



2023 中小微企业经营状况 与数字化转型 调研报告

研究顾问

司晓·陈勇

策划

张钦坤·徐滔·高大为·柳雁军·戎飞腾·王洋

联合研究团队

李刚·邹晓婷·温博欣·王诗卉·陈维宣

写在前面

中小微企业是中国经济重要组成部分。习近平总书记在《致 2022 全国专精特新中小企业发展大会的贺信》中指出：“中小企业联系千家万户，是推动创新、促进就业、改善民生的重要力量。”过去十年，随着国内总体营商环境的持续改善，我国中小微企业不断发展壮大，产业布局更为合理，在国民经济和社会发展中的作用日益显著。根据工信部和市场监管总局数据，2022 年我国中小微企业数量已超过 5200 万户，占全国企业总数的 98.4%。

5200

2022 年我国中小微企业数量
已超过 5200 万户，
占全国企业总数的 98.4%。

98.4%

2023 年是中国经济突破重重困难，保持稳定发展的一年。在这一年里，我国中小微企业的经营绩效如何？在经营中面临的主要问题是什么？支持政策的落地效果如何？是否面临明显的融资困难？在数字化营销方面的进展及成效如何？对未来的预期如何以及是否计划扩大规模？腾讯研究院联合腾讯企鹅有调，按照每季度一次的频率，就中小微企业的经营状况、面临困难、政策支持、融资情况、数字化转型、市场预期等关键问题，通过在线问卷的形式了解相关情况并做分析，尝试回答上述问题。

调研结果显示，2023 年，样本企业的盈利水平、营收增速、市场预期和投资意向指数呈现波浪式前进、曲折式发展的特点。整体盈利水平下降，但营收增速平稳。市场预期和投资意向指数在二季度触底后下半年稳定向好。中小微企业面临的经营困难主要集中在生产环节，降低要素成本和提升生产效率成为改善企业经营困难的重点。政策支持对企业盈利水平、营收增速、市场预期和投资意愿有积极影响。营



商环境“体感温度”指数反映出政策支持是营商环境改善的主要驱动因素。

样本企业融资需求比较旺盛，实际缺口较大。阻碍企业融资的主要因素集中在资产负债表上。银行外渠道融资份额较大，且有持续扩大的趋势。销售线上化有序推进，线上销售份额较小但增速快，多渠道经营是主流模式。中小微企业数字化转型主要通过与大型互联网平台结合推进线上销售。总体来看，政策支持、降低融资成本和推进企业数字化转型是改善中小微企业经营状况的关键。

调研中，我们也发现，当前，中小微企业的生产经营正面临多重压力。包括需求走软，销售和运输成本增加，同业竞争激烈；租金压力较大，劳动力、原材料等方面的成本支出增加；“融资难、融资贵”问题的成因复杂，很难简单通过增加供给的方式解决。数字化转型为中小微企业提供了新思路，有助于扩大中小微企业产品与服务的触达范围，提高消费者粘性；有助于降低中小微企业的生产经营成本，优化企业经营绩效；有助于提高企业的数据决策能力。

中小微企业发展尤其需要政策呵护。中小微企业的内生动力往往相对脆弱，对外部环境变化敏感。调研结果也显示，政策支持力度变化会显著影响到样本企业对营商环境的感受。政府还可以进一步丰富面向中小微企业的政策工具箱，更加精准地识别和匹配中小微企业的困难点，提高政策措施的效度。

报告共分六个章节，第一章介绍调研执行过程及样本结构；第二章总结四季度样本企业总体情况；第三章回顾样本企业全年经营活动和线上化进展；第四章分析不同行业中小微企业在过去一年的发展状况；第五章比较不同地区间中小微企业经营状况差异；第六章总结全文并提出相关建议。



目录



第一章 调研的执行和样本

调研的执行和样本	1
----------	---



第二章 四季度基本情况

盈利环比温和下降，营收增速环比略有减低， 预期和投资环比基本持平	7
困难点环比无明显差异，政策支持力度增强	8
有融资行为的样本企业占比环比下降， 融资成本基本持平	10
线上化率略有增加，线上销售增速较快， 主力渠道集中	11
小结	13



第三章 全年回顾

经营基本状况：波浪式发展，曲折式前进	15
营商环境“体感温度”的 U 型反转	16
融资情况及阻碍融资因素	24
线上化总体进展和主要特征	27
小结	30



第四章 行业间差异分析

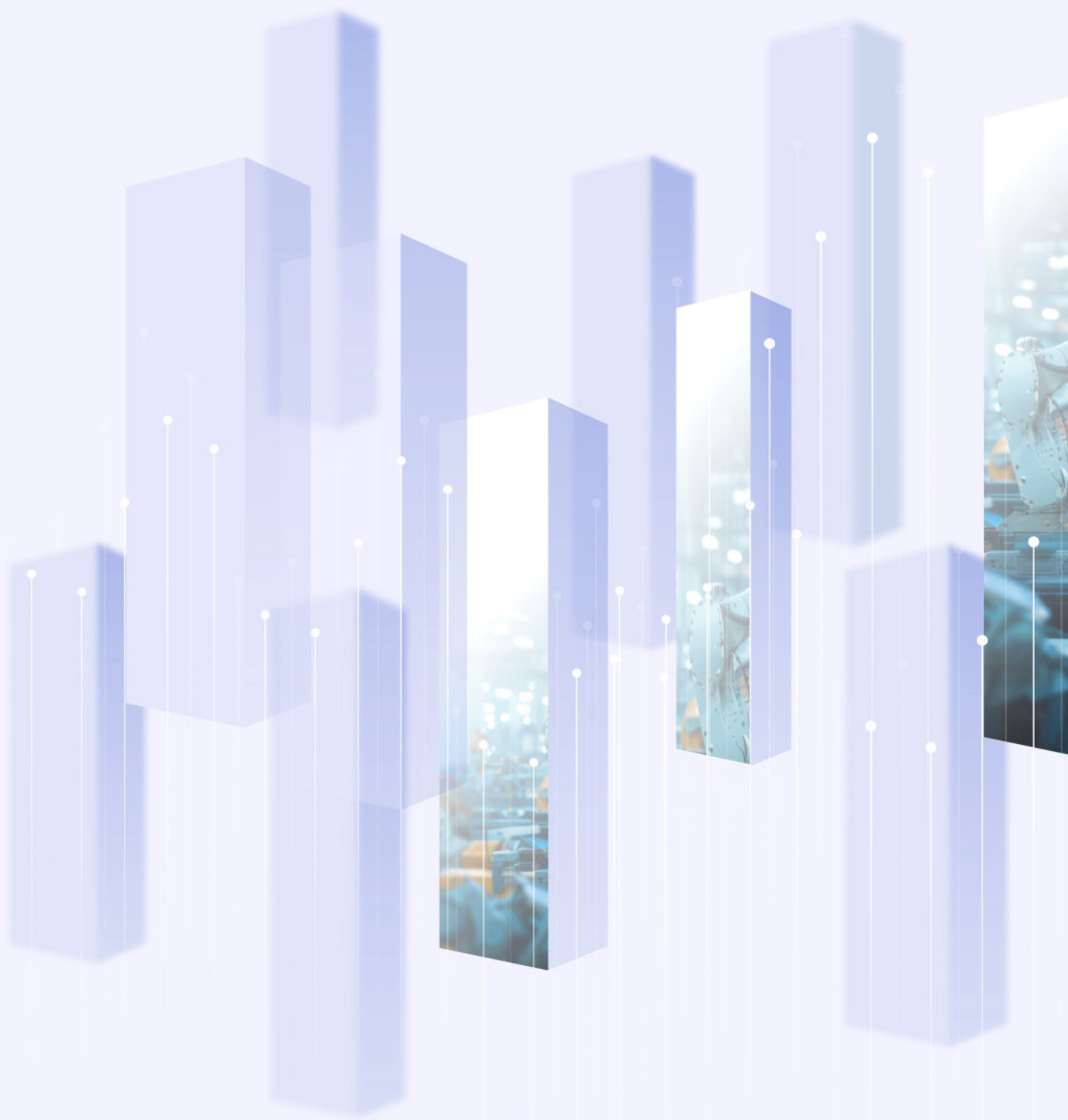
行业间基本经营状况比较	32
市场预期指数和投资意向指数行业间差异较大	33
行业间成本构成和毛利率均值比较	34
行业间体感温差大，困难点和支持政策分布集中	37

行业间融资总需求差别较大，银行融资占比较低	43
行业间线上化差异较大，线上销售增速分化	45
小结	47

第五章 地区间差异分析	各地盈利水平和营收增速走出不同行情	50
	地区间市场预期和投资意向同步变化	51
	地区间营商环境“体感温度”走势相同但均值差距大	52
	各地企业融资状况	54
	线上化率稳步提升，线上销售占比、销售增速稳定在高位	57
	小结	59

第六章 总结与建议	主要结论	61
	意见和建议	62
	未来规划	63

附录一	调研问卷	65
附录二	指数计算方法	67
附录三	赋权尝试	69
后记	后记	73





第一章 调研的执行和样本

2023 年中小微企业经营状况与数字化转型调研报告

本工作由“腾讯研究院”“腾讯企鹅有调”联合完成，主要研究方法为调查问卷。问卷发放精确覆盖企业主群体，样本具备代表性。数据回收后，研究团队通过多个检验指标对样本进行清洗校验，进入分析的样本数据可靠性良好。总体来看，本次调研工作符合问卷调查的各项方法论与技术要求。



