

# 中小微企业创业呈现新趋势

本报记者 王轶辰

## 产业聚焦

数量庞大的中小微企业,是国民经济的毛细血管,而电商平台是许多年轻人创业第一站和长期经营主阵地。近日,淘宝发布2023淘宝生态创新创业观察报告显示,电商平台上中小微企业创业,整体呈现出个性化新需求、差异化新供给和内容化新经营三大趋势,他们通过深耕细分市场,创新商品和服务,增强内容经营等能力,挖掘国内市场巨大潜力。

### 深耕细分市场

当很多人高呼市场红海、生意难做之时,不少商家已经抓住了新的增长机会。淘宝数据显示,一只猫的养成,起码有140多种商品与其息息相关。它们吃猫益生菌、猫奶粉、猫条,住智能猫屋,使用智能猫砂盆、猫屎片,出行还得配车载猫笼、猫咪汽车安全带等。

近年来,消费者决策越来越具全局观,消费人群在年龄、性别、地域、收入、家庭等维度上持续细分,供给要创造功能、时间、文化乃至情绪等更多价值,才能满足个性化需求。电商平台趋势洞察显示,特定人群的个性化需求推动新场景之下趋势品类的增长;人口老龄化带来家居场景改造等新需求,家居家装企业加紧布局适老化产品;城市中产对精神陪伴的需求,促使宠物、潮玩等品类快速增长;独居群体成为小家电等行业的重点服务对象。

清华大学经济管理学院副院长李纪珍表示,当前服务越来越多地成为消费增长的主动力,消费观念也从购买产品转向享受服务。在商务部研究院电子商务研究所副所长杜国臣看来,新服务、产品、商业模式持续涌现,很重要的原因是社会结构和整个消费群体的变化。比如,中等消费群体迅速膨胀,带来需求多样化。未来,随着老龄群体数量增长,受教育人口比例不断提升,还会涌现出更多新需求。

互联网的快速发展也给长尾市场提供了更多可能性。中金公司互联网行业首席分析师白洋认为,互联网去中心化的特征,使得更多的人可以按照自己的偏好,去认可和接受一个价值观,从而形成了一个又一个小的群体,让更长尾的需求能得以满足。

近日印发的《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》提出,“发展银发经济,推动公共设施适老化改造,开发适老化技术和产品”。

我国老年人口规模大,老龄化速度快,根据第七次全国人口普查数据,2020年,我国60岁及以上的老年人口总量为2.64亿,占总人口的18.7%。另据测算,预计“十四五”时期,我国60岁及以上老年人口总量将突破3亿,占比将超过20%,进入中度老龄化阶段。2035年左右,60岁及以上老年人口将突破4亿,在总人口中的占比将超过30%,进入重度老龄化阶段。

人口老龄化是社会发展的趋势,也是今后较长一段时期我国的基本国情,将深刻影响经济社会发展全局。当前,规模不断扩大的老年人口已成为经济发展中日益重要的消费群体,随着生活水平的提高和消费观念的改变,老年人的需求结构正在从生存型向发展型转变,对于“衣食住行用”等产品和服务具有多层次、多样化的需求,但庞大市场需求目前尚未转化为现实购买力。据测算,目前我国银发经济总规模约5.4万亿元,占全



12月9日,工作人员在狮城宁好电商网批(西部)运营基地展销区整理货物。基地位于宁夏吴忠市盐池县,是福建石狮与宁夏盐池跨区域商业合作示范基地,为当地打造电商模式新业态。

新需求的诞生为经济稳增长和中小微企业发展提供了重要支撑。“这些新趋势和新赛道背后,是对新消费者、消费趋势以及消费方式的洞察。当这个趋势和赛道进一步放大,就形成可复制的新商业模式。”全国青联副主席王萌萌说。

复旦大学经济学院院长张军表示,“中小微企业之所以能够在长尾的需求上发挥独特的优势,这是非常自然的一件事情,因为它不可能大规模定制,这种情况下中小微企业就表现出相对优势”。

