

2024全国两会解析

万卓睿桥 | 2024年3月



每年在北京召开的全国两会都是国内外各界人士了解中国的关键窗口，中国政府在两会上所公布的发展目标和工作任务，备受外界瞩目。

众所周知，目前中国经济正面临一系列挑战，包括房地产危机、通货紧缩压力、地方政府债务增加等。尽管面临这些结构性挑战和日益增长的地缘政治风险，中国政府依然在两会上展示了信心和力量。两会上所公布实施的财政政策温和稳健，此举未及外界预期，但其适合中国目前的发展阶段。同时中国政府致力于进一步深化改革、扩大高水平开放的决心和举措释放了更多积极信号。稳中求进是今年政府工作的总基调，推动经济稳定发展和保持社会大局稳定，仍然是中国当下的核心议题。

在当前的复杂局势下，我们将解读2024年两会的政策导向，并提供科技、医疗健康和消费品行业的核心观察，为在中国运营的企业和品牌提供策略性建议，进而帮助企业在这个充满挑战和富有活力的市场取得成功。

两会核心观察

稳中求进再出发

雄心勃勃的增长目标

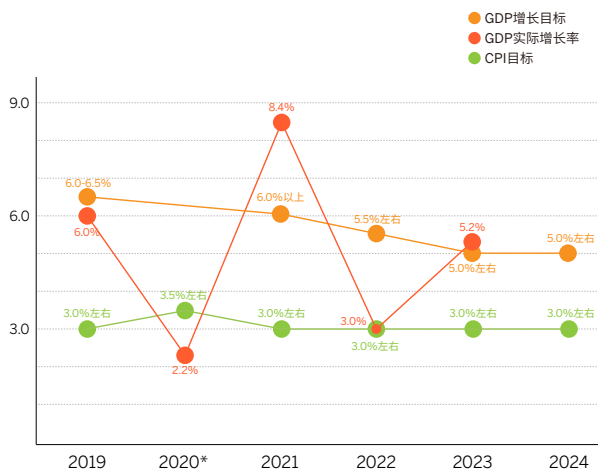
中国将2024年国内生产总值 (GDP) 增长目标设定为5%左右, 财政赤字率保持在3%, 同时宣布发行10亿元人民币的特别国债。虽然GDP增长目标与2023年一致, 但外界普遍认为今年的目标“雄心勃勃”, 因为“去杠杆化”后被压抑的需求趋于平缓, 而房地产市场的挑战依然存在。国家发改委在其工作报告中也表示, 实现这一增长目标并非易事, 并呼吁“共同努力”深化改革和开放, 加快实现高水平科技自立自强。

因地制宜发展新质生产力

2024年, 中国将积极致力于现代化产业体系的构建与发展, 全面提速新质生产力的培育与壮大。通过发展新质生产力, 加快工业现代化是首要目标。国家发改委呼吁推动采用先进技术, 提升传统产业, 向高端制造、智能制造和绿色制造迈进。通过加快新型工业化的步伐, 致力于提升全要素生产率, 持续塑造新的发展动力与竞争优势, 以推动社会生产力迈向新的高峰。企业也需要发挥创新引领作用和主体地位, 通过加强企业间合作、完善高技术人才培养体系建设, 从而激发中小企业主体活力。

