

全球资本的活水 将流向何处

三面财经

中青报 中青网见习记者 赵丽梅

当前,在多重风险叠加之下,全球不同经济体均面临不尽相同的短期、中期和长期的风险和压力。在此情境下,全球资本将流向何处?亚洲地区的投资机遇几何?投资中国具有怎样的前景?日前,在第十三届财新峰会上,多位来自业界学界的专家针对这些问题发表了他们的见解。

亚洲仍是全球经济的亮点

全球经济面临着较大的下行压力。今年10月,国际货币基金组织(IMF)将对2023年全球经济增速的预测从7月的2.9%下调至2.7%。对明年欧元区发达经济体增速的预测由1.3%下调至0.5%,其中,对德国的增长预期更是由0.8%下调至负0.3%。

在会上,IMF第一副总裁吉塔·戈皮纳特表示,当前,正值全球经济面临严峻挑战之际,2023年,全球经济的前景可能更加灰暗。她说,最糟糕的时刻尚未到来。

从投资角度看,淡马锡中国区主席、全球科技与消费投资联席总裁吴亦兵称,全球范围内整体的投资环境仍面临很大挑战。他发现,从前投资活动是回报驱动,并不断带动全球化,然而,现在投资者在评估时,更加关注安全问题、供应链韧性等多重因素。

那么,亚洲未来的经济前景如何?IMF驻华首席代表史蒂文·巴奈特认为,即便现在全球的经济环境如此黯淡,亚洲仍然是一个不错的增长区域。

IMF对亚洲新兴市场和发展中经济体经济增速的预测2022年是4.4%,2023年则为4.9%,相较于过去,虽然这个增速不算强劲,但也显示出对亚洲经济的期待。

与此同时,史蒂文·巴奈特也提出,相较于发达国家,新冠肺炎疫情给亚洲一些新兴经济体的经济增速带来的影响更大也更长久。这是亚洲面临的中期挑战。他指出,这是因为亚洲企业的债务相对较高,部分地区还伴随着劳动力

投资者需要用前瞻的眼光来看中国的发展,比如中国要素市场改革,一些大项目的推动等。作为投资者,要把钱投入到中国的“深土”中去,即投入到中国广袤的中小微企业中去,小微企业一头牵着经济增长,一头牵着民生。

供给收缩的问题,存在较大的下滑可能性。

在新开发银行副行长兼首席执行官周强武看来,虽然亚洲今年两年的经济增速远低于过去20年来平均5.5%的增速,但从总体看来,亚洲仍是全球经济的亮点。

同时,周强武也指出,从资金供给看,今后一段时期,一些经济体的公共部门普遍存在财政空间有限而长期投资不足,难以保证持续稳定投入的问题。然而,私营部门将因此这些投资周期长、投资量大、收益不确定等特点,投资意愿明显不足。

对此,他认为,打通投融资瓶颈,不仅需要加大资金投入,更需要行之有效的投融资机制和平台,以调动更多资源,特别是撬动私营部门的投资,多边开发银行就是这样一个平台和机制。

投资者对中国和东南亚两个市场充满信心

投资者对亚洲、对中国的信心在逐渐恢复。在会上,吴亦兵表示,中国经济增长出现疲软之势可能已在二季度见底,但随后的复苏仍然不够均衡。不过,我们非常正面地看到近期优化疫情防控、支持房地产市场平稳健康发展等政策的推出,提振了市场和投资者对中国经济发展的信心。

11月11日,国务院联防联控机制综合组发布《关于进一步优化新冠肺炎疫情防控措施 科学精准做好防控工作的通知》,公布了进一步优化防控工作的二十条措施。

作为投资者,吴亦兵更看重清晰的政策和有效的沟通。他认为,新举措的出台是一个很重要的事件,也是全球投资者最关心的事件之一,给投资者吃了颗“定心丸”。

中欧商会会长伍德克对中国市场有更多期待。伍德克说,现在的投资环境其实是

越来越好。一些海外公司不仅仅看到中国经济不断发展,投资不断流入,也看到东南亚、印度等地的机会。因此,我们也不断地促进在亚投资。

投资中国还是投资东南亚,成了一些投资者关注的重点。淡马锡深耕中国和东南亚市场多年,吴亦兵表示,这两大市场所处的阶段和各自的优劣势不同,但都涌现了结构性的趋势所带来的机会。这两个市场是相辅相成的。

