

# 2020年物价不存在全面上涨基础

尽管2019年物价涨幅调控面临多重困难和压力,但随着一系列政策举措的实施,国内物价整体向好的方向发展。专家认为,下一阶段应加强市场预期分析,趋势研判和预测预警,做好重要时段重点商品供给保障,努力实现物价平稳运行,为宏观调控提供有利空间。2020年,宏观政策将以稳为主,在扩需求、稳增长、稳就业上发挥更大作用,物价有望保持平稳运行。

1月9日,国家统计局发布了2019年12月份全国居民消费价格指数(CPI)和工业生产者出厂价格指数(PPI)。数据显示,12月份CPI同比上涨4.5%,同比涨幅与上个月持平;PPI同比下跌0.5%,环比持平。

从2019年全年看,CPI同比上涨2.9%,顺利完成2019年初确定的“全年居民消费价格涨幅3%左右”的预期调控目标;PPI同比由2018年上涨3.5%转为下跌0.3%。

专家表示,尽管2019年物价涨幅调控面临多重困难,但随着一系列政策举措落地,国内物价整体向好的方向发展。下一阶段,应加强市场预期分析,趋势研判和预测预警,做好重要时段重点商品供给保障,努力实现物价平稳运行,为宏观调控提供有利空间。

## 食品价格同比涨幅回落

2019年,受部分食品价格结构性上涨影响,CPI同比涨幅由年初1.5%逐月走高,11月份和12月份涨幅均为4.5%。不过,CPI全年同比涨幅为2.9%,符合全年CPI同比涨幅3%左右的调控目标。

值得注意的是,12月份扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨1.4%,涨幅与上月相同,表明物价水平总体稳定。国家统计局城市司高级统计师沈悦表示,12月份食品价格同比上涨17.4%,涨幅回落1.7个百分点,仍是影响CPI上涨的主要因素,约影响CPI涨幅3.43个百分点。

在食品中,鲜果价格同比下降8.0%,降幅扩大1.2个百分点。牛肉、羊肉、鸡肉、鸭肉和鸡蛋价格同比涨幅在7.3%至20.4%之间,均不同程度回落。猪肉价格同比上涨97.0%,涨幅回落13.2个百分点。

12月份,非食品价格同比上涨1.3%。其中,医疗保健、教育文化和娱乐、衣着价格分别上涨2.1%、1.8%和0.8%,交通和通信价格下降1.7%。

从环比看,12月份,CPI环比由上月上涨0.4%转为持平。其中,食品价格由上月上涨1.8%转为下降0.4%,影响CPI下降约0.08个百分点。

在食品中,随着生猪生产出现积极变化,中央和地方储备猪肉陆续投放,进



资料图片

口量有所增加,猪肉供给紧张状况进一步缓解,价格由上月环比上涨3.8%转为下降5.6%,影响CPI下降约0.27个百分点。在猪肉价格下降的影响下,中肉和羊肉价格环比涨幅分别由2.8%和1.3%回落至0.1%和0.2%,鸡肉和鸭肉价格分别由上涨4.3%和3.6%转为下降4.9%和1.9%。鸡蛋供应充足,价格下降5.9%,降幅扩大4.8个百分点。

在非食品中,受调价影响,液化石油气价格环比上涨4.0%,汽油和柴油价格均环比上涨1.4%。

“推动物价上涨的主要原因是猪肉价格上涨,2019年下半年猪肉价格快速上涨,导致CPI新涨价因素持续走高,推动CPI处于较高水平。”交通银行金融研究中心高级研究员刘学智说。

在PPI方面,12月份PPI同比下降0.5%,降幅比上月收窄0.9个百分点。其中,生产资料价格下降1.2%,降幅收窄1.3个百分点;生活资料价格上涨1.3%,涨幅回落0.3个百分点。从环比看,PPI由上月下降0.1%转为持平,其中,生产资料价格由上月下降0.2%转为持平;生活资料价格由上月0.3%转为下降0.2%。

## 猪肉供给有保障

从2019年各月份CPI看,食品价格结构性上涨,特别是猪肉价格明显上涨,是影响CPI同比涨幅扩大的重要因素。

2019年以来,受非洲猪瘟疫情影响,猪肉市场供应略有偏紧,导致价格稳步上涨。为保障猪肉市场供应,中央到地方出台了稳定生猪生产和猪肉市场保供稳价措施。

据介绍,根据中央决策部署,国家发展改革委、农业农村部等部门联合印发出台了一系列生猪稳产保供政策措施。

例如,调整绿色通道政策,继续实施贷款贴息,缩短非洲猪瘟扑杀补助发放时间等。其中,冻猪肉储备是国家做好猪肉市场保供稳价工作的主要抓手之一。2019年3月份,中央冻猪肉储备收储工作启动,地方收储同时开展。一定规模的冻猪肉储备,为开展猪肉市场保供稳价工作奠定了坚实基础。

