

外界认为，“8·11”只是一次贬值现象。但在中国政策制定者看来，此举意在开启人民币汇改的序幕。

■ 许思涛 德勤中国首席经济学家及合伙人

2015年8月11日，中国央行修改人民币中间价生成机制。在美元走强的背景下，人民币贬值预期升温，人民币当日快速贬值近2%，全球金融市场为之震动。迄今为止，人民币对美元已累计贬值约8%。而且，就在去年汇改之前，股市从6月中旬起持续暴跌，中国政府出手救市但并未取得预期成效，冲击了市场对政府调控的信心。

对于这一事件，外界普遍认为，“8·11”并不是汇改，而只是一次贬值现象。但在中国政策制定者看来，此次汇率调整不是一个简单的贬值事件，而是意在开启人民币汇率机制改革的序幕。实际上，自去年12月以来，中国央行引入中国外汇交易中心(CFETS)货币篮子作为参考；2016年10月1日，人民币将正式加入SDR成为第五大国际货币，有助于增强汇率的灵活性。尽管政府采取了某些措施严格管理资金流出，并鼓励资金流入，但是目前外汇储备保持在3.2万亿美元左右基本稳定，这一结果值得欣慰。与此同时，银行间债市加速对外开放，以利率市场化来推动汇率机制完善。

上海已成全球最大豪宅市场

中国很多城市不仅房价屡创新高，就连房价的年度涨幅纪录也相继被打破，而一个新的纪录已悄然接近。

■ 刘溯

如果从2015年“330新政”算起，这一轮房价的上涨已经持续了一年多。很多城市不仅房价屡创新高，连房价的年度涨幅纪录也相继被打破。正当大家对高房价似乎已经习以为常之际，却不知一个新的纪录已经悄然接近。这次，还是世界纪录。

前两年，当大家谈论到中国房价过高时，曾经有个观点颇为流行，大意是：“虽然我们的房价已经很高了，但和那些国际大都市相比——如纽约、伦敦、香港、东京等，尤其是这些城市的核心区域相比，我们一线城市的房价和他们还是有段距离的。综合考虑我们的人口密度、经济发展速度等因素，我们的房价并不算太离谱。”

但随着最近一段时间楼市的量价齐升，情况已经在悄然发生变化。今年上半年，上海已经荣升为全球最大的豪宅市场了。第一次看到这个结论时，相信很多朋友会和我当时一样感到意外。那些国际大都市怎么就排到上海后面去了？排名依据的又是什么标准？

为了避免成交结构的影响，我们不用均价，而是用不同价格段的住宅成交套数来比较。“豪宅”成交数量最多的，自然就是最大的豪宅市场了。这可是市场上成千上万的购房者用口袋里的真金白银投票得到的结果。

根据我们的统计，今年上半年，上海每套价格超过2000万元人民币的“豪宅”，一共成交了1597套。其中新房1118套，二手479套。相比之下，东京，这个传说中地价曾经可以买下整个美国的城市，上半年同价位的新建公寓（不包含“一户建”，即别墅）成交套数仅有16套（数据来源：日本不动产经济研究所）。而东京的新建别墅和二手住宅成交没有按价格段的明细统计，如果按照市场份额估算的话，全市场2000万人民币（约合3亿日元）以上住宅的成交量，应该不超过百套。数量上是远不如上海的。

我们再把目光放到纽约，今年上半年，纽约总价超过2000万人民币（约合300万美元）的住宅总成交套数约为1100套（数据来源：根据Compass、REBNY、Elliman等机构数据综合估算）。其中绝大多数来自曼哈顿，成交量位居第二的布鲁克林区仅有前者的约1/10。这是包含一二手房市场的数据，纽约的新房市场占比仅为20%左右，所以这里我们用的是全市场的成交量。和上海全市场接近1600套的成交量相比，纽约还是少了约30%的量。

而在中国香港，根据土地注册处的数据，今年上半年总价超过2000万人民币的一二手私人住宅套数为880套。数量略低于纽约，自然也低于上海。其中新房620套，二手260套。在二手房为主的香港楼市，豪宅中却是新房的比例更高。

伦敦虽然也是全球著名的豪宅市场，但相关统计数据比较缺乏。根据伦敦土地注册处的数据可以得到伦敦城的住宅成交套均总价约在450万人民币，低于纽约的761万和香港的687万，因此，虽然伦敦住宅总成交套数超过纽约的一倍多，但可以推算出，伦敦价格超过2000万人民币的住宅成交套数应该不超过1000

