

發改委促取消新能源車限行限購 新政提振消費 比亞迪尾盤抽升6%

提振汽車消費政策正式落地。國家發改委昨日印發的通知明確，各地不得對新能源汽车實行限行、限購，已實行的應當取消。鼓勵地方對無車家庭購置首輛家用新能源汽车給予支持。鼓勵有條件的地方在停車費等方面給予新能源汽车優惠，探索設立零排放區試點。受政策刺激，港股部分汽車相關股份尾市拉升，比亞迪最多升6.2%，收市升5.76%報47.75元；吉利汽車、長城汽車收市也升逾2%。分析認為，政策對提振消費利好，但相對一些一、二線城市，未來汽車消費的新增長點還是在三、四線城市。

大公報記者 彭巧容

為推動內地消費升級，發改委印發的《推動重點消費品更新升級 暢通資源循環利用實施方案（2019—2020年）》通知指出，要加快新一代車用動力電池研發和產業化，提升電池能量密度和安全性，逐步實現電池平台化、標準化，降低電池成本。引導企業創新商業模式，推廣新能源汽车電池租賃等車電分離消費方式，降低購車成本。優化產品准入管理，避免重複認證，降低企業運行成本。繼續對充換電等基礎設施建設和配套運營服務給予支持，加快大型公共場所充電樁建設。鼓勵企業單位充分利用現有停車場地，按照不低於停車位數量10%的比例建設充電設施。鼓勵各地為新能源汽车分時租賃提供停車、充電設施支持。

比亞迪新能源車銷量增五成

此外，為破除乘用車消費障礙，通知還提到，已實施汽車限購的地方政府，應根據城市交通擁堵、污染治理、交通需求管控效果，加快由限制購買轉向引導使用，結合路段擁堵情況合理設置擁堵區域，研究探索擁堵區域內外車輛分類使用政策，原則上對擁堵區域外不予限購。針對農村居民報廢三輪汽車並購買3.5噸及以下貨車或1.6升及下排量乘用車給予適當支持，並鼓勵有條件的城市加快取消皮卡進城限制，推動改裝文化的發展。

在政策公布後，港股汽車相關股份上揚居多，除比亞迪、吉利汽車、長城汽車等汽車製造股，汽車代理經銷及電動車設備製造的個股也受惠（見附表）。另比亞迪昨日晚公布五月銷售數據顯示，上月

銷量同比雖跌10.2%至3.392萬輛，但其中的新能源汽车銷量同比卻增53.8%至1.4241萬輛。

據悉，目前全國實施汽車限購政策的城市包括北京、上海、廣州、天津、杭州、深圳等，原則上是每年限定一個號牌發放指標，通過搖號或競價或兩者結合的方式發放車牌號牌。

全國乘聯會秘書長崔東樹向內媒表示，政策對提振消費信心也是很好的，但因此前各地都已出台取消限行限購相關政策，新政一出只保證各地區完全不存在限行限購，對汽車的實際銷量或不會有很大的促進作用。若要提振汽車消費，他建議應放開上游企業的競爭，提高新能源汽车電池方面的技術，發展高蓄能電池，將新能源汽车產業鏈抓住，提高整體製造業的發展。

新增長點或在三四線市

中國汽車流通協會副秘書長羅磊認為，發改委出台的這個指導意見對汽車消費是利好。但關鍵要看這些措施能不能在當地落地，如果這些政策在各城市落地實施，不光是對新能源汽车，對整個車市都是有好處的。

分析相信，由於上述通知還沒有給出具體的執行時間，後續限購政策還要依靠各個地方出台實施細則。有市場人士指出，放寬限購政策將釋放一定的剛性消費需求，但消費刺激政策對市場的影響，還是要取決於消費者的消費和收入水平，未來汽車的新增長點應該在三、四線城市。



