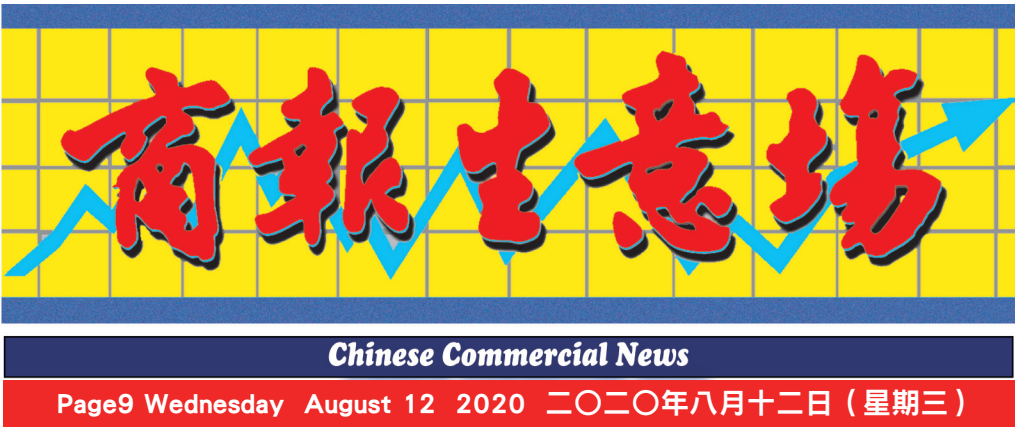


人民幣市場匯價

新華社北京8月11日電 中國外匯交易中心8月11日受權公佈人民幣對美元、歐元、日元、港元、英鎊、澳元、新西蘭元、新加坡元、瑞士法郎的市場匯價。8月11日人民幣匯率中間價如下：

100美元	697.11人民幣
100歐元	817.92人民幣
100日元	6.5758人民幣
100港元	89.948人民幣
100英鎊	911.23人民幣
100澳元	498.4人民幣
100新西蘭元	459.25人民幣
100新加坡元	507.33人民幣
100瑞士法郎	761.26人民幣



美元兌台幣匯率

收二九點四二五元

披索匯率升至48元 菲股再次上漲

本報訊：週二，菲律賓披索對美元匯率收于三年多高點，收于48元水平，而本地股市綜合指數（PSEi）再次上漲。

本地貨幣對美元匯率收于48.92元，這是自2016年11月10日收盤價48.66元三年來的最高水平。

當天披索開盤于49.08元，與前一個交易日的49.05元基本持平。

全天披索在49.08元至48.92元之間交易，平均交易價格為48.97元。

成交總額為7.434億美元，高於一天前的4.093億美元。

荷蘭國際銀行馬尼拉分行高級經濟學家尼古拉斯·瑪帕（Nicholas Mapa）表示：「儘管經常賬戶（CA）重新回到盈餘，但海外菲律賓工人的匯款預計會下降10%-15%，菲律賓披索繼續走強。」

他說，我國的經常賬戶「轉回正值，因為進口猛增主要是由於經濟活動特別是資本形成的大幅下降。」

他補充說：「隨著病毒傳播的同時，經濟發展勢頭明顯放緩，我們可能無法預見大流行前對進口需求的迅速恢復。因此，在經濟帳戶保持盈餘的情況下，披索可能會保留其升值傾向。」

