国认可,也获得了品牌评价的国际权威话语权。但同时,中国品牌出海仍面临假冒伪劣侵害、国际纠纷、关税以及其他技术壁垒等问题,希望可以搭建法律服务平台,为中国品牌走向世界保驾护航。

中国政法大学副校长时建中表示,无论打造品牌、维护品牌、传承品牌还是创新品牌,都需要实现品牌与信用、品牌与信赖、品牌与质量之间良性的互动关系。与此同时,市场是动态的,品牌也要在创新中提升自身的竞争力和号召力。从法律方面来说,要遵循市场规律、科学规律、法治规律,帮助企业做好品牌与信用的维护工作。

谈到信用在品牌建设中的关键作用,北京知识产权法院审判第二庭法官刘义军表示,企业品牌与信用培育离不开诚信原则。从企业运营角度来看,商标品牌是战略性发展资源,也是企业竞争力核心优势。尤其在企业“走出去”过程中,不同的国家、地区对商标保护有各自的规则,但大部分国家和地区都遵循诚实信用原则,只有认识到这点才能更好地做好品牌建设,化解风险与危机。

企业出海一定要高度重视品牌建设。刘义军建议企业,在出海时提前五到十年做好商标布局和谋划,确定布局国家、经营商品、服务类别。企业在注册商标时,尤其要重视中文商标的注册。必要时根据目标市场情况和企业发展理念,设计相应的纯字母商标,便于海外发展。希望中国品牌企业能够不断增强风险意识,加强商标品牌保护和运营,讲好中国品牌故事,增强品牌国际竞争优势。



中国车企长城汽车旗下电动汽车品牌欧拉好猫近日在泰国罗勇新能源汽车制造基地正式下线,这是泰国本土生产的第一款量产纯电动汽车。图为工人在位于泰国罗勇的长城新能源汽车制造基地生产车间内工作。 新华社记者 王腾 摄

农业贸易百问

苹果生产和贸易知多少？

■ 赵政

苹果营养丰富,富含多种微量元素和维生素,是世界主要温带水果之一。我国是全球苹果种植面积和产量最大的国家,也是全球最大的苹果出口国。让我们一起来看看苹果生产和贸易情况。

我国苹果生产情况如何？

全球苹果主要种植品种有富士、元帅、金冠、嘎拉等,我国主要种植富士,占苹果总产量的七成左右。苹果品种主要从国外引进,我国自有的苹果品种极少,且单产水平落后于发达国家。2022年,我国前五大苹果产地依次为陕西、山东、甘肃、河南和山西,产量分别为1302.7万吨、1006.4万吨、475.9万吨、421.2万吨和418.3万吨,合计占我国苹果总产量的76.2%。



图1 红富士苹果

以2021年为例,我国苹果产量4598.3万吨,位居全球第一,占全球苹果总产量的49.4%。土耳其、美国、波兰、印度苹果产量位居第二到第五位,产量分别为449.3万吨、446.7万吨、406.7万吨和227.6万吨。

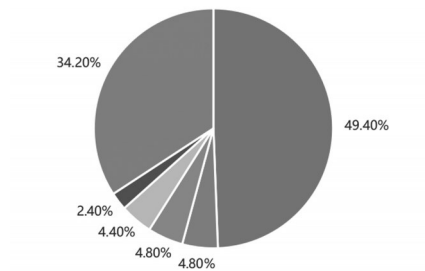


图2 2021年世界前五大苹果生产国

全球苹果贸易情况如何？

苹果贸易产品包括鲜苹果、苹果干和苹果汁等,2022年全球苹果贸易总额200.4亿美元,其中鲜苹果贸易总额142.0亿美元,占苹果贸易总额的70.9%。

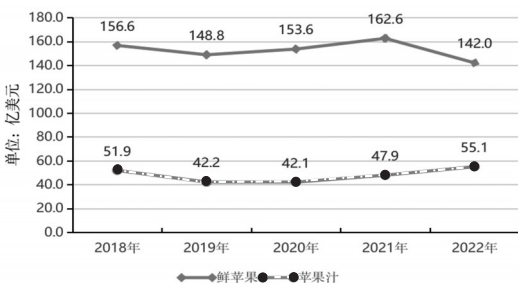


图3 2018-2022年全球苹果贸易额

苹果出口国家较为集中。2022年,全球前五大苹果出口国依次为中国、意大利、美国、波兰和智利,出口额分别为15.0亿美元、10.2亿美元、9.7亿美元、8.1亿美元和6.2亿美元,合计占出口总额的50.9%。

