

新加坡是怎么对付通货膨胀的?

周凱莉

这几年来,新加坡这个赤道国家在媒体笔下已是寸土寸金。新移民像一茬又一茬的春笋拔了又长。

在看似繁荣的表象下,新加坡面临着“残酷的通胀”。三年疫情之下,全球供应链中断对这一个外向依赖型国家形成了挑战,叠加保护主义与逆全球化的浪潮加剧、高通货膨胀、经济增长迟缓、地缘政治等问题,局限于国土面积、资源、劳动力等问题,新加坡不得不直面经济挑战。

前不久,我去一家牙科诊所洗牙,花了差不多300新元(新元与人民币汇率为1:5.2),大概是上海同等服务价格的2倍。即使在免除消费税、服务费的食阁吃饭,一家三口平均一顿饭的花费总计也为30至40新元左右。而对于需要租房的外来移民、就业者来说,新加坡东部一间40平方米的公寓,房租可达5000新元,同比上涨30%-40%。

我认识一位来自中国内地的陪读妈妈,一年多前,她辞去

互联网大厂年薪百万的工作,离开在证券业工作的丈夫,独自带着女儿从北京来到新加坡读幼儿园,每个周末,孩子除了补习英文,还需要上数学课,甚至还有珠心算。这还没完,芭蕾舞、钢琴课、绘画课,甚至还有骑马课,孩子都得上。

我掐指帮她算了一下,新加坡物价高企,她的房租每月4000新元、幼儿园每月学费2000新元,7个补习班(10节课为一个教程)平均1000新元,加上七七八八的生活费、交通费、置装费,按这个标准,陪读一年至少得花上90万元人民币。

我笑她“直把杭州作汴州”,把鸡娃做到了极致。她从山东的一个小县城考到北京的大学,通过多年奋斗在北京立足,高竞争习惯已经焊在了她的每一个毛细血管里。

有一天深夜,她忽然给我发信息:“有点坚持不下去了。”高昂的生活成本,加上丈夫所在的行业下行,面临降薪的风险,让她严重焦虑,并对新加坡陪读生涯产生了怀疑。而在社交媒体上,也不断有陪读妈妈爆出离开新加坡的消息,主要

原因包括并不限于生活成本高、远离家乡的不习惯,及相比中国断崖式下降的生活质量。

新加坡本地人也困扰于不断上升的生活成本问题,在本地社区经常可以见到各类对于物价的抱怨。今年1月1日起,消费税由8%调整至9%。在通胀的前夜,新加坡超市涌进了抢购潮,不少居民的购物车里堆满了纸巾、牛奶等生活必需品。本地超市趁势推出帮助居民对抗通货膨胀的促销优惠,打出“一点点帮助,全是为了你”之类的暖心口号。

2月14日,新加坡政府推出国家新财政预算案。这一份支出高达784亿美元(约合人民币5368亿元)的预算案着重于协助各阶层的新加坡人缓解生活费用高涨的焦虑,希望帮助该国公民应对不断上涨的生活成本、更高的商品税和服务费。

在新的预算案中,为了缓解生活成本上涨的压力,政府将提高消费税补助券金额,2023年最高补助从500新元(约合2567元)增至700新元,2024年再进一步调高至850新

元。此外,在“定心与援助配套下”,政府将给予民众生活费特别补助,从200新元至400新元不等,根据税收情况而定;政府还将提高明年派发的邻里购物券金额,每户家庭可获得300新元,部分低收入家庭还能获得更多补助。为了提高本地生育率,还增加了公共住房津贴、婴儿花红数字,提高了有薪陪产假和无薪育儿假天数。

不过,这一份财政预算案对富人及外来移民存在“薅羊毛”之嫌,例如住房的买方印花税上涨、车辆附加注册费上涨、取消女佣税务补助,及减少了针对高收入在职妈妈的税务减免。

不管怎么说,这一份财政预算案顾及了大部分民众的情绪与现实利益,受到了社会的欢迎。有专家指出,目前,新加坡的通胀率依然处于高位,政府通过行政手段调控,帮助解决生活成本问题,将刺激本地社会消费,降低失业率,同时包括“发钱”等增加补贴支出等手段有助于相关概念股的上涨,向资本市场注入乐观情绪。

(作者系旅居新加坡中国作家)

日本央行即将换帅 货币政策将作何选择?



