

2022 年 5 月 13 日

星期五

第 1649 期/共 1649 期

【参考信息】

如何扭转“需求收缩”的局面?p2

3 加大政策力度 努力实现经济社会发展目标.....p5

5 步行街改造中,要如何设计店招才能让商铺更有价值?p10

企业文化不是一层不变的,而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。
目前我国政治、经济和社会环境与过去相比,都发生了明显而深刻的变化,企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务,这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革,保持企业文化先进性和引领性。

客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心

地 址: 上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话: 021-51313680 4000092877

传 真: 021-51313688 邮编: 200122

E-mail: info@shecs.org

【参考信息】

如何扭转“需求收缩”的局面？



去年底召开的中央经济工作会议强调“需求收缩、供给冲击、预期转弱”三重压力，今年4月7日李克强总理主持召开专家和企业家座谈会时则指出，有些突发因素超出预期，对经济平稳运行带来更大不确定性和挑战。对于当前经济形势，4月底的中央政治局会议作出了全面研判：新冠肺炎疫情和乌克兰危机导致风险挑战增多，我国经济发展环境的复杂性、严峻性、不确定性上升，稳增长、稳就业、稳物价面临新的挑战。

那么，全年5.5%的增长目标如何实现？宏观政策怎样发力稳经济？基建投资拉动作用有多大？发钱能否促进消费？对此，中泰证券首席经济学家李迅雷在接受新京报贝壳财经记者采访时表示，预计今年下半年经济走势应该会显著好于上半年。谈及基建投资在稳增长中的作用，他认为，不能把基建投资看成稳住经济的万能钥匙。至于促进消费，单纯靠发钱作用不大，其核心仍是要提高居民整体收入水平，提高收入关键还是要通过税制改革。

预计今年经济走势“前低后高”

——下半年有望显著上升

4.8%这一增速超过分析师们的前期预测值，对全年5.5%的目标来说是偏低的，要实现这一目标的话，后面三个季度的增长就必须有一个显著的上升。一般来讲，如果没有疫情、没有俄乌冲突的话，今年的经济会是前高后低的走势，5.5%的增长目标也是能实现的。但是现在有了俄乌冲突和国内疫情的多点暴发，影响到一些经营和生产活动，导致我们实现5.5%这个目标有一定难度。

另一方面，预计今年下半年经济走势应该会显著好于上半年。因为二季度经济受疫情影响更加严重，如果坚持目前的“动态清零”防控政策，二季度应该能够把疫情控制住，生产经营活动会逐步恢

复正常，这样的话今年下半年经济有可能会显著上升。所以此前预期今年的经济走势是前低后高，现在来看可能会变成前更低后更高。

客观来讲，预计二季度的增速应该会比一季度略低一点，因为考虑到疫情的因素，当然不会低很多，因为去年二季度的基数并不高。而且，经济政策的效果有滞后性，不是说政策一开始执行就立竿见影，比如基建投资，一季度政策发力，见效也要等到三四季度了。

中央政治局会议的表述是“努力实现全年经济社会发展预期目标”，不是说要不惜一切代价去实现。所以我认为，不要把 GDP 增长目标这个数据看得太重。到 2035 年之前平均每年的 GDP 增速在 4.6%-4.7% 之间，大概就能实现 2035 年的目标。

不能将基建当作稳经济的万能钥匙

数据显示，固定资产投资增速在 3 月出现下滑，在三大类投资中，制造业投资和房地产投资增速在 3 月份双双走低，基建投资增速则在 3 月份延续回升态势。我国的基建投资空间是否充足？基建投资在稳增长中的作用有多大？

基建投资能够起到一定作用。过去在三大类投资中，制造业投资在固定资产投资中的占比是最高的，其次是房地产投资，再次是基建投资，长期以来都是如此。因此，单一靠基建投资让固定资产投资大幅回升也不现实。

中央政治局会议提到要发挥有效投资的关键作用，要抓住“有效投资”，我认为指的是乘数效应比较高的投资。现在的基建投资里有一些民生工程，比如农田水利的建设、城市管道的更新换代等，这些项目对于老百姓是有好处的，但并不会带来很高的乘数效应，拉动经济的作用有限。所以，基建投资有效的关键是乘数效应要高，要能够传导到其他相关的行业去。

总的来说，不要对基建投资给予过高预期。日本当年在房地产泡沫破裂后也大力发展基建投资，高速、铁路、大桥、隧道、机场等建了很多，但并不能持续拉动经济增长，最终还是经历了“失去的二十年”。我们也不能把基建投资看成稳住经济的万能钥匙。所以中央政治局会议强调“有效投资”，并不是为了稳增长而去盲目投资，没有什么好投的硬要投，这样就是浪费钱财，增加财政支出的同时也增大了债务压力，所以，基建投资也要提高它的效能。