“腾讯研究院”是腾讯公司设立的人文社科研究机构，自 2014 年成立以来，逐渐形成了四个研究版块：一是法律政策研究，包括网络版权、未成年人网络保护、数据治理与保护等；二是产业研究，包括前沿科技、数字经济、数字内容、智慧城市等；三是科技伦理与数字社会研究，包括科技向善、技术哲学、乡村振兴、信息无障碍、数字适老等；四是宏观经济与金融研究，包括宏观经济，金融科技等。



“企鹅有调”是腾讯旗下调研研究品牌，依托专业、高效、科学的在线调研能力，开展公众态度测量、用户满意度调查、社会价值评估等量化研究项目。目前有调平台通过线上线下多样招募渠道积累起覆盖全国的 100 余万调研样本池，在公开、透明、自愿的基础上，以合规的方式挖掘出上千个样本标签，数据校验和质量控制方式多样可控。



在《2023 年中小微企业经营状况和数字化转型调研》正式开始之前，腾讯研究院与腾讯企鹅有调合作分别于 2021 年中和 2022 年三季度进行过两次相关题目的前置调研，对问卷的结构、问题的信度、效度、样本的稳定性做了初步探索，并根据结果对相关问题进行了调整。

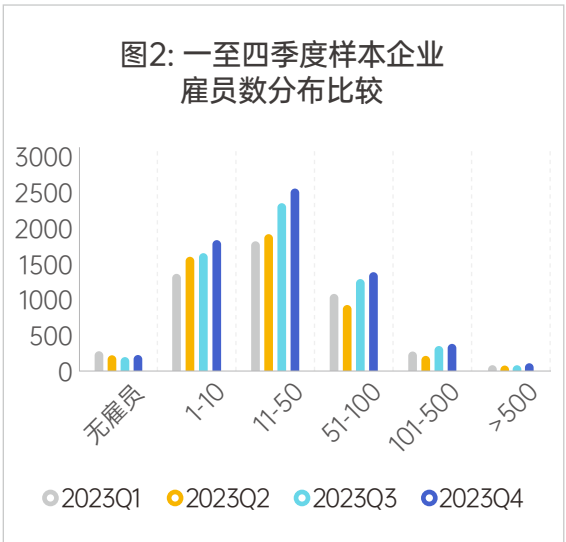
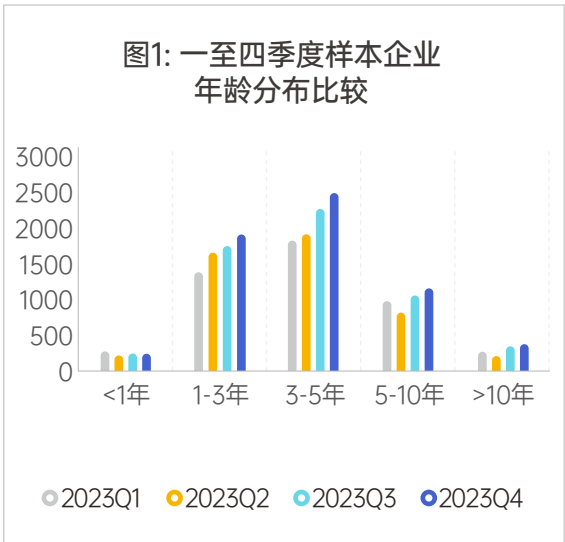
2023 年初，在两次前置调研的基础上，我们对问卷进行改版升级，一是大幅扩充问卷内容，新增样本企业的经营成本、融资情况、支持政策等问题，更全面了解样本企业的经营状况和环境；二是将调研频次提升为每三个月进行一次的季节调研；三是扩大样本量，持续优化投放策略，提升样本代表性。

表 1：历次调研情况

	问卷结构	数据采集	样本量
前置调研 (一)	画像（规模 / 年龄）；经营（盈利 / 增速）； 数字化（销售占比 / 增速 / 渠道 / 成本）	2021 年 7 月 30 日～8 月 4 日	2449
前置调研 (二)	画像（规模 / 年龄）；经营（盈利 / 增速 / 困难点）；数字化（销售占比 / 增速 / 渠道 / 成本）	2022 年 9 月 6 日～9 月 20 日	2524
2023 年 一季度调研	画像（规模 / 年龄；经营（盈利 / 增速 / 困 难点 / 支持）；融资（需求 / 利率 / 阻碍）； 数字化（销售占比 / 增速 / 渠道 / 成本）； 信心（预期 / 投资）	2023 年 4 月 3 日～4 月 12 日	4548
2023 年 二季度调研	画像（规模 / 年龄；经营（盈利 / 增速 / 困 难点 / 支持）；融资（需求 / 利率 / 阻碍）； 数字化（销售占比 / 增速 / 渠道 / 成本）； 信心（预期 / 投资）	2023 年 7 月 6 日～7 月 12 日	4666
2023 年 三季度调研	画像（规模 / 年龄；经营（盈利 / 增速 / 困 难点 / 支持）；融资（需求 / 利率 / 阻碍）； 数字化（销售占比 / 增速 / 渠道 / 成本）； 信心（预期 / 投资）	2023 年 9 月 15 日～21 日	5454
2023 年 四季度调研	画像（规模 / 年龄；经营（盈利 / 增速 / 困 难点 / 支持）；融资（需求 / 利率 / 阻碍）； 数字化（销售占比 / 增速 / 渠道 / 成本）； 信心（预期 / 投资）	2023 年 12 月 20 日～25 日	6003

升级后的样本更聚焦在调研核心关注群体，即中小微企业主。四个季度的样本在企业规模、年龄、所在行业、地区、企业主学历等维度上保持了分布规律的一致性。极少数问卷出现单选题重复选择单一选项或者多个多选题均勾选所有选项等问题，回答质量较低且可能给后续分析带来偏差，需要剔除。剔除后全年样本总量由 20671 变为 20511。

调研的样本企业年龄主要分布在 1～5 年区间，在所有四个季度的占比均超过六成；雇员数主要分布在“1-10 人”和“11-50 人”两个区间，“51-100 人”区间也有较多样本企业分布，与调研的“中小微”定位一致。



样本企业分布在 13 个行业大类。分布最集中的四个行业为“贸易 / 批发 / 零售 / 租赁业”“生产 / 加工 / 制造”“餐饮 / 旅游 / 居家服务业”和“交通 / 运输 / 物流 / 仓储服务业”，占比之和稳定超过七成。“金融业”“房地产 / 建筑业”“能源 / 矿产 / 环保”“政府 / 非盈利机构”和“农 / 林 / 牧 / 渔 / 其他”等五个行业一至四季度样本量均在 100 以下，导致潜在抽样的偏差较大，因此在后续的行业情况讨论中，不再单独分析。

企业主年龄分布集中在 20 ~ 45 岁的年龄区间，一到四季度均值分别为 32.8 岁、32.6 岁、32.4 岁、32.5 岁，四个季度中位数均为 33 岁。季度之间的年龄分布差异极小。

