

法国经济小幅增长但远虑未解

外企观察
赢麻

袁勇

近期,法国央行公布系列经济数据与商业调查结果,显示法国经济活动正保持着“小步慢行”的复苏节奏,部分指标恢复至新冠疫情前水平。但相较于法国央行的乐观态度,法国经济学界仍保持谨慎态度,认为在外界不确定性外溢、内部结构性难题未解的情况下,当前的经济恢复依然脆弱,需要更有定力与坚持的政策支持、更有魄力与远见的结构性改革、更为独立自主的发展道路,才能确保增长的长期性与可持续性。

法国央行近期发布的数据显示,7月份,法国经济活动有所回暖,在二季度实现0.5%增速的基础上,7月预计将保持0.1%的增长,预计三季度将继续实现小幅增长。

具体而言,7月份,法国工业、服务业和建筑业活动均有所增加,整体增长放缓趋势有所缓解,不确定性指标持续下降,但工业领域经济活动低于长期平均水平,制造业产能利用率持续走低,且有52%的受访企业表示面临招聘困难。建筑业和服务业价格正逐步恢复至疫情前水平,但订单量仍处低迷区间,财务状况依然脆弱。纺织、印刷、电子和光学制造及汽车产业恢复向好,制药、橡胶塑料及化学品生产有所下降。同时,7月份,法国制成品库存整体仍处于高位,但行业间分化严重,如航空与化工库存持续增加,而汽车、机械和装备制造库存则相对收缩。

相较于法国央行的积极预期,部分经济机构则保持了谨慎态度。根据标普全球近期公布的采购经理指数,8月份,法国经济活动有所萎缩,特别是作为经济增长重要引擎的服务业活动呈下滑趋势。同时,服务业与制造业需求进一步下降,新增就业岗位也继续处于低位。

另据法国统计局近期数据,根据综合评估主要市场经理人反馈得到的法国商业景气指数为99,低于长期平均水平,显示出制造业和服务业总体状况依然不佳,而这种恶化状态在制造业方面表现得尤为明显。同时,就业环境急剧恶化,相关衡量指标在8月骤降5个点,达到2021年4月以来的最低水平。

对此,有法国经济学家提醒:“应清醒认识到,法国经济目前仍处于困境中。从目前各行业表现而言,三季度经济活动远未达到乐观水平,甚至存在再次收缩的风险。”

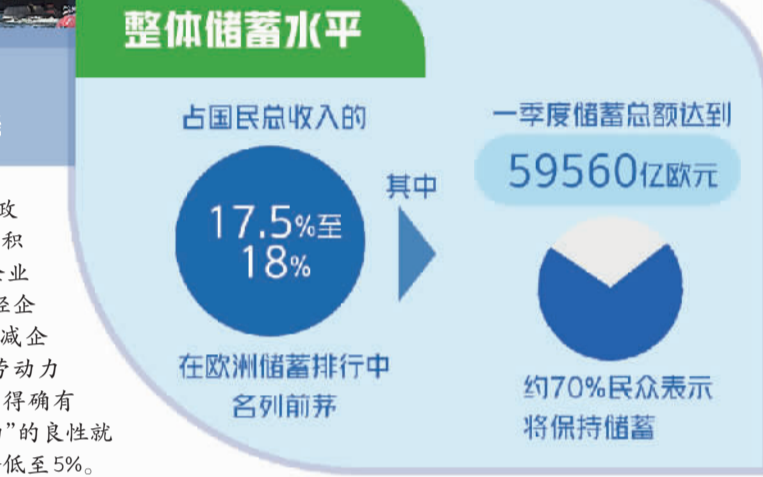
专家认为,短期风险主要包括三个方面:一是企业竞争乏力。面对通胀高企、成本上涨等困境,企业的整体竞争力受到持续性制约,无力将有效资源投入技术升级、数字赋能、绿色转型等高净值赛道倾斜与投放,只能更多选择安于现状或持续观望。这种消极态度对经济活动产生了负面连锁反应。二是劳动力短缺。法国经济研究观察中心此前报告显示,有超过四分之三



