

日本早在二十多年前就開始鼓勵生育，韓國和中國台灣地區也在十多年前就開始鼓勵生育。但到目前為止，這些國家和地區仍然掉入低生育率陷阱。當然，如果不鼓勵生育，這些國家和地區的生育率會比現在更低。無論是人口普查還是人口抽樣調查，都顯示中國已掉入低生育率陷阱，全面放開和鼓勵生育已經迫在眉睫。

取消生育限制迫在眉睫



▲應對低生育率危機，分析建議全面放開生育並減輕養育家庭負擔。

中新社

人口經濟學



梁建章

近日，一些東亞國家和地區相繼公布了上一年的出生人口數據：

日本2020年的出生人口為84.8萬人，與2019年相比減少1.7萬人，降至1899年有該項統計以來的歷史最低。韓國2020年新出生人口數為27萬餘人，同期死亡人口數為30萬餘人，死亡人口數超過新生人口數，韓國首次出現人口負增長。中國台灣地區2020年新出生人口數為16萬5249人，創歷年最低，死亡人口數為17萬3156人，首度出現負增長。

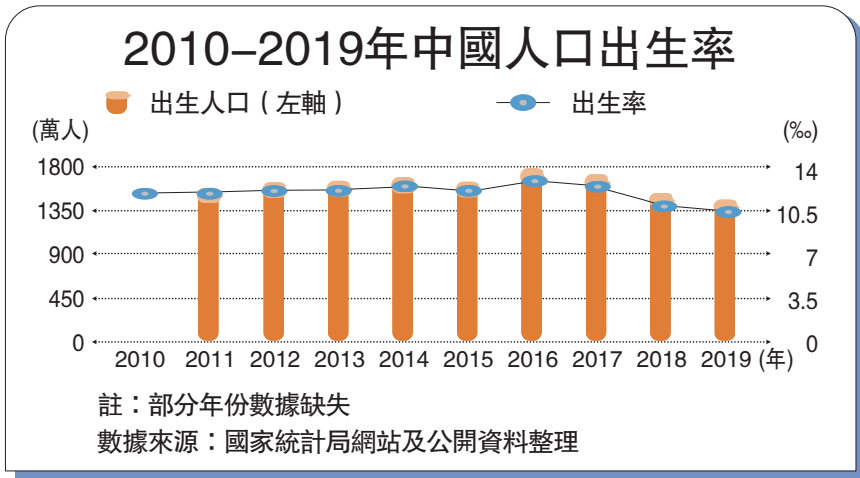
為了扭轉低生育率趨勢，日本和韓國相繼加大了鼓勵生育的力度。據2021年1月7日人民網報道，日本東京都政府日前決定，從新的一年開始，將在國家提供的42萬日圓（約合人民幣2.6814萬元）生育補助金的基礎上，再獨自追加提供一份生育補貼。預計將會給每名新生兒提供10萬日圓（約合人民幣6384元）的補貼，以電子優惠券的形式發放。

韓國政府最近也敲定了「第四次低生育率和老齡化社會基本計劃」。根據這項計劃，韓國政府將從2022年起，向0至1歲嬰兒的家庭每月提供30萬韓圓（約合人民幣1800元）的育兒補助，並在2025年逐步上調至50萬韓圓。此外，韓國政府還將一次性發放200萬韓圓的生育補貼。新政還推出了「3+3育兒假」制度，即父母雙方都為未滿十二個月子女申請三個月育兒假，每人每月最高可獲300萬韓圓的育兒津貼，以此鼓勵「夫妻雙方共同育兒」。

一、中國出生率創新低

日本、韓國和中國台灣地區2020年出生人口都創下新低，中國內地如何呢？到目前為止，內地尚未公布2020年出生人口數據，國家衛健委也尚未公布2020年任何一個時期的全國出生人口數據。根據國家統計局網站發布的預告，2021年1月18日國家統計局將舉行國民經濟運行情況新聞發布會，通常這種發布會也會公布上一年的出生人口數據。比如，國家統計局在2020年1月17日舉行的國民經濟運行情況新聞發布會上，公布了2019年的出生人口。不過，2020年是全國人口普查年，所以2020年的出生人口數據也有可能推遲公布。

