

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

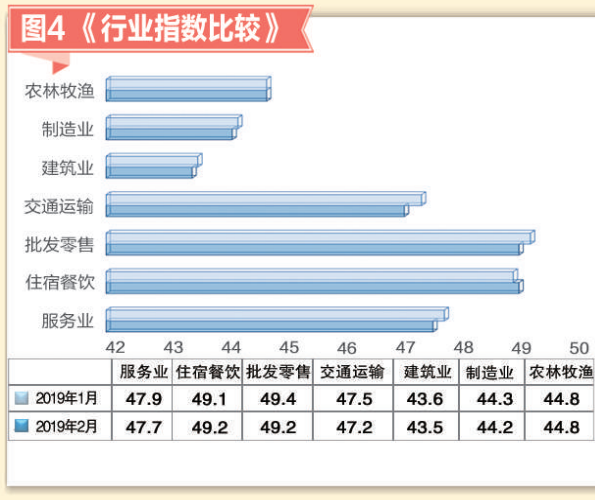
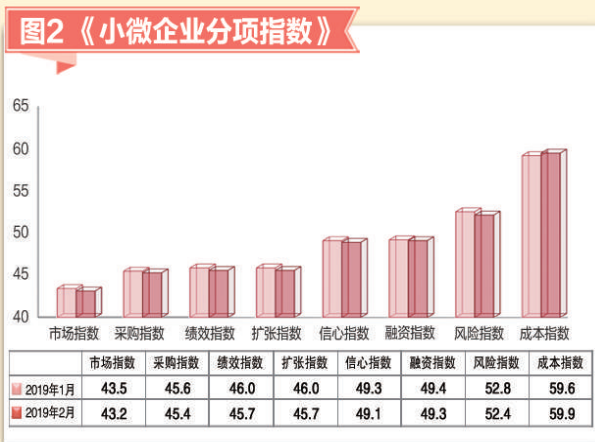
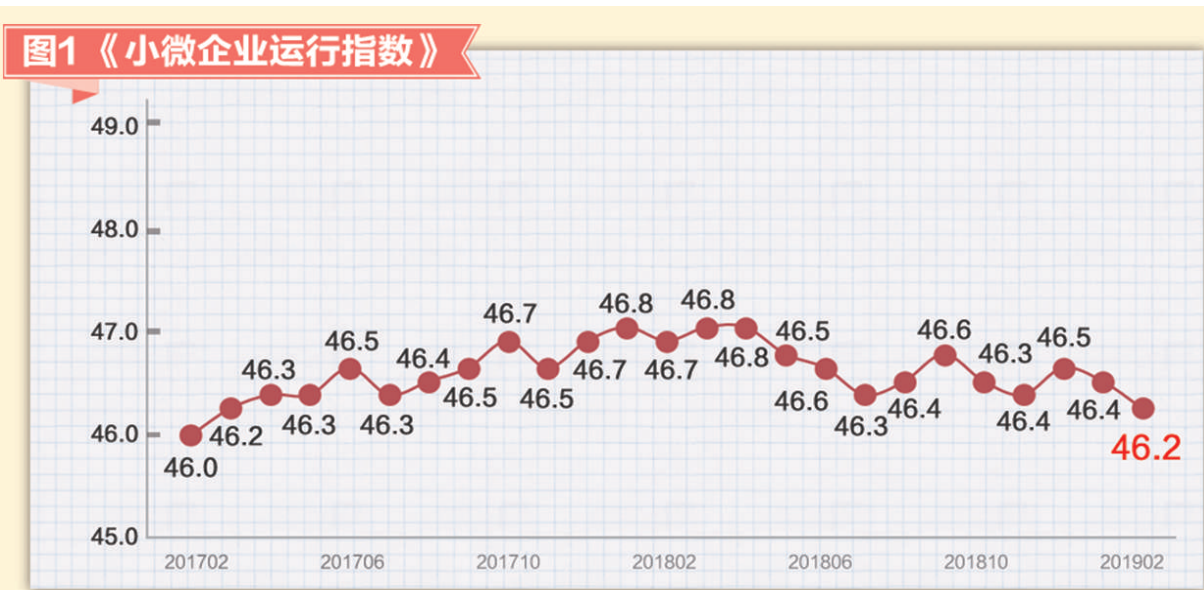
2019年2月份,经济日报—中国邮政储蓄银行小微企业运行指数(图1)为46.2,较上月下降0.2个点。从各分项指标指数(图2)来看,呈现“一升七降”态势。其中市场指数为43.2,下降0.3个点;采购指数为45.4,下降0.2个点;绩效指数为45.7,下降0.3个点;扩张指数为45.7,下降0.3个点;信心指数为49.1,下降0.2个点;融资指数为49.3,下降0.1个点;风险指数为52.4,下降0.4个点;成本指数为59.9,上升0.3个点。从六大区域发展指数(图3)来看,呈现全部下降态势。华北地区小微指数为45.5,下降0.2个点;东北地区为41.9,下降0.1个点;华东地区为48.1,下降0.3个点;中南地区为49.7,下降0.3个点;西南地区为47.4,下降0.1个点;西北地区为42.3,下降0.2个点。

