

国际经济观察

美元信用体系裂痕扩大

今年以来,美元指数出现明显下行,从年初110以上的高点下挫至5月底的99左右,达到近3年以来新低。一些机构和专家近期警告,在债台高筑、经济疲软、政策反复等多重因素作用下,美元信用体系裂痕正在进一步扩大。

5月下旬,德国经济学家马丁·吕克对媒体表示,美国政府的债务和关税政策正将其推向金融危机的边缘。他指出,愿意购买长期美债的投资者越来越少,人们对美国控制债务的能力不断丧失信心,这通常会导致对美元失去信心,“美元作为储备货币的地位尚未崩溃,但正在走向崩溃”。5月底,渣打银行发布报告称,若美国债务问题持续恶化,2026年可能成为美元信用体系面临重大考验的临界点。

对美元信用诸多预警并非空穴来风——当前,美国财政赤字连续3年突破万亿美元量级,联邦债务规模已突破36万亿美元,占国内生产总值(GDP)的130%以上,且债务增长势头未见放缓,国际投资者对美债的购买意愿呈现结构性下降趋势。这种矛盾揭示出美元作为全球储备货币的根基正在动摇。

美元信用危机的根源深植于全球经济治理体系的深层矛盾。美国长期依赖财政赤字刺激增长,导致国民储蓄率持续低于投资需求,不得不通过扩大经常账户赤字吸引国际资本。这种模式在美元主导的货币体系下尚能维持,但当债务增速超过经济产出时,债务货币化就成为必然选择。多年来,美联储的量化宽松政策虽暂时缓解债务压力,却使美债的实际收益率与通胀预期形成恶性循环,到如今终于呈现出寅吃卯粮难以维系的态势。国际清算银行的研究报告显示,当前美债的实际收益率已难以覆盖主要持有国的通胀成本,这从根本上动摇了美元资产的吸引力。

市场对美元信心的衰减在多个层面显现。外国央行持续减持美债的趋势虽未形成规模性抛售,但储备资产多元化配置的步伐明显加快。黄金作为传统避险资产的需求持续升温以及多边新型支付机制的加速推进,则反映出国际社会对现有清算体系的担忧。此外,美国将美元武器化的行为加剧了系统性风险——金融制裁的滥用不仅冲击特定国家,更动摇了全球对美元中立性的信任基础。

也要看到,若美元信用体系短时间内出现剧烈动荡,其连锁反应将远超金融领域。全球供应链可能因支付结算受阻而断裂,大宗商品定价权将面临重新争夺,国际贸易规则体系或将陷入碎片化。历史经验表明,货币体系的突变往往伴随主权债务危机与资本流动的剧烈震荡,新兴市场在应对此类冲击时尤其脆弱。即便美元地位衰落,短期内也难以形成稳定的替代机制,全球可能陷入货币竞相贬值与政策冲突加剧的困境。

面对潜在危机,国际社会正通过多层次机制探索应对路径。国际货币基金组织推进多年的特别提款权分配改革,有利于增强新兴经济体的流动性支持能力。区域性清算系统的完善,如东盟本币结算框架和非洲自贸区支付网络,有助于降低对美元的依赖程度。数字货币领域的跨国合作也不断取得进展,多边央行数字货币桥的试点项目为跨境支付提供了新范式。这些努力或许不会立即扭转美元主导地位,但为构建更具韧性的国际货币体系拓展了新空间。

美元信用面临的危机暴露出全球金融体系的深层矛盾:如拥有国际储备货币地位的国家责任与权利的不匹配,主权债务货币化与金融全球化之间失衡,短期投机资本与长期价值投资的冲突等。因此,需要加快推进有关国家财政纪律重建、货币权力制衡、技术创新协同等多层面改革,才能有效避免全球陷入“美元陷阱”的恶性循环。此外,还需加快推进国际货币基金组织份额改革、数字货币跨境结算标准确立等工作进程,优化完善全球金融秩序,为全球经济治理拓展新空间。



