

【头条评论】

# 注销股票式回购值得提倡

熊锦秋

7月25日,A股上市公司宁德时代发布系列公告,上半年净利润432.84亿元,中期分配方案每10股派发14.11元(含税),同时拟使用不低于200亿元且不超过400亿元回购、用于注销并减少公司注册资本。笔者认为,回购注销是最有效的市值管理和护盘措施,宁德时代为市场树立了良好典范。

评判一个市场是否具备内在稳定性,在笔者看来,标准并不复杂:市场不需要外力推动资金入市、不需要帮扶,就可有一定价格区间求得基本平衡甚至维持上涨趋势。市场稳定性取决于买卖力量的博弈,买方包括各类投资者,同时也包括上市公司自己的回购,成熟市场一些上市公司股价之所以能够维持长期上涨趋势,其中一个秘诀就是不断回购。

2025年《上市公司股份回购规则》(下称《规则》)规定了“减少公司注册资本、用于员工持股计划或者股权激励、用于转换

上市公司可转债、维护公司价值及股东权益(护盘回购)”等四种回购情形。第二种情形,上市公司一般市价回购、低价授予员工或管理层,如果没有严格的激励门槛,上市公司经营业绩不能有效提升,反而可能折损股东利益。第三种情形的回购股份,用于兑付可转债投资者转股,总股本不会缩减,对公司财务指标等方面基本都没有影响。第四种回购情形是在“公司股票收盘价格低于最近一期每股净资产、连续20个交易日跌幅累计达20%、收盘价低于最近一年最高收盘价50%”等情况下实施,此类回购股票将来还可通过竞价交易在二级市场出售。

综合来看,第一种回购注销才是最好、最有效的市值管理工具。对盈利上市公司而言,即使经营基本面稳定不变,总股本减少,每股收益、每股净资产也会同步抬升,直接抬升个股估值底座。回购股份注销后永久退出流通市场,不存在后续减持、回流二级市场的潜在抛压,持续改善股票供需关系。而按相关规定,企业为

减资等目的回购本公司股票,回购价格与发行价格之间的差额,不计入应纳税所得额,也即可以享受税收优惠。

当然,并非所有上市公司都有资格、有能力回购,也并非每个上市公司回购就必然提升股票内在价值。《规则》要求上市公司需要同时满足“最近一年无重大违法行为、回购后上市公司具备持续经营能力和债务履行能力”等三项条件才可回购;尤其对于回购注销,如果上市公司亏损,回购注销使总股本减少反而导致每股亏损增加。

要引导上市公司回购注销,增强市场内在稳定性,笔者建议:

一是规定只有回购注销才视同现金分红。《规则》第18条规定,上市公司回购股份视同现金分红;笔者认为,只有将从股东手中回购股份并最后注销才能视同现金分红,诸如用于转换可转债、股权激励、在二级市场再抛售,这些都不具备现金分红的实质,不应视同现金分红,这些回购最终也难以改善二级市场股票供求

关系,甚至加重抛压。

二是简化回购注销操作流程。目前上市公司回购注销,需要履行债权人通知、减资公示、股本注销、工商变更等流程,涉及国家企业信用信息公示系统、中登公司、市场监管等环节,企业需要在线下、线上多渠道重复提交股东会决议、注销证明、债权公告等材料,流程割裂、手续繁琐,建议打通各部门数据互联,构建回购注销线上线下一体化办理通道。上市公司在交易所披露回购注销决议后,相关信息自动同步至公示系统发布公告;中登完成批量股份注销后,股本变动数据自动推送市场监管部门,全力方便上市公司回购注销操作。

总之,上市公司回购注销有利于改善股价疲弱状况,有效提振投资者信心,有关各方可引导具备条件的上市公司开展常态化回购注销,同时在坚守保护债权人利益底线的前提下优化回购注销流程,推动资本市场实现投融资的良性循环,实现上市公司、股东、债权人等多方共赢。

【金融观察】

# 金融支持家政服务业大有可为

李凤文

日前,商务部等九部门印发《关于促进家政服务业高质量发展的若干政策措施》,围绕加大家政企业支持力度、鼓励地方开展制度创新实践等5方面提出19项具体举措,破解当前家政服务业发展面临的堵点难点,推动行业高质量发展,促进家政服务消费。