七大行业“一升一平五降”

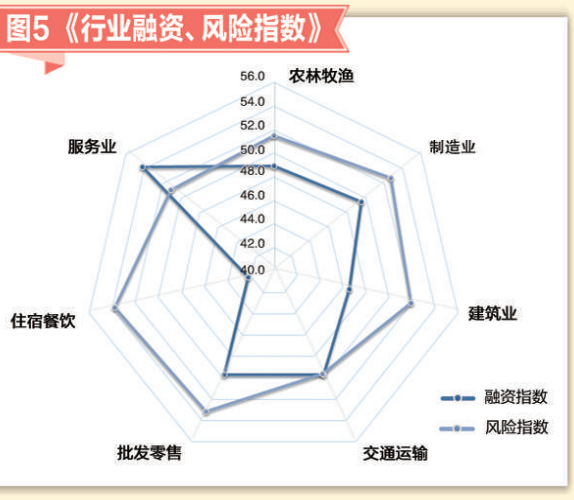
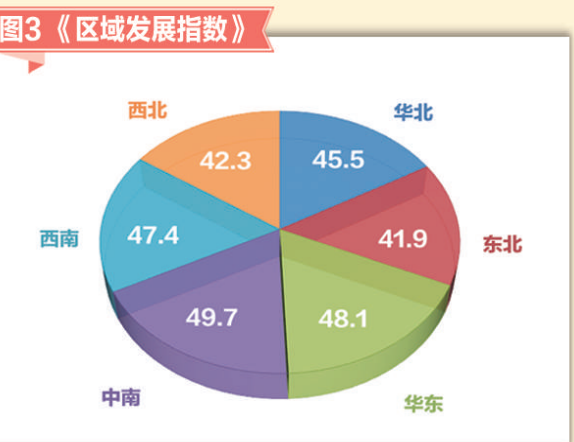
从小微企业各行业运行指数(图4)来看,除农林牧渔业和住宿餐饮业外,其他行业小微企业指数均出现不同程度的下降。2月份农林牧渔业小微企业运行指数为44.8,与上月持平。其市场指数为41.3,较上月下降0.2个点;采购指数为44.0,下降0.1个点;绩效指数为42.2,与上月持平。调研结果显示,2月农林牧渔业小微企业产量和订单量均下降0.4个点,原材料库存下降0.4个点,利润下降0.1个点。制造业小微企业运行指数为44.2,下降0.1个点。其市场指数为38.8,较上月下降0.2个点;采购指数为40.0,下降0.2个点;绩效指数为44.5,下降0.2个点。调研结果显示,2月制造业小微企业订单量和主营业务收入均下降0.5个点,产品库存下降0.6个点,原材料库存下降0.2个点,利润下降0.2个点,毛利率下降0.4个点。建筑业小微企业运行指数为43.5,下降0.1个点。其市场指数为41.0,下降0.3个点;采购指数为37.1,下降0.2个点;绩效指数为47.3,下降0.3个点。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个点,原材料库存下降0.4个点,利润下降0.3个点,毛利率下降0.4个点。交通运输业小微企业运行指数为47.2,下降0.3个点。其市场指数为45.9,下降0.2个点;采购指数为47.1,下降0.4个点;绩效指数为45.6,下降0.3个点。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个点,原材料库存下降0.6个点,利润下降0.4个点,毛利率下降0.2个点。批发零售业小微企业运行指数为49.2,下降0.2个点。其市场指数为47.9,下降0.4个点;采购指数为54.3,下降0.2个点;绩效指数为46.7,下降0.2个点。具体市场表现为:销售订单量下降0.5个点,积压订单量下降0.6个点,进货量下降0.2个点,利润下降0.2个点,毛利率下降0.3个点。住宿餐饮业小微企业运行指数为49.2,上升0.1个点。其市场指数为51.5,上升0.3个点;采购指数为50.8,上升0.4个点;绩效指数为50.4,上升0.3个点。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个点,原材料采购量上升0.5个点,原材料库存上升0.4个点,利润上升0.3个点,毛利率上升0.5个点。服务业小微企业运行指数为47.7,下降0.2个点。其市场指数为45.4,下降0.3个点;采购指数为46.0,下降0.3个点;绩效指数为45.3,下降0.3个点。具体表现为:业务量下降0.4个点,主营业务收入下降0.2个点,原材料采购量下降0.4个点,利润下降0.4个点,毛利率下降0.5个点。

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个点。其市场指数为41.8,下降0.5个点;采购指数为42.0,下降0.4



个点;绩效指数为43.5,下降0.3个点;扩张指数为41.7,下降0.2个点;信心指数为48.1,下降0.2个点;风险指数为51.6,下降0.4个点。东北地区小微企业指数为41.9,下降0.1个点。其市场指数为37.1,下降0.3个点;采购指数为39.4,下降0.3个点;绩效指数为41.3,下降0.2个点;扩张指数为42.1,下降0.3个点;风险指数为53.9,下降0.2个点。华东地区小微企业指数为48.1,下降0.3个点。其市场指数为46.3,下降0.5个点;采购指数为47.4,下降0.4个点;绩效指数为47.3,下降0.4个点;扩张指数为45.9,下降0.5个点;融资指数为47.8,下降0.2个点;风险指数



