

# “经济双循环”下， 企业应如何调整策略和方向？

**全**球化时代是否已终结？最直接的答案是“否”。非但没有终结，随着数字化的贸易平台、支付手段和金融交易平台的兴起，全球化程度未来还会继续加深。下一阶段的全球化，一定是一个更具合作性、更加平衡、讲究共赢的系统。因此，强调“以国内大循环为主体”，不仅是对目前调整期形势的判断和回应，也是中国长期发展的必然趋势。

相较于大多数国家和地区而言，中国经济“内循环”的有利条件在于拥有足够规模的国内市场 and 全球最完整的工业体系。但单纯“内循环”不是我们追求的目标，我

们追求的是在“内循环”为主的基础上实现“内外双循环”。

绝对意义上的“内循环”既不可能，也无必要。产业链的全球整合可提高效率，创造巨大价值。这既对中国未来的发展有利，也是作为世界贸易大国应有的担当。尤其强调的是，国际环境越是不稳定，中国就越应该尽力与国际社会保持技术和创意方面的广泛交流。切忌固步自封，只有交流和碰撞才能使我们向着更有创造力的方向发展。“经济内循环为主”是中国经济结构调整的长期方向，不应该影响我们看待世界的眼光。



“ 中小微企业吸纳了城镇中 80% 以上的就业，是服务业的主力军，也是创造力的来源。它们的健康发展对于 ‘内循环’ 经济的顺利运行至关重要。 ”



## 白果

中欧国际工商学院战略学助理教授、未来 CEO 成长营课程主任

发展“内循环经济”，最重要的是使国内的需求与供给更好地匹配。从供给方来看，我国各主要行业的供应链能力都越来越强。但在如半导体芯片等尖端领域，离自给自足还有很长的路要走。尤其重要的是，我国企业的品牌力目前还远逊于国际企业，这意味着我国企业满足国内终端需求的能力还有很大提升空间。中国企业急需补上品牌能力方面的短板。近几年来，我们看到国内企业开始在这方面发力，也看到越来越多国产品牌的诞生和壮大。很多供应链企业也积极尝试打造自有品牌，并诞生了诸如 C2M (Customer-to-Manufacturer, 用户连接制造) 等创新性的商业模式，这些都是符合“内循环”发展要求的战略调整方向。

除了快速学习品牌运作的相关知识，与专业的服务商合作，企业家们还需要转变投资理念，充分认识和了解全球化的现状，谨慎扩大产能，特别是一些外贸依存度过高的行业，如电子和纺织等。同时，要更加重视研发和创新，敢于加大对无形资产如技术、人才、设计、品牌力、创造力等的投入。要更加重视服务业特别是产业服务业的重要性。我国服务业尽管近年来取得了长足发展，但仍远低于国际发达国家的水平。

在未来的国际贸易中，服务业的占比将继续扩大。我国在数字技术领域有较为深厚的积累，完全可以在数字服务领域大展拳脚。在国家政策层面，旺盛的国内消费需求是“内循环”的保障。扩大国内消费需求的最好

方式不是鼓励消费，而是切实提高居民收入，改善收入分配结构，释放消费潜力。而提高居民收入的最好办法，是促进蕴含更多劳动附加值的企业和行业的发展。中小微企业吸纳了城镇中 80% 以上的就业，是服务业的主力军，也是创造力的来源。它们的健康发展对于“内循环”经济的顺利运行至关重要。改善中小微企业的营商环境是一个系统工程。如何利用多元的方法改善中小微企业的营商环境，创造相对平等的竞争市场，是摆在各级政府面前的重要课题。

总之，全球化的阶段性调整是其进一步发展的必由之路，有调整才可能有新秩序的诞生。经过过去几十年的日积月累，中国已形成了完整的工业体系和庞大而有层次的市场，这让我们站在了较高的发展新起点上。面对国际关系的新变化，我们要积极转变认知，主动适应身份变化，充分发挥创造力，继续加强技术能力和品牌能力，更好地满足国内需求，并积极形成区域性国际贸易和技术合作，从而在新的起点上行稳致远，在一个开放的环境和心态下，建立繁荣且可持续的经济内外“双循环”。



扫码阅读全文