



把握关键核心金融要素 加快建设金融强国

□ 张晓晶

习近平总书记在省部级主要领导干部推动金融高质量发展专题研讨班开班式上强调：“金融强国应当基于强大的经济基础，具有领先世界的经济实力、科技实力和综合国力，同时具备一系列关键核心金融要素，即：拥有强大的货币、强大的中央银行、强大的金融机构、强大的国际金融中心、强大的金融监管、强大的金融人才队伍。”这是继中央金融工作会议提出加快建设金融强国的目标之后，再次强调建设金融强国，并进一步阐释了金融强国的丰富内涵，明确提出金融强国的关键核心要素，为加快建设金融强国指明了实践路径。

从历史演进规律把握金融强国的关键核心要素

从荷兰、英国和美国等金融强国的历史演进规律来看，金融强国一般具备以下关键核心要素。

第一，以强大的经济基础为根基。“经济兴，金融兴；经济强，金融强。”强大的经济基础是建设金融强国的基本前提。荷兰的金融强国建立在经济特别是贸易强国的基础上，通过大力发展商业贸易积累财富，金融业以服务国际贸易为主并向海外拓展。英国的金融强国基于工业革命以及由此所形成的“世界工厂”地位，通过第一次工业革命成为世界主要的制造业和工业中心。美国的金融强国依赖于强大的经济实力、科技实力和综合国力，通过抓住第二次工业革命契机，一跃成为世界第一工业强国和第一大经济体。强大的经济基础成为吸引全球金融资源的有力支撑，并为强大而稳定的货币提供了基础性保障。

第二，以强大的主权货币和中央银行为支柱。强大的主权货币是金融强国的集中体现。一国货币成为国际储备货币，意味着本国的国家信用将会成为全球信用，储备货币国可以通过发行本国货币或本币债务来动员全球资源“为其所用”。更重要的是，由于储备货币国控制了全球信用，其中央银行也在某种程度上成为全球中央银行，货币政策的全球影响力随之增强。强大的货币与强大的中央银行相辅相成：强大的货币是本国中央银行成为全球中央银行的前提，而本国中

央银行的有效管理则成为强大货币的保证。

第三，以强大的金融机构与国际金融中心为抓手。金融强国往往拥有多家系统重要性商业银行、投资银行和保险公司，以及若干家具有强大竞争力的国际金融中心，凭借其全球性货币市场、资本市场和商品市场吸引国际投资者，进而掌握国际金融市场的定价权 and 世界经济资源配置权。17世纪荷兰之所以成为海上霸主，得益于阿姆斯特丹国际金融中心建设、股票市场和期货市场的快速发展。英国以私有制中央银行、跨国商业银行、国债发行和证券交易为主要标志的金融革命，助力其成为“日不落”帝国；伦敦成为当时最有影响力的国际金融中心。美国拥有世界上最大的股票交易所、期货交易所，这些强大的金融机构以及稳居国际金融中心首位的纽约，是美国成为金融强国的重要抓手。

第四，以强大的金融监管和人才队伍为保障。强大的金融监管是金融强国的重要保障。金融监管制度是在一次次应对金融危机的过程中逐步确立起来的，每一次危机都迫使监管重点和监管方式进行调整变革，以适应金融环境变化的新要求。金融监管一方面有利于金融更好服务实体经济，避免脱实向虚；另一方面则有利于防范化解金融风险，减少金融危机的破坏性，维护金融安全。同时，金融领域专业性强、复杂程度高、知识密集度高，打造一支堪当建设金融强国重任的人才队伍至关重要。美国凭借其发达的高等教育、开放的移民政策和鼓励创新的社会环境，吸纳了大量高素质金融人才，为其金融强国建设提供了人才支撑。