他认为,中国在不断迈向高质量发展的进程中,产业链整体都在升级,科技含量越来越高,涌现出一批立足本土、布局全球的企业,它们逐步发展为全能冠军型企业。在细分领域,也有领先的单项冠军和专精特新“小巨人”。整个产业链的每个环节都存在数字化重构和升级的机会,我们在医疗、消费、科技等领域都可以看到这些趋势和机遇。

吴亦兵也谈道,过去在中国看到的趋势和累积的经验可以在投资东南亚市场时借鉴。近年来,东南亚基本面发展稳健,丰富的人口红利吸引了产业链和供应链的迁入。同时,中等收入群体不断扩大,带动了消费增长和升级。数字化和可持续发展相互融合也催生了新机遇。

吴亦兵表示,总体来说,两个市场非常互补,我们对两个市场都充满了长期的信心。

深耕中国 走出一条新路

如何看待投资中国的前景?史蒂文·巴奈特表示,从长期角度来说,中国仍是一个有巨大发展潜力的市场。

厚朴投资创始人、董事长方风雷认为,当前,整个世界的形势不够清晰,正是考验投资者谁更有智慧、看得更长远的时候。

他表示,对投资者来说,中国市场有不少优势。首先,从全球资产配置角度来讲,中国市场不可忽视。伴随着越来越开放的外资准入政策,

未来,外资在中国债券市场中占比可能从当前不到4%提升至10%~15%。中国消费市场潜力巨大对投资者仍有很强的吸引力。此前,他曾表示,中国是少有的能为大规模资金提供可观收益的良港,西水东流,乃大势所趋。

商务部发布的数据显示,今年1-10月,全国实际使用外资金额10898.6亿元人民币,按可比口径同比增长14.4%,折合1683.4亿美元,增长17.4%。

方风雷还指出,投资者需要用前瞻的眼光来看中国的发展,比如中国要素市场改革,一些大项目的推动等。当前,粤港澳大湾区一体化中蕴藏的诸多机遇正在逐步显现。

滴滴通集团创始人、主席李小加关注到,一些欧美投资者对投资亚洲、投资中国,存在一定的焦虑情绪。但更多欧美之外的投资者更看好中国长期向好的趋势,希望与中国建立深度链接。他说,中国一定会有大批量的(投资者)来,大家要有信心。

李小加认为,作为投资者,要把钱投入到中国的“深土”中去,即投入到中国广袤的中小微企业中去,小微企业一头牵着经济增长,一头牵着民生。

李小加介绍,滴滴通推出了一种新型投资模式,名为“每日收入分成合约(DRC)”,是指投资者根据店铺的每日收入进行分成。这是一种基于小店的投资模式,即小店有了收入,才开始按照合同给投资者分成,一直给到约定的回报完成为止,充完以后,投资者就走了。他解释,它不是股,也不是债,小店如果失败了,也不用还钱。

基本上我们都忙不过来。李小加说,他们在深圳前海办公室,来融资的小微企业主在办公室前排起了队,他们多是对这个市场充满信心,来这里寻求开店资金的。

另一边,近期,国际上市公司暴跌的消息频频传来。李小加认为,在传统的华尔街模式里,资本市场大多会选择投资上市公司。然而,当投资者之间的悲观情绪互相传染后,投资者跑了,导致企业被“踩踏”,失去了价值,而这并非是一些企业本身出了问题。

李小加称,当前,他们采用大规模、分散化的投资方式,在小店收入端做浅接触,投资过程简单、迅速,这就避免了华尔街模式的上述弊端。按照这种模式,中国消费金融很有可能完全走出一条与华尔街模式完全不同的路。



小雪近 农事忙
11月20日,在四川省达州万源市魏家镇熊家坝村种植园,来自浙江省舟山市普陀区的帮扶干部(左三)在给果农培训甜脆甜柿子种植技术。
邓良奎/摄(新华社发)

小雪近 农事忙

5G与工业双向赋能:

