

2019年2月份“经济日报—中国邮政储蓄银行小微企业运行指数”报告发布——

节日长假影响显著 住宿餐饮指数上升

经济日报—中国邮政储蓄银行小微企业运行指数课题组

2019年2月份,经济日报—中国邮政储蓄银行小微企业运行指数(图1)为46.2,较上月下降0.2个百分点。

从各分项指标指数(图2)来看,呈现“一升七降”态势。其中市场指数为43.2,下降0.3个百分点;采购指数为45.4,下降0.2个百分点;绩效指数为45.7,下降0.3个百分点;扩张指数为45.7,下降0.3个百分点;信心指数为49.1,下降0.2个百分点;融资指数为49.3,下降0.1个百分点;风险指数为52.4,下降0.4个百分点;成本指数为59.9,上升0.3个百分点。

从六大大区发展指数(图3)来看,呈现全部下降态势。华北地区小微企业指数为45.5,下降0.2个百分点;东北地区为41.9,下降0.1个百分点;华东地区为48.1,下降0.3个百分点;中南地区为49.7,下降0.3个百分点;西南地区为47.4,下降0.1个百分点;西北地区为42.3,下降0.2个百分点。

七大行业“一升一平五降”

从小微企业各行业运行指数(图4)来看,除农林牧渔业和住宿餐饮业外,其他行业小微企业指数均出现不同程度的下降。

2月份农林牧渔业小微企业运行指数为44.8,与上月持平。其市场指数为41.3,较上月下降0.2个百分点;采购指数为44.0,下降0.1个百分点;绩效指数为42.2,与上月持平。调研结果显示,2月农林牧渔业小微企业产量和订单量均下降0.4个百分点,原材料库存下降0.4个百分点,利润下降0.1个百分点。

制造业小微企业运行指数为44.2,下降0.1个百分点。其市场指数为38.8,较上月下降0.2个百分点;采购指数为40.0,下降0.2个百分点;绩效指数为44.5,下降0.2个百分点。调研结果显示,2月制造业小微企业订单量和主营业务收入均下降0.5个百分点,产品库存下降0.6个百分点,原材料库存下降0.2个百分点,利润下降0.2个百分点,毛利率下降0.4个百分点。

建筑业小微企业运行指数为43.5,下降0.1个百分点。其市场指数为41.0,下降0.3个百分点;采购指数为37.1,下降0.2个百分点;绩效指数为47.3,下降0.3个百分点。调研结果显示,2月建筑业小微企业工程量和工程结算收入均下降0.4个百分点,原材料库存下降0.4个百分点,利润下降0.3个百分点,毛利率下降0.4个百分点。

交通运输业小微企业运行指数为47.2,下降0.3个百分点。其市场指数为45.9,下降0.2个百分点;采购指数为47.1,下降0.4个百分点;绩效指数为45.6,下降0.3个百分点。调研结果显示,2月交通运输业小微企业运输量和主营业务收入均下降0.4个百分点,原材料库存下降0.6个百分点,利润下降0.4个百分点,毛利率下降0.2个百分点。

批发零售业小微企业运行指数为49.2,下降0.2个百分点。其市场指数为47.9,下降0.4个百分点;采购指数为54.3,下降0.2个百分点;绩效指数为46.7,下降0.2个百分点。具体市场表现为:销售订单量下降0.5个百分点,积压订单量下降0.6个百分点,进货量下降0.2个百分点,利润下降0.2个百分点,毛利率下降0.3个百分点。

住宿餐饮业小微企业运行指数为49.2,上升0.1个百分点。其市场指数为51.5,上升0.3个百分点;采购指数为50.8,上升0.4个百分点;绩效指数为50.4,上升0.3个百分点。具体表现为:小微企业业务预订量和主营业务收入均上升0.5个百分点,原材料采购量上升0.5个百分点,原材料库存上升0.4个百分点,利润上升0.3个百分点,毛利率上升0.5个百分点。

