

# 探索启动中国式消费

## ——“中国向消费型国家转变”旁听记

本报记者 林火灿

中国经济持续健康发展的背后,内需无疑是重要的增长动力。目前,我国消费对GDP的贡献率还有待进一步提升,投资拉动、发现潜在消费需求等都成为启动中国消费的关注点

当前,中国经济已经到了只有转型升级才能持续发展的关键阶段,而扩大内需则是最大的结构调整。在12日举行的2013夏季达沃斯论坛“中国向消费型国家转变”分论坛上,与会嘉宾就此展开了探讨。

### 主动发现潜在消费需求

近段时间以来,尽管西方媒体唱衰中国经济的论调不低,但中国经济企稳向好的势头并未改变。在中国经济持续健康发展的背后,内需市场无疑是重要的增长动力。

北京大学经济学教授张维迎表示,投资是拉动内需的重要因素之一。今天的投资,是为了创造更多的新技术和新生产力,给未来带来更多消费。任何投资都应该以提高劳动生产率作为基本前提,否则投资就失去了意义。中国有13亿人,是

世界上唯一城市化阶段占世界人口20%的国家,这本身就是巨大的市场优势,关键就是要把这些优势发挥出来。

“我更加关注的是消费的未来趋势。”中国移动副总裁李正茂说,以信息和通信服务业为主的信心消费行业在快速增长,正成为新的消费热点,将为中国向消费经济转型注入新的动力。

面对消费市场的增长,企业家应该在其中扮演怎样的角色?张维迎表示,中国的消费市场十分巨大,但要把这些优势发挥出来,关键要靠企业家开发。对于一个成功的企业家而言,不能光是满足客户的需求,更重要的是要发现消费者自己尚未发现的潜在需求。

### 创造消费需要有“安全感”

“目前我国消费对GDP的贡献率还有待进一步提升,其核心问题是安全感的问题。”网秦公司CEO林宇说,消费者如果无法获得安全感,个人的消费意愿就没有办法被激发,也就不会有长期持续的消费。

林宇进一步解释说,目前我国消费者“安全感”的缺失,主要体现在四个方面,一是由于社会保障体系相对落后,消费者对未来有所担忧,导致消费意愿下降;二是由于产品安全问题时有发生,导致消费成本和风险增高;三是在消费导向和内容上,以前大家更关注物质性消费,但现在追求更多的是精神层面,但是科技和文化的发展还很难满足人们精神层面消费体验的需求;四是消费者权益保护的问题也有待进一步加强。

与会嘉宾指出,安全感缺失问题,并不局限在消费者本身,作为消费产品的提供者,许多公司在创造消费的过程中,同样面临着“知识产权不能得到有效保护”、“公平竞争的秩序受到恶意破坏”等挑战,也导致了企业的创新动力不足,创新活力不够,最终也不利于消费经济的发展。

### 用创新拉动消费增长

在论坛上,与会嘉宾不约而同地谈到了创新对于引导消费增长的重要作用。嘉宾们认为,企业必须不断提升自身产品标准、优化生产工艺、创造新的产品,才能推动消费的持续增长。

熙可集团CEO朱演铭认为,要创造和引导消费,就是要了解终端消费者未被满足的需求,这就需要企业家发挥更多的主观能动性,用市场化的方式去推动企业发展,不能等着政府给予政策支持或者财政补贴。

林宇建议,要使创新成为拉动消费增长的重要力量,必须加快从五个方面加以改进:一是培养企业发现新问题的能力;二是要注重培养优秀的人才队伍;三是要有完备的推动创新的机制;四是要培养企业家精神;五是要加强知识产权保护,使每一位创业者更有安全感。



“2013年夏季达沃斯论坛”正在大连举行,经济日报对论坛作了全方位报道,以下为论坛精彩内容:

**【李正茂:为啥没人说微信垄断?】**中国移动副总裁李正茂表示,更愿意把微信看作一个新业态,去探讨如何共同竞争与合作,微信没有让中国移动缺乏安全感。中国移动与其他两家运营商存在竞争,不能因为用户规模庞大,就认定中国移动垄断市场,否则微信不是也是垄断?

