

海外观察

中美差距在哪里

□金旼旻

十年前,中国的经济规模仅仅是美国的六分之一,十年后,即便照保守预测,中国的经济规模也将超过美国。十年前,中国的心态依然是“与世界接轨”,十年后,中国又会以何种姿态出现在国际舞台之上?自1872年美国超越英国后,美国在全球第一经济大国宝座上已经安坐了约一个半世纪,美国将以何种心态面对经济霸主地位的更迭?这是当下美国学术和政策研究界最热门的话题。

中国经济必将超过美国,这已经没有任何分歧,分歧仅在于采用何种统计方法,以及何时发生。按照世界银行今年发布的研究结论,按照购买力平价(PPP)计算,2014年中国GDP将超越美国成为全球第一。不过,这种统计方法的问题在于和人们的实际感受差距过大。按世行的购买力评定数据,人民币的购买力比目前汇率价格对应的购买力高出了1.85倍。这恐怕和大多数人的观感相反。

按照名义汇率来计算,2013年中国GDP是美国的55%,只要输入两国的经济增长率和通胀率变量,就可以算出中国超越美国的时间节点。英国《经济学家》杂志便做了这样的计算:按照乐观估计,假设中美GDP年均增速分别为7.75%和2.5%,通胀率分别为4%和1.5%,人民币每年升值3%,那么中国将在2018年超过美国。按照悲观假设,中国经济增速放缓至5%,其他变量不变,那么到2021年中国将超越美国。

当然,在现实中两国经济增长可能面临多种风险考验,尤其是经济危机、地缘政治风险等均可能导致预测结果改变。但综合各方分析来看,中国经济在未来十年超过美国,将是一个大概率事件。对此,中国和美国将各自以怎样的心态来面对?中美是否将重演霸权交替的历史悲剧?抑或能够打造出全新的大国相处之道(新型大国关系)?

面对这些疑问,美国学术界意见分歧明显。乐观者认为,就算中国经济规模超过美国,但美国在财富、创新能力和军事实力上仍遥遥领先,未来十年中国尚不足以挑战美国。从财富角度来看,即便两国GDP相当,考虑到人口差距,中国人均GDP也仅为美国的四分之一。并且,GDP的统计存在误导性,例如中国GDP的重要组成部分净出口很大一部分是由外资或合资企业贡献的。因此,美国学者Michael Beckley认为,今天中美之间的真正财富差距甚至大于1991年,亦即美国和中国的总财富差距是在扩大而非缩小。

在创新能力上,美国和中国的差距更加巨大。从大学和研究机构的实力、专利注册数量、创新的商业化能力等多方面来看,中国和美国差距有所缩小,但中国还远远没有达到足以挑战美国的水平。从军事实力来看,虽然按照中国目前的军费开支增速,到2025年中国军费开支可能超过美国,但开支规模不等于军事实力,考虑到现代化程度、技术、管理和实战经验以及全球盟友数量的差距,中国仍然不足以挑战美国的军事霸权。

从历史上看,经济规模也不会自动转化为霸权,在整个18世纪和19世纪的大部分时间里,英国的经济规模都小于中国和印度,但依然成为全球霸主。乐观者认为,中国无力挑战美国霸权,依然是美国主导的国际秩序的参与者,而非颠覆者。因此,美国无需过度担心中国,仍应继续维持“引导中国加入国际秩序”的既定策略。

华尔街夜话

美国房市真冷了吗

□本报记者 郑启航 华盛顿报道

美国商务部18日公布美国8月新房开工数据,8月新房开工量经季节调整按年率计算为95.6万套,比前月修正后数据骤降14.4%;新房建筑许可证发放量经季节调整按年率计算为99.87万套,比7月修正后数据下降5.6%。鉴于7月该数据曾达到金融危机以来的最好表现,市场普遍预期美国新房开工将继续保持增长态势,但最新数据无疑给市场浇了盆冷水。

在美国,夏季通常被认为是最适宜建造房屋的季节,2012年和2013年的7、8月,新房开工数据均呈现平稳上升趋势,今年却出现剧烈波动,6月环比下降9.3%,7月环比上涨15.7%,而8月再度环比大幅下跌。纵观2014年前八个月,新房开工数据波动起伏,整体表现降多升少,降幅也远高于升幅,导致投资人对美国房地产市场前景的担忧进一步加剧。