2019年中秋国庆期间,中央分3批合计投放3万吨中央储备,部分地方也组织了投放。在春节即将来临之际,不久前中央又组织投放5批中央储备,合计约13万吨。全国大多数省份及主要城市也结合当地市场形势,联动进行了投放。

通过上下联动密集投放冻猪肉储备,增加了猪肉市场供应,有效稳定了市场预期,维持了猪肉市场价格相对平稳运行。最近一个多月来,36个大中城市超市集贸市场猪肉(精瘦肉)平均零售价格保持平稳。

“要做好后期猪肉市场保供稳价工作,不论是生猪主产区还是主销区,冻猪肉储备都是不可或缺的可靠抓手。投放方面,主要针对消费旺季且价格居高难下时投放,可以增加市场预期,稳定市场预期,促进价格平稳运行。”国家发展改革委有关负责人表示,今后一段时间,将继续组织投放冻猪肉储备,努力保障城乡居民基本消费需求。

记者了解到,为进一步确保猪肉市场供应,有关部门还进一步指导产销衔接,扩大猪肉进口,并积极增加生活必需

品特别是猪肉及牛羊肉、禽肉、鸡蛋、水产品等替代品供应,强化市场价格监管,严防供需之外人为涨价。

## 物价有望保持平稳运行

随着2019年物价调控目标完成,消费者更加关心2020年物价走势如何?

“从基本看,当前中国经济新旧动能转换明显提速,国内市场韧性与活力进一步增强,经济在更高层次与更高水平上实现供求动态平衡,这是物价总水平保持平稳运行的关键因素。国内工农业生产平稳,市场供应充足,主要粮食增收,苹果、梨等水果丰产,蔬菜供应能力持续增强,虽然生猪出栏规模有所下降,但肉类蛋白总体供应稳定,物价不存在全面上涨的基础。”中国宏观经济研究院市场与价格研究所研究员郭丽岩说。

郭丽岩表示,当前猪肉储备投放保持相当力度和节奏,肉类进口到岸加快,市场流通供应渠道全面畅通,已打出高效且有效的组合拳,12月份猪肉价格由环比上涨转为下跌,这是多措并举加大保供稳价力度后取得的积极成果。随着一系列工作成效持续显现,2020年内肉类对CPI新涨价支撑力将明显削弱。综合来看,2020年CPI同比涨幅或略高于2019年,但剔除能源和能源的核心CPI将保持中低运行水平。

光大银行金融市场部分析师周茂华认为,当前生猪恢复供应的势头强劲,各地猪肉价格稳中趋降。考虑到翘尾效应,2020年CPI的高点或在一季度,但随着生猪价格回落,CPI同比涨幅也将逐步回落。

有关部门表示,将继续加强市场预期分析、趋势研判和预测预警,引导企业进一步“扩进口,持续加强产销衔接和市场监测,保障猪肉市场稳定运行,为物价的平稳运行提供可靠保障。

从PPI看,郭丽岩分析说,现阶段供给侧结构性改革已进入巩固和建立长效机制的阶段,前期量化去产能、环保限产等加速供给收缩而导致的涨价效应已基本释放完毕,加之受国际大宗工业品价格整体波动下行的影响,预计明年后上游工业原材料价格仍将处在低位徘徊。

“当前逆周期调节政策正在加力提效,对于提振基建尤其是新型基建、稳定市场主体投资与居民消费预期都起到了积极作用,下游工业需求和建设需求区域性回暖,建材及部分工业品价格出现阶段性上涨,预计2020年PPI将呈现小幅回升态势,总体上仍将保持平稳。”郭丽岩说。

刘学智表示,2020年是全面建成小康社会的决胜之年,宏观政策将以稳为主,在扩需求、稳增长、稳就业上发挥更大作用,确保经济运行在合理区间。

据新华社

## 行业集中度提升 房企业绩分化趋势凸显

近日,多家房企公布2019年全年业绩情况。2019年,房地产行业保持平稳,全国商品房销售总额平稳增长,千亿军团持续扩容,行业集中度加速提升。

日前,龙光集团、时代中国、中骏集团、旭辉控股、中梁控股等企业公布2019年全年销售业绩。其中,旭辉完成合同销售额约2006.0亿元,同比增长32%;中梁控股实现销售金额约1525亿元,同比增长50.25%;中梁、龙光等企业全年销售额也接近千亿规模。