服务业小微企业运行指数为47.7,下降0.2个百分点。其市场指数为45.4,下降0.3个百分点;采购指数为46.0,下降0.3个百分点;绩效指数为45.3,下降0.3个百分点。具体表现为:业务量下降0.4个百分点,主营业务收入下降0.2个百分点,原材料采购量下降0.4个百分点,利润下降0.4个百分点,毛利率下降0.5个百分点。

六大区域均出现下降

华北地区小微企业指数为45.5,下降0.2个百分点。其市场指数为41.8,下降0.5个百分点;采购指数为42.0,下降0.4

图1《小微企业运行指数》

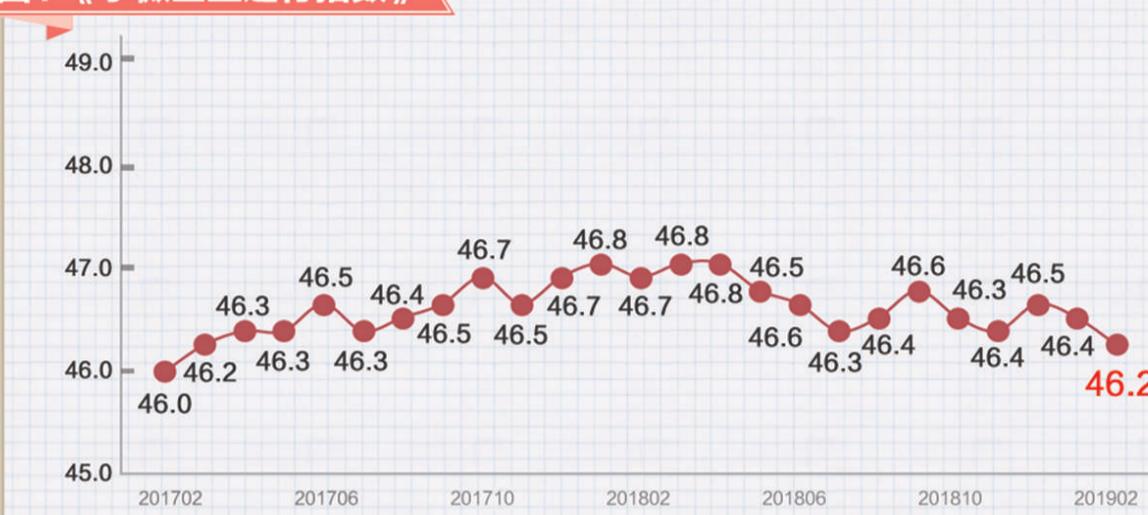


图2《小微企业分项指数》

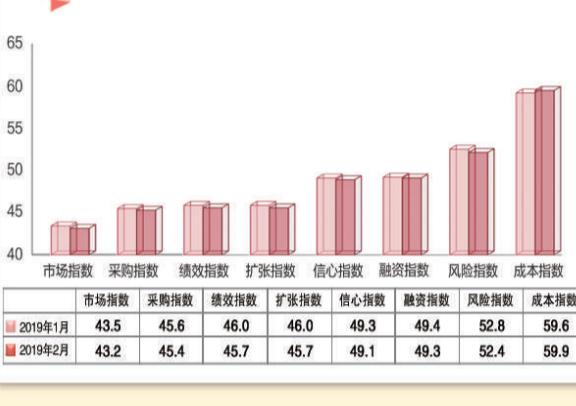
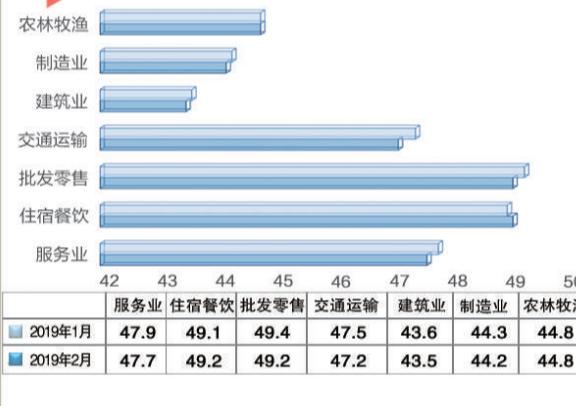


