

城镇化拉动 今年经济增速有望“保八”

特邀撰稿 刘学智

中国2013年经济增长率的预期值是7.5%。不过有专家称,中国政府考虑到经济过热的负面影响,有意下调了经济增长率数字,而中国经济的实际增长率将高于这一数字,可能达到8%以上。

目前,中国宏观经济增速在环比上已出现企稳回升迹象。2012年第四季度GDP同比增速为8.1%。预计2013年全年增速为8%以上。

中国社会科学院于2012年12月24日在北京发布2013年《世界经济黄皮书》。黄皮书认为,预计2013年中国经济仍将保持8%的增长率,但如果企业经营效益恶化及其滞后影响逐步显现和扩大,宏观经济企稳的微观基础仍将脆弱。中诚信国际信用评级有限公司在1月30日对外公布的《2013年中国宏观经济与信用趋势展望》报告中预计,2013-2015年,中国经济在城镇化加速的拉动下将保持7%-8%的增速。

财政发力

财政政策可以有所作为,采取减税或税制改革和以结构调整为导向的支出政策。当前,国际经济低迷不振、国内长期积累的结构性矛盾以及经济周期性减速问题相互交织,使经济运行中出现了一些突出问题。

对企业减税将有利于帮助企业加速去杠杆化的过程。而且就目前的情况来看,针对企业的税收体制并没有起到“自动稳定器”的作用,甚至可能加剧了企业经营状况的恶化。

2012年,我国经济增长从9月起开始呈现出稳中缓升的态势,但在国际经济低迷不振、国内长期积累的结构性矛盾以及经济周期性减速问题相互交织,使经济运行中同样出现了一些突出问题。

在财政支出方面,需要与其他结构调整措施相结合,同时还要注意财政刺激政策中可能产生的收入分配效应,避免进一步带来收入差距的扩大。

具体到2013年的宏观政策上,2013年的货币政策维持稳健基调,这意味着,总体信贷环境将相对宽松,微调微调将进一步加码。

2013年财政政策对保障房的支持,内需的拉动,包括结构性减税以及“营改增”等税制改革将有实质性的推动。未来财政政策总体来看具有较大的灵活性,但刺激效果有限。

2013年“积极财政+稳健货币”组合突出稳中求进的总基调。看重增长质量,看淡规模扩张和增速,城镇化将成为新一轮拉动内需的引擎。

2013年,我国将继续实行积极的财政政策和稳健的货币政策,适度加大财政政策力度,积极扩大国内需求,保持经济平稳增长。加大经济结构战略性调整力度,着力推进经济体制改革,增强经济发展的内生动力和动力。按照这一政策取向,预计经济增长8%左右,通货膨胀基本温和,失业率基本稳定。

消费、就业增长

今年消费增长相对稳定。消费是一种

表:1991年至2012年中国GDP增速

年份	中国GDP年增长率(%)	年份	中国GDP年增长率(%)
2012	7.8	2001	8.3
2011	9.3	2000	8.4
2010	10.4	1999	7.6
2009	9.2	1998	7.8
2008	9.6	1997	9.3
2007	14.2	1996	10
2006	12.7	1995	10.9
2005	11.3	1994	13.1
2004	10.1	1993	14
2003	10	1992	14.2
2002	9.1	1991	9.2

社会行为,具有很强的示范效应,高收入阶层对低收入阶层的示范效应更强,家庭消费决策往往参考其他同等收入受本期或高收入者的影响,也受到以前消费水平的影响,当经济形势变化和收入变动时,家庭往往改变储蓄以维持消费的基本稳定。消费毕竟是消费者在某一价格水平下愿意并能够购买的商品或劳务的数量,消费需求必须是既有购买欲望又有购买能力的有效需求。今年居民收入将增速明显超过GDP,为消费奠定了基础。

从经济增长、就业和物价的关系看,我国失业率较低,物价降至温和水平,说明我国经济仍在合理区间内运行。我国经济增长速度回落很大程度上是潜在经济增长速度减慢的结果,是经济发展到一定阶段的正常现象。国内外的研究表明,由于我国人口红利逐步消失,资源环境约束强化,资本边际收益降低,我国潜在经济增长速度从过去平均10%左右降至目前的8%左右。

企业发力

2013年政策重点将关注企业财务的去杠杆化,并将这方面的政策与其他结构调整措施结合起来。

在高杠杆下随着宏观经济的转暖,微观企业的压力将迅速缓解。因此只要经济增速呈现拐点,则短期内的担忧可以消除。但从中期角度,目前的高杠杆率仍然是宏观经济不稳定的微观基础。需要采取政策,帮助企业加速实现去杠杆化的过程。

如果任由企业依靠自己的力量来进行去杠杆化操作,则过程将是痛苦而相对漫长的。在此情况下,企业要使杠杆率下降1个百分点,目前的交通运输仓储业需要3年半时间,金属非金属制造业需要3年,房地产业需要2年零9个月。

