

中国经济：“稳”将成为主基调

访交通银行首席经济学家连平



■本报记者 唐玮婕

投资消费总体平稳

“当前，经济增长缓中趋稳，有向好的态势，但经济运行仍有下行压力。”连平指出，传统拉动经济增长的“三驾马车”仍是 2017 中国经济发展的重要着力点。其中，自贸区建设、“一带一路”倡议和区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)谈判为出口创造增长空间，预计出口增速保持在 1%左右的低速增长。而贸易结构升级，出口地域转型升级，出口产品结构升级的趋势仍将持续。

“美国特朗普当选后，口头宣称要推行一系列政策，包括财政赤字、加大减税、美国本土大搞基建等，目前多方都在分析其落地的可能性。从美国的体制来看，他上台之后最容易推进的是贸易保护主义政策，而其他政策基本很难落地。”连平表示，“对于中国来说，2017 年的出口可能需要给予更大的关注。因为，尽管之前全球总需求情况很不理想，但总体而言我国出口运行还算平稳。现在随着美国经济复苏，如何面对未来贸易环境的变化，以及美国可能的保护政策，确实值得我们思考。”

在投资方面，整体运行趋于平稳。随着 PPP 项目金额到位，项目落实情况有望好转；而基建投资通过投资政策、金融支持和财政政策等推动，增速在 17%左右。2016 年初以来工业生产运行平稳，工业产品价格回升，企业利润改善，而加大结构性减税力度有助于制造业扩大生产、增加投资，预计制造业投资增长 3%左右，逐渐触底企稳。同时，尽管一线和部分二线热点城市房地产产

策趋紧，三四线城市仍处于去库存阶段，按目前态势和长期以来运行的逻辑看，房地产投资 2017 年上半年可能还能保持跟目前差不多的水平。连平表示，2017 年整体的固定资产投资增长有望达到 8%。

值得一提的是，国内的消费保持平稳运行，有助于经济增速保持平稳。连平说，目前，中国正逐步消除制约养老、教育、体育等消费的体制机制障碍，加大旅游、文化等领域有效供给，加快发展健身休闲产业，供给侧结构性改革推动消费增长和消费升级。居民消费能力和意愿都有提升，而文体娱乐、旅游等消费意愿较为强烈，信息技术发展促进消费增长。不过，房地产销售回落逐渐影响后续消费，家具、家电、建材等消费可能放缓。汽车保有量已经很大，加之优惠政策促进 2016 年汽车类提前消费，2017 年汽车类消费增速再次跌入个位数增长难以避免。因此，2017 年消费增长预计在 10.2%左右，物价水平整体上行对消费名义增速起到抬升作用。

抑泡沫与去库存并举

“当前泡沫虽在局部城市出现，但

其总的运行态势是在进一步扩散。在未来一段时间，由于政策调控，一二线城市整个成交速度会明显放慢，房价涨幅放缓。”连平指出，一方面，由于决策层“抑泡沫、控房价、防风险”的态度坚决，未来一段时间里房价涨幅居前的城市仍有可能加码调控，这种“紧”的格局至少在 2017 年上半年不会发生改变；另一方面，去库存效果初显但并不显著，这一任务仍需继续推进。



根据连平的判断，随着房企资金来源的减少和需求端意愿的减弱，房地产开发投资面临压力，增

不确定性形成的不同类型合力组合将会带来经济增长的波动。如果外需环境恶化，汇率贬值幅度加大，房地产销售和开发投资增速显著下降，民间投资继续下行，经济增速可能滑入 6.5%以下；但如果外需环境改善，房地产市场运行平稳，民间投资回升，经济增速则将高于 6.5%。

速将缓慢回落。预计 2017 年房地产开发投资将面临压力，增速趋于下行，全年增速约 2%左右。未来供地较少的热点城市地方政府将在 2017 年落实加大推地的计划，一二线城市土地成交面积和金额占比进一步提升，土地拍卖“三高”现象有所缓解，全国土地购置面积降幅收窄。

