

美歐增長料放緩

——2019年全球經濟格局展望(上)



歐央行貨幣政策收緊造成的流動性衝擊，仍可能使今年歐元區經濟基本

寰球
視野

步入2019年，全球經濟增長呈現全新格局：世界先進經濟體增長同步放緩，而新興市場經濟體將成為世界經濟增長的新亮點。

中銀香港首席經濟學家 鄂志寰、分析員 劉雅瑩

全球主要央行將繼續調整其貨幣政策，全球流動性可能出現進一步收縮。金融條件的收緊及內外部因素將導致2019年先進經濟體經濟增速降至2%上下。相反，2019年美聯儲加息預期降溫和美元的相對回軟，使新興市場面臨的外部壓力有所緩解，新興市場可能出現良好增長勢頭。根據世界銀行預測，2019年新興市場經濟增速有望與2018年的4.2%持平，2020年則有機會升至4.5%。

一、世界主要經濟體增長同步放緩

2019年，美國和歐元區經濟將出現不同程度放緩。世界銀行日前預測，美國和歐元區經濟增速分別從2018年的2.9%和1.9%放緩至2.5%和1.6%，其中美國經濟增長或將於2020年顯著跌至1.7%。日本經濟增速雖較2018年小幅上升一個百分點至0.9%，但經濟增長維持疲弱，且未來兩年經濟增速持續下滑。

1、投資放緩和財政政策的不確定性對美國經濟造成壓力

進入2019年以來，美國國債收益率快速下行，反映出市場對美國經濟增長放緩的普遍預期。美國經濟的下行風險亦使得近期美聯儲明顯趨鴿，進一步強調對加息保持耐心。2018年10月，IMF（國際貨幣基金組織）將2019年美國經濟增速從此前期期的2.7%下調至2.5%。事實上，美國近期的經濟數據亦差強人意。美國12月Markit製造業PMI終值53.8，跌至十五個月以來最低水平；ISM製造業指數亦下跌至54.1，為2008年以來最大跌幅。從細項看，2018年底美國製造業的產出和新訂單增長均跌至一年多來最低水平，反映出儘管美國製造業持續擴張，但擴張速度要較以往明顯放緩。相信美聯儲加息及縮表後金融條件的收緊和特朗普的貿易保護主義會繼續施壓美國的製造業投資。

另一方面，房地產市場需求不振，使2017年底以來美國的新屋和成屋銷量一路下滑，2018年美聯儲四次加息使樓

市面臨的壓力加大，房地產投資活動放緩進一步增添市場對美國經濟下行的擔憂。此外，美國長息回升和美國股市的下調風險，亦會在一定程度上制約國內消費。

財政政策的不確定性亦籠罩着美國經濟前景。中期選舉後民主黨重掌眾議院，將對特朗普政府的財政政策產生掣肘，並顯著降低進一步減稅和加大基建投資的可能性。值得注意的是，當前聯邦政府超過20萬億美元的巨大債務壓力將會壓縮美國在其他領域的支出，對經濟增長起到負面作用。因此，減稅和政府開支帶來的提振效應的淡出，會導致2019年美國經濟增速減緩。

除此之外，共和黨與民主黨在移民、邊境安全等問題上的爭鬥對經濟基本本面有不利影響，或會進一步惡化市場對美國經濟前景的預期。2018年12月21日，美國民主黨與美國總統特朗普就美墨邊境牆預算支出一事無法達成一致，導致美國聯邦政府進入停擺狀態。國際評級機構惠譽表示，若政府關門對財政政策造成更明顯的不穩定，將有機會影響美國的主權信用評級。穆迪則認為，如果政府關門持續，將使有關美國債務上限的談判複雜化。

2、三大因素或使2019年歐元區經濟回到相對疲弱的復甦舊態

第一、外需疲弱下的出口放緩將對貿易依存度極高的歐洲經濟造成打擊。貿易摩擦及外需轉弱均對歐洲出口的重要支柱——汽車產業造成打擊，外加法國「黃背心」抗議活動影響，歐元區新訂單增長幾近枯竭。

數據顯示，歐元區PMI新訂單和新出口訂單指數在2018年累計下跌11.9和11.3個百分點。12月歐洲製造業PMI創下三十四個月新低51.4，服務業和綜合PMI分別錄得51.4和51.3，均創四十九個月新低。同時，歐元區消費者和企業信心指數創十年來最大跌幅。在此背景下，淨出口對歐洲經濟的拉動作用下降。根據IMF2018年10月份的預測，2019年