**【西方对新兴市场企业缺乏理解】**夏季达沃斯论坛发布的首份新兴市场信任度调查表明,中国联想、印度塔塔、巴西淡水河谷、俄罗斯卢克石油在其本国均有87%—98%的了解度。而在海外的辨识度最高72%(联想),最低仅9%(淡水河谷)。新兴市场企业在成熟市场面临严峻“信任折扣”。

**【全球20%的人用不上电是世界的耻辱】**国际能源机构首席经济学家Fatih Birol说,直到今天,全球仍然有20%的人口、约11亿人没有办法得到电力供应,这是全球能源发展的一种耻辱。这些人口大多集中在非洲。比如,在撒哈拉沙漠以南,8亿人的用电量只相当于纽约1700万人的用电量。

**【传统银行不是21世纪将灭亡的恐龙】**永隆银行董事长马蔚华在中国企业家商业灵感晚宴上说,互联网正撼动银行地位,但银行业本身就具IT属性,应顺势改变,增加互联网基因,利用大数据提升服务水平,与第三方支付合作延伸业务末梢,通过便捷技术降低成本,成为智慧银行。

**【张维迎:不赞成用三驾马车分析中国经济】**北京大学经济学教授张维迎表示,用三驾马车分析中国经济的方法非常肤浅,带有浓厚的计划经济色彩。如果不能改变过去的思路,不关心未来,而是只关心今天的指数和目标,然后为了实现这个目标刺激消费,就不会有美好的未来。

**【现有国际贸易规则该改改了】**中国进出口银行董事长李若谷表示,中国产品对世界影响巨大,但关键的问题是在目前的贸易格局中,大多数贸易规则是几十年前由目前的发达经济体主导制定的,现在经贸形势已完全不同,如果全球贸易还守着旧规则,世界经贸发展将困难重重。

关于本届达沃斯论坛更多精彩内容,请关注经济日报法人微博! <http://t.qq.com/jingjiribao>

(本报记者 徐惠喜 林火灿 潘笑天)



图1 9月12日下午,世界经济论坛创始人兼执行主席施瓦布向全球2014年度技术先锋颁奖。 本报记者 陈学慧摄

图2 中国经济改革研究基金会国民经济研究所所长樊纲就调整收入差距等话题回答记者提问。 本报记者 李景录摄

图3 9月12日,辽宁大连国际会议中心中的论坛会场外,外国记者在抢发“新闻”。 本报记者 李景录摄



## 市场推动企业 政府创造环境

本报记者 连俊

“人们常问我,什么政策使瑞士的创新取得不俗成绩,我的答案是没有政策。”9月12日,在“构建创新生态系统”论坛上,瑞士联邦主管教育、研究与创新事务的国务秘书安布罗杰语惊四座。不过,他随后也解释道,所谓“没有政策”,是指瑞士更关注政府给企业创造长期性和框架性的环境。

在安布罗杰看来,这些环境既有硬件,也有软件。比如良好的基础设施、政府机构的放权、政策的稳定性。不过,安布罗杰强调更多的还是教育。他表示,在教育投入方面目光需要放长远,“不能仅10年或者15年那么长,教育投资应该是更长期的,要投资于各个教育层面。”

以色列工贸部首席科学家艾维·哈蒙的观点,则与安布罗杰有一点微妙的区别。他认为,以色列的创新出色得益于两点:一是在生活的每个领域都充满了企业家精神,人们愿意承担风险并且注重合作交流;二是以色列政府在创新研发上投入巨资,但这种投资多是着眼于基础领域,风险较大领域、市场失灵的领域。

## 城镇化带来新机遇

本报大连9月12日电 记者徐惠喜 牛瑾报道:“中国的城镇化率在2012年达到了52.6%,有7.1亿人口被纳入城镇化进程,如果他们能真正融入城市生活,必定产生庞大的市场,拉动巨大的消费潜力,无论对中国还是世界来说,这都是一个机遇。”在出席“2013年夏季达沃斯论坛”新闻发布会时,中国城市和小城镇改革发展中心主任李铁说。

