



▲後發國家在推動實現經濟規模躍升的過程中，應着重於從內生性增長出發。

經濟觀察家

後發國家如何實現規模躍升是一個世界性難題。根據國際貨幣基金組織（IMF）統計，2012-2024 年新興經濟體的國內生產總值（GDP）平均增速在4%左右，1996-2011 年為5.5%，呈現放緩態勢。筆者近三年系統性開展國別研究，涵蓋數十個代表性的後發國家案例，包括「二戰後」崛起的後發國家，如日本、韓國及德國，以及在1970年代後轉型成功的新興經濟體，如中國、泰國、阿根廷、巴西、波蘭、匈牙利，乃至沙特阿拉伯。轉型成功的經驗主要包括漸進性推動經濟制度改革、融入全球化及參與國際分工、強調技術升級以及金融監管規範，進而實現經濟轉型和規模躍升。

加大研發與改革 促進經濟轉型

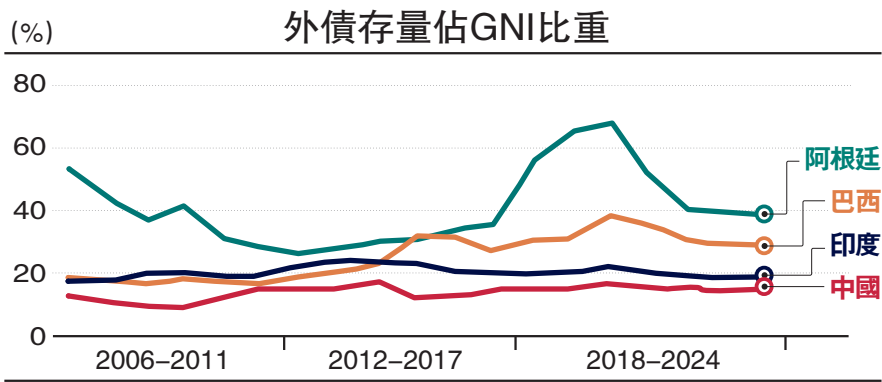
2024 年，發展中國家償債利率升至24年來最高水平。中國等實現經濟成功轉型的經驗值得研究。以中國為代表的後發國家通過將後發優勢最大化，在經濟發展到一定階段後，穩步推進結構性改革，穩妥擴大對外開放，強化科技自主創新，釋放出新的人力資本紅利和競爭優勢，這些對其他後發國家有啟發意義。製造業和研發來看，2024 年中國製造業增加值和研發支出 GDP 佔比分別在 25% 和 2.69%。實踐表明，後發國家在推動實現經濟規模躍升的過程中，應着重於從內生性增長出發，通過發揮後發優勢構建比較競爭優勢，注重宏觀政策的審慎平衡，並投入更多資源在社會民生領域。

後發國家的三種挑戰

一是經濟對外依存度偏高，內生性增長動能不足。後發國家在起飛階段經濟基礎條件相對薄弱，缺乏原始積累，特別是對於原材料和能源資源為主的後發國家而言，缺乏製造業能力。部分後發國家在經濟轉軌過程中未能抓住有利時機進行自主創新，如委內瑞拉、阿根廷、智利等國家依託於豐富的資源能源出口獲得更多外匯儲備，但存在經濟發展的內生性動能明顯不足、外部性依賴又過重等問題。比如，越南外資企業的出口份額高達75%，而且對美國市場依賴性較大，對美出口佔比超過三分之一，受到美國「對等關稅」的威脅。又比如巴西、希臘，因過度依賴外部市場，累積大量外債，國際收支嚴重失衡。根據世界銀行的數據，2024 年中國、印度外債存量佔國民總收入（GNI, Gross National Income）的比重為13%，巴西、阿根廷的外債比例雖逐漸呈小幅下降態勢，但目前的比重仍分別為29%和39%，明顯偏高。

二是結構性改革相對滯後，經濟社會發展有所失衡。後發國家的困境在於如何把握技術模仿與制度學習的取捨。後發國家由於制度改革基礎不深厚、發展條件不具備，其薄弱環節也逐漸暴露，如地方產業過度競爭、要素市場流通不暢等。世界銀行統計，2024 年如巴西、委內瑞拉、南非的人均 GDP 按現價計算，分別較歷史高點下降23%、69%和27.5%，出現倒退現象。