连俊

东南亚电商市场缘何增长强劲

本报驻新加坡记者 朱旌

2012年至2024年 东南亚电商年度销售额 从40亿美元增至1840亿美元

新加坡星展集团联合市场洞察公司Cube 发布报告预计

到2030年 东南亚电商销售额将升至 4100亿美元 与2024年相比 将实现14%的复合年增长率



在印度尼西亚雅加达的Tanah Abang市场,一位商家正在直播卖货。(视觉中国)



近日,新加坡星展集团联合市场洞察公司Cube发布报告显示,东南亚电子商务正快速增长,预计到2030年,该地区电商销售额将升至4100亿美元,与2024年的1840亿美元相比,将实现14%的复合年增长率。数据显示,2012年至2024年,东南亚电商年度销售额从40亿美元增至1840亿美元,这一蓬勃发展的背后,是人口结构、经济增长、技术创新等多维度因素协同发力的结果。

在东南亚约6.8亿人口中,30岁以下的年轻群体超过70%,这些成长在数字时代的消费者,既对新兴技术接受度高,又追求个性化商品与服务,不断推动消费需求向多元化升级。同时,年轻群体对社交媒体依赖程度较高,为电商平台提供了天然的营销发展渠道。据泰国市场统计,过去半年,有超过92%的消费者至少进行过一次网购,这也印证了电商正逐渐成为主流消费方式。

经济基本面的稳健增长为电商发展奠定了基础。2024年,越南国内生产总值(GDP)同比增长7.09%,菲律宾GDP同比增长5.6%,马来西亚GDP同比增长5.1%,印尼GDP维持5.03%的稳定增速。持续的经济增长带动居民收入提升,增强了居民消费能力与意愿,使线上购物成为更多家庭的选择。与此同时,消费者逐渐倾向通过电商平台获取多样化商品与便捷服务,驱动电商市场规模持续扩张。

数字基础设施的完善为电商发展提供了核心支撑。在支付领域,东南亚的电子支付普及率已突破50%。2024年,泰国基于二维码技术的移动支付约占电商交易的55%,马来西亚和印尼的比例更高。在网络覆盖方面,印尼、菲律宾等国大力推进偏远地区4G网络建设,其中,印尼在2024年完成了约56000个村庄的4G网络连接,确保更多消费者能够便捷接入电商平台。同时,区域内各国正在加强交通基础设施建设,物流企业也在优化配送网络,电商可通过自建或合作模式保障高效履约,这些系统化的发展都持续刺激电商行业。

技术创新正在重塑东南亚电商生态。由于人工智能技术广泛应用于个性化推荐、智能客服、库存管理等各个环节,使运营效率与用户体验得到显著提升。大数据与云计算技术助力企业精准分析市场需求,优化供应链管理,也推动了跨境电商发展。

东南亚各国还积极构建政策支持性发展环境。新加坡通过推广电子支付系统和完善消费者保护机制,提升跨境交易安全性;马来西亚加强交通基建以优化物流体系;泰国将数字经济列为重点发展领域,并建立多元化支持政策。还有部分国家实施跨境电商零关税政策,提供税收减免,设立特殊经济区等优惠措施。例如,新加坡和马来西亚分别设立跨境电商特殊区域,提供一站式通关、仓储、物流服务,吸引更多的企业入驻。

消费需求升级与市场竞争共同推动电商行业的持续创新。一方面,消费者对商品品质和购物体验的要求不断提高,促使电商平台在个性化推荐、快速配送、售后服务等方面持续优化。另一方面,激烈的市场竞争也促使电商企业持续创新,虾皮(Shopee)平台优化跨境物流与直播营销,Lazada平台推出娱乐化购物模式,TikTok Shop电商则通过内容营销抢占市场份额等。

创作者经济与社交电商的崛起更为行业注入新动能。品牌与创作者深度合作,特别是在时尚、美妆等领域,已成为开拓市场的重要手段。TikTok Shop电商平台企业通过短视频和直播,打造沉浸式购物场景,改变了传统消费习惯。以TikTok Shop为例,2024年,其在东南亚市场的直播商品交易总额(GMV)增长超过170%,充分展现了直播电商的潜力与活力。