跨界融合的产业生态正崛起

本报讯(中青报 中青网见习记者朱彩云)在宝钢,抓银机器人、焊接机器人等成为正式员工;在青岛港,过去开塔吊不敢喝水的工人能够看管控制中心,通过吊车上30个摄像头传来的高清视频远程遥控,吊运集装箱。在11月20日举办的2022中国5G+工业互联网大会的开幕式上,聚集了工业和信息技术融合发展的最新成果。

从以装备制造、智慧园区为主角的的分论坛,到聚焦新发展格局下的工业数字化转型、赋能千行百业高质量发展的主论坛,此次大会上,不少分享者在讲述案例时都以“工业互联网”概念被提出的2012年为起点。

这一年,美的集团已经开始了数字化转型的尝试。其后来建立了自己的工业互联网,把员工、物料、器具等都连接起来,通过数据驱动工厂的运营,目前集团已有13个制造基地部署了5G,包括老制造基地的5G改造及新工厂的建设。长飞光纤光缆股份有限公司也在这年开始打磨智能制造工艺。当时不可想象的全自动化、智能化装备过程,如今出现在本次大会展台的展示视频里。现在自动化升级是正常操作。该公司执行董事兼总裁庄丹说。

在借助5G应用与工业互联网的连接作用下,一些制造企业初步达到降本增效的目的,也更直观地感受到从“以产定销”变为“以销定产”。由中国联通和雅戈尔共同打造的5G全连接工厂,就将成衣出厂的时间从原来的15天缩减为5天,确保一周之内让消费者拿到新衣。

实际上,今年也是我国5G商用3周年,是工信部开展“5G+工业互联网”512工程收官之年。不少本次参会的嘉宾都说,3年来,5G为矿山、电力、电子、建材等重点行业赋能,5G的应用从试点示范逐步扩展到大规模应用。

中国信通院院长余晓晖说,5G与工业互联网的结合,对5G本身是一个很大的挑战,有大量技术需要创新突破,而中国在标准化体系设计方面进展顺利,中国的5G专利在全球申请专利中占40%。他还特意提及产业发展及新标准简化带来的价格变化,5G模组刚出来的时候是2000多元,现在不到500元,三年平均降价40%,价格仍有望继续下降。

在中国工程院院士周济看来,5G+工业互联网及新一代人工智能技术对生产制造的赋能,使得装备、产线、车间、工厂发生革命性变革。5G+工业互联网正催生制造业模式、产业形态的根本性改变。

余晓晖认为,某种程度上属于两个不同阵营的通信业和工业,在5G+工业互联网当中相互融合,不光推动了工业的转型升级,也给数字产业提供了新的赛道和新的模式。在他看来,中国庞大的工业体系和场景的需求,以及政府推动的5G+工业互联网的工程,给中国的创新产业化提供了非常多的机会。截至目前,全国已形成20余个省级5G+工业互联网先导区项目。这为推动我国5G+工业互联网发展,为下一个阶段建设5G全连接工厂,提供了良好的基础。余晓晖说。

跨界融合的产业生态正得到加速培育,也将重新定义移动通信的需求。我们移动通信走过了第一代,走到了5G,未来还要走到6G。在邬贺铨看来,1G到4G是面向消费应用,5G扩展到工业互联网和智慧城市建设,这对于5G而言增加了很多要求,也驱动了5G的创新发展。

超过100%的增长。天猫数据则显示,从10月31日晚8点第一波售卖启动到11月11日0点,全国多条产业带的整体成交额和去年同期相比实现大幅度增长,主要集中在家装家居、企业服务、宠物食品和潮流玩具等领域。

数实结合,扎根实体经济。数字电商的高质量发展是未来的一个趋势。数字经济智库执行院长黄日涵表示,产品生产出来后一定要通过渠道进行销售,电商为实体经济赋能,就是要为他们找到流量口。他还指出,电商与实体经济还需要有更多接地气的结合方式,不光要对工厂,与商店的结合也是非常必要的。

胡麒麟在接受中青报 中青网记者采访时表示,电商平台的一端连接了10亿级的消费者,另一端连接着无数商家和产业带,需要一个良好的物流供应链服务,才能让两端更高效地连接起来。这是电商区别于其他平台的非常大的优势,对于构建全国统一的大市场也是很核心的事,要把市场中从生产到分配到流通再到消费这几个环节打通,高效地让资源要素在其中流转起来。