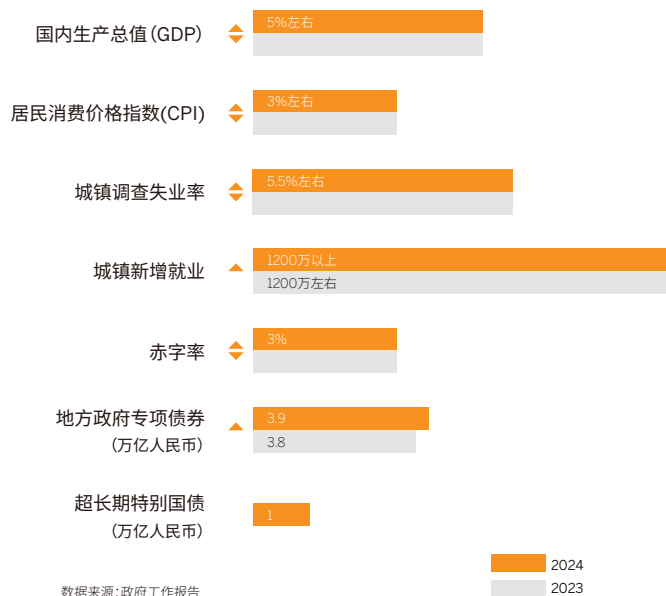
促进消费稳定增长

在房地产行业持续疲软的情况下, 国内消费对中国经济实现高质量发展至关重要, 这已成为共识。官方数据显示, 作为经济增长的三驾马车之一, 消费在2023年对中国整体GDP增长的贡献率为82.5%, 全国社会消费品零售总额471495亿元, 同比增长7.2%。政府将开展汽车、家电、家居等耐用消费品以旧换新, 实施数字消费、绿色消费、健康消费的促进政策, 积极培育文娱旅游等新的消费增长点。



数据来源: 中国政府网站
*由于新冠疫情, 未定GDP增长目标

2019至2024年GDP和CPI预期目标, 及GDP实际增长率



数据来源: 政府工作报告

2024年主要预期目标及2023年主要预期目标对比

加大吸引外资力度

政府工作报告重申了对外开放和吸引外资的承诺。内外贸一体化、改善营商环境、促进人文交流等方面的努力表明,中国吸引外资力度不断加码。具体而言,制造业领域外资准入限制措施全面取消,放宽电信、医疗等服务业市场准入,继续缩减外资准入负面清单,扩大《鼓励外商投资产业目录》,保障外商投资企业依法平等参与政府采购、招标投标、标准制定,并享有国民待遇。扩大高水平对外开放、巩固外贸稳定运行的承诺是积极的信号,这也表明尽管国内外形势不断变化,中国仍然是全球增长的重要市场。

坚持绿色低碳发展

中国政府设定的目标是在2024年将单位GDP能耗降低2.5%左右,鉴于中国“十四五”规划承诺在2021-2025年期间将能源强度降低13.5%,外界认为2.5%的目标设定“保守”。随着中国工业化和城镇化发展带来的能源消耗增加,这也意味着中国向绿色发展转型的计划面临压力。尽管如此,我们仍看好可再生能源和新能源汽车领域的机会,因为中国政府的目标是在2030年碳达峰,这两个领域仍是政府刺激经济的重点。2023年,清洁能源为中国经济贡献了11.4万亿人民币,使得该行业在经济增长中所占比重稳居首位,清洁能源已经成为中国经济的主要驱动力。

“
中国发动机仍然强劲, '下一个中国'
还是中国。”

外交部部长王毅

科技行业聚焦

科技创新引领新质生产力发展

核心观察

新三样彰显中国制造新优势

电动载人汽车、锂电池及太阳能电池，被誉为外贸“新三样”。政府工作报告提到，2023年电动汽车、锂电池、光伏产品“新三样”出口增长近30%。“新三样”是代表新质生产力发展的关键载体，是推动中国外贸规模的新动力，进一步带动外贸结构的持续优化。

人工智能+赋能各行业发展

“AI+”即人工智能技术与各行业的深度融合，创造新的发展生态。它代表新的社会形态，将AI创新成果融入经济、社会各域，提升全社会的创新力和生产力，形成基于互联网的经济发展新形态。“人工智能+”这一概念出现在政府工作报告中尚属首次，2024年或将成为中国在人工智能领域的“应用之年”，大模型将在许多垂直领域大有作为。

开辟未来产业新赛道

未来产业包括未来制造、未来信息、未来材料、未来能源、未来空间以及未来健康等六大方向。在这些领域中，新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源、新材料、高端装备以及绿色环保等产业正成为推动经济增长的新兴引擎。中国将“前瞻谋划未来产业”写入“十四五”规划，美国、欧盟、日本等也制定了相关发展战略。未来产业已成全球发展一大焦点。

打造全国一体化算力体系

全国一体化算力体系计划旨在通过通用算力、智能算力、超级算力的一体化布局，以及东中西部算力的协同，实现算力与数据、算法、绿色电力的融合应用，并同步推进算力发展与安全保障。2024年适度超前地建设数字基础设施，加快形成全国一体化的算力体系将成为一大要务。今年政府工作报告首提“全国一体化算力体系”，从更高的国家意志层面，加速推动数字化转型发展。

科技品牌运营及营销传播建议

聚焦人工智能+

“人工智能+”必将成为2024年科技行业的最热词。对于每一个科技公司来说，拥抱AI不再是可选项，而是关系到生死存亡的必选项。抓住政府大力推动“人工智能+”行动的风口，科技企业才能乘势而上，把握先机。

