

2020中国民营企业500强入围门槛达到202.04亿元——

民企“大而不强”问题依然突出

经济日报·中国经济网记者 曾诗阳

视点
中国新闻奖名专栏

对2020中国民营企业500强的调查显示,2019年94.60%的500强企业主动实施转型升级,推动企业实现高质量发展。去年,民企增强创新能力和核心竞争力,打好“三大攻坚战”,积极参与国家重大战略和区域协调发展战略,发展取得新成就。但是,民营企业发展仍然存在一些制约因素,需要企业内部挖潜和政策外部扶持共同解决。

由全国工商联主办的2020中国民营企业500强峰会9月10日在北京举行。会议发布了《2020中国民营企业500强调研报告》(以下简称《报告》)及“2020中国民营企业500强”榜单。

全国工商联表示,2019年民营企业加快实施转型升级,增强创新能力和核心竞争力,打好“三大攻坚战”,积极参与国家重大战略和区域协调发展战略。调研显示,94.60%的500强企业主动实施转型升级,推动企业实现高质量发展。

同时,部分经营指标增长幅度继续放缓、融资难融资贵问题尚未有效缓解,经贸摩擦影响持续显现,仍是制约民营企业发展的重要因素,需要企业内部挖潜和政策外部扶持共同解决。

产业结构不断优化

全国工商联副主席黄荣介绍,今年共有5761家年营业收入5亿元以上的企业参加了上规模民营企业调研。民营企业500强入围门槛取得新突破,达202.04亿元,较上年增加16.18亿元。其中,华为投资控股以8588.33亿元营收排名第一,苏宁控股、正威国际分列二三位,营收分别为6652.59亿元、6138.99亿元。

入围门槛新突破的背后是国内民营企业在优化规模结构、加快转型升级、提升质量效益等方面取得的新成就。

《报告》指出,民营企业500强营业收入总额30.17万亿元,较上年增长5.85%。资产总额36.96万亿元,较上年增长6.78%。税后净利润1.39万亿元,较上年增长8.06%。共有19家民营企业500强入围世界500强。

从产业结构来看,第二产业入围企业共331家,其中,制造业企业288家,继续占据民营企业500强的主导地位。第三产业比重持续提高,共有164家企业入围,比上年增加7家,资产总额和营业收入总额分别占500强的59.34%和36.34%。“相关数据反映出我国产业结构不断优化。”黄荣说。

“走出去”更加谨慎

考虑到复杂严峻的国际环境,民营企业500强“走出去”更加谨慎,不少企业减缓了全球化布局和投资力度。

《报告》显示,2019年民营企业500强出口总额1212.41亿美元,比上年减少210.14亿美元,降幅14.77%。民营企业500强的海外投资明显减缓,海外投资项目(企业)较上年减少487项(家),降幅超过20%,仅有1858项(家),海外雇员人数和海外营业收入明显减少。投资“一带一路”沿线和“一路”沿线的企业数量,分别较上年减少6.70%、24.55%。

有民营企业人士表示,企业“走出去”仍然面临人才、信息和资金方面的困难,国际贸易保护主义、单边主义,以及东道国法律政策不完善是目前民营企业开拓海外市场面临的主要外部障碍。

与此同时,国家战略实施对民营企业发

展的引导作用进一步增强,更多企业选择投身国家发展战略和区域协调发展战略。在民营企业500强中,有471家企业参与了各类国家战略,占比94.20%。其中,长三角区域一体化发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设尤其受到欢迎,分别有152家、100家和97家民营企业参与,分别占500强企业的30.40%、20.00%、19.40%。

2019年,民营企业持续提升研发投入,取得国内外发明专利数超过17万项,比上年增长7.5%。以华为为代表的一批民营企业掌握了关键领域的核心技术,在提升企业发展质量和效益的同时,也为促进我国经济高质量发展作出了突出贡献。

发展仍面临多种考验

2019年,《中共中央国务院关于营造更好发展环境支持民营企业改革发展的意见》《优化营商环境条例》等一系列政策措施陆续出台,不断为民营经济营造更好发展环境。调研显示,91.88%的实际填报企业认为所在地政府出台的一系列配套措施执行力度较大,比上年高2.82个百分点。

