编辑 汤艺甜 美编 贾丛丛 责校 杨志强 电话:64101949 bbtzbs@163.com

美国1万亿美元新刺激 远远不够”

如市场所期，拉扯了许久的美国新财政刺激计划终于出炉。意料之中的数额、意料之中的内容，姗姗来迟的计划并没有太多惊喜，甚至失业补助还有所缩水，对于经济的刺激效果可能也不会如首次的计划。效果都是后话了，目前的问题在于两党的分歧还没弥合，共和党的万亿美元在民主党人眼中仍然“远远不够”。

1万亿美元

比民主党晚了两个多月，共和党的新财政刺激方案姗姗来迟。当地时间7月27日，美国参议院共和党领袖麦康奈尔公布了共和党的新一轮新冠疫情救助计划，总规模为1万亿美元。

在这份计划中，最受瞩目的是失业救助。目前美国政府提供的失业补助将于7月31日到期。今年3月，美国国会通过了《关怀法案》，其中就包括为民众每周提供额外600美元联邦失业补助的措施。

对于200美元的失业补助，中国社会科学院美国研究所经济研究室助理研究员杨水清指出，如果完全从经济的角度出发，适度减少每周的失业补助金是有好处的。而民主党之前曾提出把失业补助延期至明年1月，不排除有让共和党下不来台的策略考量。不过，现在这个金额还是比较低的，比疫情之前385美元的失业金还要低。

根据该计划，参议院财政委员会主席查克·格拉斯利表示，将扩大后的联邦失业保障定为工人此前薪资的70%，以取代本周到期的每周600美元的失业补助。与此同时，当前的失业补助暂由每周600美元降至每周200美元，70%的薪资替代将于10月生效，限额为每周最高500美元。

值得注意的是，新的财政刺激再次将发现金提上了日程。该计划将分别直接向个人和夫妇发放1200美元和2400美元支票，发放门槛为平均收入75000美元及以下，平均收入为99000美元或以上的个人或夫妇则无法领取。

此外，对于中小企业，该方案设立了1900亿美元的薪酬保护计划(PPP)，雇员在300人以下、营收下滑超过50%的企业可以申请第二轮援助。

对于美国总统特朗普一直心心念念的重启学校，这份计划也特地提及了，包括1050亿美元补贴帮助学校在秋季重新开放，其中300亿美元将用于大学。

绕不开的博弈

迄今为止，美国国会已为应对这场危机砸了3万亿美元。4个月前，特朗普签署通过了史上最大规模的财政刺激方案，规模2万亿美元。其中，重点包括直接“撒钱”的2500亿美元、每周600美元的失业保险、针对小企业的3500亿美元紧急贷款、对航空业等大公司的贷款。

彼时《纽约时报》就提到，2万亿美元虽然从规模上已经达到2008年金融危机后8000亿美元刺激计划的两倍多，但考虑到疫情下美国经济面临的巨大挑战，仍存在不足。

之后，民主党率先于5月“大开口”，抛出了规模3万亿美元的财政刺激方案。1815页的方案是此前880页的两倍之多。内容从对州政府补助到地方政府，还将600美元的失业补助延至明年1月。不过，这份方案虽然在民主党掌控的众议院获得了通过，但却在参议院遭遇了滑铁卢。

金额、对象等是两党对于新一轮刺激方案争论的焦点所在。据悉，参议院民主党领袖舒默和众议院议长佩洛西于周一晚间与财长姆努钦和白宫办公厅主任梅多斯讨论新一揽子援助计划。舒默已经表态称，共和党的刺激方案“完全不够”，无法提供足够的救济。

事实上，不只是两党对于救助方案有分歧，在共和党内部，分歧也并未完全消失。原本，共和党计划上周公布新的财政刺激方案，但由于共和党参议院与白宫迟迟难以达成共识，导致方案直到本周才公布。

而在周一宣布新财政刺激计划的同时，麦康奈尔也坦言：“我们一只脚仍在疫情中，另一只脚跨入复苏。新冠死亡人数上升和经济复苏脆弱。美国人民需要更多的帮助，需要全面的帮助，并且是针对当前十字路口精心定制的救助计划”。

焦急的等待

双方的想法已经跃然纸上，博弈即将拉开大幕，但留给两党的时间着实不多了。失业补助7月底就将到期，在破产潮之下，3180万失业者将“嗷嗷待哺”；同时，对于小企业的贷款早就告罄，4月底美国国会已经追加了4840亿美元《华盛顿邮报》在报道中指出，虽然已有420万家小企业获得了紧急贷款，但这只是3000万家小企业的一小部分。

“共和党与民主党之间最大的分歧在于失业救济金以及对州和地方政府的援助，要让他们减少分歧可能需要一周以上的时间，这意味着不太可能在7月31日之前达成协议。”投行Jefferies的经济学家马科斯卡直言。

