

政策提振信心 中小企业发展指数继续上升

7月中小企业发展指数为89.3,比上月上升0.2点,高于2022年同期水平

中小企业和民营企业互为主体,民营企业中90%以上是中小企业,中小企业中90%以上是民营企业。随着党中央、国务院再次吹响促进民营经济发展壮大的号角,支持民营经济和民间投资的各项政策措施密集出台,中小企业信心逐步回升,中小企业发展指数也继续上升。

指数连续两个月回升

7月中小企业发展指数(SME-DI)为89.3,比上月上升0.2点,连续两个月回升,且高于2022年同期水平,但低于2021年同期水平,仍处在景气临界值100以下。其中,分项指数5升1平2降,与发展信心有关的宏观经济感受指数和投入指数升幅最大,成本指数和资金指数有所下降。分行业指数6升2降,房地产业指数和社会服务业指数升幅较大,建筑业指数和批发零售业指数有所下降。

中小企业开工率有所改善,完全开工的企业占比上升。样本企业开工率的调查数据显示,7月份,完全开工的企业占43.75%,比上月上升6.90个百分点;开工率在75%~100%的占12.30%,比上月下降1.40个百分点;开工率在50%~75%的占20.50%,比上月下降0.95个百分点;开工率小于50%的占15.65%,比上月下降4.30个百分点;未开工的占7.80%,比上月下降0.25个百分点。总的看,中小企业复工达产状况有较大幅度的改善。

分行业指数6升2降。7月份,工业、交通运输邮政仓储业、房地产业、社会服务业、信息传输计算机服务软件业和住宿餐饮业指数分别比上月上升0.2、0.2、0.3、0.3、0.1和0.2点,而建筑业和批发零售业指数均下降0.1点。虽然分行业指数升多降少,但从景气状况来看,8个分行业指数仍处于景气临界值100以下,尚未恢复到景气区间。工业生产和国内需求同步上升,国外需求有所下降。其中,生产指数上升0.5点,国内订单指数上升0.3点,国外订单指数下降0.4点。由于暑期旅游旺季的到来,带动交通运输邮政仓储业、住宿餐饮业指数上升。

学者之声

□ 郑新安

近日,《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》发布,引发各界热议,极大提振了民营企业的信心。

在政策利好的形势下,民营企业要获得良好效益,品牌营销是重中之重。品牌营销“魔道”就是生产内容与消费者进行情感链接。

项目“起盘”要做好定位

民营企业做品牌项目,关键在于选好赛道。高频、高复购类产品,赛道是好,但竞争激烈,大品牌云集,对于新进品牌几乎没有机会。如果说有机会,就在于不同于老品牌的新做法。

很多企业在推出新产品时,不注重市场创新模式、品牌定位、传播诉求,甚至连基本的用户是谁都没有搞清楚,就匆忙将产品推向市场,结果导致产品卖点、品牌诉求都是错的,这样的产品“起盘”很困难。有时候不是企业的产品不好,而是企业的价值诉求不对。好产品代表了目标用户的基

Small and Medium Enterprises

中小企业

专刊

分项指数5升1平2降。7月份,宏观经济感受指数、综合经营指数、市场指数和投入指数连续两个月上升,劳动力指数连续3个月上升;效益指数止跌持平;成本指数由升转降,资金指数连续两个月下降,但降幅收窄。从景气状况看,资金指数和劳动力指数处于景气临界值100以上;宏观经济感受指数、综合经营指数、市场指数、投入指数和效益指数均处于景气临界值100以下,成本指数仍处于不景气区间,效益指数一直处于最低位。

中小企业运行呈现八大特点

从中小企业发展指数来看,当前中小企业运行主要呈现以下特点:

企业发展信心得到提振。党中央、国务院促进民营经济发展壮大的意见和各项政策措施以及扩大内需政策的密集出台,助力民营经济发展环境改善,提振企业发展信心。7月份,反映企业信心状况的宏观经济感受指数为98.8,比上月上升0.4点。从细项看,宏观感受指数为103.5,比上月上升0.5点,高于景气临界值100;行业运行指数为94.2,比上月上升0.3点。