受惠于国家出台的各项减税降费政策,民营企业500强主动优化调整发展战略。2019年,实际填报的431家500强企业中,提升产品和服务质量的企业204家,占民营企业500强的40.80%;进一步拓展市场的企业200家,占40.00%;提升企业附加值的企业192家,占38.40%;增加研发费用投入的企业185家,占37.00%。

“通过对民营企业500强的分析,我们发现了一些值得关注的问题。例如,部分经营指标增长幅度继续放缓。”黄荣指出,随着民营企业500强规模的扩大,营业收入增幅、税后净利润增幅、资产总额增幅放缓,比上年分别下降10.59个、5.81个、15.99个百分点。制造业民营企业500强营业收入增幅、税后净利润增幅、净资产总额增幅,比上年分别下降5.46个、12.98个、14.13个百分点。

“缴税负担、融资成本、原材料成本依然是民营企业500强最主要的成本负担,企业盈利面临更多的挑战。”黄荣说。

融资难融资贵问题尚未有效缓解。《报告》显示,感到融资难融资贵的500强企业数量持续增长,从2017年的254家增长到2019年的274家;直接融资占比依然偏低,通过资本市场融资和引入战略投资者的企业占比分别为45.40%、21.80%,分别较上年减少10.63%、10.66%。

从企业本身来看,中央统战部副部长徐乐江指出,我国民营企业在自主创新能力、资源利用效率、信息化程度、内部治理结构、质量品牌效益等方面,与国际先进企业相比还有明显差距,“大而不强”的问题依然突出。

这份榜单既是头部民营企业的“体检单”,也是我国民营经济发展的“晴雨表”。“我们将立足国内超大规模市场优势,充分利用国内国际两个市场、两种资源,为加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局作出应有贡献。”富通集团有限公司董事长王建沂表示。

13部门联合发布实施方案促进物流业制造业融合——

深度融合与创新是主基调

本报记者 熊丽

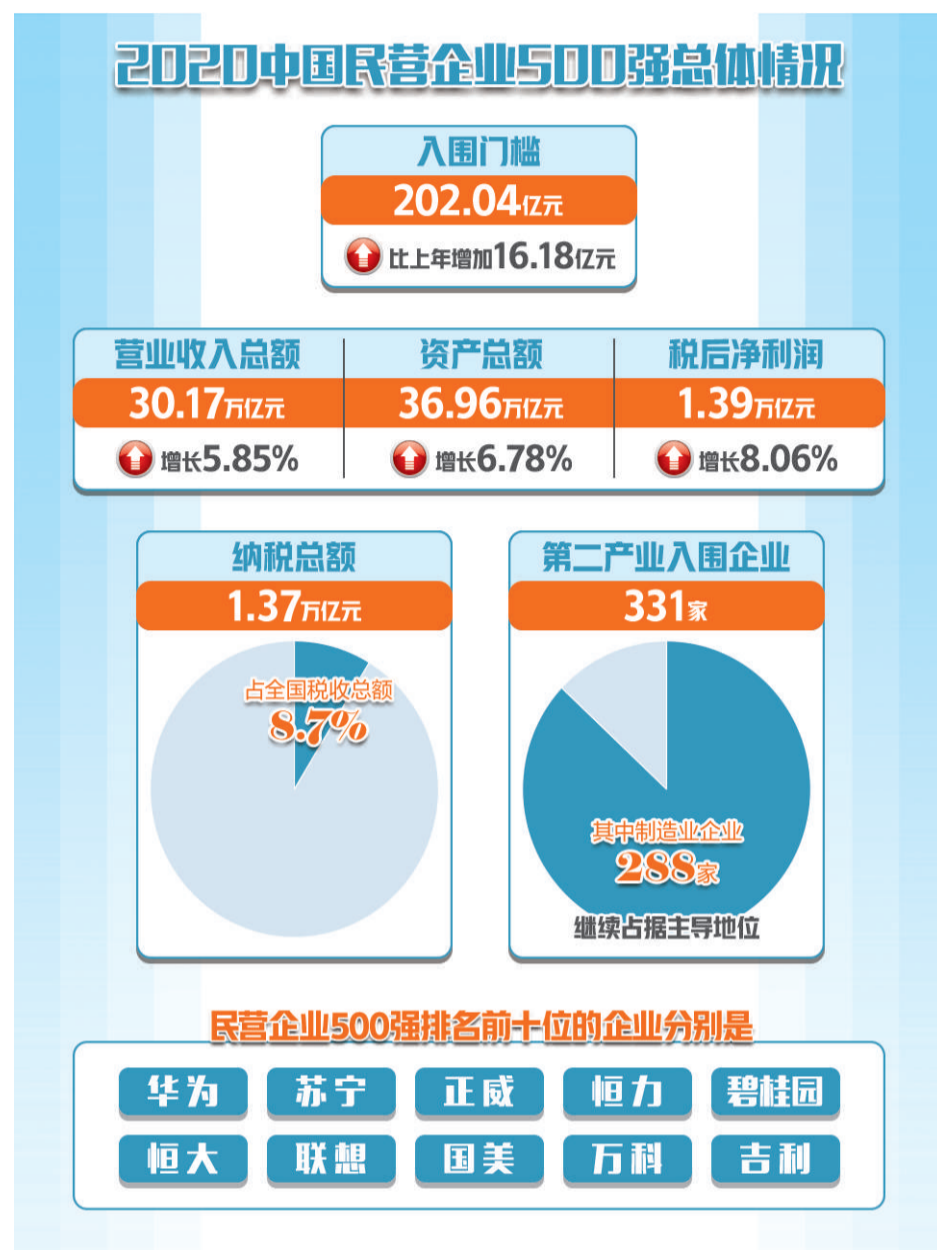
近日,国家发展改革委、工业和信息化部等13个部门联合印发《推动物流业制造业深度融合创新发展实施方案》(以下简称《实施方案》),对促进物流业制造业深度融合创新发展作出全方位安排。