地方债务水平和地方政府的偿债能力确实是一个约束条件。现在很多地方政府的债务水平都是偏高的，如果为了稳增长而快速开展基建，地方政府的现金流就可能会出现問題。要看项目投下去能否产生现金流，如果投下去连利息都支付不了，那地方政府的债务水平就会越来越高。

关键还是要看投的是什么。去年很多地方政府专项债的资金没有用完，就是因为没有找到好项目。现在投资的核心在于项目，钱是有的，关键是能不能找到好项目。

过去的基建投资回报率较高，尤其在上世纪 90 年代左右，现在不一样了。比如，我国的高速公路总里程已经是全球第一了，现在再去修高速公路，修一条亏一条。而且，中国高铁总里程也已经占到全世界的 2/3。

实际上，中国的基建投资规模与当前经济发展水平相比，已经是超前的。中国是个典型的投资拉动型经济，前些年中国的固定资产投资占 GDP 的比重最高达到 80%。我国最终消费对 GDP 的贡献率在全球所有国家中是偏低的，而我国投资（资本形成）对 GDP 的贡献率基本上是全球平均值的两倍左右。

每个国家的模式不一样。中国是居民储蓄高、消费少，美国是居民储蓄低、消费多，美国是靠消费来拉动经济。但美国也有它的问题，美国也想搞基建，他们有基础设施老化的问题，但是国会不同意大规模搞基建。在这种投资拉动型的经济结构之下，现在为了救急稳增长，还是得靠投资拉动。

但从长期发展来看，我们不得不转型。我国过去依靠投资拉动实现了较快的增长，作为全球制造业第一大国，产能也是全球第一，但现在面临人口老龄化压力，劳动力成本也上升了，今后，中国企业或国外企业对在中国的投资意愿可能会下降，这种靠投资和出口拉动的模式还能不能继续下去？没有一种增长模式是一劳永逸的。

促进消费要靠提高居民收入

——关键是税制改革

促进消费的核心是要提高居民整体收入水平。如何提高居民收入？单纯靠发钱实际上也提高不了多少。如深圳发了 5 亿元的消费券，与中国香港 700 多亿港元的消费券相比，显然作用不大。我国要整体大规模发消费券也不现实，而且发一两次也解决不了问题。

提高收入关键还是要通过税制改革。现在我国税收制度的一个重要问题是，高收入者交的个税特别少。美国联邦政府税收收入的第一大来源是个人所得税，个税占联邦税收收入比重达到 45%，而个税最主要的部分是高收入阶层交的。这是美国政府可以给老百姓发钱的原因，相当于政府把高收入阶层的钱拿过来，发给普通老百姓，这样缺乏储蓄的老百姓有钱了，原来消费不起的人也有消费能力了。

与之相较，个税在我国税收中的比重只有 7%。这体现出我们还没有做到向高收入阶层进行有效征税，原先的居民收入差距就偏大，个税又没有起到非常有效的调节作用。在这种情况下，只靠给老百姓发消费券，要缩小收入差距的难度也很大。

这个问题短期很难解决，只能在长期解决，在初次分配、二次分配、三次分配中，使得居民的收入结构更加合理，这样的话才能够让消费起来。我们提出的共同富裕也是一个长期目标，如果实现共同富裕了，消费也就能起来了。还是要靠长期的改革。

如果要发消费券，我认为最好是定向发，但是操作难度比较大，容易引发争议。普遍性地发争议比较小，但会带来比较大的政府支出压力，假设要给 14 亿中国人每人发 1000 元，一共是 1.4 万亿。

经济下行时财政政策作用更大

——企业纾困最终在消费

经济下行时，财政政策的作用比货币政策的作用要大。打个比喻，货币政策像一条绳子，要收紧容易，要推是推不动的。而财政政策是真金白银投下去。而且货币政策是总量政策，现在我国降息没有太大空间，而财政政策是结构性政策。相比之下财政政策效用更强。

财政的增量政策工具，如经济下行压力大，可以调整中期预算。现在预算已经确定了，等到中期的时候可以再调整，再追加，比如以增发国债的方式来增加财政支出。今年的财政支出力度已经比去年有大幅提高，去年的实际财政支出几乎零增长，今年按照预算来看增长接近 10%。

我国宽松还有空间，降息比较难，但可以降准，还有再贷款，还有公开市场业务，如通过逆回购来投放资金。这些工具可以发挥应有作用。

关键不在于使用哪些工具，而在于资金投放出去之后的效果，企业是否愿意投资扩产，居民是否愿意买房，有信心去扩大消费。包括降低房贷利率、降低首付比例，这些刺激不见得非常有效，关键是看居民的购房意愿。

中国的奢侈品消费大约占全球奢侈品消费的 35%，说明我们的高端消费没有问题。按照 10% 的人口比例计算高收入人群，也有 1.4 亿人，超过日本人口规模，这些人的消费能力很强，是全球高端消费最大的购买者。但我国的中低端消费水平比较低，增长也比较慢，还是源于我国中低收入阶层的收入增长比较缓慢。