加快建设金融强国的实践路径

习近平总书记关于金融强国关键核心要素的重要论述，既是对现代金融发展客观规律的概括总结，更是为加快建设金融强国的实践路径指明了方向。

第一，筑牢经济基础，壮大综合国力。金融强国应当基于强大的经济基础。我国经济总量稳居世界第二位，经济增长率一直居于世界主要经济体前列，连续多年对世界经济增长

贡献率超过30%。2035年我国将基本实现社会主义现代化，本世纪中叶我国将建成社会主义现代化强国。就这一目标以及为金融强国建设构筑强大的经济基础而言，未来还需要以经济建设为中心，夯实经济高质量发展的基础。特别是坚持依靠改革开放增强发展内生动力，统筹推进深层次改革和高水平开放，不断解放和发展社会生产力、激发和增强社会活力，提升领先世界的经济实力、科技实力和综合国力。

第二，稳慎扎实推进人民币国际化。强大的主权货币是金融强国的基石。近年来，人民币国际化稳中有进，跨境人民币业务扩面增量，人民币融资货币功能提升，离岸人民币市场交易更加活跃。应继续完善人民币跨境使用制度安排和基础设施建设，有序推进本外币一体化资金池试点。稳步推进中央银行间双边本币互换和本币结算合作，支持离岸人民币市场健康发展，促进人民币在岸、离岸市场形成良性循环。健全本外币一体化的跨境资金流动宏观审慎管理框架，提高开放条件下跨境资金流动的管理能力和风险防控能力。

第三，加快现代中央银行制度建设。金融强国离不开强大的中央银行。要以现代中央银行制度作为重要支撑，助力实现稳经济、调结构、稳物价的平衡。继续完善货币政策目标体系，以币值稳定和金融稳定为根本，更加重视经济增长、充分就业和“双碳”目标等。完善货币政策工具体系，创新结构性货币政策工具，做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇文章。健全市场化利率形成、调控和传导机制，发挥国债收益率曲线在货币政策传导和金融资产定价中的重要作用。增强中央银行财务实力，为依法履职提供坚实支撑。

第四，构建分工协作的金融机构体系。金融机构是金融强国建设的重要微观基础。我国拥有全球最大的银行体系，银行业金融机构数量多达4000多家，5家大型商业银行入选全球系统重要性银行，金融机构综合实力和影响力不断增强。但也存在发展水平参差不齐、竞争力不强等问题。要进一步完善金融机构差异化发展定位，支持国有大型金融机构做优做强，当好服务实体经济的主力军和维护金融稳定的压舱石。强化政策性金

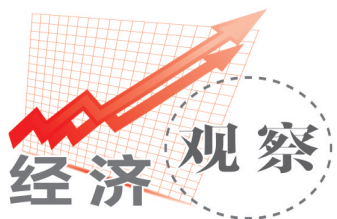
融机构职能定位，提升服务国家战略和实体经济质效。推动中小金融机构回归本源和主业，立足地开展特色化经营，使金融服务更多下沉“长尾客户”。

第五，推进国际金融中心建设。国际金融中心的变迁是金融强国兴衰的重要标志，建设金融强国需要打造更具竞争力的国际金融中心。进一步提升上海、香港国际金融中心在全球金融市场的影响力。培育一流投资银行和投资机构，重视金融数字化转型对业务的支持和赋能作用，更好发挥国际金融中心的枢纽功能。稳妥有序推进金融市场全面制度型开放，拓展人民币金融市场广度和深度，更好满足全球人民币资产投资者资产配置和风险管理需求。

第六，全面加强金融监管。强大的金融监管是金融强国建设的有力保障。必须切实增强金融监管震慑力和权威性，对重大金融风险制造者从严从重处罚，让金融监管真正“长牙带刺”。依法将所有金融活动全部纳入监管，全面强化机构监管、行为监管、功能监管、穿透式监管、持续监管，消除监管空白和盲区。加强金融管理部门、宏观调控部门、行业主管部门、司法机关、纪检监察机关等协同监管，健全权责一致的风险处置责任机制。

