

降准降息同时落地 货币政策助力稳增长

本报记者 谭志娟 北京报道

国庆假期前夕，央行连发数个大招：降准、降息、下调存量房贷利率。

9月24日，央行行长潘功胜在国新办发布会上宣布，将下调7天期逆回购操作利率0.2个百分点，下调存量房贷利率及房贷首付比例、下调存款准备金率0.5个

提振总需求

本次央行宣布降息降准，体现出稳市场预期的积极信号。二季度以来，受楼市持续调整、国内有效需求不足、新旧动能转换等影响，我国经济运行稳中偏弱，物价水平延续低位，逆周期调节举措需求上升。

虽然此前市场对降准降息早有准备，但此次央行发布的政策力度远超市场预期。

9月24日，央行宣布，近期将下调存款准备金率0.5个百分点，向金融市场提供长期流动性约1万亿元，这是今年2月以来的再次降准。

降准政策实施后，银行业平均存款准备金率大概是6.6%，与国际上主要经济体的央行相比，中国央行目前仍有一定的下调空间。

在业界看来，本次央行宣布降息降准是对7月中央政治局会议部署的具体落实。7月30日中央政治局会议提出“宏观政策要持续用力、更加给力”“要综合运用多种货币政策工具，加大金融对实体经济的支持力度，促进社会综合融资成本稳中有降”。

央行相关负责人称：“到年底之前还有3个月时间，我们也会根据情况，有可能进一步再下调0.25—0.5个百分点。”

据民银研究统计，这套组合拳释放的流动性最高可达2万亿元，这将推动银行负债成本下降80亿元左右。

东方金诚首席宏观分析师王青对《中国经营报》记者表示，本次央行宣布降息降准，体现出稳

百分点。

受访业界专家认为，此次央行宣布一揽子宽货币、稳地产、稳经济的增量政策，力度超出市场预期，这将有效提振市场信心，改善社会预期。“预计未来财政政策有可能出台更多增量政策，并和货币政策形成合力，形成惠民利企的政策效应。”一位市场人士对此分析。

在国新办举行的新闻发布会上，中国人民银行回应了近期老百姓最关心的存量房贷利率下调的话题。

潘功胜表示，为落实中央关于促进房地产市场平稳健康发展的决策部署，央行会同金融监管总局出台了五项房地产金融的新政策。

央行宣布，降低存量房贷利率和统一房贷最低首付比例，引导商业银行将存量房贷利率降至新发放房贷利率附近，预计平均降幅在0.5个百分点左右。统一首套房和二套房的房贷最低首付比例，将全国层面的二套房贷款最低首付比例由25%下调至15%。此前5月17日，首套房最低首付比例下调至15%。

与2023年9月存量房贷利率调降政策相比，本次政策在适用范围和调降幅度上均有所加强。重点调整了二套房贷款利率，这有助于进一步降低购房门槛和刺激多样化的改善性住房需求。

上海易居房地产研究院副院长严跃进对记者表示，央行此次政策，覆盖存量房贷和新购房需求，覆盖面广，惠及力度大，为购房成本降低、持续增强购房信心、持续降低存量房贷风险发挥了积极的作用。

据严跃进测算，综合考虑最近4年的房贷政策，100万元贷款本金、30年等额本息的按揭贷款，其月供累计已经减少了870元。也就是说，对于贷款100万元的来说，每个月银

行卡其实可以少支付870元。华创证券分析称，本次存量房贷利率调降惠及5000万户家庭、1.5亿人口，平均每年减少家庭利息支出总数在1500亿元左右，人均利息支出减少约为1000元。据悉，最近几年，央行不断完善房地产金融宏观审慎政策，从供需两端综合施策，多次调降个人住房贷款的最低首付比例、降低贷款利率、取消利率