疫情防控是确保长期发展

——防疫成功海外订单应会回流

大宗商品价格上涨，我们的上游企业是受益的，但是中下游企业成本上升，产品价格又很难涨，因为本身国内需求就不足。这也是为什么我国 PPI 很高，而 CPI 不高，因为上下游传导不畅。宏观政策方面，现在是大家都比较关注拉动基建，我觉得这个大方向是对的，但还是不够全面，在促内需方面，基建和消费要一起抓。

中国过去两年经济增长势头比较好，主要因为是防疫比较成功，海外订单就流到中国来了。现在的奥密克戎很难防，部分订单又从中国流失到其他国家。要平衡短期和长期的关系，短期内可能需要承受订单流失的损失，但防控疫情是为了确保长期发展，如果我们防疫成功了，那么订单还会回来。

【参考信息】

加大政策力度 努力实现经济社会发展目标



2022 年一季度以来，新冠肺炎疫情反复、俄乌局势紧张、全球通胀和美联储加息给我国经济带来了新的不稳定性和不确定性，进一步增加了经济下行的压力。伴随着去年底以来积极宏观政策效应显现和增量政策的推进，二季度后期，我国宏观经济运行可能出现积极变化。在二季度后期，增量政策工具的推出，以及对其力度、提前量和冗余度如何把握，至关重要。

二季度可能是探底企稳阶段

1、投资将发挥稳增长的关键作用

基建投资加快推进和制造业投资平稳增长将继续推动固定资产投资较快增长。积极财政政策靠前发力对稳增长的政策效果将得到集中体现。随着疫情在二季度逐步得到有效控制，基建投资加速将带动固定资产投资较快增长。一季度全国共发行新增专项债规模约占 1.46 万亿元提前下达额度的 89%，占全年 3.65 万亿元计划发行规模的 36%，高于 2019 年、2020 年同期水平，成为历史上专项债发行进度最快的一个季度。从目前专项债发行计划来看，预计 5 月底前能够完成去年提前下达的专项债券发行额度，推动整个二季度专项债发行节奏仍旧保持在较高水平。加上去年专项债结转的约 1.5 万亿元资金，今年可用于基建投资的财政资金将十分充裕。

一季度我国新开工项目数量较去年同期增加 1.2 万个，新开工项目计划总投资增长 54.9%。4 月全国合计开工约 8000 个重大项目，总投资额合计超过 3.4 万亿元。各地已投资项目的开工率普遍达到 75% 的较高水平。由于资金到位情况较好，开工率保持高位，叠加去年已储备较多项目，基建投资有望在今年呈现加速增长。

制造业将平稳恢复但增速可能放缓。随着疫情逐步得到有效控制和政府纾困政策不断落实，生产商和上下游产业链的信心将渐次恢复，居民消费意愿开始回升，外需虽然有所回落，但仍能形成一定支撑，从而共同推动制造业投资平稳恢复。但是，疫情对中小民营企业冲击较大，将在一定程度上拖累制造业的增速。

房地产政策将进一步释放维稳信号，房地产投资可能触底，配合房贷利率小幅下调，个人按揭贷款增速有望出现较快回升。越来越多的城市陆续取消购房限制性措施，并适度放松公积金贷款门槛，有条件的地区还将下调首套或者二套房的房贷首付比例，激活居民的购房需求。金融机构对房企的间接和直接金融支持力度将有所恢复，银行开发贷投放力度可能增强。完善民营企业债券融资的政策逐步落地，有利于房企扩大债券融资。随着疫情反复造成的影响阶段性减弱，重点城市商品房销售可能率先出现好转，并带动相应地区土地市场出现改善，房价跌势也将逐步收敛，房地产市场预期和房地产投资增速有望触底企稳。预计二季度固定资产投资增长 6.0%。其中，基建投资增长 8.0%，制造业投资增长 7%，房地产投资逐步企稳。

2、消费触底回升有助于稳住经济基本盘

受疫情反复影响，消费可能在二季度中前期出现阶段性低点，但在一系列利好因素支撑下，有望在二季度中后期触底回升。

本轮疫情暴发从三月初至今已持续了两个月，无论从持续时间、反复程度还是波及范围来看均超过预期。预计 4 月份社会消费品零售总额的增速下滑至 -5.0% 左右。随着疫情逐步得到有效控制，二季度中后期消费将低位回升。两年多来的抗疫经验表明，一旦疫情得到有效控制，被压抑的消费需求就会得到快速释放。从居民支出结构上看，占比 24% 的居住消费和占比 11% 的教育文娱消费很容易受到疫情的影响，是导致消费支出变化的主要因素。这两项支出对疫情的敏感程度较高，反弹速度和力

度也较大。4月汽车零售销量预计同比下滑30%左右，随着疫情防控取得积极成效，汽车销售有望继续改善。房地产投资逐步企稳将会带动房地产相关消费回暖。预计二季度中后期消费开始触底回升，季度社会消费品零售总额增长可能为-0.5%。

