经济日报 ECONOMIC DAILY

调查显示——

中小微企业：困难不少 信心更足

经济日报·中国经济网记者 祝君壁

视点 中国新闻奖名专栏

上半年，中小企业复工复产有序推进，企业信心逐步恢复，市场预期稳步向好。在各项政策中，中小微企业对减免税收和减免社保政策满意度最高，企业获得感最强，普遍对减免房租、给予培训补贴满意度较低。专家认为，中小微企业走数字化转型之路将成为必然。

今年以来，作为受新冠肺炎疫情影响较大的群体，中小微企业面临着前所未有的困境。随着我国疫情防控阻击战取得重大战略成果，多项应急纾困政策及时推出，上半年中小企业复工复产有序开展，企业信心逐步恢复，市场预期稳步向好。尽管如此，中小微企业仍存在抗风险能力差、资金缺乏等问题，疫后恢复面临诸多困难和挑战。

减税政策满意度高

为深入了解国家出台的帮扶中小微企业政策措施落实情况，中国中小企业协会于6月下旬对2507家企业开展了问卷调查，形成了调研报告。据中国中小企业协会执行会长张竞强介绍，在调查企业中，大型、中型、小型和微型企业占比分别为7.5%、22.58%、41%和29%。

调研报告显示，上半年中小微企业没有出现大规模破产和员工失业现象，初步实现了“稳企业保就业”目标。在受调查企业中，97%以上的企业均享受到了一项或多项扶持政策，八成企业对政策都有所了解。

“由此可见，党中央、国务院和各级地方政府及时出台的多项政策措施，力度大覆盖面广，可操作性强。政策红利不断释放，提振了中小微企业信心，推动市场逐步稳定向好。”张竞强说。

政策带来的积极效果显而易见。调研报告显示，有53.09%的中小微企业表示市场需求逐步回升，43.27%的中小微企业家信心恢复，27%的中小微企业转型有所成效。

在各项政策中，中小微企业对减免税收和减免社保政策满意度最高，企业获得感最强。“很多中小微企业反映，减免税收和社保力度较大，企业获得了真金白银的实惠。”张竞强表示，国家实施一系列减税降费政策，降低了企业负担，增加了企业积累，为企业应对危机增加了储备。

此外，调查显示免征中小微企业养老、失业、工伤保险单位缴费政策深受企业欢迎。“随着减税降费政策持续发力显效，中小微企业经营成本有所下降。”据张竞强介绍，在调查中发现，中小微企业普遍对减免房租、给予培训补贴满意度较低。

资金紧张难题待解

“融资难、融资贵历来是制约中小微企业生存发展的主要问题，而且长期没有得到解决。”中国中小企业发展促进中心政研处处长宋烜懿表示，疫情发生后，90%的中小微企业陷入困境。“由于企业大面积停工，产品销售不畅，营业收入和利润骤降。加上固定支出不减、回款困难等因素叠加，加剧了资金紧张局面。”

调研报告显示，有60%以上中小微企业反映资金链紧张，流动资金存在缺口；只有10%的企业表示自有资金能支撑半年以上。由于金融体系支持中小微企业覆盖面有限，30.36%企业反映融资困难。

“除此之外，市场需求不足是当前中小微企业面临的最大挑战。”宋烜懿认为，6月份以来，国内外市场需求不足较为明显。调研报告显示，近一半中小企业反映，国内订单减少了10%以上；指数报告显示，6月份出口订单指数为42.6%，反映出海外市场更加低迷。

在此形势下，中小微企业稳就业形势异常严峻。宋烜懿表示，中小微企业一直是就业的主力军，每年新增的1000多万就业岗位大部分由中小企业提供。“受疫情影响，中小企业生产经营困难突出，用工需求下降，裁员减薪已经成为困境中中小企业的普遍选择。”

数据显示，1月份至5月份，全国城镇新增就业460万人，比去年同期减少137万人。农村外出务工劳动力1.2亿人，比去年同期减少5400万人。“住宿餐饮业、批发零售业、文化旅游业、社会服务业等第三产业受疫情影响大、恢复慢，对就业影响比较大。在第三产业缓慢复苏的大环境下，中小微企业就业压力不容小觑。”宋烜懿说。

