

 搜索 

学科重点

- ▲ 世界经济研究
- ▲ 中国国际地位报告
- ▲ 经济强国研究
- ▲ 新开放观研究

权威报告

- ◆ 国际组织
- ◆ 中国政府
- ◆ 各国政府
- ◆ 研究机构
- ◆ 专家报告

学科资源

- ▶ 科研成果
- ▶ 承担课题
- ▶ 学术活动
- ▶ 获奖情况

站点工具

- 联系我们
- 关于网站

《中国经济信息》: 2005全球产业大趋势

作者:一文 时间:2005-5-24 14:43:02 阅读:337

汽车业供过于求

全球汽车销售量2005年可望增加2.6%，尽管如此，全球汽车生产供过于求的情况并未改变，这将给汽车业的获利带来压力。

美国汽车市场供过于求的情况可能最严重，预料将引爆一场价格战。与此同时。美国三大车厂的市场份额将继续被欧亚车厂蚕食。此外，为了追求增长，全球各车厂将蜂拥进入中国市场，中国汽车生产量在2008年底可望达到400万辆以上。高油价虽然有助刺激市场对高效率汽车的需求，但强调省油与环保概念的汽车在2005年恐怕还难成气候。

石油业供需仍紧张

2004年油价急涨，全球有如惊弓之鸟，2005年形势可能会略有缓和，预料油价将在每桶38~45美元之间。这主要是因为中东形势趋缓，以及波斯湾产油国增产。预料在未来3年间，全球原油生产量平均每年将增加2.8%。

全球2005年对原油需求增长率将在3%左右，这可能远不及全球对电力与煤炭的需求。为了减轻对原油的依赖，预料有许多国家增加对煤炭的开发与需求。

尽管国际上一直在研究替代原油的能源技术，然而到目前为止，真正具有实用价值的可能只有液化天然气。预料2005年全球(尤其是亚洲与澳大利亚)对液化天然气的需求将会大增，增长率将达到10%。

零售业折扣策略预计全球零售业2005年将增长7.7%。此一增长水准远不及2004年表现，而销售减缓的情况主要集中在发达国家。也因为如此，可以预见大型零售业者会继续积极抢进新兴市场，尤其是东欧与亚洲国家。

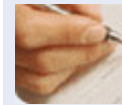
在零售业者中，折扣零售业者将继续领先，而全球最大零售业者沃尔玛的版图将进一步扩大。该公司目前计划把其2005年海外销售比重由2003年的



投稿注册

用户

密码



管理登陆

用户

密码



友情链接

- 中国社会科学院世界经济与政治研究所
- 复旦大学世界经济研究所
- 上海社会科学院欧洲研究中心
- 华师大商学院金融系
- 国研网
- 中国经济信息网
- 中国经济学教育科研网
- 中评网
- 北大中国经济研究中心
- 南开大学经济学院
- 上海对外贸易学院
- 上海WTO事务咨询中心
- 联合国贸发会议
- 世界银行
- 美国经济研究局
- 国际货币基金组织
- 亚洲开发银行

16%扩大到25%。

中国将是所有零售业者扩张版图的首选目标，而在激烈竞争下，零售业者将会把其触角伸至内陆省份与偏远地区。

值得注意的是，沃尔玛虽然要求主要的100家供应商自2005年开始采用所谓的无线射频识别系统，但到目前为止，该技术尚不符合供应商与沃尔玛的需求，此一技术在2005年是否能够成熟以及普及，仍有待观察。

#### 原料业需求增大

根据国际钢铁协会的预测，2005年全球对钢铁需求将增长4.5%。中国将继续吸收全球钢铁，2005年需求量将增长10.4%左右，而其占全球钢铁消费比重也将由10年前的13.5%扩大至30.3%。

中国对钢铁需求持续扩大，其效果将扩及煤炭、铅、锌、铜等原料，促使矿商扩大开采，而各国需求厂商为稳定来源，都会寻求与矿商签订长期合约。

不过虽然原料供应商前景看好，但是其获利可能增加有限，因为预料各国政府2005年将削减支出，而导致铅、铂、银、铜与镍等价格在2006年中下跌20%左右。

#### 电信业持续向好

全球最受欢迎的数码电子产品——移动电话2005年将继续拥有两位数的增长率。至2005年底，全球将有近1/3的人口拥有移动电话，然而只有23%的人口拥有固定线路电话。此外，3G移动电话在2005年终将起飞。根据德意志银行的估计，2005年全球将有约60个3G商业网络。

