

海外观察

中国转型：世界准备好了吗

□本报记者 尚军

过去几天，有两件事再次让中国成为国际舆论的焦点：一是刚刚结束的两会，另一个是美日欧13日联手就中国稀土出口政策向世界贸易组织提出诉讼。

近来,随着中国经济地位的不断上升，中国政策的一举一动都备受外界关注，年初召开的两会更是成为外界观察中国走向的一个重要窗口，今年的两会也不例外，其受关注程度有增无减。

经济转型是今年两会传递给外界的一个关键词。中国国务院总理温家宝在会上宣布，将把工作着力点放到加快转变经济发展方式、切实提高经济发展质量和效益上,以利于实现更长时期、更高水平、更好质量的发展。为此，中国8年来首次调降经济增长预期目标，将今年的国内生产总值预期增幅设为7.5%，放弃了坚守多年的“保八”目标,引起国际舆论的广泛关注。

虽然中国致力于经济转型已有数年，但如此明确地表明要以速度换质量还是头一次，足见政府推进经济发展方式转变的决心。这被海外的观察家们解读为长期利好世界经济，因为在他们看来，一个更多依赖内需拉动的中国经济将有助于推动世界经济再平衡和长期、可持续发展。

当外界期待中国作出改变时,人们容易忘记另一个问题,这将给世界带来怎样的改变？难道仅仅是利好吗？面对中国经济转型,世界是否做好了准备？

毋庸置疑，作为全球第二大经济体、第一大出口国和第二大进口国，中国经济发展方式的重大转变不仅会改变中国，也会产生明显的全球效应。

巧合的是,稀土之争为我们思考这个问题提供了一个绝佳的视角。我们姑且不去探究中国稀土出口政策是否违反了世贸组织规则，而是把这一贸易争端摆在中国经济转型的大背景下去考察。

过去10多年，中国依靠低成本一跃成为全球第一大出口国，并博得“世界工厂”的称谓。但这项“桂冠”戴得并不轻松，和其他许多出口商品一样，中国以非常低廉的价格向世界供应稀土，背后付出的是高昂的环境成本 and 持续受到挤压的劳动力成本。

由于对稀土的掠夺式开采，部分地区今后需要拿出的环境治理费用甚至要高于目前的出口所得。这正是中国现有增长方式弊端的一个缩影。更让人汗颜的是，中国在国际上还遭遇出力不讨好的局面，频频引发与贸易伙伴之间的摩擦。

如今，中国经济转型正步入关键阶段，加大生态环境保护力度、实现可持续发展是提高增长质量的应有之义。与此同时，中国也将通过增加居民收入和完善社会保障制度等措施，逐步改变过去过度依赖出口和公共投资的增长模式，转向更多地依靠内需拉动经济。

这一系列转变将为世界创造出一个巨大的新兴市场，但同时也意味着随着环境和人力成本得到合理计算,包括稀土在内的“便宜货”将不再是中国的“特产”。

如果发达国家像它们所宣称的那样,乐见中国经济成功转型,它们也不应该为买不到便宜的稀土而懊恼。

它们应该担忧的是，来自中国的竞争会愈发激烈，因为成本上升之后，中国经济未来的竞争力将依托产业的升级，中国将从全球价值链的低端不断往上爬。

中国国务院总理温家宝在政府工作报告中指出,中国将加快产业结构优化升级,大力培育战略性新兴产业,促进新能源、新材料、生物医药、高端装备制造、新能源汽车快速发展,而这些都是美日欧等发达国家的优势领域。

可以预见，中国经济转型将带来全球竞争格局的重大变化，摩擦将出现在新的领域。未来中国“庞大”的“烦恼”仍会不少，而对中国经济转型，世界也需做好准备。

海外聚焦

□本报记者 陈昕雨

数据显示，美国经济复苏步伐加快，美联储银行压力测试结果好于预期，金融板块上涨，且科技板块表现“神勇”。截至15日收盘，苹果股价本周上涨5%；雅虎上涨3.5%。此外，随着希腊完成私人债权人债务置换（PSI），第二轮援助希腊方案落定，市场对欧债危机的担忧大幅缓解。

受上述因素叠加刺激，本周美股强劲上扬，道琼斯工业指数、标普500指数和纳斯达克指数均创新高，在科技股强劲涨势带动下，纳斯达克指数创出11年新高。多数分析人士认为，今年以来的市场表现显示，当前美股已步入牛市。