【锐眼看市】
植田和男不会在“鹰派”还是“鸽派”之间做出自己明确的选择,而是更鲜明地体现出“中和派”或“平衡派”立场。

张锐

随着现任央行行长黑田东彦共两届、为期10年任期的逼近,经济学家、东京大学教授植田和男日前被日本内阁提名接替黑田出任央行行长。虽然接下来还要经过众参两院的答辩以及投票表决,但由于日本执政联盟控制了参议院的绝对多数席位,植田和男执掌央行帅印已毫无悬念。同时,作为“二战”以来国内首位学者出身的日本央行行长,植田和男五年任期内的货币政策走向尤其令人关注。

现年71岁的植田和男在麻省理工学院攻读经济学博士学位期间师从经济学家也是时任以色列央行行长的斯坦利·费希尔,除植田和男外,费希尔的弟子还有美联储前主席·伯南克、欧央行前行长马里奥·德拉吉以及美国前财长劳伦斯·萨默斯等,能与这些全球金融顶级权威人物师出同门,植田和男身上当然少不了自带的光环。另外,作为一名经济学家,植田和男的脚步并没有停留在菁菁校园,除了在日本政府养老金投资基金担任过一段时期的高管职务外,其社会兼职的绝大部分时间都分布在日本央行,包括曾担任日本央行政策委员会审议委员、日本央行金融研究所特别顾问等。

现任内阁首相岸田文雄能够看中植田和男,主要是十分赞赏与认同后者所持的政策观点。相比美国政府只控制了美联储10%的股权,以及美联储相对于白宫具有很强的独立性,在日本央行1亿日元的注册资本中,日本政府占了55%的比重,因此,日本央行的货币政策很难像美联储那样可以不必完全受制于白宫。

岸田首相在任时,其政策主张形成了国际舆论广泛关注的“安倍经济学”,其中由负利率、QE(量化宽松)和YCC(收益率曲线控制)组成的超宽松货币政策一直延续至今。岸田文雄上任后,虽然外界也发出了“岸田经济学”的炒作声,但音量远远不及“安倍经济学”洪亮。问题是,已经是内阁首相的岸田不甘心完全因袭前任。虽然觉得“安倍经济学”也有积极价值,但岸田不会让旧僚的手掌遮盖了自己的光芒,通过提拔植田和男这个角色可以多少隐去与压低“安倍经济学”的声望。

进一步分析发现,作为“岸田经济学”的最主要内容,“新资本主义”方案在日本民众层面显示出了不小的鼓动性与吸引力。这一政策主张极力倡导调节“增长与分配”,提出基于实现经济增长,供给方的创新和生产率提高必不可少,但同时也必须增加国民的可支配收入,拉动消费。不仅如此,岸田政府还大力推动增加财政支出,尤其是大幅增加国防开支。而追踪发现,植田和男也多次提出刺激经济增长需要工资增长,并明确表明经济政策的重心不是货币政策,而是财政政策。看得出,在政策的核心诉求上,植田和男与岸田高度契合,让他出任央行行长,不排除可能成为“岸田经济学”的代言人。

应当说,日本国内已经贯彻了10年的大规模货币宽松政策,的确

到了变化调整的时候,特别是在全球主要央行普遍放弃了宽松政策立场、转而大举收紧货币政策的情况下,日本央行依然我行我素,成为7国集团中唯一实行负利率政策的经济体。对此,植田和男也多次以批判者的姿态表现了自己的不认同,在他看来,货币宽松政策带来的明显弊端不仅是日本经济没有实现预期增长,而且在基础货币扩大了几十倍的情况下,也依然没有摆脱通货紧缩。因此,弗里德曼的“通胀是一个货币现象”说法在日本是不成立的;另外,长期的货币宽松政策带来了日元贬值风险与压力日趋增大、日本债券市场的价格发现功能大幅降低及银行的息差不断收窄等弊端。因此,植田认为没有必要拘泥于2%通胀目标的实现,可以将2%作为中长期目标。

但是,无论是过去还是现在,人们却清楚地追踪与发现到植田和男并不反对货币宽松的立场。基于较为紧张的通缩情势,日本央行在1999年决定实施“零利率政策”,但在次年通缩压力仍存的背景下又以7票赞成、2票反对的结果解除了零利率,将政策利率从0上调至0.25%,其中植田和男正是投票反对退出零利率的委员之一。同时,在最新一次对外谈话中,植田和男也明确表示目前日本央行的货币政策是适当的。显然,从已有的资料看,我们很难将植田和男进行“鹰派”还是“鸽派”的角色区分。

