

# 全美生产率降幅 达1960年以来最大值

2021年第三季度,全美劳动市场生产率出现下滑。尽管员工工资有所增长,工作时长增加,但劳动力产出的增长速度却有限。

CNN商业频道12月7日报道,在对一个月前公布的数据进行修正后,全美生产率的统计结果显示,生产率经季节性调整后下降了5.2%,比人们此前担心的还要糟糕。这是自1960年第二季度生产率下降6.1%以来最大的季度降幅。而此前公布的初步数据显示,

今年第三季度生产率降幅是1981年以来的最大降幅。

与此同时,第三季度的单位劳动力成本同比增长9.6%,反映出全美劳动力时薪增长了3%,但生产率下降了5.2%。

就业市场的快速复苏导致工作时间的增加,企业争相招聘员工则推高了工资。但劳动产量的增长却没有那么快。

经济学家警告说,不要对这一数据过度解读。第三季度,全美经

济不仅受到尚未完全复原的供应链的困扰,德尔塔(Delta)变体导致病例增加,也阻碍了经济复苏。因此,第三季度的经济活动实际上比第二季度有所放缓。

行为经济学(Action Economics)首席经济学家迈克·恩格伦德(Mike Englund)表示,尽管第三季度的生产率大幅下降,但预计今年的整体生产率仍将上升。他预计2021年的生产率将提高1.7%,并称这是“稳健的增长”。

倒卖泛滥

## 日本拟不再允许留学生免税购物

针对访日外国人的消费税免税制度,日本政府5日敲定方针,将把外国留学生等长期逗留者排除在免税对象之外。

中新网6日援引日本共同网的报道称,至今允许在入境半年内免税购物,但因为确认是否为对象人群的作业繁琐,且留学生倒卖免税品的行为泛滥,因此在2022年度税制修改时将调整该制度。

根据日本现行制度,长期逗留的留学生除了打工等的人之外,允许在入境半年内免税购物。免税店在销售时需确认留学生是否在打工,要花费许多人力,因此有意见要求改善。此外客入流向不认真确认的店铺,也有人对这种不公平表示不满。

日本国税厅去年4月采用了顾客信息电子化机制,发现许多留学生可疑的“爆买”现象。据称可能是大量购买免税品,以含消费税的价格倒卖赚取差价。

日本政府和执政党将通过修改税制来改善这种情况。具体做法是至今外汇法规定的只要是“非居住者”就可免税购物的条件,缩小为在留资格90天以内“短期逗留”的游客等。因新冠新变异病毒“奥密克戎毒株”的出现,无法预测何时重新接纳访日游客,但为迎接旅游需求的恢复期,将调整制度希望能有助于妥善运用。

值得一提的是,在众多国际留学目的地中,日本并不是大热门。

上海第一财经报道,根据日本学生支援机构(JASSO)的统计,截至2019年,日本国际学生人数已连续7年保持增长,达31.2万人,较上一年增长4.43%。2020年,国际学生人数相较2019年下降了10.4%,为27.9万人。日本的出国留学人数和接收的外国留学生数量均不及经合组织(OECD)的平均水平。

JASSO的数据还显示,亚洲学生占日本整体国际学生总人数的93.63%,其中又以中国留学生为主。即便是疫情下的2020年,中国留学生人数几近日本接收的国际学生人数的一半,达12.8万,中国已成为日本留学生第一大来源。紧随其后的是越南、尼泊尔、韩国等。

## 国际航空货运价再创新高 美中航线包机逾200万美元

每年的9月到年底,是航空货运的传统旺季,而近期,正值海外年底购物季,国际航空货运运力持续紧张,运价也再次创出历史新高。

综合大陆央视、上海第一财经5日报道,今年以来,由于海运运价飙升,且美国等国港口持续拥堵、船期不稳定,给全球供应链带来了不小的挑战。面对消费旺季的大量货物,即便目前空运运价已经创出历史新高,不少企业还是将原本要走海运的货物改成了空运运输。

靠近上海浦东国际机场的一个物流仓储区域,仓库内部货物几乎堆满了,仓库的三个出口都有叉车在繁忙作业。上海浦东机场周边某仓库员工倪凯华称,这个仓库有4000多平方米,加后面两个仓库差不多7000平方米左右,现在的货量占仓库面积70%左