811 汇改一周年：利大于弊，摸索前行



一年以来，虽然人民币汇改在摸索中前行，但至少市场未现恐慌情绪（外汇黑市价格没有高至离谱），并且已逐渐适应了人民币的波动调整。目前，美元依旧保持强势，人民币对美元汇率为6.7。从居民和企业角度来看，套汇现象并不严重，并未出现许多企业夸大进口而低报出口的情况。另一方面，从宏观经济层面来看，通胀水平尚未偏高，外汇储备在3.6万亿美元降至3.2万亿美元，这可能是由于企业积极偿还外债（这也会助推美元升值）、收购相对低估的海外资产，以及居民使用了每年5万美金购汇额度。总体来看，人民币贬值对中国经济的影响好于预期，因为如果今天还有强烈的人民币贬值预期，将会使流动资金过紧。

自2005年以来，人民币已持续单边升值多年。在前几年，由于中国利率低于美国利率，人民币升值并未带来显著影响。然而，多年升值已造成汇率失调，人民币对许多国家货币的汇率都出现高估，因此汇率改革亟需提上日程。

从诸多方面来看，中国去年的汇改利大于弊，其中取得的最大成就是企业和居民对“浮动汇率”开始习惯。很多的发展中国家和新兴经济体由于担忧出现金融危机，因而把汇率定在较低水平，或者储备很多额外的外汇储备（根据世界银行数据，2015年中国的总储备可支付进口的月份为17.6，而通常一国的总储备只要满足6个月的进口额即可）。外储过多，其实意味着很多浪费，国内既

要增加投资，同时又要把资金廉价出借。过去这一年，中国在很大程度上克服了这种对浮动汇率莫名的恐惧。另外，去年12月，中国央行开始公布其追踪人民币汇率时参考的一篮子货币的构成。自那时以来，人民币汇率形成机制的透明度和市场化水平进一步提高，这亦是一个很大的正面影响。

设想一下，如果一年前中国不对人民币汇率进行调整而死硬挺扛，就会经历很多波折，当前的市场信心也将更加不振，原因基于以下几点。第一，中国将会为维持业已高估的人民币稳定而耗费更多外汇储备，一旦如此，外汇储备将比现今水平低很多。现在央行允许人民币贬值，意味着它不必再通过减少外汇储备来维持人民币稳定。

第二，市场对人民币贬值的期望早已有了，不贬值将使市场预期不会被满足，因此企业和居民很可能会囤积更多美元，市场上美元价格要高于目前水平。

第三，对于中国这一巨大又开放的贸易大国来说（2015年进出口总额占GDP比重约为36%），贸易上将有很多歪曲数据的行为，但进行贸易核实的成本非常高昂，使监管得不偿失。

第四，回看2008年“四万亿”财政刺激的前车之鉴，在疲弱的经济环境下，运用财政手段而非人民币贬值来提振经济的做法并不明智，将会造成产能过剩、资产质量恶化等诸多问题。最后，再考虑到今年6月23日英国脱欧引发的避险情绪延长美元的强势行情，而欧元、英镑都应声贬值，可想而知今天的压力

就会非常之大。所以，综合来看，“8·11”汇改利大于弊。

此外，可能有人会批评“8·11”的贬值时机。2015年6月到7月，中国股市经历了剧烈震荡，再加上政府救市无果，国内外市场对中国政策制定者的信心不振。“8·11”汇改启动之后，人民币的快速贬值，加重了市场的悲观情绪。在此必须承认，8月11日的确不是一个良好的贬值时间点，但是这与中国国情密不可分。中国央行并不能完全独立制定货币政策，需要上级部门进行审批，而过长的审批时间使得央行调整短期利率、汇率的措施实际上滞后于市场的行情变动。

对于人民币国际化，过去在做法上存在很多误区。中国政府由于想要推广人民币的使用，主动推动人民币海外结算，与阿根廷、白俄罗斯等许多央行签署货币互换协议（即在一定价位把本国货币通过人民币兑换成美元，有理由相信这个价位一定比市场价位优惠），而又没有做好对汇率浮动的充分准备，就会陷于非常不利的局面。所以，人民币国际化不能揠苗助长，而是应考虑如何让国内资本市场与国外更好接轨。由于担心人民币贬值压力增加、流出过多资金，人民币国际化会伴随资本项目的管制，因而预计人民币国际化在未来一两年的进展将会比较缓慢。