中国指数研究院监测统计显示,2019年,共有36家房企销售额突破千亿规模,较2018年增加6家,销售额同比增长速均值为24.7%,其中,销售额Top10平均增速为17.9%,规模均值为4559.1亿元。

中指院方面分析认为,2019年房企业绩能够实现整体平稳增长,得益于千亿房企加大营销力度刺激需求释放。这部分企业通过延长促销周期,加大折扣力度等方式吸引顾客,并通过多盘联动提升营销影响力。此外,部分房企进行跨界合作提升营销效能,通过与电商、游戏等合作增加客群覆盖面,提升产品销售额。

未来,房地产市场保持调控常态化、分化常态化趋势,中长期行业发展空间尚存,行业竞争格局仍未稳固,千亿成为房企新的分水岭,千亿阵营也将持续分化成长。”中指院相关分析人士指出。

从2019年全年销售业绩来看,龙头房企当中,碧桂园、万科、恒大、融创保持领先,全口径销售额均突破5500亿元规模。根据克而瑞地产研究中心数据,其中,碧桂园以7715.3亿元累计销售金额位居榜首,业绩规模较2018年同期增长5.9%;恒大也达成了6000亿元全年销售目标。

2019年,房企之间收购频发。在经济环境仍面临外部不确定性以及行业增速趋缓、整体去化承压的背景下,龙头房企稳中求进,品牌效应和规模优势持续凸显。克而瑞地产研究中心相关分析人士指出,“预计2020年,房地产行业整体规模将持续稳中有升的态势。行业竞争加剧下,百强房企内部的分化格局也将进一步持续。”

克而瑞方面分析指出,“未来销售操盘口径和权益口径将更能反映企业自身的营销、运营及投资能力。同时,在市场化去化承压的背景下,企业的发展重心逐渐由‘增量角逐’转向‘提质增效’,未来业绩规模的增长不能简单依赖于供货量的加大,企业战略布局等综合能力的提升将是房企未来工作的重中之重。”

据《经济参考报》

## 用制度为“居有所安”护航

住房和城乡建设、发展改革、公安、市场监管、金融监管、网信等部门形成合力,进一步织密监管网络,才能让更多的安居梦想照进现实,不断提升人们的获得感、幸福感和安全感。

住有所居,居有所安。居住问题关乎人民福祉,关系经济社会发展,既是民生问题也是发展问题。不久前,住房和城乡建设部等6部门印发《关于整顿规范住房租赁市场秩序的意见》,多措并举规范住房租赁市场主体经营行为,保障住房租赁各方特别是承租人的合法权益。这一意见,让租房群体权益保障制度化、常态化,回应了广大人民群众的“住得好”“住得好的美好生活需要。”

近年来,数量庞大的流动人口持续抬升着对住房租赁的需求。群众的需求就是政府努力的方向,从住建部提出租购并举的住房制度,推动住房租赁规模化 and 专业化发展,到党的十九大报告明确“房子是用来住的,不是用来炒的”定位,再到各级政府部门相继出台培育、发展、规范住房租赁市场的相关举措,政府大力支持住房租赁市场的发展。正是在这样的背景下,住房租赁市场春江水暖,机构品牌大量涌现,成为银行、产业资本以及开发商等竞相追逐的“风口”。

发展的过程,也是不断解决问题的过程。正如《意见》指出的,一方面,我国住房租赁市场快速发展,为解决新市民住房问题发挥了重要作用。另一方面,住房租赁市场秩序混乱,房地产经纪机构、住房租赁企业和网络信息平台发布虚假信息、恶意克扣押金租金、违规使用住房租赁资金、强制驱赶承租人和违法违规问题突出,使住房租赁群众合法权益受损,影响社会和谐稳定。因此,在加大住房租赁供给的同时保障市场“池水纯净”,成为广大租客的迫切期待。

为规范住房租赁市场秩序,住建部以问题、目标和结果为导向,不断加大对外地租房市场开发企业和中介机构查处曝光的力度。尤其是2019年6月以来,住建部在全国范围内开展整治住房租赁中介机构乱象工作,并取得了初步成效。2019年6月1日至10月15日,31个省(区、市)共排查住房租赁中介机构2714家,查处违法违规住房租赁中介机构1853家,通报曝光违法违规典型案例217起,有力打击了住房租赁市场违法违规行为,成效显著,充分显示出党和政府整顿住房租赁市场的决心,保障人民安居乐业。

治标更要治本,促进住房租赁市场健全和完善,不仅要解决问题,更要建立机制,将“当政”和“长立”结合起来。由此而言,《意见》吸收了专项整治的好经验好做法,对住房租赁服务提供市场主体、网络平台、监管部门、地方政府的责任进行了明确,对房源质量、房源质量、合同规范、服务费用收取、动态监管、金融管控等多方面提供了指导性意见,为住房租赁市场的健全提供了制度保障,不仅有利于巩固阶段性整治成果,也将促进住房租赁市场主体行为的规范和良好市场秩序的建立。

