

# 美联储加息预期紊乱为哪般

■ 张敬伟

最新数据表明,美国8月份的就业岗位增长幅度弱于预期,9月份加息可能性几乎没有了。就在G20杭州峰会前,美联储主席耶伦对加息预期给出了年内最明确的说法。8月26日,耶伦强调,近几个月加息的可能性增强。当时,市场预期年内最早的加息将在9月。

8月份不那么乐观的就业数据,加上美国经济增长速度也低于预期,美联储怕是要将“谨慎”加息进行到底了。

美联储年内议息会议还有3次——9月、11月和12月。9月加息预期减少,11月份将选出美国新一届总统,为了避免政治对市场的冲击,加息可能性也不大。故而,美联储加息最大可能是在12月。实际上,美联储本轮首次加息,就是在去年底。

美联储的内部纷争与加息预期不确定,症结不在美联储——鸽派也好,鹰派也罢,他们只是按照数字讲话的技术主义官僚。美国货币政策的调整,关键是美国经济表现。从第二季度的美国经济成绩单看,美国经济

2016年二季度增长1.2%。这一数字远低于外界2.6%的预期。这已是美国经济连续三个季度低增长,难怪国际货币基金组织会调低美国经济增长预期。第二季度,美国除了就业岗位和个人收入增加带来的个人消费增长(4.2%),其它如商业投资、企业库存量、政府开支等都乏善可陈。这让市场担忧美国经济是否重新陷入衰退。糟糕的是,相比二季度就业岗位的好看数据,8月份非农就业人口的数量仅增加15.1万人,低于预期18万人。失业率也未如市场预期的降至4.8%,而是维持在4.9%。

经济表现不如预期,美联储不会为了加息而加息。何况,除了美国外,全球主要经济体都参加了货币宽松政策的大合唱。美联储加息的外部因素更为复杂,如果说在此之前美联储主要考虑中国和英国(脱欧),年内加息则要综合平衡全球因素。在日本、欧洲、澳大利亚乃至英国都在实施货币宽松政策的时候,维稳应是美联储的务实之选。

G20杭州峰会为全球市场开

了综合施治的药方——结构性改革。经济危机的周期由美国开始,欧洲、日本继之,全球市场随后陷落。美日欧发达市场推出的救经济药方,要么是印钞票,要么是“直升机撒钱”,或者是大幅度财政赤字跟进。但从美国复苏乏力、日本和欧洲难以摆脱通缩的市场尴尬看,单纯的货币和财政政策解决不了问题。虽然结构性改革是全球共识,但真正启动结构性改革的只有中国。

中国的结构性改革,一是承认中国经济进入了中高速增长新常态,而且是“L型”。这很不容易,两年时间才让全球市场从认为中国“不行了”,到重新恢复对中国市场的信心。二是对现有的经济结构和发展模式施以伤筋动骨的外科手术——进行“三去一降一补”的供给侧改革。虽然已初有成效,但中国的结构性改革也还在进行中。

日本的“安倍经济学”改革动静也很大。“安倍经济学”以通胀去通缩,而且是要祛除上世纪90年代以来日本市场长期积累的沉疴,不是

用药过猛就是急躁冒进,效果难达预期。欧洲的问题是很难协调成员国立场。虽然欧洲主权债务危机后有了相对集中的约束力财政公约,欧洲央行的政策协调能力依然很差。加之成员国经济治理差异很大,欧盟很难实施结构性改革。

美国经济治理体制机制完善,似乎可通过货币或财政政策的调整解决问题。现实是,那是建立在美元信用和美国超级大国的国家信用之上。美国量化宽松政策的滥用,让美国经济先行复苏,严重消耗了美元和美国信用。现在,美国在全球经济治理中地位和作用已今非昔比。美联储首次加息引发的从中国到其他新兴市场再到全球市场的传导,警示美联储不可任性加息。

美联储加息的摇摆不定,突显美国也要实施结构性改革。除了经济治理,更多的还有思维上的转型,即使用新经济周期的变化,配合全球市场建立更公平、合理的全球经济新秩序。

(作者系中国人民大学重阳金融研究院客座研究员)

## ◆进口提醒

### 日企利用海淘寻中国商机

据日媒报道,今年上半年,赴日旅游的境外游客数量增长减缓,而向来热衷于购买日本商品的中国游客支出减少,这让乐购仕公司的销售遭遇了冲击。该公司负责公共关系的一名官员说:“热销产品正从售价较高家用电器转向价格较低日用必需品。”

日本各大百货公司作为旅游业繁荣的主要受益者,都感受到了这种冲击。报道称,中国是赴日游客的最大来源,7月份来自中国的游客数量攀升了26.8%,但相比之下,去年中国游客每月的增幅在45.4%到167.1%之间。

