

新冠疫情的影响、疫后宏观经济趋势与家居建材卫浴行业的应对

王传宝 教授

时长：0.5 天。可根据客户要求调整课纲。

根据经济实际变化，在具体授课前，适当调整讲课内容

可以现场讲座，也可以做线上直播、录播

培训目标：

2020 年，在疫情影响之下，国际和国内形势都发生了前所未有的变化，国内经济形势将走向何方？民营企业、制造业面临什么样的困境和机遇？建材卫浴行业的形势变化？新冠疫情冲击下，经济受到巨大影响，企业经营面临困难，企业应如何应对？

从怎么看、已遇见，到怎么办、怎么干，本课程研究新冠疫情的影响、疫后宏观经济趋势和 2020 国内经济形势，研究民营企业、制造业面临的困境和机遇，分析疫情后经济形势及疫情对制造业、民营企业、家居建材卫浴行业的影响，最后提出制造企业（建材卫浴企业）对抗疫情寒冬的应对策略。

培训内容注重对企业家解疑答惑，主动应对疫情影响，转“危”为“机”。希望通过本次培训，能够对九牧中高层管理团队了解现状，突

破困境和冲击未来带来启发，尤其要未雨绸缪，做好新冠疫情持续影响下的预案。

课程大纲：

一、怎么看：医学专家对 2020 年新冠疫情发展的判断

1、2020 年新冠疫情发展现状

——中国本土疫情传播已基本阻断

——世界疫情关键期

2、2020 年新冠疫情发展趋势

(1) 新冠疫情发展的三种可能性结果：乐观、悲观、稳健

(2) 世界疫情蔓延，未来前景复杂迷茫

二、怎么看：2020 年新冠疫情对我国宏观经济和世界经

1、新冠疫情对我国宏观经济影响的几点预判

(1) 现在面临的是短期冲击，未来中国经济长期发展趋势不改

——长期冲击：石油冲击

——长期冲击：新科技革命冲击

——短期冲击：非典、流感、新冠疫情等等

(2) 解决完疫情冲击问题后，企业面临的问题大概率还是疫情发生前面对的问题

(3) 对部分企业而言，疫情后就不用面对任何问题了，因为企业倒闭了

2、新冠疫情对我国宏观经济的影响

——2020年新冠疫情比2003年非典疫情对经济的影响大的多

——有些影响是深远的

3、新冠疫情对国内各行业的影响

4、新冠疫情对制造业的影响

——短期内疫情影响开工，稳增长压力较大

——春节后企业开工复工推迟，生产增速放缓，企业成本负担较重

——市场需求增速或将趋降

——随着疫情得到不断控制，预计二、三季度制造业将不断回暖，

不会影响中长期制造业运行态势。

——疫情解除后，前期由于开工复工迟滞所积累的市场需求将集中释放，生产、投资与消费加快增长，带动经济回升。

——经济中长期走势仍将受自身经济周期及结构变化的影响。

——世界范围看，疫情影响复杂。供应链、产业链出问题。外需减弱，外贸订单减少。疫情最终对经济的影响大小取决于疫情的广度和深度，持续时间。

5、对家居建材卫浴相关行业影响

——生产活动影响，制造业、房地产、基建投资。

——房地产行业：销售停滞，开发投资放缓，疫情过后有望逐渐恢复

——建筑业受到波及，建筑业停工。

——对基建、房建造成直接影响，短期基本停滞。长期影响不可知

——制造业：短期内疫情影响开工，稳增长压力较大

6、长期看，新冠疫情对我国宏观经济的影响有哪些

——世界在撕裂

——供应链、产业链会受影响

7、世界范围的新冠疫情将严重影响世界经济

——世界经济会不会大萧条？大衰退？

——疫情会持续多久？范围多大？

——对产业链和供应链的影响

——内需减少叠加外需减少

——乐观、基准、悲观三种情形

三、怎么看：疫情影响下当前宏观经济形势与 2020 年宏观经济预

判

（一）疫情影响下当前宏观经济形势

1、客观判断经济发展趋势

2、克强指数看经济冷暖

3、PMI 不容乐观

4、从 PPI、CPI 看通胀/通缩隐忧

5、当前宏观经济解读：GDP、就业、消费、投资、外贸、基建、

房地产、资本市场等

(二) 2020 年宏观经济前景预判

- 1、增长率、消费、投资、进出口、就业、赤字等总体判断
- 2、谨防金融风险
- 3、2020 年经济发展的新风险
- 4、2020 年经济发展的新机遇
- 5、中央经济工作会议精神解读
- 6、两会会议精神解读
- 7、疫情发生以来，我国出台的主要经济政策解读
- 8、世界疫情会影响我国经济