瑪帕預計，在美國零售銷售數據公佈之前，本地貨幣對美元匯率在週末將回到49元水平。

同時，本地股市綜合指數（PSEi）上漲23.02點，漲幅為0.39%，至5953.94點；

而全股指數上漲23.92點，漲幅為0.68%，至3537.29點。

服務業領導上漲，漲幅為1.53%。基準是控股公司，上漲0.63%；房地產股，上漲0.28%；採礦/石油股，上漲0.03%。

然而，金融股下跌0.50%，工業股下跌0.04%。

成交總量達到53.1億股，總價值50.7億元。共計115只個股上漲，84只下跌，38只收盤保持不變。

前七個月 PEZA批准520億元項目

本報訊：菲律賓經濟區管理局（PEZA）報告稱，2020年1月至7月，其批准的投資額達到520.1億元。

這來自在該投資促進機構登記的164個新項目和擴建項目。

PEZA在週一的一份聲明中表示，今年前七個月批准投資比2019年同期的登記項目（712.1億元）下降27%。

PEZA局長查理·普拉薩說：「儘管如此，我們仍然希望從中反彈。我們必須把這場危機當作教訓和機遇。」

今年前七個月，大部分投資批准來自製造業，投資總額為233.4億元，比2019年1月至7月的187.7億元增長了24%。

信息技術-業務流程管理（IT-BPM）的登記項目在今年前七個月中也從去年同期的83.2億元增長了37%至114.0億元。

另一方面，今年1月至7月，外國來源的投資從2019年同期的287.5億元提高了26%至362.6億元。

普拉薩說：「即使發生新冠肺炎（Covid-19）疫情帶來的困難，PEZA仍繼續吸引投資者到我國，並促進建立特別經濟區，特別是在農村地區，這將成為每個地區的經濟動力。」

然而，本地公司2020年前七個月的投資，從去年同期的422.6億元下降了63%至157.5億元。

儘管發生Covid-19健康危機，但PEZA仍繼續吸引投資者來菲律賓投資。

同時，PEZA報告稱，2020年1月至6月，各經濟區入駐企業創造的出口收入下降了7%，降至248.1億美元，而就業崗位也下降了3%，上半年全國各經濟區的總就業人數為148萬。

上半年DMCI淨收入下降69%至20億元

本報訊：今年上半年，多元化的工程和建築企業集團DMCI控股公司的淨收入從去年同期的65億元，大幅下降69%，至20億元，原因是為遏制COVID-19的傳播而進行的封鎖對其業務造成了壓力。

DMCI控股公司主席兼總裁伊斯德羅·孔松吉（Isidro Consunji）表示：「由於封鎖期間，電力、採礦和供水屬於必不可少的行業，因此我們的大多數業務在封鎖期內部表現出了韌性。」

孔松吉說：「塞米拉拉礦業、DMCI電力、DMCI礦業和邁尼拉德水務第一和第二季度仍然保持盈利。不幸的是，我們的盈利受到市場的嚴重影響。」

DMCI控股公司在提交股交所的披露文件中稱，期間，其核心收益-來自其主要業務的利潤-從去年同期的67億元下降了26%至26億元。

該公司表示，塞米拉拉礦業和電力公司（SMPC）上半年的核心收益貢獻從35億元比索下降至13億元，下降了64%，原因是煤炭銷售和平均售價分別下降了27%和21%。

SMPC的電力部門也持續大幅下滑，電力銷售和平均售價分別下降了10%和32%。

DMCI Homes為母公司貢獻了3800萬元，比去年同期的12億元大幅減少了97%，原因是隔離措施拖累了建築業績，進而影響了其收入。

其建築公司D.M. Consunji公司，因76天的停工和錯綜複雜的員工隊伍而影響了生產力和收入，因此淨收入從去年同期的4.4億元，下降了79%，至9200萬元。

離網能源供應商DMCI電力公司貢獻了2.56百萬，比去年同期的2.33百萬增長了10%，這是由於巴拉望的能源銷售增加和較低的燃料成本。

由於錫礦石出口增長25%，DMCI礦業公司的可歸屬淨收益從1.73億元增長6%至1.84億元。



7月中國汽車產銷形勢總體穩定 商用車同比增速明顯

8月11日，中國汽車工業協會發佈汽車行業月度信息顯示：2020年7月中國汽車產銷形勢總體穩定，當月產銷量環比小幅下降，同比繼續保持增長，其中商用車同比增速明顯。資料圖為民眾在山西太原試乘汽車。

UCPB高管看好數字銀行交易

本報訊：聯合椰農銀行（UCPB）的高管對金融機構在線和移動銀行平台上的可用資源的持續增長充滿希望，因為人們意識到了這一優勢，尤其是在疫情期間。

UCPB第一副總裁兼營銷集團負責人Charina Balanquit告訴記者，他們的帳戶持有人「不僅可以將InstaPay用于帳戶到帳戶的轉帳，還可以用於為數字錢包充值。」

她說：「我們希望客戶有更多令人信服的理由最終轉向在線/手機銀行業務，因為除了可以節省成本的同時，這些在線平台還為他們提供了更安全、更便捷的銀行交易選擇，特別是在疫情期間。」

InstaPay是迄今為止位於菲律賓央行（BSP）國家零售支付系統（NRPS）之下的兩個實時電子支付系統之一。另一個系統是PESONet。InstaPay允許銀行帳戶持有人每筆