浙江大学中国数字贸易研究院院长马忠建议,在消费互联网时代,中小企业应乘着电商平台东风,围绕消费者的行为和偏好做好产品和服务创新,这才是其未来重要发展方向之一。

### 创新独特商品服务

消费市场的细分意味着供给侧生产组织也随之改变,通过创新商品和服务,满足个性化、品质化消费需求,以新供给打开新市场。

2022年“双11”兼具轻薄和发热功能的保暖内衣成为趋势产品。同样是保暖内衣,不同商家有不同门道:有的强调其依靠氨基

酸的置入实现对水分锁定,进而帮助皮肤保湿;有的基于纤维组合与无缝设计,降低空气流动性,最终实现热量留存。这种多元化背后,服饰的“爆款逻辑”发生了改变,由消费者真实需求驱动,消费与产业紧密融合。

报告显示,面对新需求,中小微企业积极进行革新或微创新,包括新的口味、款式、面料、风格、功能……从咖啡粉到咖啡液,从白酒到低度酒,服装从款式到科技面料都是例证。火了几年的空气炸锅也不断进化,增加能烤也能蒸等功能。

供给端的高效、多元化、低成本反应是如何做到的?“长尾需求在某种程度上是没有效率的,因为它很难形成规模效应。”白洋说,依靠数字技术和算法,可以把很多小众需求汇集起来,不需要一切都达到最大规模生产才有效率,它可以制造出一个又一个局部高效的爆点。

强大完善的供应链体系则提供了有效生产力。“多数中小微企业可能有好的设计能力,也有很好的需求实施能力,但生产制造、物流运输这些能力欠缺。”李纪珍表示,我国有非常强大、可靠的产业链、供应链体系,可以给中小微企业提供全链路赋能。

中小微企业、消费者、代工厂之间的连接

枢纽则是电商平台。淘宝商家成长负责人黄维介绍,2022年淘宝平台推进“行业垂直化”改造,即从行业视角转向产业视角,根据消费趋势和产业特性,制定垂直差异化运营策略,支持中小微企业精准触达目标消费人群,提升消费服务体验能力。家装和家电将在未来3年建立覆盖全国的大件重货“一次上门、免费送装”履约及售后服务体系。

“平台可以连接消费端,也可以连接生产端,做到消费端和产业端的协同。”马述忠说,平台把消费者信息反馈给产业带,反映到制造端,推动产业带和制造端基于需求侧的智能制造。

### 创造沉浸信任消费

近年来,电商向沉浸式体验经济不断升级,内容化成为中小微企业必备的经营能力,专业型垂直类主播涌现,直播电商成为年轻人创业的主要入口之一。电商平台上的各行各业能人高手,正在通过直播,从后台走向前台,以鲜明的个性、兴趣爱好或专业特长,和“粉丝”进行情感连接。平台上涌现了大量“人格化店铺”,他们是专家、玩家、买手、设计师、非遗传承人、手工匠人。极具辨识度的“人设内容+优质商品”,令商家快速且精准地触达目标用户并建立稳定的信任关系。

“内容化是一个很重要的趋势。”马述忠分析,随着中国经济的高质量发展、提质增效,电商平台也处于从粗放到集约的急速转变过程中。我们从对传统流量的重视转到了对种草流量的重视,更加重视内容的感染力。黄维同样感觉到,在过去一年里,淘宝最大的变化在于从交易走向消费,这个变革的核心是以消费者为中心,全面提升用户体验,同时全面提高商家通过直播和内容化服务好用户的能力。

内容化的新经营背后,不只是换个形式贩卖流量这么简单。在白洋看来,内容化的运营很大程度上反映的是基础设施的变化。“电商平台应该意识到这种深层变化,把这种基础设施的变化和平台的能力再结合起来,产生出一个更大的力量。”

张军表示,电商平台早期只是个交易平台,最重要的使命就是提升流量。而扩大到一定的阶段,平台可以去重新配置这些流量,通过调节流量来引导符合社会发展趋势的新赛道。真正的数字经济要通过云端的流量再配置,创造大量的经济价值。