在物价走势方面，他指出，2016 年全年 CPI 累计上涨 2%，创三年来新高，但仍低于全年 3%的控制增长目标，“最近 CPI 的整体走势基本是在 2%水平缓慢向上走，但局部开始暗流涌动。例如，尽管猪肉价格的运行是处在下行周期中，个别省份猪肉价格却出现大涨。2017 年一季度，猪肉价格下行周期可能基本结束。尽管供给结构已有改善，未来猪肉价格仍可能上行，会不会带动食品价格出现明显上升，需要加以警惕。”

剔除食品和能源，核心 CPI 长期以来是比较稳定的，但最近其总体趋势为小幅向上，由 2016 年 8 月的 1.6%升至 11 月的 1.9%，据测算 2017 年可能会在

2%以上运行。当前 PPI 大幅回升，未来可能会带动核心 CPI 向上。进入 2017 年，PPI 翘尾因素先加 4 个百分点，因此年初 PPI 会明显上一台阶。连平表示，考虑到 M1 增速较快、2017 年年中蔬菜价格可能上涨以及年中 CPI 受到的翘尾因素处于全年高位三方面因素的叠加影响，CPI 在年中个别月份突破

目标 3%也不是没有可能。

货币政策保持稳健中性

“货币政策有三个基本状态，分别是稳健、从紧和宽松。去年召开的中央经济工作会议定调 2017 年货币政策是稳健中性。”在连平看来，中国处在工业化较快、城镇化水平不高的发展阶段，而人口众多，就业需求较大，货币政策通常具有四个目标：一是保持经济合理增长；二是充分就业，保持与经济增长相匹配的就业增长；三是物价稳定和低通货膨胀；四是促进国际收支平衡。

事实上，货币政策对国际收支具有重要影响。“美国的事例很典型。美联储加息导致资本大量回流美国，推动美元上涨。加息后美元利率与日元和欧元利率之间的利差明显扩大。”他预计，2017 年美元有可能加息三次，“目前美国联邦基金利率为 0.5%至 0.75%，如果加三次就将达到 1.5%左右，而欧洲、日本都是零利率，甚至是负利率，全球资本可能继续回流美国。不过，由于特朗普经济刺激计划的实施力度可能不及市场预期，美联储加息对美元指数的推动作用趋于减弱。”

连平表示，在这种全球宏观经济的大背景下，2017 年中国的货币政策强调中性，是为了寻求平衡多目标需求下的总体适度状态。鉴于各个目标都有各自的需求，有的需要货币政策收紧，有的需要货币政策放松。中性首先是要从平衡各个目标所提出的政策需求出发，在此基础上谨慎合理地开展调节，以达

到总体适度状态。很明显，稳健中性清晰地体现了中央经济工作会议提出的稳字当先的要求。

近年来，央行调节市场流动性的工具不断完善和丰富，除公开市场逆回购以外，还推出了用于不同期限的结构性调控工具 SLO（短期流动性调节工具）、SLF（常备借贷便利）、MLF（中期借贷便利）和 PSL（抵押补充贷款）；过去央行主要通过大银行向市场投放流动性，现已可以直接向中小银行提供流动性；以往央行公开市场调控时间窗口每周仅两天，而现在是每个工作日都可进行调控。

“2017 年中国的货币政策将更加关注供给侧结构性改革和防控金融风险，保持稳健中性，为经济进一步企稳营造适宜的货币金融环境。预计一般情况下全年准备金率和基准利率基本稳定，公开市场操作和结构性工具 SLF、MLF、PSL 使用规模和频率都将提高。”连平指出，“而积极财政政策将更有效率，持续推进税收制度改革，加大结构性减税力度，适当降低工商业增值税税率，对部分新兴产业、转型升级较好的企业定向提供税费优惠等。”

连平指出，今年中国经济增速预计达到 6.5%左右，“不确定性形成的不同类型合力组合将会带来经济增长的波动。如果外需环境恶化，汇率贬值幅度加大，房地产销售和开发投资增速显著下降，民间投资继续下行，经济增速可能滑入 6.5%以下；但如果外需环境改善，房地产市场运行平稳，民间投资回升，经济增速则将高于 6.5%。”