右。据负责人介绍,每天上午是仓库的入库高峰期,近期经常有卡车排队卸货的情况。

美狮物流订舱业务经理王姿淳介绍,正常情况下客户从订舱到起飞只需要两三天,而目前周期则拉长至7到10天。王姿淳表示,等排期的包机客户量,和两个月前相比,大概增长2到3倍,目前每周大概有100吨左右等着排队。

有航空公司透露,目前国际货运运力持续紧张。多家航司今年货运量较去年有明显提升。

运价方面,近期主要航线运价也再次创出历史新高,以美中航线一架波音747为例,目前包机价格高达200多万美元。

据报道,美国玩具公司泰尔自10月以来,已经通过多达283架次的飞机将毛绒玩具产品从产地中国运来美国。包机的成本达

每架次200多万美元,而这些玩具在以往大多通过海运进行运输。

长江证券交通运输行业资深分析师赵超称,中美航线的航空货运价格已经创了历史极值,达到了13.62美元每千克,和2019年相比,同比涨了3至4倍,中欧航线的运价今年以来也持续上涨,相较于年初基本已经翻倍。

相比国际航运价格,国际海运价格涨幅更惊人。波罗的海航运交易所与Freightos推出的全球集装箱货运指数显示,截至今年9月,中国/东南亚-北美西海岸和中国/东南亚-北美东海岸的海运价格继续小幅上升,均突破2万美元大关;分别为20586美元/FEU(40英尺标准集装箱)和22173美元/FEU,与去年同期相比均同比上涨500%以上,去年同期价格都在3800多美元。

## 斥资近13亿美元 丰田将在北卡罗来纳州造电池厂

丰田汽车加快布局新能源汽车的步伐,斥资12.9亿美元在北卡罗来纳州建造一座新的电动汽车电池厂。

路透社报道,丰田汽车(Toyota Motor)于当地时间6日下午宣布,该公司将斥资12.9亿美元在北卡罗来纳州建造一座新的电动汽车电池厂,这将是该公司在美国的第一家大型电池厂。

此前丰田一直在燃料电池中下功夫,此次的北美建厂标志着这家日企汽车公司对电动化转型的决心。丰田公司预计,该工厂将于2025年投产,届时将会有四条生产线能够为20万辆全电动和插电式混合动力汽车生产电池。

丰田的目标是将工厂扩大到至少6条生产线,计划最终将电池

产量扩大到每年120万辆。同时,这所新工厂将创造约1750个新的就业机会,并将100%使用可再生能源来制造电池。

上海华尔街见闻报道,近几个月来,丰田加快了布局新能源汽车的步伐。丰田上周承诺,到2035年,准备在欧洲只销售零排放汽车,以符合欧盟今年年初提出的绿色协议措施。

丰田公司预计未来10年美国对其油电混合动力汽车的需求会更高。到2030年,混合动力汽车将占到其在美国销售汽车的一半多,零排放电动汽车和氢动力汽车的销量预计将占到15%。

除了北卡罗来纳州工厂之外,丰田在今年年初与松下建立了一个合资企业,新合资公司叫

Prime Planet Energy&Solutions(泰星能源解决方案有限公司),主要生产车用动力电池。

不过在丰田进军电动汽车市场之际,竞争对手为了在原材料或电池部件的供应链中保持领先地位,早已做出行动。例如,福特汽车公司和韩国SK创新公司在9月表示,它们将斥资114亿美元在田纳西州和肯塔基州建设一家电动汽车装配厂和三家电池厂。吉普车制造商Stellantis NV正计划与三星SDI Co.在美国建立一家电池厂。计划到2025年在全球范围内推出30款新电动汽车的通用汽车(General Motors Co.)已表示将与LG化学在俄亥俄州和田纳西州的工厂合作生产电池。



## 线上关店清仓

这家英国潮牌要和中国消费者说再见?

“你离潮人就差一件BOY LONDON”,作为英国潮流品牌,BOY LONDON大大的logo曾“晃荡”在中国潮男潮女的衣柜里。但最近BOY LONDON线上官方旗舰店突然宣布关店清仓,难道又一个品牌要退出中国市场?

