

宏观经济形势与进口贸易

王传宝 教授

课程收益：洞察宏观经济形势，明晰改革开放前景，把握消费升级先机，实施品牌战略，大力发展进口贸易。

课程提纲

一、国际经济形势分析

1、世界经济新平庸

——世界经济复苏格局预测：美国、欧洲、日本、新兴市场国家

——随时可能发生的新金融危机

2、世界经济周期与新工业革命

——全球长波周期划分（康得拉季耶夫周期）

——工业革命、技术变革与城市化

3、美国加息为何搅动世界经济局势

——美国加息效应的传导

——对中国和新兴市场国家的影响

——美国 2019 年可能不再加息

4、特朗普冲击

——特朗普冲击

——白宫公布特朗普税改计划纲要

5、中美贸易战前景预测与影响

二、中国经济长期发展趋势分析

1、宏观经济分析的基本框架：总需求与总供给

2、经济增长的决定要素

3、需求三架马车分析

(1) 消费

——消费结构升级

——经济增长与消费结构升级的机制

——发展阶段与消费需求结构

——进一步刺激内需不易

(2) 投资：民间投资告急

——投资效率越来越低

(3) 出口：进出口增速回落

4、供给侧分析

(1) 人口问题：未富先老

(2) 资源环境问题

(3) 科技创新问题：对创新的重要性怎么强调都不过分

5、防止陷入“中等收入国家陷阱”

6、五大发展理念引领中国深刻变革

7、经济增长的三大动力来源

——城镇化没有完成

——中西部地区的后发优势

——消费结构升级

8、2008 年以来中国每一年出现的重要拐点

9、中国经济高质量发展与经济新旧动能转换

10、对我国未来经济增长的基本判断

三、实体经济、汇率、房产、股市等经济热点问题与投资理财

1、实体经济步履维艰

——经济 L 型走势：1978 年-2019 年中国 GDP 增长速度

——中国工业增长速度下滑

——资金脱实向虚：实体经济步履维艰

——资本外逃

——外储减少

——当前企业面临六大问题

——当前企业面临的五大危机

2、互联网+、工业 4.0 与“中国制造 2025”

3、房地产、汇率、股市等热点问题

——房地产虚火

——迷失的房价：高房价杀灭创富梦想（日本的自杀森林）

——人民币贬值

——诡谲的汇率：蒙代尔不可能三角

——生病的股市：个人理性与集体非理性

4、顺势而为：从美林时钟图看如何投资理财

——美林时钟图

——顺势而为：做慈悲的和尚

——标准普尔家庭资产象限图

5、可以受益一生的 8 种投资

6、人脉就是钱脉

——马云是善于组建关系圈的人

——做一个善于组建关系圈的人

四、当前宏观经济形势与 2019 年经济前景预判

1、四个“没有变”，客观判断经济发展趋势

2、当前宏观经济形势

——克强指数看经济冷暖

——PMI 不乐观

——从 PPI、CPI 看通胀/通缩隐忧

3、“三个确定”和“六稳”

4、2019 年增长率、消费、投资、进出口、就业、赤字等总体判断

五、2019 两会精神解读：改革开放步伐加快，进口贸易将迎来爆发式增

长

1、从两会热词看中国新走向

- 就业优先
- 科技支撑能力
- 自贸试验区改革创新自主权
- 扩大两业开放：金融业和汽车产业，等
- 改革优化金融体系结构
- 优化营商环境

2、优化营商环境

- 以前用的是“改善”
- 强调对外开放全方位扩大
- 内资外资、国企民企、大企业小企一视同仁
- 形成公平竞争的营商环境

3、扩大开放

- 通过《外商投资法》，2020.1.1 施行
- 扩大两业开放：金融业和汽车产业等
- 等待中美经贸谈判结果，会有更多领域开放
- 自贸试验区改革创新自主权
- 一带一路与开放
- 与更多国家建立自由贸易区