美股重返牛市

多数分析人士认为，市场近期表现已符合牛市特征：在刚刚过去的2月，美股创自1998年以来同期最佳表现；自今年初以来涨幅同样创自1991年以来最大涨幅。

截至15日收盘，道琼斯工业指数本周上涨2.3%，重返13000关口，至13252点,实现七连阳,创下自2007年12月以来新高。由于银行压力测试结果好于预期，银行股领涨大盘。“本周，金融类股推动大盘快速上涨”，波士顿Cabrera Capital Markets Inc资深股票交易商拉里·佩鲁齐称，而在金融危机爆发以来的过去几年中,该板块一直是大盘的拖累。”

标普500指数本周上涨2.3%至1402点,为2008年5月以来首次站上1400点关口。目前，标普500指数已连续三周上涨,较去年10月低点1074点累计上涨超过30%。

纳斯达克指数本周上涨2.5%至



IC图片

3056点,为2000年来首次收于3000点上方,创11年新高,并收获周线九连阳罕见行情。自今年初以来，纳斯达克指数已上涨超过15%，涨幅远超美股其他股指。分析人士认为，科技股将成为未来美股牛市的“领头羊”。

标准普尔首席证券策略师萨姆·斯托瓦尔称：“历史告诉我们，以下因素预示着牛市的到来：股票市场胜过债券市场、市值较小的股票表现好于大市值股票、周期性行业表现优于防御性行业等等，现在这些因素都是事实了。”

对于美股的后市表现，分析人士的态度整体乐观。斯托瓦尔表示，自1945年以来，标普500指数在3月的平均涨幅为1.35%，上涨概率为64%。从历史概率预计，即使短期内标普500指数小幅回调，仍可能在接下来的1至2个月中攀升至1400点，甚至1500点以上。

科技股领涨 美股重返牛市

“本周美股的强劲走势可能继续”，波士顿阿默普莱斯金融服务公司首席市场策略师大卫·乔伊称，“尽管股市上扬，但并未被高估，投资者目前需要加仓，短期内大盘不会出现重大回调。”

但加利福尼亚斯普林格投资顾问有限公司总裁基斯·斯普林格则认为，“交易员的交易更着眼于短期，本周美股指数实现的整数点位突破其实对每日交易而言意义不大，除非这些水平线在技术指标上意味着重大的阻力或支撑点位。”

科技股成牛市风向标

本周纳斯达克指数表现最为抢眼，自2000年网络泡沫破灭后首次站上3000点。美国商铺点评网站Yelp 2日上市首日股价大涨64%；苹果股价自去年6月低点至今飙升68%。此外，截至15日

好时候。

在他们的商品名单上还包括斯米诺伏特加、百利甜酒以及健力士啤酒等一长串名单。去年,通过并购,中国的白酒水井坊也加入其队伍,使得帝亚吉欧的产品横跨蒸馏酒、葡萄酒和啤酒三大顶级酒类市场。

毫无疑问，帝亚吉欧在努力构建自己的酒业帝国,而对其他竞争对手来说,这个令人敬畏的对手还缺少一块制胜拼图：红酒。

华尔士也承认虽然公司“拥有几个迷人的品牌”，但红酒产业还比较小。而红酒在中国等新兴市场国家中产阶级的餐桌上却越来越常见——出镜率要高于威士忌、伏特加或者杜松子酒。

业内人士称，在2006年到2010年间，中国红酒消费量增加了2.4倍，在2009年到2010年间，中国的红酒消费量增加了33.4%。2011年中国红酒消费量达1.56亿箱（每箱9公升），这使得中国超过英国成为全球第五大红酒市场。在今后5年里中国人对红酒的热情不减，仍会获得54.25%的增幅。

尤其令红酒生产商兴奋的是，经过几年井喷式增长后，到2015年平均每个中国人的红酒消费量也就是在1.9升到2升之间。而届时法国和意大利的人均红酒消费量为50升，在全球最大的红酒市场美国,人均消费量也在13升左右,这说明中国市场依旧潜力巨大。

据悉，早在上世纪90年代电子书概念萌芽的时候，巴诺就曾投资过电子书市场。但因为当时电子书定价很高,难成气候，巴诺没能坚持下去,痛失了引领行业的机遇。

直到看到Kindle一枝独秀的时候，巴诺才如梦初醒，于2009年发布了首款Nook电子阅读器以及配套电子书，并与百思买、沃尔玛等合作销售，以期与Kindle抗衡。

近两年，许多依靠传统门店经营的书店纷纷倒闭。巴诺昔日最大的对手博德斯(Brodors)就是因为旧有模式难以以为继，而在2011年被淘汰出局。

博德斯的陨落对巴诺来说不啻是一记警钟。丝毫不敢懈怠的巴诺继首款Nook和Wifi版Nook之后，又于2010年和2011年相继推出了彩色触屏平板Nook Color和全新版Nook,以轻薄取胜,颇受市场好评。