“关店清仓、限时抛售,一件不留”

综合中新网、广州《21世纪经济报道》5日报道,展翅高飞的老鹰形象,配上大大的烫金Logo,混合着颓废反叛色彩的Boy London曾是红极一时的街头潮流品牌。

然而,近日,有消费者打开电商平台的BOY LONDON在华官方旗舰店,发现旗舰店里显示“关店清仓、限时抛售,一件不留”。在介绍页面,还提供了秒杀专区、三折专区、四折专区、五折专区。

店铺服务助手表示,2021年12月31日正式关店,后续仍正常享受退换货服务,并提示消费者部分商品库存很少。

为何会选择关店清仓?对此,店铺客服称,因“品牌业务策略调整”。

那线下是否会受到影响?BOY LONDON线下某门店工作人员称,没有接到关店通知,“我们跟线上不一样,也不知道怎么回事,但跟我们没关系,实体店正常营业。”

BOY LONDON店铺运营商上海梵金投资管理有限公司的以为工作人员则表示,“细节不太清楚”,之后电话处于无人接听状态。

曾在中国经历商标“争夺战”

虽然备受潮流人士喜爱,但很多人对BOY LONDON并不了解。

公开资料显示,BOY LONDON是1976年由Stephane Raynor创立的英国街头潮流服饰品牌,品牌成立之初就打上叛逆的标签,以一种颠覆性的理念挑战传统的服饰行业,大胆的图案、宽大的T-Shirt剪裁、鹰味十足的LOGO等都是其标志性特征。

但这样一个潮流品牌,在中国却长期陷入商标纷争中,很多人更是分不清BOY LONDON到底属于英国还是韩国。

据媒体报道,BOY LONDON母公司安格洛联营公司曾为拓展韩国市场,将BOY LONDON的商标转让给韩国宝

成公司,转让期为十年。后韩国宝成公司经营不善将商标转让给了韩国人金甲琪,未在转让期满后归还给安格洛联营公司。

天眼查App显示,2001年,金甲琪在中国申请注册“BOY及图”商标,开始扩展中国市场。其还在2013年设立宝爱贸易(青岛)有限公司,并陆续申请多个“BOY”、“BOY SPORTS”和鹰“图形”商标。安格洛联营公司早在1995年就在中国申请注册鹰“图形”和“BOY”商标,此后亦在多个分类申请注册“BOY”等商标。两方为此展开了持久的商标争夺战。

2018年1月,英国安格洛联营公司与中国品牌授权方上海梵金投资管理有限公司在上海召开BOY LONDON品牌新闻发布会,宣告BOY LONDON品牌商标维权成功。

当众人以为商标之争就此尘埃落定时,2020年,深圳安格洛实业有限公司又表示自己获得了英国安格洛联营公司的独家授权,还以侵害商标权为由向上海梵金投资管理有限公司提起诉讼,后又撤诉。

再“潮”的品牌也有“老”的一天

虽然BOY LONDON被誉为英国街牌鼻祖,但这些年的Supreme、OFF-WHITE等海外潮牌迭起,争相占领人们的衣柜。

潮流文化在中国兴起后,本土潮牌市场也迎来发展期,一方面,SANKUANZ、LOST GENERAL、BEASTER等中国国产潮牌崭露头角,另一方面,不少传统服饰品牌也开始推出自己的潮流系列。

“前有猛虎,后有追兵”,BOY LONDON的日子并不是那么好过,甚至成为不少人口中的“过气潮牌”。

此外,BOY LONDON还频频陷入质量争议。有消费者在商品评价里称“1000多元(人民币,下同)的羽绒服连100多元的质量都不如,穿了才两天就破了”。在黑猫投诉上,亦有多位消费者投诉商品存在质量问题。

值得一提的是,由于BOY LONDON的关店清仓活动,12月1日起,陆续有消费者投诉BOY LONDON旗舰店搞“双11”欺诈,较“双11”大幅降价。

这家成立45年的“老”潮牌,在中国消费者心里,或正丢掉最后的体面。