企业需要“减负”前行

“面对中小微企业目前的困境，建议政府通过进一步加大普惠性减税力度、继续降低养老保险费、落实支持创投基金发展税收政策等方式，切实减轻中小微企业负担。”张竞强表示，现行小规模纳税人优惠政策的受益对象是微型企业，没有覆盖到量大面广的小型企业。“建议对月销售收入30万元以下的纳税人免征增值税，扩大小型微利企业受惠面。”

张竞强认为，与一些大型经济体比较，我国企业税费负担较重。“企业税费负担重的部分是社保缴费。在各项社保缴费中，职工养老保险缴费是最高的。因此，要降低中小微企业成本，实现高质量发展，降低企业养老保险缴费是一项重要措施。”

此外，建议加大支持创业投资行业力度。张竞强表示，种子基金、天使基金、创业投资基金是小微企业初创期融资的主要渠道。“当前，税负高、重复纳税以及征管方式等问题已成为阻碍创业资本集聚、掣肘创业投资行业发展的主要因素。国家有关部门应充分认识创投行业对推动‘双创’的重要意义，理解创投行业的发展规律，借鉴国外先进经验，对创投行业税收征管实行系统性、结构化改革。”

《中小企业促进法》规定，国家有关部门应当制定中小企业政府采购的相关优惠政策。财政部于2011年出台了《政府采购促进中小企业发展暂行办法》，特别提出应当预留本部门年度政府采购项目预算总额的30%以上，专门面向中小企业采购。其中，预留给小型和微型企业的比例不低于60%。张竞强表示，目前这一政策尚未落实到位。“应该从预留编制环节入手，留出30%份额给中小企业。如果预算没有预留30%份额，就不能通过财政预算审核，不能上报各级人大批准预算。”

张竞强表示，今年以来中小微企业对工业互联网的接受程度有了大幅提高。“之前很多中小微企业不太了解工业互联网，觉得会增加投入成本，颇有顾虑。随着政策支持力度不断加大，企业对工业互联网认识不断加深，逐渐意识到了工业互联网为中小微企业在共享平台、节约融资成本等方面带来的好处。”张竞强表示，未来中小微企业与工业互联网的联系将日趋紧密，中小微企业走数字化转型之路将成为必然。

勾建山作（新华社发）

我国首次对乡村产业发展作出全面规划——

打响“乡字号”“土字号”特色品牌

本报记者 乔金亮

乡村振兴，产业兴旺是基础。近日，农业农村部编制印发《全国乡村产业发展规划（2020—2025年）》，这是第一次对乡村产业发展作出全面规划。文件提出，到2025年乡村产业体系健全完备，质量效益明显提升，内生动力持续增强。农产品加工业营业收入达到32万亿元，培育一批产值超百亿元、千亿元优势特色产业集群，乡村休闲旅游业年接待游客超过40亿人次。

“目前，乡村产业发展有良好基础。2019年，农产品加工业主营业务收入达22万亿元，乡村休闲旅游营业收入超过8500亿元，农村网络销售额1.7万亿元。”农业农村部乡村产业发展司司长曾衍德说，总体上看，乡村产业仍存在产业门类不宽、产业链条较短、要素活力不足和质量效益不高等问题，亟需加强引导和扶持。文件出台，能够引导更多资金、人才、技术、信息等资源要素向乡村集聚，汇聚起乡村产业振兴的磅礴力量。

伴随文件出台，乡村产业发展迎来了机遇期。曾衍德分析，一方面政策环境优化，资源要素集聚更多。中央财政正在支持各地建设农业产业强镇、现代农业产业园、优势特色产业集群等项目，未来几年将会形成一批产值超10亿元的农业产业强镇，产值超百亿元的现代农业产业园，产值超千亿元的产业集群。另一方面，创业环境改善。生物技术、信息技术、人工智能技术广泛应用，农产品加工业进入发展新阶段。一批农民工返乡创业、大学生入乡创业，还将激励农村能人在乡创业，掀起激情创业、就业奔富的热潮。

乡村休闲旅游业是乡村产业的一部分，最早源于上世纪80年代的农家乐，目前已成为横跨一二三产业、兼容生产生活生态、融通工农城乡的新业态。2019年，休闲农业接待游客32亿人次，营业收入超过8500亿元。但乡村休闲旅游业同质化现象突出，一些乡村休闲旅游景点“乡村性”“乡土气”不足，“千村一面、千景一版”，特色不明显、文化内涵少，刚开业红红火火，过一段冷冷清清。鉴于此，《规划》提出推进乡村休闲旅游业布局优化。