北京、山西、广东、河北、辽宁是样本企业地理分布较为集中的五个省级行政区，季度间样本地理分布区别差异较小，区域分布比较稳定。

图3: 一至四季度样本行业分布比较

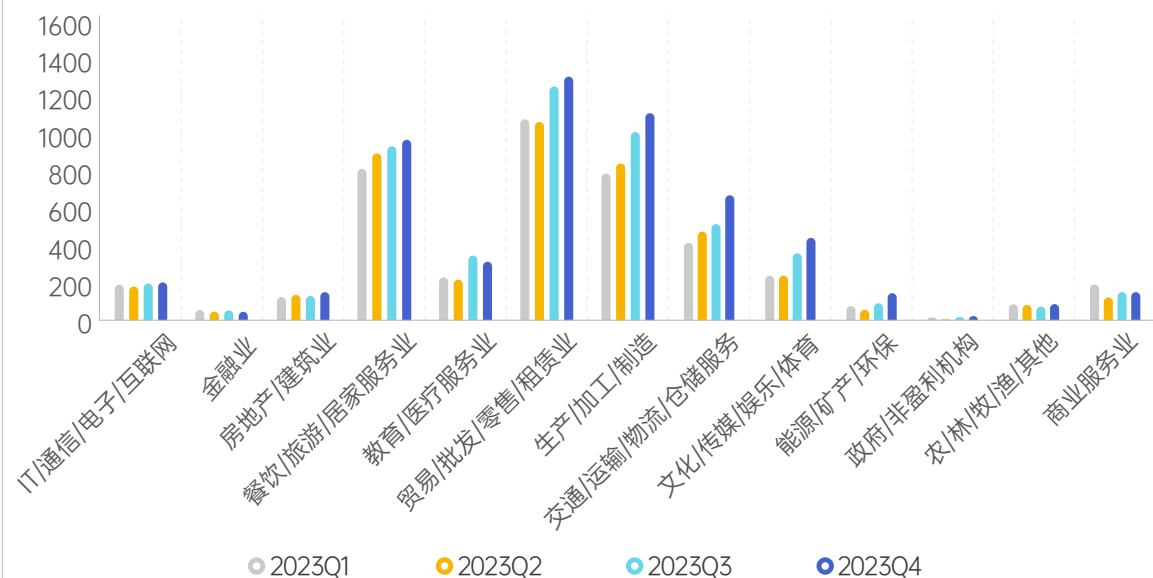


图4: 一至四季度样本企业省份分布比较

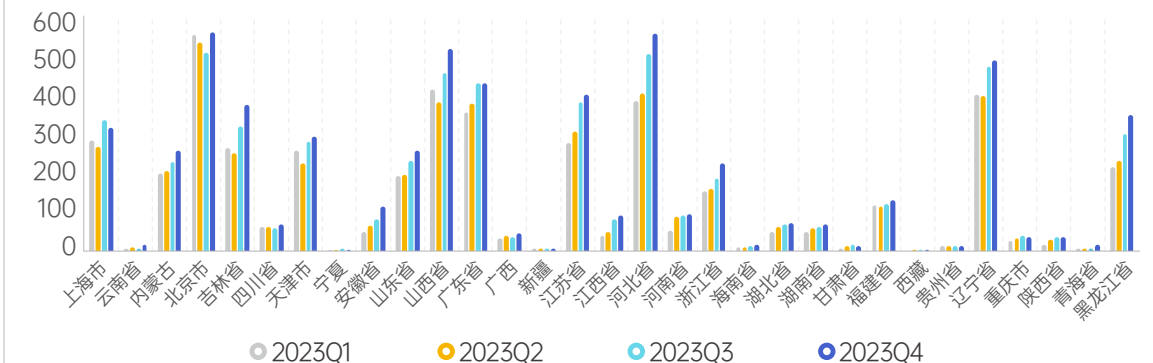
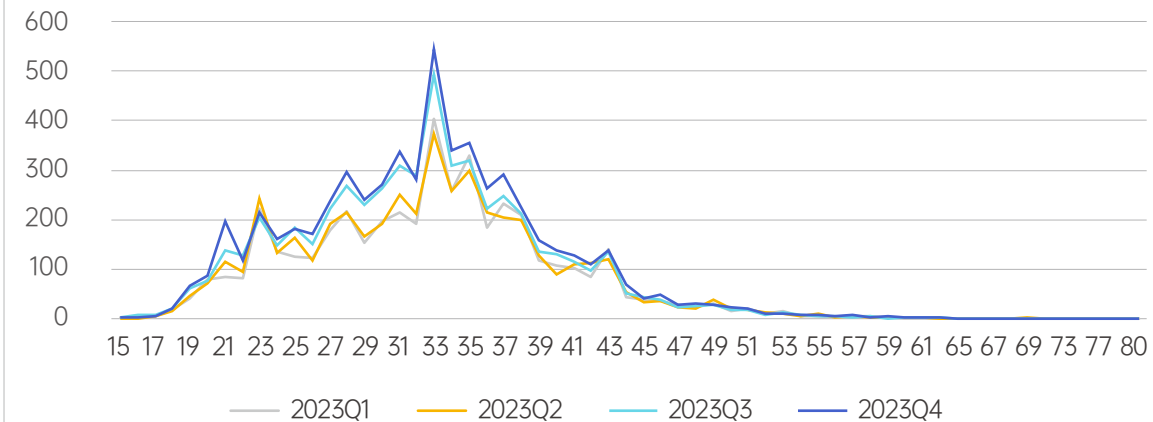


图5: 一至四季度样本企业主年龄分布比较





第二章 四季度基本情况

2023 年中小微企业经营状况与数字化转型调研报告

1 盈利环比温和下降，营收增速环比略有减低，预期和投资环比基本持平

盈利水平季度环比温和下降，主要表现为“大幅盈利”企业占比降低。四季度78.9%的样本企业实现盈利，较第三季度的80.3%下降1.4个百分点。其中“大幅盈利”企业占比15.6%，较第三季度的17.4%下降1.8个百分点，创下年内新低。企业亏损面（选择“微亏”和“严重亏损”的企业占比之和）为5.5%，与第三季度的5.4%持平。

营收增速季度环比略有减低，主要表现为增速较快企业占比降低。四季度营收增速高于30%的企业占比为24.1%，较第三季度的26.1%下降2.0个百分点，增速在“11~30%”之间的占比45.1%，较第三季度的43.4%增加1.7个百分点。企业停滞面（选择“零增长”和“负增长”企业占比之和）为6.1%，较第三季度的5.7%略有升高。

图6: 四季度样本企业盈利水平变化

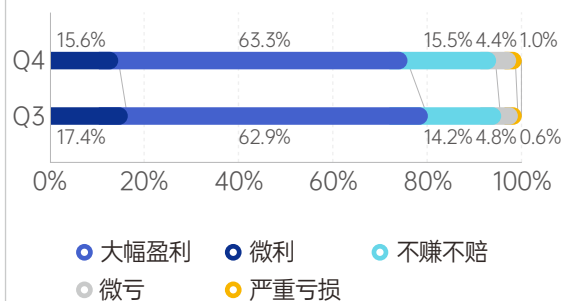
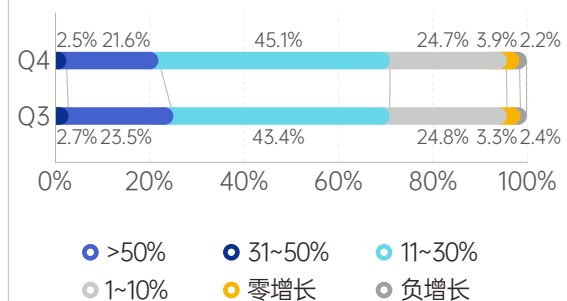
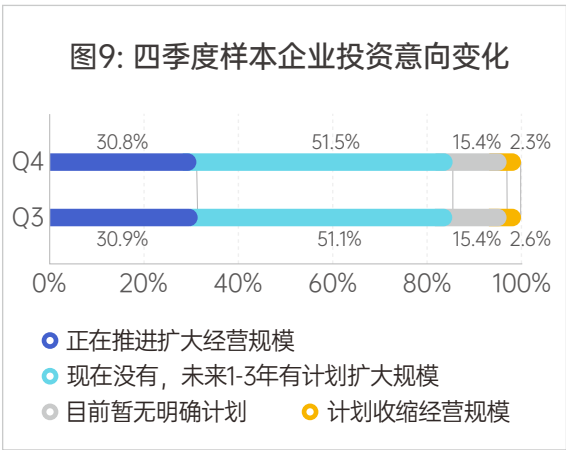
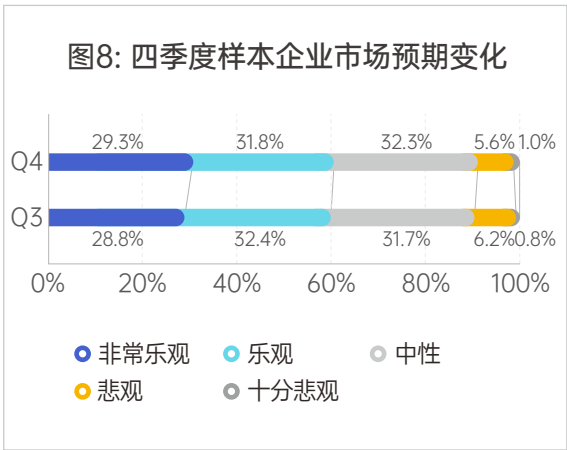


图7: 四季度样本企业营收增速变化



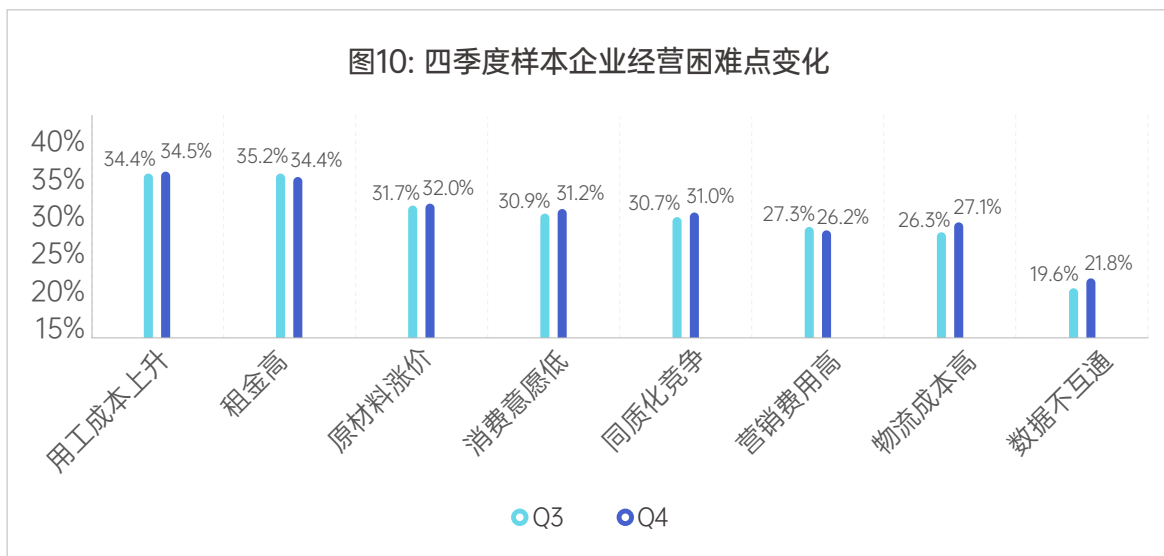
市场预期季度环比基本持平，稳定在一个比较高的水平上。四季度看好市场（选择“乐观”和“非常乐观”）企业占比61.0%，与第三季度的61.2%基本持平。看空市场（选择“悲观”和“十分悲观”）企业占比6.7%，与第三季度的7.1%相比略有下降。整体来看，四季度样本企业对未来市场预期与三季度持平。