四、早预判：疫情后中国经济长期发展趋势与中国经济未来发展

- 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、近年中国出现的几个重要拐点

9、官方政策频出稳增长

——政府不是万能的。例如，节假日高速免费好心办坏事

10、对我国未来经济增长的基本判断

五、已遇见：民营企业和制造业面临的困境和机遇

（一）民营企业面临的困境

1、成本上升成为民营企业当前的主要困难

2、融资困难

3、支持力度不够

4、民营企业信心不足

——民营企业家面临的法律陷阱多，总有一款在等着你。常见罪名

如：虚开增值税发票罪、非法吸收公众存款、集资诈骗罪、行贿罪、

合同诈骗罪、非法经营罪、职务侵占罪、挪用资金罪、走私罪、串

通投标罪、涉黑恶犯罪等。

5、其他因素

（二）民营企业面临的六大机遇

1、国有经济混合所有制改革

2、产业转型升级和技术创新

3、城镇化和区域协调发展

4、“一带一路”倡议大力实施

5、企业治理体系日益完善

6、“亲”“清”新型政商关系竞相构建

7、中央对民营经济的政策扶持

——2018年11月1日习近平主持召开民营企业座谈会并发表重要讲话

——2018年底、2019年初中央一系列促进民营经济发展的举措，
出台一系列政策

——发挥民营经济的创造性、灵活性

——促进就业：民营企业的重要性

8、加快改革开放，内外资一视同仁

——国企竞争中性

——要素市场化配置改革

——外商投资法

(三) 制造业面临的五大困境

1、自主创新能力不强，核心技术依旧为短板

——缺乏技术含量的劳动密集型制造企业，没有核心竞争力

2、产品价值链低，心比天高，利比纸薄

——高成本、低利润、缺乏自主品牌

——一旦低成本的优势丧失，面临的危机就不单纯是生产危机，而是生存危机

3、生产效率差

4、产业结构不合理，制度环境待优化

5、产品质量问题突出，服务体系不完善

(四) 制造业面临的机遇

1、新技术革命和产业变革蓄势待发

——工业 4.0

——中国制造 2025

——智能制造

——绿色制造

- 2、全面深化改革不断推进
- 3、经济体制改革持续深化
- 4、收入分配、要素市场配置
- 5、竞争政策和营商环境不断优化完善
- 6、近 14 亿人口提供了广阔市场
- 7、对外开放水平不断提升，“一带一路”深入推进，提供了制度保障和良好平台

(五) 疫情之后中国家居建材卫浴行业的机遇

1、家居电商将迎来爆发

——由于疫情的印象，人们会变得越来越宅，在人际互动层面越来越“被动”，更加喜欢电商消费。

2、定制家居将再度迎来爆发式增长

——VR/AR 等场景体验类项目，将再次受到关注，再加上 5G 的成熟，其应用方面会加快进展，虚拟世界，将一步步的变成现实世界。

3、智能家居迎来最好的发展机遇

——随着疫情从身体和心理层面对人的“打击”，人们会变得越来越懒

和宅，也越来越不想动手，也更加注重家居生活的舒适度和便利性，因而智能家居从 2020 年开始迎来最好的发展机遇。

六、已遇见：疫情影响下家居建材卫浴行业的形势变化

（一）疫情之后中国家居建材卫浴行业将发生的五大深刻变化

1、从竞争角度看，优胜劣汰的速度会史无前例的加快

2、从管理和营销角度看，线上为王的格局会前所未有的凸显

——应对疫情影响，线上服务和引流成为运营重点

3、从需求角度看，存量博弈的态势会闻所未闻的出现

——疫情对家居建材家装业上游的房地产行业的打击是致命的

——受宏观调控及精装房政策影响，房地产增量本来就在缩减，加上疫情的冲击，增量市场基本上无望。

——疫情之后，房地产存量市场，将成为家居建材家装行业博弈的

主战场，二手房、旧房翻新等将成为需求的主要来源。

——各方支持只能起到缓解作用，关键在于消费需求和消费信心

4、从消费者角度看，健康消费的趋势会势不可挡的袭来

——经此疫情，消费者会更加珍惜生命、追求健康、讲究绿色环保，在追求美好家居生活的过程中，消费者对与居家生活直接关联的家居建材家装产品和材料的无醛、环保、绿色、健康等功能，会有更高更苛刻的要求，健康、绿色、环保、无醛消费将进一步成为主流的家居建材家装消费趋势。

5、从生产角度看，智能制造的落地会紧锣密鼓的进行

（二）疫情对卫浴行业带来的六大影响

1、复工延迟

2、对终端门店的影响

——随着新冠肺炎在全国范围内传播，各地紧急出台的相关的政策，核心的目的是减少人员流动，减少人员聚集，避免健康人群接触感染源，阻断传播路径。

3、对销售的影响

——疫情的出现，老百姓购买力下降，家居建材行业、房地产行业销量也会受到较大冲击。

4、对展会的影响

——由于展会举办地均集中在北京、上海、广州、嘉兴等人口密集区域，部分展会受影响会比较大。

5、对企业效益的影响

——但每次大事件背后，都孕育着商机。比如 2003 年的非典，刘强东把中关村的实体店铺搬到了线上，马云顺势创立了淘宝。

6、疫情将加速家居建材卫浴行业的洗牌和整合

——物竞天择，适者生存。胜者为王，没有抵御风险能力的企业倒下了，存活下来的企业竞争对手就少了。疫情过后，市场势必会回暖，对于那些实力雄厚、有竞争力的企业，彼时的行业竞争环境会得到极大改善，而消亡企业释放出的市场空间会为活下来的企业提供发展机遇。

