

华尔街日报：经济增长放缓 中国消费者缩紧荷包（图）

【阿波罗新闻网 2014-11-15 讯】



中国经济放缓对新兴的消费群体产生影响，从汽车到化妆品，各种产品的销售增长都在放缓。

中国汽车工业协会周五公布，中国10月份乘用车销量较上年同期增长6.4%，与9月份增速持平，9月份乘用车销量增幅为2013年2月以来最低水平。

此前全球各大消费企业的报告中均提到中国消费需求放缓的问题。这些企业包括英国联合利华公司(Unilever PLC, ULVR.LN)、SABMiller PLC、雀巢公司(Nestle SA)和沃尔玛连锁公司(Wal-Mart Stores Inc., WMT)。联合利华企业战略负责人艾利森(James Allison)上个月在投资者电话会议上表示，中国市场需求下降的速度相当快，超过了其他市场的降速。

Helen Wu表示自己感受到了这种变化。这位现年36岁的上海传媒界工作人员表示，日常用品不会受到影响，但她会推迟购买那些要花掉工资中很大一部分的商品。

Wu表示，今年她肯定得推迟添置家用汽车的计划，因为她感觉今年没有那么多余钱用来买车。

中国国家统计局公布的数据显示，今年前10个月，中国零售额增长12%，增速低于上年同期的13%。

但中国的消费者并没有停止开支。中国很多行业的销售增长依然强于美国和欧洲。尼尔森(Nielsen NV)的一项消费者信心指标显示，中国总体消费人气保持平稳。据中共官方数据显示，中国电商销售额较上年同期增幅依然超过50%，并对中国的传统零售商构成了一定程度的挑战。

不过，中国消费增长放缓的背景是，中国目前正在努力增强消费对经济的拉动作用，以便使这个全球第二大经济体摆脱对大规模政府开支、基建和房地产行业的依赖。很多经济学家都表示，中国如果想要在未来数年实现可持续增长，必须调整经济结构。

近几个月中国出台了多项措施以鼓励节俭的中国消费者花钱，内容涉及鼓励带薪休假、培育电商行业再到放松房贷限制等诸多领域。长期措施包括打破国家对信用卡领域的管制以及拓宽医保覆盖面。

然而经济学家称，经济增速放缓加之其他一些因素给上述转变拖了后腿。薪资增速的放慢，以及多年来大量储蓄进入房地产市场，也给消费带来冲击。消费占中国国内生产总值的36%。中国的房地产市场正在滑坡，许多城市楼市库存过剩导致价格下跌，进而可能会挫伤消费者信心。

东方汇理银行(Credit Agricole Corporate and Investment Bank)经济学家科瓦尔奇克(Dariusz Kowalczyk)称，很难想出办法推动中国经济增长模式从投资导向型转变为消费导向型，这对于备受期待的经济转型而言是不利的。

对于见证了近30年经济飞速发展的中国消费者来说，增速放缓是较为罕见的。许多经济学家认为，中国经济可能将达不到政府设定的年增长目标(今年为7.5%)，这将是自上世纪90年代末亚洲金融危机以来首次增速不达标。

驻上海的资深猎头Malik Wu说他感受到了困扰。他说，许多公司减少了员工招聘数量，并降低了管理人员的薪资。他说，作为猎头，他们赚取的佣金收入比以前少了。

据尼尔森(Nielsen)的数据显示，第三季度快消消费品(例如软饮料和化妆品)销售额增长3%，为两年来的最低季度增速。

专家说，房地产市场是个重要因素。今年前10个月新房销售同比下滑9.9%。德勤中国(Deloitte China)首席经济学家许思涛说，中国人要是不买房，也就不会买车，这两样东西他们经常一起买。

中国汽车品牌比亚迪(BYD)四川省经销商何凯(音)说，他目前面临的商业环境十分严峻。他表示，比亚迪等中国品牌瞄准的主要是低收入人群，而这类人群更容易受到经济波动的影响。何凯说，他4S店里的库存差不多够卖三个月。比亚迪发言人表示，将聚焦新能源汽车以抵消汽油车销售疲弱的负面影响。

中国汽车工业协会周五公布，上月中国售出了约170万辆新乘用车。这个受政府支持的行业组织称，今年前10个月，新乘用车销量增加

9.8%，至1,586万辆。

很多汽车生产商发布的10月销量数据都令人失望，而这正是以往中国汽车市场销售的“黄金”季节。大众汽车(Volkswagen AG)旗下大众品牌车10月在华销量为23万辆，与上年同期持平。日产汽车(Nissan Motor Co.)称，该公司在华汽车销量上月同比下降9%，且将今年销售目标从140余万辆下调至127万辆。

[阿波罗网](#)责任编辑：楚天 来源：华尔街日报

本文URL: <http://www.aboluowang.com2014/1115/472698.html>

[郑重声明: 新闻和文章取自世界媒体和论坛, 本则消息未经严格核实, 也不代表《阿波罗网》观点。]