

## 财眼

## 2022年广东社融规模增量达3.5万亿

金融总量指标增长略高于全国,制造业单位贷款余额再创历史新高

2月6日下午,人民银行广州分行召开2022年广东省金融运行形势新闻发布会,记者从发布会上获悉,2022年广东社会融资规模增量达3.5万亿元,占全国增量比重11%。年末广东本外币贷款余额24.6万亿元,同比增长10.6%,比年初增加2.3万亿元,占全国增量比重11.4%。存款余额32.2万亿元,同比增长10%,比年初增加2.9万亿元,占全国增量比重11.3%。金融总量指标保持稳定增长,与广东名义经济增速基本匹配,略高于全国,处于合理适度区间,增量占全国比重保持在较高水平,高于广东经济占全国份额,对实体经济的资金支持合理充裕、力度稳固。

■新快报记者 范昊怡

两次降准累计为辖内  
释放长期流动性363亿元

发布会上,人民银行广州分行调查统计处处长汪义荣介绍,2022年两次降准累计为辖内释放长期流动性363亿元。发放支农支小再贷款和再贴现2016亿元,“保交楼”再贷款77亿元。落实好各项新设立的专项再贷款,撬动辖内银行机构发放优惠贷款2110亿元。协助广东用好政策性开发性金融工具,推进基础设施建设,签约项目274个,投放金额1178亿元,撬动总投资1.9万亿元。

同时,依托“粤信融”平台建立起覆盖全辖的“线上平台+线下窗口”首贷金融服务体系,全面推进信用村“整村授信”,已评定信用村1.6万个、占全省行

政村超七成,组织银行机构对9846个信用村“整村授信”,金额1572亿元,惠及涉农主体19.5万个,推动全国首个省级金融支农促进会落地。

制造业单位贷款余额  
再创历史新高

2022年,人民银行广州分行充分发挥结构性货币政策工具精准滴灌效能,引导金融资源持续流向重点领域和薄弱环节。截至年末,广东基础设施单位贷款余额5.4万亿元,比年初增加6537亿元,同比增长13.6%。制造业单位贷款余额2.5万亿元,同比增长22.2%;比年初增加4563亿元,增量是2021年的1.7倍,再创历史新高。高新

技术企业贷款余额1.7万亿元,同比增长20.7%;科技型中小企业贷款余额2677亿元,同比增长23.6%;专精特新“小巨人”企业贷款余额439亿元,同比增长45.6%。绿色贷款余额达2.2万亿元,同比增长53.3%;绿色贷款占各项贷款的比重为8.9%,比上年末提升2.5个百分点。普惠小微贷款余额3.5万亿元,同比增长25.5%,比年初增加7079亿元、同比多增242亿元;贷款户数达306万户,同比增长23.2%。涉农贷款余额达2.1万亿元,同比增长16.9%;比年初增加3084亿元、同比多增1137亿元。其中,农业贷款增长10.0%,农村贷款增长15.4%,农户贷款增长18.5%。

个人住房贷款利率  
同比下降1.6个百分点

贷款利率方面,人民银行广州分行引导金融机构继续减费让利,降低实体经济融资成本。2022年12月广东(不含深圳)金融机构新发放贷款加权平均利率3.98%,同比下降0.58个百分点。其中,个人住房贷款利率同比下降1.6个百分点。同时,通过再贷款和再贴现、普惠小微支持计划等货币政策工具,向银行机构提供低成本激励资金,推动银行机构对普惠小微贷款利率减免1个百分点,收费公路贷款利率减免0.5个百分点。帮助各类市场主体节约融资成本超过550亿元。

此外,全年全省银行及支付机构累计减免支付服务手续费22亿元,惠及小微企业、个体工商户超830万家。

## 出境团队旅游业务解禁

## 上市旅企再迎利好 但股价表现平平

新快报讯 记者刘艳爽报道 文旅部于1月20日和2月3日发布的文件表示,2月6日起,全国企业经营中国公民赴有关国家及香港地区、澳门地区的出境团队旅游和“机票+酒店”业务将被试点恢复。

据了解,出境游及“机票+酒店”业务为很多上市旅企的重要业务,而相关业务的暂停给相关上市公司业绩带来巨大负面影响,众信旅游(002707.SZ)、岭南控股(000524.SZ)、凯撒旅业(000796.SZ,现名ST凯撒)、中青旅(600138.SH)等公司均因此报巨额亏损。

财报显示,2019年前,岭南控股旅游业务收入占营收比重超80%,疫情以后已收缩至23.28%。岭南控股旗下主营旅行社业务的广之旅公司营收从2019年的69亿元迅速降至2022年上半年的8710.8万元。众信旅游在2019年出境游相关业务占营收比达89.92%,疫情三年迅速萎缩至29.13%。2020年和2021年众信旅游连报巨额亏损,最新业绩预告显示2022年众信旅游将再亏2亿至2.8亿元。除此之外,出入境旅游业务占比超八成的中青旅也预计

2022年亏损3.4亿元,凯撒旅业预计2022年亏8亿元至9亿元。

有业内人士表示,此番解禁出境游及“机票+酒店”业务对长期亏损的上市旅企来说是个大利好。但政策并未在股市带来反响,2月6日A股旅行社、出境游相关股票股价表现平平,同花顺22家景点及旅游股中有10家上涨,且涨幅不多,其中岭南控股涨6.35%,众信旅游涨1.26%,ST凯撒涨1.44%,中青旅跌0.87%。自1月20日相关文件出台算起,岭南控股涨3.6%,众信旅游跌3%,ST凯撒跌7.6%,中青旅跌8.3%。