3、出口承压但韧性犹存

进入二季度以来，随着世界经济增速放缓，叠加国内供给受到疫情影响，出口承受一定压力。一是受俄乌局势紧张和部分国家货币紧缩的影响，外需有所减弱。联合国贸发会议于近日将全球GDP增长预期由3.6%下调至2.6%，欧洲央行将欧元区本年度GDP增速预期，由此前4.2%下调为3.7%。二是由于疫情反复的干扰，东南亚可能对我国形成一定程度的出口替代。越南、菲律宾等国最近2至3个月的PMI均处于扩张期并持续上升。三是西方对俄制裁“大棒”可能波及我国出口。因欧美等国对俄罗斯采取贸易和金融制裁，不排除我国与俄罗斯相关的贸易品出口受到波及，加剧二季度出口风险。四是进口能源及资源类产品成本高企，对加工贸易形成拖累，进而加大出口下行压力。我国出口中加工贸易占比约27%，进口成本上升将对出口产生连带拖累，预计二季度出口增速降至8%左右。

随着疫情得到有效控制，出口仍将具有较好的韧性。一是我国拥有完善的工业体系、产业链和较强的制造业生产能力，并且政府还将继续推出促进出口的相关政策措施；二是我国出口市场多元化程度较高，RCEP又于今年落地实施，将激发外贸发展新活力。

4、实现经济预期增长目标的难度上升

疫情的短期扰动难改我国经济平稳增长的运行趋势，但国际上不稳定和不确定性因素的存在和演变，加大了今年实现预期经济增长目标的难度。内需增长和宏观政策是决定中国经济总体平稳运行的两大因素。一季度，尽管“稳增长”政策稳步推进和落实，但因疫情多地散发对内需造成较大冲击，导致经济出现不小的下行压力。疫情对经济的影响将延续至二季度中后期，二季度经济增长可能成为全年阶段性低点。随着疫情逐步得到有效控制，前期被压抑的内需增长潜力将会得到大幅释放，为了减轻疫情给经济造成的冲击，政府“稳增长”的政策力度也会进一步加大并加快落地步伐，再加上去年基数前高后低，下半年GDP增速有望呈现出逐步改善的态势。

全年经济运行需要关注以下四方面风险：一是疫情反弹、地缘政治形势复杂和美联储加码紧缩力度，导致资本流出和人民币贬值压力阶段性加大；二是俄乌局势紧张带来输入型通胀风险，我国PPI呈现输入型通胀和成本推升型通胀的特征，上游原材料价格上涨是拉动PPI上升的主要因素；三是欧洲面临通胀压力，经济增速可能明显下滑，带来外部需求快速收缩风险和金融风险；四是疫情造成经济景气程度下降，引发企业主体就业岗位供给进一步压缩，今年高校应届毕业生数量创历史新高，二季度就业压力明显加大。

当务之急是多措并举扩大内需

要努力实现今年经济社会发展预期目标，有效控制相关风险，仅依靠潜力和韧性是不够的，当务之急是综合施策着力扩大内需。

当前经济形势首先需要积极财政政策继续加快支出进度。根据今年的财政预算，广义赤字率可能达到8%左右，积极财政政策可以发力的空间较大。但一季度一般公共预算支出进度为23.8%，较去年同期仅增加约0.3个百分点。当前国内外多重负面因素叠加，影响国内消费、投资与出口增长。二季度保民生保就业保市场主体需要财政政策加快支出进度，扩大对民生、科技、基建等领域的财政支持。上半年财政支出进度应该超过去年48.6%的水平，即二季度可再支出约7万亿元。一季度政府性基金

预算收入与支出进度分别为 14% 与 17.8%，均低于去年同期水平，收入同比下滑在一定程度上限制了支出扩张规模，可以考虑适度放宽国有土地使用权出让限制，合理恢复土拍市场的正常运行。

有的放矢地加大对疫情冲击较大区域或领域的财政支持力度。在本轮疫情中，上海、深圳、吉林等地受到的影响较为严重，消费与投资能力受到较大抑制，需要地方政府增加工资性补贴、消费补贴、政府消费等的支出，中央政府可以加大受疫情影响严重区域的减税降费力度。由于疫情带来的冲击可能会有有一定滞后期，未来仍需继续加大对卫生健康领域的财政支持力度，有效控制疫情扩散；突出就业优先政策，继续加大失业保险稳岗就业返还力度；加大对旅游、航空、物流、酒店等受疫情影响严重行业的减税退税降费等支持力度。