家政服务业是重要的民生行业,一头连着千家万户的美好生活期盼,一头连着数以千万计的就业岗位。据行业协会和相关平台测算,2024年家政服务业营业收入已超过1.2万亿元,从业人数超3000万。然而,家政服务行业“小、散、乱”特征明显,服务质量参差不齐,从业人员流动性大、归属感弱。要推动行业从低水平扩张转向品牌化、标准化、高质量发展,离不开资金的支持,无论是企业扩大规模、升级设备、开展培训,还是推动中介制向员工制转型,都需要金融“活水”的精准灌溉。

在政策引领之下,一些金融机构积极开展家政服务业金融创新,并将其纳入普惠金融重点支持领域,简化审批流程,破解轻资产融资瓶颈。例如,有银行与地方家政行业协会合作,给予行业整体信用授信,并定制开发“家政专用钱包”。另有银行针对家政企业轻资产、缺抵押的特点,推出“诚信纳税贷”信用贷款产品。同时,有保险机构针对家政服务人员女性从业者占比高、未参保工伤保险、高频往返雇主家等职业特征,在“家政系列”产品中创新纳入女性特定部位恶性肿瘤保障、工伤标准伤残保障等。

尽管如此,金融与家政服务业的深度融合仍面临不少挑战。家政企业普遍资产轻、现金流波动大,传统信贷模式适配度不高。同时,行业以中介制为主,企业与服务人员之间缺乏稳定的劳动关系,进一步增加了信用评估的难度。多数家政企业规模小、财务不规范,难以满足银行授信门槛。破解这些难题,需要政府部门、金融机构和行业主体协同发力。

银行机构要主动作为,摒弃贷款需要抵押担保的传统思维,更多关注企业的经营流水、信用记录、品牌价值和服务能力,开发适合家政行业特点的信用贷款产品。优化信贷审批流程,提高服务效率,让金融资源更顺畅地流向优质家政企业。

保险机构要精准供给,围绕家政服务过程中的人身伤害、财产损失、赔偿责任等风险场景,开发更多定制化保险产品。不仅要覆盖服务人员和雇主的风险保障需求,还要为家政企业的经营风险提供有效对冲。

政府部门要持续赋能,加快家政信用信息平台建设,为金融机构提供权威的信用数据支撑。推动家政行业标准、规范化发展,为金融支持创造更好的产业基础。同时落实好贷款贴息等政策,切实降低家政企业的融资成本。

值得一提的是,家政服务业是朝阳产业,也是爱心工程。金融机构及时为超万亿元市场疏通血脉,不仅有助于推动产业升级,同时也为金融机构开拓一片转型发展的新蓝海。金融支持家政服务业大有可为。

【民生锦囊】

# 落实好公积金贷款贴息新政是民心所盼

汪昌莲

今年以来,多地推出住房公积金贷款贴息、利率补贴等安居新政,对符合条件的缴存职工,发放公积金贷款补贴,降低居民还贷压力。

住房问题牵动千家万户,刚需购房者长期面临还贷压力。公积金贷款凭借更低利率,一直是刚需置业的优选渠道。但首付与月供,仍让不少工薪家庭感受到压力。回应这一期盼,各地适时推出公积金贷款补贴,根据贷款额度、缴存年限、房屋属性给予差异化补助,直接减少月供支出,缩短家庭负债周期。与传统政策相比,贷款补贴更加直观,群众能够清晰算出省下的资金,政策红利看得见、摸得着,让安居保障更有温度。

公积金贷款补贴政策落地,重在精准施策,守住刚需定位。出台补贴政策的初衷,是支持自住型购房需求,满足群众基本居住需要。在政策执行过程中,必须划定清晰边界,优先保障首套房、刚需家庭、新市民、青年人,严格避免政策红利流向投机炒房群体。倘若准入标准模糊,缺乏相应甄别机制,补贴资金可能偏离民生初衷,难以发挥托底安居的作用。各地应当结合楼市现状、居民收入水平设置适用条件,区分刚需与改善需求,实行梯度化补贴标准,实现政策资源精准投放。

要让安居政策“贴息”效果最大化,仍需补齐落地环节诸多短板。现实中,部分地区补贴申请流程繁琐,材料繁多、办理周期较长;不少缴存职工对补贴政策知晓度低,满足条件却未能及时申领;跨部门数据未能互通,房产信息、缴存信息核验耗时久,降低群众办事体验。还有部分城市政策宣传浮于表面,线上查询渠道不畅,信息不对称造成政策“沉睡”。再好的惠民举措,如果申请门槛高、群众不知情,就难以释放民生价值。

