

欧洲央行想让“量宽”再撑一阵

陈博



在近日于爱沙尼亚首都塔林召开的欧洲央行货币政策例会上，欧洲央行行长德拉吉表态谨慎，宣布将维持关键利率与资产购买计划不变。尽管在本次例会召开前夕，市场对欧洲央行出台重大调整措施的预期较低，但也有当地业界人士分析认为，欧洲央行于今年底至明年初退出量宽政策的可能性正不断上升。

在本次会议上，欧洲央行对退出“量宽”的可能性表态依然谨慎，显现出“鸽派”主张仍然在欧洲央行理事会内部占据了上风，最终的货币政策声明中亦保留了“必要时扩大资产购买计划规模与持续时间”的表述。显而易见，在经历过欧债危机爆发期间因加息过快导致连锁反应后，欧洲央行当前在这一问题上显得更加审慎。

在这种审慎情绪下，欧洲央行还微调了欧元区的通胀预期。考虑到近期能源价格与食品价格走低，欧洲央行将2017年、

欧洲央行对退出“量宽”的可能性表态依然谨慎，显现出“鸽派”主张仍然在欧洲央行理事会内部占据了上风。在经历过欧债危机爆发期间因加息过快导致连锁反应后，欧洲央行当前在这一问题上显得更加审慎。

2018年和2019年的通胀预期分别下调至1.5%、1.3%和1.6%。不过，德拉吉认为欧元区通胀的趋势未发生变化。

耐人寻味的是，本次例会上的一个细节引发了市场广泛关注，即欧洲央行对前瞻性指引内容作出了部分调整，在最终的货币政策声明中删除了“在必要条件下或进一步降息”的表述。虽然德拉吉在会后否认这一细节变化仅是出于对欧元区消除通缩风险的回应，并非退出量宽的“信号”。有分析认为，这一变化或许是来自于德国的不断施压。

如同今年3月份一样，德国持续在货币政策例会前向欧洲央行施加压力。针对

欧洲央行负债资产规模已经超越美联储，德国总理默克尔近期接受采访时表示，外界总是将德国看作欧元区中的“受益者”，但德国高额的贸易顺差实际上亦源于欧洲央行的货币政策不合理，默克尔希望欧洲央行尽快考虑政策转向，以便维护欧元区的统一与向心力。

此外，让欧洲央行承压的还有欧洲当前的政治经济态势。外界此前曾预测，欧元区2017年经济增长与金融稳定的最大威胁是政治不确定性，但随着荷兰与法国大选结束，“建制派”在欧洲大选年中已经拿下了两场关键性战役，欧盟一体化进程面临的政治风险已

明显下降。从欧元区成员国整体经济表现看，此前增长乏力的葡萄牙等南欧国家已经出现持续加速复苏迹象。根据欧盟统计局此前公布的数据，欧元区一季度GDP较去年增长了1.9%，预计今年增长1.9%，较此前预估值提升了0.1个百分点。

不过，尽管欧洲当前的政经大环境表现高于预期，欧洲央行出手审慎，决定让“量宽”再撑一阵，并非毫无理由。首先，欧元区近年来虽然着力降低了失业率，在过去3年半新增了约500万个就业岗位，但实际工资水平依然未见走强，表明相当一部分的“新增就业”真实质量仍待商榷。其次，经济增长依然存在“逆水行舟，不进则退”的风险。虽然欧元区经济已经开始增长，但始终未能真正跳出“弱复苏”的泥潭，年均增长表现正面临着“瓶颈期”的考验。最后，政经不确定性犹存。一方面，下半年德国等国大选仍然面临着各方政治势力的博弈，另一方面，南欧国家的银行业坏账爆发风险尚未平息，欧元区金融体系依然面临考验。

短讯

美科学家首次制出二维磁体

据新华社电 只有一层原子厚的二维材料家族再添新成员：美国科学家在新一期《自然》杂志上报告说，他们用三碘化铬首次制出一种二维磁体。

二维磁体是只有一层原子还能保有磁性的材料。自2004年发现石墨烯以来，人们已经制造出多种二维材料，但二维磁体一直缺位，物理学家甚至不确定这类材料是否存在。此前有科学家制出超薄磁性晶体材料，但也要多层叠在一起才有磁性，单原子层没有磁性。

三碘化铬是一种永磁体，其晶体结构是层叠状的，适合用胶带反复撕拉变得更薄。人们最早制备出石墨烯就是用这种简单方法。美国麻省理工学院和华盛顿大学的科学家用胶带将三碘化铬晶体撕出单层和多层的碎片，发现在零下228摄氏度以下环境中，单个原子厚的三碘化铬材料具有永磁体特性。