投资意向季度环比无明显变化，维持在相对高位。四季度 30.8% 的样本企业正在进行投资以扩大经营规模（前值 30.8%），未来 1~3 年有扩大经营规模计划的样本企业占比 51.5%（前值 51.1%），计划收缩经营规模样本企业占比 2.3%，与第三季度的 2.6% 相比有微幅下降。考虑到年末是传统的投资淡季，样本企业的投资热情整体上保持了第三季度的势头，稳定向好。

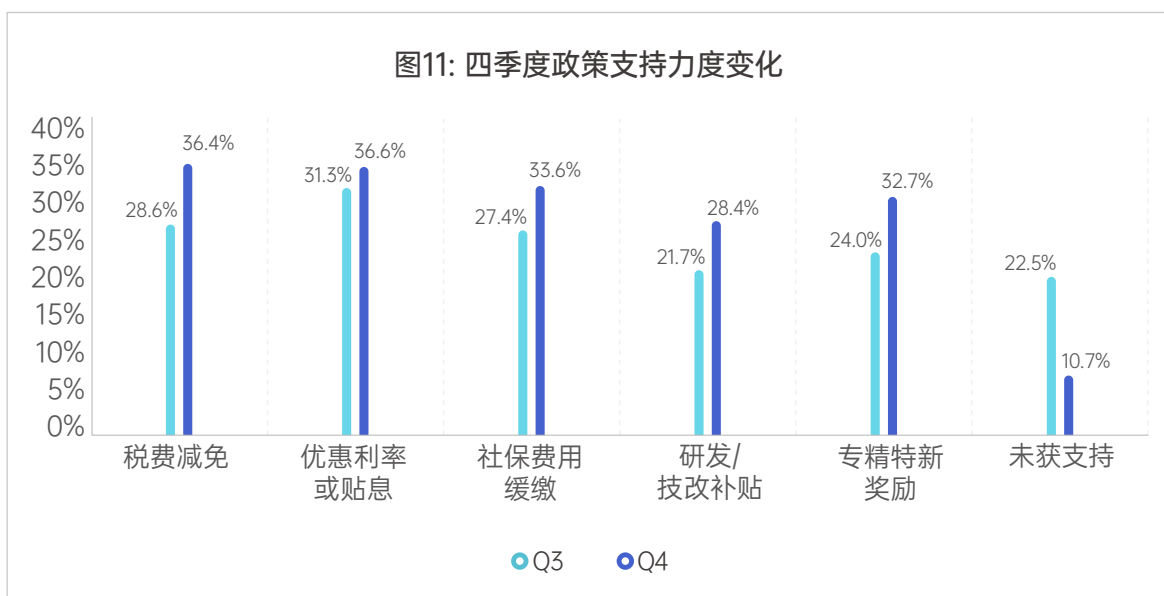


2 困难点环比无明显差异，政策支持力度增强

经营困难点季度环比差异不大。四季度选择“仓储物流成本高”和“平台数据不互通”的样本企业占比分别为 27.1% 和 21.8%，较三季度分别上升 0.8 个和 2.2 个百分点；选择“用工成本上升”“原材料涨价”“用户消费意愿低”“店铺同质化竞争”的样本企业占比分别为 34.5%、32.0%、31.2% 和 31.0%，与三季度基本持平；选择“门店租金高”“营销费用高”的样本企业占比分别为 34.4% 和 26.2%，较三季度的 35.2% 和 27.3% 分别下降 0.8 个和 1.1 个百分点，降幅显著。整体来看，四季度样本企业经营中遭遇的困难点与三季度相比变化不大。



政策支持覆盖情况季度环比大幅加强。四季度样本企业政策受惠面（获得至少一项政策支持的企业占比）为 89.3%，较第三季度的 77.5% 大增 11.8 个百分点。享受到“税费减免”“优惠利率或贴息”“社保缓缴”“研发/技改补贴”和“专精特新等专项奖励”的样本企业占比分别为 36.4%、36.6%、33.6%、28.4% 和 32.7%，较三季度分别增加 7.8 个、5.3 个、6.2 个、6.7 个和 8.7 个百分点。特别是选择“税费减免”“专精特新等专项奖励”的企业占比已经超过一季度的高点，创下年内新高。



3 有融资行为的样本企业占比环比下降， 融资成本基本持平

有融资样本企业占比下降。四季度有融资贷款的样本企业占比 44.7%，较三季度的 46.9% 下降 2.2 个百分点。其中从“银行”“非银行机构 / 个人”两个渠道获得融资贷款的样本企业占比分别为 11.7% 和 26.6%，较三季度分别降低 1.4 和 0.9 个百分点；同时从两个渠道获得融资借贷的企业占比为 6.4%，较上季度提升 0.1 个百分点。四季度“有融资借贷需求，但没有进行融资借贷”的样本企业占比为 33.2%，较三季度继续扩大 1.7 个百分点。

融资成本基本持平。获低利率融资的企业占比略有扩大，高利率借贷情况与上季度持平。四季度利率水平低于 5% 的企业占比 15.5%，较三季度的 15.1% 略有提升。利率水平在“15-30%”和“30% 以上”的样本企业占比分别为 18.5% 和 1.6%，与三季度持平。

阻碍融资的主要因素仍在资产负债。四季度 50.5% 的样本企业认为“债务水平高”阻碍他们获得融资贷款，这一占比保持了前三季度的排名，继续蝉联所有困难选项之首。占比第二高的是“收入或流水不足”，有 39.5% 的样本企业选择该选项，这一比例相较三季度提升了 4.8%，是所有阻碍因素中提升最显著的。“融资成本高”（33.4%）占比较上季度提升了 2 个百分点，说明企业的融资压力有所扩大，低成本资金的覆盖度仍不足。

图12: 四季度样本企业融资覆盖面变化

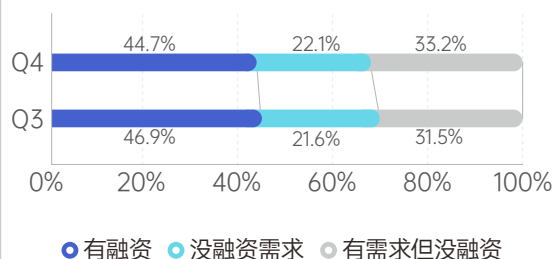


图13: 四季度样本企业借贷利率变化

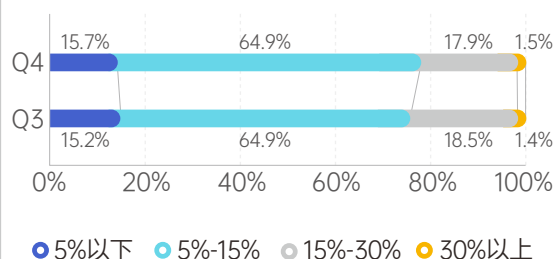
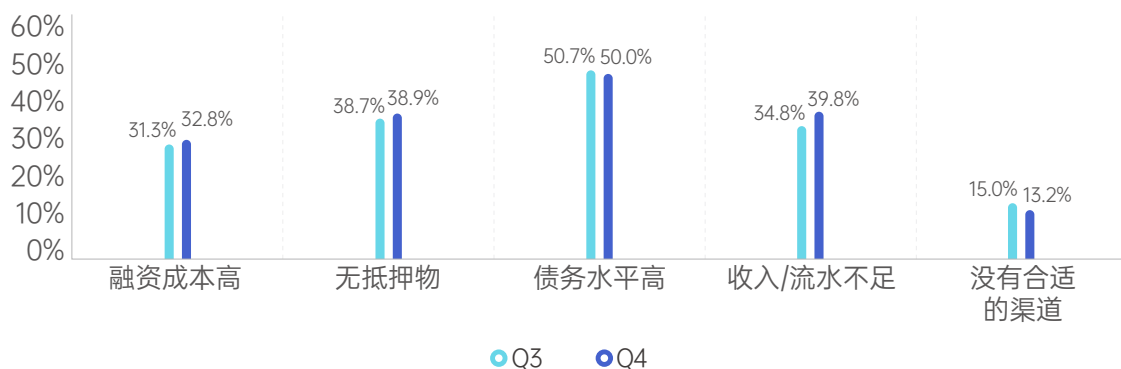
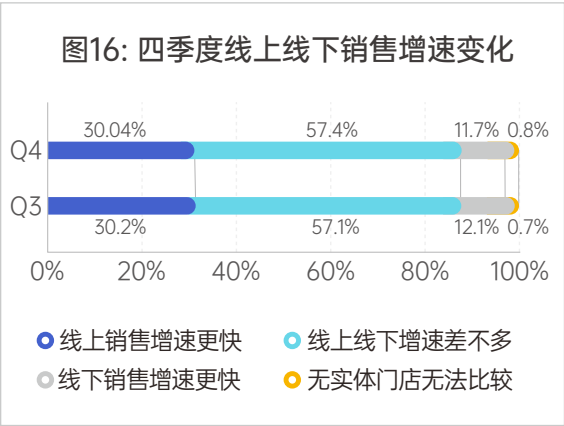
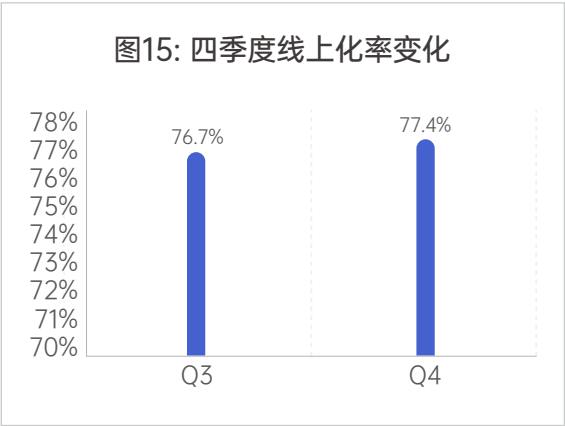


