

美民間批加關稅擾亂產業鏈



中國是許多產品唯一進口源

「對許多被加徵關稅的產品來說，中國是美國進口的唯一來源，」美國全國零售商聯合會發言人貝薩妮·埃洛爾特說，「並不存在可替代的其他產地。」

對轉移供應鏈的說法，埃洛爾特認為「並非那麼簡單」。她分析說，企業的生產和採購決定通常提前數月甚至數年作出，並非常依賴複雜的供應鏈。如果不從中國進口，零售商和其他進口商很難快速切換回美國採購，「因為這種規模的國內採購並不存在」。

位於華盛頓的美國全國零售商聯合會是世界上最大的零售貿易協會，代表了美國百貨商店、家庭用品和專門用品商店、批發商、連鎖餐館以及來自美國和45個國家和地區的電商等。

此外，美國150家行業協會近期也聯合致信美國貿易代表說，全球供應鏈非常複雜，美國企業通常需要花費多年時間才能找到滿足生產標準、規模和成本要求的合作夥伴，美國政府「高估」了美國企業轉移供應鏈和尋找出口替代市場的能力。

《紐約時報》援引美國「燦爛」公司首席執行官阿倫·埃邁的話說：「離開中國不僅僅是成本問題，還是個可能性問題。」該報評論說：「中國擁有可靠的工人來源，他們知道如何從事工廠工作。中國擁有可靠的公路和鐵路線，將供應商與裝配廠連接到港口。」



在貿易戰初期，美國豆農就擔心成為中美貿易摩擦受害者。 新華社

擾亂供應鏈會產生負面衝擊

美國智庫專家從更深層次解讀了「埃邁們」的所思所想。美國彼得森國際經濟研究所高級研究員瑪麗·洛夫利指出「優勢」與「成本」兩個因素。

她認為，加徵關稅是極大挑戰，一些公司會有轉移的打算和行動。但轉移供應鏈是「昂貴的」，中國的優勢以及供應鏈遷移成本，是很多外國企業必須考慮的因素。

洛夫利認為，首先，很多企業無法轉移供應鏈，是因為他們要在中國製造和購買較高價值的中間產品。其次，許多供應鏈是由美國監管機構認證的，因此無法立刻轉移。再次，轉移供應鏈至少需要數年，但美國政府貿易政策的連續性目前尚不可知。

曾擔任過多家大公司高管的美利堅大學科戈德商學院教授羅伯特·西齊納說，供應鏈的建立凝聚了企業極大心血，擾亂供應鏈會產生負面衝擊，並且，企業就算轉移供應鏈也不會選擇移向美國。

貿易戰不會產生贏家

「我不認為貿易戰會產生贏家。」加拿大中國問題專家、加中貿易理事會總裁向峰（Graham Shantz）稱。

向峰直言，毫無疑問的是，設置關稅壁壘之舉對企業、產品貿易產生負面影響，對相關國家的經濟增長產生負面影響，進而肯定會對全球經濟產生負面影響，「而這是不幸的」。

「貿易戰只會讓大家都變得更差，」他說，「我不希望發生貿易戰。它對全球經濟和全球經濟增長都不利。相反，我希望通過對話和討論解決貿易爭端。」向峰認為，世界最大和第二大的經濟體處於貿易摩擦中，對全球經濟來說絕非好事。向峰希望，貿易爭端問題可以在雙邊機制，或諸如世貿組織等多邊框架內討論解決。

「消除貿易壁壘，是推動經濟增長和促進各國經濟繁榮的最佳方法。」向峰說。

黨報談貿易戰：心有定數

《人民日報》昨日發文稱，對經貿合作，尤其中美經貿合作，中國的立場同樣是明確的、一貫的、堅定的。《關於中美經貿摩擦的事實與中方立場》白皮書，將這一立場概括為八個「堅定」。你儘管反覆無常，我自心有定數。

文章稱，希望美國的成熟政治家們，認清「中國立場」，客觀全面認識中美經貿關係，及時糾正不當行為，最終能夠回歸理性。

十一長假期間赴美遊客銳減

【香港商報訊】有外媒報道稱，中美貿易戰使中國民間的反美情緒增加。今年中國十一長假，赴美機票預訂量下降近半。

據日本經濟新聞報道，內地旅遊網站攜程網預測，在十一長假期間，將有約700萬中國人赴海外旅遊，佔年出境遊總人數的5%。數據顯示，中國遊客全球熱門旅遊目的地排名，美國從第5位降至第11位。

報道表示，美國人氣下滑的原因，可能是中美貿易戰，使民眾容易產生「厭美」的情緒。朝鮮日報也報道稱，今年十一長假，赴美機票預訂量較去年同期下降42%。

此外，內地將對美國通用汽車公司在中國生產的汽車進行史上最大規模召回。中國商務部曾表示將對美國徵收關稅採取「實的報復」，分析認為，中國將對美國正式展開非關稅報復行動。