企业去库存阶段即将结束。随着企业大幅降价消减库存,企业逐渐消化了高价购进的原材料,加上近期国际石油、铁矿石、农产品等价格出现企稳回升态势,我国工业生产者出厂价格环比开始稳定,企业去库存的速度减慢。从消减库存的时间看,从2011年年末起,企业去库存已经进行了一年多,从历史经验看,企业去库存一般持续10个月左右,到今年末,企业去

库存将基本结束。随着企业消减库存速度减慢,工业生产增速将有所稳定。这将使2013年经济增速实现“保八”。

国际环境向好

我国去年第四季经济增速有7.9%,基本符合市场预期。在美国经济复苏下,出口略有改善,带动经济持续复苏。因此,预计今年经济复苏的趋势,至少可以在上半年持续。预测今年经济增长能够达到8%的机会较大。

亚洲著名经济学家、瑞信总经理、亚洲区首席经济分析师陶冬在深圳出席一个论坛时表示,2013年中国经济保持8%的增速问题不大,预计未来几年中国经济增速将达到7%-7.5%。

对中国房地产市场走向,陶冬预计,中国房地产价格出现大的调整会出现在2015年-2017年,但房价大跌也需要三个方面因素,第一、货币的常态化;二、贸易顺差需要改变甚至到逆差;第三、美国的货币政策调整。“目前来看,这三方面都在逐渐形成。”

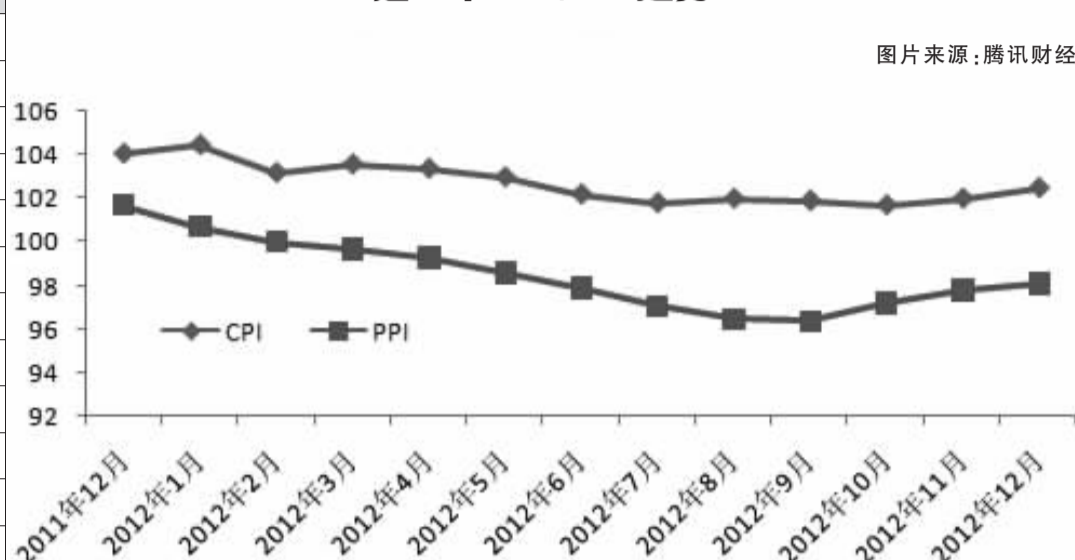
针对欧债危机,陶冬直言,今年欧债危机还将继续,今年2、3、4月份西班牙债务将集中到期,西班牙的问题将面临恶化风险。法国的消费和失业也非常明显,消费疲软,预计法国的失业率在明年年中会达到13%,法国将成为欧债危机的另一个震源。

前不久,IMF发布《世界经济展望》预测,2013年,抑制全球经济增长的负面因素将消退,全球增长将加快。IMF预计美国今年将增长2%,明年增长3%;在欧元区,尽管尾部风险已降低,外国国家主权融资状况改善,但IMF仍将欧元区增长预测下调了0.3个百分点,预计2013年将收缩0.2%。同时,IMF预计新兴市场和发展中经济体今年将增长5.5%,中国今年仍将维持8.2%的高速增长。

“美国正在复苏,欧洲风险消退,中国仍在正轨,我们有理由感到乐观。”巴林经济发展委员会首席执行官Kamal bin Ahmed表示。

德国央行前行长、瑞银集团董事长阿克塞尔·韦伯表示:“这场危机是上世纪30年代以来最严重的经济冲击,我们的起点很糟,但我们正在取得进展。经济已经在复苏,多数市场已出现起色。中国经济

近一年CPI、PPI走势



图片来源:腾讯财经

仍然动力十足,美国经济最低点已经过去,今年或将增长2.5%,明年将增长3%。”