4年来,5G的作用从来都不仅仅是卖货,更为电商行业指明了方向。面对近年来消费者逐渐趋于平淡的购物热情,电商到底应该如何助力实体经济高质量发展?陈晋江认为,连接着供需两端的电商平台应兼顾消费者和商家的需求和利益。

双11的本质其实还是价格优惠,刚开始的时候通过网络消费刚刚兴起,中间的渠道有水分可挤,但是这么多年来它价格的红利实际上是越挤越少。陈晋江指出,现阶段电商平台依旧希望维持价格优势,但部分商家压力却越来越大,因此可能造成不诚信的经营行为,比如“先提价后打折”等问题。

在他看来,消费者要的是优质的商品,无论通过何种花哨的方式,都应该保障商品本身以及服务的品质。现在很多平台都推出了保价措施,也在加强物流的服务,但不管是什么都应该落到实处。平台应该担负好本身的责任,服务好实体经济,比如通过品控和管理对诚信度不高、产品质量差的商家采取限制,为好好做产品的企业提供销售渠道,这样实体经济才有更多精力提高产品和服务质量。

面对目前电商平台掀起的流量狂潮,陈晋江强调,产品的价格还是应该根据本身的生产成本和供需关系来决定,要让消费回归到产品本身的价值上去,而不是谁流量高,谁销量就可以高。

中哈边境巴克图口岸 进出口贸易火热

11月19日,在新疆巴克图口岸,巴克图出入境边防检查站移民管理警察引导车辆出境。

入冬以来,位于中国哈萨克斯坦边境的新疆塔城地区巴克图口岸进出口贸易依然火热,一辆辆重型卡车整装待发。据巴克图出入境边防检查站介绍,今年1月至10月,巴克图口岸累计进出口货物26.5万吨,同比增长53.97%,进出口贸易额16.7亿美元,同比增长23.34%。

马丁/摄(新华社发)



双11 14年 接下来的路怎么走

在年轻人中,将注意力从物欲上转移,按需购物,成了一种新的消费风尚,同时他们也更倾向于简单直接的直降优惠。

中青报 中青网见习记者 李若一 魏婉 实习生 王梓君

2022年双11已经落下帷幕。过去的14年间,这个购物节创造了属于中国的消费奇迹,也成为每年观察中国消费趋势的重要新窗口。从追求经济效益到提升产品质量,从强调成交额到重视消费者体验,双11一次次的迭代也见证了我国消费市场的升级。

今年的双11,促销已成为常态,玩法变得简单易懂,在电商竞争逐渐分化的同时,消费者的行为也趋于理性。中国互联网协会法工委副秘书长胡钢指出,在当前实施扩大内需战略,增强消费对经济发展的基础性作用的大环境下,双11消费也呈现出理性消费、健康消费、绿色消费等特征。

走过14年的双11,将迎来哪些新的发展方向?

理性消费成大趋势

与最初几届双11相比,理性消费正在成为近几年的主旋律。

近两年的购物热情没有之前强烈了,感觉自己的消费观更加理性了。26岁的硕士在校生陆思(化名)回忆起自己大一时参与双11时直言,之前感觉整个学校都弥漫着购物节的氛围,开年级会时都会有人开玩笑说“明天要不要吃土”,而现在双11正在变得平淡,不会过多关注这个购物节了。

惠规则,所以不会为了凑跨店满减去买一些不太需要的东西。

和陆思一样推崇理性购物的消费者还有很多。95后侯佳雯几乎每年都会参加双11,她发现自己和周围的朋友虽然会买不少东西,但主要都是如秋冬衣物和护肤品之类的生活必需品。刚参加工作的谢天阳也表示,身边参与双11活动的人变少了,朋友之间比起之前的热衷于相互分享,今年只是多了一些“双11买啥了”这种事后感叹。

根据贝恩咨询公司发布的针对来自中国不同城市的近3000名消费者的调查数据,在参加了去年双11且今年打算继续参加的受访者中,有34%的消费者计划在今年双11期间减少线上和线下的总支出,而去年仅有9%的人作出同样决定,相比去年51%的人预计增加支出预算,今年仅有24%的受访者表示会增加消费支出。

作为参与多届双11活动的商家,日用品企业花王也注意到近年来消费者非理性和冲动型消费行为大大减少,而在作消费决策时更加注重品牌的口碑和商品的实际功效。其相关负责人指出,当前消费减法形成了一股新的潮流。在年轻人中,将注意力从物欲上转移,按需购物,成了一种新的消费风尚,同时他们也更倾向于简单直接的直降优惠。