三是科技競爭加劇，後發國家自主創新遭遇瓶頸。由於全球分工、國際貨幣金融體系以及地緣政治影響，後發國家所形成的後發劣勢具有很強的外部效應，隨着經濟體量發展到一定規模，後發劣勢不斷衍生。後發國家基礎研究相對薄弱，長期形成的技術依賴短期內難以擺脫，傳統發展路徑失效，實現「彎道超車」的成本更高。統計顯示，巴西的製造業增加值佔 GDP 的比重從1984 年高峰期的34%下降至目前不到10%。研發支



出不升反降，進一步削弱競爭優勢，比如巴西的研發支出佔 GDP 的比重僅1%左右，南非不到1%，落後於新興經濟體的平均水平，始終處於價值鏈的低端。比如在 AI 和芯片半導體行業，整體上新興經濟體的份額偏低，仍有發展瓶頸。

自主創新打造核心競爭力

（一）穩步推進結構性改革，促進經濟高質量發展。一是穩步推進結構性改革，解決經濟發展動能不足、全要素生產率偏低等結構性問題，完善市場經濟體制機制，穩慎推進金融改革，促進要素市場改革等舉措不斷提升全要素生產率，釋放新的經濟增長動能和增長空間。二是發揮好有為政府與有效市場的作用，進一步釐清政府與市場的職責定位、功能作用和邊界，健全市場經濟法律體系，為市場主體創新提供便利，激發市場主體創新活力。三是既要抓住全球化重塑與產業鏈重構的機遇期，發展符合自身資源稟賦的產業行業，推動中低端產業向中高端價值鏈延伸，不斷優化產業結構和區域布局，通過打造各區域產業集群和特色產業布局形成多頭並進的發展引擎，促進產業升級。

（二）扎實推進科技自主創新，實現產業鏈價值鏈提升。一是搶抓第四次科技革命啟軌的重大機遇期，完善產業政策，引導本土企業培育壯大科技創新，形成研發、生產和成果轉化的完整體系。二是探索從產業鏈供應鏈的優勢產業和專精特新行業入手，打造具有核心競爭力的拳頭高科技產業鏈。三是發揮金融要素市場功能，進一步探索構建產業基金、主權投資、外商直接投資等多種融資體系，建設差異化的產業集群。比如，波蘭積極發揮「歐盟資金+國家政策+企業投資」的協同效應，建立汽車零部件產業的「護城河」，2024 年波蘭汽車類產品出口412億美元，佔波蘭出口總額的11%。

（三）重視經濟社會與生態均衡發展，促進民生福祉建設。一是平衡好經濟、社會與生態建設的關係，避免因經濟增長而忽視社會與生態問題，扭轉傳統的粗放式經濟發展模式，逐步引導高污染、高能耗產業行業轉型升級，促進可持續發展和綠色轉型。比如，中國加大綠色投資，其中清潔能源投資規模佔全球比重的三分之一。二是更加重視民生事業發展，堅持以人民為中心的理念，完善社會保障體系、促進教育公平與加強

醫療保障等綜合舉措着力解決貧富差距擴大化問題，並促進中低收入群體收入增長。比如，中國在「十五五」時期將研究制定城鄉居民增收計劃，多渠道增加居民收入。三是通過產業扶貧、金融扶貧，以及制度扶貧等各方面政策構建脫貧扶貧的體制機制，關注區域發展，解決民眾關注的通脹、收入及就業問題，構築民生保障「安全網」，提升社會保障的經濟減震器作用。

培育內生增長動能

國際比較，全球多數後發國家依託相對低廉的勞動力、價格更低的土地等資源，承接發達國家技術和產業轉移，完成了工業化的基本使命，逐步改善經濟發展落後局面。進入到後工業化時期，後發國家面臨的內外部環境更趨複雜，後發劣勢問題愈發突出。研究表明，後發優勢與後發劣勢在不同國家或地區的不同發展階段具有明顯差異，而技術模仿與制度模仿並不一定存在矛盾和對立。實踐證明，一些過去成功邁入中等收入行列的國家或地區未能堅持自身的發展道路，或改革的步伐過快、過激，或無視現實條件，導致金融自由化、資本無序擴張以及發展失衡等問題。