住房租赁市场建设和完善是一项长期性、系统性工程。城市政府对整顿规范住房租赁市场秩序主体责任,住房和城乡建设、发展改革、公安、市场监管、金融监管、网信等部门形成合力,进一步织密监管网络,才能让更多的安居梦想照进现实,不断提升人们的获得感、幸福感和安全感。

据新华社

## 财经现场

CAIJINGXIANCHANG

## 黄金珠宝首饰消费乏力 北京有门店5000元已算大单

刚刚过去的2019年,对于黄金珠宝行业来说是非常重要,具有特殊意义的一年。业内有声音称,从2019年披露的相关上市公司数据,和国家统计局关于黄金珠宝消费的数据来看,行业形势并不乐观,行业转型进入攻坚期。

“从整体销售情况来看,我负责的几家门店销售额合计下降了30%。”近日,在北京负责六家门店运营的某黄金品牌运营经理对记者表示,“行业颓势之下,我们给消费者群体画像,画完之后发现,80后对黄金珠宝的消费欲望并不高,在中低端消费产品中,70后买家倾向于单价较高的黄金产品,90后偏向于彩金等设计时尚的低端产品。”

“以前门店卖出1万元的单算是大单,现在5000元就算是大单了。”该运营经理向记者直言,总体来看,已经有加盟商感觉生意够“打平”就不不错了,不亏不赚就算是赚了。

## 保值性黄金产品卖得快

“去年以来,普通消费型黄金产品的确卖不动了,人们眼光变得挑剔了,而且消费水平也没以前高了。”北京某市百货黄金品牌销售柜台销售人员对记者表示,由于市场环境变化,2019年投资型黄金销量明显好于配型黄金,很多设计普通、保值性不高的黄金饰品,虽然价格要更

加优惠,但销量并不好。

在记者去年年中曾到过的北京某市百货现场,虽然不是周末,但店内的购物顾客依然比去年年中时候要多了很多。上述销售人员表示,近两个月来,黄金的价格都在小幅上涨中,消费者涨不买跌的心理促使很多人购买黄金消费品,而春节前又是黄金珠宝传统的消费旺季,所以今年顾客感觉比往年有增无减。

黄金销售区域的人流显得更加密集,尤其是实心黄金饰品的消费者驻足数量更多,有一位正在挑选首饰的消费者告诉记者,她关注到近期金价上涨,朋友也推荐买一些黄金饰品作为投资,但不愿意购买金条,于是退而求其次选择购买克重更大,保值性更高的实心黄金。

“年底有些闲钱,想买一些黄金饰品,一方面当长期投资,一方面也是喜欢戴。”该消费者说。

不过某黄金饰品品牌销售人员表示,整体上看,“现在消费者对黄金珠宝已经越来越理性了,投资型的珠宝和日常佩戴的珠宝区分也越来越清晰。”

对此,私募基金经理夏风对记者表示,虽然2019年是黄金消费大年,但和一般认知不同,黄金饰品消费和金价不完全成正比,甚至呈负相关,历史上多次出现金价上涨,饰品消费量减少的情况,这是因为金价上涨后对消费有一定抑制作用。

用。

## 珠宝首饰销售承压

值得一提的是,记者在珠宝首饰销售区多家柜台的走访后,印证了夏风观点。

记者发现,在珠宝区域选购的人群并不多,年龄也更年轻化,大多数珠宝柜台将耀眼的贵重珠宝作为重要展示品,有店员告诉记者,曾经被钻成占据的大半柜台,现在被更多的造型新颖、精巧的配饰取代了。

此外,某品牌钻戒门店负责人对记者表示,去年以来,钻戒订单以一克拉及以下的钻石为主,消费者对更贵重的钻石品类并不感冒,商家还会

同时免费提供戒托和各种礼品进行促销。

在位于崇文门商圈的新世界百货商场中,记者发现在以主打珠宝设计款式新颖的某黄金珠宝品牌销售柜台旁,有一些消费者在挑选产品。但销售人员告诉记者,“现在的年轻人对于大颗钻戒并不感冒,反而喜欢小巧精致的饰品型珠宝,它们的价格并不高,同时还能够适应多种场合。”该销售人员进一步称。

对此,夏风分析认为,就珠宝行业而言,婚庆是主要的需要场景,去年结婚登记人口大幅下降,行业影响呈现负面,同时整体经济环境也对珠宝行业造成一定程度拖累。

据《证券日报》

