

中韩关税壁垒的消弭不会是短平快

■ 张敬伟

中韩自由贸易协定(FTA)落地是一场高效率的谈判。去年,北京亚太经合组织(APEC)峰会期间,中韩两国元首宣布完成实质性谈判;今年2月25日基本完成谈判并签署协议;6月1日正式签署自由贸易协定。

对于地缘毗邻、文化相似和经贸互补极强的中韩两国而言,中韩FTA的意义不同寻常。对此,韩联社认为,中韩FTA,在两国建交23周年之际开启了中韩关系的新篇章。中韩FTA起到连接两国市场的纽带作用,客观上有助于中韩两国形成统一的大市场,因而对两国贸易、投资、产业和民生具有长期催化效应。

韩国政府乐观地预测,中韩FTA生效后,今后10年韩国GDP有望在原有基础上增长0.96%,消费者受惠规模将达146亿美元,并将新增5.3万多个就业岗位。当然,中韩FTA的红利是相互的,对于中国宏观经济的提振也是可期的。

众人所关注的还是中韩FTA能带来多少实实在在的民生福祉。公众对于双边或多边意义上的自贸协定(区)的理解,最直接的就是关税减让。

按照中韩FTA,两国市场开放水平将大幅提升,超过



90%的商品将逐步实现零关税;协定范围涵盖货物贸易、服务贸易、投资和规则等17个领域。由于中韩人员交往频繁,中国人到韩国旅游者众、购物者多,甚至还有很多女士为了“美”而到韩国去做整形美容,凡此种种,中韩FTA对这类民生关切领域,势必产生非常积极、正面的影响,两国

民众互动交流的成本必定会大大降低。不过,就现实而言,中韩FTA释放的红利还是更侧重于两国产业领域。

无论是地球村时代的全球化,还是中韩两国近在咫尺的市场对接,统一大市场的无缝对接在现实的国际政治经济格局下,还是可望而不可即的理想主义。世贸组织(WTO)经过多轮冗长谈判,依然因为市场准入死结而陷入困境。其他双边或多边贸易谈判亦是如此,核心即在于关税减让如何推进——即双边何时给予对方零关税待遇。

中韩FTA也是如此。并不是一旦中韩FTA签署落地,两国关税壁垒就自然而然地撤掉。一方面,两国都要提交立法部门批准通过,虽然韩国表示将尽快提交国会审议,但基于两国政治制度不同,韩国人又有民间联合抵制政府和国会决定的传统,韩国农民对于贸易自由化的排斥在全球也是有名的。即使美韩签署了FTA,韩国民众因为美国牛肉“侵入”也曾走上街头抗议。

中韩FTA在两国政治程序上一路顺风,民间基本也没有反对声音,但即使如此,关税壁垒的消弭仍然是一个长期的过程。按照规定,中国将在最长20年内实现零关税的产品达到税目的91%、进口额的85%,韩国零关税产品

达到税目的92%、进口额的91%。也就是说,两国最终实施零关税需要漫长的20年,而且还有8%~9%的商品不实施零关税。

这体现两国市场的特殊性,也是双方妥协的结果。如前所述,韩国在农水产领域对己方产业有所保护,担忧零关税让中国农产品进入,会威胁到本国的农产品。所以,所涉韩国大米、辣椒、大蒜以及鱿鱼等20种水产品目未被列入关税减让对象。中国保护的主要是制造业和电子产业;一是汽车和零部件未被列入关税减让或中长期实现贸易自由化的对象;二是对于韩国面板也采取了逐步降低关税的策略。

从世贸谈判和美韩FTA的情势看,协议落地只是第一步,未来的实践与落实更为重要。而且,落实协定的过程恐怕将不会是一帆风顺,也将时刻伴随着国家利益的博弈。

经济全球化的趋势与不同市场间的现实棋局,是一对相生相伴的矛盾。如何确保中韩FTA的特色和对接、整合区域内的其他自贸协定(区),而又不致陷入地缘政治的争端,将是中韩FTA面临的重要挑战。



中国去杠杆和放宽企业债不矛盾

■ 徐燕燕

5月27日,摩根士丹利最新研究报告显示,截至2014年,中国的负债率已经达到224%,企业负债也达到178%。就在5月25日,国家发改委的一份通知指出,为了促进企业债券融资,进一步放宽了企业债的发行门槛。

如此高的负债水平之下,继续靠举债的促增长模式是否还会生效?

