



▲今年政府工作報告將「大力提振消費、提高投資效益，全方位擴大國內需求」列為各項重點任務之首。

## 經濟觀察家

長期來看，中國消費還有很大提升空間，但也要客觀看待提振消費的難度。中國消費佔GDP比例長期低於全球平均水平，且社會消費品零售總額增速持續回落，這表明中國的消費內生動能不足。

# 財策發力 刺激消費內生動能

內需包括固定資產投資和消費，在高質量發展階段，擴大有效投資面臨約束。製造業投資代表了未來的產能供給，低物價環境對企業投資意願會有一定抑制。房地產投資受過去幾年新開工收縮的傳導，修復是一個漸進的過程。基建投資由政府主導，政府工作報告要求「堅決防止低效無效投資」，儲備合意的基建項目需要多方協調配合。

相較固定資產投資，消費還有較大提升空間。世界銀行數據顯示，2023年中國最終消費支出佔GDP比例為55.6%，比當年全球平均水平低了17.4個百分點。這不僅明顯低於一些發達經濟體，與主要新興經濟體相比也有較大差距。

政策今年高度重視提振消費。政府工作報告將「大力提振消費、提高投資效益，全方位擴大國內需求」列為各項重點任務之首，「實施提振消費專項行動」排在全方位擴大內需各項任務的最前面。近日，中共中央辦公廳、國務院辦公廳聯合印發《提振消費專項行動方案》（以下簡稱《方案》），對提振消費進行全面部署。3月17日國家發展改革委、財政部等六部門舉行新聞發布會，介紹提振消費有關情況，發布會上提到該文件在出台過程中經過了三十多個部門的會商和反覆論證。

## 縮窄居民收入差距

具體來看，筆者認為《方案》有以下內容值得重點關注：

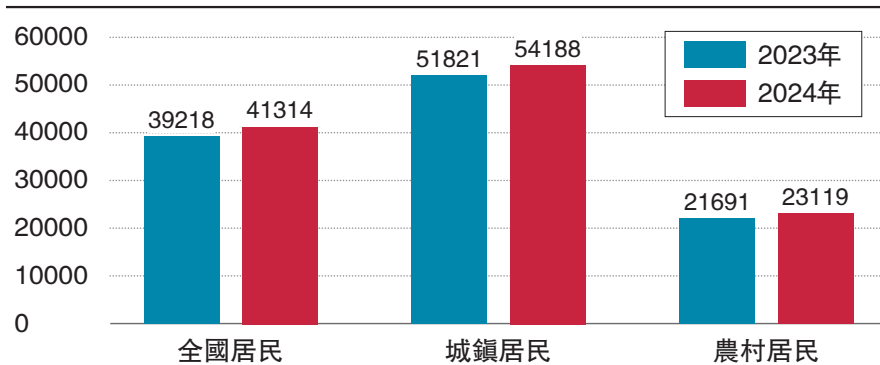
第一，落實國民收入再分配改革，部署實施城鄉居民增收促進行動。國民收入再分配改革是提振消費的重要舉措，實際上是在共同富裕的目標下，通過各次分配來提高中低收入群體在收入分配中的佔比，從而起到提振消費的作用。

從《方案》中看，居民增收政策聚焦中低收入人群。一方面，促進工資性收入合理增長。通過面向重點領域等的就業支持計劃、促進重點群體就業、延續實施失業保險穩崗返還政策、健全最低工資標準調整機制等方式，穩就業、增收入。另一方面，多措並舉促進農民增收。2024年農村居民人均可支配收入為23119元（人民幣，下同），是城鎮居民的42.7%；2024年鄉村居民人均消費支出19280元，是城鎮居民的55.8%。可見農村人口消費基數低、邊際消費傾向高，通過盤活土地和住房等資產、發展綠色農業等方式促進農民增收，對於提振消費有積極影響。

《方案》還部署了拓寬財產性收入渠道。股市方面，「多措並舉穩住股市，加強戰略性力量儲備和穩市機制建設」。結合政府工作報告提到的「拓展中央銀行宏觀審慎與金融穩定功能，創新金融工具，維護金融市場穩定」，後續可以關注是否成立類似於股市平準基金的創新型金融工具。

