

# 设立北京自贸区将重振北方经济

## 北京首次站在中国对外开放的最前沿,这一变化具有划时代的历史意义

自贸区再次扩容。2020年9月21日,国务院印发了北京、湖南、安徽自由贸易试验区总体方案及浙江自由贸易试验区扩展区域方案的通知。自此,中国自贸区数量已增至21个。这21个自由贸易试验区包括上海、广东、天津、福建、辽宁、浙江、河南、湖北、重庆、四川、陕西、海南、山东、江苏、河北、云南、广西、黑龙江、北京、湖南、安徽。

所谓自贸区,是指主权国家或地区以“境内关外”的形式划出特定区域,为跨境贸易、投资提供便利的一种开放形式。对于北京自贸区,《方案》提出,北京自贸区实施范围扩至119.68平方公里。具体来看,涵盖三个片区:科技创新片区31.85平方公里,国际商务服务片区48.34平方公里(含北京天竺综合保税区5.466平方公里),高端产业片区39.49平方公里。

在这份方案中,北京第一次被定位为“全球影响力的科技创新中心,加快打造服务业扩大开放先行区、数字经济试验区”,着力构建京津冀协同发展的高水平对外开放平台。不难发现,在所有自贸区中,北京自贸区定位可谓最高,这也是北京首次站在中国对外开放的最前沿,这一变化具有划时代的历史意义。



在国新办举行的记者会上,商务部副部长王受文等还提出,“北京自贸区支持人民银行数字货币研究所设立金融科技中心”“北京自贸区鼓励数字龙头企业推动知识产权证券化”“鼓励京津冀三地自由贸易试验区抱团参与一带一路建设”“应加强京津冀三地技术市场融通合作”……这些一连串拗口的名词背后,是北京经济地位的再次加强。

此次中央考虑设立北京自贸区,意

在通过北京自贸区重振整个北方经济,构建中国经济新发展格局。当前,虽然服务业、数字经济等一直是北京的优势,但整体来看大而不强,与世界上发达国家同等级别的城市尚有不少差距。此次打造国家自贸试验区“北京名片”,不但会把北京打造成一个最具活力的创新之都,而且还将为中国经济长远健康发展注入新动力。

强化数字经济地位、加强京津冀一

体化发展,这也是未来北京自贸区重点发展的内容。一直以来,北京都被定为我国政治、文化中心,此次首次设立自贸区,在一定程度上代表北京要在经济上“发力”,进一步强化其在北部区域经济中心的地位。未来,北京自贸试验区有望建设成为具有全球影响力的科技创新中心,在我国改革开放进程中留下浓墨重彩的一笔。

北京市提出了鼓励京津冀三地自由贸易试验区抱团参与“一带一路”建设的观点,这在一定程度上或代表着后续京津冀在互融互通上会有更多的政策出台,此举预计将会为三地经济社会发展带来显著的积极效果。在京津冀中,天津、河北一直处于比较弱势的地位,“抱团建设”显然会改变目前的经济社会发展现状,进一步推动京津冀未来实现真正的“一体化发展”。

在北京自贸区的“东风”下,究竟能够给近几年不温不火的北京、环京楼市带来多少实惠?今年以来,北京、环京楼市价格一直处于“稳中有降”的状态,但是,短期内的发展态势并不能够代表远期的前景,预计此次北京自贸区政策出台后,或会对该区域楼市有积极影响。

(宋清辉)

# 以扩大消费推动经济持续复苏

## 保持经济在三、四季度的复苏态势,关键还是扩大消费,这不仅是应对当前形势的重要选择,更是构建新发展格局的长期支撑

近日,国家统计局发布8月份经济数据。数据显示,包括社会消费品零售总额、工业增加值累计增速等指标实现年内首次正增长,生产需求继续回升,就业物价总体稳定,发展动力活力进一步增强,经济运行持续稳定恢复。

今年三季度以来,中国经济复苏步伐明显加快,主要驱动力来自出口和投资。8月份,出口连续第二个月保持较高增长,显著好于其他主要经济体;固定资产投资持续回暖。高技术行业生产向好,工业机器人产量持续加快,反映制造业升级趋势。展望四季度,经济有望延续复苏。这一方面是因为发达国家经济有望改善,将继续拉动中国出口;另一方面,上半年信贷扩张滞后效应,叠加财政支出增加,有望继续支撑投资和整体复苏。随着中秋、国庆假期