物流业是支撑国民经济发展的基础性、战略性、先导性产业,制造业是国民经济的主体,是全社会物流总需求的主要来源。当前,我国物流业制造业融合发展趋势不断增强。随着市场竞争日趋激烈,物流已从附属服务转变为提高制造企业市场竞争力、降低成本挖掘利润空间的重要方面,物流企业与制造企业间风险共担、利益共享的联动融合发展格局正在形成。

“但总体上看,我国物流业制造业融合发展还存在融合层次不够高、范围不够广、程度不够深等问题,与促进形成强大国内市场,构建现代化经济体系的总体要求还不相适应。”国家发展改革委有关负责人表示,这主要表现在物流企业专业化服务能力和水

平不高,不能有效适应制造业发展需求;物流枢纽、物流园区与产业园区布局统筹不够,不能实现有机衔接和协同联动;制造业领域存量物流资源整合和开放程度不足,制造企业内部物流成本相对较高。特别是应对新冠肺炎疫情和推动复工复产期间,供应链弹性不足、产业链协同不强、物流业制造业联动不够等问题凸显,直接影响到产业平稳运行和正常生产生活秩序。

《实施方案》明确,到2025年,物流业在促进实体经济降本增效、供应链协同、制造业高质量发展等方面作用显著增强。探索建立符合我国国情的物流业制造业融合发展模式,制造业供应链协同发展水平大幅提升,精细化、高品质物流服务供给能力明显增强,主要制造业领域物流费用率不断下降;培育形成一批物流业制造业融合发展标杆企业,引领带动物流业制造业融合水平显著提升;初步建立制造业物流成本核算统计体系,对制造业物流成本水平变化的评估监



观点

□ 曾诗阳

在新发展格局中图存求进

突如其来的新冠肺炎疫情对我国经济社会发展造成严重冲击,民营企业尤其是中小微企业面临较大经营困难。调研显示,96%的500强民营企业认为疫情对企业生产经营带来了不同程度的影响。不断积聚的风险通过产业链传导蔓延,波及50个细分行业。企业的盈利预期、出口业务、供应链和资金链均受到不同程度影响。

面对疫情和国际环境不确定性带来的双重压力,民营企业坚定信心、迎难而上,主动采取了一系列措施以应对疫情带来的冲击,281家企业加快了新产品和新服务的开发,251家企业加大或开拓了增值服务,大刀阔斧改革创新,积极寻求新的市场机遇,千方百计推进