图为在法国巴黎拍摄的塞纳河。

的企业正面临招聘难题,其中尤以工业领域最为突出。这不仅与就业培训方向无法精准匹配企业岗位需求相关,更与长期去工业化进程背景下部分行业领域技能培训缺失有关。三是高通胀下储蓄率居高不下。法国央行此前发布数据显示,尽管通胀高企不断冲击法国民众的购买力,但法国整体储蓄水平仍在欧洲储蓄排行中名列前茅,占到国民总收入的17.5%至18%。其中,仅一季度的储蓄总额就达到了59560亿欧元水平,且约70%民众表示将保持储蓄。对此,有法国经济学家认为,这种“反常”的储蓄行为恰恰是民众对未来强烈不确定感的“应激反应”,特别是在物价上涨、退休改革等背景下,或将催生新的消费结构调整,而这段“阵痛期”将对经济复苏产生巨大的抑制效果。

面对复苏窗口与短期风险并存的局面,法国政府释放了大量的积极信号。一方面,将保护民众购买力作为首要任务,通过调控能源价格、减税降费等方式,努力稳固购买力基本盘。另一方面,面对持续承压的公共账户与庞大的债务规模,法国政府希望能够在不影响民生支持的前提下,推迟包括企业税在内的部分税收减免措施。不过,此举也在一定程度上招致企



业界不满。对此,法国政府以加强“亲商业路线”积极“灭火”,积极恢复与企业的信任纽带,重申将减轻企业赋税,特别是逐步削减企业增值税,并继续推进劳动力市场改革,确保“劳动所得确有所得,失业救助确有所助”的良性就业导向,力争将失业率降低至5%。在反思自身经济复苏难题的同时,也有经济学家以法国经济为缩影,将当前欧洲经济形势与美国进行了对比。专家认为,在经历了“几十年的失衡性发展”后,欧美两大经济体之间的差距正持续扩大。法国经济学界在思考,在同样经历金融危机、疫情冲击后,美国能够更迅速“站起来”“跑起来”,这不仅与美国拥有更丰富的人力资源及资本基础相关,还与美国的能源供给能力有关。就在美国成为液化天然气和石油的净出口国坐享红利时,欧洲还在为摆脱对俄罗斯能源的依赖苦苦挣扎。同时,在美国大力投资太阳能电池板、风力涡轮机和

新加坡通胀水平渐趋缓和

本报驻新加坡记者 蔡本田

新加坡金融管理局和贸易与工业部最新发布的消费者物价指数(CPI)报告显示,7月份通货膨胀率和核心通货膨胀率环比均下降0.4%,走势符合政府预期。从年初至今的通胀率变化走势来看,新加坡通胀势头呈月度趋缓态势。

7月份,新加坡通胀率为4.1%,较6月份的4.5%有所放缓;不包括私人交通和住宿成本在内的核心通胀率为3.8%,较6月份的4.2%也有所下降。专家认为,这主要是由食品价格涨幅收窄,以及电费、燃气费成本下降所致。至此,新加坡核心通胀率已经连续3个月下降。

CPI报告预计,由于进口产品价格比一年前

有所下降,叠加国内劳动力市场紧缩情况放缓,预计核心通胀率在未来几个月将进一步走低。政府仍继续维持对全年通货膨胀率上升4.5%至5.5%、核心通货膨胀率上升3.5%至4.5%的预测。

今年年初,新加坡宏观经济面临两难局面。一方面,绵延近3年的新冠疫情给经济造成了很大冲击,政府要确保经济持续复苏,使经济保持一定的增长速度;另一方面,去年下半年的通胀率曾达到10多年来的高位,并延续至今年年初,抑制通胀同样重要。

今年1月份,新加坡通胀率升至6.6%,核心通胀率攀升至5.5%,创2008年11月以来最高值。究其原因,主要在于服务、食品、零售和其他物品价格上涨,以及从2023年1月1日起消费税率由7%上调为8%。

2月份至7月份,新加坡通胀率分别为6.3%、5.5%、5.7%、5.1%、4.5%和4.1%,核心通胀率分别为5.5%、5.0%、5.0%、4.7%、4.2%和

3.8%。从月度数据反映的情况看,两项指标总体呈现下行态势。

分析认为,这是外部市场变化与内部因素综合作用的结果。一方面,新加坡作为高度开放的外向型小型经济体,经济受外部环境变化的影响非常大。今年以来,随着全球供应链逐步恢复,能源、粮食、食品等大宗商品价格趋于稳定或下降,新加坡进口产品的价格也随之降低,在一定程度上缓解了通胀压力。另一方面,近几个月来,随着全球大多数经济体的通胀率有所下降,特别是与新加坡经济联系密切的美国、东盟等主要经济伙伴的通胀率逐步放缓,外部环境正在改善,使输入性通胀压力得到一定程度的缓解。