第七，加快高质量金融人才队伍建设。金融强国建设需要打造一支堪当重任的人才队伍，保持纯洁性、增强专业性并提升战斗力。新时代金融人才必须深化对金融工作政治性和人民性的认识，拥护党中央对金融工作的集中统一领导，牢固树立人民至上的价值理念。掌握金融业及其相关领域的基础知识和专业技能，提高全球视野和国际竞争力。经受严格的思想淬炼、政治历练、实践锻炼、专业训练，敢于发声亮剑，办好金融发展和金融安全两件大事。

（作者系中国社会科学院金融研究所所长、国家金融与发展实验室主任）



从城市文旅“破圈”看人文经济发展

□ 徐 剑

近日，哈尔滨凭借冰雪旅游火爆“出圈”，热度持续不减，极大地撬动了冬季旅游经济，也让这座冰城实实在在地感受了一次“泼天的富贵”。突如其来的巨大流量也引发了人们的思考：哈尔滨的冰雪旅游已持续建设多年，旅游资源模式已经较为成熟，为何突然在今年大放异彩？如果仔细透视此次哈尔滨火爆“出圈”的全过程，就不难发现其关键在于人文经济的理解和运用。而在这背后，需要加快转变传统思维，持续思考以数字媒介和IP塑造为核心的城市文旅推广新观念、新思路、新方法，理解文旅现象背后的人文经济内涵，通过文旅场景的推陈出新不断满足人民群众对美好生活的追求，依托数字时代的“人人传播”，让城市从“出圈”变为持续“破圈”，将城市旅游的“网红”更好地转化为“长红”。

习近平总书记指出：“‘文化经济’的本质在于文化与经济的融合发展，说到底要突出一个‘人’字。”文旅产品的创新迭代归根结底要服务于人的发展，满足人民日益增长的美好生活需要。随着经济社会的不断发展 and 教育水平的不断提升，人民群众的新需求、新期待，尤其是精神层面的需求正在旺盛增长。城市文旅作为人民群众日常生活的重要组成部分，必须产出能够真正戳中“痛点”的内容供给，才能不断适应人民群众日益增长的精神文化需

要。哈尔滨冬季旅游的火爆体现了当前文旅消费的“下沉效应”——人们不再满足于热门景点的“打卡”式旅游，而是更加渴望通过“接地气”的方式感知独特的城市文化，感受日常生活中的城市魅力。在哈尔滨走红的同时，社交媒体上众多关于哈尔滨市民宠爱“南方小土豆”“马铃薯公主”的热门内容真切切地让全国各地的游客感受到了“接地气”的城市文化，也让深入街头巷尾、人人参与的全民文旅更加体现了“冰城”并不冰冷的城市温度。无论是传统文旅目的地还是新晋“网红”城市，要想从“出圈”走向“长红”，就必须牢牢把握“以人民为中心”的发展思想，通过有创新性、有品质的文旅产品供给来活跃市场，以城市生活中的特色文化内容为核心，不断点燃城市“烟火气”，通过搭建人文经济共生的“小场景”，满足人民群众的“大需求”，使人民的精神世界不断得到滋养，让创造城市财富的人文经济源泉充分涌流。

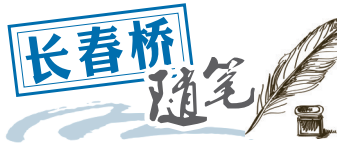
在哈尔滨冰雪旅游走红的背后，是文旅部门对于高吸引力IP的持续塑造，比如“遛学企鹅”“歌声里的黑龙江”等。这些视觉内容的快速传播极易形成标签化、话题性的讨论热度，带来流量的虹吸效应。同时，IP所反映的是城市最具特色和代表性的文化符号，是城市文化魅力的浓缩与时代表达，因此往往能够突