图4《行业指数比较》



个点;绩效指数为43.5,下降0.3个百分点;扩张指数为41.7,下降0.2个百分点;信心指数为48.1,下降0.2个百分点;风险指数为51.6,下降0.4个百分点。

东北地区小微企业指数为41.9,下降0.1个百分点。其市场指数为37.1,下降0.3个百分点;采购指数为39.4,下降0.3个百分点;绩效指数为41.3,下降0.2个百分点;扩张指数为42.1,下降0.3个百分点;风险指数为53.9,下降0.2个百分点。

华东地区小微企业指数为48.1,下降0.3个百分点。其市场指数为46.3,下降0.5个百分点;采购指数为47.4,下降0.4个百分点;绩效指数为47.3,下降0.4个百分点;扩张指数为45.9,下降0.5个百分点;融资指数为47.8,下降0.2个百分点;风险指数

图3《区域发展指数》

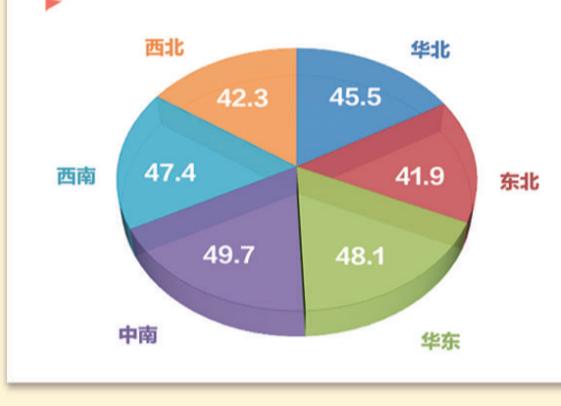
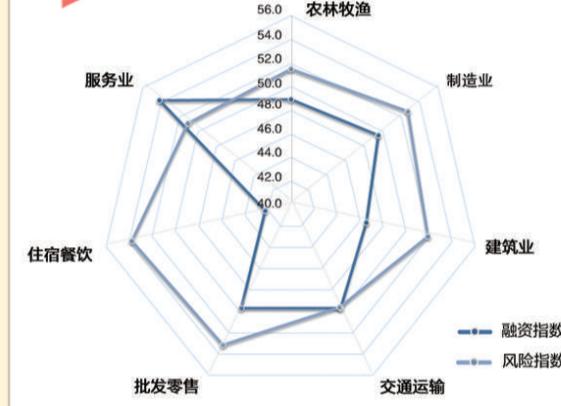


图5《行业融资、风险指数》



为51.7,下降0.3个百分点。

中南地区小微企业指数为49.7,下降0.3个百分点。其市场指数为48.2,下降0.3个百分点;采购指数为49.5,下降0.5个百分点;绩效指数为47.9,下降0.3个百分点;扩张指数为48.7,下降0.5个百分点;信心指数为49.2,下降0.4个百分点;融资指数为51.8,下降0.2个百分点;风险指数为52.0,下降0.6个百分点。

西南地区小微企业指数为47.4,下降0.1个百分点。其市场指数为45.6,下降0.2个百分点;采购指数为47.7,下降0.1个百分点;绩效指数为47.4,下降0.4个百分点;扩张指数为45.7,下降0.4个百分点;融资指数为48.5,下降0.2个百分点;风险指数

为51.5,下降0.4个百分点。

西北地区小微企业指数为42.3,下降0.2个百分点。其市场指数为40.1,下降0.4个百分点;采购指数为40.4,下降0.4个百分点;绩效指数为45.4,下降0.2个百分点;扩张指数为42.0,下降0.3个百分点;信心指数为39.0,下降0.4个百分点;风险指数为49.8,下降0.3个百分点。