經驗表明，後發國家一方面可以通過圍繞市場經濟制度改革、營商環境建設等打造良好的經濟增長環境，另一方面則依託科技創新引領解決後發劣勢問題，提升價值鏈地位。結合筆者過去五年的研究觀察，少部分後發國家實現了經濟規模的躍升。比如作為大型經濟體的中國，過去五年的經濟增速保持在5%以上，體量規模實現逐年躍升，主要在於培育內生性增長動能，拓展內需消費增長空間，發展新興產業和未來產業。又比如愛爾蘭、越南，2024 年的 GDP 規模分別較2015 年的增幅達到101.6%、99%，充分利用國際分工優勢，吸引全球投資。

總結來看，後發國家的經濟轉型核心仍在於解決經濟增長問題，沒有較好的增長很難解決債務赤字、社會民生失衡問題。當前而言，後發國家的經濟規模躍升面臨的挑戰更大，關鍵在於兩點，一是經濟增長的內部環境，比如經濟改革、宏觀政策治理、產業政策制定，二是經濟增長的外部環境，比如國際營商和投資、經貿對外開放等。

（作者為上海金融與發展實驗室特聘研究員。本文僅代表個人觀點）

「私域流量」助力金融業精細經營

處於網絡時代，用戶數據成為企業釐訂策略的重要依據，其中起主要作用的一項是「流量」。流量指的是一個泛媒體平台能夠吸引到的人數，通常用點擊次數來衡量。

私域是指企業自己的社交媒體平台，而私域流量（Private Traffic）乃一個新概念，指具有封閉性、專屬性的管道，可以更直接地接觸到消費者，提高用戶黏性和複購率，同時降低流量獲取成本，渠道包括Line群組、WhatsApp群組、電郵行銷（EDM）等。

金融業步入互聯網時期，精耕細化經營離不開私域建設的支援，而量度私域流量是提升客戶忠誠度、降低營銷成本的重要手段。以下筆者闡析金融業如何使用私域流量數據以達至精細經營及其涵意。

分析消費習慣 營銷更精準

在流量時代，私域建設為信用卡行業精準營銷的有力平台。有了私域的流量數據，便可以對存戶的行為、消費習慣、偏好等進行深入分析，從而準確了解各客戶層的消費行為和需求變化。企業微信作為連接企業與客戶的橋樑，是不可或缺的私域平台。

數年前，廣發信用卡開始探索在微信私域中為客戶提供金融服務。2021年，廣發信用卡的企微管理系統正式上線，經理人能夠清晰地看到每個客戶的獨特之處，並依據企業微系統精確地分析結果，主動且有針對性的為客戶提供度身訂造的精細化、差異化金融服務，例如對有理財需求的客戶，能夠有針對性地提供專業的理財建議和合適的金融產品。

廣發信用卡利用AI技術搭建線上生態智能化促活數據模型，基於客戶交易行為數據分析，模型算法可以識別低活躍度以及高消費潛力的用戶。繼而根據不同的客戶數據表現，在企微、公眾號、小程序及支付寶等線上觸點，系統自動生成差異智能化的內容，為客戶贈送立減金等消費轉化。該模型在通過智能化觸達喚喚新客戶近130萬人次。

私域的核心理念是通過數據積累實現精細化運營和客戶的長期維繫。銀行的統一企微平台，可以將全行客群標籤數據實現打通，其中包含用戶的金融資產、行為數據、消費習慣、需求偏好等信息。通過這些融合數據的深度分析，將企業微信帶入營銷場景，描繪客戶畫像分群、梳理精準營銷線索，並可以將內容自動匹配以及追蹤營銷效果。



商業銀行建立私域運營數據管理體系，對深化精細經營十分重要。

要說銀行界私域運營做得比較好的，以零售銀行業務為主攻方向的招商銀行位居前列。數據顯示，招商銀行的兩大移動Apps（小程序）——「招商銀行」和「掌上生活」，月活（月活躍用戶是指月活躍用戶數，即在30天視窗期內與App互動的用戶數）高達1.07億，其中「飯票」和「影票」兩個生活場景的交易額更是接近100億，超越四大行。可以說，招商銀行打造IP（Internet protocol網際協定）化較成功的銀行之一。通過自身品牌IP輸出，聯名IP的不斷破圈，成功佔領銀行業的流量高地，為吸引不同圈層和渠道使用者打下基礎。