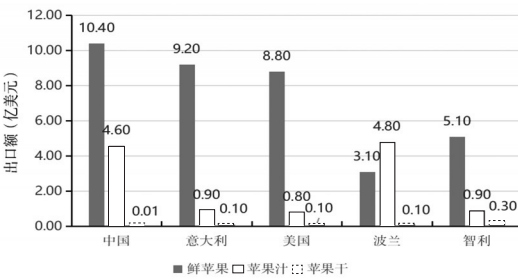


图4 2022年全球前五大苹果出口国

苹果进口国主要为欧美等发达国家。2022年,全球前五大苹果进口国依次为美国、德国、美国、荷兰和加拿大,进口额分别为10.6亿美元、7.2亿美元、6.6亿美元、4.4亿美元和3.7亿美元。

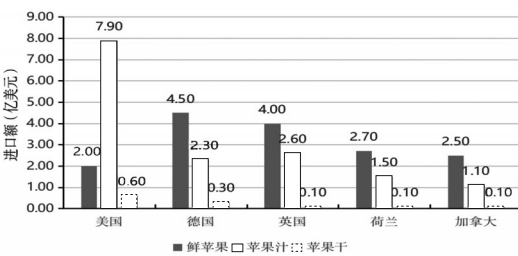


图5 2022年全球前五大苹果进口国

我国苹果贸易情况如何？

2022年,我国苹果贸易额17.3亿美元,出口额15.0亿美元,进口额2.2亿美元,贸易顺差12.8亿美元。我国以鲜苹果

近日召开的2024年中国人民银行工作会议在分析当前形势,部署新一年工作时指出,要统筹金融开放与安全,有序扩大金融高水平对外开放。推动人民币的国际使用是推进高水平对外开放的重要一环。会议指出,下一步要进一步便利和推动跨境贸易投资人民币使用,稳慎扎实推进人民币国际化。

随着中国经济实力增强,人民币在国际市场上的地位正稳步上升。早在2022年末,人民币就已跻身全球第三大国际货币之列,仅次于美元和欧元。随着近年与共建“一带一路”国家的贸易联系日益密切,人民币在这些新兴市场的使用场景也日益增多。对此,多位外贸企业和外贸服务行业人士向记者表示,去年在跨境贸易环节,更多海外企业倾向于通过人民币实现贸易结算。他们透露,这一方面与去年美联储大幅加息有关,另一方面则和疫情后中国经济回稳态势相关,部分外资企业基于人民币较低的融资利率正考虑扩大在华直接投资,对人民币需求量呈现扩大态势。

“随着中国经济发展和综合国力提升,经营主体在贸易投资中使用人民币进行跨境和国际收付的需求也在上升。”中国人民银行宏观审慎管理局局长李斌近日公开表示,2023年前11个月,人民币跨境收付金额为48万亿元,同比增长24%。其中,货物贸易中使用人民币结算的占比为25%,创下近年来最高水平。

央行工作会议在谈及人民币国际化取得新进展时指出,除了要进一步便利和推动跨境贸易投资人民币使用,还应优化人民币国际使用和货币合作网络,推进本外币一体化资金池试点,以及不断增强人民币跨境收付、贸易融资、外汇交易等功能。

李斌介绍,中国人民银行将聚焦贸易投资便利化,继续做好制度设计、政策支持和市场培育,完善人民币跨境使用基础性制度安排和基础设施建设,增强跨境人民币业务服务实体经济和推动高质量发展的能力。同时,稳妥有序推进金融市场全面制度型开放,进一步提高我国外汇和金融市场开放和准入程度,丰富风险对冲工具,构建更加友好、便利的投融资环境。