## 陆金所拟回港双重上市 贷款业务逾期率升高

新快报讯 记者张晓茵报道 近日,已于纽交所上市的金融科技公司陆金所控股向港交所递交了上市申请,拟以介绍上市的方式登陆港交所主板。此次上市不涉及新股发售和融资,上市完成后,陆金所控股将实现美股港股双重上市。

据悉,陆金所控股成立于2011年,

是中国平安保险(集团)股份有限公司旗下成员。招股书显示,陆金所控股主营业务是为小微企业主及其他优质借款人提供量身定制的融资产品。

从招股书披露的业绩来看,2020年-2022年前三季度,陆金所控股分别实现营业收入520亿元、618亿元、458亿元;分别实现净利润123亿元、

167亿元、96亿元,但2022第三季度营收净利较2021年同期出现了下滑,净利降幅超30%。披露数据显示,近几年陆金所控股的贷款业务逾期率出现了升高。2020年-2022年前三季度,陆金所控股贷款业务30天以上的逾期率分别为2.0%、2.2%、3.6%,90天以上的逾期率分别为1.2%、1.2%、2.1%。

## 上市公司CSR观察

新快报讯 记者涂波报道 目前总市值仅70多亿元,去年预计亏了约100亿元,同时,已到期未支付的债务本金合计金额约450亿元……2月6日,阳光城收到深交所关注函,要求结合公司经营状况、流动性风险、大额债务逾期、持续大额亏损等情况,说明公司持续盈利能力及持续经营能力是否存在重大不确定性等。

1月30日,阳光城披露2022年度业绩预告,预计实现归属于上市公司股东的净利润为亏损80亿~110亿元,归属于上市公司股东的扣非后净利润为亏损91亿~121亿元。对于业绩亏损的主要原因包括,2022年房地产行业调控政策虽有所缓和,但

阳光城总市值70多亿  
一年预亏百亿收关注函

市场需求未见明显好转,利息费用化增加;同时,联合营项目2022年度竣备数量减少,导致投资收益减少。此外,公司依据谨慎性原则计提相应存货跌价准备。

从负债来看,据阳光城2023年1月10日披露的《关于公司债务情况的公告》显示,截至2023年1月9日,公司已到期未支付的债务本金合计449.80亿元,占公司最近一期归属于上市公司股东的所有者权益的378%。其中:涉及担保事项的已到期未支付债务本金累计217.21亿元;境外公开市场债券未按期支付本金累计10.15亿美元,境内公开市场债券未按期支付本金累计175.92亿元。

此外,值得一提的是,对到期未能清偿债务,未及时履行信息披露义务,阳光城1月4日公告,公司及董事长遭福建证监局出具警示函。林腾蛟作为公司董事长对上述信息披露违规事项负主要责任,根据规定,福建证监局决定对林腾蛟采取出具警示函的行政监管措施并记入证券期货市场诚信档案数据库,警示林腾蛟加强证券法律法规学习,切实提高信息披露质量。

二级市场方面,昨日阳光城收报1.87元/股,总市值77.43亿元。

同时,近期,A股2022年年度业绩预告。从预计净利润亏损下限来看,约670家公司预计2022年亏损过亿元,13家预计净利润下限亏损超100亿元。

## 新春洞察

■新快报记者

张晓茵

负责上市公司、新金融等财经新闻

小心盲目省钱  
掉进“平价陷阱”

2022年已经过去,各大消费平台也随之披露了用户们的年度账单。打开微信和支付宝粗略计算了一下,我2022年全年花费为“6万元”,平均月消费5000元。我有点震惊,毕竟平常我自认是一个省钱的人。不过,我在浏览账单的过程中,发现了自己的一些“省钱反浪费”的特殊案例。

如在买化妆品时,相比一些品牌单品动辄三四百元的价格,一些普通品牌的单品大多不过百元。但这里也隐藏了很多“美妆刺客”,暗地里玩起小心思。

在我的账单中,有一款国货品牌口红价格为89元,使用感嘛,说良心还不错。但是过了一段时间我才发现它的克重仅0.8克,相当于1克价格高达111.25元。而常规来讲,一支正装口红重量应在3克到3.5克之间,如按3.5克计算,这支口红价格甚至高于很多大牌口红价格。除了口红,眉笔也是“美妆刺客”的聚集区。很久以前,眉笔还是粗粗的一根,可以用很久,现在很多产品越做越细,根本用不了几天。例如,某国货品牌眉笔价格为69元/支,但克重仅0.07克,1克近千元,这些产品打着“平价”的旗号,但卖得比大牌还贵。

虽然上述发生的事情看似仅存在于两个单品中,但其实也映射出多个行业的问题。

“平价坑”体现在“用料少”上。对此现象,有业内人士认为,国货彩妆的小克重产品降低了产品购买门槛,使得更多人有能力为其买单。同时,克数小则意味着消耗快,如若产品确实好,消费者也会继续回购,因此对企业来说,不失为一种良好的经营策略。此外,小克重产品还要考虑其包装价值,大部分小克重产品的包装价值已高于内料价值。

不过,作为普通消费者,大部分人并不想为产品的包装成本买单。因此,我们在购买这类产品时应看清其用料与克重,以免被迫“买椟还珠”。