积极财政政策促进内需恢复需要稳健货币政策的积极配合和大力支持。一是二季度专项债发行与基建投资仍需金融支持。今年 3.65 万亿元的专项债额度加上去年专项债结转资金，今年可用专项债资金约 5 万亿元，约为 2021 年可用资金的两倍。二季度，地方政府专项债仍需保持一季度的发行节奏，对商业银行的资金需求量较大。同时，随着基建及其他项目投资力度加大，其对配套融资的资金需求量也将上升，商业银行还需加大对国家重点基建项目的信贷投放。二是合理改善房地产金融环境，因城施策实施差别化住房信贷政策，需要鼓励商业银行平稳投放房地产开发贷与并购贷，保障和支持居民合理购房金融需求，同时保持流动性合理充裕，支持符合条件的房企发债。三是制造业、科创、绿色行业、普惠金融等领域的资金需求仍然较大。二季度稳健货币政策可考虑再次运用降准和结构性供给，降低金融机构资金成本，推动社会融资成本稳步下行；扩大支农支小再贷款等结构性支持工具的支持力度。

加快有效基建项目建设推进速度，合理放宽审批要求和简化审批流程，保持优质项目合理充裕。进一步加快新型城镇化建设、区域协调发展、城市更新、老旧小区改造和无障碍设施等各类基建项目的推进进程，加大“补短板类”投资和“创新类”投资力度，保持“项目池”中项目储备充沛。相关部门在保证必要监管的同时可以适度加快项目审批，对低效和无效的投资项目进一步加强鉴别和监管，对有效投资项目则加快审批进度，并按建设时间先后进行匹配和统筹安排，以稳步推进基础设施建设投资。

通过保价格、降成本和增信用，三管齐下助力中小民企经营，稳定市场预期，提振消费和投资积极性。针对原材料成本价格上涨问题，有关部门应及时做好保价稳供工作；继续完善纾困政策，减税降费与退税并举，进一步提高减免和退税的幅度和力度，扩大政策适用范围；优先支持困难企业和中小企业融资需求，推动金融机构降低实际贷款利率和手续费，提升融资便利度和降低综合融资成本，充分调动民间投资积极性。

全面和深入地挖掘消费增长潜能。促消费仍然是扩内需的重要环节，需要加大创新力度，多方面协同促进。一是保障和促进就业，鼓励灵活就业。企业招聘时应适当放宽年龄界限，不得在招聘时对未育或者有生育多孩计划的女性进行性别歧视；应保障灵活就业者和自由职业者的基本权益，增加社保自行缴纳途径和渠道；继续减轻企业负担，给予遭受此轮疫情冲击的店铺和厂商适当补贴，避免大面积裁员；加强对待业人员的相关业务技能培训，促进再就业。二是大力发展新模式新业态，培育新型消费。疫情下，新消费在线销售模式具有明显优势，应对其加强监管，规范提升服务品质和提高技术研发能力，从增强政策层面支持、鼓励创新和加大扶持力度三个层面，来促进新消费市场的有序健康发展。三是强化消费者权益保护，全面营造放心安心的消费环境。四是有效促进汽车消费。减少汽车流通环节赋税，进一步降低售价；做好油价调控工作，避免出现连续大幅度涨价；保持当前新能源车补贴力度，加大城市、城镇和农村公共场所以及高速公路加油站新能源车充电桩的建设力度。

加大政策力度应对新的严峻挑战

4月29日召开的中央政治局会议明确指出，要加大宏观政策调节力度，扎实稳住经济，努力实现全年经济社会发展预期目标，保持经济运行在合理区间；要抓紧谋划增量政策工具，加大相机调控力度，把握好目标导向下政策的提前量和冗余度。这些表述为政策下一步如何更好地保障实现今年稳增长目标指明了方向。

当前，加大政策力度至关重要。2021年下半年以来经济下行压力增大，宏观政策包括财政政策和货币政策已经做了积极的安排，并于2022年初后持续推进。年初以来，疫情冲击、俄乌冲突、全球通胀和美联储加息等一系列事件相继发生，导致我国经济发展环境的复杂性、严峻性和不确定性陡然上升，稳增长、稳就业、稳物价面临更大的挑战，提高了完成今年经济社会发展目标的难度。因此，在日益复杂和严峻的外部环境下，把自己的事情做好、保持经济平稳较快发展就显得格外重要和必要。中央政治局会议对努力实现全年经济社会发展预期目标的明确，有助于提振市场信心和凝聚各方面力量，下一步就需要推出更有力度、涉及面更广的相关政策。要加大政策力度首先需要谋划增量政策工具。

一是今年积极财政政策靠前发力的力度不小，目前的首要任务是通过减税退税降费，以及转移支付、重大项目投入等方式将资金投放出去。可以研究考虑发放汽车、家电等大宗消费补贴和优惠券，加快消费恢复步伐；对基础投资建设、制造业和房地产等投资项目有选择地提供融资担保，促进重要项目尽快落地；适度发行抗疫国债，加大力度支持疫情防控。

