

“预告”降准加码促消费 国常会释放重磅信号

“鼓励拨备水平较高的大型银行有序降低拨备覆盖率，适时运用降准等货币政策工具，推动银行增强信贷投放能力”，4月13日召开的国务院常务会议释放了降准的重磅信号，在不少业内人士看来，按照以往惯例，国常会的“预告”也就意味着降准极有可能很快落地。此外，为稳定经济发展，国常会也提及了关于促进消费、加大外贸企业出口退税等政策支持力度的内容。

降准：适时运用 合理让利

在金融领域，国常会提到，针对当前形势变化，鼓励拨备水平较高的大型银行有序降低拨备覆盖率，适时运用降准等货币政策工具，推动银行增强信贷投放能力，进一步加大金融对实体经济特别是受疫情影响行业和中小微企业、个体工商户的支持力度，向实体经济合理让利，降低企业综合融资成本。

“3月以来，我国经济面临内外环境复杂程度超预期，部分行业企业仍面临较大经营压力，内需复苏基础不够稳固；托底政策更积极有为，对冲经济下行压力，确保经济运行在合理区间。”光大银行金融市场部宏观研究员周茂华告诉北京商报记者，按照以往惯例，国常会提及降准，预示近期央行会有降准等政策工具出台。

在周茂华看来，央行降准为银行金融机构提供低成本、长期限稳定负债，提升银行金融机构信贷扩张能力。一方面，引导金融机构合理让利实体经济，降低企业综合融资成本；另一方面，引导金融机构加大对制造业企业等提供长期限信贷支持。

对于降准信号，中国民生银行首席研究员温彬同样指出，在当前经济发展面临三重压力和总需求不足情况下，采取适时降准的措施，有利于稳定市场预期，增强市

场主体信心，改善和扩大总需求，为稳定宏观经济大盘、保持经济运行在合理区间创造了积极条件。同时，降准还可以优化银行体系资金的期限结构，释放长期流动性、降低银行负债成本，有助于鼓励和引导金融机构扩大信贷投放、持续降低实体经济融资成本。

另对降准时间，4月13日，植信投资首席经济学家兼研究院院长连平在接受北京商报记者采访时表示，有必要下调存款准备金率，配合好积极的财政政策，最好的时间窗口在4月中旬。

降准预期下，4月是否降息也引发业内关注：“从近两个月金融数据信贷情况及目前面临的复杂环境看，不排除央行择机出台降息可能。”在周茂华看来，除了降准降息外，也不乏出台其他配套结构性工具，引导金融机构加大对受控企业、小微、三农企业等实体经济薄弱环节支持，稳定市场预期，激发微观主体活力。

连平则进一步指出，在今年稳增长政策明显要求加大力度的情况下，降准降息都有可能。不过，在美联储快速大力度加息的背景下，我国货币政策利率的操作会相对谨慎，再加之当前的利率水平基本能够匹配经济增速，所以今年中期借贷便利(MLF)、贷款市场报价利率(LPR)此类政策性利率进一步调降的空间较小。

国常会要点内容一览(部分)

促进消费

- 应对疫情影响，促进消费恢复发展
- 促进新型消费
- 扩大重点领域消费
- 挖掘县乡消费潜力
- 加强保障

外贸企业缓解困难

- 对加工贸易企业在国家实行出口产品征退税率一致政策后，应退未退的税额允许转入进项税额抵扣增值税
- 加快退税进度
- 持续优化外贸营商环境



加大金融支持实体经济力度

- 鼓励拨备水平较高的大型银行有序降低拨备覆盖率
- 适时运用降准等货币政策工具
- 推动银行增强信贷投放能力

消费：培育壮大智慧产品、服务

消费对经济具有持久拉动力，事关保障和改善民生。此次国常会指出，要贯彻党中央、国务院部署，协同发力、远近兼顾，努力稳定当前消费，综合施策释放消费潜力。例如在应对疫情影响，促进消费恢复发展方面，抓紧把已出台的餐饮、零售、旅游、民航、公路水路铁路运输等特困行业纾困政策落实到位，鼓励地方加大帮扶力度，稳住更多消费服务市场主体。