复工复产。

当前,克服新冠肺炎疫情带来的不利影响尚需时日。如何危中寻机、困中求进,在加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局中把握新机遇、实现新增长,是1.26亿民营经济主体亟需攻克的重大课题。

外部环境变化往往是破旧立新的重要推手,在危机交织之时,广大民营企业要以更高的站位增强爱国情怀,主动适应和把握经济发展新常态,积极投身京津冀协同发展、长三角一体化发展、粤港澳大湾区建设等国家战略,抓住“两新一重”建设的重大战略机遇,让企业的高质量发展与经济社会发展同频共振。

测更加及时准确。

在此基础上,《实施方案》按照紧扣关键环节、突出重点领域的总体思路,针对物流业制造业融合发展存在的主要问题,系统提出11个方面发展任务。一方面,从企业主体、设施设备、业务流程、标准规范、信息资源等5个关键环节,对促进物流业制造业全方位融合提出明确要求,推动解决制约物流业制造业深度融合的主要障碍和“中梗阻”;另一方面,聚焦大宗商品物流、生产物流、消费物流、绿色物流、国际物流、应急物流等6个重点领域,明确了推动物流业制造业深度融合、创新发展的主攻方向。

《实施方案》还从营造良好市场环境、加大政策支持力度、创新金融支持方式、发挥示范引领作用、强化组织协调保障等方面提出综合性保障措施,既积极推动降低物流业制造业融合发展的制度性成本以及投融资、土地等要素成本,又通过试点示范方式鼓励骨干企业先行先试,为物流业制造业深度融

合、创新发展探索积累可复制、可推广的成功经验。

与此前促进物流业制造业“两业联动”政策相比,《实施方案》有什么突出特点?该负责人表示,“两业联动”强调加强制造业与物流业间的相互协同、相互促进,《实施方案》在“两业联动”的基础上,更加突出“深度融合”和“创新发展”。其中,深度融合体现在物流业与制造业在供应链全链条上的战略合作、相互渗透、共同发展。“当然,这不是要回到以前制造企业‘大而全、小而全’、自我服务的传统物流模式,而是在专业化分工基础上形成‘优势互补、你中有我、我中有你’的深度合作。”该负责人表示,创新发展则体现在结合制造企业实际需求不断创新物流管理和服务模式,同时适应物流业创新发展趋势,反过来优化制造业生产流程,发展定制化生产等服务型制造新模式,进一步提高物流业、制造业的市场竞争力和增值水平。

热搜

汽车产销同比数据连续5个月正增长

本报记者 刘瑾

9月10日,中国汽车工业协会发布数据显示,8月份,汽车产销分别完成211.9万辆和218.6万辆,同比增长6.3%和11.6%。1月份至8月份,汽车产销分别完成1443.2万辆和1455.1万辆,同比分别下降9.6%和9.7%,降幅较前7个月分别收窄2.2个和13个百分点,继续呈现收窄之势。

中汽协副秘书长陈士华表示,8月份,我国统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作持续取得积极成效,国民经济运行保持稳定恢复态势,生产供给加快恢复,市场需求逐渐复苏,就业物价总体平稳,新动能成长壮大,市场信心趋于增强。在此背景下,汽车行业恢复形势持续向好,当月产销继续保持增长。

“从具体数据来看,自4月份开始,汽车单月产销同比数据连续5个月正增长,尤其是销量连续4个月增速保持在10%以上。”陈士华介绍,8月份汽车行业恢复形势持续向好,当月产销继续保持增长,累计汽车产销降幅收窄至10%以内。商用车增长势头依然迅猛,对整体汽车市场的增长贡献大于乘用车。

具体来看,商用车产销与货车产销均刷新了8月份历史纪录。8月份,商用车产销42.5万辆和43.1万辆,同比增长42.8%和41.6%。在商用车主要品种中,与上月相比,客车产销均呈小幅增长,货车有所下降;与上年同期相比,四大类货车品种产销继续保持快速增长,重型货车增速依然最为显著。

中汽协副总工程师许海东表示,环保治理对货车更新换代起到了重要的推动作用,网络购物也促进了物流车销量增长,再加上疫情期间出台了免高速路费等优惠,都对货车消费产生了很强的拉动作用。