图14: 四季度样本企业融资阻碍因素占比变化



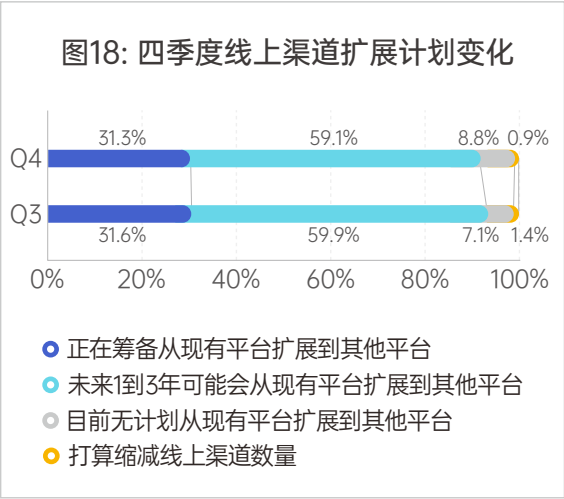
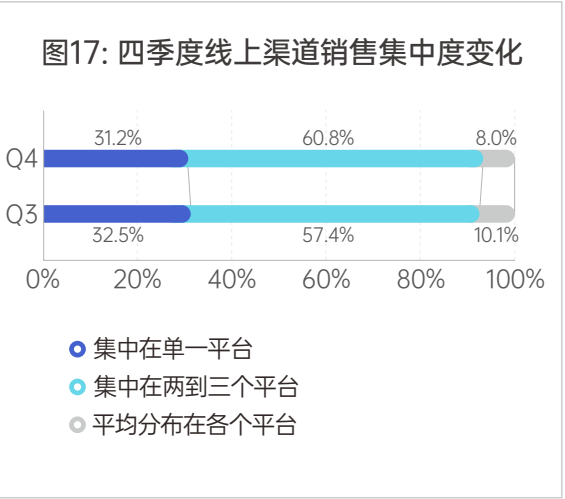
4 线上化率略有增加，线上销售增速较快，主力渠道集中

线上化率略有增加。四季度，开设有线上店铺的样本企业占比 77.4%，较第三季度的 76.7% 上升 0.7 个百分点。**线上渠道销售保持了较快增速**，设有线上店铺的样本企业中，有 30.0% 的表示“线上销售增速更快”，与第三季度的 30.2% 持平，几乎是选择“线下销售增速更快”企业占比（11.7%）的三倍。



线上销售向主力渠道集中。四季度，选择“销售高度集中在单一平台”的样本企业占比 31.2%，较第三季度的 32.5% 下降 1.3 个百分点；选择“销售高度集中在两到三个平台”的样本企业占比 60.8%，较第三季度的 57.4% 上升了 3.4 个百分点。线上销售集中在少数主力平台的格局保持稳定。

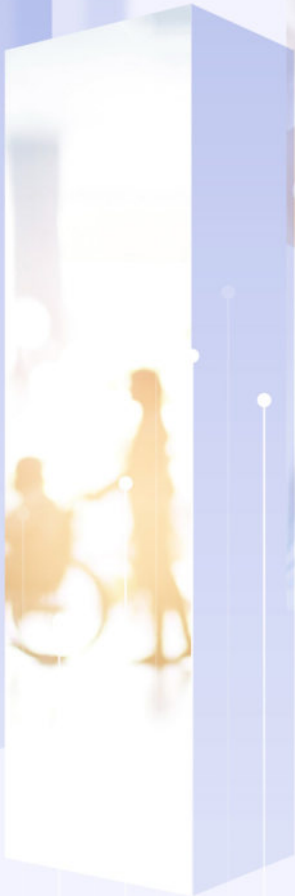
渠道扩展意向维持在高位。四季度，选择“正在筹备扩张到其他平台”的样本企业占比 31.3%，与第三季度的 31.6% 持平；选择“缩减平台数量”的样本企业占比 0.9%，较第三季度的 1.4% 有所下降。样本企业进行线上渠道扩展的意向整体与三季度持平，仍然较强。





— 小结 —

- 四季度样本企业的盈利水平略有下降，但营收增速保持稳定，市场预期持平，投资意向保持向好趋势。
- 政策支持力度大幅加强，但资产负债仍是阻碍融资的主要因素。
- 线上化率略有增加，线上销售增速较快，主力渠道继续保持集中态势，但渠道扩展意向仍然保持在高位。
- 整体来看，四季度样本企业经营状况相对稳定，但仍然面临多方面的挑战和压力。



第三章 全年回顾

2023 年中小微企业经营状况与数字化转型调研报告

1 经营基本状况： 波浪式发展，曲折式前进

我们对样本企业季度盈利水平、营收增速、市场预期和投资意向的数据做了标准化处理，计算得出一到四季度样本企业的盈利水平指数、营收增速指数、市场预期指数和投资意向指数。

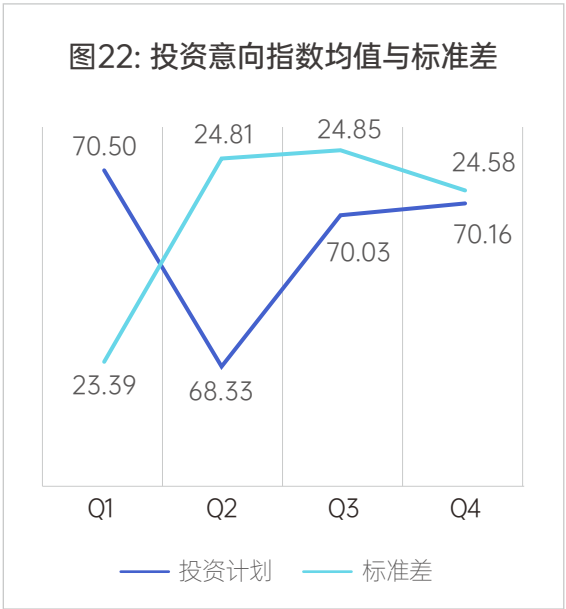
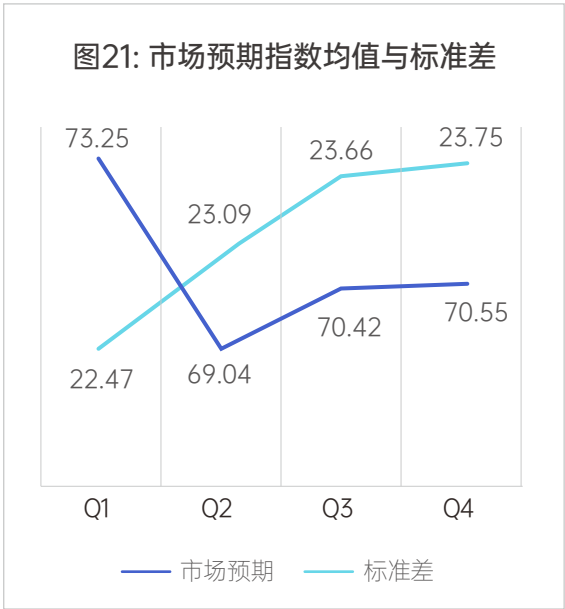
2023 年一到四季度，样本企业**盈利水平指数在波动中走低**，统计检验的结果表明四季度盈利水平指数均值显著低于其他三个季度。一到四季度，盈利水平指数**标准差不断扩大**，说明在整体盈利水平下降的过程中，企业间盈利水平的差异在扩大。

2023 年，样本企业**营收增速指数整体稳定**，在二季度降至年内低点后，三季度反弹至年内高点，四季度再度回落，但统计检验结果限制差异并不显著。营收增速指数**标准差有所收窄**，在二季度达到高点，之后不断降低。说明样本企业在营收增速提升的同时，企业间营收增速的差异在缩窄。