# 发展银发经济重在供给侧发力

熊丽

球比重5.56%,与我国老年人口占全球老年人口20%以上相比,市场发展空间巨大,是扩大内需重要抓手。“十四五”规划和2035年远景目标纲要明确提出,“发展银发经济,开发适老化技术和产品,培育智慧养老等新业态”。

从内容上来看,银发经济既包括老年人用品等传统实物消费,也包括健康管理、家政服务、教育培训、文化旅游、健身休闲、金融支持等服务,以及公共场所、居家环境和智能产品的适老化改造等,涉及老年人生活的方方面面,产业空间可谓广阔。“十四五”时期,我国还将在京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝等区域,规划布局10个左右高水平的银发经济产业园区。

发展银发经济,要发挥有为政府和有效市场的双重作用,推动老龄事业与产业、基本公共服务与多样化服务协调发展。一方面,要坚守政府保基本、兜底线职能,着力满足所有老年人的基本养老需求,增加普惠性养老服务资源,织密扎牢特殊困难老年人兜底保障网。另一方面,要充分发挥市场作用,引导各类市场主体积极参与。

当前,制约银发经济发展的因素,供给和需求两侧都有,但矛盾主要方面在供给侧,要通过扩大供给、提升质量、优化结构、完善标准,有效满足多层次多样化需求。制定老年用品和服务目录、质量标准,规范市场秩序,促进老年用品制造业和服务业加快转型升级,

加大促进健康养老等服务消费,发展适合老年人消费的旅游、养生、健康咨询、生活照护、慢性病管理等产品和服务;稳步推进适老化改造,进一步提升老年生活的安全性和便利化。加快推进互联网、大数据、人工智能、5G等信息技术和智能硬件在老年用品领域的深度应用,加快培育新产业、新业态、新模式。

发展壮大银发经济,关系亿万老年人幸福晚年,也是高质量发展的重要内容,大有可为,正当其时。

## 业界点睛

本版编辑 李芃达

### 江西抚州高新区

#### 新能源汽车产业链条日趋完善

近年来,江西省抚州高新区围绕新能源汽车及零部件产业链,不断扩大产业集群规模,产业链条日趋完善。目前,包含电池、电机、电控等完备产业链的新能源汽车及零部件产业基地初具规模。2022年1月至10月,产业产值已超164亿元,预计全年产值将超200亿元。

电池是新能源汽车的核心零部件。走进新能源动力电池产业园,生产和建设同步进行的场景生机勃勃。抚州弗迪电池有限公司负责人介绍,产业园主要负责新能源动力电池电芯、模组及相关配套产业等核心产品制造,主打产品“刀片电池”在安全、强度、续航、寿命、耐低温、功率6大方面具有优势。项目总投资80亿元,分两期建设,共有8条全自动化生产线。目前,2条生产线已投产,其余6条生产线正在调试。全部通线投产后年产能可达15GWH,年产值约150亿元。

电解铜箔是新能源动力电池的重要材料。江西铜博科技有限公司作为抚州高新区一家主要生产4.5微米(含)以上高性能超薄电子级铜箔的锂电池原材料生产企业,已与宁德时代、亿纬锂能等新能源头部企业建立合作。随着新能源汽车产业园的扩大,公司计划在2023年启动三期年产2万吨高性能超薄电子铜箔项目,全部项目投产达标后年产能达7万吨,将解决当地就业人数1200人。

近日,新能源汽车产业园已与抚州高新区完成签约,将追加投资兴建二期项目。抚州高新区新能源汽车及零部件产业“链”动发展势头将更加强劲。

(数据来源:江西抚州高新技术产业开发区党群工作部) · 广告

### 邮储银行临海市支行

#### 为户外劳动者营造“温馨之家”

近日,邮储银行临海市支行营业部“户外劳动者服务站点”挂牌成立。临海市支行在“邮爱驿站”的基础上,不断完善网点功能设施,精心设置和配备了卫生间、饮水机、微波炉、冰箱、医药箱、日常维修工具、书报、雨伞、充电器、放大镜、老花镜等各类惠民服务设施,帮助户外劳动者解决喝水难、热饭难、歇脚难、如厕难等实际问题,积极营造一个“温馨之家”。