摩根士丹利大中华区首席经济学家乔虹近日在一场媒体沟通会上对记者表示,放宽企业债和“去杠杆”并不矛盾。最近三年来中国杠杆率增长过快,不是因为信用总规模或是M2规模太高,而是因为名义GDP增速下降太快。在她看来,中国的“去杠杆”眼光要放长远,短期之内不能够走西方式“一刀切”的方法,即削减信用规模,而是要把基数做大。

摩根士丹利报告指出,截至2014年,除日本外的亚洲其他国家负债率已经达到206%,这一数字是用债务总量除以GDP得来。其中,非金融性企业的负债率为130%,政府性债务达到46%,房地产行业为30%。

摩根士丹利亚洲区首席经济学家陈艾亚近日亦在北京的媒体沟通会上表示,从这个角度来看,杠杆率已经相当高,预计2015年将会达到210%。尤其是企业负债也达到一个较高水平。未来继续依靠举债来促增长的模式,效果不会太明显。

值得注意的是,中国的负债率达到了244%,超过亚洲平均水平。其中非金融类企业的负债水平达到了178%,房地产占24%,政府债务达到42%。

中国银行业监督管理委员会副主席王兆星近日在“清华五道口全球金融论坛”上表示,金融杠杆不能被“神化”,金融“加杠杆”的兴奋随之而来的就是“去杠杆”的痛苦。

英国原金融局主席Adair Turner也在同一场合称,杠杆、债务是“双刃剑”,在促进经济快速增长的同时,当杠杆率到达一定的水平,去杠杆开始,经济增速就会放缓。陈艾亚认为,当下的中国和上世纪90年代初的日本还是有很大差异,现在中国的人均GDP比日本当年低很多,另外,通过政府结构性改革,可以降低杠杆。

乔虹对记者说,看一看每一次中国“去杠杆”的过程,思路都是更希望把基数做大。

乔虹解释道,现在所谓杠杆率高,要看怎么计算,通常是信用总规模或者M2除以GDP。乔虹认为,过去三年中,杠杆率增长得如此迅猛,并不是因为M2增速突然提高,而是名义GDP增速降得厉害。“不是分子的问题,而是分母的问题。”寻找解决的办法,不是降低分子就能够解决问题,“砍”分子的结果是分母也要下降,而比值在短期之内却不一定是下降的。

因此,中国想要进行“去杠杆”,防范风险,短期之内不能走西方式“一刀切”的方法,以为从信贷危机中走出,就能够解决问题。而是需要通过有序的、逐步的调节,达到更好的平衡。

中国高铁仍应向德国“师傅”学

■ 王梦恕

中国商务部网站近日转载德媒一篇报道称,德国铁路公司将在北京设立采购办公室,今后3到5年内,中国将在德国铁路的机车及零部件采购领域占有重要地位。

舆论把德国准备采购中国高铁列车这一新闻,当做曾经的“老师”对学生的一种认可。的确,中国高铁今天所取得的成就,是站在了德国巨人的肩膀上。在京沪高铁机车筹备期,我国工艺造不出时速350公里的轮轨机车。为解决这个问题,2007年铁道部花500亿人民币购进500辆德

国机车。德国人非常守信用,把整个工艺设计、加工设计,包括12台散件和组装工艺全部交给中国。后来我们就在德国机车的基础上,用学习带创新,加入了很多自己的改进,以不到5年时间做出了中国特色的“和谐号”。我们可以肯定地说,“和谐号”从标准、技术到设备全部是中国人自己的,没有用任何的国外专利。

中国高铁的轮轨技术非常过硬,如重庆到兰州是800公里线路,600公里隧道。这么长距离的无缝线路,在施工过程中克服了100摄氏度左右的温差等许多困难。国外工程师直言,这样的工程我们根本不敢想象,你们就敢开工,而且还很快就建成了。

中国南方地区的软基下沉量很厉害,类似的情况,国外高铁修好后要等几年的时间,路基稳定后形成高速。我们采用以桥代路的技术解决软基问题,软基不行了就调整支座,现在我们的线路下沉量完全稳定。桥可以节约土地,还不影响交通。

中国庞大的市场需求也是高铁一大支柱,比如近期在国际市场上与中国高铁竞争的日本,现在实际基础力量很弱。高铁没地方用,新干线200公里线路,连线路标准都做不出。工人和技术干部流失严重,有技术干部主动找到我们,说人死了不能把技术带走,希望有生之年与我们做技术交流。在市场需求有限方面,德国也有类似情况。

但以高铁为代表的中国制造还没有到可以沾沾自喜的地步,在工艺水平上,德国制造依然是值得我们尊敬的老师。比如在机车制造方面,德国制造可以做得很漂亮,精度也高。而我们只是造价低、可以用而已。

要克服这一缺点,让中国由制造大国走向制造强国,一要靠动手能力强的技师,二要靠小而精的配件制造。现在整个技术系统没有形成一个梯队,师傅带徒弟的风气垮掉了。应恢复8级工制,重视职业技术教育。同时鼓励企业别一哄而上搞组装,一心一意把小而精的配件做好。

