



**【锐眼看市】**

**中国已与俄罗斯、阿联酋、伊拉克等20多个国家达成了部分商品贸易的本币结算协议。与此同时，俄罗斯跟土耳其、土耳其与伊朗、印度与俄罗斯、印尼和马来西亚等许多贸易品种都采用非美元货币交易。**

# 新兴市场国家“去美元”呈井喷与集合之势

张锐

在中国和巴西日前达成的合作协议中，两国约定不再使用美元作为中间货币，而是以本币直接开展贸易与金融交易；与此同时，印度外交部发表声明称，印度与马来西亚已同意用印度卢比进行贸易结算；不仅如此，如何减少金融交易对美元的依赖并转向以当地货币结算也被上升到东盟10国财长和央行行长正式会议的首要议题来讨论。新兴市场“去美元”正呈现出井喷与集合之势。

实际上，在本次与巴西达成以本币直接开展贸易交易之前，中国已与俄罗斯、阿联酋、伊拉克等20多个国家达成了部分商品贸易的本币结算协议。与此同时，俄罗斯跟土耳其、土耳其与伊朗、印度与俄罗斯、印尼和马来西亚等许多贸易品种都采用非美元货币交易。值得强调的是，美元的影响力主要表现在全球大宗商品市场，尤其是日成交额超2.5万亿美元的国际石油市场，因此，国际石油贸易领域就成为了“去美元”的主战场，包括伊朗与俄罗斯达成了“石油换商品”协议，土耳其和伊朗开启了黄金交易石油的新法则，委内瑞拉的石油出口更是直接引入人民币、俄罗斯卢布和印度卢比等非美元币种，沙特阿拉伯也明确石油出口中接受美元以外的替代货币；另外，委内瑞拉还创建了支持石油进出口的数字货币“石油币”，萨尔瓦多公开宣布将比特币作为法定货币流通货币，以方便本国的石油出口。

在贸易环节全力挣脱美元束缚的同时，新兴市场国家还选择在外汇储备中尽可能淡化对美元及其金融产品的配置与依赖。数据显示，目前中

国持有美债降至8594亿美元，创下了14年来的最低值；与此同时，俄罗斯目前仅持有6700万美元美国国债，相比10年前萎缩了2600%，而沙特阿拉伯的美债持有量也从10年前的1844亿美元降至目前的1110亿美元，净抛售率高达40%。此外，印度、巴西等国都在不约而同地减持美国国债。

持续买入黄金也是新兴市场国家“去美元”的重要选配动作。世界黄金协会的统计结果表明，最近10年全球各国央行都在开足马力购买黄金，而在增持黄金的央行大军中，新兴市场国家格外抢眼。数据显示，2022年各国央行黄金净购入量达1136吨，创下了1950年以来最高年度需求，其中新兴市场央行购金占了大部分，包括土耳其央行增持黄金148吨，中国央行购金62吨，埃及47吨，卡塔尔35吨，伊拉克34吨，乌兹别克斯坦34吨等。

基于环球银行金融电信协会(SWIFT)基本上采用美元作为结算货币以及该组织已完全被美国控制的事实，摆脱SWIFT并自建贸易交易机制理所当然是新兴市场国家一项同向性制度安排，如俄罗斯打造出了自己的支付系统SPFS(金融信息传输系统)，目前SPFS已拥有469个参与机构，其中包括14个国家的115个外国实体；同样，中国也创建了自己的贸易结算工具CIPS(人民币跨境支付系统)，截至目前，已吸引参与机构1427家，覆盖全球109个国家和地区；更有普遍意义的是，金砖国家正在准备创建自身统一的支付系统BRICS Pay(金砖支付)，相关问题有望在今年8月的南非“金砖五国首脑会议”上获得进一步探讨。

从全球范围看，“去美元”的行动

并不只局限在新兴市场国家，比如欧盟就曾建立了一个名为SPV(特别目的机构)的法律实体，目的是绕开美国的制裁与伊朗开展能源贸易，此外，日本、英国、加拿大以及欧洲央行已经共同组建了一个联合开发加密货币的小组，希望以此绕开美元结算，同时瑞士外汇储备中的人民币储备量在全球仅次于俄罗斯。只是与发达国家相比，新兴市场国家“去美元”的阵容更为强大，主要原因还是新兴市场国家所遭受的美元危害更深，摆脱美元的束缚也就更具紧迫性。