最后，对于人民币汇率走势如何？笔者依旧持一贯观点：短期内，由于2017年中美利率差将扩大，预测人民币对美元将继续贬值3%-5%，2016年人民币对美元汇率预计将达7.0。

汽车行业应如何适应未来出行趋势？

■ 何马克 德勤中国消费品与工业产品及服务咨询业务领导人
安德斯 德勤中国汽车行业管理咨询合伙人

汽车市场正在发生翻天覆地的变化。新市场参与者的出现打破了汽车市场原来的生态系统。再加上，消费者的消费行为正在发生巨大改变：消费者开始倾向于个体或综合出行方案，而非个人购置汽车。因此，汽车公司必须适应新的市场变化，调整业务模式，重点关注基于共享和使用车辆的模式，而非传统的购置车辆。

汽车市场开始关注共享、共乘出行

过去几年，全球涌现出多种不同的出行方案，汽车共享和共乘是其中出现最早，也是迄今为止最为成熟的市场方案。尽管这些服务都是由类似的老牌和新进市场参与者提供，但是，成熟汽车市场（如欧洲和北美）的汽车共享业务模式与新兴市场（如中国）之间存在着显著差异。

汽车共享有自由流动模式、站点模式以及点对点模式这三种业务模式：在自由流动模式中，消费者可以在任何指定区域取用和归还汽车；而在站点模式中，汽车必须在指定的租赁点归还；点对点模式目前更受欢迎，私家汽车车主可以将自己的汽车临时租给别人使用。

通过优步等移动打车应用，消费者可以根据行程需要呼叫司机。尤其是在联运行程中，可以帮助用户规划整个行程，包括智能交通路线规划、预估车费、甚至定位密集市区的停车位，在满足消费者出行需求方面发挥着关键作用。

最近，动态班车服务和商用车队方案的融合模式也悄然兴起，顾客可要求在指定地点或班车固定线路的任何站点乘车，为往返火车站、机场等交通枢纽的顾客提供便利的出行服务。

老牌汽车公司是涉足个人出行市场的开路先锋。不过，全球非汽车行业的创业公司正在世界各大城市推进汽车共享转型，例如法国的P2P汽车共享、租赁创业公司Drivy于2016年4月成功获得3,500万美元的融资。荷兰公司WePods研发出自动驾驶客运班车，目前通过公共道路往返于荷兰的埃德和瓦格宁根大学之间。

美国汽车共乘公司中，优步是最知名的全球出行服务公司，成立于7年前。优步每日运载乘客超过200万人，提供豪华专车服务（Uber Black）和经济实惠的拼车服务。顾客还可使用UberFresh的送餐服务，纽约富人甚至可以通过Uber-Chopper包租直升机飞至汉普顿，每趟价格为3,000美元。而优步的主要竞争对手Lyft在获得通用公司5亿美元的投资后，将于未来12个月内推出自动驾驶出租车，以期扩大全球市场份额。

中国出行市场的机遇和挑战

在个人出行方案领域，中国不仅是

汽车市场消费行为

在发生巨大变化，汽车服务提供商未来应重点关注综合出行方案的发展与实施，而非鼓动个人购置车辆。

全球最大的汽车市场，而且拥有最大的潜在客户基数。超过7亿人口生活在城市，交通拥堵和空气污染随之而来。此外，中国是世界上拥有最多Y世代（出生于1977至1994年）人口的国家之一。对于Y世代用户来讲，出行便利远比购置车辆更加重要。

在中国，汽车共享方案是汽车拥有模式的补充而非替代。要使这些颠覆性的交通模式取得成功，市场参与者必须根据中国的市场特色来制定和实施具体战略。

中国的个人出行市场主要受三大因素推动：中央和省/市各级政府、消费者以及出行服务提供商。

从政府因素来讲，中国的“十二五”规划特别提出要加强智慧城市的建设，因此，各政府部门争相扶持各类项目与产业联盟，支持大城市发展智慧城市基础设施。中国移动出行方案的补贴也属全球领先，总计已达人民币500亿元。尽管该领域尚未有标准的定义，不过有人预测未来十年在智慧城市发展项目中的投入将达到人民币2万亿元。