2017年至2019年，中國出生人口已經三連降。不論2020年中國出生人口數據何時公布，中國出生人口四連降已經毫無懸念，這可以從國內一些地區已公布的2020年前幾月份的出生人口數據得到佐證：2020年上半年，浙江省寧波市戶籍出生人口同比下降19.24%；2020年1-7月份，安徽省黃山市出生人口同比減少16.88%；2020年上半年，山東省濰



坊市出生人口同比下降25.8%。

可以看出，上述地級市的出生人口比上年同期減少16.88%至25.8%之間。儘管我們不能將上述地區非全年的降幅推演為全國的全年降幅，但2020年全國出生人口比上一年有較大幅度下降已經沒有懸念。

根據國家統計局數據，2019年中國的出生率僅為10.48%，而國家統計局公布的1949年到2018年的出生率最低值是2010年11.9%。在1990年以前，出生率最低也有17.2%，在1957年之前更是從未低過30%，沒有理由認為1949年之前的中國近代生育率會低於15%，更不用說2019年的10.48%，可以說，2019年中國出生率跌至有紀錄以來的歷史最低點。而2020年中國出生率將創下新低。由此可見，出生率沒有最低，只有更低。

二、嚴重拖累經濟發展

如果不大力鼓勵生育，中國的出生率和生育率在未來十年將繼續下降。目前22歲到35歲的女性是生育主力。在2020年，這個育齡高峰年齡段對應的是1985到1998年出生的女性。在未來十年，處於22歲到35歲育齡高峰年齡段的女性將銳減30%以上，這也為近年結婚人數的快速減少及一孩數量的不斷下滑所印證。

近年來中國的生育率，如果扣除二孩生育堆積，自然生育率僅為1.1左右。按這種生育率，出生人口將以每三十年減半的速度持續性萎縮，這種坍塌似的人口趨勢不只是將對中國未來的發展釜底抽薪，還會從根本上危及中華文明的薪火相傳。

對於習慣於把人口負擔的人來說，人口減少是求之不得的好事。有人認為，降低生育率會促進經濟發展。但實證研究的結論正好相反，生育率更低的地區，其人均國內生產總值（GDP）的長期增長率反而更低。比如，從1980年到2019年，東北佔全國人口比例從9.01%降至7.71%；而東北人均GDP則從1980年的比全國高39%，變為2019年的比全國低34.1%。也就是說，人口相對減少了，人均GDP卻更低了。

儘管經濟放緩、貧富差距、環境污染、新冠疫情等問題在短期內更引

人注目，但長期來看人口坍塌卻是遠比所有這些問題加起來都更嚴重的危機。過去四十年來，雖然經歷各種挫折和不時出現的中國崩潰論，中國經濟社會始終能快速發展，這背後的基本驅動力，正是被改革開放所釋放的相對年輕，特別是數量眾多的人口所蘊含的巨大潛力。但如果無法大幅提升生育率，那麼長期來看，人口坍塌將會對經濟社會產生巨大的下行慣性，導致整個國力乃至中華文明的全面衰退。

生育意願低迷的一個重要原因是養育成本太高。這種昂貴的養育模式與少子化形成互為因果的惡性循環。也就是說，生育率越低，家庭平均孩子越少，每個孩子的平均養育成本越高，這樣一般家庭越不敢多生孩子，反過來又導致更低生育率。除了需要承擔高昂的直接經濟成本，父母還面臨越來越嚴重的看護困難。相對於其他國家，中國的託兒機構普遍稀缺。可以說，在中國養育小孩的痛苦指數可能是全世界最高的。

目前，生育率低於更替水平的國家和地區，鼓勵生育是常態。對生育家庭的經濟獎勵，往往是累進制，特別是獎勵第三個及以上的孩子，金額可讓新生兒父母維持體面的生活，產假和育兒假甚至長達一年半，而僱主也被要求對育兒母親甚至父親提供再就業保障和育兒便利。很多國家和地區特別注重規劃託兒和育兒的設施和服務，確保義務教育，為家庭解除養育的後顧之憂。在這些措施下，西歐國家和俄羅斯的生育率近年都略有回升，但迄今還沒有將生育率提升到更替水平的先例。相比而言，中國家庭的生育意願全球墊底，甚至只生一個孩子當成默認選擇。要應對低生育率危機，全面放開生育並通過減輕養育家庭負擔來大力鼓勵生育刻不容緩。

