

现代经济研究院 月度经济评论

- I. 当前世界与国内经济形势
- II. 韩国当前经济问题
- III. 北韩问题
- [附件] 国内与世界经济指标

■
致力于经济研究
和人力资源开发
满怀知识分子的良知和热诚，
现代经济研究院
通过提供创造性的政策方案
引领21世纪韩国经济
不断向前发展。
■

《现代经济研究院月度经济评论》(HMER)是由
现代经济研究院出版的中文月刊。

发行人
河泰亨

主编
韩相完

编辑
林熙廷
韩载振
千勇灿

若对出版物的内容存在任何疑问，请联系各文章作者或者：

电 话：82-2-2072-6225

传 真：82-2-2072-6229

电子邮件：hzz72@hri.co.kr

junius73@hri.co.kr

目 录

〈摘 要〉.....	i
I. 当前世界与国内经济形势.....	1
II. 韩国当前经济问题.....	4
1. 消费低迷原因分析与经济波及影响	
2. 韩国MICE产业竞争力现状与启示	
III. 北韩问题.....	9
南北关系专家问卷调查： 需要旨在恢复信任的南北韩实践性措施	
[附件] 国内与世界经济指标.....	12

〈摘要〉

当前世界与国内经济形势

美国和欧元区景气复苏趋势行进中。日本能否延续之前的复苏趋势尚属未知数，中国景气放缓趋势持续。韩国内需景气方面，生产、消费、投资全部减少。出口部门保持好转趋势，物价小幅上升。

韩国当面经济问题

国内民间消费增长率低于国内生产总值(GDP)增长率，消费持续低迷，2013年民间消费相对于GDP比重从2003年55.7%减少到50.6%。消费低迷原因从三个角度来解释。① 家庭收入比重下滑；家庭收入增长率低于国民总收入(GNI)增长率，家庭收入在GNI所占中比重正在下滑。② 可支配收入比重减小；与家庭收入增长率相比，可支配收入增长率低迷，家庭收入中可支配收入的比重正在减小。③ 平均消费倾向下滑；与可支配收入增长率相比，家庭消费支出增长率较低，全体家庭的平均消费倾向正在下滑。

进入2000年代，旅游支出增速远高于旅游收入，国内旅游收支持续呈现赤字。因此，对作为高附加值旅游产业的MICE产业的关注日益提高。所谓MICE产业，是指代会议(Meeting)、奖励旅游(Incentive Travel)、集会(Convention)、展览会(Exhibition)的产业，该产业在国内外正在呈现强劲增长势头。本文从商品/服务(Product)、价格(Price)、区位(Place)、宣传(Promotion)等四个方面，将韩国MICE产业竞争力与20个先进国家进行了比较、评价。① 通过展览/会议设施及住宿设施规模评价，韩国MICE产业服务竞争力相对于竞争国家处于劣势。② 韩国MICE产业具有竞争力。就韩国而言，每平方米办公室年租金为547美元，在21个国家中名列第6。另外，韩国的比较物价为0.73，在19个国家中名列第3，物价水平较低。③ 通过航空交通基础设施及区位魅力度评价，韩国MICE产业区位竞争力处于较低水平。④ 在营销效果性方面，韩国在21个国家中名列第17位，政府的旅游产业投资规模总额名列第14位，在政府预算占比方面名列第16位。

北韓问题

进入2014年，南北首脑均谈及改善相互关系，对通过离散家属团聚与高层接触改善南北关系的预期日益升温。统一、外交、安保有关领域的专家认为应优先将重点置于恢复南北经济合作，包括解除5.24对北制裁措施、提议金刚山旅游重启会谈等。并认为应将北核问题与南北问题分开处置，持续扩大非政治领域的对话、合作。对于金刚山旅游的意义，10位专家中有9位认为是“南北韩和解及和平和象征、南北韩大规模交流的出发点。

I. 当前世界与国内经济形势

海外主要国家经济

美国和欧元区景气复苏趋势行进中。日本能否延续之前的复苏趋势尚属未知数，中国景气放缓趋势持续。

美国工业生产与零售增加。2014年2月，工业生产和零售分别环比增加0.6%和0.3%。美国供应管理协会的制造业采购经理指数(PMI)3月环比上升0.5，达到53.7p。世界大企业联合会的3月消费者心理指数为82.2p，比上月的78.3p大幅上升。2月耐用消费品订货金额同比增加2.2%，相比1月份的减少1.3%实现反弹。但是，2月新住宅销售同比减少3.3%，年化销售量为44万套，反映出最近住宅市场景气放缓。