▲分析指出，放寬限購新能源車新政將釋放一定的剛性消費需求，但消費刺激政策對市場的影響仍取決於消費者的消費和收入水平

中新社

港股部分汽車相關股上揚

汽車製造		
股份	收市價 (港元)	變幅
比亞迪 (01211)	47.75	+5.76%
吉利汽車 (00175)	12.84	+2.23%
長城汽車 (02333)	5.95	+2.06%
五菱汽車 (00305)	0.39	+1.28%
廣汽集團 (02238)	7.75	+0.78%
代理經銷		
耀萊集團 (00970)	0.28	+3.70%
正道集團 (01188)	0.029	+3.57%
永達汽車 (03669)	6.51	+3.33%
美東汽車 (01268)	5.08	+2.63%
正通汽車 (01728)	2.90	+1.05%
電動汽車充電設備		
泰能能源技術 (02188)	0.58	+3.57%

汽車銷量觸底反彈可期



財經分析

大公報記者 李靈修

過去一年中，內地汽車銷量出現斷崖式下滑，背後雖有中美貿戰正酣、居民房貸槓桿高企等因素影響，但其主要原因還是在於市場需求透支。自2015年10月至2016年底，1.6升及以下排量乘用車實施減半徵收車購置稅的優惠政策，即稅率由10%降至5%；2017年該優惠政策力度減半，稅率由5%上調至7.5%；到了2018年，車輛購置稅恢復至10%的水平。

上述的政策變動直接導致了乘用車市場購車需求前移，對未來的汽車消費需求形成壓制。在此期間，內地汽車銷量增速冲高回落，A股汽車板塊走勢也隨之跌宕

起伏。

更為重要的是，汽車銷量行情拖累了內地消費增速。在內地限額以上零售總額的分類結構中，耐用品與非耐用品零售各佔一半。其中，汽車銷量是耐用品大頭，佔比達三分之二；在非耐用品中，石油及製品佔比四分之一，而其中的五分之一又來源於汽車。

由此可見，汽車消費在零售總額中的重要地位。對應歷史數據來看，汽車消費增速從去年5月開始滑坡，該月消費增速由9.4%下跌至8.5%；到了今年4月份，汽車消費增速錄負14.6%，消費增速創出歷史新低7.2%。

在經濟數據乏力的當下，相較外界期盼的「放水」舉措，產業扶持利好其實更為關鍵。作為穩消費的癥結，新一輪汽車

利好政策正在陸續出台。

上月底，廣東省出台《廣東省完善促進消費體制機制實施方案》，提出了九方面29條具體舉措，其中最大的亮點是鼓勵汽車消費，包括逐步放寬廣州、深圳市汽車搖號和競拍指標，其他地市不得再出台汽車限購規定等。而在6月2日，廣州市、深圳市交通運輸局又發布了增加小客車指標的通告。其中，廣州市新增10萬個中小客車增量指標額度；深圳市新增4萬個普通小汽車指標。

此外，自今年7月起，上海、杭州、深圳等15個省市將正式實施國家第六階段機動車排放標準（簡稱「國六」標準），相信「國六」標準的推行有望帶動下半年汽車行業增量需求，汽車銷量觸底反彈可期。

外資本周百億抄底A股 三個月最勁

【大公報訊】記者張豪上海報道：在端午節前最後一個交易日，A股全線收跌。不過，昨日北上資金持續流入，規模為13.14億元（人民幣，下同）。至此，本周累計4個交易日全部為淨買入，合計淨買入逾100億元，為今年2月底來最大單周淨買入額。

由於國家發改委在A股收市後才發布消息，A股並未受惠。滬綜指、深成指分別跌1.17%、1.84%，收報2827.8、8584.94點；5G概念股重挫拖累創業板跌2.42%，收報1416.06點。盤面上，僅銀行微漲，其

