

知名经济学家樊纲昨日合肥论道经济形势 二三季度是“谷底”，四季度开始回升

“中国宏观经济目前正在软着陆中，二三季度会是‘谷底’，三季度后期到四季度有望企稳”“在这样的经济形势下，做企业更要专心、专注，不能‘东张西望’”……昨日，在厦门大学举办的EMBA名家论坛上，知名经济学家樊纲现身说法，纵论当前国内外宏观经济形势及国内产业结构升级，并为安徽企业家在当前经济形势下如何做企业指点迷津。



资料图片

科大讯飞神秘“战略投资者”露面 创业元老选择“离队” 被指或借利好自如减持

星报讯(星级记者 宛月琴) 自8月12日公告称将“引入战略投资者”，科大讯飞动态一直为外界所关注。日前，神秘的“战略投资者”也已浮出水面，科大讯飞将牵手中国移动。而18日，科大讯飞又发布公告称，自1999年公司创立时即入股的元老孙金城正式脱离实际控制人团队。有分析认为，随着离职半年后减持窗口的临近，“脱队”后的孙金城将有可能借公司与中国移动合作的利好自如地减持。

记者注意到，8月16日公开资料显示，中国移动或其子公司可能以非公开发行方式认购科大讯飞新股及与其开展战略合作。中国移动已经就上述事宜与科大讯飞进行初步协商，但还没有签署任何协议。

而18日，科大讯飞公告称，公司收到刘庆峰、王仁华等13名自然人股东提交的《关于一致行动人个别成员变动的声明》，自8月16日起，孙金城不再作为一致行动人成员，其他人依然作为一致行动人，仍共同拥有科大讯飞控制权，系实际控制人。

目前科大讯飞处于停牌中，停牌前的8月9日股价涨445%收于2419元，孙金城持股市值据此达4000万元。有分析认为，此次其选择“脱队”，或欲借利好自如减持套现。

安徽首家LV专卖店 本周五开业

星报讯(记者 董艳芬) 万元“起步”的小钱包、2万元一套的西服、7万元一部的手机……这些让老百姓看后“咋舌”的商品如今正在合肥多家商场“大行其道”。继Gucci、Burberry、BALLY等国际一线品牌进驻合肥后，本月24日，路易·威登(Louis Vuitton 简称LV)也将首次对合肥市民揭开神秘“面纱”。

周五起，合肥有LV了

8月19日上午11点20分，记者来到位于合肥长江东路的银泰购物中心，安徽首家LV专卖店就坐落于此。虽然已接近中午时间，但不少工人还在进行外立面装修的扫尾工作。记者看到，与LV大部分门店一样，白色的装修风格也让这个世界级奢侈品在银泰一楼显得格外亮眼。

“路易威登合肥店将于八月二十四日隆重开幕，店铺营业时间，上午九时三十分至晚上十时。”在银泰购物中心东南角，记者看到这样一个提示牌。

谁为奢侈品“一掷千金”？

记者在采访中看到，日前正在封闭式铺货的合肥银泰LV专卖店，部分钱包、手袋已经上架，吸引了个别市民前往，不过因为尚未营业，被工作人员婉拒入内。

业内人士表示，一线品牌在合肥越来越多，购买奢侈品的安徽人年龄日趋年轻化。“公司内的VIP客户有九成消费者的年龄在35岁以下，这点很出乎我们的意料。”该业内人士分析。“很明显，国际一线奢侈品的进驻，间接提升了合肥城市的国际化水平。”合肥工业大学管理学院教授张鑫分析认为，随着合肥城市经济的发展，合肥奢侈品消费市场还有很大的提升空间。

中国经济目前或正在“谷底”

樊纲认为，目前国际形势不容乐观，但他的观点是属于不乐观中“不那么悲观”的那一种，因为从目前各国经济表现来看，没有出现“二次探底”，但发达国家经济会有长期的低迷，有增长，然而相对缓慢。

基于此，樊纲对中国宏观经济走势的基本判断是：正在进行软着陆，大概正在“谷底”。他相信中国二三季度是最低的点，到达“谷底”，但三季度后半部分和四季度中国经济会企稳略有回升，“因为到了四季