欧元区的景气复苏趋势缓慢行进中。1月工业生产环比减少0.1%，但零售环比增加1.6%。3月复合PMI为53.0p，环比下滑0.2p，但延续了扩大局面。特别是2014年第一季度复合PMI为53.4p，创下2011年第二季度以后最高值。2月失业率为11.9%，连续5个月保持平稳势头。不过，去年第四季度就业比第三季度增加0.1%，就业市场保持缓慢复苏趋势。

日本截至今年初仍呈现景气迅速复苏趋势，但上调消费税导致景气下行压力增大。2014年1月，工业生产和零售环比分别增加3.8%和1.6%。3月制造业PMI为53.9p，创下自去年10月以后最低值。日本国内核电停机导致能源进口增加，造成贸易收支赤字一路攀升。另一方面，从4月1日起，原来5%的消费税率上调至8%，内需景气复苏趋势有短期放缓之忧。

中国景气放缓趋势延续。2014年2月，工业生产及零售同比分别增加8.6%及11.8%，增幅比以前缩小。特别是1~2月(累计基准)同比零售增长率为11.8%，自2004

年4月的11.3%之后，创下10年来最低增长率。2月出口同比暴跌18.1%。3月制造业采购经理指数(PMI)为50.3p，环比上升0.1p，但鉴于之前4个月连续下跌，制造业景气是否就此开始复苏尚属未知数。

〈主要国家经济指标〉

(单位：%)

(单位：p，日元，欧元，人民币)

实体经济部门		2012	2013		2014		国际金融部门		2012	2013	2014		
		年度	年度	12月	1月	2月			年度	年度	2月	3月	4月
美国	工业生产	3.6	2.6	0.0	-0.2	0.6	股价	道·琼斯指数	13,104	16,577	16,322	16,458	16,533
	零售	5.3	4.3	-0.3	-0.6	0.3		DAX指数	7,612	9,552	9,692	9,604	9,556
EU	工业生产	-2.5	-0.7	-0.4	-0.1	-		日经指数	10,395	16,291	14,841	14,828	14,792
	零售	-1.7	-0.8	-1.3	1.6	-		上证指数	2,269	2,098	2,056	2,033	2,047
日本	工业生产	0.6	-0.8	0.9	3.8	-	汇率	美元/欧元	1.3222	1.3799	1.3708	1.3748	1.3774
	零售	1.8	1.0	-0.6	1.6	-		日元/美元	85.86	105.04	102.19	102.90	103.22
中国	工业生产	10.0	9.7	9.7	-	8.6		人民币/美元	6.2317	6.0617	6.1284	6.2122	6.2172
	零售	14.3	13.1	13.6	-	11.8							

资料：美国商务部、Eurostat、中国人民银行。资料：Bloomberg。

注：美国、EU、日本为环比，中国为同比。注：以每月月末为基准(4月以4月1日为基准)。

韩国经济

内需景气方面，生产、消费、投资全部减少。出口部门保持好转趋势，物价小幅上升。

内需景气方面，生产、消费、投资全部减少。由于工矿业和服务业停滞，2月生产环比减少1.2%。消费方面，由于上月大幅增加的基数效应和食品饮料等非耐用消费品销售低迷，消费环比减少3.2%。设备投资和建设实际投资比上月减少，但作为投资超前指标的机械订单与建设订单保持增势。

受益对发达国家出口局面良好，3月出口创下有史以来第2高的月度出口业绩。3月出口同比增加5.2%，实现498亿美元，进口增加3.6%，实现456亿美元。因此，贸易收支为42亿美元，延续26个月连续顺差走势。在品种方面，IT产品和汽车、船舶

部门的出口增加。从地区来看，受寒潮影响而一度暂时减少的对美国出口恢复了两位数的增长率，对EU出口也连续3个月保持两位数增长率。

2014年2月，总就业人数2,481.9万人，同比增加83.5万人。批发及零售业、住宿及餐饮业、制造业等的增幅扩大，正式雇员增加趋势持续，这是同比基数效应等影响的作用所致。2月失业率为4.5%，同比上升0.5%p。由于正值毕业与招聘季，青年人群求职活动踊跃增加，加之非经济活动人口减少等，2月失业者人数同比增加18.9万人。