第二，優化財政資金投向，保障居民消費能力。有研究顯示，公共消費增加1個百分點，長期來看會提高私人消費0.4個百分點，因為用於民生的公共消費增加，能減少老百姓的後

## 全國及分城鄉居民人均可支配收入



顧之憂。

《方案》部署優化財政資金投向，將惠民生和促消費相結合，實施消費能力保障支持行動。具體的措施包括加大生育養育保障力度、強化教育支撐、提高醫療養老保障能力，以及保障低收入人口、完全失能老年人、困難群眾和失業人員等重點群體基本生活。數據顯示，2025年中央財政安排的就業補助資金、醫療救助補助資金、基本公共衛生服務補助資金共計1769.4億元。

消費能力保障支持行動中，育兒補貼備受關注。從《方案》中「研究建立育兒補貼制度」的定調來看，出全國性的育兒補貼制度，可能還需要一些時間，短期可能是各地根據實際情況制定出台相關政策。

## 吸引海外遊客來華

第三，大宗消費和服務消費並重。2024年促消費政策聚焦消費品「以舊換新」和汽車消費。《方案》在大宗消費更新升級行動方面，重點部署加大消費品「以舊換新」支持力度、更好滿足住房消費需求、延伸汽車消費鏈條，這幾條以落實現有政策為主，和市場預期基本一致。

市場對於如何提振服務消費也較為關注。中國服務消費還有較大提升空間。2022年中國居民服務消費佔GDP比重為19.7%，與一些發達經濟體相比有明顯差距。促進服務消費，對於提振消費至關重要。

《方案》對服務消費提質惠民行動進行專門部署，包括優化「一老一小」服務供給、促進生活服務消費、擴大文體旅遊消費、推動冰雪消費、發展入境消費和穩步推進服務業擴大開放。相關部署偏向於供給側，包括擴大服務供給、優化審核流程，以及通過改革、開放吸引外國遊客和外國資金進入中國服務消費市場等。

目前財政資金對服務消費的支持力度，要弱於對大宗消費的支持，這是市場預期差之一。2025年財政資金是否會在需求側加力支持服務消費？筆者認為，餐飲、旅遊等服務消費可能是重點支持領域。原因在於：1）近年來促消費聚焦大宗消費，效果邊際減弱，而服務消費佔GDP比重低，提振服務消費或有明顯效果；2）服務業單位GDP對就業的帶動作用大於工業單位GDP，支持服務消費也有利於穩就業。

第四，完善支持政策，首次部署對個人消費貸款進行財政貼息。近年來財政政策與貨幣政策加強協同配合，財政貼息是常見形式，但過去主要是面向企業貸款，如製造業設備更新貸款、中小微企業貸款等。《方

案》提出，2025年對於符合條件的個人消費貸款和消費領域的服務業經營主體貸款給予財政貼息，首次將財政貼息拓寬到個人消費貸款。後續關注政策如何落實，如可納入財政貼息範圍的個人消費貸款標準、貼息幅度等。如果條件相對寬鬆、貼息幅度較大，財政貼息有望帶動個人消費貸款回升。

## 適當補助待業學生

《方案》對增收減負惠民生進行全面部署，有望推動消費穩步復甦。考慮到消費對於經濟平穩運行的重要性，筆者有以下建議，以進一步夯實消費在經濟中的基石作用。

一是更大力度增加財政對公共消費的投入。以2024年GDP（134.9萬億元）估算，在不增加總財政支出的情況下，通過優化財政支出投向，使中國公共消費率回升到全球平均水平，中國財政用於公共消費的支出規模每年就有約6900億元的增量。

二是平衡好「以舊換新」和對特定群體的現金補助。「以舊換新」在實施過程中難以避免的是，部分高收入人群通過「以舊換新」政策享受財政補貼，而一些中低收入人群認為補貼後的價格依然較高。未來應該平衡好「以舊換新」和對特定群體的現金補助。