同时促进新型消费，加快线上线下消费融合，培育壮大智慧产品和服务等“智慧+”消

费。事实上，伴随线上支付、品牌体验等模式落地，渠道融合越发紧密，实体商业在接触数字经济、互联网也开始将业务延伸到线下。

例如京东增持达达集团、推出小时达等业务，加速赋能零售行业数字化。传统的快消品品牌商、零售商、经销商等也正经受一场数字化的升级，如蓝鸟集团率先尝试，成为美妆行业首个用数字化实现全渠道“一盘货”的企业。而上海家化、皇家宠物等品牌商，沃尔玛、物美等零售商，也均在数智化方向积极变革。

《2022中国快消品产业年度报告》中提到，在渠道多元化、碎片化的新消费时代，品牌们纷纷考虑全渠道多触点的布局策略，将

线上线下高度融合。在不同业态中，快消品企业需要差异化深耕，不断为消费者打造新奇体验。

广东财经大学人工智能与数字经济产业学院副院长王方指出，未来理想中的数字化转型，将是企业信息技术和制造技术的充分融合，充分达到较高水平的智能制造，也就是能够推进企业在生产层面的智能化，在设计层面的个性化，在服务层面的精准化，在管理层面的数字化。

此外，国常会也提到，促进医疗健康、养老、托育等服务消费，支持社会力量补服务供给短板。鼓励汽车、家电等大宗消费，各地不得新增汽车限购措施，已实施限购的逐步增加汽车增量指标。支持新能源汽车消费和充电桩建设。

县乡消费潜力也是促消费大潮中需要挖掘的关键一环。会议提到，引导商贸流通企业、电商平台等向农村延伸，推动品牌品质消费进农村。同时，加强保障。深化改革，破除制约消费的障碍。推进消费平台健康持续发展等。

实际上，下沉市场已经成为电商企业入局的重点。2021年，京东近70%的新增用户来源于下沉市场，而在2020年，这个数据一度达到80%。淘宝特价版也拿出真金白银投入，上年第四季度的营销投入达140亿元。同时，抖音和快手也在过去一年快速入局电商，抢夺市场。

对此，有业内人士指出，平台想要进攻下沉市场，虽然性价比是“硬通货”，但是仍需针对五环外市场做好深度的产品开发。例如，在电商发展前期，孵化自有品牌等，实现了独立的产品线，并形成市场特供，满足小众用户需求。

北京商报记者 刘四红 王维玮

X 西街观察 Xijie observation

天下苦殡葬暴利久矣

陶凤

“天价殡葬费”事件调查取得新进展，涉事企业将被从重处罚。

根据通报，北京三部门实地检查发现，涉案企业北京天堂祥鹤殡仪服务有限公司涉嫌存在不明码标价、不执行政府定价、未经批准开展遗体存放业务等违法违规行为。北京市民政局拟对该公司没收其违法所得，并从重进行处罚。

北医三院存在对外包公司失于监管问题。目前，北京市已启动对全市医院太平间外包情况全面排查，并将研究制定改进医院太平间管理服务的政策措施。

发生在北医三院的事情并非孤例。“天价殡葬费”由来已久，每隔一段时间就会登上热搜。谁都逃不出生老病死的生命周期，与死亡相关的社会服务，向来是民生保障不可或缺的一环。

让生命体面地离开，不等于容忍服务商漫天要价。逝者安息，家属在巨大的悲痛面前，很少有人再与殡葬公司计较钱财，而为了丧事讨价还价，也给家属造成社会上无形的道德压力。

百姓忍气吞声，灰色地带暗自滋长，殡葬服务、殡仪馆、太平间、火葬场、墓地，死亡产业链条不断延伸，时不时在某个点位爆发一次，风声一过便又回到老样子。

“发死人财”盘剥死者家属“背后的殡葬行业，既有较强的公共属性，又属于市场竞争范

畴。一家医院一家承包商，殡葬服务市场看似透明，又存在一定程度行政垄断。

对整个行业的监管，难在它每个普通人息息相关，却不是每个人都能对此说了算。“天价殡葬费”之所以存在，在于强制或变相强制消费项目比比皆是，将火化等基本服务与其他选择性服务混为一谈，一条龙服务捆绑收费。