来临,前期因为新冠肺炎疫情而受抑制的部分消费也有望得到释放。

在当前形势下也要保持清醒,对经济复苏中可能存在的问题要深刻辨析。在出口方面,近几个月来的超预期表现,主要因为中国率先控制住疫情,推动中国制造业顺利恢复。但从近期数据来看,消费需求相对于投资需求较弱,制造业投资相对于房地产投资较弱,一些抑制消费的结构性矛盾仍然存在。历史数据表明,房地产和信贷扩张相互促进会加大未来的债务风险,房价在高位进一步上升,则会挤压中低收入阶层和年轻人的消费空间。

正因此,保持经济在三、四季度的复苏态势,关键还是扩大消费,这不仅是应对当前形势的重要选择,更是构建新发展格局的长期支撑。要扩大消费,

首先是坚持“房住不炒”,加强监管,防止纾困资金流向房市,避免重回房地产和投资拉动需求的旧模式,降低高房价对消费的挤出。其次,财政政策应该在调节收入分配方面发挥更大的作用。加大转移支付、降低增值税税率等措施有助于提高中低收入者,特别是受疫情冲击较大的劳动者的可支配收入,避免因疫返贫,提高全社会的消费能力。

除此之外,还应该向科技创新要动力。习近平总书记在科学家座谈会上强调,“我国经济社会发展民生改善过去任何时候都更加需要科学技术解决方案”。落实这一重要要求,应当大力发展以数字经济为代表的新经济,使其成为提高居民收入的重要抓手。从国际循环看,数字经济增强了服务业的可贸易性,有望成为新的出口和居民

收入增长点;从国内大循环看,中国的数字经济更多的具有机器赋能、劳动友好型特点,在提高生产效率的同时增加劳动者收入。与此同时,数字经济还能以成本较小的方式推动区域均衡发展。比如,大企业将呼叫中心布局在欠发达地区,劳动力无需转移就可以参与发达地区的经济活动;新建建催生了网络直播、云旅游等方式,将欠发达地区的风土人情、青山绿水等特色资源“运输”到发达地区,“产业数字化转移”增加了当地人收入。数字经济在中国抗疫中发挥了较大作用,在未来扩大消费以实现经济可持续复苏的过程中,仍然是重要的着力点。

总之,多管齐下、形成合力,就能通过扩大消费支撑中国经济持续复苏,并助力构建新发展格局。(彭文生)

# 大力发展智能经济与稳就业并不矛盾

一个智能经济的时代已经来临。人们在畅想智能化给经济发展带来无限空间的同时,也常常伴随着诸多担忧甚至恐惧,其中最常见的是“机器取代人类”“数字化将造成大量失业”等说法。这也让一些人产生困惑:是不是如果大力发展智能经济,就会造成大量失业?如果要稳就业,就要重点投资传统基础设施?大力发展新型基础设施建设与稳就业这样的政策组合,是不是矛盾的呢?

这种说法并不新鲜。在工业革命时期,卢德主义者就曾经希望通过砸毁机器来挽救他们失去的工作。1930年,当著名经济学家凯恩斯写下《我们孙辈的经济可能性》这篇文章的时候,他也曾忧心忡忡地预测,随着自动化的兴起,未来会出现大量的“科技失业者”,也就是那些因为科技革命而变得“无用”的失业者们。这一观点在智能革命面前,再次得到了许多人的呼应。在有些人看来,人工智能带来的不仅是“失业”,而且是“不可雇佣”。有些人甚至认为“智神”可能最终主导人类,就像今天的“智人”曾经消灭了自己的近亲一样。这种论调是对未来劳动力市场的一个警钟,有其警示意义。但历史证明,机器革命并没有毁灭劳动市场,而只是重新创造了新的工作类型和重新定义了人类的社会面貌。

智能经济会催生很多新的业态、培育新的产业链,比如数据采集产业、系

统性地提供AI解决方案的产业、人工智能辅助疾病筛查和治疗的产业等。需要指出的是,人工智能会催生很多新的高科技的工作,但普通劳动者并非无用。事实上,人工智能算法和算力的发挥,需要标注清晰的海量数据作为支撑。近年来,众多企业建成诸多人工智能基础数据产业项目,建立了从普通标注团队到专业标注企业的分级数据标注产业集群。2019年4月,人社部、市场监管总局、国家统计局发布的13个新职业信息大都集中在高技术领域。智能经济还会促进业态升级、完善已有商业模式,为已有商业模式的完善与升级解决技术障碍。比如,AI生成算法可以在一定程度上突破线上营销的实物体验限制,扩展营销能力;语音识别算法可以改变产品与用户互动方式,提升用户体验;语音分析算法为定制化开展客户服务提供了可能等。更重要的是,不仅计算机及其相关行业才会从中受益;有研究报告指出,以抖音为代表的短视频平台去年一年已吸引超过3600万人就业;而不同于共享经济平台及传统“零工”就业特征,创造性工作占据更大比例。