让人意外的是，在单层三碘化铬上添加一层，其磁性会消失；添加第三层后，磁性重新出现。四层结构除了有磁性，还具有一些其他特性，尚待具体研究。研究小组计划研究三碘化铬相关化合物，寻找其他二维磁体。他们还希望将二维磁体与超导材料结合，研究混合材料的磁性和导电性。

亚行支持中国乳业发展

本报讯 记者陈颐报道：亚洲开发银行（亚行）日前在内蒙古呼和浩特市与多家商业银行签署协议，支持内蒙古赛科星繁育生物技术（集团）股份有限公司在生产中减少环境污染、改善食品安全，并扩大高品质牛奶在中国的供应。这是亚行第二次向中国提供以人民币计价的补充贷款，也是亚行首次在中国农业部门开展本币商业联合融资。

本次项目融资金额约为1.25亿等值美元，用于帮助中国第四大奶牛养殖公司赛科星投资尖端技术，改进乳业的奶牛场管理，并建设至少4个新牧场，预计饲养2万头奶牛。

本报编辑 徐胥

美国中国总商会及基金会联合发布调查报告显示

在美中资企业竞争力不断提升

行为。受访企业普遍对在美经营保持积极乐观的预期；有87%中资企业选择将在美投资所得利润全部或主要用于美国市场再投资。

报告指出，中资企业在美投资快速增长是最新呈现出的一大特点。考虑到美国市场的规模，受访中资企业普遍表示会继续拓展自身在美国的经营。86%受访中资企业预计自身在美运营收入未来3年到5年内会持续增长，同时近半数企业表示会在2017年增加对美国市场的投资。此外，71%受访中资企业计划进一步增加雇员数量以适应自身投资经营活动的拓展。有60%的受访企业认为美国市场在总公司全球战略排名中位居前三，有94%受访企业认为持续创新对在美经营至关重要。

调查显示，对于特朗普政府执政期间的监管政策与商业环境变化，受访中资企业普遍较为关注，并且有着不同的

调查结果显示，客户关系已经取代了产品价格，成为中资企业在美发展最为普遍的竞争优势。商业营销重心从价格到客户关系的转变说明，越来越多的中资企业已从之前生产低廉产品模式中走出来，开始着重生产高附加值、高科技含量的产品，提供高质量的服务。

本报记者 朱旌报道：美国中国总商会与美国中国总商会基金会日前在纽约联合发布了《2017在美中资企业年度商业调查报告》。报告显示，在美中资企业营业收入持续平稳增长，对美国商业环境预期持续乐观，对美国政策体系的理解不断加深，在美国投资愈发务实，更加注重开发市场、吸收管理经验并雇佣当地员工。在美中资企业对中美关系发展前景深表乐观。

报告显示，过去的几年里，中资企业在美经营实现了持续高速增长：尤其在过去

中国签署《BEPS多边公约》

本报讯 记者李鸿涛报道：《实施税收协定相关措施以防止税基侵蚀和利润转移的多边公约》（BEPS）日前在位于法国巴黎的经济合作与发展组织总部签署，包括中国、德国、法国、英国、俄罗斯、日本、印度等在内的67个国家和地区的政府代表共同签署了该《公约》。《公约》共设七章39条，是首份在全球范围内协调跨境投资所得税收政策的多边法律文件，实现了国际税收合作的多重目标。中国国家税务总局局长王军代表中国政府签署《公约》。

据悉，《公约》是2013年9月份G20领导人在圣彼得堡峰会上决定起草的，委托经合组织负责牵头推进，并在随后的历次G20峰会中对国际税收合作计划作了调整和再确认。2015年，中国在经合组织成立的《公约》起草工作组中担任第一副主席国，积极参与《公约》的研究制定工作，并与其他100多个国家开展了为期一年的集体谈判与磋商，为《公约》的制定作出了重要贡献。

日本和欧盟有望达成经济伙伴协定

新华社东京电 据日本媒体报道，日本和欧盟经济伙伴协定谈判已进入最后磋商阶段，双方有望于7月在德国召开二十国集团峰会期间达成基本协议。

日欧经济伙伴协定谈判始于2013年，涉及关税、知识产权、电子商务交易规则等27个领域。双方已在企业管理和竞争政策等多个领域达成妥协，目前谈判焦点主要集中在农业领域。

报道说，日本在农业领域作出多大程度的让步，欧盟则会相应地对日本工业产品开放市场。日本方面要求，欧盟在协定生效时或生效数年后废除包括10%的汽车关税和最高高达14%的电器关税在内的工业产品关税。欧盟表现出靠拢的姿态，如果双方在农产品谈判上取得突破，则各项谈判很可能迅速取得进展。欧盟希望在正式启动英国“脱欧”谈判前与日本达成基本协议。