美国知名信息分析公司IHS的经济学家帕特里克·纽波特和斯蒂芬妮·卡罗尔在写给客户的信中表示,没有家庭收入的上升,对新增房屋的需求将继续保持疲弱。

纽波特和卡罗尔的话道出美国房地产市场复苏乏力的一个根本问题。美国经济虽然复苏了,失业率显著下降,但美国老百姓的收入并没有增长,无力承担不断攀升的房价。美国人口普查局16日公布的调查结果显示,美国

海外聚焦

□本报记者 陈听雨

美国国家航空航天局(NASA)16日宣布,波音公司(Boeing,股票代码:BA)和太空探索技术公司(SpaceX)共同赢得美国商业载人航天项目共计68亿美元的合同,将打造运送美国宇航员往返国际空间站的商业“太空的士”。消息一公布,波音股价连续两个交易日上涨。

随着美国将商业航天视为21世纪经济发展的引擎之一,亿万富豪、天使投资人和各大投资基金对太空充满向往,竞相在快速增长的私营太空市场上分一杯羹,已有多家公司将参与美国航天局与波音的合作项目,未来,商业太空有望与互联网、生物技术、航空和汽车共同成为下一波“创新经济”的支柱。

波音抢占先机

业内人士指出,波音此次赢得美国航天局“太空的士”订单,标志着该公司抢占了商业太空市场先机。消息公布后,波音公司股价连续两个交易日上涨,涨幅达1%。

2011年,美国航天飞机悉数退役后,俄罗斯“联盟号”飞船成为唯一向国际空间站运送宇航员的航天器。每搭载一名宇航员,美国国家航空航天局要向俄方支付7100万美元。

为开启商业航天运输飞行和“廉价”空间探索大门,美国政府启动了一项商业轨道运输服务计划,即“太空的士”项目。该项目面向美国企业公开招标,旨在通过竞标的方式让本国的私营企业制造出符合要求的“安全、可靠、经济”的载人航天器。

随着“太空的士”合约的签订,未来几年,波音设计的“空间人员运载系统”(CST-100)和太空探索技术公司的“龙”飞船将承担国际空间站的人员运送任务,预计将于2017年从美国肯尼迪航天中心正式实施发射。两份合约将帮助美国国家航空航天局从此摆脱对俄罗斯的依赖。

其中,波音公司的合同价值42亿美

金融城传真

离岸人民币业务提速

□本报记者 王亚宏 伦敦报道

虽然在英国财政部公布的一份文件中,将中国工商银行误写成了工建银行,但这却并不能阻碍这家中国最大的银行顺利在英国拿到将子行升级成分行的牌照。

分行和子行虽然只有一字之差,但在开展业务方面却有很大区别。根据英国金融监管原则,两者享受的权利义务相去甚远。外资银行的子公司在监管上与英国本土银行待遇相同,在透明度、缓冲资本和流动性缓冲方面都有严格标准,但分行属于海外银行的分支机构,英国金融服务管理局对其控制有限,这使得两者在风险敞口方面相去甚远。

工商银行顺利升级,并不是五十多年来第一家拿到分行牌照的中资银行,中国银行作为另一家有分行牌照的中资银行也是在金融危机后首家被英国金融监管机构允许建立分行的非欧盟银行。工行的这一待遇对待牌照望眼欲穿的几家中东和拉美银行羡慕嫉妒恨。而中资银行能拔得头筹是因为背后有强大的人民币业务做支撑,而这正是伦敦金融城重点发展的一个方向。

伦敦金融城政策委员会主席包墨

波音 打造“太空的士”



CFP图片

元,成为此次计划的大赢家,并确立了该公司在美国商业载人航天领域的领导地位。按照设计,CST-100投入使用后,将由阿特拉斯5型火箭送入太空,能一次性向国际空间站及其他目的地运输7名人员,并可携带一定重量的物资。太空探索技术公司获得价值26亿美元的订单。“龙”飞船目前已三次成功往返国际空间站。根据合同,美国国家航空航天局将派出至少一名宇航员参加每家公司的