针对此情况,新加坡政府将从两方面发力。一方面,保持货币政策基本稳定,在抑制通货膨胀的同时兼顾经济增长。新加坡货币与美元等一篮子货币挂钩,实行“浮动汇率”制度。金融管理局面对抑制通胀和促进经济增长的压力,专注于确保中期价格稳定,采取了中性而相对偏紧的货币政策,以确保新元流通和汇率的相对稳定,为持续经济增长奠定了基础。自2021年10月以来,为抑制通胀,新加坡已连续5次收紧货币政策。另一方面,综合施策,多管齐下抑制通胀。目前,政府部门正在着力缓解国内劳动力市场紧张状况;通过增加房屋供应量改善住房需求紧张局面;政府财政预算案为弱势群体发放各类生活津贴,包括为中等收入以下群体提供水电气费补贴,为老年人、孩童等提供专项津贴等方式,积极遏制交通和住宿成本及服务

费快速增长。新加坡统计局发布的数据还显示,今年上半年,本地家庭的消费压力依旧在上升,但已经明显低于去年下

半年的水平,压力源主要来自食品、汽车、住宿、假期、电力、补习及其他费用价格的上涨。

鉴于通胀率已经呈现出放缓趋势,新加坡金融管理局已于7月5日宣布“下调今年通货膨胀率预测区间值”,从之前的5.5%至6.5%调低至4.5%至5.5%。该局还预计,今年年底之前通胀水平会进一步下降。

在积极抑制通胀的同时,新加坡也在着力避免经济陷入技术性衰退,并出台政策稳定市场预期。其中,最受市场关注的是,保持货币的合理流动性和降低银行经营成本。不过,今年第一、二季度,新加坡GDP增长率分别为0.4%和0.7%,均低于政府、经济界人士及外部评级机构的预期。

市场分析认为,今年内,新加坡经济增长仍将面临较大压力。通胀前景由于同时取决于外部和国内两方面因素,尤其受外部因素影响较大,同样存在变数。如果外部环境呈现出全球供应链保持稳定、能源和食品价格继续下调、主要经济体和贸易伙伴通胀率收窄的态势,且国内继续保持积极政策,新加坡通胀率将大概率继续走低,核心通胀率也将放缓。



图为新加坡街头。

乐高集团继续扩大中国业务

本报记者 朱琳

近期,乐高集团在中国的首家品牌标杆店在长沙开业。

乐高集团高级副总裁、中国区总经理黄国强表示,此次品牌标杆店的开设,让长沙成为乐高品牌零售的业务高地,将辐射整个湖南乃至中国更多省份。这将对乐高集团在中国市场的创新发展,以及为更多中国家庭带来优质玩乐体验起到积极推动作用。

8月30日,乐高集团发布了上半年财报。财报显示,今年上半年集团营业收入为274亿丹麦克朗,同比增长1%;在玩具市场整体下滑的背景下,零售额继续保持增长,推动公司市场份额继续攀升;营业利润符合预期,达到64亿丹麦克朗,其中净利润为51亿丹麦克朗。值得关注的是,由于乐高正在加大投资力度,扩大全球生产制造能力,推动技术升级,因而集团自由现金流骤降至11亿丹麦克朗,而去年同期的数字为38亿丹麦克朗。



乐高集团首席执行官倪志伟表示:“市场对乐高产品的强劲需求使得集团实现了‘超越行业的发展’。集团健康的财务状况能够支持我们进行长期投资,特别是重点投入数字化、可持续发展和生产制造等领域。”

财报显示,在扩大全球生产制造网络方面,近段时间,乐高集团进一步扩大其在墨西哥、捷克、匈牙利和中国的工厂产能。这些投资进一步加强了乐高全球生产制造网络能力,使生产基地更加靠近主要市场,让短且高效的供应链更快响应不断变化的消费者需求。

对于中国市场,乐高集团表示,未来将继续扩大在中国的零售网络和线上业务。黄国强表示,中国一直是乐高集团重要的战略市场之一。“我们看到了中国消费者对乐高产品的热情和期待,这将不断激励我们持续深耕中国市场。乐高集团对中国经济的长期发展充满信心。”