此外,营业部自发组成户外劳动者服务志愿队,定期为周边的户外劳动者提供关爱服务,服务对象主要包括环卫工人、出租车司机、快递员等户外工作者,及老弱病残孕等需要特殊关爱的群体。特别是近几天气温骤降,周边的户外劳动者经常到网点寻求帮助,大堂服务人员热心地帮他们热饭热菜,递上一杯热水,赢得了大家的称赞。志愿队还定期“走出去”,为户外劳动者送上暖心早餐,让他们感受到切切实实的邮储温情。

工会户外劳动者服务站点建设,是邮储银行临海市支行营业部成功创建十佳网点之后,践行邮储大行责任担当的又一善举和利民之举,成为服务群众的重要窗口。用热情周到的服务让户外劳动者敢进来、愿进来、想进来,切身感受邮储银行的关爱和温暖。

· 广告

### 邮储银行台州市分行

#### 助企纾困 促进共同富裕

个体工商户是我国民营经济的重要组成部分,在繁荣市场、促进就业、维护社会稳定、促进共同富裕方面,发挥着重要作用。邮储银行台州市分行一直以来致力于服务“三农”、服务小微,高度重视做好个体工商户金融服务工作。

一是加强走访对接,结合稳经济一揽子政策措施宣贯、落实活动以及小微贷户拓展升级、小微主体信用融资改革等活动,积极走访对接个体工商户融资需求。自今年7月份以来,组织支行落实每位客户经理每周走访至少5户小微企业主及个体工商户,对接小微企业主及个体工商户融资需求,截至目前走访对接小微企业主及个体工商户已逾5000户。通过走访了解小微企业主及个体工商户困难及诉求,创新金融产品和服务,拓展“贷款码”应用场景,加大首贷、信用贷款投放,及时便捷满足个体工商户合理融资需求。二是落实延期还款政策。对受疫情影响暂时还款困难的个体工商户,给予延期还款、无还本续贷等政策,努力做到应延尽延。

截至目前,邮储银行台州市分行为个体工商户贷款结余96.32亿元,其中信用贷款结余3.67亿元,较2021年末净增8.91亿元,增速10.19%。拓展个体工商户首贷户94户,发放贷款金额6521.1万元。已对13户小微企业主及个体工商户办理延期还款、无还本续贷业务,涉及贷款金额2126万元。

(数据来源:邮储银行台州市分行) · 广告

### 贵州遵义市汇川区高桥街道

#### 扩道路 助发展 保安全

要发展集体经济、不断满足群众对美好生活的需求,道路交通是基本保障。贵州省遵义市汇川区高桥街道地处城郊接合部,道路设施年久失修,让高桥街道的集体经济发展受到一定程度限制,高桥街道的居民日常出行不便成为群众反映较多的问题之一。为此,高桥街道从着力解决产业发展、改善街道环境入手,充分发挥党建引领作用,加快推进道路修建硬化工作,受到当地居民的欢迎,高兴地称之为“产业路、出行路”。

“盼了一辈子的路终于修到我家门口了,雨天走路不湿鞋,车子也能开进来,出行方便多了!”家住高桥街道十字社区的老冉已有93岁高龄,看着家门口长800米、平均宽3.5米的硬化道路欣慰地说道。这条路不仅使周围70户195名邻居的日常生活质量有了显著提高,更作为产业致富路带动起社区集体经济发展。2022年以来,高桥街道十字社区党组织开展“书记工程”项目,陆续开展食用菌种植项目、四化居民组饮水工程项目等惠民工程。

高桥街道硬化道路的投用,成功释放了社区100多亩闲置土地发展特色产业,撬动地方经济发展,助推居民增收,为富民强社区夯实基础,使广大居民群众得到了真正的实惠。(数据来源:遵义市汇川区高桥街道党工委) · 广告