另有研究报告指出,数字内容赛道成了“互联网职前人”择业的热门,也因为这个赛道的专业包容性巨大,也成为各种看似专业不对口的求职者在智能行业里可以找到一份工作的选择。不要小觑“数据标注”“内容创作”这样

看似科技含量不高的工作。在科技创新解决实际问题这一环节,恰恰是这些短板制约了相关领域高质量的知识图谱的形成,甚至带来了诸多的伦理、社会、环境和治理风险。当然,不可否认智能经济的兴起会催生很多新的高科技工作,而对一些常规工作来说,也许会带来增长的放缓甚至被取代。这既包括一些劳动密集型产业里的工作,也包括一些极端危险环境下的工作,如高压线、石油、钢铁炼制行业的检测工作,过去只能由人来进行,现在可以由集成了算法的AI模块代替,从而避免对人产生伤害。但这并不必然意味着大规模的失业,而是可能

创造出对新技术和新工作的需求。这种创造和消化的过程需要时间,更需要政府、企业和社会的主动投入,加速新旧动能之间的转化。对此,我们需要具备一种面向中长期问题的成长思维。即便是凯恩斯,也认为自动化带来的科技失业是“大混乱的一个暂时阶段”。在短期挑战与长期红利之间,一定要重视中期政策。新的就业结构的形塑,以及劳动阶层结构的变化,中期衔接一定要与赋能紧密结合起来。人并不是“无用阶层”,而是在赋能之后,可以变成新的“有用阶层”,成为中国经济开新局的“新动力人群”。(吕鹏)



# 老字号更要正确创新

前段时间,老字号不理包子的负面新闻引发了大家对老字号品牌生存现状的关注,“老字号该如何生存下去”成为微博热搜话题。据商务部统计,在现存的1128家中老字号中,仅10%的企业蓬勃发展,40%的老字号勉强实现盈亏平衡,而近一半都是持续亏损状态。老字号可以说是祖先们为我们留下的一笔宝贵的财富,不仅是一种文化的传承,也是品牌经济时代难以复制的优势。但是老字号的发展显然不尽如人意。

抛开少数敢于坐吃山空者,绝大多数老字号都将创新视为重生路径,但它们当前最大的问题,一是没有真正理解创新的本质,二是没有找到正确的创新载体。老字号创新的本质,不是营销上的标新立异,也不是包装外观的老妇扮嫩,而是聚焦产品创新,拿出满足当代需求的产品或服务形式。

很多老字号对“老”这个字讳莫如深,生怕吸引不来年轻消费群体。然而按照我国对中华老字号的认定标准,即1956年以前创建,我们熟悉的一众外国品牌都是实打实的“老字号”。但直到今天,这些品牌依旧是各个行业的潮流领导者,没有人会将其联想到“老”上。原因就在于,他们始终紧跟时代脚步,研究、时刻把握真实的消费心理,然后用符合乃至开创市场需求的产品创新,实现品牌发展进步,世代传承。

相比之下,我国的老字号们不乏创新的心,但很多是在“正确的事”,而非“做正确的事”。

前者看别人成功了,或当下流行什么,就跟风做什么。别人直播我也直播,别人做微商我也开微店,别人投短视频、请流量明星我也照抄不误,丝毫不考虑是否适合自己品牌理念与产品。这种“机械”模仿,既是急功近利的体现,也有老字号人才普遍匮乏的因素。后者则用心下功夫研究自身与时代、与消费者的关系,从客户的角度出发,思考如何让自己历经时间考验的“老”宝贝,来解决当代的“新”问题,并最终借助正确的产品载体,实现蜕变重生,继续站在市场舞台的中心。

此外,老字号还面临一个共性的问题——推动产权结构改革,建立现代企业制度,它的进展状况在很大程度上决定着老字号的未来。(尹杰)