融资需求和经营预期下降

2月份制造业小微企业融资指数(图5)为49.5,下降0.1个百分点;交通运输业小微企业融资指数为49.7,下降0.2个百分点;批发零售业小微企业融资指数为49.7,下降0.2个百分点;住宿餐饮业小微企业融资指数为42.2,下降0.2个百分点;服务业小微企业融资指数为54.2,下降0.1个百分点。

小微企业风险指数(图5)为52.4,下降0.4个百分点。农林牧渔业小微企业风险指数为51.5,下降0.4个百分点;制造业小微企业风险指数为52.7,下降0.2个百分点;建筑业小微企业风险指数为51.9,下降0.5个百分点;交通运输业小微企业风险指数为49.6,下降0.2个百分点;批发零售业小微企业风险指数为53.2,下降0.2个百分点;服务业小微企业风险指数为51.1,下降0.4个百分点。调研结果显示,七大行业流动资金周转指数呈现“两升五降”态势,其中除批发零售业和住宿餐饮业外,其他行业的流动资金周转速度均有所变慢;回款周期表现为“一升六降”态势,其中除住宿餐饮业外,其他行业的回款周期均有所延长。

2月份反映小微企业经营预期情况的扩张指数下降0.3个百分点,信心指数下降0.2个百分点。

2月份小微企业扩张指数为45.7,下降0.3个百分点。分行业来看,除住宿餐饮业外,其他行业的小微企业扩张指数均有所下降。其中,农林牧渔业小微企业扩张指数为46.8,下降0.3个百分点,其新增投资需求下降0.4个百分点;制造业小微企业扩张指数为44.6,下降0.3个百分点,其新增投资需求下降0.4个百分点,用工需求下降0.1个百分点;建筑业小微企业扩张指数为39.4,下降0.1个百分点,其新增投资需求下降0.4个百分点;交通运输业小微企业扩张指数为47.5,下降0.3个百分点,其新增投资需求和用工需求均下降0.3个百分点;批发零售业小微企业扩张指数为48.0,下降0.5个百分点,其新增投资需求下降0.6个百分点,用工需求下降0.4个百分点;服务业小微企业扩张指数为48.2,下降0.4个百分点,其新增投资需求下降0.3个百分点,用工需求下降0.5个百分点。

2月小微企业信心指数为49.1,下降0.2个百分点。分行业来看,呈现“三升四降”态势。其中,农林牧渔业小微企业信心指数为49.7,上升0.1个百分点;制造业小微企业信心指数为50.4,下降0.2个百分点;建筑业小微企业信心指数为43.1,上升0.3个百分点;交通运输业小微企业信心指数为48.1,下降0.2个百分点;批发零售业小微企业信心指数为50.3,下降0.3个百分点;住宿餐饮业小微企业信心指数为49.4,下降0.3个百分点;服务业小微企业信心指数为46.1,上升0.3个百分点。

附注:

所有指标均为正向指标,取值范围为0—100,50为临界点,表示一般状态;指数大于50时,表示企业情况向好;指数小于50时,表示企业情况趋差。

风险指数和成本指数都已对原始数据进行处理,均已经调整为正向指标,指数越大表明情况越好。

更多内容请

关注“趋势App”



“六稳”政策提振企业信心

中国人民大学国家发展与战略研究院研究员 孙文凯

月份PPI环比下降0.6%,比上月回落0.8个百分点,大多数行业价格同比都有所回落,这对企业是一个不利的影响。

再次,制造业整体景气度下降,对制造业占比较大的小微指数有一定负面影响。国家统计局近日公布的2月份制造业PMI为49.2%,处于不景气区间,且低于上月0.3个百分点。2月份制造业PMI表现为生产活动有所减缓,主要是受春节前后部分企业停工减产影响。同时,外部环境错综复杂,制造业的进出口指数在低位运行,新出口订单指数和进口指数分别为45.2%和44.8%,均持续位于临界点以下,在全球增长势头减弱和贸易保护主义加剧的影响下,对外贸易压力较大。