“在现在这个情况下，又临近大选，两党之争体现得尤为明显，肯定会有一些分歧和博弈。”杨水清表示，民主党不太希望比较顺利地达成协议，但最终肯定会达成一个妥协，不可能这个刺激方案到期了，还迟迟出不来，对于储蓄率很低的美国民众来说，肯定会不太好过，两党之争也不可能以民众的生活保障为代价。因此，就失业补助来看，金额上应该还是会有所提高，可能会介于200-420美元之间。

值得一提的是，7月31日之后，众议院将休会到9月，参议院到8月7日后休会。这意味着，众议院在7月31日前就必须通过最终的刺激计划方案。不过，略有转机的是，美国众议院民主党领袖霍耶也曾表态过，直到下一份经济刺激法案通过，众议院才会休会。

虽然还没完全推出，但股市已经开始激动了。美股周一收盘上涨，道指上涨0.4%，标普500指数上涨0.7%，纳斯达克综合指数则大涨了1.7%，前海开源首席经济学家杨德龙表示，从股市来看，昨天是期待这个计划出来，因此上涨趋势比较明显，说明资本市场对于这个计划还是欢迎的，美国经济受到疫情的冲击很大，大家都在期待新计划能缓解经济方面的压力。 **北京商报记者 陶凤 汤艺甜**

LVMH利润暴跌 奢侈品行业钱难赚了

纵是挥金如土的奢侈品巨头LVMH，也难以在全球“黑天鹅”之下独善其身，上半年营收同比下滑近30%，净利润更是暴跌逾80%。原因无他，当新冠肺炎疫情全球蔓延，门店关闭，消费停摆成了所有企业不得不面临的困境。奢侈品行业也不例外，在LVMH之前，历峰集团已经率先给市场打了预防针，幸运的是，对奢侈品大佬们而言，中国市场正在成为希望所在。

今年1月是LVMH的高光时刻，其掌舵人阿诺特也因此问鼎世界首富，但短短四天之后，阿诺特便跌下神坛，也是在那时候，疫情开始出现了全球暴发的苗头。如今半年已过，LVMH也不可避免地遭遇了冲击。当地时间27日，LVMH集团公布了2020年半年报，财报数据显示，在截至6月30日的半年内，LVMH销售额下降至183.93亿欧元，降幅达到28%，营业利润大跌68%至16.71亿欧元，而净利润仅为5.22亿欧元，同比暴跌84%。

LVMH在财报中解释称，业绩下滑主要受美国和欧洲业务大面积停摆影响，仅二季度就分别录得39%和54%的下滑，日本市场的同比跌幅也进一步扩大至54%。不过，LVMH也在声明中提到，亚洲的趋势有了明显的改善，特别是中国市场的强劲反弹。财报数据显示，亚洲市场在中国的反弹推动下出现了明显的改善，跌幅较一季度的32%收窄至13%。

业务方面看，LVMH时装皮具部门销售额在上半年下跌24%至79.89亿欧元，营业利润则减少46%至17.69亿欧元，中国所在的亚洲市场依旧是该部门的主要收入来源，占比达37%。相比起来，欧洲市场占比为20%，北美占比为17%，日本占比11%，法国市场的占比为6%。对于业绩情况及对中国市场的看法，北京商报记者联系了LVMH，但截至发稿未收到回复。

几天前，阿诺特在LVMH的巴黎总部举行了线上年度股东大会，彼时，阿诺特就曾提到，从一季度开始，他们的门店不得不关闭，生产也随之停止，目前仍然无法精准评估疫情的长期影响，因为不知道疫情什么时候才会结束。但他也提到，6月一些核心活动出现了相当强劲的复苏趋势。

LVMH不是唯一一家受挫的。历峰集团公布的截至6月30日的新财年一季度数据显示，受疫情影响，其所有地区、渠道和业务领域的销售额都出现了大幅的下降，其一季度的销售总额为19.93亿欧元，比去年同期下降了47%；不过得益于中国的销售同比增长了49%，亚太地区的降幅较小。

值得注意的是，去年LVMH风风火火收购蒂芙尼的背后，就藏着与历峰集团在珠宝方面的明争暗斗。2019财年的数据显示，历峰集团珠宝业务实现50.61亿欧元的营收，珠宝和手表业务总营收达到99.91亿欧元，是LVMH集团手表和珠宝业务的两倍多。

也是因此，在珠宝业务上落后一大截的LVMH才会出手收购蒂芙尼。但在疫情的大背景下，市场多次传出LVMH收购蒂芙尼或生变的消息，不过LVMH曾在一份声明中对此予以否认。蒂芙尼一季报显示，当季蒂芙尼亏损6460万美元，而2019年同期的净利润为1.25亿美元。

同样处于困境的还有英国奢侈品牌博柏利。7月中旬公布的数据显示，蒂芙尼同店销售额在2021财年一季度大幅下滑45%，而零售收入已从2020财年一季度的4.98亿英镑下降到2.57亿英镑，同比降幅达48%。鉴于2021财年二季度门店客流量预计依然很少，博柏利警告称，其零售销售额在二季度或将下降15%-20%。