前几年的双11,消费者主要看重价格方面的因素。商家打出打折促销等口号,以及直播间里的氛围,使得冲动、非理性的消费经常出现。据商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇观察,近几年由于消费者对产品认知的逐渐加深,理性消费逐渐成为主流。自己是否真的需要商品成为购买的主要因素。

除此以外,近几年直播间里的主播也有这样的趋势,他们会为消费者做商品的普及性工作,介绍商品的特征,来帮助消费者判断。包括一些行业协会也会做这样的工作,所以这几年下来冲动消费越来越少了。洪勇表示。

理性取代野蛮生长,双11正在回归消费本

源。11月12日凌晨,各大电商平台纷纷发布战报。天猫方面表示,今年双11稳中向好,交易规模与去年持平。京东则指出今年超越行业增速,创造了新纪录。二者皆未对外披露具体成交总额。

中钢经济研究院首席研究员胡麒麟对中青报 中青网记者表示,双11数据未必出现暴增,其中一个原因是电商的销售模式已不是新业态,所有的零售环节基本上都有电商功能的存在,电商已融入消费者生活。消费者经历了这么多年电商市场的渗透,会均匀下单,而不是集中于双11,这也是理性的一个体现。

电商流量在分散

近年来随着电商销售模式的深入人心,除了像天猫、京东这样传统意义上的电商,双11的舞台上也加入了抖音、快手等短视频平台的身影。

11月12日,抖音电商发布数据报告显示,10月31日至11月11日抖音电商内参与双11活动的商家数量同比增长了86%,直播带货总时长累计达3821万小时,其中有7667个直播间销售额超过百万元。当日快手也表示,10月20日至11月11日期间,电商短视频订单量同比增长超515%,买家数同比增长超40%,搜索订单量同比增长超70%。

越来越多的消费者选择在多平台购物。贝恩咨询公司发布的2022年双11市场分析报告显示,2021年有56%的受访者表示他们计划在双11期间在3个及以上的平台购物,今年这一比例上升至69%。同时有37%的受访者表示,今年计划去5个及以上的平台购物。贝恩咨询公司指出,这表明很多消费者认为不同零售商的“双11”优惠力度大同小异,不必忠于一家。

商家也得到了相似的结果。花王相关负责人表示,从消费者的受访情况来看,消费者的成交场景更为多元化,不局限于某一平台或者店铺的单一消费场景。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江指出,电商业界的竞争相对以前来说更加充分,传统电商和新型电商的边界正在变得模糊。比如抖音上的主播会到淘宝上去,流动性越来越大。

10月20日,罗永浩突然宣布入驻淘宝直播,并在随后的几天里与李诞、徐志胜、鸟鸟等脱口秀艺人开展了带货直播。在10月24日带货首日,两小时观看人数就突破千万,据第三方平台新腕估算,带货总额约为2.1亿元。

随后,俞敏洪、刘畊宏夫妇、年糕妈妈、小沈龙、小P老师等网络名人也在双11前夕宣布将在淘宝直播开播。

与此同时,抖音、快手则在探索直播电商的更多可能性。抖音推出了跨店满减、消费券等在传统电商平台上常见的玩法,快手在今年首次推出了快手商城,并恢复了与天猫、京东的外部链接对接。

在陈音江看来,在商品品类跨平台和直播跨平台的背景之下,作为渠道,平台未来还是应该做好自己的功能,为消费者提供好的商品和服务。将来可能哪个平台上品类越丰富,或是哪个平台上主播做得越好,对消费者的吸引力就会越强,那么消费者的黏性才会越大。

此外他指出,电商未来的销售也可能向各个节点分散,比如平台可以根据市场上的情况布局,当一类产品需求量的时候集中去销售,分散式的促销可能是趋势之一。

助力实体经济共同高质量发展

与交易额数据相比,电商更关注高质量发展。今年双11多个电商平台都在强调扎根实体经济,助力实体经济高质量发展。

京东发布的“双11战报”显示,今年双11期间京东平台近1万种农产品成交额超过10万元,近三成粮油、茶叶等初加工农产品实现了