

一季度消费对 GDP 的贡献率达 76%,远超过去十年 41.6%的平均值

## 国内消费抬头 企业迎来机遇



### 访谈嘉宾

吴炳新,中国领导科学研究会常务理事,我国消费理论研究的代表性人物。近几年的著作有《消费论》《消费新论》《消费通论》(英文版)和《领导管理科学新论》等。

■ 本报记者 康源

由于出口下滑和房市降温政策对经济的影响,中国经济增速降至 2009 年以来的最低点。然而,政府及家庭消费表现活跃,相比过去

### 1 刺激消费政策初见成效

在工资上涨的同时,物价也在迅速上涨。因此,如果不是因为通货膨胀的因素,工资增长产生的额外消费原本应更高。虽然如此,大多数中国人认为工资未来仍会继续上涨,所以消费依然保持了稳定上升。

《中国企业家》:今年第一季度政府及家庭消费对 GDP 的贡献率达到了 76%。《中国企业家》记者就此专访了我国消费理论专家、中国领导科学研究会常务理事吴炳新。

吴炳新:由于中国长期以来被称为储蓄国,消费总是刺激不上去,第一季度消费贡献率创新高,这是今年难得的好消息。

为了降低贸易顺差,国家提出目标,要求实现增长的再平衡,促使公民减少储蓄,扩大消费。第一季度消费形势说明中国已经取得了初步进展。其实,如果把全国各地的数十万家小型餐厅和商店计算在内,家庭实际消费将远远超过统计数字。这是因为,地方政府往往使用预先估值而不是实际的销售数据来协商征税,结果造成小型餐厅和商店的销售额被大幅低估。

《中国企业家》:消费迅速抬头是哪些因素促成的?

吴炳新:去年经济工作会议强调的头一个着力点便是刺激消费,第二个是实体经济。可以说,已经初见成效。当然,中国消费者的消费能力一部分要归功于他们苛刻的储蓄习惯,现在开始肯花钱了。

有一个现象应当重视,就是消费者乐观的态度。因为“十二五”规划要求最低工资每年至少增长 13%,地方政府通过提高工资水平,刺激国内消费。今年年初,中国两大主要城市北京和深圳均提高了最低工资水平。第一季度,城镇实际工资与去年相比增

十年的平均贡献率只有 41.6%,今年第一季度政府及家庭消费对 GDP 的贡献率达到了 76%。《中国企业家》记者就此专访了我国消费理论专家、中国领导科学研究会常务理事吴炳新。

长了 9.8%,而农村地区的工资同比增长了 12.7%。过去两年中,全国工资已经增长了 22%。

但是,在工资上涨的同时,物价也在迅速上涨。因此,如果不是因为通货膨胀的因素,工资增长产生的额外消费原本应更高。虽然如此,大多数中国人认为工资未来仍会继续上涨,所以消费依然保持了稳定上升。

《中国企业家》:从长远来看,消费增长空间有多大?

吴炳新:中国经济的内部失衡,主要表现为投资过度 and 消费不足。要使经济从投资——外贸的体外循环,变为投资——消费的体内循环,这种良性循环才能使我国经济发展真正具有可持续性。目前,中国经济正处在工业化中后期,消费率提升有很大的空间。投资拉动到消费的拉动,这个过程是很长的,逐步过渡到投资和消费并重,然后再逐步过渡到消费的拉动为主。

《中国企业家》:你把消费理论定位为消费社会学,第一季度社会消费上升,是否印证了你的观点?

吴炳新:传统的消费分类是生产消费和生活消费两方面。我把消费分成三大类,即生活消费、生产消费和社会消费。社会消费主要指国家行政消费、国防、科研、教育等公共消费。一切庞大的社会活动都在围绕消费而展开。今年第一季度的消费增加更多的是社会消费,体现了这种发展趋势。

### 2 消费结构发生全方位变化

从 2006 年到 2011 年中期,国内“首次购买者”占比逐年按 7%—8% 的速度下降,尽管整体的消费额度在持续增长。但这只是表面现象,背后的改变是对同类产品

《中国企业家》:作为企业家与企业领导者应当怎样认识消费市场的变化?