首先，美元已经成为新兴市场国家通货膨胀的始作俑者。美元升值意味着非美元货币的贬值，结果是推动相应国家物价上涨，同时由于国际大宗商品用美元计价，后者贬值必然带动前者价格的上升，输入型通胀便蔓延至新兴市场。而更重要的是，掌控着铸币权的美联储面临着“特里芬困境”，即在短期国内目标与长期国际目标之发生冲突的情形下，美联储只会顾及自己的经济目标而不会考虑美元的外溢效应，正是如此，在经过了几轮量化宽松释放出巨量流动性从而创造了通货膨胀的货币基础后，美联储接着自去年至今的连续大幅升息引致非美元货币集体受挫，几乎所有的新兴市场经济体没有逃脱恶性通胀的侵蚀。值得注意的是，还有一些本币竞争力十分脆弱的新兴市场国家被迫选择美元作为国内主要流通货币，在通胀面前失去了货币政策的相机调控权，因此，像委内瑞拉、萨尔瓦多、阿根廷等就成为了屡次美元价值变动下通胀最为严重的国家。

其次，美元已经成为新兴市场国

家实现国际贸易平衡的主要羁绊者。一国国际贸易平衡由经常项目与资本项目两大因素所左右，前者包括商品与服务贸易，后者包括资本输入与输出。对于不少新兴市场国家而言，经常项目主要表现为资源的出口与商品和服务的进口，虽然美元的升值可以提振出口，但同时也会带来进口价格的提升，于是很多情况下出现进口大于出口的逆差结果；更为重要的是，相对于资源出口而言，许多新兴市场国家不仅本国制造业基础薄弱，而且服务供给能力也不够充分和强大，同时自我资本存量非常有限，由此既形成了对进口商品与服务的高度依赖，也对资本项目下的国际直接投资保持着较强需求，这样，在美元升值情景下，新兴市场国家始终难以收获到贸易顺差的成果；另一方面，美元的贬值带动新兴市场主权货币升值，更是直接构成了其商品出口贸易的抑制，虽然新兴市场国家可以通过外汇市场干预来推升本币从而改善出口，但抛售美元必然弱化外汇储备家底，对市场构成看空预期，进而可能引致国际资本流出，并加大资本项目逆差的压力。因此，全面地评判，美元影响之下，绝大多数新兴市场经济体至今都未能实现国际贸易收支的平衡。

其次，美元已经成为新兴市场国家债务危机的首要酿造者。从货币价值的竞争角度而言，新兴市场国家货币要弱于美元和欧元等强势货币，而且绝大多数新兴市场国家主权货币的国际化程度一般都很低，信用程度也不高，发行美元债于是成了新兴市场国家对外融资的最主要方式，特别是美联储政策趋于宽松和美元贬值的窗口，往往就是新兴市场国

家大举对外融资的时间周期，但正如前面所指，美联储其实很难挣脱“特里芬困境”，如果货币政策转向和美元抬升，美债收益率拐头向上，新兴市场的偿债成本就会加大，同时美元的升值意味着新兴市场国家必须用更多的本币来兑换美元，这会推动本币贬值，反过来也必然削弱原有的偿债能力，而一旦偿债压力超出自我极限，新兴市场国家只能被动地选择违约，并且反复经济历史也不难发现，一般美元剧烈波动期，恰好是新兴市场国家债务务大面积违约期。

最后，美元已经成为新兴市场国家金融市场的麻烦制造者。按照“不可能三角”理论，一国金融政策只能在资本的自由流动、货币政策的独立性与汇率的稳定性三个目标中选择两项可实现，而不能同时拥有三项。历史与现实反复证明，美联储不可能放弃前两个目标，因此也就不能保持美元稳定，这就意味着，美元出现升值，新兴市场货币相机贬值，资本加速流出，本已流动性短缺的新兴市场国际金融市场不得不承受“失血”之痛；美元出现贬值，新兴市场货币升值，资本可能短期流入，但同时会制造资产泡沫，国际资本高位套现逃离，最终往往在金融市场留下满地鸡毛。不仅如此，伴随着美元与非美元利差的走阔，投机资本获得了在利率市场、汇率市场与债券市场腾挪与作祟的空间，尤其是新兴市场金融市场基础设施本就相对脆弱，监管能力也相对缺乏，更容易成为国际资本单边做空与恶意攻击的对象，而资本的快速快出也势必加大金融市场起落的频率与幅度。

