

欧美通胀出现反弹迹象

越南线上消费迎来增长期

本报记者 崔玮玮

决策者对经济走势的判断越发谨慎,反映出欧美经济的不确定性仍在增加。

10月31日,欧盟统计局公布初步数据显示,欧元区10月份通胀率按年率计算为2.0%,高于9月份的1.7%,反弹幅度超预期。同时,剔除能源、食品和烟酒价格的核心通胀率在10月份仍保持在2.7%的高位。有分析指出,这表明即使排除了波动性较大的能源和食品价格,欧元区通胀压力仍然较大。

目前这种局面,欧洲央行在上次会议后曾打过“预防针”。欧洲央行当时强调,工资水平的高速增长使得欧元区通胀率仍然处于高位,预计未来几个月通胀率将再次上升,然后在明年下降至目标水平。

欧洲央行对通胀的预期管理似乎做得不错。不过,在继续应对通胀的同时,如何有效应对欧元区经济增速下降,已经是无法回避的迫切问题。标普全球及汉堡银行11月4日数据显示,由于受到德国和法国的拖累,10月份欧元区制造业采购经理指数(PMI)终值46.0,较上月小幅上升,但仍处于萎缩区间,商品生产健康状况连续第28个月恶化,是自1997年首次收集调查数据以来最长的衰退期。11月6日,欧洲央行副行长德金多斯警告,欧元区的经济增长可能弱于早先的预期。

有分析指出,欧洲经济需要应对高通胀下内需乏力、工业萎缩、地缘政治冲突以及外部竞争等多方压力。然而,旷日持久的高通胀已侵蚀了欧洲消费者的购买力,令消费者倾向于储蓄,导致实际工资增长对消费复苏的推动作用有限。同时,高通胀也增加了欧洲企业的生产成本,伤害了经济增长的可持续性。荷兰国际集团欧元区首席经济学家贝尔特·科莱恩认为,虽然欧洲央行降息将提振投资,但考虑到工业产能问题且出口环境不佳,预计降息对提振投资的效果有限。四季度欧元区GDP增速恐不及三季度表现。

美国的情况更为复杂。9月份CPI环比增长0.2%,涨幅与前两个月持平,但高于市场普遍预计的增长0.1%,后续走势仍有可能反复。有分析指出,美国通胀黏性比市场预期的更强,进一步增大了美联储的决策难度。

11月7日,美联储在货币政策例会后宣布再次降息25个基点。尽管这一决策符合市场预期,但是美联储在会后声明中删除了“对通胀朝着2%的目标持续移动的信心增强”的表述,这加深了市场对通胀数据走势的疑虑。加之美国大选后新一届政府政策走向不定,引发了市场对通胀卷土重来的担忧,对未来降息节奏的疑虑也在增加。美国媒体认为,“下一任总统和国会作出的任何重塑经济前景的政策调整都可能改变美联储的利率路径”。

美联储改变利率路径的空间并不大。长期处于高利率水平下的美国经济,衰退风险不断增加,在制造业领域表现得尤其明显。美国供应管理协会(ISM)公布的最新数据显示,10月份美国制造业PMI降至46.5,创下2023年7月份以来的新低。标普全球首席经济学家威廉姆斯表示,美国制造业第四季度开局令人失望,“订单量继续以令人担忧的速度下降,未售出库存进一步增加,意味着未来几个月工厂可能将进一步减产”。

此外,美国劳动力市场和消费降温也成为业界关注焦点。美国劳工部最新数据显示,10月份经季节性因素调整后新增就业岗位1.2万个,9月份为增加22.3万个。近期收入增长疲软则可能会在未来几个月拖累消费支出,使经济更有可能出现放缓。在通胀指标反复、经济前景不佳、债务总额不断创新高的局面下,如果美国有些人一意孤行提高全球商品进入美国的门槛,美国通胀迅速反弹的概率不会小。



连俊



图为行驶在越南河内城市里的由中企承建的轻轨吉灵—河内东线。

越南数据研究公司 METRIC 近日发布《越南三季度网络零售市场概览》报告显示,今年前三季度,越南五大电子商务平台(Shopee、Lazada、TikTok Shop、Tiki、Sendo)交易额达到227.7万亿越南盾,同比增长了37.66%。

数据显示,今年前三季度,越南五大电子商务平台月均交易额达到25.3万亿越南盾,仅在第三季度,五大电子商务平台线上消费交易额环比增长了18.15%。另据该报告预测,今年四季度,越南线上总销售额将继续保持高速增长,10月份、11月份和12月份将分别同比增长10%、20%和35%。

近年来,越南政府出台了一系列文件,促进企业实现数字化转型,直接刺激了电子商务快速发展。根据越南政府制定的《2021年至2025年阶段国家电子商务发展总体方案》,越南计划在2025年实现全国55%以上人口在线购物,人均年消费金额达到600美元,零售电子商务总收入达到350亿美元。为此,越南工贸部连同相关企业采取措施,加紧完善相关机制和政策,严厉打击商业欺诈等行为,同时进一步强化网络支付和物流系统,以不断适应线上消费的快速发展。