打通政策落地“最后一公里”,需要持续优化服务流程。相关职能部门简化申请材料,推行线上申报、一网通办,依托公积金大数据,实现信息自动核验,减少群众跑腿次数。拓宽政策宣传渠道,借助政务大厅、社区、新媒体平台解读补贴范围、申领时限、办理流程,保障符合条件的缴存职工应知尽知。建立常态化动态核查机制,防范虚假申报套取补贴资金,守住民生资金安全底线。同时,持续跟踪政策实施效果,根据群众反馈适时调整补贴标准、适用范围,提升政策适配性。

长远来看,公积金贷款补贴,只是安居保障的一环。完善住房保障体系,还要坚持多措并举。持续优化公积金提取政策,支持租房、老旧小区改造;完善新市民缴存渠道,扩大制度覆盖面;统筹商品房、保障性租赁住房、共有产权房多元供给。公积金贷款补贴,与各类安居举措相互配合,构建多层次住房支持体系,满足不同群体居住需求。

本版专栏文章仅代表作者个人观点

【算法论衡】

# 中国开展人工智能国际合作的经济逻辑

朱兆一

近期举行的上海世界人工智能大会,引发了国际社会广泛关注。大会期间,29国代表在上海签署具有里程碑意义的《关于成立世界人工智能合作组织的协定》。

人工智能时代的竞争,已经不仅是模型能力的竞争,更是算力、能源、数据、人才和产业场景等基础能力的竞争。中国近年来推动的国际AI合作,更接近于一种数字基础设施建设,通过输出算力、技术和产业经验,帮助更多国家降低进入人工智能时代的门槛。

对于中国而言,这是提升产业资源配置效率、拓展数字经济国际市场的重要方式;对于合作国家而言,则意味着以更低成本实现数字化升级。因此,这种合作的本质不是建立排他性的技术阵营,而是探索一种互利共赢的发展模式。

工业时代竞争的是铁路和电力,互联网时代竞争的是通信网络,而人工智能时代竞争的则是算力网络。

一个国家能否真正发展人工智能,不仅取决于是否拥有先进模型,更取决于是否具备稳定的能源供应、充足的计算资源、完善的数据中心以及持续的人才培养体系。对于许多发展中国家来说,最大的短板并非缺少应用需求,而是缺少建设这些基础设施的能力。大型智算中心投资巨大,运行还需要稳定电力和专业团队,建设门槛远高于传统信息化项目。

因此,中国推动人工智能合作,本质上是在帮助合作国家补齐数字经济发展的底座。

与传统援助不同,AI基础设施建设提供的不是一次性资产,而是一种持续创造价值的能力。数据中心投入运行后,可以服务政府治理、农业、能源、制造业等多个领域,不断提升当地生产效率,其长期价值远高于单纯的设备输出。从这个意义上讲,人工智能基础设施已经成为数字

时代的新型公共基础设施。

如果把人工智能产业比作一根圆柱,那么算力基础设施是底座,技术能力是支撑,产业应用则是最终创造价值的部分。中国当前的国际合作,正是在帮助合作伙伴共同搭建这根“圆柱”。

首先,是算力基础设施建设。中国近年来在数据中心、通信网络、新能源供电等领域积累了完整产业链,可以提供从建设到运营的一体化方案。输出的不只是服务器,而是完整的算力体系,大幅降低合作国家建设人工智能基础设施的成本。

其次,是技术能力共享。近年来,中国越来越多的大模型和开发工具走向开源,使不少国家无需投入巨额研发资金,就能够利用成熟技术开展本地创新,降低人工智能发展的技术门槛。

更重要的是产业应用落地。人工智能真正创造价值,并不在模型本身,而在农业、制造业、能源、医疗、政务等真实场景。中国积累的大量产业实践,可以帮助合作国家减少试错成本,更快实现数字化转型。