一次载人试飞,而每家公司将承担至少6次飞向国际空间站的载人运输任务。

美国国家航空航天局局长查理·博尔登16日表示,“将低轨道运输工作交给民营市场,将使美国航天局可以专注于更

远大的使命:将人类送上火星。”

波音商业载人航天项目主管、前美国航天飞机“亚特兰蒂斯(Atlantis)”号指挥官克里斯·弗格森表示,除美国国家航空航天局之外,我们还要考虑更多的潜在客户,考虑他们对未来商业宇宙飞船的需求,我们正在进入一个真正的商业太空市场。

进军太空旅游业

波音是全球最大的民用和军用飞机制造商,1916年7月15日由威廉·爱德华·波音创建,总部位于芝加哥。作为美国国家航空航天局的主要服务提供商,运营着航天飞机和国际空间站。以销售额计算,波音是美国最大的出口商之一。在2013年《财富》世界500强企业

中排名第95位。

波音公司建立初期以生产军用飞机为主,并涉足民用运输机。20世纪30年代中期,波音开始研制大型轰炸机。20世纪60年代以后,波音的主要业务由军用飞机转向商用飞机,其在喷气式商用飞机领域成长迅猛,先后发展了波音727、737、747、757、767、777、787等一系列型号,逐步确立了全球主要商用飞机制造商的地位。美国总统专机“空军一号”也由波音707及波音747-200特殊型号改装而成。

1997年,波音宣布与曾经美国最大的军用飞机生产商——麦克唐纳-道格拉斯公司(麦道公司)完成合并。

事实上,除致力于与美国国家航空

海外选粹

亚洲版:新加坡航运经济发动机

作为传统航运强国,新加坡一向面临来自中国、印度及东南亚各国的竞争压力。2009年,由于上海的异军突起,新加坡痛失货物吞吐量世界第一的头衔,但凭借完善的航运网络和专业精神,新加坡仍以发达的航运经济傲视群雄。而在新加坡多如牛毛的航运公司中,由罗普延(音译)执掌的CWT公司更可谓同业翘楚,罗普延甚至不讳言该公司“决定着新加坡的经济生态系统。”

CWT公司目前在全球49个国家和六大洲开展航运业务,其庞大客户群连接200余港口和1500个内陆终端。近期,CWT公司更进行大幅扩张,建立了占地面积达220万立方英尺的大型物流枢纽,以更大幅度彰显新加坡的航运优势。

罗普延于2005年初进驻CWT公司后,很快便收购了其父所拥有的物流企业C&P控股集团近三分之一股份,如今CWT已成为新加坡航运经济名副其实的发动机,近两年来,其收入增长飙升了160%,2014年全年营业收入有望达112亿美元,营业收入的大幅攀升很大程度上得益于该公司于2011年收购的贸易业务的快速增长,尽管该业务利润微薄,仍促使CWT公司本年度利润增长几近20%,这一良好业绩表现又直接导致CWT公司连续两年荣升亚洲50强企业。

身为华裔,罗普延对中华传统的风水论颇感兴趣,他在办公桌右侧悬挂一幅红色油画,寓意阻挡潜在风险,又在左侧摆放一尊红色雕塑,意味着增加能量,而“三

航天局合作运载航天员外,早在2010年,波音就已将目光投向商业太空旅游业,并宣布计划最快于2015年,让旅客乘坐波音制造的宇宙飞船前往国际空间站,进行太空旅行。若成功,这将是首个从美国出发的太空旅游团。

太空市场有“钱”途

据MarketWatch报道,此次美国国家航空航天局的“太空的士”项目吸引了亿万富豪与投资机构竞相参与。贝索斯的创业公司蓝色起源公司(Blue Origin)也将参与这一合约,在美国快速增长的私营太空市场上分一杯羹。亚马逊CEO杰夫·贝索斯也将由此加入亿万富豪在商业太空领域的角逐。

分析人士指出,随着美国将商业航天视为21世纪经济发展的引擎之一,太阳系正日趋为亿万富豪、天使投资人和各大投资基金所向往。美国太空基金会发表报告称,太空行业正迎来快速发展期,其中包括太空产品、服务和基础设施在内的商业太空活动。

