

## 财眼

## 2019年我国CPI上涨2.9%

预计2020年通胀仍温和可控

据新华社电 国家统计局9日发布数据显示,2019年12月份,全国居民消费价格同比上涨4.5%,食品价格是影响当月CPI(居民消费价格指数)的主要原因。2019年全年,全国居民消费价格同比上涨2.9%,各类商品和服务价格呈现结构性分化。业内人士预计,2020年我国通胀率将仍然处于温和可控区间。



1月9日,市民在一家超市选购猪肉。新华社发

## 供给增加促食品价格涨幅回落

从同比看,CPI上涨4.5%,涨幅与上月相同。其中,食品价格上涨17.4%,涨幅回落1.7个百分点,影响CPI上涨约3.43个百分点。从环比看,CPI由上月上涨0.4%转为持平。其中,食品价格由上月上涨1.8%转为下降0.4%,影响CPI下降约0.08个百分点。

国家统计局城市司高级统计师沈赟分析认为,食品中,随着生猪生产出现积极变化,中央和地方储备猪肉陆续投放,进口量有所增加,猪肉供给紧张状况进一步缓解,价格由上月环比上涨3.8%转为下降5.6%,影响CPI环比下降约0.27个百分点。在猪肉价格下降的影响下,牛肉和羊肉价格环比涨幅分别由2.8%和1.3%回落至0.1%和0.2%,鸡肉和鸭肉价格分别由环比上涨4.3%和3.6%转为环比下降4.9%和1.9%。

此外,受冷空气及大范围降雪影响,鲜菜、鲜果生产和储运成本增加,价格分别环比上涨10.6%和0.6%。

## 2019年全年物价表现分化

2019年全年,全国居民消费价格比上年上涨2.9%。具体来看,各类商品和服务价格表现分化。

其中,猪肉、牛肉、羊肉、水果表现为两位数增长,是涨幅最大的品类。

上海财经大学高等研究院院长田国强指出,牛肉、羊肉、鸡蛋作为猪肉替代品跟涨猪肉价格,猪价近期回落,牛肉、羊肉、鸡蛋价格也企稳或回落;蔬

菜、鲜果涨价主要受气候和运输情况影响,具有较强的季节性特点;粮油价格较稳,则有赖于我国粮食连年丰收、供应充足。

从2019年全年来看,涨幅相对明显的非食品商品或服务是中药、西药、家庭服务、衣着加工服务;此外教育、文化、娱乐等有一定程度的上涨。

交通和通信价格在2019年下跌。2019年前三季度,3家通信企业落实提速降费要求,流量平均资费降幅已超过30%。

## 预计2020年通胀温和可控

国务院发展研究中心宏观经济研究部研究员张立群表示,由猪肉所推动的CPI上涨态势已经明显缓和,也表明这一段时间政府围绕猪肉保供稳价工作成效的显现。

朱启贵说,2019年全年,我国CPI上涨在3%以内,说明我国宏观调控力度有效,符合调控目标和市场预期。从2020年全年看,由于我国经济运行整体平稳,货币政策稳健,2020年全年物价或比2019年涨幅略有扩大,但预计仍在3%左右,其中上半年涨幅比下半年略高一些。

交通银行首席经济学家连平预计,2020年全年通胀总体温和可控,考虑到2019年下半年因猪肉价格上涨带动涨幅扩大,翘尾因素影响明显,2020年上半年物价涨幅略高,下半年涨幅收窄。

不过,也有业内人士认为,对通胀风险因素不应放松警惕。数据显示,美国原

油期货价格2019年上涨34%,是2016年以来3年最大涨幅。朱启贵认为,我国2020年也应关注输入性通胀风险。

## 货币政策将延续稳健基调

2019年12月份,全国工业生产者出厂价格同比下降0.5%;工业生产者购进价格同比下降1.3%。2019年全年,工业生产者出厂价格比上年下降0.3%,工业生产者购进价格下降0.7%。专家认为,我国物价平稳,为宏观政策调控留有较多空间,应进一步推进供给侧结构性改革。

张立群认为,2019年12月份PPI(工业生产者出厂价格指数)同比下降0.5%,环比持平,同比降幅收窄是一个积极变化,说明生产资料市场供大于求的问题在逐步缓解,结合2019年12月的PMI数据来看,表明宏观政策逆周期调节的成效初步显现,在生产资料市场的供求关系上也有所表现。

但他也表示,12月份PPI同比仍然为负增长,表明整个生产资料市场供大于求的问题还普遍存在。工业企业订单不足,需求不足的矛盾仍需高度重视。所以,宏观调控围绕着扩大内需等方面的工作仍然不可放松。

京东金融副总裁、首席经济学家沈建光认为,稳增长和降成本是当前货币政策的重点,2020年开年即迎来全面降准,体现了央行降低社会融资成本、支持实体经济的决心。接下来货币政策将延续稳健基调,并适时适度运用市场化降息手段降成本,保需求。

