

中央地方 800 项政策密集出台 中小企业如何扛过艰难时刻？

近期多份调查报告显示,中小企业受疫情影响严重,复工复产进展不快。为支持中小企业渡过难关,近一个多月来,中央和地方密集出台各类扶持政策 800 项。中小企业如何扛过艰难时刻？

中央和地方密集出台 800 项政策

随着疫情防控形势持续向好,除湖北外,全国工业大省、规模以上工业企业开工率大多已经超过 90%。相比之下,中小企业复工率整体尚不太高。工信部数据显示,截至 3 月 6 日,全国中小企业复工复产率为 52%。多份调查报告显示,订单和营收减少,刚性支出压力增大,现金流吃紧,是当前中小企业面临的共同挑战。

自 1 月底以来,中央和地方密集出台减负纾困政策。中国政府网和工信部中小企业局推出的疫情防控支持中小企业政策库显示,截至 3 月 7 日,国家层面已出台 146 项政策文件;除西藏、新疆以及港澳台地区外,全国 29 个省区市推出的地方政策多达 654 项。

记者发现,上述 800 项政策主要围绕为企业减负、加大金融支持、增加财税补贴、支持稳岗就业、优化政府服务

云复工、抢风口、抱团取暖,企业突围自救

面对疫情冲击,不少中小企业发挥“船小好调头”的优势,主动谋变,突围自救。

传统行业“云复工”催生新业态。为避免人员聚集,餐饮、零售、家装、房地产中介、教育培训等传统行业企业纷纷“线上复工”,将服务场景从线下搬到网络。

近日发布的《淘宝经济暖报》显示,2 月份以来,已有 100 多种线下职业都在淘宝直播找到了新的可能性,催生“外卖+直播”“云导购”“云卖房”“云健身”等新业态。

“直播营销不仅满足了消费者需求,还为各品牌商户积蓄了客流,疫情结束后,线上直播销售也会成为常态。”居然之家山西分公司运营管理部营销经理韩兆龙说,2 月 6 日在淘宝直播以来,20 个门店 700 多个商家已直播 800 余场,产生销售 2000 多笔。

企业“触网上云”的步伐向第二产业延伸,包括煤炭、焦化、钢铁在内的传统企业对在线物流等云服务的需求也在增加。

此外,对于部分企业来说,复工不是简单“重启”,抢抓新经济风口谋求逆势增长,是一个明显趋势。在线买菜、火锅外卖等数字化“宅经济”,在重塑消

需加强优惠政策落地,推动企业复苏重生

不久前召开的中央政治局会议指出,要加大对重点行业和中小企业帮扶力度,救助政策要精准落地,政策要跑在受困企业前面。记者调查发现,一些地方在政策制定和落实的过程中,还存在不到位的问题。

有的层层甩锅,以文件落实文件。记者注意到,在中部某省,为鼓励业主为租户减免租金,省级政府提出“属地政府可采取适当方式给予补贴”,市级政府表示“县区政府可采取适当方式给予补贴”,但到了县里只剩“鼓励”,没有具体补贴方式。

有的层层缩水,企业获得感不强。

等方面。

多地及时出台实施细则,推动政策落地。在 654 项地方政策中,不少以“细则”“操作”“办法”为关键词。比如,上海市浦东新区将各类企业停工期间组织职工参加的各类线上职业培训,纳入地方教育附加专项资金补贴范围,并就补贴标准、申报方式等做出规定;山西省晋中市财政局出台文件,明确对中小企业减免租金的标准、流程等。

此外,一些地方还主动加大力度。比如,在落实普惠性税收减免政策的同时,北京、西安等地对受疫情影响大的中小微企业,停征特种设备检验费、污水处理费和占道费。在金融支持方面,银保监会要求 2020 年普惠型小微贷款融资成本再降 0.5 个百分点,湖北、福建、云南等地提出的目标为再降 1 个百分点左右。

费和生活模式的同时,为企业转型打开新的增长空间。

淘榜单日前发布的报告显示,受疫情影响,不少线下商店转向线上卖货,2 月份淘宝新增商家 100 万户,淘宝直播开播的商家环比增幅达 719%,成交金额比去年翻倍。

网络诊疗、在线教育、在线办公、智能配送等新模式新业态成为各地着力培育的热点。上海、浙江将 2020 年受理的企业科技创新券使用额度上限提升至 50 万元,并支持相关企业为中小企业免费提供云上办公服务。

值得关注的是,一些大型企业减免工具费用,与中小企业一起抱团取暖。携程对全国约 8000 家门店暂免 3 个月管理费,蚂蚁金服旗下网商银行对 150 万家湖北小店和正在抗击疫情的 30 万医药类小店利息下调 10%,阿里巴巴免去所有天猫商家 2020 年上半年平台服务年费。