出租车行业将迎来大变化

■ 杨颖

一个城市应该有多少辆出租车、价费几何,完全可以由市场决定,政府部门需要做的是制定行业准入标准,加强安全监管,维护市场秩序。

自2015年5月1日起,义乌出台《义乌市出租汽车行业改革工作方案》的消息开始见诸报端。这份涉及“2016年全部取消出租车营运权使用费、2018年起不再管控出租车数量、车费由市场定价”等热点话题的大力度改革方案随即受到媒体及网民的热捧,被誉为为中国出租车行业消除垄断的“破冰”之举。

而5月21日交通运输部新闻发布会上对这一尝试的支持态度,以及有关正在酝酿中的出租车行业整体改革方案草稿的消息,则将这股舆论热潮推向顶峰。

自5月1日至5月26日17时,有关出租车行业改革的新闻报道量、微博转载评论量均达到了14000条以上,关注热度显著。监测期间,传统媒体传播曲线出现多个高峰,且每个高峰日期均与前述相关事件、政策出现的大体日期相符,整体关注时间较长,传播脉络非常清晰。从整体报道的构成上来看,解读及评论文章在本次传播过程中占据极高比例,达到传播总量的近60%以上。

众多分析文章指出,长久以来,出租车行业之所以问题丛生,在于出租车行业实行的行政许可制度及总量控制制度。由此导致的结果是,得到运营资格的出租车公司,就此进入了坐收“份子钱”的高枕无忧状态。而且,由于数量管控,出租车越来越难以适应城市人口的增长和公众出行的增多。这些后果直接“作用于”消费者,出现打车难、拒载等问题。

这也是公众明知某些营运服务的合法性有待商榷,仍然对其推崇的原因。

尽管众说纷纭,但多年来高度板结的出租车行业松动已不可逆转,而近期的一系列地方改革政策和交通部官员



的发言,也透露出一个信号:出租车行业在未来必将迎来大变化。

因此,舆论对以义乌为首的地方改革相当赞赏,对于未来行业的整体变革,也保持期待。

很多评论表示,说到底,出租车行业的“病根”并不复杂,解决方法也十分明确,关键在于打破垄断,放开出租车市场,要让市场在资源配置中起决定性作用。

一个城市应该有多少辆出租车、价费几何,完全可以由市场决定,政府部门需要做的是制定行业准入标准,加强安全监管,维护市场秩序。出租车行业改革,就是要让市场的归市场,行政的归行政。

五常大米靠什么“常”久下去

■ 王仪之



以“中国地理标志保护产品”著称的黑龙江五常大米,凭借独特品质赢得了全国消费者的青睐。然而,“五常大米”最多年产105吨,市场标售的产量却达1000万吨。近几年,五常大米“天价”“掺假”等市场乱象频遭曝光。(5月26日《北京青年报》)

“物以稀为贵”。五常县就那么点地方,每年的稻米产量也是基本稳定的,供需缺口很大,正是在这种情形下,各种打着五常大米旗号的调和米、外地米、本地掺杂米就大行其道了。对于普通消费者来说,想要从中辨别哪是真正的五常稻花香,恐怕是不可能,所以1000万吨的市场上的五常大米,消费者真正能吃到的真品稻花香,恐怕是少之又少。

作为五常的地方农产品品牌,五常大米给五常带来了超乎想象的知名度,但是,知名也是双刃剑,如果能一直保持五常大米的品质和品牌美誉度,那当然好,如今五常大米掺假和销售市场混乱的情况恐怕迟早会砸了五常大米的牌子。因此,对于五常地方政府来说,亟待出台更为严格的市场监管措施,从源头上堵住造假和掺假的不法行为。

对于地方政府反馈的打假难,没有具体的执行和操作标准,这也是实情,所以建议国家相关部门还是要抓紧制定对原产地著名农产品品牌的保护,这是一项重要的系统工程,要围绕“品牌保护”进行一系列的体系建设,这其中包括商标的规范,产地的标注,检验的细化等等,让其更具唯一性和特殊性。同时,要加大品牌保护和识假防假的宣传,让公众可辨别和可区分。

同时,要不遗余力动用各种手段,对制假掺假行为进行坚决打击,比如通过统一生产标准,来规范五常市大米生产企业的生产经营,最终为五常大米提供常态化的保护。

树立一个品牌不容易,毁掉一个品牌可能就在一夜之间。在加强对原产地农产品品牌保护方面,法国就有很多很好的做法值得我们学习。我们都知道,法国的葡萄酒品质闻名于世,但是很少有人知道,在法国很多地方,实行的是严格的原产地控制,相当苛刻。媒体报道中曾经举过一个香槟的例子:在法国,只有在法国香槟地区,用指定的葡萄品种根据指定的生产方式酿造的气泡酒才能被称为香槟,其他地方的酒都只能被称为气泡酒,这一制度直接推动了法国红酒名扬世界。而这一原产地保护下的多赢局面,甚至惠及土豆和洋葱。可以想见,如果五常大米也采取如此严格的原产地控制的保护制度,那么五常大米的品牌价值无疑会增值很高。

