

罗奇:汇率调整不可能解决全球失衡

他表示真正的问题在于投资与储蓄之间的失衡

在七国集团(G7)财长和央行行长聚会热议汇率之际,摩根士丹利全球首席经济学家罗奇上周发表研究报告指出,汇率绝非当前全球失衡的“灵丹妙药”,真正的问题在于投资与储蓄之间的失衡。他表示,过分纠缠于汇率问题,无益于各国采取有效的结构性改革措施来应对全球化带来的竞争挑战。

在刚刚结束的为期两天的埃森会议上,美国主导的G7再度明确点名提到中国的汇率问题,并要求中国的“有效汇率”作出调整。不过,会前德国等欧洲国家强烈抗议的日元贬值问题,并未被写入会后的公报。

美贸易失衡源自储蓄不足

具体到美国的情况,罗奇指出,巨大的双边贸易失衡只是反映了一个更深层次的问题,即国内储蓄的严重不足。在过去3年中,美国的国民净储蓄率已降至1%左右的历史最低点。

他分析说,美国的政治体制决定了政府必须确保经济维持快速增长,而储蓄不足又必然导致美国具有一种要求贸易赤字内在倾向性。在这种情况下,要确保经济继续较快增长,美国除了从外部“进口”别国多余的储蓄外,别无选择。而要获得外部储蓄的唯一途径就是允许存在巨大的经常账和贸易赤字,而拥有高额国内储蓄和大量价廉物美货源的中国,很自然成为满足美国这种需求的第一选择。

不过,罗奇强调:“我认为人民币升值不会使得美国人增加储蓄。”他表示,如果美国当局坚持寻求这样的“药方”,其最好结果充其量也不过是将对美国的那部分贸易赤字,转移到其他地区,并且很可能是一个生产成本更高的国家,而这种效应跟在美国国内提高税收的效果完全一样。

要解决问题美元必须暴贬

罗奇表示,美国主张的“人民币疗法”还有一个问题需要引起关注。美国的贸易问题是进口过剩的问题,而不是出口不足。截至2006年第四季度,美国的商品进口较出口多出了73%。罗奇指出,进口飙升更多是美国所处的国内消费过剩特殊时期的产物,在过去5年间,美国的消费开支占GDP的份额达到70%,较1975年到2000年间的均值65%还要高。但要注意的是,在美国当前的经济阶段,工资收入增长格外疲软,因此,实际上美国人的疯狂消费都是基于资产升值所带来的“财富效应”。

“无论如何,我认为人民币对美元的升值都不会缓解这种失衡。”罗奇说。他进一步指出,要解决基于财富效应的过度消费问题,最好的方法就是通过资本市场自身进行调整,而这过程似乎已经开始,就好比美国房地产市场泡沫破裂。退一步说,考虑到美国的进口和出口间如此大的差距,要通过汇率调整彻底解决,必须是美元大幅贬值,而这不管对于中国,还是欧洲、日本以及美国的其他亚洲贸易伙伴,都是无法接受的。

日元重估解决不了欧洲问题

对欧洲来说,针对日元贬值的抱怨则略有不同。近年来,欧元对日元的交叉汇率大幅上升,屡创历史新高。对于仍缺乏足够强大内需支持的欧洲经济来说,任何因汇率问题引发的外部需求下降都是很可怕的事情。特别要考虑到,欧元区经济在去年尽管实现了2.7%的实际GDP增长,但区内的失业率仍居高不下。所以,相比有着稳健国内消

费做“靠山”的美国来说,欧元区国家对于日元的持续疲软自然不能容忍。

不过,罗奇认为,指望通过日元重估也不能解决欧元区的问题。“欧洲对于日元低估的抱怨有些过头了。从很大程度上讲,这是因为日本还远非欧洲的一个主要贸易伙伴。”他说。截至去年第三季度,欧洲对日本的出口仅占该地区总出口的2.5%,远不及美国的14%、欧佩克国家的5.3%、中国的3.9%以及拉丁美洲的3.9%。进口亦然。日本对欧洲的出口仅占欧洲进口总额的4%,而美国为9%,欧佩克国家为8.9%,中国则为10%,拉丁美洲也达到4.7%。