餘板塊下跌，通信、農林牧漁跌逾4%，電子、傳媒、國防軍工等跌幅居前。

滬深兩市昨日成交金額3866.68億元，較上一交易日的4077.87億元縮量5%。

巨豐投顧郭一鳴指出，目前部分的恐懼限制了市場的發揮，實際上政策面還是有很多值得期待的，比如上周末管理層提示的「工具箱」。下週節日之後，伴隨着市場悉數迎來調整新低，抄底資金預計會紛至沓來。建議持股觀望，耐心等待反彈的到來。源達投顧也認為，當前第三波調整基本到位，節後市場或迎來布局良機。

人行雙管齊下護流動性 近期或降準

【大公報訊】記者倪晨晨上海報道：中國央行周四在公開市場開展了總額100億元（人民幣，下同）7天期逆回購操作同時，超額續做了5000億元1年期中期借貸便利（MLF），MLF的規模僅次於去年7月投放的5020億元。兩者的利率均持平在此前的2.55%及3.3%。央行表示，本次操作旨在對沖MLF和逆回購到期，及政府債券發行繳款等因素的影響，藉此維護銀行體系流動性的「合理充裕」。

數據顯示，昨日分別有300億元逆回購及4630億元MLF到期，若按此計算，央行

昨日在市場投放170億元資金。交銀金研中心高級研究員陳冀坦言：「對沖6月初市場資金面到期壓力，是周四央行同步開展逆回購及MLF操作的主要目的」。

昨日上海銀行間同業拆放市場（Shibor）各短期品種回購利率漲跌互見，惟漲跌幅均有限。

其中，隔夜、14天期利率分別下滑7.2、0.5個基點，至1.5210%、2.3780%；7天期、1月期品種則分別漲10、0.9個基點，至2.5720%、2.8410%。

陳冀表示，端午節後市場將迎來2000

億元到期逆回購，以及2000億元的到期MLF。鑒於央行前期已對縣域中小銀行開展「定向降準」，因此市場整體到期壓力並不大，「預計貨幣市場流動性短期內仍會維持「適度充裕」狀態」。

中誠信國際宏觀首席分析師袁海霞指出，當前中國經濟仍面臨下行壓力，且中美貿易摩擦持續發酵，加之包商銀行事件的衝擊，穩健貨幣政策或續展開預調、微調操作。她預計，央行出於對跨季流動性的護考考慮，可能在6至7月份再度安排降準。

瞄準東南亞萬億市場 中國電商紛出海淘金

新聞追蹤

【大公報訊】記者毛麗娟深圳報道：電商領域正在成為東南亞地區增長最快的行業之一，面對2025年東南亞電商市場價值將達1020億美元（約合8000億港元）的機遇，中國支付類企業與跨境電商平台紛紛出海掘金。東南亞電商平台Shopee跨境事業部總經理劉江宏受訪透露，東南亞是中國賣家海外淘金的新興藍海市場，目前東南亞的電商滲透率只有1%至2%，增長空間巨大。未來，攜手中國境內的支付類企業重構中國賣家出海東南亞的市場格局、更好地推動中國製造品牌觸及東南亞超6億消費者是發展重點。

過去的3年裏，電商領域一直是東南亞數字經濟中最具活力的部分。2017年，東南亞地區商品交易總額（GMV）接近110億美元；2018年，該數字超過了230億美元。相比，2015年，東南亞地區電商市場規模僅達55億美元，如今已是翻了兩番，年複合增長率達62%。

谷歌和淡馬錫聯合研究指出，到2025年，東南亞互聯網經濟價值預計將超過2400億美元，比2018年的首次預測高出400億美元。屆時，東南亞地區的電商市場價

值預計將達1020億美元，佔該地區互聯網經濟總價值的40%以上。

劉江宏介紹，人口優勢是東南亞電商行業增長的最主要原因。「東南亞6億人口中約50%是30歲年齡以下的人口，其中，又以00後為主，移動終端網絡用戶達3.5億人，這部分人高度依賴社交媒體。」劉江宏表示，由於這些年輕人口逐漸進入婚育潮，他們對來自中國的3C電子產品、家居產品、母嬰產品有着強烈的需求，而且由於中國製造品質越來越好，其質優價美的特點受到東南亞消費者的喜愛。