咨询公司全球新太空(NewSpace Global)预计,所谓的“新太空”市场,将与互联网、生物技术、航空和汽车一道成为下一波“创新经济”的支柱之一。而亿万富豪与金融机构在此领域的竞争将更加激烈,并将推动整个产业竞争,这将有助于在金融业和太空产业间架起一座桥梁,标志着美国载人航天产业即将进入“钱途”更为广大的商业时代。

太空探索者协会秘书长安迪·特内奇介绍,未来商业太空旅行者将不仅是那些希望体验神奇的富有旅客,更多的将是一些希望在微重力环境下从事科学研究的机构和企业。“商业太空市场势必越来越大。20年后,也许每天都会

有载人航天器被发射到太空上去。”目前,波音公司在此领域的竞争对手包括太空探索技术公司、内华达山脉公司、XCOR公司和维珍银河航天公司等,他们都在紧锣密鼓地对自己设计制造的载人航天器进行无人测试。

因拥有贸易公司,CWT逐渐由航运公司演变为能为客户提供一站式服务的物流贸易集团,从而在全球市场占据良好位势。对于罗普延的经营管理之道,全球市场分析人士几乎一致认为“偏于保守、精于计算”,并希望有一天看到CWT公司更大胆地参与全球竞争,甚至能与美国嘉吉、法国德雷福斯等业界大亨同台竞技。而新加坡管理大学金融学教授安妮·高表示,CWT的经营轨迹恰恰反映出新加坡国家战略的演变历程,“正所谓物流链逐渐向两端发展:即上游的仓储业务和下游的贸易业务”。她补充道,若新加坡未来无法在航运业务上独占鳌头,就必须下大力气为客户

提供高附加值服务,以保持航运竞争优势。(石璐)

十六计走为上”更是他所信奉的二不法则。

尽管尊重传统,子承父业的罗普延并未沿袭父辈之道,而其父罗启孟在交接公司大权之时也未做过多干涉,我们的管理方法截然不同。”罗父坦承。不过老人家还是在交接首年与其子共度难关,包括裁撤冗员、激发公司活力等等。他们还改造了公司仓库的基础设施,以方便货运,并大胆摒弃了跨国大企业客户,转而将橄榄枝投向中低端客户,以求垄断相关客户及其航运业务。这之后,罗普延又大手笔收购贸易公司股份,尽管贸易行业利薄,罗普延则看中其能

为公司带来充足现金流。正因拥有贸易公司,CWT逐渐由航运公司演变为能为客户提供一站式服务的物流贸易集团,从而在全球市场占据良好位势。对于罗普延的经营管理之道,全球市场分析人士几乎一致认为“偏于保守、精于计算”,并希望有一天看到CWT公司更大胆地参与全球竞争,甚至能与美国嘉吉、法国德雷福斯等业界大亨同台竞技。而新加坡管理大学金融学教授安妮·高表示,CWT的经营轨迹恰恰反映出新加坡国家战略的演变历程,“正所谓物流链逐渐向两端发展:即上游的仓储业务和下游的贸易业务”。她补充道,若新加坡未来无法在航运业务上独占鳌头,就必须下大力气为客户

提供高附加值服务,以保持航运竞争优势。(石璐)

对于罗普延的经营管理之道,全球市场分析人士几乎一致认为“偏于保守、精于计算”,并希望有一天看到CWT公司更大胆地参与全球竞争,甚至能与美国嘉吉、法国德雷福斯等业界大亨同台竞技。而新加坡管理大学金融学教授安妮·高表示,CWT的经营轨迹恰恰反映出新加坡国家战略的演变历程,“正所谓物流链逐渐向两端发展:即上游的仓储业务和下游的贸易业务”。她补充道,若新加坡未来无法在航运业务上独占鳌头,就必须下大力气为客户

提供高附加值服务,以保持航运竞争优势。(石璐)

对于罗普延的经营管理之道,全球市场分析人士几乎一致认为“偏于保守、精于计算”,并希望有一天看到CWT公司更大胆地参与全球竞争,甚至能与美国嘉吉、法国德雷福斯等业界大亨同台竞技。而新加坡管理大学金融学教授安妮·高表示,CWT的经营轨迹恰恰反映出新加坡国家战略的演变历程,“正所谓物流链逐渐向两端发展:即上游的仓储业务和下游的贸易业务”。她补充道,若新加坡未来无法在航运业务上独占鳌头,就必须下大力气为客户