2014年3月，消费者物价同比上升1.3%，创下自去年8月1.5%以后的最高值。消费者物价指数同比上涨率从去年10月的0.9%上升到11月的1.2%之后，12月为1.1%，今年1月为1.1%，2月为1.0%，走出下降曲线。自去年11月之后，涨幅扩大走势已持续了4个月。消费者物价涨幅之所以扩大较大，主要是因为保育费、幼儿园费补贴造成的基数效应消失。

〈韩国主要经济相关指标〉

(单位：p, %)

经济部门		2011			2012				2013				2014			
		年度	3/4	4/4	年度	1/4	2/4	3/4	4/4	年度	1/4	2/4	3/4	4/4	2月	3月
内需	零售	4.5	0.7	-0.5	2.3	1.1	0.2	1.4	-0.1	0.7	-1.0	0.9	0.8	0.4	-3.2	-
	设备投资指数	4.0	1.7	-3.6	-2.0	5.6	-6.2	-3.7	0.4	-5.0	-3.1	1.1	5.0	5.9	-0.3	-
	建设实际投资	-6.4	-4.5	3.2	-5.8	-5.0	-1.7	1.9	1.7	10.5	3.5	6.3	-0.1	-0.7	-3.6	-
对外	出口	19.0	21.4	9.0	-1.3	2.9	-1.7	-5.8	-0.4	2.2	0.4	0.7	2.7	4.8	1.5	5.2
就业/物价	失业率	3.4	3.1	2.9	3.2	3.8	3.3	3.0	2.8	3.1	3.6	3.1	3.0	2.8	4.5	-
	消费者物价	4.0	4.3	4.0	2.2	3.0	2.4	1.6	1.7	1.3	1.6	1.2	1.4	1.1	1.0	1.3
金融	消费者物价	-	1,770	1,826	-	2,014	1,854	1,996	1,997	-	2,005	1,863	1,997	2,011	1,980	1,986
	韩国综合股价指数	-	1,178	1,152	-	1,133	1,145	1,111	1,071	-	1,111	1,142	1,075	1,067	1,068	1,065
	韩元/美元	-	3.55	3.34	-	3.55	3.30	2.79	2.82	-	2.52	2.88	2.82	2.86	2.85	2.87
	3年期国债利率	-	10.31	10.12	-	10.05	9.69	8.69	8.81	-	8.50	8.99	8.97	9.10	9.08	9.11

资料：韩国银行；统计厅；贸易协会。

注：金融指标是以每月月末为基准。

II. 韩国当面经济问题

1. 消费低迷原因分析与经济波及影响

民间消费低迷与国内经济

国内民间消费增长率低于国内生产总值(GDP)增长率，消费持续低迷，2013年民间消费相对于GDP比重从2003年55.7%减少到50.6%，在10年间减少了5.1%p。在金融危机前的2000~2005年，民间消费的增长贡献度为平均2.6%p，而后持续走低，2005~2010年为1.7%p，2011~2013年为1.1%p。考虑到民间消费在国民经济中所占比重很大，一旦民间消费持续低迷，暗藏消费停滞导致国内经济停滞的隐忧。

消费低迷原因分析

本文从国民收入的观点入手，按具体原因分解消费所占比重，对国内消费低迷进行了说明。可以把相对于国民收入的民间消费分为家庭收入比重、可支配收入比重、平均消费倾向等三种要素。

$$\frac{\text{家庭消费}}{\text{国民收入}} = \frac{\text{家庭收入}}{\text{国民收入}} \times \frac{\text{可支配收入}}{\text{家庭收入}} \times \frac{\text{家庭消费}}{\text{可支配收入}}$$

(家庭收入比重) (可支配收入比重) (平均消费倾向)

(家庭收入比重下滑) 家庭收入增长率低于国民总收入(GNI)增长率，家庭收入在GNI所占中比重正在下滑。2000年~2012年期间，家庭收入从412万亿韩元增加到796万亿韩元，增加年均5.9%，但GNI年均增长率为6.9%。家庭收入增长率低于GNI增长率导致家庭收入在GNI所占比重减小，从2000年的68.7%减小到2012年的62.3%。特别是在家庭收入中，工资收入比重加大，相反，自营业者收入所占比重

减小。

(可支配收入比重减小) 与家庭收入增长率相比, 可支配收入增长率低迷, 家庭收入中可支配收入的比重正在减小。2000年~2013年, 家庭收入增长率年均6.9%, 但从家庭收入扣除非消费支出后的可支配收入年均仅增长5.3%。因此, 家庭可支配收入在全体家庭收入中所占比重从2000年的83%下滑到2013年的81.1%。特别是非消费支出项目中, 健康保险等社会保险的支出增长率最高, 为年均10.4%, 国民年金等年金缴款也较高, 为9.5%。