(作者系中国市场营销学理事、经济学教授)



**【商兵布阵】**

**自动化设备的智能化、机械人化是提升中国制造业的大势所趋。**

# 智能化设备能解决中国制造业什么问题

周家兵

在中国生产制造业的自动化进程中，智能化的生产设备，有机器人、机械手(臂)，有配套自动化的工装夹具等越来越智能化，形式多样，品类繁多。仔细分析，这些智能化设备到底给中国制造业解决了哪些实际问题，笔者结合在企业实施过程中观察所得，发现通常能从如下几个方面带来收益。

第一个能解决的问题是替代人力。劳动密集型企业的一线工人需求量大，对于人口红利消失的中国而言，继续以前的人才招募方式不能满足企业所需。那么，机器替代人工来解决实际问题是个好办法。机器人替代人力又可细分三大类别。一是用工成本高。投入自动化设备，一次性批量购置但可解决长期(设备的使用寿命)的人力成本问题。设备的投入、耗电和运维成本，要低于人工社保工资福利待遇。如：

富士康在国内很多生产制造基地采用大规模的机械手来替代人工。二是危险工种。机器人替代人工作业，保护一线工人，以人为本，减少人工和企业双重风险。企业安排技术人员在后台控制中心，输入编写的机器人作业程序，通过后天显示屏监督机器人的工作。机器人在作业现场自动工作，人在后台发出指令或微调程序即可。如：采矿业，需要从事井下工作的矿工，以及需要深入(潜入)地下、污水等恶劣环境中作业的单位(如市政污水排挤外包单位)等，还有一类是有辐射、毒性强性的作业现场，如化工类企业等。通过使用自动化设备或机器人、机械手等，将以前靠人工去执行的“对人体极为不利、甚至伤害致残致死”的工作，转换成交由自动化设备去完成，更好地保护人。这是人类的进步，自动化设备是真的在为人类服务。第三种情况是不能及时招募(补充)到人力，那么企业被迫使用自动化设备、机器人等来

解决人力短缺问题。如今很多年轻人不愿意进工厂，制造业不得不用机器人这类自动化设备完成生产任务。也就是通过设备的智能化来解决人力不足的现实问题。以上三种情况，我们要清醒地认识到，自动化设备的广泛使用，主要目的是替代人，不一定有人的工作绩效和质量。接下来就谈谈这两个方面的困扰解决之道。

第二个能解决的问题是提高生产绩效。对于批量大，品控要求稳定的一些企业而言，进行自动化改造拉动生产绩效显而易见，创造的价值和获得的利润也是具有很大的吸引力。智能化设备可以一天24小时运行，设定好程序和异常情况时自动发出的报警信号，可以让极少数人工，照看多台自动化生产设备，完成大量的生产任务，如：自动连续生产设备，自动灌装线，自动封箱打包机，自动转运机，自动码垛机等。对于标准化程度高，且批量大的制造企

业，自动化生产设备的大量运用，其降本增效的成效显著。很多有自主品牌的企业常采用这类生产方式，如：车企、家电企业、制衣(T恤、均码服装)企业等。

第三个能解决的问题是品质稳定。有些产品的品质要求极为严苛，通过人工来处理往往不稳定，如视觉疲劳就容易看走眼等，智能化设备却能轻松处理到位。更有甚者，精密和精细程度远超过人的能力范围，如半导体、芯片等行业的封装测试等岗位，采用自动化的智能设备来处理，产品的品控稳定性会高于人的产出。有些企业在某些岗位，宁可用高精尖设备，也不用人力的根本原因。另一种情况是跟上上述恰好相反，品质要求一般的产品，企业往往也喜欢采用智能化设备来替代人工，生产绩效高质量稳定，性价比高。也就是产量大、质量要求一般、价格低廉，这几个方面结合起来，用人工很容易出现状况，导致企业不赚钱或亏损。如何

采用智能化设备，就容易符合预算，且易于掌控良品率，也能达成预算的利润。如：生活必需品毛巾、拖鞋、袜子等这类企业。

第四个能解决的问题是复合型，即上述三种情况的综合。这也是最理想的状态，可实际情况是很难达成，往往会侧重某一个方面。不过，这凸显出中国智能化设备的发展方向，在积累了较高技术的发展趋势中，逐渐形成中国制造业的智能化的整体升级，这是大势所趋，且有着巨大的拓展空间。