提供高附加值服务,以保持航运竞争优势。(石璐)

对于罗普延的经营管理之道,全球市场分析人士几乎一致认为“偏于保守、精于计算”,并希望有一天看到CWT公司更大胆地参与全球竞争,甚至能与美国嘉吉、法国德雷福斯等业界大亨同台竞技。而新加坡管理大学金融学教授安妮·高表示,CWT的经营轨迹恰恰反映出新加坡国家战略的演变历程,“正所谓物流链逐渐向两端发展:即上游的仓储业务和下游的贸易业务”。她补充道,若新加坡未来无法在航运业务上独占鳌头,就必须下大力气为客户

提供高附加值服务,以保持航运竞争优势。(石璐)

对于罗普延的经营管理之道,全球市场分析人士几乎一致认为“偏于保守、精于计算”,并希望有一天看到CWT公司更大胆地参与全球竞争,甚至能与美国嘉吉、法国德雷福斯等业界大亨同台竞技。而新加坡管理大学金融学教授安妮·高表示,CWT的经营轨迹恰恰反映出新加坡国家战略的演变历程,“正所谓物流链逐渐向两端发展:即上游的仓储业务和下游的贸易业务”。她补充道,若新加坡未来无法在航运业务上独占鳌头,就必须下大力气为客户

提供高附加值服务,以保持航运竞争优势。(石璐)

对于罗普延的经营管理之道,全球市场分析人士几乎一致认为“偏于保守、精于计算”,并希望有一天看到CWT公司更大胆地参与全球竞争,甚至能与美国嘉吉、法国德雷福斯等业界大亨同台竞技。而新加坡管理大学金融学教授安妮·高表示,CWT的经营轨迹恰恰反映出新加坡国家战略的演变历程,“正所谓物流链逐渐向两端发展:即上游的仓储业务和下游的贸易业务”。她补充道,若新加坡未来无法在航运业务上独占鳌头,就必须下大力气为客户

提供高附加值服务,以保持航运竞争优势。(石璐)

对于罗普延的经营管理之道,全球市场分析人士几乎一致认为“偏于保守、精于计算”,并希望有一天看到CWT公司更大胆地参与全球竞争,甚至能与美国嘉吉、法国德雷福斯等业界大亨同台竞技。而新加坡管理大学金融学教授安妮·高表示,CWT的经营轨迹恰恰反映出新加坡国家战略的演变历程,“正所谓物流链逐渐向两端发展:即上游的仓储业务和下游的贸易业务”。她补充道,若新加坡未来无法在航运业务上独占鳌头,就必须下大力气为客户

提供高附加值服务,以保持航运竞争优势。(石璐)

对于罗普延的经营管理之道,全球市场分析人士几乎一致认为“偏于保守、精于计算”,并希望有一天看到CWT公司更大胆地参与全球竞争,甚至能与美国嘉吉、法国德雷福斯等业界大亨同台竞技。而新加坡管理大学金融学教授安妮·高表示,CWT的经营轨迹恰恰反映出新加坡国家战略的演变历程,“正所谓物流链逐渐向两端发展:即上游的仓储业务和下游的贸易业务”。她补充道,若新加坡未来无法在航运业务上独占鳌头,就必须下大力气为客户

提供高附加值服务,以保持航运竞争优势。(石璐)

对于罗普延的经营管理之道,全球市场分析人士几乎一致认为“偏于保守、精于计算”,并希望有一天看到CWT公司更大胆地参与全球竞争,甚至能与美国嘉吉、法国德雷福斯等业界大亨同台竞技。而新加坡管理大学金融学教授安妮·高表示,CWT的经营轨迹恰恰反映出新加坡国家战略的演变历程,“正所谓物流链逐渐向两端发展:即上游的仓储业务和下游的贸易业务”。她补充道,若新加坡未来无法在航运业务上独占鳌头,就必须下大力气为客户

提供高附加值服务,以保持航运竞争优势。(石璐)