在现阶段，殡仪馆等殡葬服务还是一门牌照生意，有准入门槛，就应该有监管约束。殡葬行业毛利率高得惊人，无论是政府定价项目，还是选择性消费项目，亦或是二者捆绑项目，都存在利益输送的可能，甚至彼此互为支撑。

因此，除了要惩戒不规范的市场行为，规范市场服务品类、收费标准、业务范畴，还应对医院等委托主体加强监管约束，扩大其外包提供各类殡葬服务接受监督的范围。否则，监管缺位，睁一只眼闭一只眼，外包服务“放飞自我”并无意外。

殡葬行业暴利之下，政府应重拳出击治理乱象，同时在提供价格合理的殡葬业基础公共产品上下功夫。比如，推进公益性墓地建设，为弱势群体托底，最大限度保障民生。

随着老龄化人口越来越多，生育率越来越低，面对死亡，尊重死亡，处理好与死亡相关的“不合理”乱象，让殡葬行业走在阳光下，才能和逝去的生命好好告别。

外贸稳字当头 东盟重成我国最大贸易伙伴

我国外贸已连续7个季度保持了同比正增长。在4月13日国新办举行的2022年一季度进出口情况新闻发布会上，海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文介绍，今年一季度，我国外贸进出口开局平稳，货物贸易进出口总值9.42万亿元人民币，同比增长10.7%。面对复杂的国际局势和疫情形势，我国经济韧性强，长期向好的基本面不会改变，我国外贸仍将有希望保持稳定发展。更多支持政策正在出台，当天召开的国常会指出，将对加工贸易企业在实行出口产品征退税率一致政策后，应退未退的税额允许转入进项税额抵扣增值税，将出口信保赔款视为收汇，予以办理退税。

连续7个季度保持正增长

海关数据显示，一季度我国出口5.23万亿元，增长13.4%；进口4.19万亿元，增长7.5%。至此，我国外贸已连续7个季度保持正增长。

中国银行研究院研究员王梅婷在接受北京商报记者采访时表示，2020年海外疫情蔓延、全球供应链受到巨大冲击，而我国疫情受控早、产业链优势得以发挥，出口替代效应是出口增长的主要原因。2021年以来，欧美刺激政策出台，需求快速回升，但供给端恢复较慢，加之海外疫情多次反弹，使我国出口替代效应不断延续。

从3月的数据看，我国出口总值达到2760.8亿美元，同比增长14.7%。中国民生银行高级宏观研究员王静文分析称，这一增速低于1-2月的16.3%，但仍然超出预期。单月2760.8亿美元的出口规模也是历史同期最高水平，显示中国出口仍有韧性。

“我国经济韧性强，为外贸增长提供了坚实的支撑。”对于影响我国一季度外贸发展的因素，李魁文也提到“韧性”一词。他介绍，我国外贸经营主体体现出了强大的韧性，一季度，我国有进出口实绩的外贸企业数量43.2万家，同比增长5.7%。其中民营企业进出口4.52万亿元，增长14.1%，占比达到48%，同比提升1.4个百分点。

这与我国助企纾困政策持续发力不无关系。今年政府工作报告提出，实施新的组合式税费支持政策，全年预计退税减税2.5万亿元。4月13日召开的国常会进一步指出，为促进外贸平稳发展，要

更好发挥出口退税这一普惠公平，符合国际规则政策效用，并优化外贸营商环境。对加工贸易企业在实行出口产品征退税率一致政策后，应退未退的税额允许转入进项税额抵扣增值税，将出口信保赔款视为收汇，予以办理退税，同时将退税办理时间由平均7个工作日压缩至6个工作日内。