头像素描：陈韶旭

宏观经济变数增加

企业要有跨越行业的创新思维

春江水暖鸭先知。宏观经济环境的复杂多变，无疑将促使企业寻找全新增长动能。今年的“2017 蓝墨水新年论坛”还上演了一场“对话创新者”的“头脑风暴”，在复旦大学管理学院企业管理系助理教授孙金云的主持下，与会嘉宾带来了其在各自行业内创新的思考与心得。

跨界：线上还是线下？

孙金云：相对于过往的狂热，我们对于互联网思维、互联网时代发展的判断已经进入相对理性的阶段。拿线上商业对线下商业的冲击来说，线上商业的增长也迎来了瓶颈。从你们的角度看，究竟应该如何面对跨界互联网的机会？怎样建立跨越行业的创新思维？

丁晖：关于线上和线下的讨论一直在持续，不少相关的新名词不断冒出来，包括互联网+，以及马云提出的“新零售”等，也有人喜欢用融合或者是跨界的提法。在我看来，无论提法有多复杂，最后的关键是要与顾客接触并连通。第一步是了解顾客真正需要什么；随后是如何用平台做结合联接顾客。

如果按照这样的思路，那么无论线上还是线下都是用来实现连通顾客的渠道和平台，未来肯定应该也会逐渐融合

起来。有的时候线上和线下看起来似乎是在互相竞争，但是趋势会是越来越互相融合，把线上优势和线下优势更好地结合在一起，从而满足消费者需求。用实体店举例来说，顾客要逛线下的购物中心，线上的导航地图、停车地图就能提供更好的体验；支付也同样如此，各种线上的工具会让整个支付的过程更为便捷高效。因此，我们必须去拥抱这样的变化，动脑筋让线上和线下更好地融合。

葛景栋：我在互联网行业工作了很久，经历了 PC（个人计算机）到门户网站，到移动互联网，再到社交化时代，毫无疑问的是，互联网和传统行业的融合确实是越来越深。以前大家都把互联网当成传播工具，只会想到来这里来做广告，把它视作是媒体中的一个分类，起到告知的作用；当电子商务的大潮涌来后，大家又逐渐把互联网当成销售渠道；而眼下的移动互联网去中心化，不仅仅重构了互联网媒体行业，也在对传统行业产生影响。你会发现，越来越多的中小企业蓬勃发展，因为规模可能不见得是现在最大的优势，更重要的是切中消费者的核心需求。在碎片化的互联网时代，如果产品能让用户产生尖叫的体验感受，形成口碑，再坚持下去就会聚集起一批忠实的品牌粉丝。此时，再利用互联网传播手段、电商手段，结合其他的渠道，再加上数据挖掘，可以用很低的成本实现精准广告到达不同的用户，这就让不少中小企业如鱼得水。

所以，我认为，互联网的跨界其实可能改变了整个商业格局。变革之后，不管是互联网工具还是非互联网工具，都是以服务用户为核心。

金亦冶：我们内部其实一直在反思跨界的定义。事实上，很多行业所谓的跨界竞争，本质上的问题不在于跨界，而是对行业的划界本身存在问题。很多行业看似属于不同的领域，但竞争的东西是相似的。比如，一家做游戏的企业，很可能最大的竞争并不是来自于同行，而是电影院，或者做体育的等等，因此

圆桌嘉宾

丁晖
葛景栋
金亦冶
徐讯

孙金云

宜家购物中心中国区总裁
新浪副总裁
Ping++CEO
深圳华大基因研究院院长、首席科学家、深圳国家基因库执行主任
复旦大学管理学院企业管理系助理教授

为这些不同的行业都是在争抢用户的时间。所以说，行业不断跨界其实是非常自然的现象，毕竟资源是有限的，无论是用户的时间、注意力，还是每个月可以花的钱等都不可能无止尽地增长。从这个角度来看，我们真正应该关注的是怎么和客户建立连接，而不是我们处于什么行业，是互联网还是非互联网，线上还是线下，并不是那么重要。

孙金云：不管是技术研发，还是商业创新，都有各种各样形式的“跨界”。无论你所处的是哪一个行业，选择主动跨界也好，选择关注顾客需求也好，都不要盲目崇拜新出现潮流，也不要妄自菲薄，应