促居民消费

综合考虑最近4年的房贷政策，100万元贷款本金、30年等额本息的按揭贷款，其月供累计已经减少了870元。通过合理调整存量房贷利率，降低居民按揭月供幅度或负债压力，也有助于释放消费综合效应。

在国新办举行的新闻发布会上，中国人民银行回应了近期老百姓最关心的存量房贷利率下调的话题。

潘功胜表示，为落实中央关于促进房地产市场平稳健康发展的决策部署，央行会同金融监管总局出台了五项房地产金融的新政策。

央行宣布，降低存量房贷利率和统一房贷最低首付比例，引导商业银行将存量房贷利率降至新发放房贷利率附近，预计平均降幅在0.5个百分点左右。统一首套房和二套房的房贷最低首付比例，将全国层面的二套房贷款最低首付比例由25%下调至15%。此前5月17日，首套房最低首付比例下调至15%。

与2023年9月存量房贷利率调降政策相比，本次政策在适用范围和调降幅度上均有所加强。重点调整了二套房贷款利率，这有助于进一步降低购房门槛和刺激多样化的改善性住房需求。

上海易居房地产研究院副院长严跃进对记者表示，央行此次政策，覆盖存量房贷和新购房需求，覆盖面广，惠及力度大，为购房成本降低、持续增强购房信心、持续降低存量房贷风险发挥了积极的作用。

据严跃进测算，综合考虑最近4年的房贷政策，100万元贷款本金、30年等额本息的按揭贷款，其月供累计已经减少了870元。也就是说，对于贷款100万元的来说，每个月银

行卡其实可以少支付870元。华创证券分析称，本次存量房贷利率调降惠及5000万户家庭、1.5亿人口，平均每年减少家庭利息支出总数在1500亿元左右，人均利息支出减少约为1000元。据悉，最近几年，央行不断完善房地产金融宏观审慎政策，从供需两端综合施策，多次调降个人住房贷款的最低首付比例、降低贷款利率、取消利率

2020年以来降息降准统计

降准日期	降准幅度	降息日期	降息操作	降息幅度	降准形式
2024-02-05	-0.50%	2024-07-25	1YMLF	20bp	全面
		2024-07-22	7d逆回购、1YLPDR、5YLPDR、隔夜SLF、7dSLF、1MSLF	10bp	
		2024-02-20	5YLPDR	25bp	
		2024-01-25	1Y支农、支小再贷款和再贴现	25bp	
2023-09-15	-0.25%	/	/	/	全面
2023-03-27	-0.25%	2023-08-21	1YLPDR	10bp	全面
		2023-08-15	7d逆回购、隔夜SLF、7dSLF、1MSLF、1YMLF	10bp、15bp	
		2023-06-20	1YLPDR、5YLPDR	10bp	
		2023-06-15	1YMLF	10bp	
2023-06-13	7d逆回购、隔夜SLF、7dSLF、1MSLF	10bp			
2022-12-05	-0.25%	/	/	/	全面
2022-04-25	-0.25%	2022-08-22	1YLPDR、5YLPDR	5bp、15bp	全面+定向额外
		2022-08-15	7d逆回购、1YMLF、隔夜SLF、7dSLF、1MSLF	10bp	
		2022-05-20	5YLPDR	15bp	
2021-12-15	-0.50%	2022-01-20	1YLPDR、5YLPDR	10bp、5bp	全面
		2022-01-17	7d逆回购、1YMLF、隔夜SLF、7dSLF、1MSLF	10bp	
		2021-12-20	1YLPDR	5bp	
		2021-12-07	1Y支农、支小再贷款	25bp	
2021-07-15	-0.50%	/	/	/	全面
2020-04-15 2020-05-15	分别 -0.5%	2020-07-01	再贴现利率	25bp	定向
		2020-04-20	1YLPDR、5YLPDR	20bp、10bp	
		2020-04-15	1YMLF	20bp	
2020-03-16	-0.5% 至-1%	2020-04-10	隔夜SLF、7dSLF、1MSLF	30bp	定向
		2020-03-30	7d逆回购	20bp	
2020-01-06	-0.50%	2020-02-20	1YLPDR、5YLPDR	10bp、5bp	全面
		2020-02-17	1YMLF	10bp	
		2020-02-03	7d逆回购	10bp	
		2019-12-31	隔夜SLF、7dSLF、1MSLF	5bp	