2023 年一到四季度，样本企业**市场预期指数逐渐稳定**，在经历上半年的大起大落之后，下半年逐渐恢复企稳。市场预期指数**标准差持续上升，但升幅收窄**。标准差在前三个季度快速上升后，四季度小幅提升，但升幅不大，说明企业间对未来市场预期的分歧虽然仍在扩大，但分化速度下降。

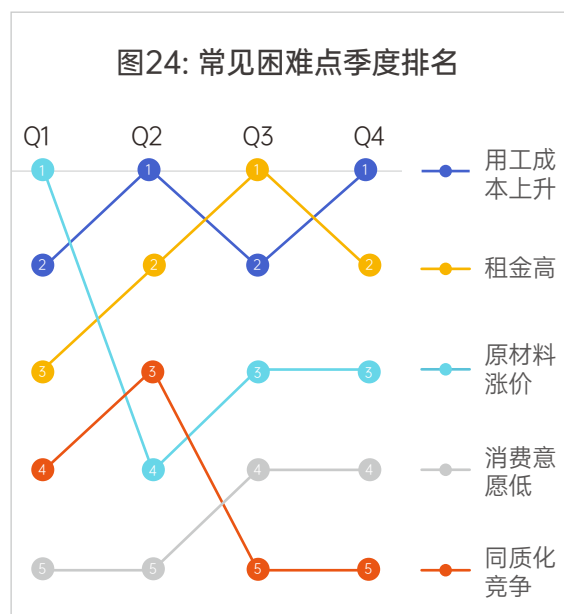
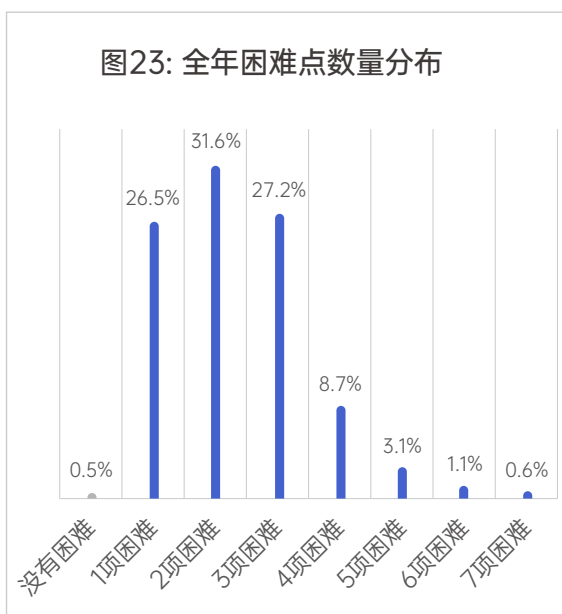
2023 年，样本企业**投资意向指数稳定向好**，在二季度降至年内低点后，连续两个季度反弹，接近恢复到一季度的水平。投资意向指数**标准差划出一道抛物线，四季度出现下降**，说明企业间投资意向差异在上半年明显分化之后，在整体意向好转的情况下，差异缩小，趋向一致。



2 营商环境“体感温度”的 U 型反转

2023 年，**绝大多数的企业面临 1-3 项困难**。其中，面临 2 项困难的企业数量最多，

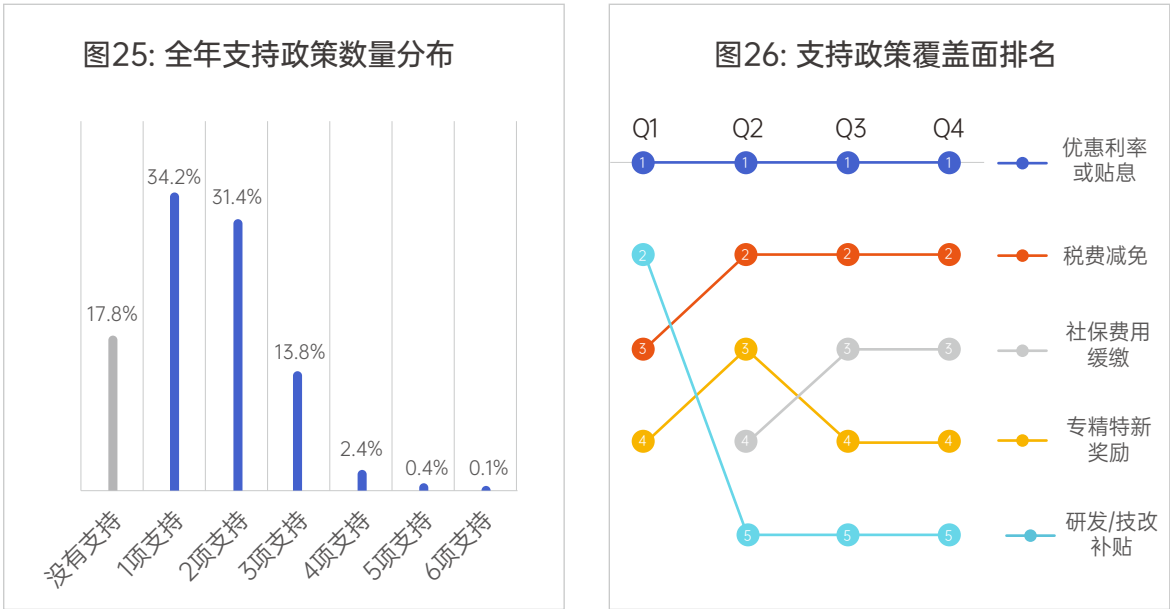
占全部企业总数的 31.6%。同时，没有困难和极度困难的企业数量很少，占比分别为 0.5% 和 0.6%。**最常见的困难点为“用工成本上升”和“门店租金高”，其次为“原材料涨价”，再次为“用户消费意愿低”和“店铺同质化竞争”。**如果将困难点粗略归类，“用工成本”“门店租金”“原材料价格”均处在价值链上游，是与生产环节息息相关的重要成本项，而“用户消费意愿”“同业竞争”等处处在价值链下游，是销售环节需要重点关注的问题。可以看到，2023 年中小微企业面临的经营困难主要集中在生产环节，降低要素成本、提升生产效率，是改善中小微企业经营困难的重点。



2023 年，**大多数的企业享受到 1-2 项政策支持**。其中，享受到 1 项政策支持的企业数量最多，占全部企业总数的 34.2%。有 17.8% 的企业没有享受到任何政策支持。**覆盖面最宽的政策是“利率优惠或贴息”，其次为“税费减免”。**“社保费用缓缴”在一季度空缺¹没有作为备选项，在下半年稳定在第三名的位置。“专精特

1 空缺，指一季度没有把“社保费用缓缴”作为题目的正式备选项，而在开放的“其他”项下的数据，很难真实反映出政策的实际效果，造成这一重要政策工具出现空缺。

新和其他专项奖励”以及“研发 / 技改补贴”为覆盖面最小的两项政策，主要原因可能在于这两项政策主要针对技术型中小微企业，而中小微企业中大部分为服务型企业，导致这两项政策天然覆盖面较窄。



综合来看，样本企业受到的政策优惠数量越多，企业的盈利水平越高、营收增速越快、市场预期越好、投资意愿更强。但企业遭遇经营困难点数量与企业绩效间的关联较为复杂，困难点的数量与营收增速显著负相关，但与企业盈利水平、投资意向没有显著关联关系，与市场预期的关系甚至是正相关的。更进一步的分析显示，不同困难点对于企业绩效的影响差异较大，因此困难点总数可能并不是一个很好的营商环境指标。

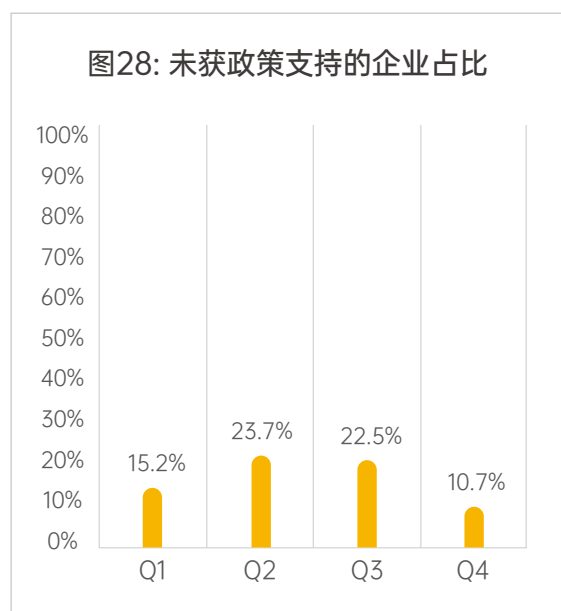
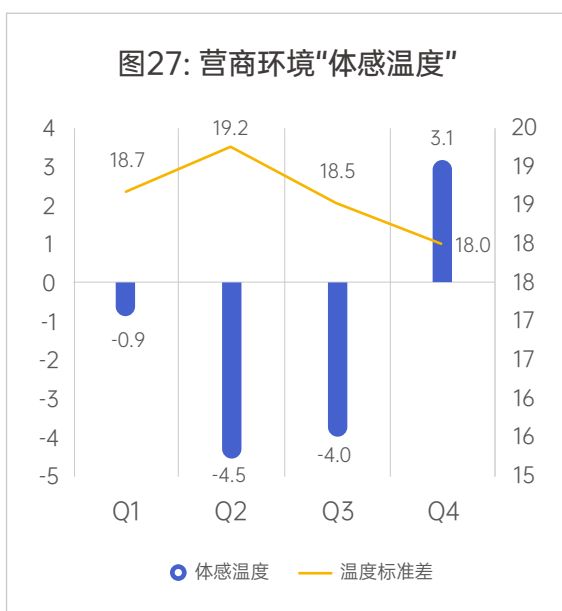
根据上面的分析，我们将“面临的主要困难”和“是否得到过政策支持”组合起来，编制了样本营商环境的“体感温度”指数。指数取值范围在 [-100, 100] 之间，随企业困难选择频次增加而线性降低，随企业得到过政策支持选择频次增加而线性增加，温度越高企业感受到的当地营商环境越友好（详细计算方法见附录）。