虽然近期小微指数由于多种原因叠加而有一定下降,但是小微经济企稳仍然可以期待,这主要由于以下几个原因:

第一,我国经济增长有望企稳,并维持相对高位。展望2019年,虽然经济存在下行压力,但全年GDP同比增长预计仍会达到6%以上。国家将继续通过积极财政政策和松紧适度的货币政策促进需求增长,提高

产能利用率,促进整体经济稳定。整体经济维持高增长态势运行将为小微经济企稳提供宏观经济条件。

第二,国家对小微企业的扶持政策不断拓展。在已有各项优惠政策基础上,年初国务院会议再提各种扶持政策,放宽了享受优惠的企业标准并进一步加大税收优惠力度。这些优惠政策将覆盖绝大多数民营企业和小微企业,为小微经济减负,提高其发展能力。

第三,非制造业仍然处于景气区间。2019年2月份,国家统计局公布的非制造业商务活动指数为54.3%,总体继续保持增长。服务业商务活动指数为53.5%,继续保持良好发展趋势。铁路运输、航空运输、电信、银行和租赁及商务服务等行业商务活动指数位于55.0%以上较高景气区间,业务总量实现较快增长。

第四,行业市场需求和预期仍然较好。根据国家统计局数据,2019年2月份综合PMI产出指数为52.4%,表明我国企业生产经营活动总体保持扩张。服务业新订单指数和业务活动预期指数为50.5%和60.6%,比上月分别上升0.3和1.8个百分点,市场需求在进一步扩大,企

业整体对行业发展预期向好。建筑业商务活动指数为59.2%,总体仍保持较快增长。反映市场预期的建筑业业务活动预期指数为66.7%,比上月和上年同期分别上升2.2和1.0个百分点,继续位于高位景气区间。新订单指数重回扩张区间,为50.6%,比上月上升1.0个百分点,市场需求有所恢复。可以预计,随着“稳就业、稳金融、稳外贸、稳外资、稳投资、稳预期”的“六稳”政策措施的推进,将使企业预期明显改善。

在以上因素的共同作用下,小微经济有望企稳并重回上升路径。

但同时,小微企业仍需不断加强自身能力建设。近年来,国家对小微企业的扶持力度前所未有,小微企业应借此东风,不断培养自身核心竞争力和营利能力。目前,相对于大型企业,小微企业的竞争力仍然偏弱。因此,必须进一步在培养内生能力上下功夫,包括建立现代企业制度、审慎经营,做精主业、提升自主创新能力、提高产品质量,逐步提升产品市场竞争能力、市场占有率和与上下游的议价能力,才能不断提高小微企业生产效率,形成成熟的商业模式,壮大企业实力,并最终实现良性发展。

一线观察

新鲜出炉的2月份经济日报—中国邮政储蓄银行小微企业运行指数为46.2,较上月下降0.2个百分点。在众多小微企业创业奋进的现状下,“流量下沉”成为一些小微企业成功转型的突破口。

机遇偏爱有准备的人。两年前专注于土地流转服务业的“来卖地网”,因市场大环境和多因素共同影响而陷入困境,痛定思痛后进行业务转型,成立了农广传媒。农广传媒主打中国县域市场的广告投放平台,专注于下沉市场的新零售场景,以县城、乡镇、农村常住人口为核心受众,将智能媒体终端融合到线下生活必经场景,通过线上媒体与线下社群的联动,为广告主提供一站式的智能营销服务,帮助品牌开拓下沉市场,积累消费人群。

近年来,大型公司开始角逐三四五六线城市和乡镇农村用户,“流量下沉”成为趋势。然而,下沉市场存在着信息传达不流畅、品牌下沉落地难、获客成本高等一系列问题。更重要的是,下沉市场原有的本土化媒介通路(刷墙、地方电视台)逐渐萎缩,互联网信息冗杂又难以精准触达用户,所以急需新的媒介通路。

农广传媒打造的这条下沉市场的信息通路,具有较强的商业延展性