吴炳新:消费主导型社会迟早会来到,中国的企业家对此必须保持清醒的头脑。消费结构发生全方位的变化,具体表现在:

国内“中产阶级”和一些高端消费人群已经初步形成。中国消费者在海外的采购能力已经超过日本、韩国、中国台湾地区等历史上最富有的消费群体。从国内消费领域看,教育和医疗服务还处在成长的早期,具有扎实的后续。无论跨国公司还是本土企业,如果不能清醒地认识这些变化,将很难在新一轮的中国内需市场竞争中获胜。

消费结构的升级换代。从 2006 年到 2011 年中期,国内“首次购买者”占比逐年按 7%—8% 的速度下降,尽管整体的消费额度在持续增长。但这只是表面现象,背后的改变是对同类产品

“高质量”、“高美誉度”、“高性价比”方面的追求。这也就是我们在市场营销中常常讲的“更新换代”。因此,在新一轮的消费市场中,厂家必须重视“替换品市场”的研究和开发。

消费群体结构的复杂化。一个例子是中国的人口老龄化现象,老年消

### 3 更新思想观念调整经济结构

随着消费主导社会局面的到来,企业要适应消费形势,调整经济结构,特别要在创新上下功夫。要建立以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的科技创新体系,促进社会消费能力。

《中国企业家》:扩大内需特别是消费需求是我国今年工作的重点。你认为应当从哪些方面强化这项工作?

吴炳新:社会消费的管理包括领导管理哲学、宏观国家管理哲学和微观企业管理。从强化政府调控功能着手,首先要做到的是构建中国的消费政策体系,促进产业结构优化。扩大消费是一项复杂的系统工程,涉及政府的产业政策、就业政策、收入政策、财政政策、货币政策等一系列宏观经济政策。也就是说,单项推进的消费政策的功力是有限的。只有推行广义的消费政策,构建有效的宏观经济政策组合,才有可能收到理想的政策效

费市场潜力巨大。老年人在医疗保健、食品、服装、旅游、娱乐、养老等各方面有大量需求;老年人的价值观、消费观与生活方式在不断更新,其消费需求正在向高层次、高质量、个性化、多元化的方向发展,花钱买健康、买年轻、买舒适、买享受、买方便正成为生活追求。

新消费品的出现。随着全球经济和文化的互动、社会价值观的演进,国内市场也出现新品类的需求趋势。最为突出的例子是“有机食品”、天然和纯天然果汁和饮料。与人们的健康和疾病预防相关的产品,比如各类维生素营养补品,也开始出现强劲的增长。

电子商务渠道被广泛认可。2011 年上半年,中国电子商务整体交易规模达到 3.2 万亿元,其中网络消费总量达 4734 亿元,相当于 2010 年全年的发展速度。把电子商务纳入企业的发展战略,是不可回避的工作,将直接影响到企业未来的持久竞争能力。

因此,企业家、企业领导者必须对消费市场中客户结构演变高度重视,那种过于简单化地躺在教科书上的“市场细分”理论,容易让好的研发拿不出拳头产品、好的产品卖不出去。

随着消费主导社会局面的到来,企业要适应消费形势,调整经济结构,特别要在创新上下功夫。要建立以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的科技创新体系,促进社会消费能力。

《中国企业家》:抑制央企海外资金投入,是为了更好地把资金转到国内扩内需,把资金引入地方发展。

## 国资委三道金牌监管中央企业海外投资

(上接第一版)

在去年底举行的中央企业负责人会议上,国务院国资委主任王勇就表示:“做好 2012 年的工作,要坚持突出主业,在做强做优主业主上下功夫。”

中共中央政治局委员、国务院副总理张德江对中央企业提出了六点要求。其中一条就是:“要把保持企业平稳较快发展作为首要任务,突出主业,做强做优实体经济,防止企业生产经营出现大的波动,在保持国民经济平稳较快发展中发挥骨干作用。”