罗奇承认,欧元的确因为近期日元持续下跌而承受了最大的升值压力。但鉴于日本占整个欧洲相对较小的贸易份额,日元的升值不大可能对欧洲经济增长带来实质性的影响。罗奇引用摩根士丹利欧洲经济学家埃里克·钱尼的研究成果称,即便日元升值20%,其对欧洲经济增长的正面贡献也不过0.2%。

而客观的事实之一是,中美之间的贸易赤字占到了美国

贸易赤字总额的近三分之一,所以,一些美国政客便理所当然地把“枪口”对准了中国,认为中国是给美国工人带来痛苦的“罪魁祸首”,并进而得出推论:让低估的人民币重估是缓解这种痛苦的最佳处方。

罗奇表示,现在摆在G7决策者面前的问题是,汇率“修正”——或者说推动人民币和日元升值——是否符合世界经济的最大利益。“这是一个有趣的学术论题,但它却可能掩盖了背后的真实担忧——汇率重估究竟能否缓解现在美欧面临的国内政治压力。”罗奇说。“在我看来,这是绝对不可能的。”

罗奇最后指出,时至今日,七国集团对于解决全球失衡问题已无他方,唯有退回以往的老路上,即通过鼓吹汇率问题来缓解国内的国内政治压力。不过,罗奇表示,在当今储蓄失衡和结构性竞争力缺失问题突出的世界经济大格局下,这种出于政治私利的“汇率攻略”,不可能起到任何实质效果。



罗奇:汇率绝非解决当前全球失衡的“灵丹妙药” 史丽 资料图

罗奇:汇率已成美欧政治工具

罗奇表示,随着上周G7会议的召开,汇率问题再度成为美欧的关注焦点。美国有很多人将贸易失衡归咎于人民币和日元对欧元持续疲软则是最大的心头之痛。

“在我看来,这样的担忧都是缺乏依据的。”罗奇表示。他指出,在过去几年中,人民币汇率已成为一个高度“政治化”的话题。在一些美国老百姓和政客看来,不少美国工人都面临着巨大的就业和谋生压力,贫富差距在不断加大。与此同时,美国还受困于巨大的贸易赤字,在2006年美国的贸易赤字占GDP的比重高达7%。于是乎,他们便想当然地把这两者联系起来,认为就业压力源自不断扩大的贸易赤字。

而客观的事实之一是,中美之间的贸易赤字占到了美国贸易赤字总额的近三分之一,所以,一些美国政客便理所当然地把“枪口”对准了中国,认为中国是给美国工人带来痛苦的“罪魁祸首”,并进而得出推论:让低估的人民币重估是缓解这种痛苦的最佳处方。

罗奇最后指出,时至今日,七国集团对于解决全球失衡问题已无他方,唯有退回以往的老路上,即通过鼓吹汇率问题来缓解国内的国内政治压力。不过,罗奇表示,在当今储蓄失衡和结构性竞争力缺失问题突出的世界经济大格局下,这种出于政治私利的“汇率攻略”,不可能起到任何实质效果。

■ 环球扫描

伯南克将发表证词 对未来利率走向起决定作用

美联储主席伯南克将于2月14日和15日分别向参议院和众议院发表证词,届时伯南克将在向国会表示,美国经济持续增长良好,核心通胀压力将继续趋于缓和,但仍存在上行风险。这一备受期待的演讲可能会对金融市场明确未来几个月利率走向起决定作用。

多数经济学家都认为,伯南克在向国会发表证词时很可能会重申上次美联储会议以及2月9日美联储官员讲话的主旨。

届时伯南克料将表示,美联储的利率政策似乎已使经济走上软着陆的轨道。同时,预计他还将向

国会议员以及金融市场发出警告,并不能保证低通胀的结果一定会出现,因此若有必要,美联储将准备加息至当前水平5.25%的上方,以减轻物价压力。

Stone & McCarthy Research Associates 对其客户表示,预计美联储的根本观点不会有实质性改变,即美国经济正从高于趋势的增长水平向更加可持续的增长水平转变。如果Stone & McCarthy的预期正确,伯南克的证词将与经济学家有关央行官员不会在夏季之前考虑调整联邦基金目标利率的预期一致。(朱贤佳)