绿色和可持续发展至关重要

围绕未来产业发展，以及当前的“新三样”产业，绿色、可持续依然将是科技领域需要着重关注的方向。在传播企业创新的过程中，需要考虑不仅强调效率的提升、应用价值的提升，还需要关注其对于可持续发展所带来的价值。ESG和可持续发展是品牌取胜中国市场的必要条件，不仅能帮助品牌提升知名度和美誉度，还可以促进销售转化。

(查看[万卓睿桥首个聚焦中国ESG议题的品牌动能研究报告](#)，以了解更多相关洞察和建议)

抓住算力建设的传播契机

对于云计算企业，尤其是IaaS企业来说，全国算力一体化建设将是新的发展机会，也将是新的传播热词。抓住国家层面推动算力建设的风口，并与自身的业务和解决方案有效连接起来，是云计算企业的必然方向。

新质生产力引领品牌传播

新质生产力，从2023年9月第一次提出以来，愈将成为企业品牌传播的重点，对于科技企业来说也不例外。在传播过程中，紧扣新质生产力的大方向，讲好创新故事，塑造创新品牌，提升科技品牌声誉，已经成为科技类企业的重要议题。

我们很高兴看到，中国政府在倡导‘人工智能+’行动，这对于所有的科技企业来说，都将带来新的发展机会。人工智能一直是HPE Aruba Networking所积极关注的内容，我们致力于帮助客户打造‘AI赋能的安全融合网络’，将AI能力，安全能力无缝融合到网络服务中，助推客户的数字化转型。我们相信，在科技领域所有从业者们的积极努力下，‘人工智能+’将掀起科技创新的新浪潮，助力中国乃至全球数字经济的发展。

HPE Aruba Networking
中国区市场总监 万军

医疗健康行业聚焦

医疗健康产业持续创新和优化

核心观察

创新药和生命科学领域首次被写入政府工作报告
标志着两者它们作为前沿产业和未来发展的关键领域获得了政府的高度重视。这些领域被认定为具有推动生产力大幅跃升的“新质生产力”，预示着中国医药创新将在政府的整体战略和资金支持下，实现从“有”到“优”的飞跃。

加大吸引外资力度，放宽医疗服务市场准入

优化的政策方向为外资药企在中国的创新领域提供了更广阔的舞台。这一举措也有望推动国内医药产业借助外资提升研发和制造能力，从而提升国际竞争力。通过“引进来”与“走出去”的双向策略，中国将在全球医药创新生态中占据更有影响力的位置。

提高医疗和卫生服务能力，促进人民健康和社会稳定

政府工作报告多次提及医保政策，包括推动基本医疗保险省级统筹、完善国家药品集中采购制度、加强医保基金使用监管，以及落实和完善异地就医结算等措施，这些都反映了国家对于推动医疗服务可及性、公平性、有效性和可持续性的承诺。

加强社会保障和服务，积极应对人口老龄化

政府工作报告对生育和养老相关的医疗健康服务给予了更多关注，并在政策、产业、制度等多个层面进行了全面部署。具体措施包括在全国实施个人养老金制度，积极发展第三支柱养老产业，以及完善生育支持政策，优化生育假期制度等。

医疗健康品牌运营及营销传播建议

强化技术创新,明确差异化优势

创新驱动生产力发展是新质生产力的核心,也是医疗企业寻求发展和突破的关键。医疗企业应聚焦优质赛道,尤其是肿瘤、减重、阿尔茨海默病、脱发以及特应性皮炎等热门领域,加大研发投入以开发新疗法或提升效率,提供核心竞争力。同时企业应进一步加强和政府以及组织的技术创新合作,实现共赢。品牌可以借助技术创新战略,开展针对创新突破的传播议题,明确差异化优势,提升品牌形象。

(查看[万卓睿桥品牌动能医疗健康研究报告](#),以了解更多相关洞察和建议)

深耕中国,展现承诺与行动

外资企业在中国设立研发中心、建设生产基地,或者快速引进前沿创新产品,不仅是对政府扩大高水平对外开放的积极响应,也是对中国市场长期承诺的体现。这些行动不仅赋能产业生态,为国内医药产业的创新发展注入活力,也彰显了企业深耕中国市场的决心。

持续助力医疗可及性和公共卫生教育

企业应重点沟通其在推进药物公平可及以及公共卫生教育方面作出的努力,包括开展疾病防控、提升医药可及性、推动高价值药纳入医保,以及与中央和地方政府、学术机构、协会等合作的公共卫生项目等。这既符合政府倡议,也满足患者需求,还可以提升在可持续发展方面的企业形象。