破不同地域、圈层，实现对不同类型人群的吸引。在数字媒介环境下，要想让城市文旅在竞争中实现突围，就必须把握社交媒体的渠道力量，打造具有趣味性、冲击力和吸引力的城市文旅IP，制造爆点引发关注和讨论。在IP塑造的过程中，需要重点关注三个方面：一是文化先行，可以对城市自身的历史风俗、风土人情、民间文化等进行深入挖掘，提炼出城市最具识别度的特征元素，并通过适当的演绎，创造出特征鲜明、极具识别度的城市IP。二是贴近生活，重点结合在城市中生活的老百姓可接触、可感知、可体验的城市生活形塑IP，如城市打卡点、特色小吃等，从而增强IP的文旅消费转化能力。三是记忆塑造，即打造鲜明的视觉化记忆点，如淄博烧烤的“三件套”、趵突泉的“亮灯瞬间”、武康大楼门口的郁金香、哈尔滨街头的企鹅等，这些记忆点往往是微观叙事，却能够“以小见大”，通过视频影像保留下深刻的城市记忆，更加适应数字媒介的传播特性。

在社交媒体时代，人民群众感知城市和进行文旅消费决策的最主要渠道已转向数字媒介——从“进淄赶烤”到贵州的“村超”“村BA”，再到哈尔滨的爆火，其“出圈”依靠的都是视觉化、话题性的社交媒体传播。传统意义上由文旅部门主导的旅游推介活动，只能实现从政府到个体

的单点传播，而社交媒体内容传播依靠的是“人人传播”，每个人都是内容的生产者、话题的传播者，因此可以实现指数级传播，传播动能要远远超过传统的旅游推介模式。未来，城市文旅需要顺应数字时代的传播趋势，推动打造全民参与的城市文旅新模式。一是依托数字平台鼓励“人人传播”，如与社交媒体平台合作开展文旅专题活动，通过多种形式鼓励市民游客在网络空间以图文、短视频等形式分享城市美好生活，展示城市的特色魅力。二是充分利用好社交媒体时代各类青年群体自然“涌现”的“自带流量”的城市文化活动，采取包容式管理手段，激发年轻人有创造力的文化内容生产，将集体性文化活动转化为具有传播效能、吸引青年群体的“城市新IP”。三是充分发挥网络红人、城市“大V”等“自带流量”的数字传播主体作用，充分联动数字平台的城市知名博主、UP主积极宣传城市文旅的新空间、新玩法、新体验，充分激发全社会“人人传播”的活力，推动城市文旅形象的“破圈突围”。

（作者系上海交通大学中国城市治理研究院副院长）



正确认识宏观数据与微观感受之间的关系

□ 黄卫挺

理性看待宏观数据和微观感受之间的“温差”

宏观数据和微观感受之间的“温差”一定程度上是客观存在的。正如2023年7月国家统计局发言人所指出的，这是由宏观数据的综合性和微观感受的局部性决定的。宏观数据来源于对整个经济体的综合统计和宏观分析，而微观感受则是每一个经营主体、每个居民在经济社会活动中的直观体验。理论上，任何一个市场经济体都存在一定的“温差”，特别是经济规模越大、经营主体越多元，也即经济学所说的存在大量的异质性个体，在经济周期波动中这种“温差”越是明显。所以，在某种程度上，这种“温差”在市场经济发展中有其一定的普遍性，其背后体现的是经济运行中整体性与结构性的差异。我国经济具有超大规模性，截至2023年9月底，全国登记在册的经营主体达1.81亿户。这些经营主体分布在不同行业和经济运行的不同环节，并根据宏观环境和自身所处小环境对经济情况作出判断，由于每个个体纳入判断的影响因素不同，其判断本身就存在结构性差异。最为典型的例子是物价，高收入者眼中的低价可能是低收入者眼中的高价，而反映在宏观数据上，只有一个代表整体水平的物价指数。所以说，宏观数据和微观感受之间的“温差”是客观存在的，不同个体微观感受之间的“温差”也是客观存在的。