数据来源：华福证券、Wind。

制表/刘洋

短剧出海 乘风破浪正当时

本报记者 倪兆中 北京报道

“不出海，就出局”。当出海热潮的风吹到短剧市场，又会掀起怎样的浪花。

《中国经营报》记者梳理发现，从2022年起，多家中国短剧企业开始布局海外市场，并取得亮眼成绩。

短剧出海规模空前

艾媒咨询数据显示，2023年国内短剧市场规模为373.9亿元，电影市场总票房超549亿元。从数据上看，短剧已经达到了电影市场近七成规模。

短剧在国内蓬勃发展的同时，海外市场开拓也在如火如荼地进行中。在2022年，就有部分企业开始布局海外市场，如中文在线在2022年8月面向欧美市场推出Reel Short，安悦网络在2022年10月面向泰国市场推出Flex TV。

不过，真正的集中出海是从2023年9月开始。Sensor Tower数据显示，近一年的时间里，中国已有多达40多款短剧应用试水海外，短剧应用的累计下载量近5500万次，内购收入达到1.7亿美元。

海外短剧当前主要收入模式有两种，即IAP(In-App Purchase，应用内购买)付费短剧和IAA(In-App Advertisement，应用内广告)免费短剧，两种方式都需要将观众引入自己的短剧App内，通过看广告或直接付费完成商业变现。

据点点数据预估，2024年上半年，短剧应用端ReelShort全球双端

绩。多款国产短剧应用在欧美、东南亚等市场下载量与内购收入屡创新高，中国短剧出海迎来跨越式发展机遇。

随着内容生产和制作的上下游产业链日渐完善，中国短剧产业持续发展和扩容，短剧出海也成为新的增长点。

内购收入约为5034万美元，而在2023年全年，该收入为2888万美元。Sensor Tower数据显示，今年2月，短剧应用端DramaBox在美国市场的两端收入达到600万美元以上，整体上涨82%。

ReelShort母公司Crazy Maple Studio(枫叶互动)副总裁南亚鹏表示，海外短剧目前是蓝海市场，今年一季度对比去年同期，整个行业市场收入呈现10倍增长。今年3月份总收入为六七千万美元，现在的单月收入已经过亿美元。

一位短剧从业者告诉记者，中国短剧出海有着得天独厚的优势，因为很多短剧都是由网文改编而来，而中国网文已在海外推广多年，拥有相当数量的粉丝，而且这些粉丝还有一定的中文阅读能力，对短剧的接受度自然更高。

柠萌影视联合创始人、执行副总裁周元谈及短剧出海时表示，过去国内内容出海都还依赖奈飞、HBO、迪士尼等美国大平台，自从短剧出现之后，中国企业找到了一个新领地，可以跳过迪士尼、奈飞，将国内的内容直接输送到海外，这是非常让人振奋的一件事。

题材众多市场广阔

事实上，中国短剧出海，在短短两年时间就实现了从最初的尝试到如今的规模化、系统化运作。当下热门的海外短剧App的集中上线时间是在2023年，海外短剧市场也在此期间迎来暴涨。

南亚鹏介绍，海外短剧App主要有两种类型：一是受本国本土的自制剧，其中也包括一些改编自国内的爆款剧；另一种就是国内的头部平台将国内的一些优秀短剧翻译和配音之后，推向海外市场。

据记者了解，布局海外的企业，主要是国内短剧的头部玩家。目前在海外短剧的头部序列中，包括中文在线旗下的ReelShort，点众科技旗下的DramaBox，九州文化旗下的ShortMax，新闻时代的GoodShort。其中，ReelShort的实力尤为不俗。