三是切實做好中低收入人群的收入合理增長工作。未來可從兩方面着手：一方面，優化國有企業工資總額制度，積極發揮國有企業的穩就業職能。另一方面，優化失業保險金領取流程。可通過簡化失業認證程序、適當提高失業金發放標準等，增加對失業群體的支持。

四是針對已畢業但尚未找到工作的大中專畢業生，給予適當的生活補助。基於以下兩個原因，建議根據他們戶籍所在地的經濟發展水平，適當發放生活補貼：1）這個群體篩選難度不大；2）已畢業但未工作的學生邊際消費傾向高，拿到補貼後消費意願強。

五是對個人消費貸款財政貼息的同時，加強資金用途的監測。《方案》提出對符合條件的個人消費貸款給予財政貼息，釋放了非常積極的信號。但在政策實施過程中，須加強資金用途監測，避免消費貸款的資金挪作他用，增加金融機構的風險敞口和借款人的財務風險。

六是繼續發揮財政改革對促消費的牽引作用。在共同富裕的目標下，通過推進二次分配和三次分配來增加中低收入群體在收入分配中的佔比，從而起到提振消費的作用。

（作者為中泰證券首席經濟學家）

# 奔馳裁員背後的企業文化透視



點市成金  
譚浩俊

日前據外媒報道，德國梅賽德斯奔馳管理層計劃於4月給所有員工發信，為離職員工提供非常豐厚的遣散費。計算下來，對於一位在辦公室工作、月薪近8萬元（人民幣，下同）且在公司工作至少30年的中層經理來說，遣散費或超過400萬元。

沒想到奔馳也要裁員了，但處理方式非常人性化，除了給出非常豐厚的遣散費外，還給予員工自由選擇權。那麼，如何看待奔馳做出這樣的決策呢？豐厚遣散費背後，隱藏着什麼樣的真問題呢？豐厚遣散費會不會讓奔馳的員工紛紛離職呢？

首先應當看到的問題是，全球經濟正面臨歷史罕見的大挑戰，像奔馳這樣的企業都受到強大衝擊，需要通過裁員來維持企業生存了。千萬不要以為，奔馳做出這樣的決策是心甘情願的，將遣散費放得如此之高，恰恰是奔馳不想這樣做、不願這樣做的表現。只是當下的情況，又讓企業不得不做出裁員的舉動，這才是真正的難事。而這又與一些國家推行的貿易保護和單邊主義是密不可分的，與歐洲國家不能有效應對和反擊貿易保護、單邊主義是密不可分的。但凡能夠共同抵制貿易保護和單邊主義，像奔馳這樣的企業，是絕對不需要裁員的。

其次應當看到的問題是，德國企業在企業文化方面是先進的、有利於企業發展的。不管企業如何走向，也不管能否生存下去，員工是不能虧待的。這樣的理念，不僅奔馳是如此，其他企業也是如此。這也是為什麼德國企業能夠做大、做強、做優、做長的根本原因，也是德國人願意長期在一家企業工作的主要考量。這樣的企業文化，只要不是市場發生太大變化、不是管理層沒跟上時代發展，企業都能正常地運轉下去。

其三應當看到的問題是，綠色轉型步伐之快，讓奔馳也有點跟不上腳步了。這次奔馳出現的裁員問題，絕非偶然，而是必然。尤其是奔馳在中國市場的銷量下滑，是其綠色轉型跟不上行業發展表現的。電動汽車快速發展，決定了傳統燃油汽車生存壓力的加大，即便像奔馳這樣的國際知名品牌，也必須適應這樣的變化，否則有被淘汰的可能。

其四應當看到的問題是，奔馳的豐厚遣散費是基於員工的30年工齡而制定的，放在中國，可能沒有幾名員工能夠享受。我們注意到，奔馳給出的豐

厚遣散費，有一個非常重要的前提條件，那就是至少在企業已經工作了30年。在中國的大型國有企業，廠齡在30年以上的可能還有不少。而在民營企業，除非是國有企業改制而來的，絕大多數企業員工的工齡都是非常短的，有三年以上就算不錯的了。所以，在關注奔馳豐厚遣散費問題上，不能過度看重遣散費，而應當關注員工在企業的工作時間。