二是通过总量和结构相结合，加大货币政策稳健偏松操作的力度。创新货币政策工具，降低银行资金成本，推动社会融资成本进一步下降；扩大支农支小再贷款再贴现、碳减排工具、煤炭清洁高效利用再贷款、科创再贷款、普惠养老再贷款等结构性工具的额度；创设居民消费再贷款，引导金融机构设计更多消费金融产品；创设基建专项再贷款，加大重大建设项目投资的支持力度；适度松动对信托等表外融资业务的监管标准，以更好地满足基础设施、房地产、工商企业的增量信贷需求；合理调整上市融资条件和债券发行条件，拓展企业融资渠道。

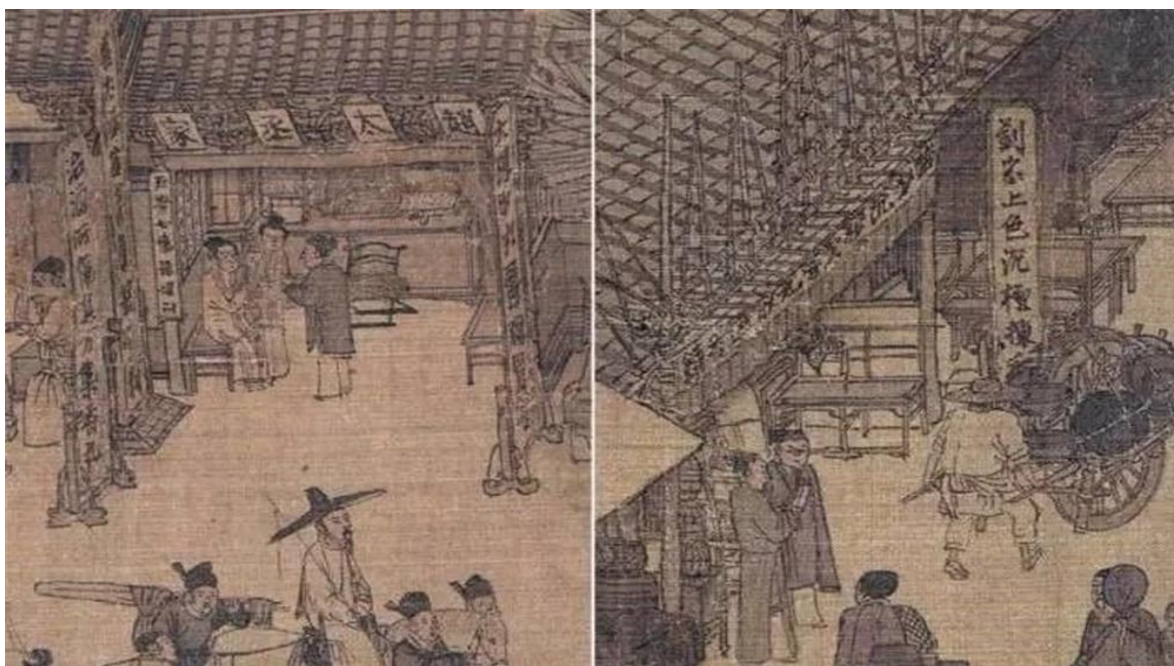
与此同时，当前很有必要加大宏观政策相机调控力度。政策相机调控需要把握好政策的灵活度和及时性，根据市场情况变化作出及时响应的政策调整。目前，俄乌冲突仍在持续，全球通胀仍保持高位波动并可能进一步上升，美联储正在实施较有力度的加息和缩表，这一切有可能给全球金融市场带来新的动荡，世界经济尤其是欧洲经济正在加快下行，金融风险则会进一步累积。为防范可能发生的全球需求大幅收缩、通胀持续上行和资本大幅回流美元资产，宏观政策方面需要更大力度地做好相机调控，通过灵活及时的应对，提升政策调控的效应。比如，必要时可以考虑进一步降准，通过调控政策利率推动LPR下行，以刺激国内需求；为应对人民币贬值压力，必要时可以考虑再度调降外汇存款准备金率，以增加市场外汇流动性，保持人民币汇率基本稳定。与此同时，在经济社会发展预期目标明确的导向下，政策既需要保持前瞻性，提前布局，同时又要在其所涉及范围和力度方面留有一定的余量，以发挥更好的政策效应。