(三) 各地房地产刺激下，家居建材卫浴行业是利好

1、各地推出房地产刺激

2、房地产开发商将在疫情结束后集中性开盘

3、六成以上家庭不会因为疫情而放弃装修

4、房地产行业是国家的经济增长的重要支撑点，未来也是，家居建

材行业作为房地产行业的下游企业，将会迎来巨大的机会。

——在疫情结束之后，国家还会出台一系列政策拉动内需，促进经济增长，而“衣食住行”届时将会成为国家重点关注的产业。

5、最终效果，要看和疫情造成的减少相加后的综合效果

（四）需求灭失还是需求推迟？

1、对经济的影响也还不能完全精确预计。

2、疫情缓解以后，我国经济将会迅速企稳，并且前期推迟的消费和投资将会释放，经济将出现补偿性恢复。

3、需求只会迟到而不会缺席，并且前期压制越大，后续需求的释放力度会越强。2020年中国致力于全面建成小康社会，保增长稳就业的核心动能为基建以及地产。

七、怎么办：制造企业（建材卫浴企业）如何充分利用政府的扶持

政策——由于时间原因，这部分，可不讲。或者略讲

（一）充分利用政府已经或者将要推出的财政金融政策

1、货币政策：降息，扩张货币

- 2、财税政策：财政刺激
- 3、税收政策：税收减免
- 4、信贷政策：银行减息，贷款展期
- 5、房租政策：减免房租
- 6、社保政策
- 7、保险政策
- 8、维护产业链
- 9、尽快利用当前政策，由于地方政府财力有限，很可能有些财政支持难以长期保持

（二）充分利用中央各部委、省市出台的扶持政策

1、充分利用工信部、商务部、人民银行等各部委政策

2、充分利用本省市出台的应对疫情的扶持政策

——积极研究，主动对接

——配合政府，主动对接相关部门，做好政策优惠的申报工作

（三）充分利用商业银行扶持中小企业的优惠措施

1、合理申请贷款展期（1-3个月）

- 2、在允许范围内，申请降低贷款利率、利息减让、服务费减免等
- 3、向银行展示实力，发展前景好，基本业务好，争取银行给予扶持

八、怎么干：制造企业（建材卫浴企业）对抗疫情寒冬的应对策略

（一）企业应争取尽快复工，积极自救

——一定要有订单，有业务，否则复工无法复产

——注意复工步骤

——制造企业（建材卫浴企业）的复工要求

（二）企业应积极应对，不能等靠要

- 1、疫情活下去第一要务：现金流
- 2、疫情下的组织模式、业务模式创新
- 3、疫情下的员工管理模式
- 4、开源节流
- 5、SWOT分析：利用机遇，发扬优势，应对威胁和风险，补齐短板
- 6、针对经销商的支持和补贴措施

——从资金支持到物流、产品补贴，各种措施多管齐下，“厂商命运共同体”得到了最生动的诠释，疫情给处在困顿中的家居建材行业带来了前所未有的考验，也让家居企业和经销商更加紧密地联系在一起，共渡难关。

（三）夯实实力，转危为机

- 1、有所为，有所不为，有所作为
- 2、要做到：安心、静心、信心
- 3、精准识变、科学应变、主动求变
- 4、再审视、再谋划、再提升：利用疫情造成的“空窗期”，审视原有业务存在的问题，冷静规划企业未来发展，提升员工素质，提升企业发展水平
- 5、深耕细作、比拼内功
——提高产品的技术含量，打造属于自己的品牌。没有技术永远受制于人，必须以市场需求为导向，以技术创新为动力，加快战略转型，努力提高产品的科技含量和附加值，从低成本优势向高效率和

技术优势转变，只有技术研发和技术创新才是企业的出路。

6、多元化，抗风险

7、聚焦主业，做大做强

8、技术突破

9、提高风险管理能力，提升资本管理精细化水平

10、培养自身的卓越运营能力，以管理风险和不确定性

11、打造敏捷灵活的业务版图

(四) 转“危”为“机”：企业对抗疫情寒冬的“四步曲”

1、第一步：做好防守

2、第二步：存活下来

3、第三步：准备抄底：发现新趋势

4、第四步：乘胜进攻

(五) 未雨绸缪：做好新冠疫情持续影响下的预案