按照植田和男在多部个人专著中所声明的观点,货币政策的制订更应基于工资、通胀、经济的现状与展望,这样的表态非常符合日本目前的经济形势。受国际大宗商品价格大幅上涨以及日元贬值的影响,去年年底日本国内CPI增速达到了4%,连续9个月高于目标增速。另有数据显示,今年1月份日本企业物价指数为119.8,同比增长9.5%,同期东京核心区CPI同比上升4.3%,创1981年以来新高,而2月份开始,日本全国有5000多种食品和饮料陆续上调售价,这是继2022年10月出现三十年来最大规模涨价潮后,又一波大范围的商品提价。不仅如此,日本的劳动力市场依旧火热,去年12月劳动参与率上升到62.3%,失业率依旧维持在历史低位的2.5%,且在这样的背景下,2023年“春斗”(每年由各大工会联合组成“联合委员会”与厂方展开谈判)即将开锣,劳方提薪要求达到5%,为过去20年之最高。日本经济研究中心预计今年春斗的平均加薪幅度为2.85%,高于过去26年的实际最高加薪幅度。多重因素叠加推升日本整体工资水平的提升,从而给本已不轻的通胀施加进一步的压力。在这种情况下,央行有收紧货币政策的必要。

然而,去年日本实际国内生产总值仅小幅增长1.1%,增幅明显小于上年,而且从2022年第三季度出现负增长后,第四季度并未明显反弹。数据显示,在去年对日本经济增长的贡献矩阵中,货物及服务出口增长了4.9%,但外需贡献却为负0.6个百分点。承接颓势,今年1月份日本录得3.50万亿日元的贸易逆差,同比扩大59%,且为连续第18个月出现贸易逆差,逆差额度创有纪录以来最大。这一信号提醒日本政府外需可能继续对经济增长构成拖累。鉴于此,日本政府预测2023年度经济增长率仅为1.5%。在这种情况下,如果匆忙采取紧缩货币政策,势必对经济增长产生抑制。

故此,植田和男不会在“鹰派”还是“鸽派”之间做出自己明确的选择,而是更鲜明地体现出“中和派”或“平衡派”立场。短期看,植田不会对原有货币政策大动手术,甚至也不会展开微调,而是继续维持宽松货币政策基调,但长期看,让货币和男的主要工作方向,而在政策工具的调整时序上,植田和男不会照搬欧央行先退出QE、再废止负利率、然后放弃YCC的收缩轨迹,而是会采取倒序的方式。同时,对于放弃YCC的操盘,植田和男不会遮遮掩掩,而是一步到位。

(作者系中国市场学会理事、经济学教授)

互联网巨头互拆围墙

余胜良

互联网巨头垄断是个全球性问题,各国政府都在跟他们对着干,却很少关注到互联网巨头的垄断地位并不牢固,很容易被竞争对手攻破。

最近互联网世界流行互拆对方围墙,比如微软借助人工智能又要进攻搜索巨头谷歌的大本营了,作为最成功的操作系统公司,微软可以借助这一优势进入几乎所有行业,比如浏览器,比如搜索,比如云业务。

微软在搜索业务上耕耘已久,但在谷歌面前,就跟个小孩子一样,一直也就是维持而已,但是现在有了新型人工智能的加持,微软的搜索业务就不一样了。与强势竞争对手相比,谷歌新推出的人工智能表现逊色,拖累股价,市值下跌几亿亿美元。

互联网巨头一直想进攻别人的领域,比如谷歌一直想做社交,攻入脸书的领域;脸书一

直想做短视频,攻入Tik Tok的领域;微软和谷歌等都做了云业务,和亚马逊抢份额。

互联网巨头的共同点是,新业务要争,对手成名已久的老业务,也要争。

在国内,3月份抖音要上线外卖业务,这是美团的大本营。美团做外卖很成功,很多公司看到这块肥肉,也要介入,包括腾讯也要提供开放接口。

外卖是比较辛苦的行业,美团愿意下笨功夫,一点点建团队,满大街都是黄色服装小哥,将先行者饿了么逼到墙角,打造出一个大行业,却又来了新的竞争者。

竞争一直不熄火,也看不到熄火的可能。以大众熟知的电商为例,先行者8848成为先烈,淘宝打败易趣,一统江湖,很快迎来腾讯的竞争,腾讯有强大的社交和流量,京东冒出头来。传统连锁经销商苏宁和国美也加入战局,还有买了一号店的沃尔玛,以及全球电商老大亚马逊,最终亚马逊关闭

了中国业务,苏宁和国美的电商业没有起色,只有京东快速成长起来,堪与阿里一战。

京东能杀出重围已经是奇迹,没想到拼多多又杀了出来。拼多多现在还走进美国,把砍一刀的玩法带到了海外消费者。

网约车是另一个竞争无止境的案例。滴滴股权分散,是因为多次融资,也是因为格局一直难以定下来。滴滴合并快,虽然股东股本被稀释,但已经有了垄断优势,没想到后来优步开始烧钱发力,不得已滴滴再吸收优步业务,到这里已经没了竞争对手,但是还有新的加入者。随着政策更迭,也成立了很多网约车公司,还出现了全国性的网约车集成平台,比如高德。美团也下场做了网约车业务。其中美团既有自己的网约车公司,也把接口开放给其他网约车公司。现在网约车还在混战之中。滴滴有优势,但优势并不稳固。