因此,中国输出的不只是产品,而是一套能够持续创造价值的发展能力。

目前,中国AI合作对象覆盖亚洲、非洲、拉美等多个地区,合作内容主要集中在人才培养、基础设施建设、技术交流和产业应用,并没有形成封闭的小圈子。

事实上,当前全球人工智能发展面临的重要挑战,是数字鸿沟进一步扩大。如果只有少数国家掌握先进AI能力,大量发展中国家无法分享技术红利,全球数字经济的发展将更加失衡。从这个角度看,中国推动人工智能能力普及,更接近于数字公共产品供给,而不是地缘政治意义上的阵营扩张。

过去出口的是硬件设备,未来输出的是算力服务、技术能力和数字解决方案,这不仅提高了产业附加值,也增强了中国数字经济的国际竞争力。

从财经角度看,中国推动人工智能国



际合作,更重要的意义在于提高资源配置效率。

对于合作国家而言,通过共享成熟技术和基础设施,可以避免重复投入,大幅降低人工智能发展的初始成本,把更多资金用于产业应用和人才培养,加快数字经济建设。更重要的是,人工智能基础设施带来的收益具有长期性。无论是智慧农业提高产量、智慧能源降低损耗,还是数字政府提升行政效率,最终都会转化为经济增长动力。

因此,这种合作并不是简单的资金援助,而是一种能够持续创造价值的新型发

展合作。人工智能基础设施带来的收益具有长期性。

未来全球人工智能竞争,比拼的不只是技术领先,更是谁能够建立更加开放、高效、低成本的人工智能生态。

中国推动的AI国际合作,本质上是在建设连接更多国家的数字基础设施网络,而不是构建排他的技术阵营。对于中国而言,这是产业能力和数字服务的延伸;对于合作国家而言,这是跨越智能鸿沟的新机遇;对于全球经济而言,则有助于形成更加普惠、更加开放的数字化发展格局。

【发展之道】

# 扩大消费需提升供给弹性

陈涛

消费是经济增长重要引擎。虽然消费可基本归为“吃穿用”,但其形态与方式始终处于动态演化之中,不同时代、不同代际群体各自主流的消费模式持续迭代更新。要有效扩大消费,关键在于精准把握不同类型消费群体的行为习惯,增强供给端的适配能力与响应弹性。近日,国务院批复并发布《扩大消费“十五五”规划》,明确提出要“顺应消费发展规律和阶段性特征”,坚持“供需适配”。

当前,我国居民消费模式正经历深刻的变迁。从统计视角看,消费指标虽仍以“吃穿用”为基本框架,但其内部结构已然嬗变,而这恰恰折射出社会消费逻辑的演进。

在基础消费层面,“吃”的内涵已悄然位移——家庭聚餐场景日趋受到重视,居民在“吃”上的消费支出同比增长14.5%,

而全国餐饮收入增速仅为2.2%,连续四年放缓,这一反差表明家庭餐桌正在替代部分外出就餐需求。

城乡格局方面,2025年乡村消费增速达4.1%,高出城镇0.5个百分点,虽然乡村消费体量尚小,但其边际消费倾向已显著高于城镇,折射出下沉市场的活力。

零售业态更替也值得关注:便利店销售额增速达5.5%,而传统百货店仅为0.1%,消费者对“便捷可得”的偏好正在改写线下零售版图。

新兴消费热点加速成型。“马拉松”“骑行”“演唱会”等体验式消费群体快速壮大,以Labubu为代表的潮流IP曾一货难求,“谷子经济”引发广泛讨论,文旅、体验与情绪消费已成为相对稳固的新增长点。

与此同时,银发消费缺口日益凸显。随着城市老年人口持续增加,养老消费需求旺盛,但配套服务设施明显不足,供需

错配仍是待解难题。

提升消费供给弹性,必须要顺应消费发展规律和阶段性特征。当前我国居民在养老、托育、文旅、健康等方面消费意愿较强,但受行业准入门槛、基础设施短板、配套政策不足等因素制约,存在一定供需错配。

因此,一是要有序放宽服务业准入限制,优化新业态和新领域的市场准入环境。如在养老服务、医疗服务等领域有序放宽准入。扩大银发产品有效供给。推动电信、互联网、教育、文化、医疗等领域有序扩大开放,增加高品质商品和服务供给。优化演艺活动审批管理。提供租金补贴或实质降低租金,积极吸引年轻群体偏好的国潮品牌入驻商圈和大型商超。二是扩大消费基础设施领域有效投资。如健全县乡村三级物流配送体系,开展旅游景区强基焕新行动,盘活存量文化和旅