世界经济正逐步复苏，一季度，美国、欧元区制造业PMI均处于较高景气区间，疫情防控政策放松，商务活动指数不断上升，这也带动了我国机电产品、劳动密集型产品出口。数据显示，一季度，我国机电产品和劳动密集型产品出口均保持较快增长，合计拉动出口增长7.9个百分点。尽管当前国内外环境复杂性不确定性有的超出预期，但世界经济整体复苏态势没有改变，国际市场对我国产品的需求仍在扩大。”李魁文说。

RCEP助力中国与东盟经贸发展

今年1月1日，RCEP对10国正式生效，随后2月1日起，3月18日起对韩国和马来西亚正式生效，截至目前，RCEP生效成员国数量已达到12个。

海关统计数据显示，今年一季度，我国对RCEP其他14个成员国进出口2.86万亿元，同比增长6.9%，占我国外贸总值的30.4%。其中，出口1.38万亿元，增长11.1%；进口1.48万亿元，增长3.2%。值得注意的是，一季度我国与东盟进出口规模占与RCEP贸易伙伴外贸规模的47.2%，占比接近一半。

今年前两个月，东盟以约30亿元人民币规模的差距落后欧盟，暂居我国第二大贸易伙伴。从一季度数据来看，我国对东盟进出口达到了1.35万亿元，同比增长8.4%，占我国外贸总值的14.4%；同期，我国对欧盟进出口1.31万亿元。东盟重新成为我国第一大贸易伙伴。

“东盟重新成为最大贸易伙伴，一方面与欧美对我国进口规模较去年下半年减少有关，另一方面，RCEP落地实施的效果显现，东盟国家是RCEP中的主要成员国，因此，RCEP落地实施对扩大出口东盟的贸易额有重要影响。”王梅婷分析称。

此外，李魁文表示，西部陆海新通道也实现了我国西部与东盟国家的紧密相连，有力保障了双方经贸往来畅通。相关数据显示，今年一季度，西

部陆海新通道铁海联运班列发送集装箱货物17万标箱，同比增长了56.5%。中老铁路在中国与东盟之间构建起一条便捷物流通道，目前全国已有多个省市先后开行中老铁路跨境货物列车。一季度，我国与东盟铁路运输进出口大幅增长了3.5倍。

统筹疫情防控 保障通关顺畅

“总体来看，今年一季度我国外贸实现了开局稳，为实现全年目标打下了较好基础。”李魁文表示，“但同时我们也要看到，当前国际国内环境有些突出因素超出预期，外贸所处的外部环境更趋严峻复杂，发展面临诸多风险挑战，叠加去年外贸基数较高等因素，实现稳外贸的目标需要付出更大努力。”

近期我国本土疫情多点频发，对部分企业生产经营、供应链稳定产生了较大的压力。李魁文介绍，疫情对外贸的影响，海关总署也一直保持着密切关注，将全力统筹做好口岸疫情防控和促进外贸稳增长工作，保障通关顺畅。

对于下一阶段外贸走势，王静文表示，发达经济体耐用消费品库存需求或将逐步降低，服务消费需求上升，对进口产品的依赖下降；以东南亚为代表的经济体生产恢复能力持续恢复，将会挤占我国的劳动密集型产品出口份额；此外，原材料价格上涨，人民币保持相对强势，可能会削弱我国出口产品的价格优势。预计出口增速将会延续回落势头，对经济的拖累会逐渐显现。

“这种情况下，如果保持经济运行在合理区间，就需坚定实施扩大内需战略，既要推动消费持续恢复，也要积极扩大有效投资。近期中央加快建设全国统一大市场，应也有这方面的考虑。”王静文说。

王梅婷也指出，二季度出口增速将继续稳中回落。目前全球经济处于奥密克戎病毒扩散冲击后的复苏期，对原材料、中间品的需求继续增长，各国放开疫情管控政策也将拉动中国鞋靴、箱包等劳动密集型产品出口。RCEP协定生效实施将带动中国对东盟出口稳定增长。而出口增速回落具有确定性，不仅由于去年基数较高会拉低出口增速，同时地缘政治冲突进一步破坏全球贸易自由化格局等因素也将抑制需求增速，带来生产和需求增长放缓。”她说。

北京商报记者 陶凤 吕银玲