## 相关报道

## 国家发改委:春节前后将继续组织投放冻猪肉储备

据新华社电 国家发展改革委价格司有关负责人9日说,今后一段时间,包括春节以后,将继续组织投放冻猪肉储备,努力保障城乡居民基本消费需要。

这位负责人在接受记者采访时表示,为做好元旦春节期间猪肉市场保供稳价工作,自2019年12月12日,也就是冬至前10天开始组织投放冻猪肉储备,至今已投放六批,合计约15万吨。全国大多数省份及主要城市也结合当地市场形势,联动进行了投放。通过上下联动密集投放冻猪肉储备,增加了猪肉市场供应,有效稳定了市场预期,猪肉市场价格相对平稳运行。

当日公布的2019年12月份全国

居民消费价格指数(CPI)显示,CPI由11月环比上涨0.4%转为持平。其中,食品价格由11月环比上涨1.8%转为下降0.4%,影响CPI下降约0.08个百分点。猪肉价格由11月环比上涨3.8%转为下降5.6%,影响CPI下降约0.27个百分点。

冻猪肉储备吞吐是市场调节的重要手段,也是国家做好猪肉市场保供稳价工作的主要抓手。据介绍,2018年8月我国发生非洲猪瘟疫情后,国家相关部门迅速行动,密切跟踪生猪生产和市场形势变化,制定相关工作预案,及时部署冻猪肉收储和投放,为保障重要时段市场供应和价格稳定发挥了重要作用。

这位负责人介绍说,2019年3月开始启动中央冻猪肉储备收储工作,同时指导地方开展收储。中央储备方面,主要采取进口转储方式,委托有关企业按照市场化运作模式,从国外寻找货源进行采购。地方储备方面,由各地根据市场形势变化采取灵活方式自主开展收储和投放工作。

“截至目前,中央和地方储备已具备一定规模,为开展猪肉市场保供稳价工作奠定了坚实基础。”这位负责人表示。

另据了解,2019年中秋国庆期间,相关部门分别于2019年9月19日、26日、29日分三批合计投放3万吨中央储备,部分地方也组织进行了投放,确保了国庆期间猪肉市场价格基本平稳。

朋友圈发不实产品广告  
5 保险销售人员被罚 1.5 万

新快报讯 记者刘威魁报道 朋友圈从来不是法外之地。近日,银保监会湖北监管局连发五条处罚文件,对华泰人寿、工银安盛人寿两家保险公司5位保险从业人员开出了共计1.5万元罚单。有业内人士分析指出,营销人员通过个人微信、微博等自媒体发布的信息很多是个人编发,未经保险公司审核认可,大多涉嫌违反保险监管规定。面对五花八门的自媒体宣传,保险消费者一定要多方询问核实有关情况后再作投保决定。

## 朋友圈误导销售屡禁不止

湖北银保监会发布的5则行政处罚决定书显示,华泰人寿、工银安盛人寿等公司的5名工作人员,在朋友圈发布的保险产品信息中,存在使用“存”“利息”等字眼宣传介绍保险产品并作收益类比、夸大保险产品收益等问题,共计被处以1.5万元罚款。如工银安盛人寿湖北分公司另一位业务发展经理在微信朋友圈发布信息称,“‘鑫丰瑞’,非常好的理财产品,重磅上市。”实际上,“鑫丰瑞”为保险公司的保险产品,而非银行的理财产品。

实际上,监管部门早已多次发布有关禁止保险公司、营销人员误导宣传的规范法规。为何严监管下,朋友圈的误导销售却越来越多?“微信朋友圈运营成本低,通讯录只要人多,随时随地随手可以发一条状态或者转发一个推文,自然会有人来咨询。”有保险从业人员向新快报记者坦言,对于以销售为导向为核心的保险业来说,朋友圈的功能扩大了保险营销员宣传保险的阵地。

## 消费者要避免冲动消费

监管部门曾多次向广大保险消费者发布风险提示,营销人员通过自媒体渠道发布的信息缺乏内容审核,消费者在接收此类非官方渠道发布的销售信息时,应该提高自我保护意识,避免冲动消费。

2018年6月,银保监会下发的相关通知中就指出,由于自媒体渠道参与门槛低、发布主体多、信息审核弱、转发传播快,已成为保险销售误导、不实信息传播的高发领域,严重损害保险消费者合法权益,埋下大量保险消费纠纷和群体性事件风险隐患。

“未经保险公司审核认可,大多涉嫌违反保险监管规定,保险消费者一旦轻信购买,后续发生保险合同纠纷时,相关证据资料可能由于自媒体发布人删除、撤回而无法取证。”上述从业人士提醒,由于自媒体账号大多未做实名认证或营销人员流动性大,面对五花八门的自媒体宣传,保险消费者可通过查询保险公司官方网站、微博等渠道披露的产品相关信息,致电保险公司官方客服热线,询问核实有关情况后再作投保决定。