日欧经济伙伴协定一旦谈成，区域内进出口贸易总额预计占世界贸易总额的30%以上。

英国确认将如期开始“脱欧”谈判

新华社伦敦电 英国首相特雷莎·梅10日在与德国总理默克尔通电话时表示，英方将如期在本月19日开始与欧盟的“脱欧”谈判。

特雷莎·梅在电话中告诉默克尔，针对如何对待生活在英国的欧盟公民与生活在欧盟国家的英国公民一事，英方将尽早寻求与欧盟达成一份互惠协议。默克尔则在电话中祝贺特雷莎·梅连任首相。

2017全球品牌百强榜单揭晓

腾讯首次进入前十位

本报讯 记者徐惠喜报道：全球著名传播集团WPP和英国市场调研机构凯度华通明略日前在伦敦发布的“2017年BrandZ最具价值全球品牌100强”排名显示，品牌价值位居前5位的均为科技巨头，分别为谷歌、苹果、微软、亚马逊和脸书。

今年在排行榜上颇为瞩目的还有中国腾讯，排名第8位，其社交平台微信的用户量持续上升，品牌价值增长了27%，达到1083亿美元，排名首次进入前十位。按品牌价值的百分比增长计算，阿迪达斯上升速度最快，增长了58%至83亿美元，其次是中国优质酒类品牌茅台，增长了48%至170亿美元。

今年，全球百强品牌的总价值增长了8%，达到3.64万亿美元，而且品牌价值超过1000亿美元的品牌数量从6个增至9个。在该排名中，创新型技术品牌逐渐增多，这些品牌不仅享有庞大消费者群体和优质品牌建设能力，而且均以消费者为中心。百强品牌的总价值与2006年首次发布该排名时相比增长了152%。今年BrandZ排名前十的的品牌总价值几乎与2006年的100强总价值相等，增长率为249%。

榜单证明，强势品牌继续领先其竞争对手。对照过去12年的关键基准指标，BrandZ品牌100强股票组合的增值幅度高出标普500指数50%以上。

零售业是价值增长最快的品牌类别，在过去12月中价值增长了14%。亚马逊和阿里巴巴等电子商务品牌与许多本地互联网公司一样，继续加强实体店销售渠道，推动零售业的增长。总体而言，纯在线零售商的价值自2006年以来增长了388%，传统零售商由于需要更多时间来新增在线购买渠道，因此价值下降了23%。技术类品牌价值增长了13%，快餐业今年的价值增长率排名第三，增长了7%，因为其主要品牌推出了生鲜食品和超值菜单，并对客户接触点开展了创新，提升了品牌体验。

品牌价值位居前5位的均为科技巨头



“第十一届大韩民国汉语演讲大赛”日前在韩国首尔大学举行。此次比赛由中韩学术文化交流协会主办，中国驻韩国大使馆、韩国教育部、韩国文化体育观光部等多家单位协办，旨在进一步推广汉语学习，增进两国民间友谊。图为少儿组参赛选手正在声情并茂地演讲。

本报记者 白云飞摄

韩国举办汉语演讲赛

美国中国总商会及基金会联合发布调查报告显示

在美中资企业竞争力不断提升

行为。受访企业普遍对在美经营保持积极乐观的预期；有87%中资企业选择将在美投资所得利润全部或主要用于美国市场再投资。

报告指出，中资企业在美投资快速增长是最新呈现出的一大特点。考虑到美国市场的规模，受访中资企业普遍表示会继续拓展自身在美国的经营。86%受访中资企业预计自身在美运营收入未来3年到5年内会持续增长，同时近半数企业表示会在2017年增加对美国市场的投资。此外，71%受访中资企业计划进一步增加雇员数量以适应自身投资经营活动的拓展。有60%的受访企业认为美国市场在总公司全球战略排名中位居前三，有94%受访企业认为持续创新对在美经营至关重要。

调查显示，对于特朗普政府执政期间的监管政策与商业环境变化，受访中资企业普遍较为关注，并且有着不同的

调查结果显示，客户关系已经取代了产品价格，成为中资企业在美发展最为普遍的竞争优势。商业营销重心从价格到客户关系的转变说明，越来越多的中资企业已从之前生产低廉产品模式中走出来，开始着重生产高附加值、高科技含量的产品，提供高质量的服务。

本报记者 朱旌报道：美国中国总商会与美国中国总商会基金会日前在纽约联合发布了《2017在美中资企业年度商业调查报告》。报告显示，在美中资企业营业收入持续平稳增长，对美国商业环境预期持续乐观，对美国政策体系的理解不断加深，在美国投资愈发务实，更加注重开发市场、吸收管理经验并雇佣当地员工。在美中资企业对中美关系发展前景深表乐观。

报告显示，过去的几年里，中资企业在美经营实现了持续高速增长：尤其在过去