

加大市场调控 避免货币替代加剧

张莱楠

中国货币和资产价格正在发生重大变化,透露出一些重要的信息。一方面,央行数据显示,今年前7个月中国外币存款累计增加2663亿美元,为去年同期的12倍之多;另一方面,工行、农行、汇丰开始纷纷下调美元、欧元和港币的存款利率。这些数据和信息背后折射的正是企业和居民存款及资产外币化的新动向。

资产外币化也即经济学中所说的“货币替代”。一般来讲,当一国出现较为严重的通货膨胀或一定的汇率贬值预期时,公众可能缺乏对本币稳定的信心,减少持有价值相对较低的本国货币,增加持有价值相对较高的外国货币,于是外币取代本币作为价值贮藏手段和交易媒介。

这种“货币替代”的现象曾经在上世纪90年代的中国出现过。从1994年开始,中国“货币替代”程度迅速攀升,直到1997年才有所回落。当时的

“货币替代”动力主要来自三方面原因:一是由于经济的快速增长使收入大幅度提高,人们有了持有外币资产的愿望;二是当时的汇率双轨制使人们产生了人民币贬值的预期,为了规避汇率风险,人们更愿意持有较为稳定的外币资产;三是这一时期中国正在经历改革开放以来最严重的通货膨胀,通货膨胀率最高的年份达到了20%以上,为了避免通胀带来的实际资产的损失,人们更多地选择外币资产。

在随后若干年,这种情况发生了根本改变。随着中国经济的高增长、外汇储备的飙升以及人民币单边升值预期,居民增持本币资产和减持外币资产,导致基础货币过度投放,也造成了近年来的“货币反替代”问题。但是去年下半年,人民币长期单边升值的预期被打破,甚至呈现出阶段性贬值的压力,“货币反替代”又演变为“货币替代”。

而本轮“货币替代”最大的原因在持续了数年的人民币升值预期开始出现逆转。事实上,人民币在启动重要的

7·21汇改”后,除了2008年金融危机后两年多的“暂时停歇”,大部分时间相当于“汇改即升值”,七年来累计升值近30%。但2012年以后,人民币走势开始出现新的变化:截至7月31日美元对人民币6.3320的中间价计算,7月份人民币对美元小幅贬值0.11%,为2012年以来第四次出现单月贬值。此前三次分别出现在1月、3月和5月,单月贬值幅度分别为0.17%、0.04%和0.90%。由于全球经济环境无法在短期内得到根本性的改善,因此人民币兑美元仍将维持一段时间的弱势。

从国际收支统计看,2012年上半年资本和金融项目由去年同期顺差1959亿美元转为逆差203亿美元。资本跨境流动已经从单边顺差转成“双向流动”。上半年我国跨境收入同比增长12%,支出增长24%,由于流入增速慢于流出,导致跨境收付顺差减少53%。从银行代客结售汇的数据看,今年前7个月境内企业和个人结售汇顺差300亿美元,远小于同期跨境收付顺差800亿美元,境内企业和个人“资产外币化,负债本币化”的倾向日益明显。在商业银行存贷款方面,资产外币化则更加突出,数据显示,今年前7个月中,1月、4月及7月人民币存款分别减少8000亿元、4656亿元和5006亿元,相比之下前7个月外币存款累计增加2663亿美元,这一增量是去年同期的12倍。

大幅增长的外币存款在改变企业及居民资产结构的同时,还在一定程度上影响到流动性和货币信贷调控,对货币创造机制产生深远影响。去年底以来,

央行三次下调了准备金率,在向市场传递货币调控稳增长信号的同时,也传递出当前中国货币生成环境出现反向变化的重要讯息:由于外汇占款增速的骤降,以往由外汇占款推动货币增长的货币创造模式将发生深刻改变。2012年1-6月新增外汇占款仅有3026亿元,还不到去年同期增量的15%,7月新增外汇占款在顺差、FDI减少和热钱继续流出的情况下由正转负,是继4月之后今年的第2次负增长。这样,今年1-7月月均外汇占款增量仅有426亿。新增外汇占款出现了罕见的弱增长和负增长的局面,预计全年新增外汇占款1万亿左右,大大低于历史平均水平。