粵製造業PMI重回榮枯線上

【香港商報訊】廣東省經濟和信息化委員會昨日發布數據稱，9月份廣東省製造業PMI為50.2，較8月份上升0.9個百分點，重回榮枯線上。其中，出口訂單在連續3個月持續收縮後重回榮枯線上，為50.6。

值得注意的是，新訂單指數較8月大幅上升1.9個百分點，重回榮枯線上。

此外，今年6月以來，受外部環境變化影響，新訂單指數中的出口訂單連續3個月居於榮枯線下，9月也重回榮枯線。此外，9月份PMI的11項分指數中，已有8項在榮枯線上，比8月份增加2項；廣州等工業重點市的PMI指數也重新回到榮枯線上。

廣東省PMI指數解讀專家陳鴻宇認為，上述數據表明廣東省製造業企業自5月份以來連續4個月的緩慢下行已開始觸底，企業的國內外市場需求漸趨穩定，生產和採購活動已在正常開展，廣東製造業企業經營者信心增強。

美團點評上市後首份財報成績亮眼：2018上半年營收翻番 超級平台價值日益凸顯

9月27日晚間，美團點評（3690.HK，以下簡稱美團）發佈2018年半年報，成績亮眼，這也是美團繼9月20日上市以來披露的首份財報。據財報顯示，截至2018年6月30日，美團交易金額已達到2,319億元人民幣（下同），同比大幅增長55.6%；營業收入263億元，較去年同期增長91.2%，主營業務增長強勁，實現近乎翻番式增長。其中，餐飲外賣，到店及酒旅作為美團最重要的兩大核心業務板塊，收入毛利均實現高速增長，業績表現十分亮眼。

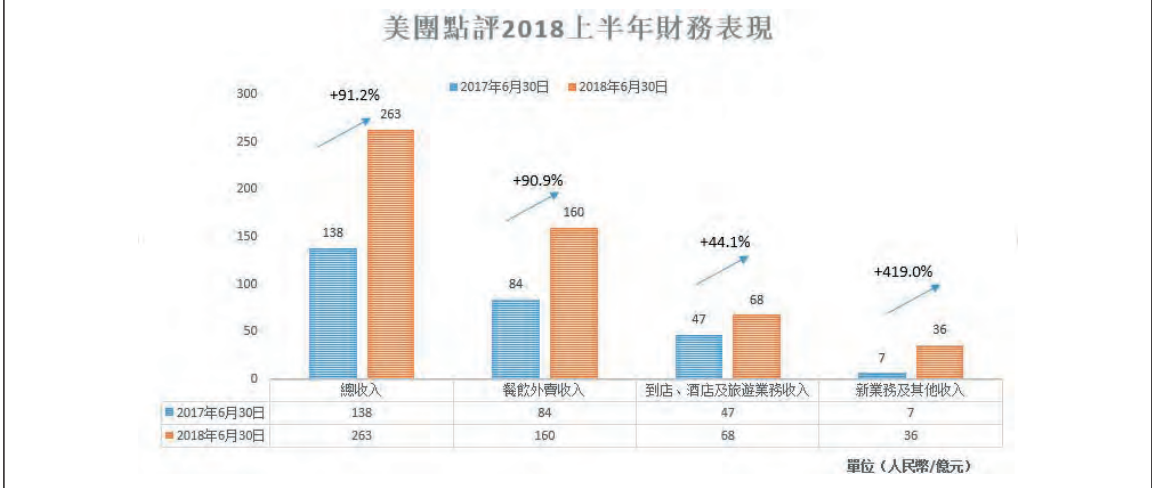
營業收入同比翻番 主營業務增長強勁

作為第一家從事多品類服務業的電子商務平台，2018年上半年，美團不負眾望，營業收入從2017年同期的138億元增長91.2%至2018年上半年的263億元，實現近乎翻番式增長。上半年，餐飲外賣業務增長勢頭強勁且財務改善，美團餐飲外賣收入同比增長90.9%，貢獻收入160億元，實現毛利19億元，增幅翻番達141.5%；到店、酒店及旅遊業務收入同比增長44.1%，貢獻收入68億元，實現毛利61億元，增幅45.2%，盈利能力持續攀升。作為美團最重要的兩大核心業務板塊，這兩大業務的營收佔總體營收比重86.44%，成為美團營收增長的重要貢獻力量。