从乘用车来看,8月份产销分别为169.4万辆和175.5万辆。陈士华表示,前8个月,乘用车产销虽然呈逐月增长态势,但累计产销量降幅依然很大,均超过15%。这也显示出,国内消费者的消费信心还没有完全恢复。

值得一提的是,8月份新能源汽车继续保持增长,产销再次超过10万辆,分别达到10.6万辆和10.9万辆,环比增长6.0%和11.7%,同比增长17.7%和25.8%。1月份至8月份,新能源汽车产销60.2万辆和59.6万辆。

许海东表示,受新能源汽车下乡活动及地方政府出台的支持政策,新能源汽车市场规模稳中有升。当前,新能源汽车市场内部结构正在调整,新兴车企销量稳步增长。预计今后几个月,新能源汽车销量都还会保持比较好的增长势头。

值得一提的是,今年以来广受关注的自主品牌汽车市场份额,也出现了止跌回升势头。8月份,自主品牌份额同比增长0.1个百分点,实现了5个月来的首次增长。

陈士华表示,从行业发展态势看,商用车受政策、投资的拉动将继续保持良好的增长态势;乘用车方面,近期政府部门开展的消费促进月、新能源汽车下乡等活动,以及各地出台的促进消费政策,都将有效地提振消费信心。同时,9月下旬开幕的北京国际车展将推动企业新品全面投放,叠加中秋、国庆长假带来的自驾游需求,都将进一步拉动汽车消费。

同时,陈士华也强调,目前汽车市场上的产品结构在发生变化,中高端产品持续保持增长,国内消费信心的完全恢复尚需一段时间,或许会影响低端产品的需求。

弹性时间多一点

外卖小哥就安全了吗

本报记者 李万祥

近几日,外卖小哥的工作现状引发广泛关注。为了按时送达,穿梭于大街小巷、商场楼宇之间,这些外卖骑手们面临不少安全风险。他们的安全究竟如何保障?9月9日,外卖骑手相关平台先后作出了回应。

饿了么公司表示,会尽快发布新功能,在结算付款的时候增加一个“我愿意多等5分钟/10分钟”的小按钮。美团回应称,每一单外卖,在为用户提供准时配送服务的同时,美团调度系统会给骑手留出8分钟弹性时间,留给骑手等候延迟的电梯,在路口放慢一点速度。

弹性时间设置的出发点,就是要尽量减少到达压力,提高外卖骑手路上的安全性。很多网友为平台积极回应社会关切点赞,希望能够带来改变,但同时也有不同的声音。

在9月9日举行的上海市消保委通报会上,上海市消保委副秘书长唐健盛认为,饿了么的声明在逻辑上存在问题。外卖骑手的劳动规则完全是由企业制定的,消费者在平台下单,商业行为和平台之间发生,消费者和外卖骑手之间并没有直接的关系。如果外卖骑手出现了撞人、闯红灯等交通违法行为,却让消费者承担责任,显然违背基本逻辑。

北京中闻律师事务所律师赵金涛认为,声明有一定进步性,至少可以缓解外卖员压力,但是不能从根本上解决问题。而且,有的平台将责任推给消费者,明显不合理。

赵金涛建议,外卖平台应承担起用工责任和社会责任,从系统上给外卖人员安排合理时间,而不是为了追求经济利益一味地提速。“不断缩减配送时间,不但会给配送员身心造成伤害,也会让配送员和消费者之间矛盾增多。”赵金涛说。

同时,赵金涛建议相关部门加强对互联网平台用工监管,从法律上明确用工性质和责任主体,比如要求平台招聘外卖人员必须签订书面劳动合同,或者平台使用外包时要求外包公司必须与外卖人员签订书面合同,给他人造成损害时由平台承担责任,切实保障外卖人员的合法权益。

值得一提的是,美团表示将会定期召开骑手座谈会,设立产品体验官,充分听取骑手、公众、学者、媒体多方观点和建设性意见,帮助其更好优化调度、导航、申诉等策略,提升骑手配送体验。专家认为,算法关乎多方利益,应该引入评议或评议机制,现在真的需要让大家多听到快递员、平台上小商家的声音。