任何产品都要靠品牌价值生存的当下,五常大米如今的乱象或许会给我们很好的启示,只有建立严格的准入和保护制度,运用法治手段来保护品牌价值,才能让类似五常大米这样的农产品品牌经久不衰,农民才能长久得实惠。



携程购艺龙无疑将垄断大刀架到消费者头上

■ 郑志辉

前不久爆出的携程收购艺龙的消息,连日来在旅游业界和互联网业界掀起轩然大波,这是理所当然的,这其中到底牵扯了多少利益集团的恩怨纠葛,实在是说不清道不明,笔者作为普通消费者的一页,原本也抱着看看热闹就算的心态,毕竟这些巨头之间的攻伐进退,刀光剑影,只要不误伤无辜旁游人士,纯属神仙打架罢了。

然而,笔者日前在预订端午节假期出游的酒店的过程中,猛然想起,“携程联盟”的轰动效应已经完全掩盖了此前与携程有关的一则重大消费丑闻,而携程在回应此事时的轻描淡写,让笔者不得不担心,以携程经营酒店业务的模式、手法,其与艺龙的合并,只会将消费者及酒店行业都卷扯入无底深渊。

央视13套近日播出了对携程独家金牌酒店“货不对板”的报道,报道中显示,记者预订了携程网站推介的一家三星级酒店,结果发现酒店实景和网上的介绍大相径庭:酒店负责人承认他们并不是三星级酒店。报道还显示,网站推荐的“高级金牌公寓”是一些没有注册的非法黑店,相关酒店人士更在报道中透露,酒店在携程网上的排名高低,取决于哪家酒店给携程的佣金更高,即谁出的钱多,谁的排名就更前。此外,还有一个更苛刻的要求,那就是不能跟携程网以外的任何网站有线上业务往来。

没想到,携程给媒体的官方回应依然是那么地轻描淡写、避重就轻:“此前媒体报道中的个别酒店,因网站信息更新不及时,导致信息与实际情况不符,公司将加强监管、审核流程,避免类似事件的再次发生。在携程的酒店页面有‘信息纠错’功能设置,携程欢迎客人对不符合介绍的酒店进行纠错。对于消费者的不良入住体验,携程表示歉意。”

这样“证据确凿”的一则消费投诉,凸显了携程只为经营利益罔顾消费者利益的经营手法,却被随意定性为“网站信息更新不及时”,还把“信息纠错”的责任推到了蒙受损失的消费者身上,其作为行业龙头的傲慢和贪婪已经到了毫不掩饰的地步。

就在美国资本市场刚刚开始对这一负面新闻作出反应的时候,市场上就空穴来风般地传出了携程网与去哪儿网正筹划合并的消息,携程股价得以迎来一次急速上扬,之后去哪儿网连番否认兼澄清,携程又再次回归平淡。一周后,携程宣布溢价100%收购日薄西山的老冤家艺龙,换来携程自2003年上市以来的最高收盘价。

不得不承认,梁建章和他的携程,是资本市场运作的高手。两家合并后,预计将取得在线酒店预订三分之二的市场份额,这已经构成了实质性的垄断市场地位。让这样一家有着多次“不良前科”,且根本无意改变现有经营模式的企业手握垄断大刀,着实非同消费者的福!

和滴滴快的打车合并案不同的是,后者仅仅是用高补贴引导消费者到线上下单,并没有垄断线下出租车资源,而携程联合体不但垄断了酒店的线上预订资源,还能在背后操纵酒店定价权,和限制消费者的知情权。

笔者为此专门咨询了中国人民大学法学院副院长杨东教授,杨教授的意见是携程和艺龙的在线旅游预订服务已经构成独立市场,两家的合并市场份额也超过60%,拥有一定市场支配地位,存在损害其他酒店和消费者利益的可能性,因此携程必须向商务部反垄断局申报交易并接受调查,看是否违反国家《反垄断法》等相关法律法规,否则可能会面临行政处罚甚至强制拆分等更严厉的处罚。

当然,还存在另外一种可能性,那就是一些重视品质和服务的酒店业者,尤其是艺龙有着传统优势的高端酒店集团,不愿被其他三四流、“野鸡”酒店以高佣金来“劣币驱逐良币”,更怕携程一家独大后从此深陷其“最低价合作”圈套而不能自拔,开始转投行业老二去哪儿网阵营,以此平衡市场力量。