度，应该说4、5月份采取了一些措施，包括一些项目对内需的拉动作用会体现出来。”

总的来讲，在樊纲看来，今年全年大概GDP增长在8%左右，或者7.9%的水平。

需提高居民“可支配性收入”

樊纲认为，现在工资提高的趋势，社会保障体系发展的趋势，都是正确的方向，可能一时半会儿不会体现得很明显，但是长远来讲这是增加

消费的根本措施。但是，樊纲也指出，在这个问题上存在矛盾。一方面要增加消费，要增加工资性收入；另一方面，又要鼓励投

资，从而增加就业。因为现在收入之所以不高的一个重要原因，是就业还不充分，尽管有些地方出现“民工荒”，但总的来讲，我国工业化程度还不高。

做企业最重要的是专心和专注

“你现在问我哪个产业好我真说不准，最终没有哪个产业比哪个产业最好，因为最终是分配竞争率”，在樊纲眼里，他并不建议大家天天想产业问题，天天看，觉得自己的产业不好，

天天“东张西望”，看别的产业好，然后就出现一个致命伤问题，就不专业，就不专注。

市场经济中做企业最重要就是专业和专注。只有这样，才能慢慢积

累起一些核心竞争力。他举例，即便是最低端、最传统的皮鞋、袜子怎么样？意大利人现在做出的“皮鞋、袜子”，就成了一个巨大的“时尚产业”，中国企业同样需要这种专心和专注。

鲜花、巧克力成交指数攀升，“撒娇支付”再度来袭 “七夕”商潮，商家瞄准“90后”

杨桂 记者 王玮伟

和一年一度的情人节一样，关于七夕这个话题谈论最多的仍然是甜蜜的情侣们。以往，成年人是“七夕”的主要消费群体，而今年，“90后”也加入到“七夕”消费主力军中。而省城的商家们也嗅到了这股“青涩”的商机，推出各式促销活动。

商家推出“甜蜜”套餐

昨日，记者走访了省城几家花店了解到，虽然离七夕还有三天的时间，但花店的生意普遍很好。桐城路罗兰花艺的老板告诉记者：“现在普通的一枝玫瑰花10元左右，而一枝进

口蓝色玫瑰卖到90元，七夕那天可能还要涨价。”

记者走访了解到，“七夕”另一个受捧的对象无疑就是巧克力。在省城的多家超市内，各种品牌的巧克力

也早早被放在醒目的位置。在中环城的大润发超市内，超市导购员告诉记者：“七夕将至，明显感觉到最近巧克力的销量有提升，而且购买的以礼盒居多。”

浪漫“90后”成消费主力军

今年，90后正式加入“七夕”消费主力军行列。打算七夕节给女朋友惊喜的90后小李告诉记者，他刚刚从一家鲜花店预订了11朵玫瑰，加上配花和

包装一共花了180元。身边的90后的哥们，都为七夕节准备了礼物。

记者在采访中发现，无论是商场还是花店，80、90后仍然是消费的主

力军。“目前越来越多的大学生情侣会在情人节过来买玫瑰花，一般都会买9枝至18枝玫瑰。”大学城商业中心的小晴花艺的店主告诉记者。

“撒娇支付”再度袭来

随着网络支付体系的日渐完善，“我购物，你买单”这一功能，演变成成为女性向男友实施的“撒娇支付”。商场业内人士分析：“商家变着花样推出各类情人节的相关产品，就是为了迎合女性消费群体的心理，因为每

到情人节，女士总是礼物收到手软，男士则心甘情愿地掏腰包。”

此外，网购也开始升温。记者了解到，七夕节消费主体基本上都是年轻人，为了迎合年轻人对新鲜、刺激、特色事物的需求，很多商家都结合了

年轻人的喜好推出各项活动。在购物网站中打出“七夕节创意礼物”，点进去有6万多件宝贝，不凋谢的玫瑰、DIY圣旨、定制水杯、定制打火机等创意礼物颇受追捧。

安徽广播电视大学中专部招生
(原安徽建筑工程学校、安徽城建学校)
联系电话：0551-4679140 4658232
联系人：樊老师、闫老师
学校地址：合肥市九华山路3号