不久前，中國民政部部長李紀恆撰文表示，目前受多方影響，中國適齡人口生育意願偏低，總和生育率已跌破警戒線，人口發展進入關鍵轉折期。我們認為，新近公布的「十四五」規劃建議提出的增強生育政策包容性，預示着取消生育限制，全面放開生育；而降低生育養育成本預示着鼓勵生育。我們期待「十四五」規劃建議的人口政策改革的具體措施早日出台並得到落實。

國產品牌的致遠之路

實話世經



程實

工銀國際首席經濟學家、董事總經理

「忽如一夜春風來，千樹萬樹梨花開。」國貨往往被打上民族自信或者新生代「實用主義」的標籤，但情懷只是表面，究其根本，新國貨的崛起是數字改造經濟系統的伴生現象。上世紀90年代，中國人均國內生產總值（GDP）不足1000美元，國產企業找準方向以低價策略攻佔國內家電市場。如今人均GDP邁過10000美元的台階，低價已無法繼續驅動市場份額的增長，而數字經濟卻推動國貨從生產和銷售兩個維度重獲新生。

「雙循環」新格局之下，中國企業有望從三大途徑同步加快產業升級步伐。在這一場大變革中，「科創頭雁」、「國貨潮牌」和「隱形冠軍」三類中資企業有望實現長趨勢崛起，逐步兌現內外變局所賦予的時代紅利。

從生產維度，新國貨的重要內涵是「品質升級」，生產者有動力提升產品質量。互聯網普及前，微觀經濟學中的「檸檬市場」很好的刻畫了國產品牌的窘境。九十年代後，伴隨中國經濟增長與居民收入提升，國產品牌卻仍長期停留在「質差價廉」的固有印象之中。其根源在於市場信息不對稱，商品質量不容易驗證，致使消費者不願意為不透明的市場支付高價，形成劣幣驅逐良幣的局面。而當時的進口品牌已經深諳市場經濟法則，借助優質售後、高價廣告等手段發送信號，使其區別於劣質商品，成為國人一時熱捧的對象，由此獲得品牌溢價。

邁入數字化時代，平台型數字經濟的問世另闢蹊徑，通過用戶評價與直播等方式真實客觀地反映產品質量，從而以零社會成本區分劣質與優質產品。由於產品本身成為最優信號，企業不再需要額外發送信號來證明自己，「檸檬市場」問題從而大幅緩解，激發企業專注於產品研發與設計，以優質產品賺取高利潤。

從銷售維度，新國貨的驅動引擎是「需求迭變」，消費者願為高性價比買單。數字經濟大時代，傳統信號的作用大幅削弱，因此捨棄昂貴的廣告費用和高檔的商舖租位，消費者對產品的認知並不發生本質改變。

相比之下，國產品牌借助低成本的數字化營銷方式，卻能收穫不輸傳統品牌打造的意外實效。企業以優質產品為主線，搭建公域和私域的流量全景生態

獲取精準的用戶畫像，實時洞察消費者喜好進行產品迭代，借助算法以「裂變式」傳播直達潛在的目標受眾。由此，在信息日益透明的國內市場中，國產品牌能夠憑藉更充分的信息優勢，將維護品牌溢價的成本讓利消費者，提供一種價美物廉的新選擇。

品牌溢價成為過去時，構築新護城河需回歸產品本源。在數字經濟大時代中，信息傳遞不斷提速，倘若未來區塊鏈技術再得到應用和發展，信息不對稱將降至最低，擁有優質產品和技術的品牌成長路徑將大幅縮短，百年老店也可能被新生一族迅速超越。疫情新世界中，國內國外雙循環格局正在形成，大量代工廠出口轉內銷，雖有電商助力打通銷售環節，但自主研發能力的匱乏仍然是制約其長期發展的因素。這也將促成國產品牌的歷史性機遇，通過招攬製造工藝領先的代工廠，釋放自身技術研發的潛能，實現市場份額的進一步提升。