越南年轻人口占比较高,全国60%以上的人口年龄在35岁以下,年轻群体对新兴的数字消费方式接受度高,成为电商市场增长的主力。与此同时,越南的互联网和智能手机普及率也在上升。根据越南信息通信部的数据,2023年越南互联网普及率已达70%以上,智能手机用户数量超过8000万,这为线上消费提供了良好的技术支持。

大量年轻用户的加入不仅让市场规模迅速扩大,也为企业提供了新的业务增长点。例如,Shopee、Lazada、Tiki等电商平台正通过推出年轻人喜爱的个性化推荐、直播购物、社交电商等功能吸引更多用户。这些创新模式加深了年轻消费者的品牌忠诚度,推动了消费频率的提升。

电子支付在越南的普及助推了线上消费的发展。近年来,移动支付、电子钱包等数字支付手段在越南快速发展,MoMo、ZaloPay、VNPAY等本地支付平台受到广泛欢迎。越南国家银行也积极鼓励无现金支付,出台了一系列鼓励政策,为用户提供便捷、安全的支付体验。Visa更是与MoMo、VNPAY、ZaloPay等越南电子钱包公司合作,通过改善二维码支付体验,提高越南民众对数字支付的接



受度。此外,Visa还通过与越南主要发卡机构合作,将Apple Pay引入越南,为消费者提供了多样化的便捷支付方式。

通过数字支付,用户无需携带现金或支付卡即可完成在线交易,大大提高了消费的便捷性。据统计,2023年越南电子支付交易金额同比增长30%,电子支付的普及在很大程度上消除了消费者对线上购物的支付安全顾虑,进一步促进了电子商务的发展。相关研究显示,越南零售点的非现金支付和电子钱包交易呈上升趋势。目前,越南79%的食品和饮料商家以及74%的零售店和便利店均接受无现金支付。此外,在越南中小企业中,有超过40%接受银行卡支付,数字支付在商业活动中正在发挥重要作用。

作为东南亚经济快速发展的国家之一,越南正吸引越来越多的国际投资者关注,成为许多国际电商平台布局的重点市场,阿里巴巴、京东等企业纷纷加快在越南的业务拓展,为越南消费者提供更丰富的商品选择。

同时,跨境电商也成为越南企业出口产品的新渠道。越南本土品牌如Vinamilk(越南乳业)、Biti's(越南鞋类品牌)等,依托跨境电商平台实现了国际市场的拓展。越南政府也在不断优化跨境电商的政策环境,为本土品牌出海提供支持。

尽管越南线上消费发展迅速,但仍面临一些挑战。例如,部分偏远地区的基础设施尚不完善,物流配送仍有难度,以及越南电子商务法律法规体系仍需进一步完善,以确保市场的健康、有序发展等。随着5G网络的普及以及人工智能、大数据等技术的应用,越南电商市场将迎来更智能化的发展。

韩国第三季度经济增速不及预期

本报驻首尔记者 杨明

在刚刚过去的第三季度,韩国经济仅环比增长0.1%。虽然内需有所恢复,但一直以来支撑韩国经济的出口出现倒退,导致韩国第三季度经济实际增长值远低于此前预期。专家普遍认为,韩国下调今年的经济增长预测值已不可避免。

据韩国央行10月下旬公布的统计数据,今年三季度,韩国实际国内生产总值(GDP)环比增长0.1%,在经历了二季度0.2%的负增长之后,再次恢复增长势头,然而这一增幅远未达到预期水平。此前韩国央行预测,今年三季度,韩国经济环比增长率为0.5%,实际值仅为预测值的五分之一;而三季度经济同比增长1.5%,也低于预期值0.5个百分点。

出口萎靡不振是拖累韩国经济的最主要因素。新冠疫情结束后,韩国出口从2023年一季度开始连续6个季度保持增长,为韩国经济快速复苏作出了贡献。然而,据韩国央行统计,今年三季度,韩国出口环比下降0.4%。一方面,半导体等信息技术(IT)出口受到制约,导致增长速度放缓;另一方面,汽车、化学等非IT部门受到罢工等因素影响,其出口也受到拖累。韩国央行统计数据显示,尽管三季度进口有所增长,但扣除出口后,三季度净出口对经济的贡献率为-0.1%,较二季度减少0.8个百分点。

同时,原本令人担忧的内需市场出现了恢复迹象。据统计,今年三季度,韩国内需对整体经济增长的贡献率为0.9个百分点,消费和投资都对增长作出了一定贡献,成为三季度经济实现正增长的中坚力量。