地理区位优势与区域经济一体化为跨境电商发展提供了难得机遇。东南亚凭借优越的地理位置和频繁的贸易往来,成为亚太跨境电商的重要枢纽。随着《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)的实施,区

域贸易壁垒进一步降低,市场潜力持续释放。消费者对国际品牌的旺盛需求,推动了跨境电商快速增长,预计2025年东南亚地区跨境电商市场规模将达453.9亿美元,2030年增至769.7亿美元,且跨境电商人均交易额普遍高于本地电商。

本地化运营策略则是电商平台赢得市场的关键。在泰国,TikTok Shop电商与社区发展部合作推进一乡一产品项目(OTOP),

在助力本土品牌发展的同时,不断提升自身市场份额。虾皮(Shopee)、Lazada等平台通过深入研究当地文化、消费习惯,调整产品和营销策略,大大增强了用户黏性。

由此看来,东南亚电商市场的强劲发展是人口结构年轻、经济稳定增长、技术创新、政策支持等多因素协同作用的结果。随着这些驱动因素的持续发力,东南亚有望在全球电商格局中占据更重要的地位。

2025“中柬旅游年”正式启动——

中柬深化旅游业合作交流

本报驻金边记者 王涛

近日,2025“中柬旅游年”开幕式暨“水韵江苏—多彩高棉”专场文艺演出在柬埔寨首都金边举行,柬埔寨副首相兼内阁办公厅大臣翁赛雅索、柬埔寨旅游部大臣胡哈、到访的中国江苏省省长许昆林和中国驻柬埔寨大使汪文斌出席开幕式并致辞,标志着2025“中柬旅游年”正式启动。

作为柬埔寨的支柱产业,疫情后,旅游业快速复苏,吸引外国游客持续上升。柬埔寨首相洪玛奈执政后推出的“五角战略”,将旅游业列为优先发展领域,为柬埔寨经济社会的全面发展注入强劲动力。

柬旅游部发布数据显示,2024年柬共接待外国游客670万人次,同比增长约23%,为柬创收36.3亿美元,对柬国内生产总值(GDP)贡献率为9.4%。2025年前4个月,柬埔寨接待外国游客约240万人次,同比增长14%,旅游业为柬创造了大量直接和间接就业机会,为经济复苏作出重要贡献。

中国一直是柬埔寨重要的客源国,2024年,中国赴柬游客达到85万人次,同比增长55%。今年一季度,柬埔寨接待中国游客28.6万人次,同比增长50.6%,预计今年中国赴柬游客将突破百万人次。

基于这一良好态势,柬旅游大臣胡哈表示,“中柬旅游年”的正式开启将深化两国旅游合作和人文交流,推动更多中国游客到柬埔寨,这将促进两国民心相连、民意相通,为构建高质量、高水平、高标准的命运共同体贡献力量。

根据胡哈介绍,为有效实施“中柬旅游年”计划,柬旅游部将携手中国伙伴举办“中柬国际旅游

音乐节”“中柬国际街头艺术节”“中柬传统武术节”“中柬国际旅游论坛”,以及中柬美食推广、知名媒体及网络达人考察交流、中柬跨境自驾游等一系列活动。

胡哈强调,柬埔寨对中国客源高度重视,吸引更多中国游客是柬旅游业的优先战略定位。为办好“中柬旅游年”,柬旅游部正着力推动创新型旅游产品开发,重点打造兼具美学价值与绿色生态的旅游新业态,拓展体育旅游、海岛旅游以及银发旅游等特色项目。

此外,柬埔寨还将加大对中国市场的宣介工作。柬埔寨将在江苏省举办“柬埔寨旅游文化节”,集中展示柬埔寨文旅资源,面向中国市场加大对柬埔寨旅游目的地的推介力度,开展绿色生