当然，宏观数据和微观感受之间的“温差”，很多时候也带有一定的片面性和主观成分，这些主观成分主要源于两方面。一方面，疫情转段之后我国经济处于持续的边际改善阶段，呈现出波浪式发展、曲折式前进的特征，这是存在“温差”的大背景。对于企业和普通百姓来说，其对复苏过程的主观感受与经济完全复苏状态的主观感受是不同的，特别是边际改善往往发生在先行领域，体现在先行指标上，很多企业和个人并不能及时有效地对此进行感知。另一方面，我国经济从高速增长阶段转向高质量发展阶段，发展动力、发展方式和发展路径也随之升级，但有的企业仍然习惯于高速增长阶段的经济运行模式，特别是以经济增长速度的单一指标片面地衡量经济发展，未能全面适应、感知和评价高质量发展阶段的经济全貌。值得注意的是，在大数据和算法的作用下，一些微观个体的主观判断通过自媒体等网络平台持续放大，形成了一个相对封闭、自我强化的舆论场，一定程度上拉大了关于经济冷热的判断分歧。所以，这种“温差”未必能完全反映经济运行的真实面貌。对此，应该全面、辩证地看待。

以更大的发展缩小宏观数据和微观感受之间的“温差”

虽然宏观数据和微观感受之间的“温差”是客观因素和主观因素共同作用的结果，但对于实际经济工作来说，应该重视这一“温差”所反映出的市场活力不足、预期不稳等问题，这也正是当前进一步巩固和增强我国经济持续回升向好态势、推动经济高质量发展发展的切入点。为了更好地缩小宏观数据和微观感受之间的“温差”，既要加大宏观调控力度，持续释放政策对稳增长的支持作用，加快推动经济从边际改善向全面复苏转变，也要通过全面深化改革等举措，营造市场化、法治化、国际化的营商环境，充分激发微观主体的内生动力，培育新的增长动力，为迎接新一轮繁荣创造条件。

一是加大宏观政策支持力度。缩小宏观数据和微观感受之间的“温差”，最为关键的是巩固和增强经济回升向好的态势。

坚决贯彻落实中央经济工作会议精神，强化宏观政策逆周期和跨周期调节，继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策，加强政策工具创新和协调配合。保持政策的连续性和稳定性，增强宏观政策取向一致性，加强财政、货币、就业、产业、区域、科技、环保等政策协调配合，把非经济性政策纳入宏观政策取向一致性评估，强化政策统筹，确保同向发力、形成合力。

二是全面深化重点领域改革。宏观数据和微观感受之间折射出的问题也是当前全面深化改革亟待突破的难点问题。为了稳定市场预期，应重点谋划进一步全面深化改革，加快推出一批“牵一发而动全身”的重大改革举措，充分激发各类经营主体的内生动力和创新活力，全面释放经济潜能。针对民营企业发展问题，不仅要加大政策落地力度，让民营企业可感可及，更要发挥好法治的固根本、稳预期、利长远作用，加快推进相关立法进程。加大制度型开放力度，营造市场化、法治化、国际化一流营商环境，支持外资企业继续“在中国、为世界”，深度参与国际大循环。

三是加强经济宣传和重要数据解读。我国发展面临的有利条件强于不利因素，经济回升向好、长期向好的基本趋势没有改变，这是我国经济发展的底气所在。在经济宣传过程中，不仅要

把长期向好的基本趋势讲透、把回升向好的亮点说好，也要积极回应好企业的困惑和市场的关切。四是发挥好中长期规划的导向作用。编制和实施五年规划是我们党治国理政的一种重要方式，也是引导企业等微观主体形成长期稳定一致预期、促进全社会形成共同行动纲领的重要途径。要坚持以经济建设为中心，结合中期评估推进“十四五”规划落实，重点统筹“十四五”规划后半段、“十五五”发展和2035年远景目标，研究提出“十五五”经济社会发展基本思路，研究谋划一批“十五五”期间的重大战略、重大项目、重大工程，进一步夯实市场和国际社会对我国经济中长期发展的信心。

（作者系中国宏观经济研究院决策咨询部副主任）