市场预期有所增强。随着生产、分配、流通、消费等经济循环逐步畅通,市场预期逐步好转。但经济恢复是一个波浪式发展、曲折式前进的过程,预期完全恢复尚需时日。7月份,市场指数为80.9,环比上升0.1点。所调查的8个行业中,5个行业国内订单、7个行业销售量指数上升。

劳动力市场供需均上升。由于经济恢复向好和稳就业系列政策出台,加之进入毕业季,劳动力需求扩张,供应增加。7月份,劳动力指数为106.5,比上月上升0.2点。其中,需求指数为98.9,比上月上升0.4点;供应指数为114.1,比上月上升0.1点。

企业投资意愿有所增强。促进民间投资17条措施的出台,有利于营造敢投会投能投的良好环境,助力中小企业投资信心有所恢复,投资意愿有所增强。7月份,投入指数为83.3,比上月上升0.3点。所调查的8个行业中,6个行业投入指数上升。

企业效益状况仍未有效改善。市场需求不足导致价格低迷,企业增产不增收,压缩了企业的利润空间。7月份,效益指数为74.3,与上月持平,仍处于历史较低位。

企业成本仍处高位。7月份,国际油价上升,带动大宗商品价格上涨,处于下游的中小企业成本压力不减。随着一系列扶持中小微企业的税收优惠政策落实到位,有助于缓解企业的成本压力,但降低中小企业的综合成本仍是当务之急。7月份,成本指数为112.7,比上月下降0.1点,仍处于不景气区间,说明成本仍在高位运行。

资金紧张状况仍未得到明显改善。金融部门进一步加大对小微企业的支持力度,但金融资源进入中小企业的渠道仍然不畅。7月份,资金指数为101.0,比上月下降0.1点,尚处于景气临界值100以上。其中,流动资金指数为85.6,比上月下降0.1点;融资指数为90.6,环比下降0.2点。所调查的8个行业中,5个行业流动资金指数和半数行业融资指数下降,半数行业应收账款增加。

区域分化状况有所缓解。7月份,前期指数相对较低的东部、西部和东北地区中小企业发展指数分别为89.9、87.8和81.1,比上月分别上升0.2点、0.1点和0.3点;中部地区指数为90.1,环比持平。区域指数差异趋于缩小。

小微企业困难仍较突出

总的看,进入7月份,经济运行扭转了二季度的下滑势头,逐渐筑底企稳,重拾持续恢复、总体回升向好的态势。但是国际环境依然复杂严峻,对我国的不利影响加大。世界经济复苏乏力,通胀仍处高位,主要经济体货币政策紧缩外溢效应凸显,国际市场需求减弱,全球经济金融领域风险积累,地缘政治格局深刻调整,不稳定不确定因素较多。国内需求不足,周期性、结构性、阶段性矛盾问题交织叠加,一些领域风险隐患逐步显现,经济转型升级面临新的阻力,推动高质量发展仍需克服不少困难挑战。特别是小微企业困难仍较突出,国内外订单持