记者注意到,在制度型开放推进的进程中,央行也正不断完善人民币国际化的基础设施,特别是清算服务网络。截至目前,中国已在29个国家和地区授权31家人民币清算行,覆盖全球主要国际金融中心。人民币跨境支付系统(CIPS)服务区域扩大、服务水平提升。截至2023年9月末,CIPS共有直接参与者102家,间接参与者1377家,业务范围覆盖全球182个国家和地区的4344家法人银行机构。

不仅在跨境贸易结算方面,人民币在跨境投融资方面也越来越展现出自己的优势。例如对于各界关注的配套金融市场对外开放,目前沪深港通、基金互认、债券通、沪伦通、跨境理财通等互联互通渠道相继开通并优化,合格投资者管理政策框架不断完善,境外主体发行熊猫债更加便利,我国股票、债券先后被纳入主要国际指数。

对于2024年重点工作,央行指出,要积极参与国际金融治理,深化国际金融合作,推动高水平开放。依托二十国集团、国际货币基金组织、国际清算银行等平台,推进全球宏观政策协调。积极参与多边开发机构治理,深化双边务实金融合作。着力推动金融业高水平开放。有序推动境内外金融基础设施互联互通。积极参与涉及金融业的国际贸易规则研究制定。稳步推进外汇领域改革开放。在稳慎扎实推进人民币国际化方面,要进一步完善便利人民币跨境使用政策体系,推动重点企业、重点领域、重点地区人民币使用。优化人民币清算行布局,加强国际间货币合作,推动离岸人民币市场健康发展。加强跨境人民币业务监管。加大跨境支付系统建设及拓展力度。

出口为主,高端加工产品较少,鲜苹果贸易额12.6亿美元,占苹果贸易额的72.8%。

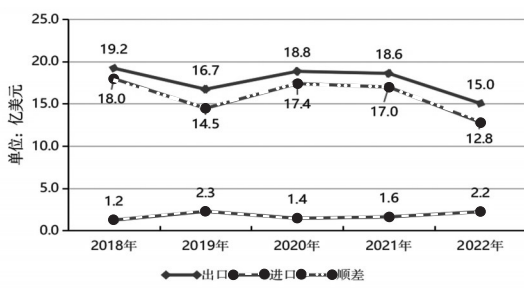


图6 2018-2022年中国苹果贸易额

东南亚是我国苹果主要出口市场。2022年,我国苹果前五大出口市场为印度尼西亚、越南、泰国、美国和菲律宾,出口额分别为1.9亿美元、1.9亿美元、1.7亿美元、1.6亿美元和1.4亿美元。

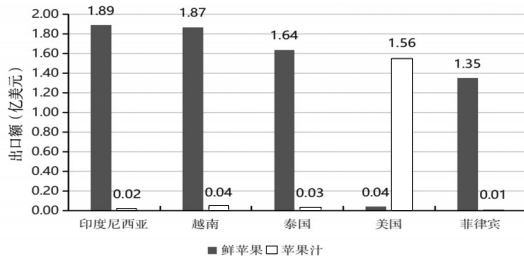


图7 2022年中国前五大苹果出口市场

我国苹果进口市场高度集中。2022年,前四大进口来源地依次为新西兰、南非、美国和智利,进口额分别为1.5亿美元、0.2亿美元、0.2亿美元和0.2亿美元。其中,新西兰进口额占我国苹果进口总额的68.2%。

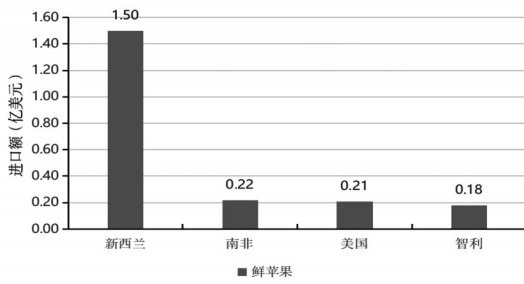


图8 2022年中国前四大苹果进口来源地 (来源:中国贸促会农业行业分会(农业农村部农业贸易促进中心))

多层次多领域推进人民币国际化

■ 本报记者 张伟伦