世界经济论坛主席施瓦布表示,目前的复苏仍然是“无就业复苏”,这种经济状况的早期改善并没有惠及就业市场,全球就业形势仍不容乐观。

然而,国际经济环境的变化对我国经济发展总体上没有太大影响,出口和外顺差2000亿美元左右。世界经济略有起色,有利于我国出口增长和我国对外投资。但由于各国激烈争夺有限的国际市场,贸易保护主义严重,这又限制我国的出口。国内产能过剩、生产成本上升等因素以及领土争端等,一定程度上影响了外资对中国的投资,对加工贸易产生负面影响。全球长期低利率和流动性泛滥将导致资源价格上涨,国际金融市场动荡加剧,人民币汇率面临升值压力。由于库存调整基本结束,国际市场上大宗商品价格上涨,我国进口会有所增加。

欧美国家采取量化宽松货币政策,国际大宗商品价格会出现震荡上行趋势,我国输入性通胀压力有所显现,带动部分上游工业品价格上涨。但我国工业行业产能较大,供大于求的格局短期内不会改变,工业品价格会基本稳定。

进出口增速或再下调

海关总署2013年1月10日发布的数据显示,2012年一至四季度,中国进出口总值同比增速分别为7.3%、8.5%、3%和6.3%。从第三季度开始,由于采取了多项稳定外贸增长的举措,进入温和复苏的阶段。

“2013年,外贸增速目标定在8%,比2012年更低。”商务部一位巡视员表示。外贸的转型升级已经迫在眉睫。商务部政策研究室副主任王雪坤表示,外贸竞争力的培育将从生产要素积累优势向体制创新和企业管理优势转变,这个过程中,企业创新供应链管理,提升企业供应链管理正在被作为一条重要的路径。

商务部与海关总署同日发布的2012年12月数据显示,当月我国进出口总额为3668.41亿美元,同比增长15.3%。环比11月,进出口总额增长10.8%,其中出口

增长12.2%,进口增长9.1%。

海关总署统计司司长郑跃升表示,随着近期订单和信心的提升,2013年一季度进出口形势仍有好转。

“奔‘10’保‘8’的可能性很大,目前内部还倾向于不提出具体的增长目标,取而代之的是稳步提升在世界贸易中的份额。外贸发展从‘速度’到‘质量’的转换是在主要寻求的方向,尽管现在强调扩内需,但是进出口的重要性从来没有被降低过。”商务部研究院的专家表示。

“保八”必要性趋向递减

尽管如此,随着时间流逝,继续将“保八”列为必须实现硬目标的必要性正在递减,其副作用却日益显现。

其必要性递减首先体现为中国GDP增长率的优势在横向比较时极为显著,在可预见的未来一段时期内也不会根本改变;因此,即使是中国经济增长动力已得到充分发动,即是为了继续赶超发达国家,我们也无需继续依赖将“保八”列为必须实现的硬目标了。尽管我们希望经济尽可能高速增长,但理智告诉我们,接近12%的增长率是不可持续的,到了这个时候,该膨胀的应该是软着陆以防止经济泡沫膨胀失控,而不是一味继续追求高速增长。

中国经济目前正在经受两面夹击,发达国家会继续大力狙击中国“赶超”他们的努力,另外一些热门发展中国家又在努力“赶超”中国,西方国家也在有意识地扶植这些发展中国家“赶超”中国,同时不遗余力地唱衰和遏制中国产业。

劳动力供求状况的变化也正在削弱继续强调“保八”的必要性。之所以提出“保八”,重要原因之一是只有保持8%以上的增速才能创造足够的就业机会,以保证社会稳定与发展;但现在面临“人口红利”枯竭问题,新增劳动力有可能将要见顶,通过高增长创造新增就业机会的压力无形之中趋向减轻。

众所公认的全球意义

毋庸否认,提出“保八”确实充分体现了中国党和政府强大的动员能力,不仅能够提出简洁、鲜明、有力的目标口号,且能够动员全社会干劲,而且能够有条不紊地组织实现目标,这一点正是中国与印度等某些热门新兴市场的关键区别。对于一个大国而言,强大的政府行动能力并非万能,但政府没有行动能力却是万万不能的。由于中国对世界经济稳定与增长的贡献日益扩大,中国“保八”对维系全球公众信心、保持世界经济稳定与增长都发挥了重要作用。这一点使得中国跃居东亚经济稳定之源;中国“保八”及其成功已经具备了众所公认的全球意义。

在更长历史阶段上考察,我们可以看到“保八”及类似经济增长定量目标契合了历史阶段和国民深层心理,因此能够在中国社会发挥神奇的动员作用。正是在这样的历史背景下,“保八”这样一个高于全世界绝大多数国家、特别是高于中国经济赶超对象的经济增长目标在中国社会方能一呼百应,它激发的不仅仅是少数企业家的“动物血气”,而是整个社会。