歐元區經常帳戶餘額將降至2015年以來最低點4073億美元，佔GDP比重亦從2016年的高點3.6%回落至2.9%。

第二、歐洲央行在2018年12月的利率決議會議上確認退出QE（量化寬鬆），儘管歐洲央行12月會議紀要已將上調關鍵利率的預期時間推遲至2019年末，但歐央行貨幣政策收緊造成的流動性衝擊仍可能使2019年歐元區經濟基本本面進一步承壓。

第三、一系列政治問題為歐洲經濟前景帶來不確定性。默克爾卸任德國基民盟領導人增添了市場對德國政局不穩的憂慮；改革陣痛衝擊下法國內部混亂升級，法國總統馬克龍的民衆支持率跌至新低18%，福利支出增加或使法國的預算赤字率突破歐盟設置的3%警戒線；意大利政府債務高企，與歐盟圍繞預算目標的博弈有機會引致意大利主權信用危機；脫歐談判陷入僵局；歐洲議會選舉中民粹政治勢力或繼續增強，這一系列政治問題都將影響歐洲一體化進程，並為歐洲經濟前景增添不穩定因素。

3、結構性問題導致日本經濟復甦維持疲弱

在東京奧運會帶來設備投資增加和貨幣寬鬆刺激內需增長的支撐下，日本政府樂觀地認為日本經濟增速有望在2019年達到1.3%，但市場機構的調查則顯示投資者普遍預期2019年日本經濟增速只有0.7%至0.9%，經濟復甦維持疲弱。事實上，2019年日本經濟仍面臨多重風險。

首先，人口結構的惡化和勞動力的下降依然制約着日本的經濟增長。其次，市場認為日本政府於2019年10月推進行上調消費稅的概率超過50%，在國內居民工資增長緩慢的背景下，這或對日本個人消費造成壓力。再者，2019年日本經濟面臨的包括貿易保護主義抬頭、美聯儲加息、英國「脫歐」、新興市場債務問題凸顯等外部風險。避險因素導致的日圓升值，一定程度上亦會對日本出口及投資者信心形成打擊。

橫盤時代房企競爭 客戶滿意才是王道(下)

新城控股高級副總裁 歐陽捷



歐陽先聲

房企核心競爭力是人才？土地？資金？非也，這是房企的核心資源。那麼，核心競爭力是土地拓展、資金管理、營銷突破、成本核算？也不全是，這是企業的單項競爭力。未來市場將進入橫盤時代，投機客離場之後，自住型的首置客、改善客都是相對穩定的，需求是基本恆定的，誰能爭取更多的客戶，誰就能爭奪更多的市場份額。沒有客戶，房企就沒有未來。

失去了客戶，再多再好的人、地、錢，又有什麼用呢？再強的能力也將無用武之地。客戶資源已經成為房企的核心資源，贏得客戶的能力，才是橫盤時代房企最核心的綜合競爭力。

上接14日A13版 四、客戶關懷需穩預期、先態度

客戶關懷是極為必要的。畢竟，住房是大宗消費且以自住為主，大多客戶經歷反覆考察、多方比較、親朋認可，才會一擲千金，產品、服務、價格無不牽動着客戶的敏感神經，也影響着客戶的心理預期。房子從拿地到交付經過幾十個政府部門、上百個公章校驗、數千人現場施工、兩三年日日夜夜，而客戶早早就把錢交給房企，漠不關心是不可能的。

然而，現在的房子依然是手工業、半機械化作品，住宅工業化尚非主流，沒有瑕疵也是不可能的。瑕疵不是問題的關鍵，問題的關鍵是我們對待瑕疵和客戶投訴的態度，這些態度決定着客戶反應的行動方向。

和：絕大多數客戶更需要的是人性關懷，在遇到問題時解決方案很重要，但更重要的是解決問題時的態度，態度先於能力。如果客戶能夠得到無微不至的關懷、持續溫馨的互動，大事化小、小事化無也是可以期待的。在當今社會，對抗思維往往導致對手的逆向思維，最終一定會兩敗俱傷。這在近年來始終擺脫不了道德質疑的房地產行業尤為明顯，甚至許多標桿企業都不能幸免。避免對抗不僅是世界性趨勢，

低價招徠 新盤市場動起來

Q房網·香港董事總經理 陳坤興



樓語縱橫

踏入2019年，環球市況動盪。美國政府停擺的問題未解決，而英國硬脫歐的可能亦有增無減，市場不明朗因素時刻存在，相信2019年仍然是相對困難的一年。「不經一番寒徹骨、焉得梅花撲鼻香」，詩句借用梅花傲雪迎霜的性格，鼓勵人勇於面對挑戰困難，迎難而上，相信在充滿不明朗因素的2019年亦可以變得充實。