外汇占款减少导致货币创造主渠道变化,进而对央行货币政策操作提出了挑战。尽管央行不必如以往那样,通过不断提高存款准备金率和发行央票来“冲销货币”,减小冲销和财务成本,但原有货币扩张能力的收敛,也使央行无法再借新增外汇占款而维持低利率,市场利率将逐渐回归到接近自然利率的均衡状态。

要避免“货币替代”进一步加剧以及可能导致的负面效应,当前的货币和金融调控必须有所调整,应该谨慎开放资本账户,防止资本流动失控,执行稳健的货币政策,保持人民币汇率的基本稳定,甚至在一定时期内加大外汇市场的调控,以增强居民和企业持有人民币资产的信心。

(作者系国家信息中心预测部副研究员)

苹果三星专利大战 警示山寨式发展风险

江德斌

经过3天的讨论,美国加州圣何塞联邦地方法院陪审团24日裁定,韩国三星侵犯美国苹果6项专利,要求三星向苹果支付超过10亿美元赔款。陪审团同时认定,苹果不存在对三星专利的侵权行为。三星随后宣布将上诉。

苹果与三星之间的“专利大战”,因其复杂性和专业性而引人瞩目。虽然美国地方法院的裁决开出巨额罚单,但只是“世纪审判”的第一步,理论上而言,三星仍有依靠上诉翻盘的机会。表面上看跟我们没啥关系,不过,在隔岸观火之际,也需关注“专利大战”所带来的蝴蝶效应。

手机行业的发展一日千里,苹果推出的IPHONE系列产品,更是以追求极致的设计、艺术品的理念,受到广大消费者的青睐,但同时引来诸多厂商的模仿。苹果由IT领域成功跨到手机行业,靠的是智能手机上的成功。苹果与三星在各国不断提起专利诉讼,无他,利益而已!所谓的“专利大战”,其实就是一场利益攻防战,苹果目的是依靠专利来巩固地盘,阻遏对手以维持高利润,三星则试图突破专利防线,继续扩大战果。

苹果三星在其它各国的官司各有胜负,可谓平分秋色,但美国地方法院的这次裁决,却极具象征性意义。表

面看是三星落败,需要为侵权行为支付天价赔偿,但实际上是苹果IOS系统对所有运用安卓系统的手机发出的“恐吓令”,毕竟“双击屏幕放大、旋转缩放、屏幕边缘回弹”等侵权专利均属于安卓系统的问题,意味着所有使用安卓系统的智能手机和平板电脑,都将涉嫌侵权。如果下一步禁售三星侵权产品的裁决落实,那么不仅是三星产品遭到清算,所有安卓阵营的产品都会受到沉重打击。

此次“专利大战”提醒我们,要想在全球化的市场竞争中立足,必须有自己的核心技术,依靠抄袭模仿或能带来短暂的成绩,但终将自食其果。当然,要想突破苹果的专利防线,除了用诉讼拖延时间外,最有效的则是专注于创新,用更新的专利应用赢得市场和客户。而我国手机行业恰恰缺乏核心技术,又缺乏创新机制和精神,故难以脱颖而出。目前我国手机企业所推出的智能手机和平板电脑,绝大部分都是采用安卓系统,意味着“专利大战”的战火一旦扩大,国内手机企业都将面临苹果的围剿,巨额赔偿之下焉有完卵。

苹果三星的“专利大战”提醒中国手机生产商及一切参与国际竞争的企业,要视创新为头等大事,只有通过创新才能设置专利防线,在竞争中立于不败,山寨是一条低利润且不长久的发展之路。