报道称,虽然旅游业增长放缓,中国消费者似乎更热衷于通过网购来购买日本产品,如中国的阿里巴巴集团。日本经济产业省指出,中国已经拥有全球最大的“商对客”(B2C)电子商务市场,

在民众收入增加、网络使用日益普及的背景下,中国网购者将变得更加活跃。

报道称,跨境网购也受到汇率波动的冲击。近期,日元走强打击了人们的消费热情,不过网购不会受到机票价格、旅馆费用等出行因素的影响,因此网购者可能有更多资金用来分配。

花王公司去年在阿里巴巴集团的天猫国际购物网站上设立了店铺,从日本向中国消费者发售产品。日本交通运输公司也搭上了顺风车。日本通运公司在8月初表示,它与阿里巴巴集团结盟,为天猫国际销售产品的公司提供快递服务。

今年7月底,全日空控股公司表示,它将与网路系统开发运营商ACD合作,从9月份开始为电子商务公司提供支持,确保商品能够快速送达消费者手中。(编译/杨蕾雷)

### 俄罗斯冰激凌成中国新宠

据俄罗斯卫星网报道,俄巴什科尔托斯坦共和国议会贸易委员会主席古泽莉·阿瑟洛娃9月6日表示,巴什科尔托斯坦冰激凌很快将在中国销售。据其透露,当地3家生产冰激凌的企业已签订相关合同,其中包括巴什科尔托斯坦冰激凌厂和银色雪花冰激凌厂。

事实上,随着中国民众生活水平的提高,以及中俄双边经贸往来密切,俄罗斯本土食品越来越多地出现在中国消费者的餐桌上,俄罗斯冰激凌也包括其中。

据媒体报道,几天前普京接见外国企业家时,听中国企业家说中国人很喜欢俄罗斯冰激凌。所以,普京参加G20杭州峰会时特意带来这份特殊的礼物。

来自中国内蒙古自治区满洲里出入境检验检疫局今年8月底的统计数据显示,仅今年6月、7月,就有73吨俄罗斯冰激凌经该口岸流向中国各地,货值约23万美元。另据中国媒体援引黑龙江绥芬河检验检疫部门的数据称,

截至6月份,上半年绥芬河公路口岸进口俄冰激凌71.1吨,同比增长206%。报道称,“冰激凌成了今年以来俄货进口的新产品”。

俄罗斯冰激凌受欢迎的原因在于,一方面是相对欧美进口的冰激凌价格来说,俄罗斯冰激凌价格并不高,在中国消费者承受能力之内;另一方面,俄罗斯冰激凌的生产工艺保证了风味的延续,也具有更高的营养价值。此外,俄罗斯冰激凌用料足,且不添加任何防腐剂和植物脂肪,因此口感柔和。

在这些条件的促进下,俄罗斯冰激凌逐步进入中国市场。今年1月份,在俄罗斯滨海边疆区政府出口发展中心的促成下,俄罗斯阿尔谢尼耶夫斯基冰激凌厂签署了向上海供应约1500吨冰激凌的意向协议,而滨海边疆区2015年冰激凌产量是4000多吨。此外,俄罗斯国家出口中心还在考虑通过电商平台向中国出售冰激凌。

(韩 仪)

## ◆数据播报

### 20万人 中国赴埃及游客数创历史新高

本报讯 埃及驻华使馆旅游处旅游事务参赞阿布9月10日称,2015年赴埃及旅游的中国游客人数达12万人次,创下历史新高。今年前7个月,赴埃及的中国游客已达10万人次,保持了良好的发展势头,全年预计将达到20万人次。

据悉,一场持续3个月的埃及旅游线上媒体和户外媒体推广活动,正在北京、上海、广州、成都等中国多地全面开展。针对不同中国

游客的兴趣和需求,重点推广的旅游产品有尼罗河游轮之旅、红海休闲之旅、沙漠自驾游等。

阿布称,目前埃及航空公司从广州飞往开罗的航班,已经由原来的每周5班增加到每周7班;北京、上海、成都等地已经开通飞往埃及的包机业务;北京飞往开罗每周3班的航班,已经满足不了游客的需求,埃及方面正在协调增加北京至开罗的航班数量。(程景伟)

### 5125亿元 进口跨境电商交易规模攀升

本报讯 2016年上半年,网络零售行业加速发展,农村电商、跨境电商等保持发展势头。近日,记者从国内电商研究机构——中国电子商务研究中心最新发布的《2016年(上)中国网络零售市场数据监测报告》获悉,2016年上半年,中国网络零售市场交易规模达23141.94亿元,相比2015年上半年增长的16140亿元,同比增长43.4%。预计2016年全年中国网络零售市场交易规模有望达52218亿元。其中,跨境电商仍延续强劲增长态势,上半年进口跨境电商交易规模达