欧盟提议进一步减少内部贸易壁垒

据12日出版的英国《金融时报》报道,欧盟委员会将在14日发表一份报告,就进一步减少欧盟内部的贸易壁垒提出新的一揽子建议。

根据这一揽子建议,欧盟成员国的公司在向另一成员国出口商品和服务时,无需证明该商品和服务符合进口国的监管规定。相反,进口国如果要对来自另一个成员国的商品和服务采取监管措施,则必须提供“科学的证据”证明有必要采取

限制。欧盟早在1992年便宣布建成“统一大市场”,在成员国内部实现商品、服务、资本和个人的“自由流通”。但实际上,许多欧盟国家仍对来自别国的商品和服务采取种种限制措施。

据《金融时报》报道,有预测认为欧盟国家内部的商业壁垒给中小企业造成的损失每年可能高达1500亿欧元。这些商业壁垒涉及从建筑机械到二手车等广泛领域。

韩国政府去年所得税及财产税收入大幅增长

韩国财政部12日公布的统计数字显示,由于政府加强了在房屋买卖及保有方面的税收管理,2006年韩国所得税和财产税收入均大幅增长。

根据财政部的数字,去年韩国政府共征收所得税31万亿韩元(约合930亿美元),比2005年增长25.8%;综合财产税收入增幅更是达到一倍以上,为1.3万亿韩元。

报告还显示,去年韩国政府税收收入总额为138万亿韩元,比上年增长8.3%,且高出政府原先的税收预算约2%。

除所得税及财产税外,韩国政府去年征收的企业营业税增长1.5%,为29.4万亿韩元;增值税增长5.5%,至38.1万亿韩元。(除署名外以上均据新华社电)

中润解放传媒 招 聘 启 事

中润解放传媒,上海地区最具实力的平面媒体经营公司之一。与众不同的“媒体品牌管家”经营理念,让我们成为上海多家媒体的亲密合作伙伴。具有国际化背景的经营管理团队,让我们和旗下代理的媒体品牌迅速共同成长。今天,我们拥有了更完善的专业团队和更科学的管理系统。我们及相关联公司旗下经营的上海主流媒体有:新闻晨报、申江导报、解放日报、东方体育日报、时代报、上海日报、上海学生英文报、上海证券报、支部生活、私家地理、你 SHAPE、真实频道、旅游卫视。公司现诚邀以下优秀人才的加盟,我们将为您提供优厚的薪酬待遇和完善的培训体系,提供您充分发挥个人能力的空间。

《上海证券报》:全国知名的大型财经日报,在上市公司,银行、证券、保险、基金等金融投资行业中拥有强大影响力。读者人群高端稳定,主要为上市公司高管、银行、证券、保险、基金等金融投资行业高管和研究人员。

广告行业客户总监 人数:4名

职务说明:负责相关行业客户(金融、4A、IT、汽车、房地产、奢侈品、或教育等)的广告销售工作;根据整体战略和营销计划,制定和实施所负责行业或地区广告销售计划、销售策略、各项合同或协议,以及销售策略实施;拟定与实施各产品或品牌价格体系及营销战略、地区销售策略;指导和监督各销售策略的实施与总结,尤其要制定重点客户销售目标、计划与预算,完成重点客户销售任务及跟进,并带领团队实施;关注市场销售及发展动态,收集并整理客户信息,开拓新客户;对销售信息进行分析和,提供销售团队的建设和管理,对销售人员工作进行指导。

任职要求:本科及以上学历;3年以上广告公司/媒体广告销售工作经验;熟悉各类广告的销售模式;了解财经类广告的销售模式,并有较广的客户资源;具有强烈的开拓、谈判、沟通、策划和协调能力;有良好的团队合作经验;英语听说读写良好。

市场总监 人数:1名

职务说明:负责报刊的全年市场工作;观察分析相关市场和竞争对手,并制定相应的全年市场工作计划;带领团队,策划并执行市场推广及品牌管理、市场定位、品牌推广和宣传,增强报刊与广告客户和读者的互动;配合报刊发行部门,完成相应的销售推动;跟踪报刊广告销售情况,完成与广告客户的互动推动。

任职要求:本科及以上学历;3年以上品牌与市场推广经验;熟悉媒介资源、媒介投放的基本知识及运作模式,对广告行业有一定的实践经验和理论知识;对品牌营销及市场推广有独到的见解;有成功的品牌营销推动公关案例;有很强的沟通能力、谈判和解决问题的能力;有良好的团队合作意识;英文良好。