2023 年营商环境“体感温度”指数实现 U 型反转。一季度疫情平稳转段、经

济重开不久，企业经营仍然面临不少现实困难，但政策支持力度很大，样本企业整体感受“乍暖还寒”，“体感温度”指数值为 -0.5；二季度，外部环境尚未明显改观，但支持政策出现较为明显的退坡，样本企业的“体感温度”进入偏冷状态，指数值 -4.1；三季度，政策支持略有回温，营商环境“体感温度”略有提升至 -3.6；四季度政策支持力度明显加大，加之经济整体企稳，样本企业的“体感温度”明显提升至年内最高水平，指数值 8.6，进入偏热区间。

“体感温度”指数标准差的变化方向与均值正好相反。二季度指数均值探底标准差最大，说明虽然整体环境偏冷，但企业间感受的温差很大；四季度指数均值升至年内最高，但标准差显著缩小，说明在整体环境回温的过程中，企业间温差减小，大家都觉得营商环境在改善。

进一步的分析显示，**政策支持是“体感温度”变化的主要驱动因素。**中小微企业经营困难点往往存在结构性的非周期因素，整体波动幅度较小。相比之下，政策支持会在短期内出现比较大的变化，四季度随着政策覆盖面扩大，大量中小微企业从中受惠，“体感温度”随之明显上升。