国资委相关处室提供《中国企业家》记者的一份解读文件内容中就称,此次《办法》的出台,“是国资委依法履行出资人职责,完善国有资产保值增值责任体系的一项重要举措,对于推动中央企业认真落实做强做优、培育具有国际竞争力的世界一流企业的目标要求,加快实施国际化经营战略,具有十分重要的意义。”

### 止亏层面的思考

目前,中央企业的投资国别正从亚洲、非洲向欧美国家和地区逐步拓展,投资的行业从传统矿产资源、制造业向服务业转变,投资方式从新建投资向股权投资等多元化方式尝试,投资的质量和效益明显提升。

近几年来,随着中央企业“走出去”步伐加快,境外投资规模迅速增长。国资委的公开数据显示,2011 年 1 月到 11 月,中央企业在境外(含港澳地区)营业收入 3.4 万亿元,实现利润总额 1280 亿元,同比分别增长 30.7%和 28%,增幅高于同期境内投资。同时,117 家中央企业应收账款总额是 1.6 万亿元,库存 3.5 万亿元,两

者相加占中央企业流动资产总额的 46%。

虽然中央企业在海外获得如此大的收益,但是,不可否认的是,部分中央企业在“走出去”的过程中,也“交了不少学费”。

资料显示,2009 年年底,中化集团在海外投资的 3 个油气田项目,累计亏损 1526.62 万美元;2010 年 6 月,中钢集团在澳大利亚 Weld Range 铁矿石项目暂停,具体损失暂无统计;2011 年 6 月,中国铁建投资沙特轻轨项目亏损达人民币 41.48 亿元。这些,也只是中央企业海外投资亏损的冰山一角。

在上述解读文件内容中,国资委也表示:“目前中央企业境外投资仍处在初级阶段,还存在一些需要关注的问题,境外投资为企业战略服务的意识不强,投资项目前期研究不够深入,投资风险控制能力和利用全球资本市场的有待进一步提升。”

### 海外管理步入正轨

提升国际化经营能力和水平是做强做优中央企业、培育世界一流企业的必然要求。

国资委主任王勇指出,2012 年央企工作要做到“三突出”,即突出

转型升级、降本增效和风险管控,并开展“管理提升年”活动,提升央企整体管理水平,夯实发展基础。

对于 5 月 1 日正式启动的《办法》,中国铝业公司新闻发言人袁力接受《中国企业家》记者采访时表示:“陆续出台的三个《文件》,证明央企境外监管制度体系已初步建立。虽然,中铝集团在境外项目也遭遇过坎坷,但是,这并没有动摇我们再造‘海外中铝’的信心,为了建设好、运行好、维护好全面风险管理体系,结合中铝公司实际制定了《中国铝业公司全面风险管理办法》和《中国铝业公司全面风险管理操作手册》。”

袁力还表示,在中铝公司风险管理体系搭建过程中,公司各层级建立了上下贯通的全面风险管理三道防线,即各职能部门为第一道防线;风险管理归口部门为第二道防线;内部审计部门为第三道防线。

据袁力介绍,中铝在推进“走出去”战略的过程中,正积极参与各种

资源的国际配置,实现各种要素的国际流转,公司未来海外的资产要达到 30%以上,进入世界矿业的前五名,打造中国的世界一流矿业公司。

对于此次《办法》的出台,业界存在着一种说法,《办法》抑制央企海外资金投入,是为了更好地把资金转到国内扩内需,把资金引入地方发展。

彭建国有着不同看法,“我个人认为,《办法》的出台不是这个意思,国资委一直在鼓励中央企业‘走出去’,从原来的引进来企业走出去,这是全球经济结构的变化而产生的,央企‘走出去’有太多教训,这让国资委明确央企做自己熟悉擅长的主业的决心,换句话说,就是合理合规化,通过‘走出去’,央企就利用两个市场两种资源,更加有力的发展。加强与地方的合作也需要,同时,鼓励央企‘走出去’也很重要,国民经济的强发展,离不开中央企业的各方努力。”

### 重要启事

最近我们发现有人冒用我报名义向企业发放《关于组织“2011—2012 年度全国优秀企业家”专版发布的通知》。对此,我们郑重声明,我报及报社任何部门从未组织开展此项宣传活动。