在截至1月底的假日购物季中，巴诺的线上和线下销售实现了同步增长。其中Nook阅读器和电子书销售大增38%。据巴诺首席执行官威廉·林奇介绍,该公司在电子书市场的份额已升至27%-30%。

未来，巴诺打算继续加大对线上业务的投入,加强Nook的开发,将线上和线下业务相结合,利用其强大的品牌效应和多种模式经营最大限度地吸引顾客。

巴诺的奋起直追,也是不断打破传统,自我突破的过程。但愿他能最终实现华丽转身,为无论是钟情纸质书籍的人,还是追赶电子书潮流的人,提供一个精神栖息地。

收盘,谷歌和英特尔也分别上涨了2.6%和2.8%。今年以来,标普500指数IT板块已累计上涨超过18%,成为涨幅最高的板块,科技板块正越来越多地受到投资者关注。

辛辛那提谢弗投资研究所高级分析师赖恩·德特里克表示，长期跟踪各项牛市指标可以发现，牛市的一个共同的特征就是科技股领涨，科技板块已成为牛市风向标,若该板块长期表现良好,就意味着市场具备更长时间的牛市潜力。”

分析人士指出,2009年以来，全球经济逐步复苏,尤其是新兴经济体表现出良好的复苏势头,对科技产品及服务需求上升，纳斯达克指数强劲上扬,似乎预示着全球科技行业正迎来新一轮黄金时代。

此外,美国科技公司持续创新能力强、盈利向好、现金流充裕、估值处于历史低位等因素,均是推高科技板块的直接动力。

据彭博数据,目前标普500指数中的71家科技公司已全部披露去年四季报,其中49家盈利超预期，超预期比例居十大行业之首，平均每股经营性净利润同比增长17.2%,远超标普500指数成分股整体盈利水平7.8%的增幅。纳斯达克排名前100的上市公司普遍拥有大量现金，几乎一半公司派息，且市盈率处于平均水平。据股市研究机构Birinyi Associates数据,以上年盈利水平计算，纳斯达克指数当前市盈率为23倍，而1999年11月时这一数字高达78倍。

芝加哥北方信托公司首席投资策略师麦克唐纳称，在纳斯达克市场,上市公司的构成更加稳定,公司盈利更加可靠,市盈率也更加合理。”

海外选粹

核能之梦

日本福岛核电站事故爆发一周年后，全球核能未来的发展仍充满各种不确定性，主因就是费用和安全问题。理想主义者希望通过核能民用化之路，为人类社会寻找到一种储量充沛、价格便宜又可靠安全的替代能源，不过实现核能之梦显然有很长的路要走。

前苏联切尔诺贝利核电站事故过去20余载之后,全球一度出现“核能复兴”，日本更被看作“核能之乡”,不过2011年日本福岛核事故则暴露出核电站管理的软肋,无论安全保障体系还是风险防范手段都有待改善，由此引发全球各地彻查核能设施的风潮。

而监管问题一直是核能民用化发展绕不过去的一道坎，因此目前全球各国核能工业基本以政府为主导，很少有民营企业涉足其中，一方面因为民营企业不敢面对开发核能的风险与挑战，再则就是建设核反应堆成本巨大，民营企业以一己之力恐难企及。遗憾的是，后切尔诺贝利时代，人们一度翘首企盼的低成本核电站迟迟没有出现，从而阻碍了私营核能的兴起。

而核能若想发挥更大作用，要不就是自身降价，要不就是与其形成竞争关系的其他能源提价。从目前情况看,第二种可能性更大一些。近几年来以欧美国家为先导，正将征收碳排放税提上议事日程。显然这会导致传统能源成本上升，而作为清洁能源的核能将从中受益。

不过，目前征收碳排放税的争议仍然很大,即使抛开争议,其收费标准也不足以拉大传统能源与核能价格差距。而纵观核能在世界各地的发展，无论它是否受益于征收碳排放税，要想在竞争激烈的能源市场寻求突围,势必要做到价廉物美。

不过，回顾近几十年全球核能业的发展,由于各国政府的研发成本巨大，核能很难压价,加之核电站的建设规模与建筑成本均决定了它不可能通过创新技术降低成本,因此,与其它清洁能源相比,核能也不具备价格优势。