產業升級三條路徑

隨着國內價值鏈從單一環節拓展為完整鏈條，並帶動內外價值鏈結構的重塑，中國企業的競爭策略，有望從面向存量競爭的、以量取勝的「抱團取暖」，轉向面向升維競爭的、以質取勝的「築鏈共進」。具體而言，在「雙循環」格局下，以內外價值鏈為脈絡，未來中國產業升級將有望從三個層面展開：

一是單環式升級。通過技術革新、工藝改進等途徑，推動加工製造環節的生產效率提升，這主要將通過深耕專業領域的製造業「隱形冠軍」來實現。二是階梯式升級。即沿着現有產品的價值鏈條，從加工製造環節向研發設計、品牌營銷環節延伸，從而完成從低附加值、低利潤向高附加值、高利潤的進化，這主要通過「科創頭雁」和「國貨潮牌」型企業完成。三是全鏈式升級。由於「研發設計（科創頭雁）→品牌營銷（國貨潮牌）→加工製造（隱形冠軍）」的國內鏈條被打通，因此一旦「科創頭雁」實現重大技術突破，就將帶動整個國內價值鏈從舊產品躍遷至新產品，同步推進所有環節的升級。

展望未來，隨着新一輪科技革命和人類社會數字時代的到來，全鏈式升級機遇將更多地湧現。以國內價值鏈「築鏈共進」，夯實單環式升級、階梯式升級的基本功，搶抓全鏈式升級的新機遇，料將進一步拓寬中國經濟產業升級的致遠之路。

按揭壓力測試應放寬

樓市智庫



陳永傑

中原亞太區副主席兼住宅部總裁

美國需要繼續量化寬鬆，證明美國經濟是腳步浮浮，歐洲及其他西方國家情況相似，所以減息及量寬去挽救全球經濟，應未見盡頭。儘管新冠肺炎疫苗經已陸續使用，但香港經濟尚未站穩陣腳。本港樓市為經濟提供動力，卻並不足夠，政府宜減辣穩定樓市，例如將按揭壓力測試在按揭利率加3厘的政策，予以取消。

現時向銀行申請按揭，需於按揭利率之上加3厘，以測試申請者面對加息時還款能力是否足夠。惟目前各國均以減息或息來振興經濟，甚至再配以巨額量寬，反映世界經濟不穩固。最好將按揭息率加3厘的壓力測試取消，因為以目前全球經濟環境來看，這個政策不切實際，未來三年加息機會甚低。現在仍採取壓力測試，只會令置業人士「上車」難度增加，不合時宜，窒礙實力不錯的買家置業，降低香港的經濟動力。

助民上車 穩定樓市

筆者明白政府有需要做好銀行體系風險管理，但在新冠肺炎之下，全球經濟與加息距離遙不可及，料美國會推出更多紓困法案，屬於變相量寬，又是用印紙銀解決問題。美國去年3月經已祭起無限寬量招式，現在仍有意再推紓困措施之外，美國總統特朗普簽署1.4萬億美元元政府開支法案。各式各樣的量寬措施推行正好反映美國經濟不穩，在減息至近零息之時還要持續量寬。假如美國經濟反彈無力，全球量寬再加碼不



▲業界籲放棄按揭息率3厘的壓力測試，助市民更易上車。資料圖片

足為奇。

歐洲方面，英國有序脫歐，但與歐盟一樣經濟前路不明。負利率的歐盟量寬未止，英國在量寬之後有可能考慮將現有利率0.1%下調至負利率，日本及澳洲亦要維持量寬。

全球經濟大氣候是減息、低息以至負利率及量寬，與加息截然沾不上邊。香港的銀行按揭壓力測試，仍是按揭息率加3厘，與實際經濟情況背道而馳。香港經濟許多個行業都紛紛倒下，只有住宅樓市尚能苦苦支撐。假如私樓市場因壓力測試導致後勁不繼，香港經濟可謂全面倒下，最後城堡也失守，香港境況堪虞。

放棄加息3厘的壓力測試，以助市民更容易上車，解決社會矛盾，又不與市場脫節。