“乡村休闲旅游业一头连着农民就业增收，一头连着居民对美好生活向往。我国城乡二元格局是一个工字型结构，上下两横分别代表城与乡，乡村休闲旅游业就是中间一竖，即沟通城乡的桥梁纽带产业之一，重点区域就是支撑桥梁纽带的桥墩。”曾衍德说，《规划》聚焦重点区域，提出建设城市周边、自然风景区周边、民俗民族风情区、传统农区等“四大区域”乡村休闲旅游区域和景点。推进乡村休闲旅游服务产品差异发展，在“唯我独有”“唯我独优”“唯我独多”上下功夫。

乡村特色产业是乡村产业中的一大类。据介绍，当前乡村特色产业发展很快，产值上百亿元的产业集群达34个，涌现出了一批产值超10亿元的特色产业镇（乡）、超1亿元的特色产业村，发掘了一批乡土特色工艺，创响了10万多个“乡字号”“土字号”乡土特色品牌。但是，乡村特色产业中第一产业向后端延伸不够，第二产业向两端拓展不足，第三产业向高端开发滞后。

《规划》对拓展乡村特色产业作出了安排，提出形成“圈”状发展格局。建设富有特色、规模适中、带动力强的特色产业集聚区，形成“一村一品”微型经济圈、农业产业强镇小型经济圈、现代农业产业园中型经济圈、优势特色产业集群大型经济圈。曾衍德分析，这样辐射带动形成经济圈，可以形成乡村产业发展的战略支点。

目前，我国农产品加工业规模较大，规模以上农产品加工企业8.1万家。但总体上看，创新能力总体不强，开发层次较浅、质量效益不高。农产品加工产值与农业总产值比为2.3∶1，远低于发达国家3.5∶1的水平。农产品加工转化率为67.5%，比发达国家低近18个百分点，深度开发和转型升级任务繁重。基于此，《规划》对提升农产品加工业作出了重点安排。

针对农产品加工业精深加工不足、产业链条过短问题，《规划》鼓励和支持农民合作社、家庭农场等发展农产品产地初加工。引导大型农业企业发展精细加工，开发类别多样、营养健康、方便快捷的系列化产品。

热搜

社保步入电子化时代

本报记者 韩秉志

人力资源和社会保障部近日发布的最新统计数据显示，截至2020年6月29日，我国电子社保卡签发已经突破2亿张。目前，实体社保卡持卡人数已经达到13.15亿人，覆盖93.9%人口。也就是说，每7位持卡人中就有1位同时申领电子社保卡。

电子社保卡是社保卡的线上形态，是持卡人线上享受服务的电子凭证和结算工具，与实体社保卡一一对应、唯一映射、状态相同、功能相通。与实体社保卡一样，电子社保卡全国统一、全国通用，具有身份凭证、信息记录、自助查询、就医结算、缴费及待遇领取、金融支付等功能。

据人社部有关负责人介绍，经过两年发展，电子社保卡已在我国全部地市开通，接入363个手机APP、小程序。目前，各地方人社APP普遍开通了电子社保卡服务，中国政务服务平台APP及小程序、国务院客户端小程序、掌上12333APP已经在全部地区开通了服务，支付宝、微信、云闪付、城市一账通以及工、农、中、建等全国性银行已经在大部分地区开通服务。

同时，电子社保卡移动支付还支持人社业务缴费、就医购药、日常消费三大支付场景。首先，用户可以在参保、考试、职业培训等人社业务缴费场景中使用电子社保卡支付，实现“不见面”服务模式；其次，电子社保卡的扫码就医购药服务，目前可以在26个省份的189个地市使用；再次，用户可利用社保卡银行账户或是在电子社保卡中添加其他银行卡，完成民生缴费等日常消费支付。

一些地区还将电子社保卡拓展用于其他公共服务和智慧城市建设，用社保卡发放各类惠民、惠农补贴，凭社保卡乘公交、进公园、借阅图书等。比如，为方便高校毕业生随时随地报到，海南近日宣布，电子社保卡新增上线毕业生报到功能，毕业生通过海南人社、银联云闪付、支付宝、微信等官方渠道APP电子社保卡界面，就能足不出户线上办理毕业生报到及未就业实名登记业务。