态旅游线路推介,推动更多中柬直航航班,全面展现两国文化传统,挖掘两国旅游潜力,深化传统友谊,巩固和深化两国全面战略合作伙伴关系。

翁赛雅索在开幕式上代表洪玛奈致辞时表示,中柬两国有着千年的友好交往史,自1958年正式建交以来,两国各领域合作取得蓬勃发展,成为国际关系典范。旅游业对促进经济社会发展、保护环境和文化遗产有着重要作用,2025“中柬旅游年”的系列活动将促进高棉文明和中华文明深度交流融合,深化两国经贸合作,加速柬埔寨“工业发展走廊”和“鱼米走廊”建设,为两国高质量共建“一带一路”和“钻石六边”合作架构下的务实合作提供新机遇,为构建新时代全天候中柬命运共同体注入新动力。

日前,世界贸易组织在瑞士日内瓦召开理事会2025年度第二次会议。会议期间,中方主动设置议程并提交《关于当前形势下支持多边贸易体制的声明》书面提案,对美国“对等关税”表达关注,并提出世贸组织成员集体应对建议。

中方表示,一个开放、稳定、以规则为基础的国际经贸秩序符合各国共同利益。世贸组织成立30年来取得巨大成就,但当前多边贸易体制正面临严峻挑战。所谓“对等关税”严重冲击以规则为基础的多边贸易体制。世贸组织成员要站在历史正确的一边,共同维护和加强以世贸组织为核心,以规则为基础的多边贸易体制。

以世贸组织为核心的多边贸易体制具有若干核心原则,自由贸易、可预测性、促进发展是其重要内容。近期,中美经贸高层会谈在瑞士日内瓦举行,并取得实质性成果,此次会谈虽以双边形式进行且未有世贸组织参与,但上述世贸组织关键原则得到了充分体现。中美会谈就相互下调关税达成一致,双方通过谈判使开展自由贸易的条件有明显恢复。双方一致同意建立中美自贸磋商机制,就经贸领域各自关切保持密切沟通,开展进一步磋商。双方将定期或不定期轮流在中国、美国开展磋商,或在商定的第三国开展磋商。根据需要,双方可就相关经贸议题开展工作层面磋商。对话机制的正式建立以及正常运转,对于确保中美两国在经贸问题上保持密切沟通具有关键意义,进而有利于减少双方因沟通不畅造成战略误判,有利于从根源上提高贸易政策的可预测性。双方认识到双边经贸关系对两国和全球经济的重要性,达成的多项积极共识符合两国生产者和消费者的期待,也符合两国利益和世界共同利益。如美方能以这次会谈为基础,彻底纠正单边加征关税的错误做法,不断加强与中方互利合作,维护中美经贸关系健康、稳定、可持续发展,将为世界经济注入更多确定性和稳定性。世贸组织关于贸易体制的有关核心原则在中美经贸高层会谈中的集中体现,有力驳斥了世贸组织“无用论”“过时论”,证明了世贸组织有关原则仍是各国开展经贸谈判的重要依据。

中美两国在世贸组织总部所在地以双边形式开展经贸会谈,从一个角度折射出世贸组织改革已经刻不容缓。世贸组织总干事伊维拉坦承,当前的贸易紧张状态对于世贸组织而言,也是其解决自身系统弱点不足并着眼未来进行改革的重大机遇。世贸组织成员之间已形成广泛共识,认为世贸组织的重塑和改革应作为2026年第14届部长级会议的中心优先目标。中方一贯主张继续全面深入参与世贸组织改革,支持世贸组织发挥全球贸易“稳定器”作用,维护发展中成员正当权益,为应对全球共同挑战作出更大贡献。

当前,全球经济和贸易增长面临严峻挑战,世贸组织成员应推动世贸组织在促进贸易自由化便利化和实现全球可持续发展上发挥更大作用。中美经贸高层会谈取得成果,虽在一定程度上使全球贸易的紧张态势有所缓解,但并没有让美国回到基于世贸组织规则的多边贸易体制中,美国与贸易伙伴开展双边性质的贸易谈判,在逻辑基础上仍是因国别关税而非以商品定关税,与世贸组织“最惠国待遇”原则差异明显。未来,世贸组织想通过改革加强自身参与和引领贸易谈判的能力,将有必要在谈判形式上适当增加灵活性,助力双边和诸边贸易谈判积极成果向多边贸易规则靠拢并轨,确保世贸规则与时俱进,始终有能力更好促进多边主义和自由贸易。

郭言