(平均消费倾向下滑) 与可支配收入增长率相比, 家庭消费支出增长率较低, 全体家庭的平均消费倾向正在下滑。家庭的可支配收入在2000~2013年期间年均增长5.3%, 相反, 同期的家庭消费支出仅年均增长4.6%。因此, 代表消费支出相对于可支配收入比重的平均消费倾向从2000年的80.6%下降到2013年的73.4%。特别是平均消费倾向较低的高收入人群的可支配收入增加, 而消费倾向较高的低收入人群的可支配收入停滞不前。

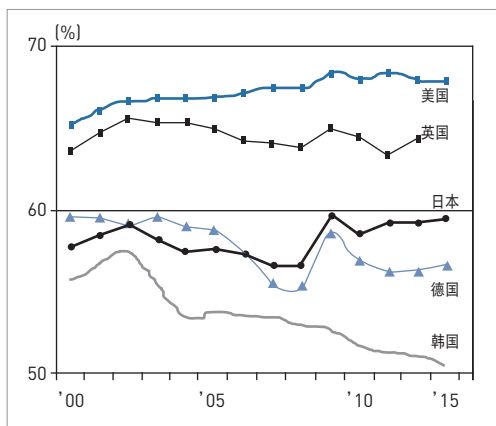
民间消费低迷与经济机会丧失

为了估算民间消费低迷导致的经济机会丧失, 首先假定标志民间消费停滞正式开始的信用卡事件以后(2004~2013年)各年度消费增长率与当年GDP增长率相同。

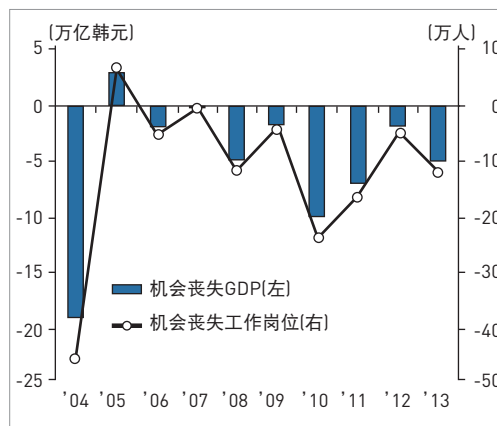
(机会丧失民间消费与GDP) 如果假定2004~2013年各年度民间消费增长率与当年GDP增长率相同, 那么可以估算出, 机会丧失民间消费与GDP为年均4.9万亿韩元, GDP增长率因此丧失了可能上升0.5%p的机会。

(机会丧失工作岗位与就业率) 如果假定2004~2013年各年度民间消费增长率与当年GDP增长率相同, 那么可以估算出, 机会丧失工作岗位为年均11.5万个, 就业率因此丧失了上升0.3%p的机会。也就是说, 过去10年间, 民间消费如果不停滞, 而是保持与GDP相应的增长率, 那么意味着将会年均新增11.5万个工作岗位, 就业率也将能够年均上升0.3%p。

〈主要国家相对于GDP的民间消费比重变化情况〉



〈机会丧失GDP与工作岗位〉



启示

由于家庭收入减少、可支配收入减少、平均消费倾向下滑，一旦民间消费低迷与内需景气停滞持续，创造工作岗位的机会将可能丧失，国内景气复苏将可能延迟。因此，第一，应制定创造工作岗位等形式多样的增加家庭收入方案，使得能够通过提高企业生产率，同时实现工资上涨与企业收益增加。第二，需要削减因家庭负债累增造成利息费用增加的对策，应使年金及社会保险费负担在不同阶层中保持合理水平。第三，应改善平均消费倾向较高的中产阶层与低收入人群的收入条件，并同时诱导扩大平均消费倾向较低的高收入人群的国内消费支出。第四，应改善老年焦虑及居住焦虑，提高工作岗位稳定性，改善家庭消费焦虑心理，提高平均消费倾向。

2. 韩国MICE产业竞争力现状与启示

需要培养高附加值旅游产业

进入2000年代，旅游支出增速远高于旅游收入，国内旅游收支持续呈现赤字。旅游收支持续赤字有多种原因，其中最主要的是国人海外旅行需求增加和到访韩

国的游客集中于低附加值旅游活动等。因此，对作为高附加值旅游产业的MICE产业的关注日益提高。所谓MICE产业，是指代会议(Meeting)、奖励旅游(Incentive Travel)、集会(Convention)、展览会(Exhibition)的产业，该产业在国内外正在呈现强劲增长势头。