直播「活」起来

一手扶着琴身,一手操着琴弓缓缓拉动,二胡演奏家颜云玉用一曲悠远绵长的《月满西楼》拨动观众心弦,展示着古典与现代的美……通过一方小小屏幕,人们突破时与空、虚与实的界限,触及非遗背后的匠心和古韵,这也是众多非遗传承人通过直播、短视频方式实现“活态传承”的一个缩影。

近日,由清华大学新闻与传播学院课题组联合抖音发布的《活态传承——直播打赏与非遗传播研究报告》指出,非遗从业者通过直播间、短视频进行文化展演,拓宽创收渠道,获得观众认同,也让大众得以进行文化消费,助力非遗实现“活态传承”。

何谓“活态传承”?报告解释,以往非遗传承是相对固态的、静止的传承,以“博物馆”式的记录留存为主。而在当前的深度媒介化时代则讲求“活水养鱼”,广泛吸引包括传承人、大众、各类媒介平台在内的多元主体,真正参与到非遗传播中来,赋予非遗文化发展活力。

中国传媒大学教授刘俊认为,近年来非遗直播、短视频实现了精品化发展,在创作上不断提升品质,非物质文化遗产“活”起来,使得人们能够触摸到非遗的“体温”,拉近了人们与非遗文化之间的距离。非遗得以在日常交流当中扮演重要角色。

在直播间听戏曲、赏国乐、看演出已经成为新潮流。以民乐为例,数据显示,过去一年里,抖音民乐直播累计超过178万场,开播时长超过233万小时,相当于每天有4270场中小型民乐演奏会在抖音直播上演,与之相对应的一个一线城市在疫情前每天演出场次在100多场。

“如今,直播、短视频平台丰富了传承者实现价值的渠道,调动了大众参与非遗的热情,打赏、直播带货等经济方式进一步释放了非遗传播的活力。”清华大学新闻与传播学院副院长张铮认为,现在的短视频与直播帮助非遗实现了从拯救到创收的转变,探索出可持续活化手段,一方面面向消费者实现了文化普惠,另一方面帮助了更多的非遗传承人通过展现独特技艺,开辟了自身产业发展出路。

《报告》指出,在直播、短视频中,经济化媒介行为与非遗文化深度融合,正不断推动非遗文化产业的代际重塑,形成以直播为核心的文化产业模式。年轻群体用点赞、消费等方式表达对非遗的“欣赏”,提升用户对非遗文化的认同感。非遗从业者获得经济和物质的双重认同,激发创作热情,坚定传承信心,用产品思维打磨和输出自身优质内容,提升个人的经济效益。内容端与消费端在持续互动,加速非遗传播从静态通往活态、从守旧走向出新。

数据显示,截至2022年6月,国家级非遗项目抖音覆盖率99.74%,相关视频点赞量超94亿。过去一年,抖音非遗项目直播场次同比增长642%,平均每天直播1617场,获得打赏的主播人数同比增长427%。其中,获得收入的非遗传承人数量同比增长34%,非遗好物销量同比增长668%。

“对非遗来讲,保护本身只是手段,而不是目的。”清华大学美术学院副院长方晓风评价,非遗传承人相较于其他领域从业者,技能的提升要经历长期文化积淀与锤炼,因此更需要大众给予物质层面的帮扶与价值层面的认同。非物质文化遗产保护只是过程,真正的目的是使文化自身形成一种生命力,使它真正能走入生活,走入市场,营造出一个更为完善的文学生态,实现可持续变现、盈利发展。

据抖音直播运营总监石敏介绍,抖音先后发起助力戏曲传承的“DOU有好戏”、助力中国舞普及的“舞蹈传承计划”、助力国乐传承的“DOU有国乐”等计划,从资源、流量、服务等层面帮助演员、从业者打造线上舞台,服务非遗传播传承。

中国社会科学院新闻与传播研究所教授冷凇建议,未来要规范“非遗+”发展路径,引导“直播+非遗”生态优化,拓展“非遗+”产业链条,在传承和创新中拉动市场;吸引非遗专业人士入驻平台,沉淀优质内容,打造非遗文化系列IP,赋能文旅消费,推动非遗产业跨界融合,以多元方式打开传统文化面貌。