奢侈品行业也撑不住了。今年4月，贝恩咨询公司发布的最新奢侈品研究报告表示，由于新型冠状病毒疫情在全球的暴发，奢侈品行业备受冲击，颓势凸显，预计2020年奢侈品市场规模或将萎缩15%-35%，且全年损失预计600亿-700亿欧元。波士顿咨询集团也发布报告，预计2020年全球时尚和奢侈品销售额或同比下降25%-35%，销售额相较2019年同期将下降4500亿-6000亿美元，其下降幅度超过了十年前的经济衰退。

如今，全球战疫似乎已经有了常态化的趋势，也是在这样的背景下，奢侈品行业也开始寻找出路。当然，如此前的历次危机一样，涨价通常是奢侈品行业能够想到的第一个应对方式。今年5月，路易威登、香奈儿以及古驰等一线奢侈品均宣布大幅上调核心产品的价格。

另一个方面，奢侈品行业的出路也有了新的方向，比如转战线上，而这种情况在中国市场则更加普遍。今年以来，阿玛尼、卡地亚、Prada等多家奢侈品品牌已登陆天猫，本月初，首个数字巴黎时装周举办，微博、腾讯和B站几大平台同步直播推广……数据显示，2018年，中国消费者的消费占到了全球奢侈品消费的33%，比2017年增长了32%。 **北京商报记者 杨月涵**

-84%

截至6月30日的半年内，LVMH销售额下降至183.93亿欧元，降幅达到28%，营业利润大跌68%至16.71亿欧元，而净利润仅为5.22亿欧元，同比暴跌84%。

延至明年6月 谷歌居家办公常态化

居家办公可以持续多久？谷歌率先给出了答案。北京时间7月28日，谷歌宣布，谷歌及其母公司Alphabet决定，公司员工都可以选择在家办公直到明年6月30日之前。

谷歌首席执行官Sundar Pichai在给员工的邮件中写道：“为使员工能够提前规划，对于不需要在办公室工作的职位，我们会把全球自愿居家办公的选择延长到2021年6月30日。”我希望在接下来的12个月中，这将为你平衡工作、照顾自己和亲人提供便利。”Sundar Pichai表示。

据悉，目前谷歌员工还是可以申请返回办公室做一些必须的工作的，但需要通过审批，并且有严格的安保和检疫人员进行检查、量体温、消毒等工作，才能放行进入办公室。

科技公司不得不进入一场抗疫持久战：此前谷歌一直在根据疫情封锁时间不断延后重启办公室的时间，以两个月为周期推迟重启，为员工规划居住地和生活带来了不确定性。此次终于拿出了一年期的方案。

硅谷的科技巨头们已经表示，在家办公可能成为一种新常态。推特首席执行官杰克·多尔西曾表示，他预计一些员工会选择永远放弃每天上班路上的时间，而脸书老板马克·扎克伯格则表示，未来5-10年内，这家社交网络巨头的一半员工可能会远程办公。

实际上，谷歌是美国第一家明确拿出长期居家办公时间表的科技公司，这个决定预计影响到在谷歌工作的20万人。

此前，谷歌曾表示，到2020年底之前都要做好在家工作的准备，并暂定于2021年1月重返办公室。此外，谷歌允许为在家办公的员工支付最多1000美元的家庭办公费用，比如置办站立式办公桌和人体工程学座椅。

疫情难以避免地影响到了谷歌的运营和财务状况。据媒体报道，谷歌最神秘的研究部门GoogleX也出现了裁员的情况。并且由于该部门研究的技术相对前沿，只有少数公司有实力设置同类职位，导致被裁员工在就业市场也难以找到对口的职位。

与此同时，谷歌自身的麻烦也不少。

就在几天之前，谷歌刚刚被指责在Android系统中私藏程序，以收集用户的敏感信息。该程序名为Android Lockbox，它可以让谷歌了解到用户如何与非谷歌程序进行交互，比如打开频率、停留时长等。

对此，谷歌回应称，这其实就是Android App Usage Data API的组成部分，和其他厂商一样，用来获取最基本的App使用数据情况。谷歌强调，用户在App内的操作都不会被监测或者记录在案，而且前述信息的手机是在用户同意并知情的状态下进行。

虽然原本定于7月27日的美国国会的反垄断调查听证会因故推迟，但美国司法部已展开对谷歌的调查，了解其是否在数字广告市场存在滥用其主导地位的行为。对于与联邦调查人员之间的具体沟通情况，谷歌却基本上没有对外界透露任何消息或进展。

同日，澳大利亚竞争和消费委员会(ACCC)对谷歌提起诉讼，认为其未经用户同意扩大个人数据使用范围。据悉，ACCC指控谷歌在扩大个人数据使用和隐私时，并未征得用户同意，也没有向用户告知其数据的使用方式。有用户发现其在谷歌账户中的信息与非谷歌旗下的网站广告相关联，这表明谷歌在未经授权下出卖用户个人信息，并用以投放广告。

据了解，如果诉讼成功，谷歌将面临数百万美元的罚款，并将改变其在澳大利亚甚至海外征求用户授权的方式。 **北京商报综合报道**