滲透率僅1% 增長空間巨

中國境內第四大支付平台——連連支付總經理潘國棟亦看好東南亞電商市場的增長機遇，準備將支付觸角伸進東南亞市場。他們本周三宣布與東南亞「淘寶」Shopee達成正式合作，其跨境收款產品全面接入Shopee新加坡、馬來西亞等六大站點。

「中國的電商市場是全世界滲透率最高的市場，中國電商零售規模佔社會消費品零售總額達18.4%，而在東南亞，網上購物交易額佔社會消費品總零售額只有1%至2%。」劉江宏認為，今天的東南亞電商市

場類似十幾年前的中國，網絡購物正在蓬勃興起。

為推動更多中國品牌以及國際品牌進入東南亞市場包括中國台灣，Shopee建立了覆蓋一站式跨境關鍵環節的服務體系，為中國賣家進入東南亞市場提供流量、自建物流SLS、孵化團隊及小語種客服服務。2018年雙十一和雙十二大促期間，該平台上的中國跨境賣家單量同比分別增長8倍和10倍。目前，包括格力、美的、海爾、小米、華為手機、OPPO手機、聯想電腦、紅蜻蜓、富貴鳥等紛紛搶灘東南亞電商市場。

事實上，東南亞市場近年來並不缺少中國巨頭的身影。2013年，阿里成立新加坡淘寶打響了進軍東南亞市場的第一槍，此後幾年裏，阿里分別收購東南亞最大電商平台Lazada，投資印尼最大電商平台Tokopedia，對於東南亞市場，阿里火力全開，並在電商、支付、雲、物流等各方面進行全面布局。

2018年1月，京東參與了越南電商平台Tiki的C輪融資，在此之前，京東已完成了對印尼市場的布局，同時和泰國尚泰集團成立合資公司並聯手打造了面向東南亞市場的全新線上零售平台。



▲圖為中國跨境賣家了解東南亞電商市場情況 毛麗娟攝



▶連連支付牽手跨境電商平台進軍東南亞市場 毛麗娟攝

「一帶一路」為跨境支付添機遇

【大公報訊】記者毛麗娟深圳報道：連連支付本周三宣布與東南亞「淘寶」Shopee達成正式合作，其跨境收款產品全面接入Shopee在東南亞六國及地區的站點。至此，連連支付跨境收款合作夥伴覆蓋到Amazon、eBay、Wish、Shopee等全球十大主流電商平台的60個站點。

值得一提的是，為了快速拓展東南亞市場，連連支付還推出賣家提現收費最低8元包全年的大力度優惠。在收款幣種上，連連支付除了支持美元、歐元、英鎊、加元、澳元、日圓等六大主流幣種外，還新增了印尼盾、泰銖、巴西雷亞爾、新加坡元等小幣種。針對本次合作，連連跨境事業部副總裁呂蔚燃透露，通過連連支付入駐Shopee的新賣家，將享受官方綠色通

道快速開店、前三個月佣金全免等權益。有分析指出，「一帶一路」倡議與人民幣國際化等因素增加了對於跨境支付的需求，國民收入水平的提高也帶動了境外旅遊、留學、電商等市場的發展，擴大了跨境支付的市場空間。

截至2018年末，超過23家支付機構獲得了跨境電商外匯支付業務試點許可。預計2019年，第三方支付機構將繼續打造跨境業務的核心競爭力，並提供一系列跨境支付增值服務，努力擴大市場佔有率。

對於跨境支付的發展前景，潘國棟認為，今天中國電商滲透率是全球領先的，也只有18%。而目前很多國家和地區這個數字只有個位數，因此跨境支付增長空間是巨大的。