#### 金融业令人垂涎

低利率时代已告结束，而随着利率走高，全球金融服务的主力也将改观。在经济持续扩张下，来自首次公开发行股票、顾问服务、佣金与放款业务的获利将会增加，华尔街业者的年终红利将继续成为其他产业称羡的对象。然而也不是所有的业务都表现亮丽，债券与新兴市场表现可能相对较弱。

金融服务未来值得观察的趋势之一是移动电话信用卡，目前已有若干银行与通信业者、零售业者合作，让消费者在购物时，可以利用移动电话作为信用卡付账，根据了解，日本与韩国目前都已有这类的科技雏形。

#### 电子商务规模扩大

随着网络人口增多，电子商务活动也将随之更趋火爆，不过这也将使各国税务单位更加头痛。

据预测，美国的电子商务活动从现在到2010年，平均每年将增长14%，增长率之高远超过经济表现。同时，欧洲电子商务预料从现在到2009年平均每年增长33%。

更令人震惊的是，到2008年，亚太地区(日本除外)B2B电子交易规模将增长87%，其中中国就占了一半。

#### 半导体业展露欢颜

全球个人电脑销售将维持强劲，因为更新换代与新需求都将增多。随着液晶面板价格日渐便宜，笔记本电脑价格在2005年将持续下跌，而这也将使笔记本电脑占全球个人电脑销售比重进一步提高。

半导体景气可望缓慢复苏，随着数码电子消费产品如移动电话、数码相机与MP3音乐播放器等价格逐渐便宜，刺激销售，半导体业2005年销售增长也可望达18%。

#### 食品业流行健康

由于健康概念日趋盛行，食品业者将继续关闭制造高热量、高脂肪零食的工厂，转向寻求能够取悦强调健康概念消费者口味的食品。

根据预测，2005年全球在食品、饮料与烟草方面的消费将增长5.6%。其中愈注意健康概念的食品与饮料愈能在市场上立足。甜甜圈、比萨饼与冰淇淋的制造业者必须设法提供低热量产品，因为预料这类产品将占销售额的30%。此外，功能性食品也将在市场占有一席之地。

#### 保健业需求日增

2005年全球保健支出将达到平均每人803美元，而药品销售则将扩大至4470亿美元。

全球对保健的需求将与日俱增，而药品、医疗服务等保健方面的销售增长率也将超越全球经济增长率。随着发展中国家日益富裕，当地的保健市场也将逐步扩大，然而市场增长动力仍然主要来自富裕国家的老年消费者。

#### 航空业再吹合并风

在经过两年低迷之后，旅游观光业在2004年开始反弹，而预料2005年还

将持续增长。

在美国，航空市场竞争将更趋惨烈，低价航空业者将成为主力，2005年将占有1/3的航空市场，2006年更可望进一步扩大至40%。与此同时，航空业者将再度吹起合并风。强烈建议各国旅行者学习中文。

#### 广告业景气回升

美国广告业在经过多年的沉寂之后，预计2005年的增长率将会超过全球经济增长率。根据预测，2005年美国国内广告支出将比2004年增加6.5%。

广告市场景气回升并不仅局限于美国，全球广告市场都可望反弹。据预测，未来两年全球广告市场将持续增长，而2005年的增长率在5.7%。

在广告市场中，前景最好的是网上广告。调查显示，有一半以上要访的广告主表示，2005年网上广告支出将会增加，以下依次为电视、杂志、报刊与广播电台。

#### 电玩业推陈出新

DVD标准大战将愈演愈烈而蓝光联盟(索尼、三星等)与HODVD联盟(东芝、日本电气等)之间的对决可望在2005年做一了断。

新一代128位游戏机预料将在2005年底或2006年初问世。不过电玩市场未来主要产品将在宽频、移动电话与互动式电视上。预料到2010年全球电玩市场有32%的销售将来自上述3个领域，远高于2004年的12%。

来源：《中国经济信息》2005年第4期

[返回](#)

[版权申明](#)   [免责条款](#)   [隐私保护](#)

2005年 上海社会科学院世界经济研究所版权所有