韩国MICE产业的竞争力评价

利用作为营销战略分析技法的“4P”分析框架，从商品/服务(Product)、价格(Price)、区位(Place)、宣传(Promotion)等四个方面，将韩国MICE产业竞争力与20个先进国家进行了比较、评价。

首先，通过展览/会议设施及住宿设施规模评价，韩国MICE产业服务竞争力相对于竞争国家处于劣势。韩国拥有总展览面积28.0万m²，最大展览面积10.4万m²的展览/会议设施，分别在21个国家中名列第15位、11位。在住宿设施规模方面，每100名游客的客房数为0.6套，在21个国家中名列第3位。

在价格方面，韩国MICE产业具有竞争力。决定MICE活动举办费用的项目之一是设施租金。就韩国而言，每平方米办公室年租金为547美元，在21个国家中名列第6低。另外，韩国的比较物价(=PPP/基本汇率)为0.73，在19个国家中名列第3，物价水平较低。另一方面，表明MICE参加者在韩国停留期间支出的住宿费、餐饮费及其它附带费用的1日停留费为411美元，在21个国家中名列第12位。

通过航空交通基础设施及区位魅力度评价，韩国MICE产业区位竞争力处于较低水平。首先，韩国的航空交通基础设施竞争力在21个国家中名列第15位。韩国的安全性在21个国家中名列第16位，经济水平名列第15位，旅游景点魅力度名列第11，显示出区位魅力度处于比较劣势。

在韩国MICE产业宣传竞争力方面还有待改进。在营销效果性方面，韩国在21个国家中名列第17位，政府的旅游产业投资规模总额名列第14位，在政府预算占比方面名列第16位。

最后，综合评价韩国MICE产业竞争力的结果，以满分100分为基准，韩国得分30.8分，在21个国家中名列第18位，表明产业竞争力处于劣势。

〈MICE竞争力评价结果〉

	综合竞争力指数				
	商品指数	价格指数	区位指数	宣传指数	
美国	58.6 (1)	71.3 (1)	26.7 (18)	70.2 (2)	66.0 (2)
西班牙	52.0 (2)	22.9 (8)	70.2 (5)	59.2 (7)	55.8 (4)
加拿大	48.7 (3)	9.1 (11)	66.2 (6)	77.5 (1)	42.1 (7)
德国	48.6 (4)	45.6 (3)	58.5 (11)	60.1 (5)	30.1 (14)
中国	47.3 (5)	47.4 (2)	70.4 (4)	28.0 (19)	43.2 (6)
新加坡	45.4 (6)	4.5 (19)	44.1 (13)	58.0 (8)	75.1 (1)
奥地利	45.1 (7)	4.5 (18)	71.7 (3)	49.3 (11)	54.9 (5)
法国	41.9 (8)	23.1 (7)	43.0 (14)	61.9 (3)	39.4 (9)
葡萄牙	40.8 (9)	4.0 (20)	88.9 (2)	34.2 (17)	35.9 (12)
荷兰	37.6 (10)	8.3 (12)	59.6 (10)	52.1 (10)	30.5 (13)
瑞士	37.3 (11)	11.3 (10)	19.7 (20)	59.5 (6)	58.9 (3)
英国	36.7 (12)	17.6 (9)	31.6 (16)	55.8 (9)	41.7 (8)
意大利	36.4 (13)	34.2 (5)	59.6 (9)	44.6 (15)	7.0 (21)
比利时	33.7 (14)	7.0 (13)	65.3 (8)	40.1 (16)	22.3 (16)
日本	33.5 (15)	37.1 (4)	16.0 (21)	44.6 (14)	36.3 (11)
澳大利亚	32.7 (16)	5.8 (15)	25.0 (19)	61.6 (4)	38.3 (10)
阿根廷	32.1 (17)	6.8 (14)	99.8 (1)	5.6 (21)	16.0 (18)
韩国	30.8 (18)	5.3 (16)	66.0 (7)	33.3 (18)	18.7 (17)
巴西	28.0 (19)	32.5 (6)	55.7 (12)	11.9 (20)	11.8 (20)
丹麦	26.9 (20)	5.1 (17)	42.4 (15)	45.6 (13)	14.3 (19)
瑞典	25.3 (21)	2.3 (21)	27.8 (17)	48.4 (12)	22.7 (15)