为51.7,下降0.3个点。中南地区小微企业指数为49.7,下降0.3个点。其市场指数为48.2,下降0.3个点;采购指数为49.5,下降0.5个点;绩效指数为47.9,下降0.3个点;扩张指数为48.7,下降0.5个点;信心指数为49.2,下降0.4个点;融资指数为51.8,下降0.2个点;风险指数为52.0,下降0.6个点。西南地区小微企业指数为47.4,下降0.1个点。其市场指数为45.6,下降0.2个点;采购指数为47.7,下降0.1个点;绩效指数为47.4,下降0.4个点;扩张指数为45.7,下降0.4个点;融资指数为48.5,下降0.2个点;风险指数

为51.5,下降0.4个点。西北地区小微企业指数为42.3,下降0.2个点。其市场指数为40.1,下降0.4个点;采购指数为40.4,下降0.4个点;绩效指数为45.4,下降0.2个点;扩张指数为42.0,下降0.3个点;信心指数为39.0,下降0.4个点;风险指数为49.8,下降0.3个点。

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个点;交通运输业小微企业融资指数为49.7,下降0.2个点;批发零售业小微企业融资指数为49.7,下降0.2个点;住宿餐饮业小微企业融资指数为42.2,下降0.2个点;服务业小微企业融资指数为54.2,下降0.1个点。小微企业风险指数(图5)为52.4,下降0.4个点。农林牧渔业小微企业风险指数为51.5,下降0.4个点;制造业小微企业风险指数为52.7,下降0.2个点;建筑业小微企业风险指数为51.9,下降0.5个点;交通运输业小微企业风险指数为49.6,下降0.2个点;批发零售业小微企业风险指数为53.2,下降0.2个点;服务业小微企业风险指数为51.1,下降0.4个点。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个点,信心指数下降0.2个点。2月份小微企业扩张指数为45.7,下降0.3个点。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个点,其新增投资需求下降0.4个点;制造业小微企业扩张指数为44.6,下降0.3个点,其新增投资需求下降0.4个点,用工需求下降0.1个点;建筑业小微企业扩张指数为39.4,下降0.1个点,其新增投资需求下降0.4个点;交通运输业小微企业扩张指数为47.5,下降0.3个点,其新增投资需求和用工需求均下降0.3个点;批发零售业小微企业扩张指数为48.0,下降0.5个点,其新增投资需求下降0.6个点,用工需求下降0.4个点;服务业小微企业扩张指数为48.2,下降0.4个点,其新增投资需求下降0.3个点,用工需求下降0.5个点。2月小微企业信心指数为49.1,下降0.2个点。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个点;制造业小微企业信心指数为50.4,下降0.2个点;建筑业小微企业信心指数为43.1,上升0.3个点;交通运输业小微企业信心指数为48.1,下降0.2个点;批发零售业小微企业信心指数为50.3,下降0.3个点;住宿餐饮业小微企业信心指数为49.4,下降0.3个点;服务业小微企业信心指数为46.1,上升0.3个点。

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”

『流量下沉』成小微企业转型突破口

本报记者 李佳霖

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务的“来买地网”,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畅通、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。作为一个底层商业单元的触发点,它可以直接产生物联网流量,与线上数据打通,不仅使广告推送更精准,也能够真正实现新零售场景下人与人、人与物的连接。此外,农广传媒既是覆盖城乡商业网点的流量入口,也是一家数字互动营销平台。直接获取用户需求,实现快速本地化的线上裂变传播,提升品牌落地的转化率,引导用户到店消费。目前,农广传媒的智能终端已覆盖京津冀地区100多个区县、100%的乡镇以及95%的行政村,合计10000多个点位。2018年,其营业收入快速攀升,年营收超过2000万元,取得了良好的经济和社会效益。农广传媒的转型发展有力地表明,时刻观察时代发展大势、做市场的“有心人”,就能为企业寻找到新的发展空间。

“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



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为46.2,较上月下降0.2个点。六个区域指数也都有不同程度下降,其中,华东与中南地区指数下降对总指数下降影响最大。七大行业指数呈现“一升一平五降”,结合行业权重,可知制造业和批发零售业指数下降对总指数影响最大。2月份小微指数有所下降,是由多重因素叠加导致的。首先,春节的月度效应是小微指数下降的重要原因。由于春节假期期间企业有相当长时间停止生产和销售,因此企业产量和主营业务收入都会出现环比下降。可以说,春节效应对小微企业发展的影响属于正常现象。其次,小微指数下降与近期整体价格走低也有一定关联。统计显示,价格指数与小微指数显著正相关。根据国家统计局数据,2019年1月份CPI环比上涨0.5%,但上涨幅度比上月下降0.2%。同时,2019年1

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冲击。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 and 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。整体经济维持高速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%,继续保持良好发展态势。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。