交易無限制轉帳資金50000元，而PESONet是用于企業對企業和人員對企業交易的信用支付方案，例如將薪金記入員工賬戶。

央行較早前表示，今年4月使用InstaPay的交易量達到了約886萬筆，比2018年4月啟動時的1740筆交易高出約509,151%。

PESONet今年4月的交易量從2017年11月推出時約33萬筆增加到了108萬筆。

央行正在推動廣泛使用數字支付，特別是3月中旬在呂宋島內實施增強型社區隔離（ECQ）期間，以實現到2023年數字交易將佔所有交易總數約50%的目標。

為了配合中央銀行進一步減輕消費者在使用在線和移動平台時支付交易費用負擔的提議，銀行已在一定時期內取消了這些服務的收費。

UCPB將免除InstaPay和PESONet交易的

費用，直至2020年底。

在ECQ期間，該銀行的InstaPay對外交易量與1月相比增長了317%，而同期增長了182%。

與2020年1月相比，InstaPay的人站交易量增長了77%，交易額增長了76%。

2020年上半年，InstaPay的對外交易量增長了280%，交易額增長了186%。

與今年1月的數字相比，ECQ期間的PESONet對外交易量增加了203%，而金額則微升了177%。

同期，PESONet的人站交易量增長了545%，價值增長了59%。

在今年的前六個月中，PESONet的對外交易量增長了238%，價值增長了146%。

PESONet入站交易量增長了244%，價值增長了92.5%。

工商部準備為中小型企業採用電子商務

本報訊：工商部（DTI）的目標是為中小型和微型企業（MSME）在新冠肺炎（Covid-19）大流行而充滿挑戰的環境中，採用數字交易使其業務蓬勃發展。

工商部副部長珍·帕切科（Jean Pacheco）週二在一個網絡研討會上說，該部門正在制定一項電子商務路線圖，旨在改善中小型企業的市場准入，為中小型企業進行數字化轉型做好準備，並通過整合提高物流效率並降低成本。

帕切科鼓勵企業挖掘數字化的潛力，因為人們可以通過社交媒體開展在線業務，並可以進一步擴展到其他在線平台。

她補充說，電子商務也是無國界的，在那裡人們可以在任何地方買賣，並可以在24小時內創造銷售。

工商部表示，在線商店的維護成本也比實體商店低10倍。

帕切科說：「Covid-19加速了我國在線交易的採用。」

她說，當Covid-19襲擊我國，並且政府實施了社區檢疫措施時，在線零售的商業註冊激增。

截至8月10日，與在線零售相關的商業註冊從2020年1月至2020年3月的大約1700個註冊增長到68000多個。

帕切科說，僅在六月，就有超過33000個在線零售商進行商業註冊。

帕切科說：「對於市場准入，菲律賓業務的機會是巨大的，我們謹記以下統計數據：菲律賓，我們的零售總額為630億美元，而電子商務的價值不到2%，僅為24億美

元。」

她補充說，全球活躍的互聯網用戶達到45.7億，全球電子商務銷售額達到3.34萬億美元。

菲律賓的移動訂戶數量眾多，超過1.2億人。她說，但是，菲律賓人花在網上買賣上的時間僅為10%。

此外，電子商務路線圖旨在降低物流成本並提高系統效率。

帕切科說：「在路線圖中，我們引入了一個簡單的戰略框架，其中包含三個主要要素-安全性，速度和促成銷售的結構。」

她強調說，根據總統羅德里戈·杜特地（Rodrigo Duterte）在第五次國情咨文中的指示，以加強包括在線交易在內的消費者保護，政府正在擴大其電子商務干預措施。

7月中國汽車產銷量同比分別增長21.9%和16.4%

新華社北京8月11日電 中國汽車工業協會11日發佈數據顯示，7月，中國汽車產銷量分別達220.1萬輛和211.2萬輛。

環比分別下降5.3%和8.2%，同比分別增長21.9%和16.4%。

據中汽協副秘書長陳士華介紹，1至

7月，中國汽車產銷量分別達1231.4萬輛和1236.5萬輛。

同比分別下降11.8%和12.7%，降幅與1至6月相比，分別收窄5個百分點和4.2個百分點。

7月，中國汽車產銷形勢總體穩定，當

月產銷量環比小幅下降，同比繼續保持增長，其中商用車產銷同比增速明顯。

中汽協數據顯示，1至7月，新能源汽車產銷量分別達49.6萬輛和48.6萬輛，同比分別下降31.7%和32.8%，降幅比1至6月繼續收窄。