抖音一直想杀入腾讯的后

花园,做社交,腾讯也一直在强力推动短视频业务,力保在角力中不亏,现在腾讯的视频号有了一丁起色。

腾讯是全球游戏行业的老大,但也并非高枕无忧,米哈游推出的原神就取得领先优势,还有一个游戏小公司推出的羊来羊,竟然能明显分抢腾讯游戏用户的使用时长。全球游戏公司还在不断冒出新游戏。

原来有很多网站占有垄断优势,后来它们衰落了,比如偷菜游戏、人人网等。招聘、婚恋类行业不断有新的互联网公司涌现出来。

即使拥有庞大的用户,拥有绝大多数市场占有率,互联网公司也不可能高枕无忧,它们始终面临两个难题:一个是业务推陈出新,要跟上节奏;另一个是其他公司可能随时会攻过来,要做好防御的打算。有些公司把进攻当做防守,这也促使互联网公司始终有进取心,有战斗意志。

(作者系证券时报记者)

质量强国重在把握好“技术突破+标准建立”

盘和林

近日,中共中央、国务院印发《质量强国建设纲要》(以下简称《纲要》),《纲要》指出,建设质量强国是推动高质量发展、促进我国经济由大向强转变的重要举措,是满足人民美好生活需要的重要途径。针对产业高质量发展,《纲要》提出:增强产业质量竞争力——强化产业基础质量支撑,提高产业质量竞争水平,提升产业集群质量引领力,打造区域质量发展新优势。

在印发《纲要》前不久,中共中央、国务院印发《扩大内需战略规划纲要》提出,更好满足中国高端消费品消费需求,促进民族品牌同国际标准接轨,充分衔接国内消费需求。事实上每年5月10日都会举办“中国品牌日”,以加强我国品牌建设,提升产业能级,顺应我国消费升级,推进产业高质量发展,提高产业质量竞争水平。

创新和消费升级是行业高质量发展的重要动力,其中技术创新是产业发展的重要核心动力,比如大数据、AI、ChatGPT等技术,加速向各个行业涌入、融合,对产业发展赋能的作用日益凸显。以电加热服装为例,其是智能可穿戴设备和服装业的融合,我国上海某纺织企业运用新技术和工艺理念推出了新型可穿戴纺织品,探索通过标准引领质量提升,推动可穿戴纺织品领域的品牌建设和质量提升,并以此带动产业价值链的提升,通过团队的技术研究和突破,研发了《电加热服装》团体标准,为企业甚至是行业的生产和质量管理提供了基础和支持。

消费升级一方面取决于消费者消费收入的提高和消费理念的转变,另一方面则很大程度上取决于产业的发展水平和质量,只有生产的产品质量和服务的水平提升上去了,消费者消费升级才能成为可能,而

产品质量和服务水平的提升,则依赖于标准的建立。

以食品安全为例,“毒馒头”“大头宝宝”“脚踩酸菜”“白糖蜂蜜”等食品安全事件的爆发,都证明了,虽然我国食品安全的标准和管理不断改进,但是仍旧存在着很大的提升空间,事实上不仅仅是食品行业、化妆品行业、电子行业等等,各行各业都存在管理和标准不严谨的问题,因此我们常常看到的一个结果就是,国外品牌的建立有机可乘,民众对国外某个品牌食品、化妆品、电子产品都趋之若鹜。

而这也从另一个方面表明了,标准的建立是品牌建设的重要指引,也是培育品牌的重要手段,标准的高低决定了质量水平的高低,“国内一流”的目标,有助于企业提升管理水平,保证产品和服务的质量,进一步提升消费者对企业产品和服务的认可度,塑造企业在市场上高质量的企业形象,提升

企业的竞争力。

因此,标准是质量的硬约束,能够对产品生产、监管、消费、和售后等各个环节进行针对性的质量监督和管理,但若不能满足消费者消费升级的需求,还需要企业自身设定更高的质量标准,向国际品牌看齐,以国际标准要求自己,在国内建立自己品牌,进而走向国际。

质量强国是高质量发展的重要举措,产业高质量发展是质量强国的重要方面,产业的高质量发展有赖于技术的创新和消费升级,技术创新有助于标准的确立,标准的确立,有助于产业的监督、管理和质量水平的提升。因此促进经济高质量发展,应该努力通过技术进行标准创新,通过标准建立引导产业的高质量发展,持续供给高品质产品和服务,提升产业的核心竞争力,为品牌建设奠定坚实的基础。

(作者系浙江大学某学院研究中心联席主任、研究员)

【市场盘算】
产业的高质量发展有赖于技术的创新和消费升级,技术创新有助于标准的确立。

本报专栏文章仅代表作者个人观点。