针对成本困境,有专业人士提出可通过开发创新寻找解决之道,比如研发小型化集群式核反应堆。但创新开发小型核反应堆的前提是要有巨大的需求市场,可惜这样的市场还远未形成。

《经济学家》杂志相信核能创新仍然可行，但近期不会出现飞速发展的态势，因为鲸鱼的进化速度不可能快于果蝇。但核能的发展也不会因此戛然而止。

据预测，现有核反应堆直到22世纪才会停止运行，而管理良好的核反应堆不会出现什么安全隐患。对于能源紧缺的国家来说，只要资金充裕，都会将建立核电站作为主要的解决方案。一旦传统能源储量日渐枯竭或碳排放征收政策正式实施,从而使传统能源的价格居高不下,核能的春天也就为时不远了。不过很难指望全球核能业会在短时期内发生重大变革。（石璐）

金融城传真

帝亚吉欧的“酒足迹”

□本报记者 王亚宏 伦敦报道

虽然“碳足迹”是最近金融城最流行的词汇之一,但如果要反映英国经济复苏情况的话,或许“酒足迹”更能反映实际。在经济不见起色的情况下,金融城的交易员们下班后都丧失了去传统的英式小酒吧里小酌一杯的兴趣,而这表明,勒紧腰包的英国人喝酒已越来越少。

英国人的酒消费在过去7年里已经连跌了5年。英国啤酒与酒吧协会的数据显示,2011年英国的酒类消费同比减少了2.2%，现在大家喝的酒,比2004年已经减少了13%。虽然英国人喝的酒越来越少,但总部设在伦敦的世界五百强企业、高档酒业集团帝亚吉欧对此却并不大在意。根据最新公布的财报显示,在截至去年12月底的6个月中,该公司的利润同比增长了9%。

对一家巨无霸式的公司来说,之所以能取得这样的业绩,是因为他的“酒足迹”早已跨越了小小的英伦三岛,在高速增长的新兴市场中开疆拓土。过去半年,帝亚吉欧在新兴市场的销售增长了18%，利润增长了23%，目前新兴市场的销售只占公司业务的近40%。

虽然帝亚吉欧的酒类产品销售,但就像所有烟草公司都会在烟盒上印着“吸烟有害健康”一样,帝亚吉欧则一直提倡“理性饮酒”。

“我们强烈认为,当人们享受杯中物之后，



应该有强烈的责任感。不能饮酒过量,也不能给其他人,包括家庭、朋友带来不便。他们可以享受我们的产品,但不能没有节制。”帝亚吉欧的首席执行官保罗·华尔士信誓旦旦地说。

作为酒业公司的老板，华尔士自己也喜欢喝上一杯。他喜欢尊尼获加,也享受添加利的味道。而具体喝什么则取决于心情、喝酒的时节以及场合,而且他自称喝的时候总是理性的。

华尔士的理性不只表现在喝酒上，也表现在构筑自己的产品线上。他认为不同的季节,人们会选用不同种类的酒，而帝亚吉欧总能拿出恰当的产品来。比如在夏天人们想喝一些口感清新的酒,因此是添加利的销售旺季;而到了冬天,人们则喜欢味道悠长的，因此可能是畅饮一杯尊尼获加的

记事本、明信片、书签、手提袋、徽章等，全部分区陈列。

巴诺书店有专门的特价书专区，折扣不等,既有印制精良的画册,也有文学名著,还有登上《纽约时报》畅销书排行榜的佳作。

此外,巴诺书店还会不定期举办活动,如新书发布和签售,也有其他公益活动。最近的一次是某个小学学生的画展,小朋友们颇富想象力的画作给书店增添了一份别样的浪漫。

购物小票上,你能看到书店根据你的阅读品位为你列出的推荐书单。如果你是书店会员,还能享受到更多的惊喜折扣。

凭借细致入微的服务和强大的经营战略,经过100多年的发展,巴诺从一个名不见经传的家族式企业,成长为美国图书零售市场的领军企业。

但就是这样的图书连锁店,近年来,经营情况却每况愈下,还一度传出要被出售的传闻。

随着网络时代的到来,消费者购物习惯的改变,像巴诺这样不够“新潮”的书店衰落已是不争的事实。与此同时,以亚马逊为首的网上书店正在迅速崛起。

2007年,当后知后觉的巴诺意识到网络销售的重要性,开始从单一的实体书店模式向“线上线下相结合”模式发展的时候,亚马逊已经在美国本土市场占据了主导地位。

随着网络技术的发展和阅读终端的多元化,人们的阅读行为逐渐摆脱纸质书籍的依赖,代表未来行业走向的电子书成为商家抢滩的又一大市