無可否認，對於一衆前線地產代理而言，2019年絕對是更加困難的一年。隨着外圍市況的不明朗，樓市整固期仍未結束，相信買家入市心態仍然傾向審慎，加上資助房屋的供應增加，或會令部分首期不足的準買家，繼續等候購買資助房屋的機會，而暫緩入市買私樓。不過，樓市永遠是充滿互動。面對着整固中的樓市，以至去年四季度開始樓市氣氛持續偏淡的情況下，發展商的新盤定價明顯較以往克制，近期不少推售的新盤，定價已貼近同區二手平均呎價，甚或個別定價以低於二手呎價作招徠，低價推盤或許已形成市場共識。

按Q房網香港數據研究中心的統計，整體新盤的平均呎價自去年四季度開始已出現顯著回落。按一

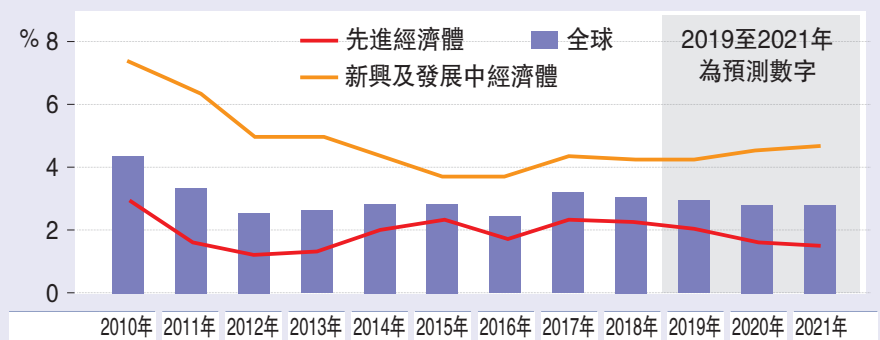
更是商業的基本邏輯——和為貴。千萬不要輕易用法律手段應對客戶投訴，要用同理心理解和化解絕大多數客戶投訴的無奈之舉。儘管企業處於表面上的強勢地位，專業嚴謹、資源豐富，訴諸法律的贏面很大，但即便贏了官司，毫無疑問也會輸掉口碑。因為，對抗強勢最有力的武器是弱勢的聯合體，這在道義上很容易獲得媒體和網民更廣泛的支持，再強勢的企業也會滑落被口誅筆伐、群起而攻之的深淵，最終被動應付、節節敗退、品牌折損。

容：古話說：「好事不出門，惡名傳千里」。在沒有任何媒體、完全依靠口碑傳播的時代，負面影響的穿透力已相當恐怖。現如今，網絡媒體與自媒體的矩陣式影響力足以顛覆社會認知、影響政策取捨、干擾企業運營。如何應對？對待媒體與自媒體當以心至誠、換位思考、有容乃大，心存感激、理性客觀、就事論事、大方得體。凡是自高自大、居高臨下、以硬碰硬、消極對待的，都必將導致輿情升級、口碑降級。

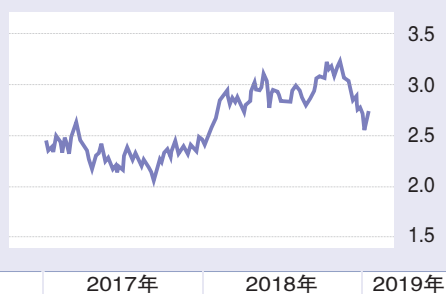
處理輿情的關鍵還在於真正解決客戶訴求，真做事與不作爲反映了對待客戶的不同態度，既決定了客戶預期變化，也決定着客戶與媒體的互動走勢。管理客戶預期需要真誠面對、因勢而變、因勢利導，切忌捂蓋子、掩耳盜鈴。比如，可以小範圍組織客戶工地開放日活動，發現問題及時整改，不要等到交付時質量問題大面積暴露，結果導致客戶投訴集中爆發，局面不可收拾。市場變化、房價下調是政策周期的必然結果，客戶的不滿是可以理解的，如果隨形勢變化而循序漸進，及時調整營銷說辭，引導、管理客戶預期，是可以通過常年的客戶關懷改善現實的客戶期望、降低對客戶滿意度的不良影響的。

客戶其實大都是極其善良的，包容客戶其實就是珍惜善良，尊重美德，愛惜戰略資源。借用一句台詞：「給點陽光就燦爛」，這告訴我們，關懷客戶可以溫暖人心、感動客戶。客戶滿意度不只是客服部門的專項業務，更應當是以客戶為導向的企業的全員職能。客戶滿意度的認知應當自上而下，如同企業文化一樣。只有形成全員共識，客戶滿意度才有可能真正落地，客戶價值才能得以提升、放大、戰略化，客戶資源才能成為公司最可寶貴的核心戰略資源。

全球經濟增長表現與預測



美國十年期債息



數據來源：世界銀行