5125亿元人民币。

据上述报告显示,上半年中国B2C网络零售市场(包括开放平台式与自营销售式,不含品牌电商),天猫排名第一,占53.2%份额;京东名列第二,占据24.8%份额;唯品会位于第三,占3.8%份额。中国电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青认为,网络零售市场份额的起伏不明显,竞争格局基本稳定,虚实融合,已进入平稳期。

报告显示,2016年上半年,进口跨境电商交易规模达5125亿元人民币,2016全年将达11000亿元人民币。而2015年中国跨境电商交易规模为5.4万亿元人民币。(欧志葵)

## ◆地方扫描

### 郑徐高铁打通 高铁网“任督二脉”

本报讯 新获批自贸试验区的河南省,如今有了通往上海自贸试验区的高速铁路。近362公里的高铁线,串起了多个自贸试验区。全长361.9公里的高铁线,途径豫、皖、苏三省。350公里的设计时速,让郑州、南京、上海、杭州等城市之间4小时可达,中西部与东部时空距离缩短。

作为贯通东西的重要“一横”,郑徐高铁连接京广、京沪高铁两条南北大通道,让西北高铁网通过郑州与长三角高铁网手拉手,打通了中原地区通往华东的“断头路”,更完善了全国高铁网。

上海、天津、福建、广东之外,商务部日前透露,在辽宁省、浙江省、河南省、湖北省、重庆市、四川省、陕西省新设立7个自贸试验区。这些新设的自贸试验区,多数来自中西部地区,不沿江、不沿海。

河南省商业经济协会会长宋向清对记者表示,郑徐高铁会加速东西部商品和服务的流通,加速东西部产业转移,尤其是西部商品通过高铁经由海路输出的便捷性将大大提高。

河南省政府参事郑泰森认为,这对于区域经济间尤其是各自自贸区之间相互交流沟通,将起到很好的推动作用。

宋向清以陕豫两省举例分析,郑徐高铁将有利于西安和郑州学习嫁接上海经验,有利于两地自贸区快速推进。

(李志全)

### 湖南技术装备进口 获税款减免

本报讯 记者从长沙海关获悉,近日,国家对重大技术装备进口税收政策作出调整,2016年湖南省工程机械、高速铁路、风力发电、盾构机制造、国产大飞机、轨道交通装备等领域共17家企业能够享受政策优惠,预计可减免税款4亿元人民币。

轨道交通装备行业受益最多。长沙海关介绍,去年,中车株洲电力机车有限公司累计获得南非电力机车、马来西亚ETS动车组、土耳其地铁等10多个国家和地区的项目订单,目前已进入实质推进期,带动了产业链相关企业共同发展。

今年,中车株洲电力机车有限公司、株洲中车时代电气股份有限公司、中车株洲电机有限公司共计可免税进口的重大技术装备额度高达1.3亿美元。

据了解,从2009年开始,国家每年都会对重大技术装备进口税收政策进行小幅调整。为支持企业用足用好进口税收优惠政策,长沙海关将对重点企业集中进行政策宣讲与培训。

统计表明,“十二五”期间,长沙海关为全省重大技术装备进口审批征免税证明5899份,总货值41.45亿美元,减免税款61.4亿元人民币。(彭雅惠)



据海关总署公布,中国8月份钢材出口量为901万吨,同比下降7.4%。全球钢材产量中大约一半来自中国。国内消费放缓之际,中国加大了钢材出口以维持生产,尽管今年初中国启动了钢铁产能削减计划。中国的钢材出口遭遇了关税壁垒,同时,全球其他国家针对中国过度生产的批评声也越来越多。中新社发 刘君风摄

## 跨经济体流动填补“人才逆差”

当前,全球经济复苏的步伐缓慢,如何建设联动型世界经济,凝聚互动合力,成为世界领导人正在探讨的重要议题。这其中,人才的流动和互融互通自然也成为一个重要环节。对此,全球最大的职场社交平台LinkedIn(领英)选取了以美国、欧盟、德国、法国、英国、日本、韩国等发达国家为代表的发达经济体,以及以巴西、俄罗斯、印度、中国、南非为代表的新兴经济体,对两大阵营3年来的人才流动情况进行了调研,并以能源、IT、金融、建筑四大领域为重点行业进行了深入分析,以探讨发达经济体和新兴经济体间的人才流动现状和背后动因。

### 全球人才壁垒已破

曾几何时,发达经济体与新兴经济体在资源分配、竞争关系,以及协同发展等诸多方面有着难以逾越的鸿沟和障碍。而事实上,从人才和就业的角度来看,或许全球人才正在被逐渐“拉平”。基于领英人才库中包含传