其中,民间消费和政府消费对经济增长的贡献率分别为0.2%和0.1%。民间部门在乘用车、通信设备、医疗服务、运输等方面的消费有所增加。政府部门以健康保险补助费为中心,在社会保障领域的支出有所增加。此外,投资也呈现出良好的势头。设备投资对整体经济贡献了0.6个百分点,这是受企业在半导体调整期扩大半导体制造设备投资,增加机械类投资的影响。另外,航空器投资也出现了增长。

尽管韩国经济在三季度摆脱了前一季度负增长的局面,但仍存在较多隐忧。有专家指出,设备投资



图为位于韩国世宗市的韩国政府世宗办公区。

的增长拉动了三季度内需的恢复,但这更多是一次性购买半导体设备的影响,在产品库存增加的情况下,很难期待此类设备投资持续推动韩国经济。

民间消费领域也不容乐观。虽然通胀率已回到2%以内,但消费者仍认为物价水平较高,不愿轻易掏出钱包消费。餐饮业也持续低迷。韩国农水产业流通公社发布《餐饮产业景气动向指数》报告显示,三季度韩国餐饮业景气指数比上一年有所恶化。酒店业三季度展望指数为78.23,同比下降了7.09;韩餐、炸鸡、披萨等餐饮部门的指数也出现不同程度下跌。

此外,作为内需核心的建设投资受房地产市场长期疲弱影响,在第三季度下降了2.8%,相较于二季度的1.7%,降幅进一步扩大。受建筑业萧条影响,9月份韩国建筑业就业人数同比减少10万人,这是自

2013年修订各产业就业者分类以来的历史最大降幅。水泥等上游产业也受到拖累,水泥生产企业纷纷减产,部分企业正在考虑停产,有些企业生产出的水泥已到了无处存放的程度。

由于三季度经济增长率未达预期,韩国修订经济预测值已是大概率事件。目前,韩国政府预测今年经济增长率为2.6%,而国际货币基金组织(IMF)的预测值为2.5%,韩国央行的预测值为2.4%。即使想达成其中最低的2.4%,韩国经济四季度的环比增长率也要达到1.2%,难度可想而知。

韩国央行总裁李昌镛近日接受媒体采访时称,韩国央行正考虑将经济预测值从2.4%下调至2.2%至2.3%。但他同时表示,从目前趋势看,即使四季度的经济增长率欠佳,今年韩国的经济增长率也将会高于2%。

保护知识产权

在第七届中国国际进口博览会期间,第七届虹桥国际经济论坛“保护知识产权打击侵权假冒国际合作”分论坛在国家会展中心(上海)举行。论坛邀请了国际组织、驻华使馆机构、执法司法部门、行业协会、中外企业代表交流经验,推动知识产权保护全球治理水平提升。

当前,世界百年未有之大变局加速演进,人类社会面临的风险挑战不断增加,保护知识产权、打击侵权假冒已成为全球共识。全球服务贸易联盟理事长姜增伟在开幕致辞中表示,保护知识产权,打击侵权假冒,是促进科技创新和人类社会进步的必然要求,是公平贸易的前提,更是高水平开放的制度保障。

世界知识产权组织助理总干事爱德华·夸夸表示,知识产权执法是一项必要且值得参与的事业。假冒产品、商标不仅对企业、公共机构有影响,也损害了消费者的权益,在医药领域,更会威胁消费者健康。

创新是引领发展的第一动力,保护知识产权就是保护创新。近年来,中国保护知识产权、打击侵权假冒的不懈努力和显著成效,赢得国际社会充分肯定。

今年1月份至9月份,中国的市场监管部门共查处商标侵权、假冒专利案件3万余件,组织开展全国统一销毁行动,共销毁侵权假冒商品200多个品种,3300吨,货值达3.3亿元。在今年9月

世界知识产权组织发布的《2024年全球创新指数报告》中,中国创新能力排名第11位,拥有的全球百强科技集群连续两年位居世界第一。

“知识产权保护鼓励发明者和创造者将自己的想法付诸实践,知识产权密集型产业能增加就业、商业和出口,为经济作出贡献。”美国驻华使馆知识产权参赞孟旺贤表示,美国愿同中国在促进知识产权保护方面加强合作。

法国驻华使馆知识产权参赞、法国国家工业产权局代表魏玉立表示,知识产权犯罪削弱了企业的创新潜力,打击了侵权假冒国际合作,需要与企业、海关、消费者等各个利益相关方共同努力。

随着数字化及人工智能(AI)技术越来越广泛地赋能服务贸易,新业态、新模式不断涌现。当前,直播带货、内容电商等新型电商快速发展,已成为经济增长的强劲动力,但同时给网络知识产权保护也带来了新的挑战。对此,全球服务贸易联盟呼吁要更加关注数字经济及其知识产权保护议题。

“我们的平台通过AI技术识别商家上传的图片、视频等,避免首发创意被‘一键复制’。”海天集团副总裁郭颖说,要让原创商家在良好的营商环境中得到成长,保护好他们的权益。