资料：现代经济研究院参考各种资料计算。

注：1) 各指数满分100分。综合竞争力指数是各指数的单纯平均。

2) 括号内是在21个国家中的排名。

启示

作为实现旅游产业高附加值化方案之一，为了培育MICE产业，第一，急需通过扩充MICE设施，解决展览/会议设施及住宿设施不足局面。第二，应以增进便利为重点，改善交通基础设施。第三，应提高对外国游客的国民开放性。第四，应强化旨在提高外国人对韩认识的营销活动。第五，应加强政府对MICE产业的支持。

III. 北韩问题

南北关系专家问卷调查：需要旨在恢复信任的南北韩实践性措施

南北关系专家问卷调查概述

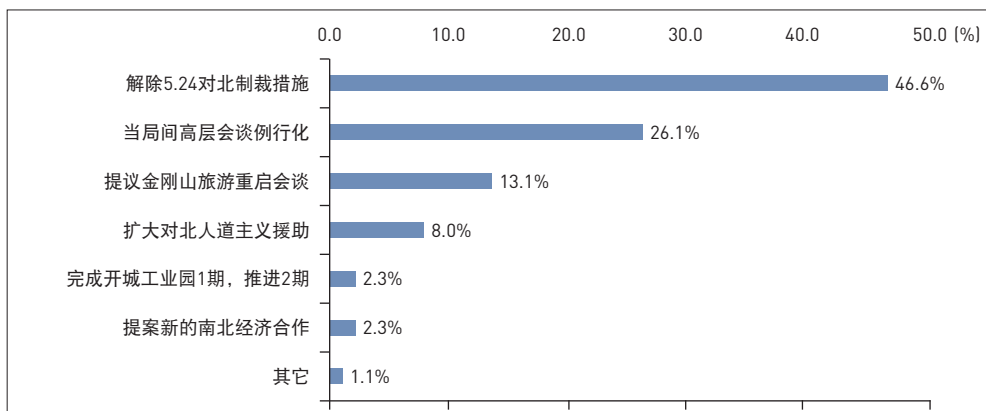
进入2014年，南北首脑均谈及改善相互关系，对通过离散家属团聚与高层接触改善南北关系的预期日益升温。

尽管如此，北韩核问题以及5.24对北制裁和重启金刚山旅游等仍然是摆在南北之间的当面问题。因此，为了摸索南北间相互信任恢复方案与重启金刚山旅游等南北韩当面问题解决之道，2月16日～3月4日期间，对统一、外交、安保领域88位专家进行了问卷调查。

南北间建立信任的解决之道

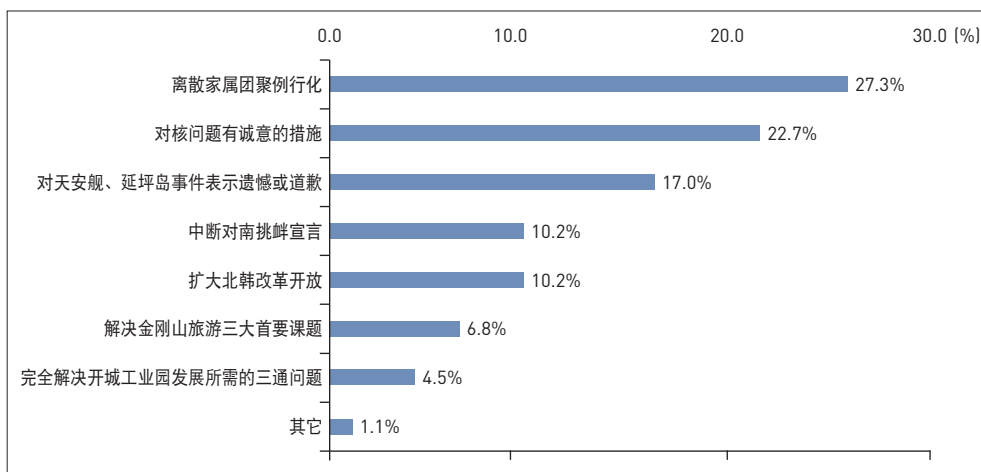
对于“引导北韩建立信任所需的南韩优先课题”，专家回答认为，应优先将重点置于恢复南北经济合作，包括“解除5.24对北制裁措施”(46.6%)、“提议金刚山旅游重启会谈”(13.6%)等。