此外,万达商场、华住集团等线下企业也通过减免租金及物业费、减半收取加盟管理费等形式,帮助商户渡过难关。

阿里巴巴发布的数据显示,截至 3 月 2 日,已有 30 万商家从网商银行拿到了利率八折的 100 亿元特别扶助贷款。

在援企稳岗方面,国家和省级层面都要求对于不裁员或少裁员的参保企业,返还其上年度实际缴纳失业保险费的 50%,人社部还放宽了“少裁员”的标准。但在有的地方政策中,享受失业保险费返还政策的范围被限定为“不裁员的企业”。

“当务之急是抓好落实。”复旦大学经济学院副院长孙立坚认为,各地规上企业开复工已基本恢复正常,正是打通产业链条,推进中小企业复工复产的关键期,各地要以更大力度优化服务,明确细则,简化流程,把各项优惠政策变成“及时雨”。(据新华社)

线上线下热销、烹调花样翻新…… 宅家催生的“泡面热” 能“长红”吗？

口罩、酒精紧俏,泡面也成了抢手商品。新冠肺炎疫情暴发后,因长时间“宅家”以及复工后单位、企业食堂暂不经营等原因,方便食品尤其是方便面消费升温。而在近几年,方

宅家催生“泡面热”

番茄肥牛泡面、泡面芝士披萨、方便面煎饼……宅在家里的人发明了多种泡面新吃法,微博话题“宅家泡面都被玩坏了”阅读量目前已超过 2.5 亿。泡面不只是在家办公白领的“伴侣”,也成为一些已复工人员的选择。

泡面走红,带动其在线上线下的销售。在上海肇嘉浜路一家超市,记者看到,各大品牌的桶装、袋装方便面被摆放在显眼位置,5 包装等外包装方便面更受消费者青睐。工作人员说,从春节开始,除洗手液、消

高铁普及、外卖冲击“车厢里泡面味越来越淡”

从行业日趋萎缩到再次走红,方便面在人们餐桌上的角色出现了戏剧性的变化。我国是方便面消费大国,根据前瞻产业研究院相关报告,我国方便面年消费量在 2013 年前后达到顶峰,约 462.2 亿包,此后逐年下滑,2016 年相比 2013 年下降了近 80 亿包。

这轮方便面消费量走低主要受高铁普及、外卖冲击等因素影响。长期以来,方便面主要消费食用场景之一是长途火车。近几年随着高铁大发展,旅途时间缩短,旅客在路途上的用餐需求减弱。因工作原因长期往来北京、上海的佟丽楠说,“四五个小时的路程吃点零食就过

行业是否持续回暖需打问号

事实上,在此次疫情前,方便面行业已经出现一定的回暖迹象。康师傅财报显示,2019 年上半年集团泡面事业收益为 115.44 亿元人民币,同比增长 3.68%。根据统一发布的公告,2019 年上半年统一方便面业务收益为 42.68 亿元人民币,同比增长 2.8%。

食品产业分析师朱丹蓬说,2018 年开始的方便面行业恢复性增长,有企业产品创新等因素影响,如康师傅、统一均推出单价超过 10 元的高端方便面,加速产品迭代升级吸引年轻消费群体,此外也有外卖补贴逐步退坡,外卖客单价抬

便面消费还因外卖崛起、高铁普及、健康观念变化等因素日趋转冷。业内人士认为,疫情带来的“泡面热”有一定偶然性,行业是否持续回暖还有待进一步观察。

毒液外,速冻水饺、面条、自热火锅、泡面等速食食品受到欢迎。

苏宁数据显示,2 月 3 日到 3 月 2 日,苏宁线上线下方便速食产品销量同比增长 160.6%,最受欢迎的前三类产品分别是方便面、方便粉丝以及速食火锅。其中,方便面销量同比增长 237.2%。山东临沂一家乡镇超市负责人说,因为销量大增,各家超市都在备货,一度出现方便面、火腿肠等食品缺货的情况。

去了,高铁车厢里泡面味越来越淡了。”

外卖行业发展也是影响方便面消费量的因素之一。根据《中国餐饮行业发展现状及未来展望》报告,2013 年—2017 年,我国外卖市场规模每年增速均超过 100%。2017 年,外卖订单总量增长 158%,三四线城市订单总量占比 34%。特劳特中国首席咨询师王方浩说,尤其是在低线城市,多、快又好吃的外卖更多取代了方便面原本作为“一顿饭替代品”的位置。

此外,性价比较高的连锁餐饮业迅猛发展、人们健康观念的变化,也影响到方便面消费量。

升等客观因素影响。

特劳特中国首席咨询师王方浩认为,高铁带来的旅途便利、消费升级等因素不可逆转,疫情下方便面热销有较大偶然性,行业能否持续回暖需打个问号。

“但方便面的市场需求不会消失,方便面操作简单、快速能吃、高性价比和消费习惯一直都在,这些特点满足了消费者的快速代餐需求。”王方浩说,再加上方便面行业集中度高,头部企业规模大,线上线下渠道通畅等因素,即便这次热销过后,该产业仍然会有一定市场。(据新华社)