李铁表示,目前中国的城镇化率虽然已达52.6%,但户籍人口城镇化率则只有35.3%,其中17.3个百分点的差距意味着还有2.3亿至2.6亿外来人口在各类城镇就业的同时,并没有享受到城镇的基本公共服务。如果中国在未来5年到10年甚至更长一段时间内,根据城镇化发展进程,在新增的人口不断解决他们的基本公共服务问题,解决他们的户籍问题,他们就会把长期的消费倾向从农村转移到城市,从原来的户籍所在地转移到就业所在地,这将会带来巨大的市场。

“当然,还会带来交通基础设施和区域基础设施改善的需求。”李铁说,农民进城以后居住在不同的区域,会带来对居住区基础设施改善的需求,投资空间也是很大的。中国国内企业家和大量国际企业家都看好中国城镇化带来的巨大市场,想获得在中国投资的机会。

波士顿咨询公司全球总裁兼首席执行官李瑞麒:

## “战略+能力”是企业制胜法宝

本报记者 徐惠喜 牛瑾



波士顿咨询公司全球总裁兼首席执行官李瑞麒。 本报记者 徐惠喜摄

过去,拥有一个好的战略就可能足以让一家企业占据龙头地位好几年。世易时移,今天的企业必须学会在时刻充满变数的环境下生存。本届夏季达沃斯论坛导师、波士顿咨询公司全球总裁兼首席执行

官李瑞麒指出:“面对变幻莫测的全球经济环境,企业若想取得持久的成功,除了要有清晰的战略,还必须具备优秀的组织运营能力。”换言之,“战略+能力”才是未来企业制胜的关键。

当前,无论是跨国公司还是本土企业,都非常重视组织运营能力建设。跨国公司面对本土企业的崛起和瞬息万变的市场,开始认识到必须为企业植入更强大、更持久、更系统化的组织运营能力以保持市场地位。而本土企业则意识到,过去拥有的廉价成本等先天优势可能消失,若要进一步发展,必须做大做强,建立可持续发展的竞争力,即培养人才,并建设系统化的企业核心能力。这促使企业开始学习如何更科学、更系统、更有效地培养人才和加强组织运营能力,以提升经营绩效。

“随着中国经济的快速发展,商业环境的逐渐成熟以及行业竞争的日趋激烈,在中国运营的跨国公司和本土企业均面临一系列新的挑战,开始思考能力建设对企业的重要性。”曾被美国《咨询》杂志评选为2009年全球咨询行业25位最具影响

力咨询顾问之一的李瑞麒对中国企业的能力建设尤为关注。

波士顿咨询公司的一项调查显示,领导力与组织能力建设是全球CEO们最关心的问题之一,且常对此问题感到力不从心,这种现象在中国的企业领导者中有一定的普遍性。此外,中国企业的高层管理者还关心一些具有针对性的能力建设课题,如战略规划、战略诊断、如何制定制胜举措、如何建立高效的领导团队和招募下一层级领导团队、如何管理利益相关方和企业的国际化核心能力建设等。

“要提升企业的组织运营能力,须从领导班子抓起。”练内功、提升核心竞争力成为领导班子建设的首要。波士顿咨询公司认为,企业的领导力建设关键是“三懂”,即懂业务、懂团队、懂自己。把企业的主营业务、管理和执行团队理解透彻了,认清自己在整个公司及公司在行业中的定位,制定适宜的战略,企业的领导力自然就上去了,企业也就成功在望。

李瑞麒列举了一些家喻户晓的跨国公司案例,论述了组织运营能力的重要

性。他说,像美国IBM公司这样的百年老店,其保持基业长青的诀窍并不仅仅在于拥有一个“天才的领导人”,而在于有一个了不起的领导团队。今天的IBM,与20年前的IBM已有很大不同,发生了翻天覆地的变化,公司已经从一个硬件生产商转型为服务提供商。战略和能力,在IBM的成功转型中发挥了关键作用。而转型更是当前各国企业最为关心的话题,本届达沃斯论坛的主题是创新,来自企业界的与会嘉宾讨论最多的是企业如何创新,如何在激烈竞争的商业环境中实现转型,保持自己的竞争优势。为此,李瑞麒在“2013年夏季达沃斯论坛”年会上还宣布,在中国成立波士顿企业领导力学院,助力企业全面建设和提升核心能力,培育杰出的商业领袖。