超級平台價值日益凸顯 新業務亦發展強勁

美團是一個超級平台，公司以「Food+Platform」為戰略核心，通過一個平台支撐多品類的業務，並實現在各品類之間的交叉營銷。目前，美團已是全球最大的餐飲外賣平台，作為衡量平台型互聯網公司價值的重要指標之一，美團此次的半年報在交易金額，用戶數，活躍商戶數等方面，均取得了大幅增長，獲客能力及用戶粘性均有進一步提高。上半年，美團總交易金額2,319億元，同期增長55.6%；年度交易用戶總數達3.57億人，同期增長30.0%；活躍商家數510萬，同期增長51.6%。用戶和商戶對美團平台的依賴持續增強，日益凸顯出美團超級平台的價值。

美團構建一站式生活服務平台，新業務亦發展強勁。目前，美團向商家提供的服務已拓展至雲端ERP系統、B2B食材供應鏈解決方案等，以上新業務可發揮在餐飲外賣及到店餐廳服務中與商家建立的關係優勢，進一步形成商家與平台的深度合作。與此同時，美團向消費者提供服務觸角已延伸至生鮮超市及其他非餐飲外賣服務，如閃購、摩拜單車及作為業務探索的試點網約車服務，為消費者提供更為完善的「Online-Offline」生態鏈。



居民存款增速下滑至7%左右

【香港商報訊】人行近期公布的金融統計數據顯示，今年8月，內地金融機構各項存款餘額同比增長8.3%。而此前39年間，內地金融機構各項存款餘額同比增速從未跌破過9%。

與存款增速的整體下滑相比，居民存款增速下滑更為嚴重，從2008年到2018年，短短10年間，城鄉居民存款增速從18%下滑到了7%左右。

消費+房貸 消耗家庭儲蓄

根據國家發改委和商務部公布的數據，2018年上半年，內地社會消費品零售總額達到18萬億元，同比增長了9.4%，最終消費對經濟增長的貢獻率為78.5%，比上年同期提高了14.2個百分點，成為經濟增長的主要拉動力。而國家統計局最新數據顯示，上半年，全國居民人均可支配收入14063元，同比增長6.6%，延續了一季度以來的平穩增長態勢，但仍然小於9.4%的消費增速。

掙錢趕不上消費的增速，能存下的錢自然就少了。

人幣在全球外儲佔比持續增長

【香港商報訊】人民幣在全球外儲中的佔比節節攀升，而美元卻在節節敗退。

根據國際貨幣基金組織（IMF）最新更新的「官方外匯儲備貨幣構成（COFER）」數據，截至今年第二季度，全球外匯儲備中的美元在已分配外匯儲備中佔比從上季度的62.47%降至62.25%，為連續第六個季度下降。不過，美元仍是全球主要央行持有規模最大的儲備貨幣，二季度規模升至6.55萬億美元。

與此同時，外匯儲備中的人民幣卻顯現出了令人驚喜的趨勢。截至第二季度，人民幣外匯儲備規模增至

台灣製造業乏力 機構預警景氣下滑

【香港商報訊】儘管已進入電子元件產業旺季，但台灣多家機構發布的製造業採購經理人指數（PMI）和製造業景氣燈號等指標顯示，台灣製造業復蘇欲振乏力，整體景氣發展呈明顯緊縮。

台灣中華經濟研究院昨日公布，9月PMI較上月下跌2.1個百分點至53.9%，是2017年2月以來最慢的擴張速度；非製造業經理人指數（NMI），續跌1.8個百分點至50.8%，也呈現相對慢的擴張速度。

對此，該院副院長王健全表示，這顯示台灣整體景氣發展呈現明顯緊縮。

該院發布的數據還顯示，台灣整體製造業未來6個月景氣狀況指數驟跌6.5個百分點至47.6%，連續30個

前8月規上互聯網企業業務收入增20.7%

【香港商報訊】工信部近日公布資料顯示，今年1至8月，內地規模以上互聯網企業完成業務收入5955億元，同比增長20.7%。互聯網企業在網絡視頻、移動支付、共用經濟、生活服務等方面創新不斷，帶動互聯網信息服務收入保持較快增長。今年以來，以短

月的擴張情勢戛然而止。該院助理研究員陳馨蕙表示，這顯示即便時序進入傳統旺季，企業信心仍然疲弱。

此外，台灣經濟研究院9月底發布的8月製造業景氣信號分數較7月減少0.30分，景氣燈號維持在「低迷」的黃藍燈，這也是連續3個月亮出黃藍燈。

台經院研究人員指出，就景氣信號分數來看，表現優於去年同期，顯示製造業景氣持續復蘇，但復蘇力道有待加強。展望未來，消費性電子新品陸續推出，有助於台廠商相關供應鏈營收表現，但隨著全球智能手機市場趨近飽和，加上全球經貿面臨不確定因素，未來銷售情況恐無法樂觀看待。

視頻、影音直播等為代表的手機應用增長迅速，成為互聯網行業新的「風向標」。

業內人士認為，在娛樂功能之外，短視頻逐步與科普、消費等深度融合，正逐漸成為生活新方式和產業新風口。