该是相互取长补短。

生态：竞争还是合作？

孙金云：我很多时间是研究中小企业和创业企业，互联网行业非常流行的一个词就是“赢家通吃”；当 BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）陈成为各自领域的领导者后，行业集中度越来越高，中小企业的机会又在哪里？

丁晖：我认为，对于中小企业来说，创新应该是他们血液里的基本因素。商业要成功，要么是科技和产品很棒，要么是有规模优势，要么是设计感强，要么是品牌好、品牌强，要么是非常低的成本竞争力。中小企业往往与品牌、规模效益，甚至成本优势没啥关系，却拥有天然的优势：接近市场、接近顾客。因此，中小企业要做的就是依靠创新，产品创新，业务模式创新，更好地满足自己的目标客户。我相信，未来会有越来越多的中国中小企业会成长起来，越活越好。

葛景栋：我也是非常同意，中小企业迎来了一个更好的时代。过去十年的商业经济中，大家拼谁规模更大，但现在，“庞然大物”的日子并不好过，反而有一些小儿美的企业过得更舒心。

在互联网领域，BAT 是大头，新浪就是中型企业，从利润各方面来说与其他的中小企业面临一样的问题——不可能无限制投入。这个时候，要赢得市场，必

须要用匠心，好好做好产品，不要看一些不切实际的目标。去年微商之所以会大起大落，就是个别商家赚快钱、失信造成的危机。反倒是一些不盲目扩张的企业，选择专注于经营好自己的粉丝，建立人格化的品牌，利用社交媒体的传播效应，实现了非常好的经营业绩。

可见，对于很多中小企业来说，用匠心做产品，与用户沟通，做自己的个人品牌，利用粉丝经济服务好用户，可能只是有一个产品的爆点，就能产生用户黏性，把这一部分用户经营好就足够了。

金亦冶：BAT 这些巨头公司，已经慢慢变成了基础设施，演变成生态系统，只要这些公司做平台一定会衍生出很多商业机会，这些机会就是中小企业的机会。不要一上来，就想要把 BAT 干掉，这是相对比较难的事情，我们应该附着在生态系统的平台上发展，甚至还能利用这些平台的红利。我认为，未来应该是这样的竞争格局，大公司成为基础设施，中小企业做生态系统上个性化、垂直化的事情，类似的机会肯定会越来越多。

徐讯：我很同意这个观点。虽然基因测序的行业门槛很高，需要投入大量的财力和技术支持，但这不代表别人就没有机会了，其实最终每一个垂直的健康应用都需要不同的人来完成创新。整个国家基因库相当于一个平台，在这个平台

链接

在全球金融危机的背景下，复旦大学管理学院于 2009 年推出了“蓝墨水精英教育计划”，旨在通过公益性的教育服务活动，为有志于自我提升的职场人士提供一个高端的开放的学习平台，为其职业发展蓄积力量。“蓝墨水计划”开办 8 年来，复旦管院不断积累经验，确立了“OpenDay”、“OpenLecture”、“OpenClass”、“OpenHour”四大模块。

“新年论坛”作为“蓝墨水计划”一年一度的“重头戏”，至今已连续举办了七届，复旦管院依托自身的专业背景和强大的行业号召力，为职场精英与经济学家、业界专家搭建沟通桥梁。每一年的新年论坛都以敏锐视角和前瞻视野，捕捉来年经济与商业大势，搭建启智与交流平台，为大家带来思想的盛宴。

上将要吸引更多民间的创新力量。

孙金云：大家其实谈到了一个共同理念，企业发展过程中，原来的竞争格局被改变，原本一个行业里会有领先者、挑战者、追随者，大家互相之间都是竞争关系，但现在已经是产业生态的概念，如果有一家企业帮助大家构建了平台，在这个平台上依然需要其他角色加入，可能需要更多合作的心态，利用这些基础设施扎扎实实做好自己的工作，就有望抓住东风，反而会是更好的创业机会。



中國銀行 上海市分行
BANK OF CHINA SHANGHAI BRANCH



復旦管理學系圓桌談
合作伙伴