高房价打击出口竞争力应引起重视

李春顶

国务院总理温家宝日前在广东考察时指出,要有针对性地采取措施推动出口稳定增长。

显然,稳出口已经成了稳增长的重要内容之一,而稳出口就必须找到出口低迷的根源,但高房价作为拉低中国出口产品竞争力的因素至今没有受到充分重视。

今年以来的出口数据可谓“危机四伏”,近期公布的7月份中国出口形势更是异常严峻。7月份当月,中国出口总值环比下降了1.8%,同比也增长1.0%,而1-7月累计出口增长了7.8%,与10%的增长目标还有一段距离。纵观中国出口贸易的增长轨迹,除2009年金融危机时期出现负增长外,其他年度的低增长率均在20%以上。今年这样的低速增长非同寻常。

从贸易结构看,对欧盟出口的下降(尤其是对意大利、德国和法国)是引起整体出口下降的主要因素,这说明欧债危机是当前外贸出口困境的直接原因。从贸易方式看,加工贸易的下滑是出口下降的主要部分。但是,外需不足只是一种诱发因素,今后即便世界经济出现好转,中国出口恐怕也难以重回往昔岁月,出口高速增长可能已经一去不复返了。阿迪达斯生产基地的转移、加工贸易型外资的撤退以及广东和江浙大量代工企业的困境,

绝不仅仅是危机时的暂时现象,中国国内生产经营商务成本和劳工成本的上升才是中国出口竞争力下降的根本原因。

在商务成本和劳工成本大幅上涨背后,高房价扮演了重要角色。笔者认为,高房价是中国出口陷入低迷的重要推动力量之一。中国房价在进入新世纪以来经历了高速增长,尤以大城市和东南部沿海城市为甚。以2009年全球金融危机为界,房价波动可分三个时期,金融危机之前的房价态势基本是稳步加速增长;金融危机时期房价有所回落;但危机之后出现了一轮短期的大反弹。全国平均房价水平从2000年开始至今,大致上涨了2.5倍,局部大城市和东南部沿海城市上涨幅度在5倍以上。高房价对于出口贸易的负面影响和冲击渠道大致有三个方面。

第一,高房价增加了劳工成本。高房价的直接后果是每个工人的住房成本和支出增加,这必然要求工资相应增长才能保持原有的生活水平。试想当一个工人每月的住房成本达到一千元的时候,他是不可能接受工资水平低于一千元。近年来中国工人工资水平的不断提高,正是这些外在生活成本的增加引起的,工人的实际工资和生活水平提高程度远远没有货币工资增幅那么大。第二,高房价提高了生产和营销等商务成本。生产、仓储和营销都需要固定的场所,房产价格和租金价格的上涨对于企

业生产和经营的成本会形成向上抬高的压力。这些价格最终反映在产品价格中,“中国制造”的价格竞争力优势被不断侵蚀。第三,房价的不断上涨会增加以货币表示的产值,导致货币供应量增加,当实体经济不能消耗这些货币供应时,就容易引起通货膨胀和物价上涨,通胀的结果会进一步提高劳工成本和商务成本。在人民币汇率保持稳定的情形下,通胀的结果等同于人民币实际汇率升值,从而导致出口竞争力下降。

分地区看,东南部沿海地区的出口增长速度缓慢,中西部地区的出口增长迅速。观察那些出口增长快速的省份,可以发现它们普遍房价较低,如重庆、河南和广西等。这说明高房价确实是影响出口的重要因素。近年沿海地区出现的外出务工人员“返乡潮”和“用工荒”对立,并伴随工资上涨的局面,看似充满矛盾,令人无法理解,但实际上反映了两方面情况。一方面,沿海出口型企业利润微薄,可以承受的工价上涨幅度有限;另一方面,房价和通货膨胀引起务工人员生活成本急剧上涨,为了维持基本生活和必要的支出,他们要求的工资已超过了企业可以承受的水平。工资上涨却挡不住务工人员返乡的步伐,正是这种规律的反映。