广告运营总监 人数:1名

职务说明:负责广告团队的日常运作及运营管理;负责团队内部销售业务,尤其是大客户销售的管理;负责团队内部销售、广告企划、品牌推广、业务谈判等工作;负责团队/部门的整体规划、团队建设与人员培训等;负责团队/部门的管理制度的建立及实施。

任职要求:本科及以上学历;5年以上主流媒体(报纸、杂志、电视)广告销售从业经历,有知名媒体从业与运营、广告公司工作经验及成功案例者优先;熟悉财经类媒体、熟悉广告行业运作模式,熟悉广告大客户销售管理,具备较强的广告企划能力、业务谈判能力;有很强的沟通能力,有丰富的团队管理经验;英语听说读写良好。

广告客户经理 人数:8名

职务说明:负责外司安排的广告销售计划和日常,负责实施,完成目标;收集并整理相关的市场及客户信息,及时将信息汇报上级,为公司的业务决策提供信息支持;负责与客户团队中其他成员,合作完成工作任务;提供合理化建议,改善工作流程和方式;完成领导交给的其他相关工作或任务。

任职要求:本科及以上学历;大专及以上学历;具有3年以上相关行业工作经验,有申报广告经验者优先;熟悉广告行业,能独立完成外司广告文案的策划及撰写工作,具有创新意识,有4A广告公司经验者优先;有较强的谈判能力、能持续和想效地地组织落实,并跟踪反馈工作效果;有较好的沟通能力、谈判和解决问题的能力;有良好的团队合作意识;英语听说读写良好。

《真实频道》

广告销售经理 人数:1名

职务说明:根据公司整体战略,制定和实施年度广告销售计划、销售策略、各项合同或协议,以及销售策略实施;拟定与实施各产品或品牌价格体系及营销战略、地区销售策略;指导和监督各销售策略的实施与总结,尤其要制定重点客户销售目标、计划与预算,完成重点客户销售任务及跟进,并带领团队实施;关注市场销售及发展动态,收集并整理客户信息,开拓新客户;对销售信息进行分析和,提供销售团队的建设和管理,对销售人员工作进行指导。

任职要求:本科及以上学历;大专及以上学历;具有3年以上相关行业工作经验,有申报广告经验者优先;熟悉广告行业,能独立完成外司广告文案的策划及撰写工作,具有创新意识,有4A广告公司经验者优先;有较强的谈判能力、能持续和想效地地组织落实,并跟踪反馈工作效果;有较好的沟通能力、谈判和解决问题的能力;有良好的团队合作意识;英语听说读写良好。

其他媒体 (新闻晨报、申江服务导报,等)

广告销售经理 人数:7名

职务说明:负责相关行业的广告销售,根据公司安排销售计划和目标,负责实施;完成目标;收集和整理相关的市场及客户信息,及时将信息汇报上级,为公司的业务决策提供信息支持;提供合理化建议,改善工作流程和方式;完成领导交给的其他相关工作。

任职要求:本科及以上学历;具有3-4年行业大中型企业的市场销售工作经验;对广告行业有一定了解;有很强的沟通和谈判能力、谈判和解决问题的能力;有良好的团队合作意识;能进行基本的商务谈判;中英文流利。

杂志媒体:《Travel & Leisure 私家地理》、《你 SHAPE》、《ITIME 国际精英》

杂志市场经理 人数:1名

职务说明:针对所负责的品牌杂志的全年市场工作;观察分析相关市场和竞争对手,并制定相应的全年市场工作计划;带领团队,策划并执行市场推广及品牌管理、市场定位、品牌推广和宣传,增强报刊与广告客户和读者的互动;跟踪报刊广告销售情况,完成与广告客户的互动推动。

任职要求:本科及以上学历;具有5年以上工作经验;具有3年以上品牌与市场推广相关工作经验;对广告行业有一定了解;有很强的沟通和谈判能力、谈判和解决问题的能力;有良好的团队合作意识;能进行基本的商务谈判;中英文流利。

有意者请将简历及照片邮寄至如下:

名称:上海中润解放传媒有限公司
联系人:人力资源部 李小姐
联系地址:上海市广东路659号海通证券大厦33楼
邮编:200001
E-mail: hr2007@mediasky.sh.cn
(非中介,不收费)(注意:请务必在邮件的主题注明应聘的职位)