对于社会人员冒用我报社名义欺骗企业的行为以及对我报造成的名誉损害,我们将保留追究当事人法律责任的权利。同时也提醒广大企业,今后在接到此类文件后,可致电本报查询,来电请拨打 010-68701500,以辨明真伪,谨防受骗。

《中国企业家》股份有限公司  
2012 年 4 月 24 日

## 吴英不死:民意的胜利

(上接第一版)

伴随着吴英案进入公众视野,舆论开始进入争辩、反思阶段。2012 年 1 月 18 日,浙江省高院终审维持对浙江东阳女子吴英的死刑,至此吴英案已历经 5 年,其间过程备受争议,终审同样未能平抑这些争议,相反却激起了更大的舆论。短短时间内,迅速由一起普通案件演变为一起法治事件。有的网站开设的“吴英该不该死”投票显示,绝大部分投票者认为吴英罪不至死;北大、清华、浙江大学等高校学者和一些知名律师致信最高院为其求情……这一时期舆论的焦点开始转向吴英案的罪与非罪,民间借贷危机背后的深层次问题,矛头开始指向现行的金融体制。改革现有金融体制,打破银行垄断,放开民间资本成为这一阶段的舆论主流。

两会把温州危机舆论引向高潮。吴英案的经济背景是,我国早已摆脱计划经济,逐步建立起了市场经济,但是一些关键的经济领域仍然被垄断。经济快速发展的推动对资本的渴求与现行资金供给体制之间的冲突已尖锐化和公开化。金融垄断必然会造成金融稀缺,金融稀缺又必然会造成民间的高利贷,而且这种对民间金融的压抑越久稀缺越大,反弹也就越厉害。作为中国唯一一家以服务企业和企业家为宗旨的中央级报纸,《中国企业家》在 2011 年 4 月便发表一系列反映温州中小企业倒闭苗头的报道,以后紧追不舍。在两会前连续发表了《银行业正在成为垄断资本阶层》、《银行与企业不能变成“黄世仁”与“杨白劳”》、《银行暴利的三大推手》、《实体经济是银行高利润的最大受害者》、《吴英生与死直指金融改革核心领域》等一系列观点鲜明的评论,形成了一股强大的舆论力量,对人们正确认识金融体制现状起到了重要作用,在企业界引起强烈反响。

塞翁失马,焉知非福。前一阶段备受舆论批评的温州商人,在两会期间看到了曙光。主管金融的王岐山副总理在两会期间表示,应给予民间借贷合法性。今年两会期间,温家宝总理在回答记者提问时也表示,对吴英案的处理一定要坚持实事求是。3 月 14 日的两会记者会上温家宝总理透露,央行和银监会正积极考虑将温州的民间金融作为综合改革的试点。民间借贷改革再次引发媒体和网民的热议。

3 月 28 日,国务院宣布,将在温州市设立金融综合改革试验区。消息传出后,再次引发舆论热议,因祸得福是舆论对温州方案实施的主要评价。《中国企业家》及时发表了《温州方案实施 1982 年“一号文件”的评论文章,高度评价了温州方案实施的意义,昭示了未来金融改革的方向。

### 败也舆论 成也舆论

无论是前期爆出温州商人“跑路”的丑闻,还是后来高调宣示金融改革的要求,我们都能看到背后涌动的舆论力量。如果用一句话来概括的话,可说是“败也舆论,成也舆论”。

温州民间借贷危机为公众所认知,舆论可以说是有功有过。其过在于过度放大了民间借贷危机,不同程度造成了温州民间的焦虑和恐慌。坊间传言,在温州,即使是在办公室,老板们也要带上两块电池,以防万一,关机更是万万不敢想的事情。据说,一位温州老板去海外办事,因忙于生意关机一天,结果,次日就传出他“跑路”的谣言。这一时期的温州遭到了几十年来最大的舆论攻击潮。短视、贪婪、投机、不可救药、温州模式终结为这期间媒体提到温州时最常用的词,似乎温州几十年来的正面形象就根本没有存在过。其功则在于报道引起了各级政府和社会各界对温州民间借贷问题的关注和重视。持续不断的各种报道和言论最终惊动了中央高层。正是在这种舆论推动下,2011 年 10 月 5 日,温家宝总理率领大批中央财经官员到温州,要求妥善处理好企业资金断链的问题。