〈引导北韩建立信任所需的南韩优先课题〉



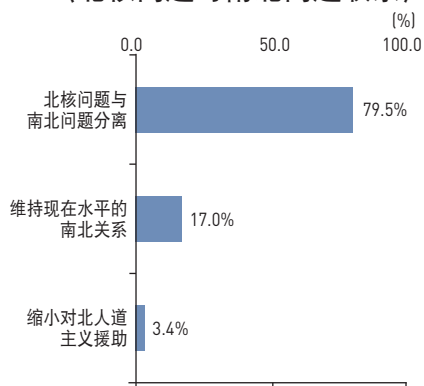
另外，作为“引导南韩建立信任的北韩优先课题”，专家们将“离散家属团聚例行化(27.3%)”看作北韩为确认诚意与建立相互信任而应最优先采取的措施。

〈引导南韩建立信任的北韩优先课题〉

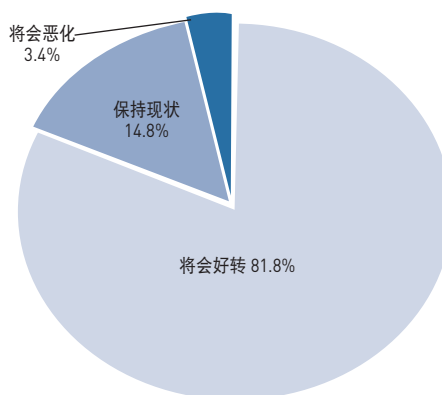


另一方面，对于北核问题与南北关系，大多数专家(79.5%)认为应将北核问题与南北问题分开处置，持续扩大非政治领域的对话、合作。对于2014年南北关系展望，大多数专家回答“将会好转”(81.8%)，表明专家们对前景看好。

〈北核问题与南北问题联系〉



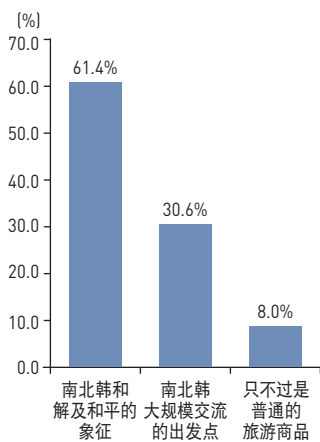
〈2014年南北关系展望〉



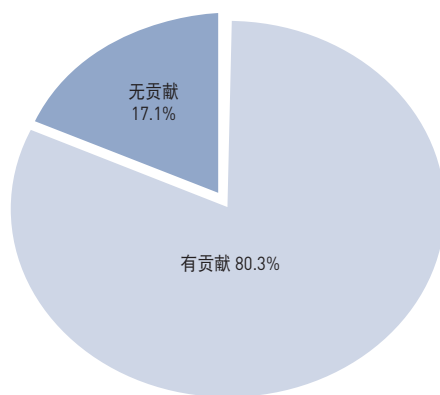
金刚山旅游的意义与解决之道

对于金刚山旅游的意义，10位专家中有9位(92.0%)认为是“南北韩和解及和平的象征(61.4%)”和“南北韩大规模交流的出发点(30.6%)”。回答“只不过是普通的旅游商品(8.0%)”仅为少数。另外，对于金刚山旅游是否有助于“改善南北关系”，大多数专家(83.0%)给出积极评价。

〈金刚山旅游的意义〉

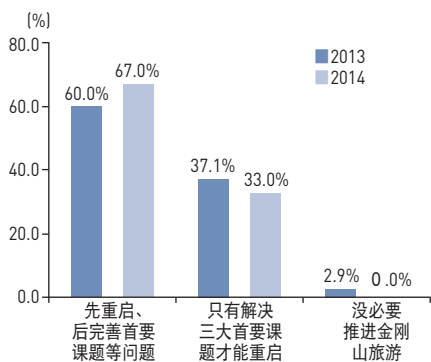


〈金刚山旅游对改善南北关系的贡献〉

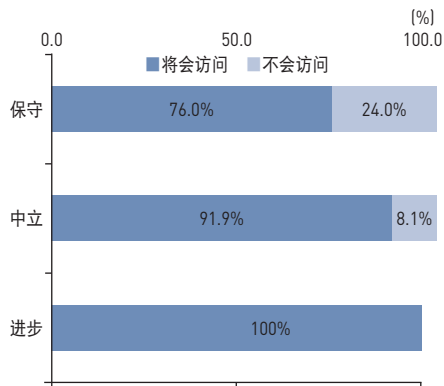


另一方面，对于重启金刚山旅游，专家中相当数量者(67.0%)回答需要“先重启金刚山旅游，后完善三大首要课题等问题”。与2013年的调查相比，“先重启，后完善问题”的回答率增加7%p，这意味着，考虑到金刚山旅游的意义与重要性和对南北关系的贡献等，当下重启旅游的重要性增大。对于是否希望访问金刚山，希望访问者(89.8%)远远高于回答不想访问(10.2%)者。