政策利好频至 民企如何抓良机获效益

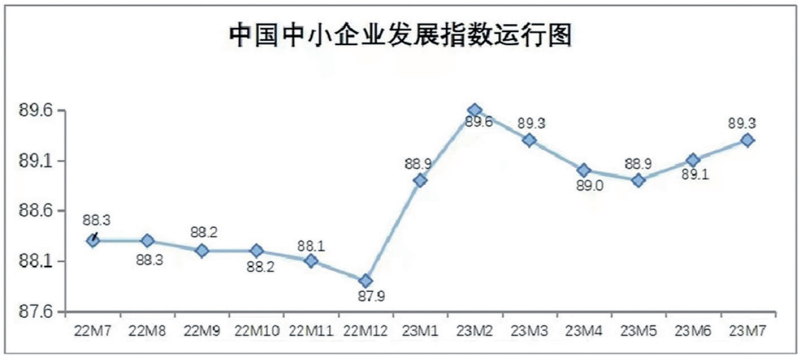
实,真正的市场是靠营销做起来的,销售只是营销的结果。

几十亿元、上百亿元的市场,都是营销的结果,不是销售的结果。因此,在项目“起盘”时,应把工作重点放在营销上,将营销与渠道紧密结合,销售是自然产生的溢出。品牌、营销、销售分三个阶段。由于收到钱的环节往往是销售终端,致使许多新创企业一上来就搞销售。其实,此时的品牌、产品、服务、渠道都没有设计好,销售也只是发小广告、视频上到处种草,甚至拉上明星。这么大的销售力度,由不得消费者不信,于是下单了。结果呢?买到的产品根本不是那么回事,这根本不是在做市场。做营销,就要卖产品的价值、品牌,不是卖功能。

生产内容要链接消费者

这是一个产品创作的内容时代,产品强化对内容的诉求,才能吸引用户下单。

例如,线上运营集中于抖音,将抖音的推送机制与玩法利用好,使自



分行业	2023M7	2023M6	涨幅 (2023M7-2023M6)
工业	89.3	89.1	↑0.2
建筑业	90.3	90.4	↓-0.1
交通运输	84.2	84.0	↑0.2
房地产	93.1	92.8	↑0.3
批发零售业	88.6	88.7	↓-0.1
社会服务业	89.2	88.9	↑0.3
信息传输软件业	88.5	88.4	↑0.1
住宿餐饮业	83.1	82.9	↑0.2

分行业指数情况

分项指数	2023M7	2023M6	涨幅 (2023M7-2023M6)
宏观经济感受指数	98.8	98.4	↑0.4
综合经营指数	97.4	97.2	↑0.2
市场指数	80.9	80.8	↑0.1
成本指数	112.7	112.8	↓-0.1
资金指数	101.0	101.1	↓-0.1
劳动力指数	106.5	106.3	↑0.2
投入指数	83.3	83.0	↑0.3
效益指数	74.3	74.3	↓0

分项指数情况

续下降,生产经营成本仍处高位、企业利润下滑、融资难融资贵、应收账款拖欠等困难仍在持续,发展环境亟待改善。

当前,经济运行正处于恢复发展和产业升级的关键期,要统一思想、坚定信心,切实抓好党中央决策部署的贯彻落实,要更加精准有力实施宏观调控,加强逆周期调节和政策储备,根据形势变化及时分批出台针对性更强和力度更大的政策措施,主动及时、协同高效抓好落实,着力扩大内需,提振信心、防范风险,为经济持续向好打下坚实基础。

要持续深化改革开放,着力固本培元,坚持“两个毫不动摇”,切实优化民营企业发展环境,着力激发民间投资活力。综合施策帮助企业减负增效,坚决整治乱收费、

乱罚款、乱摊派,严禁收“过头税”,加快解决政府拖欠企业账款问题,严格执行《保障中小企业款项支付条例》。对今明两年到期的阶段性政策要尽快作出合理的后续安排,延续、优化、完善并落实好减税降费政策,发挥好总量性和结构性货币政策工具作用,大力支持科技创新、实体经济和中小微企业发展,制定出台促进民间投资的政策措施,活跃资本市场,提振投资者信心。建立健全政府部门与企业的常态化沟通交流机制,听取企业经济与发展真实情况,研究提出务实管用的政策措施,鼓励企业敢闯、敢投、敢担风险,尽力帮助企业解决实际困难,政企同心、共同发展,推动中小企业转型升级和“专精特新”发展。

(中国中小企业协会供稿)