从消费者方面来讲，Y世代是当前和未来汽车消费者中的主流群体。据德勤研究，便利性已成为影响交通工具决策的最大因素。中国消费者对于以汽车作为身份的象征的兴趣越来越低，他们更愿意以更便利的方式规划自己的出行。

大城市的限牌和限行措施也助推了这种趋势。据统计，76%的中国消费者对汽车共享概念感兴趣。69%的Y世代消费者使用智能手机应用规划出行，60%选择乘坐公共汽车、地铁或出租车出行以便同时进行其他工作。另外，如果有朋友推荐，62%的中国消费者愿意尝试拼车软件。不过，安全问题仍是重要的影响因素，53%的中国消费者会担心拼车的安全或隐私问题。

从出行服务提供商方面来看：优步在全球市场的每日订单量为200万笔，而滴滴出行仅在中国的每日订单量就高达1,000万笔。由于差异悬殊，优步计划在2016年底将业务扩张至中国的100多个城市。最近，优步与马阿里巴巴开展合作，引入支付宝这一移动支付服务，意在重振日益下滑的市场份额，与其主要竞争对手滴滴出行抗衡。

在阿里巴巴和腾讯的支持下，滴滴出行的估值超过250亿美元（优步中国的估值约为80亿美元），打车业务遍及中国400多座城市。滴滴出行近期与美国拼车应用Lyft宣布合作，将其引入中国市场，旨在为滴滴出行的英文版应用

程序提供支持。滴滴出行还希望在不久的将来与东南亚出行服务商Grab和印度的Ola携手合作。

此外，百度等其他市场参与者，也在打造全方位的顾客旅行规划体验。百度地图不再仅限于提供导航服务，同时也提供旅行规划服务，包括联运交通、街景和卫星图。预计今年年底，150个国家将被纳入百度战略计划，这对出境旅游的中国游客而言是个好消息。

在车联网领域，百度推出了CarLife（车机互联）、MyCar.CoDriver以及Car-Guard。用户可借助以上应用访问大量汽车品牌、汽车制造商以及软件服务供应商。2016年3月，百度与长安汽车签署了“智能汽车”战略合作协议。

阿里巴巴与上汽的合作同样具有开拓性，不仅标志着阿里首次从集团层面与汽车品牌达成战略合作，同时为集团提供了一个平台，供其运用以往的汽车行业经验，实现手机、车载显示屏及平板之间的多屏交互操作。在将来还有可能整合阿里的其他服务。

以上种种新趋势或许意味着：汽车服务提供商在未来应重点关注综合出行方案的发展与实施，而非鼓动个人购置车辆。这些方案需采用联运经营，融合飞机、汽车、出租车和公共交通等不同的交通方式。联运出行应用必须能通过在线或手机应用程序获取，以吸引广大的中国消费者，尤其是Y世代消费群体。

深入了解中国市场特色，如环境和监管措施以及不同的消费行为，对于发展特定出行方案至关重要，这些因素能促使出行服务商调整他们在中国的战略。比如：新兴的汽车共享公司主要依赖站点式和封闭社区方案，而非成熟市场中现行的自由流动模式。城市中心区车位供给不足是这一趋势的主要成因。移动出行在大型科技或工业园以及大学校园实施得更好，普通出租车在这些场所的渗透率要远远低于城市中心区域。

同时，电动汽车动力系统等新技术的重要性不容忽视，尤其是在北京和上海等大城市更是如此。电动汽车的租赁、驾乘和接驳将创造更为经济便利的服务交付，对消费者更具吸引力。汽车共享和汽车租赁车队的发展壮大依赖于政府的额外补贴。

另外，“最后一公里”问题被视为这个行业最重要的任务之一，即如何将客户从枢纽站送到最终目的地。如果谁能率先解决这个问题，都将领先于其他竞争对手。

总之，我们必须承认，对传统汽车品牌 and 出行服务提供商的既有要求已然发生转变。要在快速变化的市场环境中取得成功，关键在于能够利用快速发展的科技，提供以消费者为中心的移动出行方案。

未来将会如何发展？哪些趋势将占取上风？一个消费者的移动出行方案是否也适用于其他消费者？这些都是为了解现代汽车消费者的意愿和需求过程中将会遇到的问题。