除了自有IP以外，招商銀行更積極推動聯名IP，經常與當下受歡迎的平台、遊戲、動漫等打造聯名卡，吸引不同圈層用戶，實現品牌年輕化，打破人們對銀行的刻板印象。

招商銀行借助「企業微信+公眾號+社群+社交平台」等平台和工具，打通了公域和私域的流量迴圈，形成龐大的私域陣地。招商銀行在抖音設置賬號矩陣，賬號粉絲總數超過700萬，主要視頻內容為銀行日常、宣傳反詐小知識、福利活動推廣等，主頁內還有「粉絲群」的引流。招商銀行的微博擁有358萬粉絲，發布內容多為品牌合作宣傳，用戶轉評讚等。在主頁下面還有「官方粉絲群」的引流鍵，用戶可以申請進群。

深耕客戶需求 創造長期價值

筆者任職銀行高層時，集團董事長一再囑咐銀行要進一步發展，使得逐步脫離粗放式經營，走向精細式經營，這句話甚有前瞻性。在信用卡追求高增長的導向下，商業銀行紛紛轉變發展思路，將目光聚焦於「客戶體驗」、「數智化」，積極探索信用卡獲客、活客、留客的創新形式。在此背景下，商業銀行開始引入零售電商的私域運營模式，運用企業微信等工具開展線上獲客與業務運營。

商業銀行建立私域運營數據管理體系，對深化精細經營十分重要。這樣做便可整合分析不同渠道的運營數據，深度挖掘客戶行為特徵與需求編號創建豐富且精準的運營標籤，通過對數據的系統化梳理和分析，為後續運營策略的制定提供堅實的數據支持。

充分使用私域流量時的數據，金融界便可以看到更精細的客戶形象特徵及需求，再融入並參與周圍的網絡，以拓大獲客基礎，從而深耕客戶。世界很大，他們得一步一步往外走，先熟悉身邊的網絡，然後往外延伸。金融業以私域為陣地的深耕細作實踐和取得的成績，可供其他產業領域參考，以創造長期價值。

（作者為香港理工大學工商管理博士、資深金融家）

商業銀行建立私域運營數據管理體系，對深化精細經營十分重要。

雙糧花紅佣金 按揭計算大不同

樓按明瞭
張顯曦

臨近農曆新年，不少公司陸續派發雙糧或花紅，為辛勞的打工仔帶來獎勵。原來這些薪金視為額外獲得的報酬，在買樓申請按揭時，也能成為額外的借貸力，幫助通過收入審核。不過這些額外收入在按揭審批時會有何不同？筆者在此作詳細介紹。

雙糧：從銀行批核按揭角度，如果公司聘用文件中明確列有雙糧條款，通常會被視為固定收入，並可計算進入息之中。例如員工月薪為33000元，若加上雙糧部分，則每月薪金可增加2750元（33000元/12個月）至35750元。

花紅：花紅的計算方法較雙糧複雜，一般會以24個月的平均金額計算。假設打工仔首年花紅為10000元，次年為15000元，銀行會以約1042元（即：（10000+15000）/24個月）計入息之中。需注意的是，若申請按揭保險，用於計算年終花紅的金額最高不可超過月薪三倍。此外，若已轉職至新公司，舊公司的花紅通常不納入計算，只會以現職公司的花紅總額除以24個月。申請按揭前，務必將相關金額計算清楚。

約滿酬金：部分專業及技術性行業打工仔，在合約期滿時會獲發約滿酬金。有些銀行會將此收入計入進息，例如合約期為3年，約滿酬金為30000元，銀行會將其除以36個月，即每月薪金可額外加上833元。不過，各銀行的計算方式及要求各有不同，建議事先向銀行及按揭轉介公司查詢。

六個月佣金平均值計收入

佣金：保險經紀、地產代理等行業的收入通常以底薪加佣金計算，透過按揭保險最高可申請八成按揭。銀行一般會以過往6個月的佣金收入平均數來計算收入，但部分銀行可能會先剔除最高及最低月份的收入後再計算。由於計算方法較為複雜，建議向按揭轉介公司查詢各銀行的實際計算方法。此外，因佣金收入行業需提供至少6個月入息證明，申請人應預留充足時間準備相關文件，才能使按揭申請過程更加順利。

以上為銀行的一般做法，惟各銀行的審批準則各有不同，個別銀行可能較為嚴謹。此外，銀行亦會不時調整計算方法，故申請前最好先諮詢按揭專業人士，以避免不必要的波折。

（作者為經絡按揭轉介營運總監）