不少观点认为目前外贸困难是贸易转型和质量升级的结果,是好事,这有一些道理,中国加工贸易确实需要转型,但按照经济发展规律,这种转型应该是一个渐

焦点评论



三公经费不能查,湖南乡镇摆官架。纳税都是血汗钱,支出切忌马大哈。阳光管理腐败少,暗箱操作问题大。民主意识在提升,权力监督要加码。

赵乃育/漫画 孙勇/诗

进的过程,理应随着经济增长,人们生活提高,逐步淘汰加工贸易和低附加值产品贸易,但目前的情形是,工资水平的提高并没有增加生活质量,也不是因为人们追求更高的生活水平而引起上涨,而是因为高房价引起生活成本提高,这种上涨不仅会引起出口下滑,也会带来失业增加。所以这种转型并不是一种健康的过渡和发展。高房价带来的商务成本和劳工工资上涨不仅会影响加工贸易,同样会侵蚀一般贸易的发展。

高房价对于出口贸易的不良影响,已经到了不能忽视的程度,不能任其发展,否则当其成为出口主要阻力的时候,则为时晚矣。首先,要充分认识到高房价对于出口贸易的不利影响及传导机制。房价和出口之间的关联目前还没有被充分重视,应该加大研究。其次,稳定房价、抑制房地产泡沫的滋生和蔓延。过高的房价不仅影响民生稳定和人民的基本生活保障,也会引导资源错误的配置,挤占实体经济的发展空间,还会成为出口的阻碍。稳定房价、促进房价向合理区间回归是保证经济健康发展以及维持“中国制造”竞争力的需要。最后,警惕加工贸易受到高房价负面冲击的同时,更要注意避免一般贸易遭受高房价的影响。劳工成本上升较难改变,但商务成本的下降仍然存在空间,要尽可能采取措施,降低商务成本,为“中国制造”争取更大竞争力。

(作者系中国社科院世界经济与政治研究所助理研究员)



“上火”的凉茶,你挺谁?

炎热的8月,凉茶王老吉之争战火一再升级。自上半年加多宝被依法剥夺王老吉商标使用权以来,为了切换品牌,加多宝不惜重金狂砸广告,6000万冠名《中国好声音》,还与湖南卫视等栏目进行合作。有广告公司监测数据显示,仅4月份加多宝投入的广告费用就高达4亿元。面对加多宝这么一个营销高手,赢得官司的广药却总是慢半拍。“上火”的凉茶你挺谁?在昨天甘肃卫视播出的《新财富夜谈》节目中,叶檀携手上海知识产权研究所所长游闽键、未来营销咨询集团董事长李志起、上海交通大学品牌战略研究所所长余明阳,一同聊聊这个话题。

说起广药、加多宝和王老吉之间渊源要追溯到1995年,当年广药将红罐王老吉的生产销售权益租给了加多宝,而广药自己则生产绿色利乐包装的王老吉凉茶。前7年加多宝运作平平,到了2002年红罐王老吉销售额扶摇直上达到了1.8亿元,2003年冲到6个亿,2011年更是以160亿元的销售收入超过可口可乐。2002年至2003年间,香港加多宝的母公司鸿道集团与广药集团签署补充协议,租赁期限延长至2020年。然而协议签订不久,时任广药集团总经理李益民东窗事发,被查出收受加多宝300万港币贿赂,被判处无期徒刑(二审改判为15年)。据此,广药集团认为王老吉商标被“严重贱租”了,双方从2008年起开始就商标问题进行交涉,直至2012年5月中国国际经济贸易仲裁委员会作出仲裁决定,要求加多宝集团停止使用“王老吉”商标。至此,中国商标第一案,价值1080亿元的王老吉商标之争终于有了定论。

叶檀:我们先从法律上来说一说这场官司,到底是广药集团有理,还是说加多宝有理?

李志起:在法律层面上,这个结果是没有疑义的。广药毕竟是整个王老吉商标的所有者,相当于它的生母;而加多宝仅仅是获得了商标的使用、商品的生产与销售,多是一个养母。结论不言而喻,孩子肯定归广药集团所有。

游闽键:通常情况下,商标要有一定的知名度,商标接收方才会去租赁,否则为什么不自己去创建一个品牌呢?王老吉是有历史文化的,这可能是当时加多宝会接受这个许可的原因。当然王老吉被国人所熟知是加多宝干的。作为一个商业行为,你选择了租赁商标而不是自己创造去申请一个商标,那么总有一天,孩子迟早是要被领走的。你得非常清醒,必须要在领养期间,把投入的钱赚回来。我想加多宝有这么高的销售额,投资应该都已经得到了回报。