中国经济体现出极强的韧性,稳中向好,稳中求进。辉瑞将继续坚定不移扎根中国市场,为中国患者带来更多的创新药物,为中国医疗健康行业实现高持量发展,带动良性循环贡献力量。

辉瑞全球高级副总裁
辉瑞中国区总裁
彭振科 (Jean-Christophe Pointeau)

消费品行业聚焦

消费稳定增长助推经济发展

核心观察

激发消费潜能, 促进服务消费

消费是经济稳定运行的“压舱石”, 而2024年被定义为“消费促进年”, 旨在通过培育壮大新型消费和稳定传统消费等激发消费潜能, 并鼓励打造新的消费场景和体验服务促进服务消费市场的进一步复苏和繁荣。

开展以旧换新, 扩大传统消费

鼓励汽车、家电及其他耐用消费品以旧换新, 并提振新能源汽车和电子产品等大宗消费。汽车、家电更新换代可以创造万亿规模的市场空间, 这一促消费的重点工作将为二手交易回收平台带来新机遇, 激活“二手经济”和绿色低碳经济。

激发消费品质升级

2023年以来, 国内消费就被视为驱动中国经济增长的关键引擎。而随着中国新的消费世代需求变化以及新零售渠道和新消费场景的涌现, 消费者越来越注重消费品质和体验, 对于健康、环保、智能化等领域的品类消费需求不断上涨, 也非常注重消费的个性化、差异化、特色化等。



消费类品牌运营及营销传播建议

洞察消费需求, 拥抱技术变革, 提升消费体验

依托云计算、大数据、人工智能等新技术的深化应用是激发消费活力和满足多样化消费需求的关键。品牌在应用新的技术和平台过程中应始终“以消费者为中心”, 时刻追踪消费者的需求偏好和消费行为变化, 制定敏捷的产品和营销策略, 提供便捷、个性、多元的产品和服务。同时, 品牌可以借助前沿技术打造丰富多元的消费场景和消费模式, 提升消费体验, 并激发消费需求。

引领绿色理念, 拉动绿色消费, 拓展增长通道

推动消费品以旧换新可促进节能降碳, 让更多高品质消费品进入人们的生活。同时, 绿色消费已逐渐成为年轻消费群体追逐的潮流风尚, 《2023中国消费趋势报告》也指出, 超过73%的消费者会优先选择绿色环保的产品或品牌。消费品企业一方面应进一步推动政府加速落实关于绿色低碳的激励措施, 系统性地开展产品技术创新并加大绿色投入, 提供更丰富的绿色低碳产品和绿色消费场景。另一方面, 品牌应采取创新的营销举措, 综合运用多渠道打造绿色低碳的潮流生活方式趋势, 持续提升消费者绿色低碳的消费意识。

中国给予外资企业的利好政策频频出台, 也为我们不断加大在华投资提供了坚定信心。未来我们将继续实行‘以消费者为核心的产品创新’、‘持续推进数字化’和‘着眼未来的可持续发展’三大核心战略, 为中国消费者提供更多元、更满足消费需求的产品与服务。

爱茉莉太平洋中国总裁
黄永懋

联系我们



王圣妮

首席执行官

nicky@we-redbridge.com



张文涛

企业传播总经理兼北京办公室总经理

tzhang@we-redbridge.com



徐马陵

科技传播总监

mxu@we-redbridge.com



余明智子

企业及医疗健康传播客户群总监

wendyy@we-redbridge.com

关于万卓睿桥

万卓睿桥是一家备受赞誉的整合传播机构，我们帮助企业 and 组织在中国实现业务增长。我们在北京和上海办公室的专业团队，深入理解客户业务，拥有灵活的策划能力，擅长富有创意的故事讲述，并熟谙数字营销技术。我们帮助客户建立声誉并打造高价值社区，助力客户在全世界最具活力的市场实现业务增长。

鉴于当前复杂的国内外环境变化，有关中国政府的政策动向和分析非常重要，尤其是对寻求在中国开展业务或调整业务方向的外资企业而言更为重要。万卓睿桥提供一系列由高层领导的咨询服务，帮助多个行业的企业确定最优行进方向，推动公众舆论，打造企业声誉，教育和吸引关键目标受众。

www.we-redbridge.com