4、改革开放步伐加快，进口贸易将迎来爆发式增长

- 减税降费，降低关税
- 扩大进口：2019 年举办第二届中国国际进口博览会

5、中澳贸易迎来历史新机遇

- 中澳自由贸易区于 2015 年正式开始实行
- 从 2019 年开始实施新一轮关税削减。两国的几乎所有产品在双边贸易中享受零关税。
- 矿产资源、农产品（奶、肉、毛、草等）是中国从澳大利亚主要进口商品

——中澳商品极具互补性，未来贸易摩擦概率低

——澳洲货源稳定，可开展长期合作

六、品牌打造：进口贸易盈利模式的升级版

1、新理念：用“三大变革”推动中国经济“高质量发展”

——高质量发展是 2017 年中国共产党第十九次全国代表大会首次提出的新表述：中国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段

——中国目前不是商品和服务“有没有”的问题，而是“好不好”的问题

——大陆人去香港抢奶粉，被香港人称为“蝗虫”

2、抓住中国的消费结构升级的机遇

3、培育新市场，满足人民日益增长的美好生活需要：学乐康安美

——通过促进传统五大需求“吃穿用住行”升级

——培育新五大需求“学乐康安美”

4、中产阶层和先富群体愿意为高品质生活付费

——中国城市人口越来越多

——中国中产阶级人口越来越多

——中国人越来越注重健康

——中国人注重孩子健康

——首届国际进口博览会，伊比利亚火腿被疯抢

5、天然、健康的绿色食品消费需求日益增长

——澳洲牛奶、美国牛肉、法国葡萄酒……

——细分市场：差异化需求、个性化需求

6、中国牛奶消费靠进口是必然

——进口是为了互通有无

——社会民生要有持续明显的改善，这是高质量发展的内在要求

——生态文明建设要提供更多优质生态产品以满足人民日益增长的优美生态环境需要，这是高质量发展的时代主题

——消费升级，进口商品越来越多

——中国的生态环境承载力要求中国牛奶消费靠进口

——食品安全事件要求中国进口更多高质量牛奶：大头娃娃，三聚氰胺…

…

7、做品牌是进口贸易盈利模式的升级版

——随着对外开放加快，未来进口商品会越来越多的出现在国内货架上

——随着洋商品飞入寻常百姓家，品牌的重要性越来越高

——中产阶层和先富群体愿意为品牌付费

——**顺势而为：做高端进口奶品牌，大有前途**

——品牌为王，商誉为王。

——品牌的附加值高。品牌在全球价值链的高端环节。苹果手机与普通品牌手机

——从做低端、竞争激烈的“红海”，驶入波澜壮阔、乘风破浪的“蓝海”

8、企业竞争胜出必靠实力：品质+品牌

(1) 品质（奶源——生产——运输——销售/渠道）——品牌（广告+维护)

(2) 广告：酒香也怕巷子深

(3) 打造品牌，难；毁掉品牌，易

(4) 维护品牌：厂商+经销商队伍，形成合力

——很少有公司做进口贸易商品品牌，主要因为投入太大，风险太大，进入门槛相对很高

——对品牌拥有者而言，一旦品牌打造成功，获益丰厚，时间长久

——对经销商而言，好品牌可以世代传承，为经销商子孙打下致富路（茅台酒，经销商——创富的通道)

(5) 专注做好产品，专注做好品牌

——老干妈，湖畔大学的马铁民种生菜

——浙江实施“四换三名”工程：名企、名品、名家

(6) 坚持品牌打造，坚持市场开拓，久久为功

9、深耕中高端，发现目标客户

10、不断改进，每天进步一点点

——褚时健的“褚橙”

——马云、马化腾、刘强东，都是由小变大，由弱变强

结束语：着力激发改革开放红利

——中国未来更美好

——消费者生活更美好

——机遇给有所准备的人

——悲观主义者往往正确，乐观主义者往往成功

长风破浪会有时，直挂云帆济沧海！

祝大家事业顺利，身体健康！