【参考信息】

步行街改造中，要如何设计店招才能让商铺更有价值？

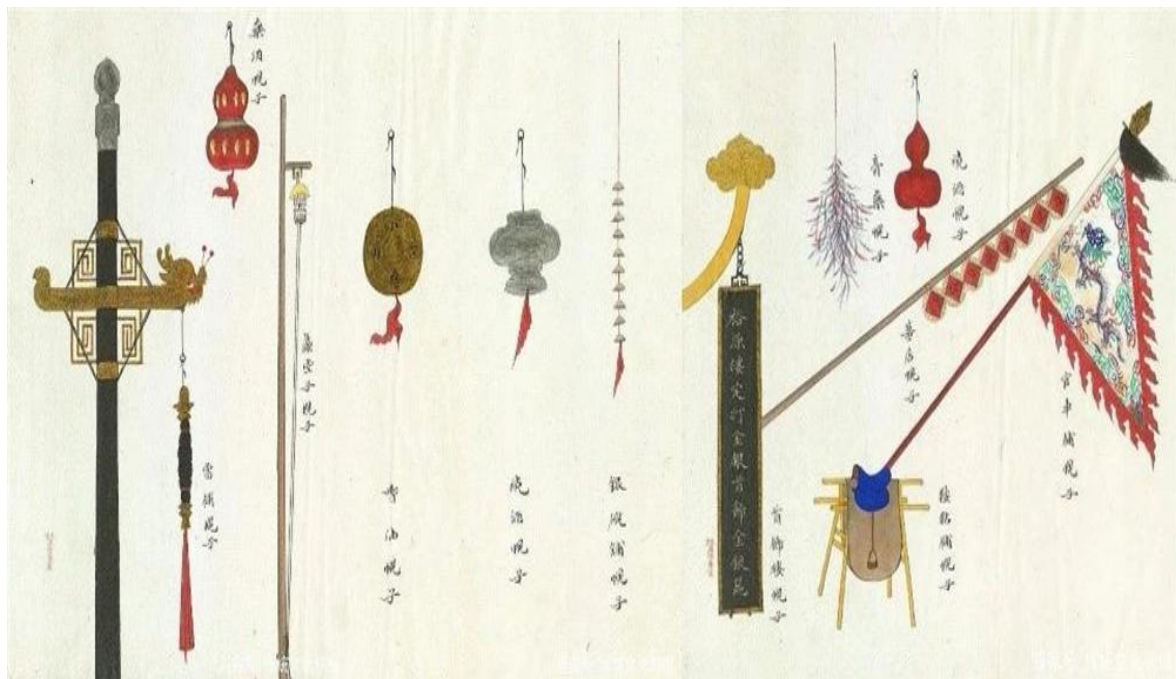
店招是街道给予行人的第一视觉印象，也是城市在地性的直接体现。街道是否具有趣味性，层次性，生活性，这些决定街景质量的要素都与招牌有关。同样，在商业街的设计中，店招无疑可以在很大程度上提升商业氛围~

要如何做出正确而又精彩的设计，显然需要紧紧围绕项目定位与策略，这也是空间印象一体化设计的理由所在，所有设计都朝着同一个方向积累项目的品牌价值。



店招设计堪比文章的标题，具有高度概括力和强烈吸引力的招牌，对消费者的视觉刺激和阅读欲尤为重要。

中国在东周时期已有类似招牌的店招产物，那时称之为“幌子”。门店以悬挂标志物为主要宣传形式，一些对招牌有要求的会请求工匠师题字、作画，用云纹、钱不同图案和材料做成幌子，以及手绘、雕刻等工艺技术支持。



随着市场的进一步发展，商业要素快速丰富，各类字体，平面图片渐渐出现在广告牌上，店招的风格在用不可思议的进化来适应市场需求，但传统文化与美学是依然没有被抛弃的。



像是十九世纪二三十年代的旧上海，就是一个商业高度繁荣的城市。很多商家不仅熟谙商业经且颇具广告意识，广告业不断萌动，招牌形式业日益丰富，或是在自己所在的房屋墙面上树起广告牌、店招，或在别处的高层建筑、显眼建筑的屋顶做广告（有些还是霓虹灯广告）。