听觉、触觉、知觉,带有较多情感方面的因素。比如,可口可乐的“乐创无界”全球性创新平台,是依托内部和外部的合作以及文化的链接进行创新。“乐创无界”的灵感来自现实世界以及数字虚拟世界最新的音乐、游戏、文化和数字体验,在口味、包装的设计与数字体验等方面,为消费者呈现了一些全新的产品和体验。这些产品都是限定版,在市场上出现的时间比较短。他们通过这种方式和年轻人建立链接,让可口可乐真正参与年轻人的审美中,理解他们对文化的思考。比如,以太空为主题的“星河漫步”,以数字数码为主题的“律动方块”,以及6月初强势推出的与游戏联名的“英雄登场”,始终走在市场主体消费人群的前面。

所以,民营企业做品牌项目,在项目“起盘”时要做好定位,在项目运营时要做好营销,生产内容与消费者链接,做到这三点,才有可能获得良好效益,不辜负政策利好的到来。

(作者系首都经贸大学中国品牌研究中心副主任)

重点推荐

广州优化民办养老机构营商环境

为持续促进全市民办养老机构稳定发展,引导、扶持和规范社会力量参与养老服务,激发养老服务市场活力,日前,广州市民政局、财政局根据最新规定,联合修订印发《广州市民办养老机构资助办法》,采取多项措施,持续优化民办养老机构营商环境。

6版

深圳上榜世界500强企业数量增至11家

近日,2023年《财富》世界500强正式揭晓,中国共有142家企业上榜。其中,广东省深圳市上榜企业达11家,中国平安以约1815.66亿美元营收继续位居深圳上榜企业之首。

7版

政策解读

政策密集出台 民企加快恢复发展

□ 聂贤祝

7月19日,《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》(以下简称《意见》)发布后,引起社会各界强烈反响和高度关注。《意见》提出,“加大对民营经济政策支持力度”“精准制定实施各类支持政策,完善政策执行方式,加强政策协调性,及时回应关切和利益诉求,切实解决实际困难”。此后,《关于进一步抓好抓实促进民间投资工作努力调动民间投资积极性的通知》《关于实施促进民营经济发展近期若干举措的通知》《关于恢复和扩大消费的措施》等政策文件出台,国务院常务会议对涉及小微企业和个体工商户的10项税费优惠政策进行部署。

政策措施密集出台,市场反应明显。中国中小企业协会日前发布的7月份中小企业发展指数为89.3,较上月上升0.2点,连续两个月上升。特别是与企业发展信心直接相关的宏观经济感受指数和投入指数升幅最大,在8个行业中,6个行业实现上升,房地产业指数和社会服务业指数升幅较大。可以看出,政策发力,市场回暖,民营企业和中小企业正在加快恢复。

总需求不足仍是当前经济运行的突出矛盾。在此背景下,推动经济恢复发展迫切需要政策支持,尤其是稳定、持续、精准的政策发力。7月24日,中共中央政治局召开会议指出,要用好政策空间、找准发力方向,扎实推动经济高质量发展。要精准有力实施宏观调控,加强逆周期调节和政策储备。要继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策,延续、优化、完善并落实好减税降费政策,发挥总量和结构性货币政策工具作用,大力支持科技创新、实体经济和中小微企业发展。

疫情防控平稳转段后,经济恢复是一个波浪式发展、曲折式前进的过程。国家发展改革委有关负责人表示,今年以来,国家发展改革委会同有关方面,加大宏观政策落实力度,推动政策靠前协同发力,有序实施“三个一批”,系统打出一套“组合拳”,有效应对了国际环境变化对我国不利影响加大、国内周期性结构性矛盾交织叠加等困难挑战,有力推动了国民经济持续恢复、总体回升向好。一是延续优化一批阶段性政策,二是研究出台一批针对性强的新举措,三是积极谋划实施一批储备政策。

中小企业具有机制灵活、市场敏锐、敢于创新的优势,是我国经济韧性的基础。在政策集中发力、市场逐步回暖的形势下,广大中小企业应当抢抓政策机遇,坚持创新引领,聚焦实业、专注主业,加快恢复发展,为经济稳增长发挥更大作用。

(作者系中国中小企业协会副秘书长)

中小企业专刊编辑部
执行主编:王晓涛
新闻热线:(010)81129157
电邮:wxtlty@sina.com
网址:www.cfwg.net.cn