统实业和新兴产业近20个大行业和近100个细分行业的人才流动统计数据显示,近3年来,从新兴经济体流入发达经济体的人才总量约52万人。与此同时,同样行业维度的统计显示,从发达经济体向新兴经济体的反向人才流动也高达49万。由此可见,当前全球经济协同发展大环境下,人才在新兴经济体与发达经济体间的跨区域流动趋于平衡,使跨区域人才的交流和互融互通成为一种现象,也为未来带动全球产能协作和全球治理提供新的契机。

### 传统产业人才流动趋平

具体到细分行业,领英选取了能源、金融、建筑在内的传统行业数据。在这些行业中,新兴经济体有着巨大的市场需求和自然资源禀赋,因此,建筑和能源这样属性鲜明的产业有了旺盛的人才需求。尤其是在“一带一路”倡议的影响下,以金砖五国为代表的新兴经济体在能源贸易、海外工程,以及金

融合作等方面展现出极强的全球拓展需求;发达国家也在开拓新兴市场方面有着同样的扩张诉求,这为人才在两个阵营中的流动和互通创造了极为有利的条件。同时,新兴经济体的不断崛起,让全球更多的人才将自身的能力素质和工作经验带到欠发达地区,也为知识和信息的共享提供了新的借鉴。

尽管很多传统行业已经表现出了被“拉平”的人才流动趋势,但领英针对金砖五国超过5000万的职场人士进行的深入分析发现,以IT、互联网为代表的高科技产业,从新兴经济体流入发达经济体的比例为其反向流入的2倍。这一现象正好反映了长期以来,中国和印度两大发展中国家的IT人才大量流入发达国家的现象。由此可见,尽管中国互联网产业的发展如火如荼,但要真正成为全球的领航者,还需海纳百川,从发达国家和地区吸引更多的高质量产业人才,以此填补产业中的“人才逆差”。(黄雷)

# 无须过度解读34国禁止月饼入境

■ 本报记者 高洪艳 实习记者 张凡

中秋节即将到来,对于远在海外的华人华侨来说,能吃到中国的月饼是件非常值得开心的事。但是最近有媒体报道,德国、法国、俄罗斯、韩国等34个国家禁止中国月饼入境。

除此之外,还有日本、泰国、越南、澳大利亚、美国、欧盟、新西兰、加拿大、英国、马来西亚、波兰、荷兰、巴基斯坦、科威特等国家和地区虽然允许中国月饼入境,但是对月饼的成分、重量等提出了严格的要求。经记者梳理发现,这些国家对

中国月饼入境进行限制并非首次,而是几乎每年都会这样。记者就这个问题采访了中焙烤食品糖制品工业协会理事长朱念琳。

朱念琳表示:“34个国家对中国月饼设置了进口条件,主要是因为月饼大多数都含有肉类,可能存在携带禽流感、口蹄疫以及其他检疫性病菌的风险。因为大多是通过邮寄或自身携带,月饼流入他国很少经过进口国家监管部门的检验准许,所以会有国家特别强调禁止月饼入境。”

由此看来,这只是相关国家对进口产品加强监管的一种做法,并非贸易壁垒,无须过度解读。另外,我国对国外生产的月饼等产品入境也有相关的规定。依据2012年1月农业部与国家质检总局联合发布的《中华人民共和国禁止携带、邮寄进境的动植物及其产品名录》规定:(生或熟)肉类(含脏器类)及其制品、水生动物产品、动物源性奶及奶制品、蛋及其制品等存在携带禽流感、口蹄疫及其他检疫性疫病传播的风险,禁止携带、邮

寄入境。如果出口企业事先经进口国监管部门检测通过并进行相关注册备案则可以出口。

“国内顾客如果邮寄或携带月饼出国应该遵守进口国的规定,出口企业应该按进口国的要求事先做好准备。”朱念琳建议,月饼生产企业在出口过程中,首先应遵守进口国的相关规定,根据进口国要求,提供美味可口、富有中国特色的传统糕点;其次要注意产品包装的选择,由于运输距离较长,环节较多,产品的包装需要将这些因

素考虑在内,尽量选择稳定性高的包装,如铁盒等;最重要的是要遵守进口国的文化传统和风俗习惯。

“中国焙烤食品糖制品贸易协会一直关注月饼企业的进出口贸易,很注意做好行业自律工作,一直强调企业要以质量为先、诚信经营,每年针对月饼行业召开三个行业会议,即年初的月饼行业论坛,中秋节前一个月召开中国月饼文化节,节后一个月召开月饼行业总结会,此项系列活动已经坚持了20年。”朱念琳说。