直到 1978 年，改革开放带来的市场大开，高速商业化却让大众审美与审美市场都变得懒惰，利润是第一诉求让审美变成了可有可无的一件事。

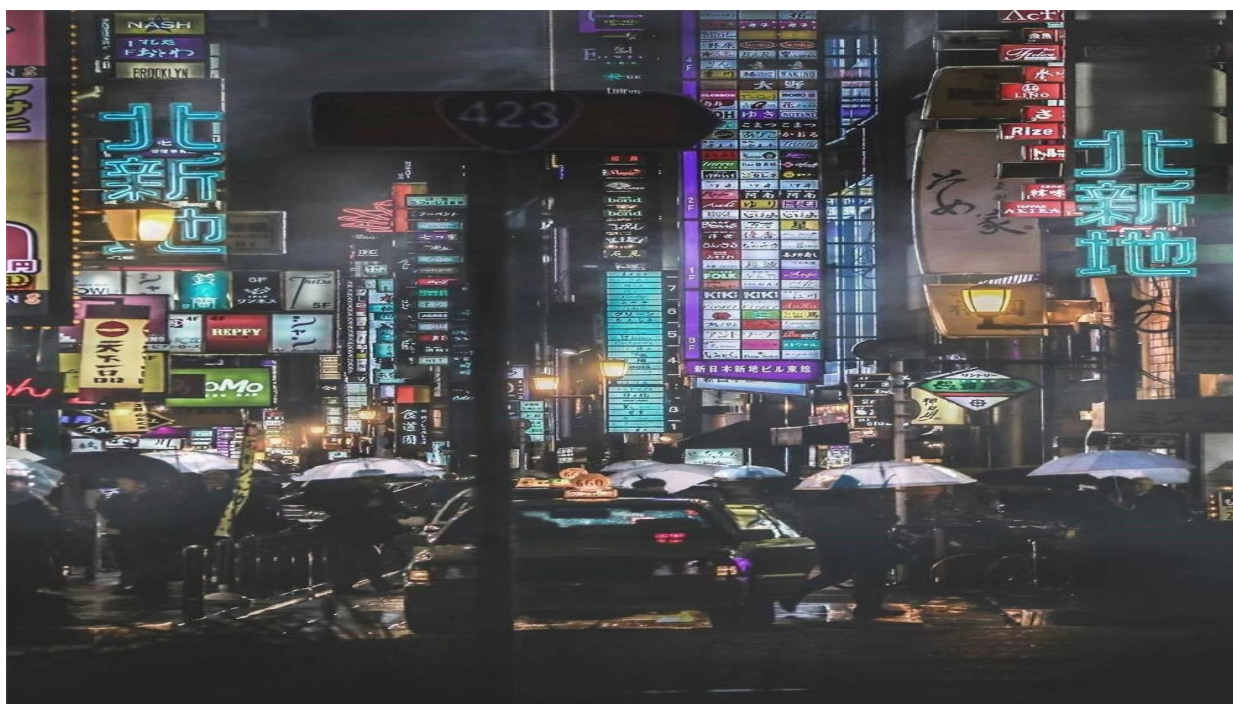
招牌也是一样，随着实体经济走向高峰，店招也迎来井喷式发展，为了快速推进，模式化，复制化，广告植入化，让眼下的高利润，高周转带走了城市对风格的保留和人对精神层面的诉求。



因此我们不得不承认，现今中国大部分城市的店招依旧是千篇一律，缺乏美感，更谈不上能勾起消费者的购买欲望。

与中国内地的店招市场相比，在设计上，日本、欧洲，中国香港可以说是建树颇深，各具风格。

日本的步行街上，随处可见皆是具有设计感和各种风格的店招。并且大部分的店招都风格各异、材质多样，字体和色调都是独具特点。



日本与中国隔海相望。在唐朝时期，是中国达到经济文化的鼎盛阶段。日本从中引进了唐朝文化，又在二战后，因为美国文化的进入，使得他们文化进行又一次的迭代革新。



特殊的文化背景，造就出他们今日的设计充满了古韵，日本街边的店招至今都能隐约能看见我国唐代文化的风采存在。



走在香港的大街上，遍布着各色的霓虹灯店招和中英文掺杂的招牌，这正是独属香港的店招文化。



霓虹灯本为香港上世纪三十年代的舶来品，在发展过程中，融合了中国传统招牌的特色。利用伸出型直立招牌、伸出型不规则招牌、横匾招牌、立面覆盖招牌营造出错落有致的视觉效果，形成了独特的香港街景。

而具有深厚文化底蕴的欧洲，在 14 世纪兴起的文化复兴运动之后，奠定其在艺术领域中起源的位置。之后的 19 世纪第一次、第二次工业革命除了创造出蒸汽机与钢铁，更多的是让欧洲经济处于世界领先地位。



几百年的艺术累积，是他们极具张力设计作品的背书。

经济基础，决定上层建设。在经济和艺术上的积累，让欧洲人对生活美感要求极高，进而造就了欧洲设计师对审美的极致追求。

走在欧洲国家的街道上，我们所看到的店招往往具有悠长的历史。仔细研究可以发现细节之处，都是潜藏这设计师的创意。



好看的店招就像是能够带你回到 17 世纪，感受贵族男女在街道上漫步的情景，领略到欧洲人严谨的浪漫。



城市的情感与故事因城市招牌而来，好的招牌可以让城市，街道，商店共同迷人，并向人们持续讲述着属于这座城市的故事。

再反思国内环境，街道美学是一直存在的城市话题点，招牌也必然会成为这个话题中不可或缺的语料。我们无法定义一条街道的美，就像一百个人心中有一百个哈姆雷特。

不置可否的是，店招店牌既是整个商业建筑外观形式美的一个重要组成部分，也是城市景观的一个构成要素。

写在最后：

步行街在店招整体统一的把握下，可以将广告的元素秩序化、组织化、合理化的融入既有建筑外立面中。通过对原有既有建筑立面进行分析，以及对广告位进行合理的设计，使之建筑立面在整体形态、视觉感受中更协调更丰富。对采用的广告形式、风格、色彩做出预先设计，并对于广告位的形式和安装细节做到统筹考虑。

商家针对自身店面特点进行自主设计，使得设计完成的广告位应在整体一致的前提下灵活设计。除了注意在形式、用料、构图、造型、色彩等方面给消费者以良好的心理感受外，还应在命名方面多下功夫，力求言简意赅、清新不俗、易读易记、富有美感，使之具有较强的吸引力，促进消费者的思维活动，达到理想的心理要求。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