于主营产品环比增幅慢于收入增幅,毛利率仍维持在61.6%。

服装业内人士认为,这说明H&M中国市场的发展非常快,对中国消费者有很大的引导作用。同时,由于规模效应的存在,大规模开店并不一定会造成H&M的营业与管理成本的上升,比如一定的规模优势可以降低物流成本,反而对H&M来说是一件好事。

ZARA母公司Inditex集团是全球最大的服装品牌,亦是H&M的主要竞争对手。彭博显示,在截至2012年10月底的第三财季,ZARA净利润同比上升22%至7.1亿欧元(约合人民币60.4亿元),每股收益为9.66瑞典克朗(约合人民币9.54元),同期H&M每股收益为2.19瑞典克朗(约合人民币2.16元)。在过去一年,投资者更青睐Inditex,而不是H&M。以欧元结算,Inditex累计回报率为52%,在欧洲主要服装商中排名第6,同期H&M回报率仅为9%,排名第16。

H&M 加速抢占中国地盘

特约记者 向文 报道

目前,主要服装品牌锁守各自领地,ZARA是西班牙,H&M是德国,优衣库则是日本。也就是说,上述品牌的重心尚未移至中国,在H&M及ZARA快速扩张之时,同类品牌也都虎视眈眈紧盯中国市场,包括GAP、C&A、UR以及无印良品等纷纷加入圈地。

在盈利下滑并可能被竞争对手Inditex拉开距离后,海恩斯莫里斯公司(H&M),这家兼顾流行和平价主义的瑞典快时尚巨头,正准备前所未有地押宝中国市场。

据彭博报道,H&M首席执行官Karl-Johan Persson日前预计中国将取代德国成为其最大市场,在中国市场的开店速度将超过全球其他任何国家。

受欧债危机影响 欧洲市场疲软

押宝中国市场的最大原因,是传统的

欧洲市场出现疲态。彭博数据显示,截至2012年11月30日的公司第四财季,营收同比增长5%,至325亿瑞典克朗(约合人民币320.9亿元),但同期净利润却下降1.3%至52.9亿瑞典克朗(约合人民币52.23亿元)。

据了解,德国仍然是H&M最大的市场,但其营收已连续2个季度同比下滑,4季度营收同比下降1.5%,至80.12亿瑞典克朗(约合人民币79.11亿元)。同期中国市场稳居亚洲第一的位置,其营收同比增长39%,绝对额全球排名第七,位于德国、美国、英国、法国、瑞典与荷兰之后。从收入比重看,中国区营收占4.9%,高于第三财季的4.4%。

H&M大多数收入来自欧元区(第四季度是57%),但欧债危机削弱了民众的消费力。2013年1月,欧元区消费者信心指数虽小幅反弹至-23.9,仍远低于次贷危机后的峰值-9.9。

分三大区域看,2012年第四财季中,

欧元区除芬兰收入同比下降0.8%,包括德国、荷兰在内的7个国家均出现下滑;斯堪的纳维亚地区收入下降1.6%,其中瑞典、挪威、丹麦和芬兰集体下滑;世界其他地区业绩普遍表现亮丽,营收同比增长16.5%,在有记录的15个国家中,仅瑞士和新加坡下滑。从营收额看,排在前四的国家分别是美国、英国、中国和瑞士。

布局中国市场 或为抢得先机

据H&M官网数据显示,其在全球48个市场拥有约2800家门店,截至去年11月30日,中国内地及香港分别有134家、134家门店,日本有22家;相比之下,其欧元区的门店数量更多,法国182家,德国406家,意大利和荷兰分别有104家、124家;另外,美国有269家。

2012年,H&M在全球范围内新开了339家,创历史最高水平,其中52家在中

国。即便如此,德国门店数仍比中国多272家,假设中国每年开店速度为60%,且德国门店数不变,中国要成为其第一大市场仍需要至少3年以上时间。

截至去年11月30日,H&M在德国虽新开了22家门店,但也关闭了10家门店。值得一提的是,在2011年欧洲最主要的专业服装公司中,H&M开店速度仍保持第三,仅次于英国的SUPERGROUP以及法国时尚巨头PPR。

事实上,在进入中国的背后,是中国巨大的消费市场。据波斯顿咨询集团提供的信息,中国消费者每年花在服装上的金额约为1150元/人,仅为美国人均的五分之一,且对新服装的渴望度不断增加。

当然,提高开店速度可能会提高营业支出,但也会进一步削减利润水平。H&M2012年第四财季显示,营业开支同比上升8%,至134.8亿瑞典克朗(约合人民币133.1亿元),创2011年一季度以来的新高,这使利润同比下滑2%。但得益