中文在线日前发布了2024年

挑战与机遇并存

随着全球互联网用户数量的增多，以及未来全球互联网用户娱乐付费意愿增强，站在新的起点，中国短剧出海将会获得更为良好的市场环境。但与此同时，中国短剧出海也面临着一些困难与挑战。

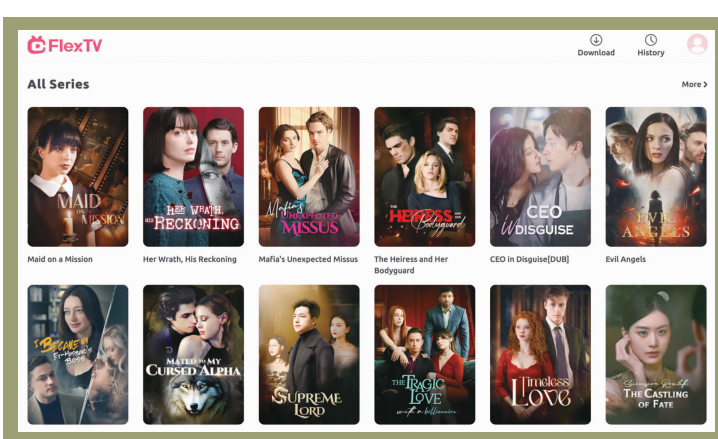
尽管目前诸多出海企业营收颇丰，但部分企业也面临成本高、回款慢等问题，海外的拍摄成本和作业模式与国内不同，渠道会抽走的流水远高于国内。同时，腰部和尾部公司盈利困难，海外的短剧商业模式虽然和国内趋

同，但回款速度慢，国内内购回款一般在一周，而海外的回款则在3个月左右。而且各国网络监管规制差异悬殊，不同国家与地区在数字内容的监管措施上存在差异，这使得微短剧出海内容的落地流通面临一些不确定性。

比如，在北美地区，对于短剧内容的审查标准较为严格，涉及版权、内容适宜性等多个方面。在东南亚地区，各国的监管政策也不尽相同，有的需要考虑法律

问题，有的则需要考虑民俗和宗教问题。与此同时，短剧出海的利润空间巨大，势必会吸引更多玩家入场。比如以直播起家的映客更名为映宇宙之后，也涉足短剧领域，目前已推出两款海外短剧App，针对北美和东南亚市场。专注于海外市场的赤子城科技，也孵化App开启短剧业务，将会专注于中东市场。

尤为值得关注的是，国内一些例如阅文之类网文巨头，目前



安悦网络在2022年10月面向泰国市场推出Flex TV。

图片来源：Flex TV 官网

大平台出现，有巨大增长空间。

值得一提的是，在海外市场中，美国市场是重点区域。Sensor Tower数据显示，头部短剧应用总收入的60%—70%来自美国市场，主要原因在于美国用户拥有更强的付费意愿和消费能力。

中文在线的海外短剧产品ReelShort和点众科技的海外短剧

产品DramaBox都主要面向北美市场。ReelShort和DramaBox在美国市场的平均单次下载付费是其他市场的6倍。

其他市场中，也有企业表现不俗，比如嘉书科技的出海短剧应用TopShort在日本市场表现突出，目前已成为日本市场收入和下载量最高的短剧应用。

还未在短剧出海方面发力，如果这类企业布局海外市场，现有格局或将受到极大冲击。还有一些海外企业也开始关注短剧，比如德国、乌克兰甚至印尼的一些企业也已推出了相应的短剧App，国产短剧出海将面临更为激烈的市场竞争。

总体上看，中国短剧出海前景广阔，但也需要面对诸多挑战。只有通过行业共同努力，不断创新和完善，才能在海外市场建立起更具竞争力的产业生态。