自动化设备的智能化、机械人化是提升中国制造业的大势所趋。尤其是机器人这类能自动化执行工作的机械装置，有着难以想象的发展空间。希望中国制造业通过智能化改造，不仅是替代人工，更能在提高工作绩效的同时，获得高品质的产品。用性价比高的中国制造产品服务全球客户。

(作者系深圳东方华策公司总经理)



**【灵光一闪】**

**低俗审丑类的短时流量效应是一把双刃剑，容易伤到平台自己。**

# 马保国们带货更要在意“武德”

蒋光祥

刚刚过去的这个愚人节，知名武术“大师”、自称“浑元太极掌门人”的马保国，因参与直播带货再掀热潮。

实际上，在马老师带货之前，很多人已经在各种视频号上看到了马老师许多“鬼畜”新作，这说明马老师背后有团队，懂流量，迅速积累起的粉丝量过百万。虽然马保国曾经承诺“永不带货”，但“一代宗师”终究没逃过世俗，涌入当下最火的直播带货大潮中。当很多网友质疑此行为“打脸”当年承诺时，只见马老师面带微笑：“以前的底线是不带货的，但现在的底线改变了”。根据马老

师公布的这场直播后台数据，在被限流、封禁、最后“下播”之前，累计有10万人观看，共成交了1.51万单，成交人数达1.35万人，成交金额为41.12万元，预估的佣金为4.95万元。出人意料的是，马老师随后将一半收入25000元通过公益渠道捐出，这想必也是背后团队的高见。去除直播间人工成本，首场直播虽然基本等于白忙活，但志存高远。

实际上，从马保国“啪”的一下很“蹿红”，到被主流媒体封禁，再到现在强势复出，72岁的马老师流行曲线似乎还在无限上扬，再一次证明了流量的强大。而无论是网红还是明星，流量的尽头似乎就是直播带货。刘畊宏跳操、张兰撕大S，在吸足粉丝

关注之后都是开启了带货道路，后者甚至不惜以“电费”、“床垫”等家丑为题做“爆梗”。而最近火热的电视剧《狂飙》里面的多个配角除了疯狂“走穴”，更是频频现身各种直播间帮助带货，抓紧“变现”才是要紧事。只需靠动嘴，来一套“闪电五连鞭”就能在短短几个小时内卖出40多万元的营业额，试问当下还有什么普通人的生意能媲美呢？赚钱容易，快，是各路大军纷纷涌入直播赛道的主要原因。若无外部不可控因素影响，马保国进军直播带货界的事实已板上钉钉，以后定时直播带货恐怕是常态。

尽管马保国表示之所开始带货，是因为这样对厂家和网友都有好处，“好家伙，才4个多小时时间，就卖了41

万品牌国货。以前我没有考虑直播，但只要做正能量的事情，一定会活到老、学到老”。但究竟是不是“正能量”倒不是每一个人都介意，而利益才是实实在在，马保国的营销案例虽堪称典范，但比其出格的主播大有人在，因为无论丑闻还是绯闻，无论丑恶百态还是装疯卖傻、痴痴癫癫、黄色擦边，在一些人看来，都是能带来流量的风口，从哗众取宠到招摇撞骗，都可以丝滑转换，其目的就是为了流量，更是为了牟利。在被平台惩戒和处罚之前，一些主播可以说为了引流什么都能做得出来，通过引导审美变为低俗审丑的方式来牟利，这其实是网络大忌。从这个角度看，马保国还算“耗子尾汁”的一类。

从另外一个角度看，当前但凡有流量，直播带货虽是大家公认的最好的变现方式，但产品要想积累口碑，生意要想长红，产品自身品质与性价比才是关键。仔细分析观察一些网红直播间所带的货，一些客单价较低的食品或者服装，比如二三十块的酸辣粉，销量占比最高，也是网友粉丝们支持和“打赏”主播的主渠道。对于直播平台来说，责任同样不容忽视，尤其是把什么样的作品推荐给更多人看，低俗审丑类的短时流量效应是一把双刃剑，容易伤到平台自己。不如思考如何让更多的普通人分享到技术普惠带来的时代红利，能在直播经济中分一杯羹。

(作者系上海基金从业者)