李志起:加多宝的董事长陈鸿道是一个有眼光的商人,要不然他不会发现王老吉的品牌价值,但是他同样也犯了很大的错误。第一、长达十多年的经营当中,他并没有学会保护自己;第二、采取了极错误的营销方式,就是去行贿获得延长商标的许可,为整个后面的崩盘埋下了很大的隐患。广药是完全有理有据去批评他的。去年160亿的销售额,净利润近30个亿,这么一个庞大的净收益

一定会让品牌的授权方去找你的毛病。说你每年才给五百多万的品牌租赁费,我说服不了我自己,那我就找漏洞,恰好你还有漏洞,那大家就打官司,最后一发不可收拾,造成一种双输的局面。

叶檀:尽管我们很同情加多宝,但是从法律方面来说加多宝确实有瑕疵,现在人家要把孩子领回去了你也没招。但是这出戏开头看着很精彩,中间看着还不错,后面越看越乏味,甚至有点恶心,变成一出又臭又长的戏,变成一出免费的广告,这个就没意思了。两家企业尊重法律是应该的,尊重对方的品牌使用权也是应该的,但是也要尊重对方的价值创造权,也要给对方留一点余地,对不对?这也是国际上的惯例。如果说在中国都是杀红了眼,就像这个电子商务一样,恨不得吃掉对方,这恐怕也不是一个好的心态。

王老吉凉茶在清朝道光年间(约1830年)由王泽邦初创。1949年,王老吉被一分为二,广州王老吉凉茶被归入国有企业,香港的王老吉则依然由王泽邦家族后人把持经营。从广药集团时期的默默无闻到今天的火爆,加多宝是功不可没。其实在国内,还有很多这样的老字号品牌,渐渐被遗忘了。据调查,全国各行各业共有民间所称的老字号企业约1万多家,其中拥有原内贸部授予“中华老字号”称号的企业约1600家。目前这1600家企业当中勉强维持现状的约占70%;长期亏损、面临破产的约占20%;有品牌、有规模且经济效益好的企业仅占10%。更为严重的一些不具备中华老字号资质的企业滥用老字号的牌子,影响了老字号的声誉,造成市场的无序竞争。

叶檀:中华老字号有很多名声匿迹了,老品牌能不能卖出去来激活它呢?

游闽键:现在国资委对这个问题还是比较敏感,不卖很多老品牌都消失了,实际上是无形资产流失。将来小孩儿都不知道这个品牌了,价值贬损了,所以要拯救老品牌,哪怕合资也是一个很好的解决方案。

余明阳:老品牌面临三个老化,第一个产品严重老化,第二个机制严重老化,第三个消费群体严重老化。如果老品牌最后像昆曲、京剧一样,下面听的全是白发苍苍的老头,我相信这个老品牌是没有前途的。现在老品牌公司合并以后,归属还是比较清晰的,最大的问题还是相应的人害怕承担责任。一旦卖出去以后,如果今后大家说这个品牌被低估了,那就面临国有资产流失的问题,这个责任很大;我把它放到仓库里,到最后钱不值了跟我没有关系。所以我个人觉得如果从国家民族的大义来说,卖出去几乎是唯一的选择。

叶檀:我们希望类似的事情能够通过法律的规范、经济的约束和机制的改变来解决。不是说非得彻底私有化或者怎样,我们要学会在现有的规则之下,最大限度地激活活力,保护自己的利益,那么我想中国的市场化才能慢慢地、一步一步推进。

(文字整理:陈靓)

联系我们

本版文章如无特别申明,纯属作者个人观点,不代表本报立场,也不代表作者供职机构的观点。如果您想发表评论,请打电话给0755-83501640;发电邮至pp118@126.com。

《新财富夜谈》是一档由深圳证券信息有限公司制作、每周日晚23:17在甘肃卫视播出的高端财经周播访谈节目,由著名财经评论员叶檀女士担任嘉宾主持。本版每周一回放该节目主要内容,敬请关注。