今年，人社部继续积极推进社保卡在就业服务、职业技能提升培训服务等方面应用。人社部近日印发通知，决定在11个省（区、市）的38个地市，组织开展以电子社保卡为主要载体的职业技能电子培训券试点工作。所谓职业技能电子培训券，就是将职业技能培训券数字化，依托电子社会保障卡线上渠道，面向参加职业技能培训人员发放，作为劳动者免垫付便捷享受职业技能培训服务的载体。

有关专家指出，目前社会保障卡应用范围已逐步从医保拓展到养老、就业、技能培训等公共服务领域，应加强政府各相关职能部门的工作协同与配合，推进现行各类民生服务卡整合，避免重复建设，减少资源浪费。

江西省农村信用社联合社党委书记孔发龙建议，应推动建立以社会保障卡为载体的“一卡通”服务管理模式，并通过各种渠道和形式，提高社会公众对社会保障卡的认知度和使用率，让群众通过社保卡载体享受到更加高效快捷的便民服务。

新能源车开下乡

本报记者 刘 瑾

图为北汽新能源参与下乡活动的EC3车型。 （资料图片）

工信部联合农业农村部、商务部近日共同发布《关于开展新能源汽车下乡活动的通知》(以下简称《通知》)。《通知》称，为促进农村地区新能源汽车推广应用，引导农村居民出行方式升级，助力美丽乡村建设和乡村振兴战略，工信部、农业农村部、商务部决定从今年7月份至12月份联合组织开展新能源汽车下乡活动。

《通知》显示，此次参与新能源汽车下乡的共有10家企业，分别为北汽新能源、比亚迪、长城汽车、上汽通用五菱、长安新能源、奇瑞、江淮、东风汽车、一汽奔腾、合众新能源等。

中国汽车工业协会副总工程师许海东透露，从新能源汽车下乡活动发起至今，有10多家车企，20多款车型报名参加。不过从《通知》来看，并不是所有报名企业和车型都能参与此次活动，最终只选出了10家车企共16款车型参加。

从参与新能源汽车下乡活动的车型来看，其特点为短续航、A00级小型车，且综合补贴后售价在10万元左右。“参与新能源汽车下乡活动的汽车企业要选择外观漂亮、空间合适、配置丰富、安全可靠、性价比优异且出厂价在10万元以下的车型。”许海东说。

国家出台新能源汽车下乡政策，将对推动新能源汽车消费、促进行业发展产生积极作用。经过前一阶段发展，新能源汽车已经在一二线城市站稳脚跟，但对城乡市场的渗透比较少。从使用成本上看，新能源汽车明显低于燃油车，且在农村充电有天然的条件，因而新能源汽车下乡能够惠及更多消费者。

国务院发展研究中心产业经济研究部助理研究员周毅认为，此次新能源汽车下乡，与上半年新能源汽车销量下滑有一定关系。据中汽协数据，上半年新能源汽车销量39.3万辆，比去年同期下降36个百分点，受疫情和补贴退坡影响，新能源车企面临严峻挑战。同时，此举还有助于引导农村居民出行方式升级。

北汽新能源品牌公关部相关负责人表示，4月份以来，青岛事业部持续推进渠道下沉工作，已将渠道下沉到城乡，在新能源汽车下乡政策推动下，北汽新能源将为城乡用户提供优质产品和可靠服务。

许海东认为，电动车在乡镇和农村市场普及会很快，山东、河南等地城乡市场已有使用低速电动车习惯，他们对电动车的适应能力会更强。车企在渠道下沉过程中，要在车型外观设计、车辆使用安全、充电安全和便利、驾驶舒适性和操控性等方面下功夫，推出适合城乡消费者需求的产品。

其实，“汽车下乡”活动并非首次推行。2009年，相关部门就开展了第一次“汽车下乡”，活动明显拉动了我国汽车销量。全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，此次新能源汽车下乡活动会提振消费者对新能源汽车的信心，对我国新能源汽车销量增幅有拉动作用。

周毅表示，预期活动会提高电动汽车在乡村地区的渗透率，提升新能源汽车销量。截至目前，已有广州、上海、海南等多地出台了新能源汽车促销政策。

本版编辑 郭存举 温宝臣