〈金刚山旅游重启方式〉



〈金刚山旅游重启时的访问意向〉



[附件]

国内与世界经济指标

主要国家增长率趋势

类别	2012					2013					2014
	年度	1/4	2/4	3/4	4/4	年度(E)	1/4	2/4	3/4	4/4	年度(E)
美国	2.8	3.7	1.2	2.8	0.1	1.9	1.1	2.5	4.1	3.2	2.8
欧元区	-0.6	-0.1	-0.3	-0.1	-0.5	-0.4	-0.2	0.3	0.1	0.3	1.0
日本	2.0	3.7	-1.7	-3.1	-0.2	1.7	4.8	3.9	1.1	1.0	1.7
中国	7.7	8.1	7.6	7.4	7.9	7.7	7.7	7.5	7.8	7.7	7.5

注：1) 2013, 2014年展望值以IMF 2014年1月为准。

2) 美国、日本为环比年化率，EU为环比增长率，中国为同比增长率。

韩国主要经济指标变化趋势

类别		2012	2013			2014(E)
			上半年	下半年	年度	
国民帐户	经济增长率 (%)	2.3	2.4	3.5	3.0	3.8
	民间消费 (%)	1.9	1.9	2.1	2.0	2.7
	建设投资 (%)	-3.9	6.4	7.0	6.7	2.5
	设备投资 (%)	0.1	-8.3	6.2	-1.5	6.7
对外贸易	经常收支 (亿美元)	508	313	486	799	490
	出口 (亿美元) [增长率, %]	5,479 [-1.3]	2,765 [0.5]	2,832 [3.8]	5,596 [2.1]	6,067 [8.4]
	进口 (亿美元) [增长率, %]	5,196 [-0.9]	2,565 [-2.9]	2,591 [1.4]	5,156 [-0.8]	5,697 [10.5]
消费者物价 (平均, %)		2.2	1.4	1.2	1.3	2.4
失业率 (平均, %)		3.2	3.4	2.9	3.1	3.1

北韩主要经济指标变化趋势

		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
人均GNI(万美元)		105	103	104	114	119	124	133	137	-
南北交易 (百万美元)	运出	715.5	830.2	1,032.6	888.1	744.8	868.3	800.2	897.2	520.6
	运进	340.3	519.5	765.3	932.3	934.3	1,043.9	913.7	1,074.0	615.2
	合计	1,055.8	1,349.7	1,797.9	1,820.4	1,679.1	1,912.2	1,713.9	1,971.2	1,135.8

资料：韩国银行，韩国统一部。

现代经济研究院

现况

现代经济研究院(HRI)由现代集团首任CEO、创始人及名誉主席郑周永先生于1986年创办。HRI作为一家韩国领先的研究智库,致力于经济和产业环境、以及统一经济的分析和研究。此外,HRI还开展如商务咨询、教育及培训服务、及知识内容业务方面的业务。

主要研究课题

HRI主要由三个部门组成。每个部门的主要工作范围如下：

研究部门

处理与国内和国际经济以及产业发展趋势和问题有关的宏观经济问题。统一经济中心作为其下属部门,致力于研究北韩的政治和经济问题。商务咨询部门作为其另一个主要下属部门,致力于通过提供战略解决方案,帮助国内和跨国公司提高竞争力。

知识业务部门

制作了大量珍贵的在线和离线内容,如教育视频和阅读材料等。

人力资源开发和教育部门

为公司提供人力资源开发咨询服务以提高其人才管理水平,同时提供如培训和讲座在内的教育服务。

致未来的合作伙伴

HRI期待与您的机构进行合作和共事,特别是在调查研究、经济趋势分析及商务咨询领域。有关合作的具体事宜,请联系我们以获取更多信息。

现代经济研究院(HRI)联系方式

总 部 韩国 首尔 钟路区 莲池洞 1-7

联系电话 82-2-2072-6225

网 站 <http://www.hri.co.kr>

 现代经济研究院