当然,温州能成为金融综合改革试验区首个试点城市,和舆论高调呼吁金融改革的声音也是分不开的。在短哲的道德批评潮过后,媒体舆论开始转入对金融体制的沉湎反思阶段。这一阶段,温州开始成为舆论同情的对象,舆论转而把矛头指向银行业的金融垄断。我们的宏观政策和金融制度安排存在很多亟待改进的地方。要最大程度地减少高利贷等各种民间借贷乱象,不是干脆取缔民间借贷就可以实现的。诈骗是犯罪,但借贷是合法的,国家应大力发展民间融资,变“堵”为“疏”,改革不合理的金融体制,开放民间金融,特别是依法界定合法民间借贷和非法吸收公众存款的边界。

众家媒体纷纷呼吁打破金融垄断,实行金融改革才是救温州的治本之策。舆论的议题显然再次影响了政府高层的议题。2012 年 4 月 4 日,温家宝总理在福建考察时直言:“银行获利太容易了”,并明确中央已统一思想要打破银行垄断。

### 企业舆论的四种力量

无论是成是败,舆论的力量显然不容忽视。总结这次温州危机中舆论力量的形成与发展规律,我们认为,企业舆论的四种力量尤其引起重视。

首先即揭露真相的力量。我们都生活在一个有限的时空里,不可能全面了解发生在我们生活范围之外的世界发生的所有事情,这时就需要媒体来为我们还原和揭示真相。这次温州民间危机,如果没有媒体的介入,恐怕温州民间借贷危机的盖子到现在还没揭开,更遑论成为首个金融综合改革试点城市了。

其次是认识事物的力量。马克思说过,感觉到了的东西我们不一定能理解它,只有理解了的东西才能深刻地感觉到。我们对新事物的认识莫不如此。在真相揭开后,如何认识它便是我们面临的首要问题。我们每一个人的知识背景、认识范围有限,作为公众耳目喉舌的媒体舆论的力量此时就显得非常重要。这次温州危机之所以能够在各级政府和公众社会中形成比较一致的意见,和媒体舆论的及时分析解释是分不开的。新华社中国网事新媒体创意策划中心独家专访了八位长期关注此案的法学家、社会学家、经济学家和企业家。专家学者用历史的眼光,辩证的观点,从司法导向、死刑改革、以人为本的理念等多个角度,纵论“吴英案”背后法治、金融和经济领域的制度纠结。

再次是论辩争锋的力量。在价值日益多元的今天,论辩争锋不可避免。正所谓真理越辩越明,在交锋中,正确的观点得到越来越多的人拥护,错误的言论逐渐销声匿迹。观点平台上交锋后能够生存下来的必然是经得起历史和现实考验的。这次温州危机中涌现出的各种舆论交锋的结果就是最好的证明。

由中国政法大学主办的“论吴英是非生死谈民间金融环境”吴英案主题研讨会,2 月 6 日下午在京举行。很多理论家在媒体的呼吁形成一种强大的论辩力量。《中国企业家》记者汪静赫、王敏就孙大午现象倾向性明显的分析报道,便属于这类报道。

第四是昭示方向的力量。不久前,经国务院批准,温州市金融综合改革试验区正式启动。这意味着长期处于“地下状态”暗流涌动的民间资本,有望走出晦暗地带,开启阳光化之路。从某种程度上可以说,这是受到了集中出现的“老板跑路”事件以及吴英案等非常有影响的公共事件推动的结果。普利策说,媒体就像在一望无际的大海上航行的巨轮的船头瞭望者。梁启超则把向导国民和监督政府列为舆论的两大功能。其实说到底,舆论就是在关键时刻、紧要关头要昭示方向,为各级政府、企业和社会公众的决策提供参考性意见。这次温州之所以能成为金融综合改革的首个试点城市,显然是和舆论对金融改革的高调呼吁分不开的。