## 打造品牌需要耐心

其五應當看到的問題是，豐厚的遣散費不會引發多少員工離職。30年在一家企業工作，哪怕是冷血動物，也有可能被時間捂熱了。尤其在德國，只要不是新員工，只要年齡在50歲以上的員工，大多數的廠齡都不會低於30年。在一家企業工作了這麼長時間，他們會輕易選擇離開嗎？再豐厚的遣散費，可能也只能吸引眼球，而無法打動員工。

其六應當看到的問題是，百年老店讓年輕人選擇的機會更多、空間更大。奔馳是一家百年老店，奔馳品牌在汽車領域，也是具有強大的競爭力的，是能夠吸引員工安心工作的。在這方面，歐洲企業是具有非常強的優勢的，尤其德國和瑞士，百年老店比比皆是。自然，員工到一家企業工作，也就不需要考慮跳槽的問題，而是可以一直安心工作下去，可以讓子孫都到企業工作。為什麼德國、瑞士的年輕人不像中國的年輕人那樣重視高考，很重要的原因，就是當藍領沒有什麼不好的，大多數年輕人都願意去當藍領，並在上初中時就把當藍領作為人生目標，自然也就不會在學習上顯得那麼苦，年輕人之間也就不需要那麼捲了。

其七應當看到的問題，就是做企業一定要有耐心，要踏踏實實、一步一個腳印地走去。一家企業要想成為百年老店，要想培育出優秀的產品品牌，員工素質是關鍵，員工忠誠度則是必要條件。如果員工在企業工作的時間都很短，對企業缺乏忠誠度，就很難有真正的工匠，就很難生產出質量很高的產品，自然也就不可能做出真正的品牌。真正有市場影響力的品牌，既需要產品質量，也需要時間打磨，需要讓消費者用口碑來塑造。自然，要想把企業做成百年老店，也就只能靠員工的共同努力和管理者的持久耐心了。

（作者為財經評論員、中南財經政法大學兼職教授）



▲電動汽車快速發展，傳統燃油汽車生存壓力加大，國際知名品牌奔馳也必須適應時代變化，否則會被淘汰。

# 剛性需求 細價樓主導首季新盤



樓語縱橫  
楊永健

近月樓市持續熾熱，上周估計首季新盤市場總銷售量達4200伙，截至目前已逾4050伙，相信整季或達4300伙，有望超額完成。雖然比起去年第一季度的約4870伙仍有距離，但去年新盤市場「來得快、去得亦快」，第二季度新盤銷售已顯著回落。

今年的情況又如何？過去數月樓市氣氛拾級而上，整體一、二手成交量均處於上升軌。去年樓市可說「來得快、去得亦快」，主要是全面撤辣後，買家即時大舉入市，但熱潮過後購買力未能維持。如果說去年樓市主要是外來投資者帶動，今年的樓市則是由剛性需求所帶動。

## 新界銷售2200宗 佔全港55%

再從新盤銷售比率的情況亦可以看出，今年樓市與去年有所不同。年初至今新盤約4000宗成交中，新界再次主導大市，成交量超過2200宗，佔比達55%，至於去年新界區新盤只佔整體成交41%而已。

不過，今年首季九龍區整體成交顯著回落，暫只錄約1088宗，佔整體成交27%，至於去年九龍區新盤成交比新界區還要多，屬歷年首次，佔比高

達45%。

另外，今年首季新界區成交大幅增加，反映樓市以細價樓主導，主要是受惠於財政預算案將400萬元以下物業的釐印費大幅減至100元，因而刺激細價樓銷情，但始終400萬元以下的新盤成交只佔少數，新盤仍然由剛性需求主導，用家及上車客佔多數。

值得留意的是，今年港島區新盤仍然相當搶手，比去年的成交比率再進一步提高。年初至今港島區新盤成交量約750宗，佔整體新盤成交量超過18%，至於去年港島區新盤銷售2350宗，佔比為14%。未來仍有多個港島大型新盤登場，估計港島新盤銷售較去年再有增加。

（作者為世紀21 Q動力總經理）



▲樓市熾熱，首季新盤銷售有望高達4300宗。