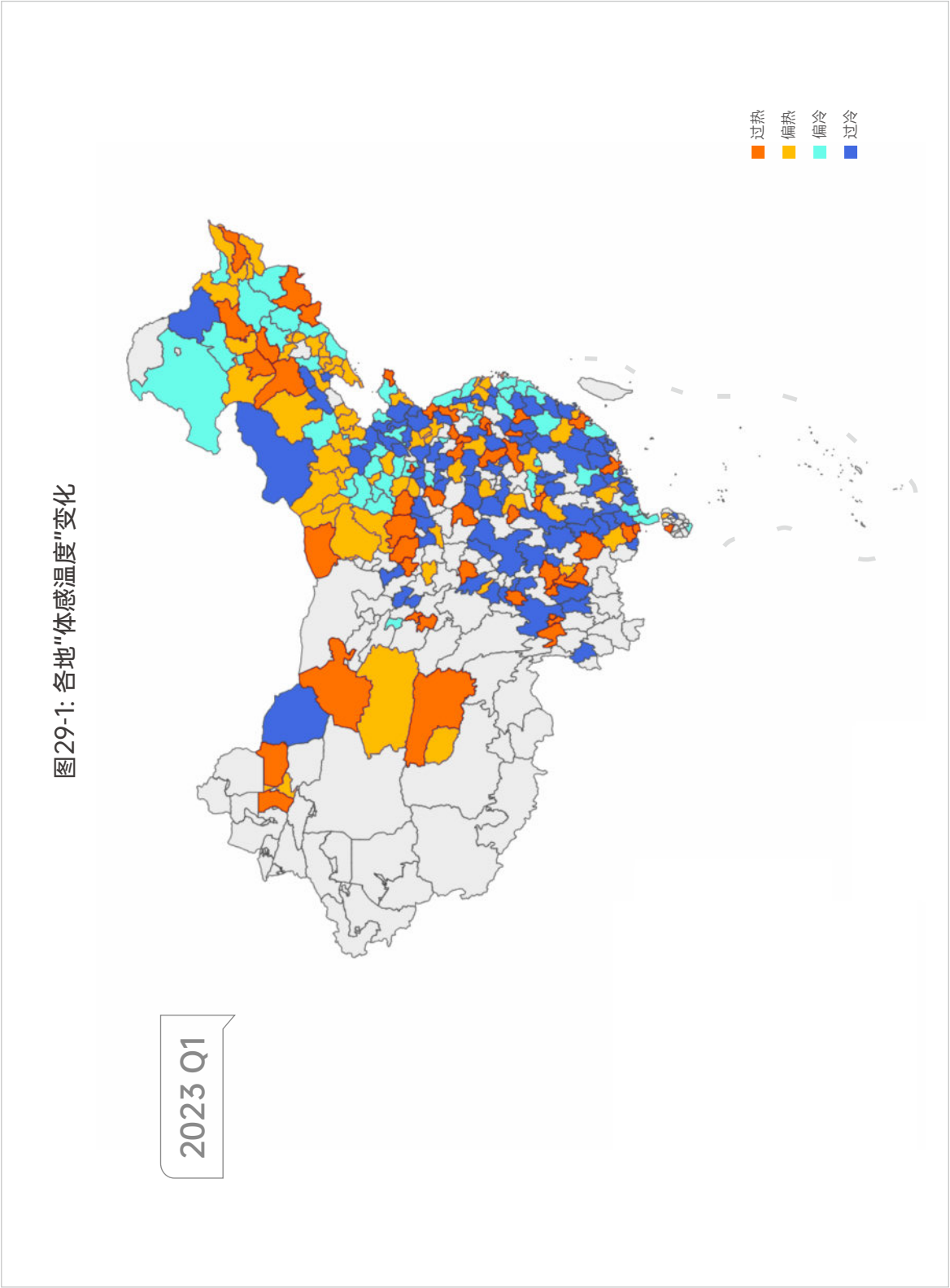
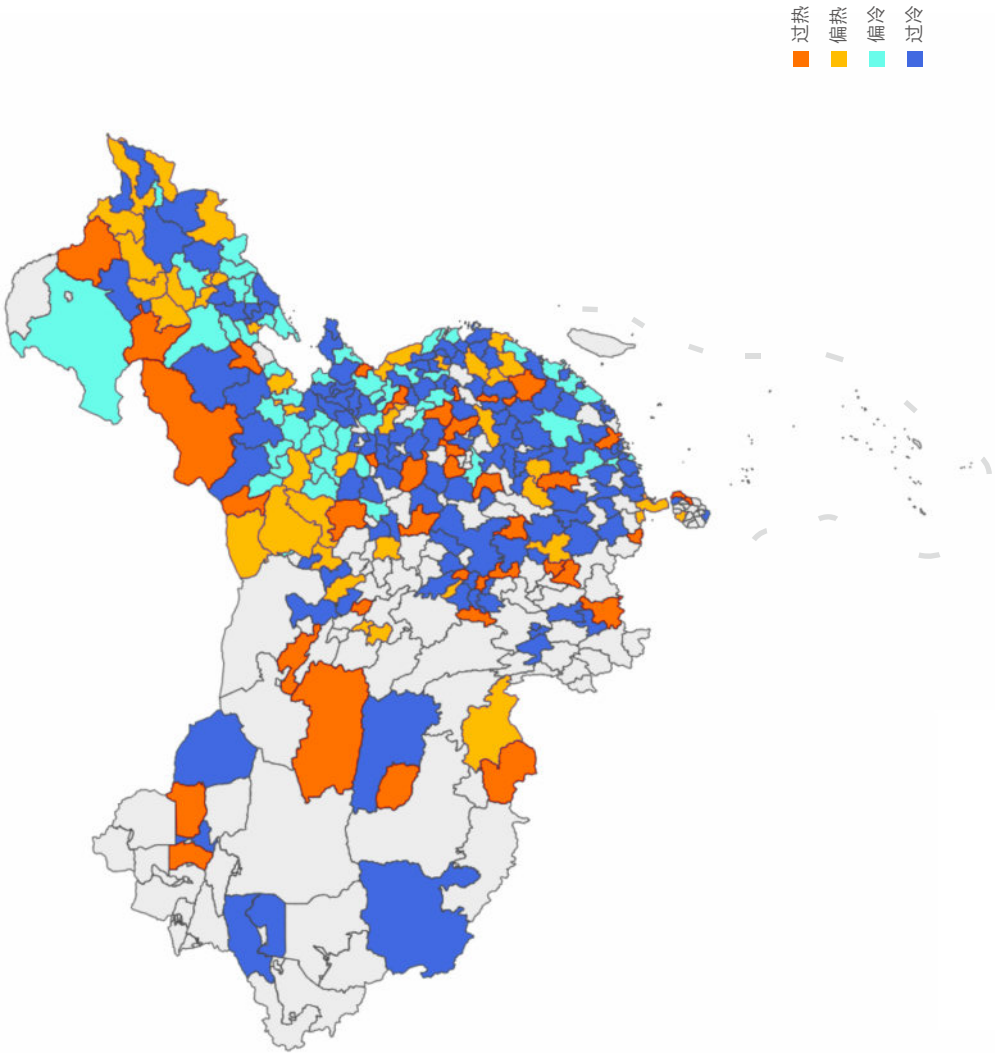
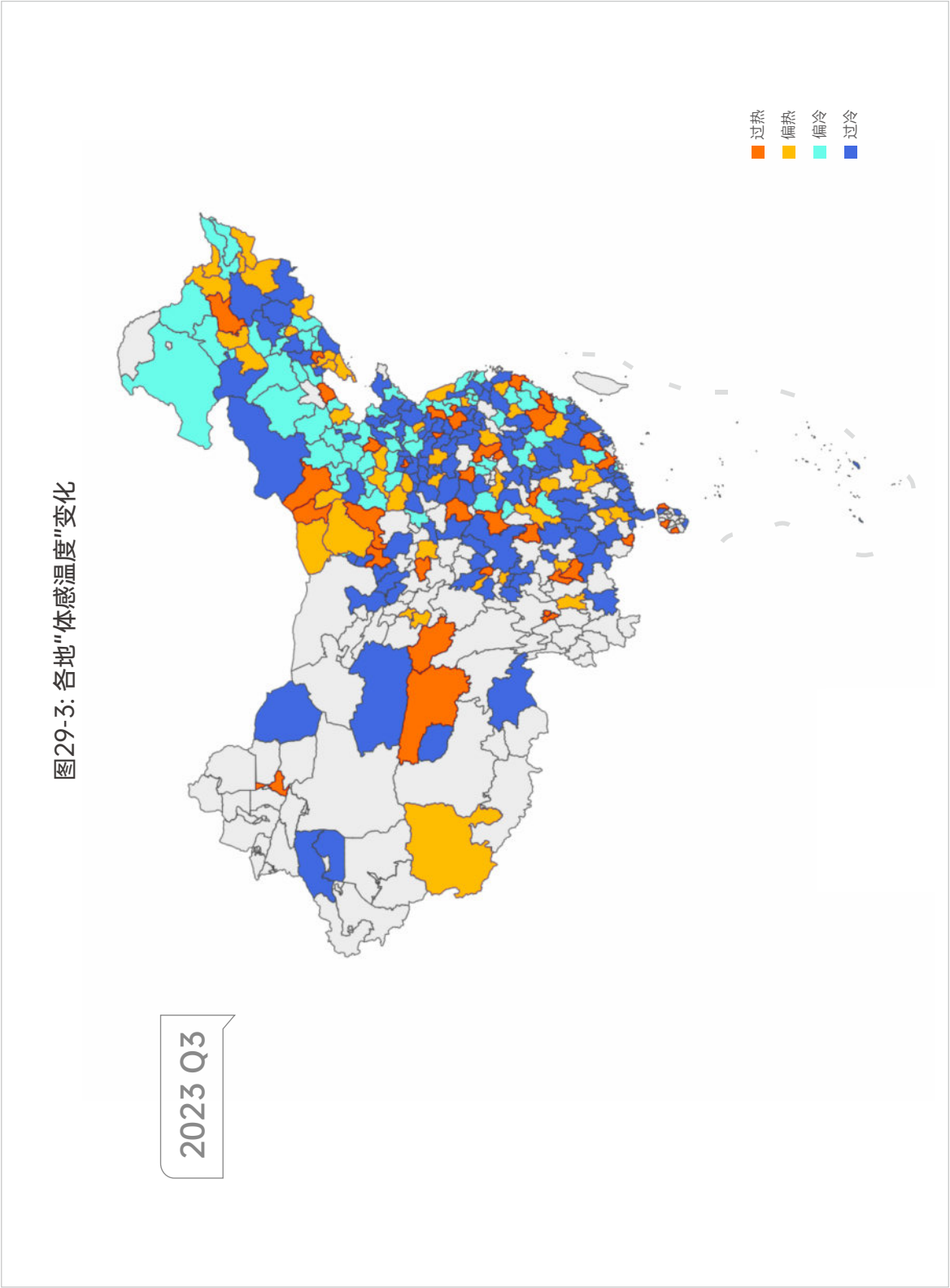
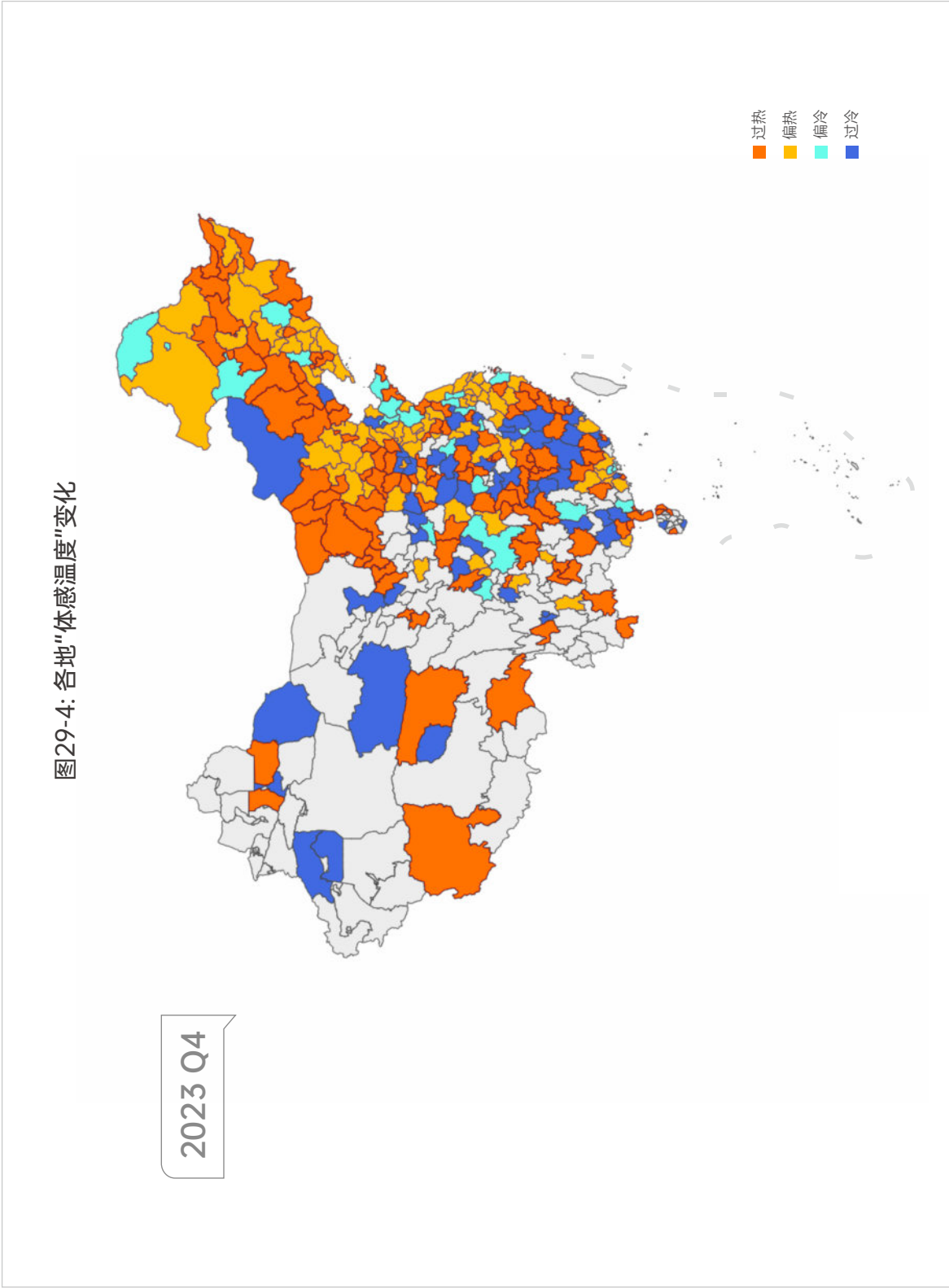




图29-2: 各地“体感温度”变化







3 融资情况及阻碍融资因素

融资需求旺盛，实际缺口较大。一到四季度，在所有 20511 个观察样本中，共 16163 家表示有融资需求，占比 78.8%；其中 9559 家获得融资，占有需求企业的 59.1%，占总样本的 46.6%。

我们将有融资需求企业占比定义为“**总融资需求**”，可以看到，一至四季度样本企业融资需求旺盛，“总融资需求”维持在接近八成的高位，但在下半年略有降低，四季度较年内高位收窄 1.7 个百分点。

我们将“总融资需求”中未能获得融资的企业占比定义为“**实际融资缺口**”，可以看到，一至四季度样本企业的融资缺口较大，“实际融资缺口”在四成左右，且在下半年逐步升高，四季度创下 42.6% 的年内高点。

我们根据有融资企业的利率区间计算出“**综合利率指数**”²。作为实际利率的近似值。2023 年一至四季度“综合利率指数”在一个较窄的区间内波动，与“实际融资缺口”呈现反向相关，说明企业融资增多（“缺口”缩小）会推动利率水平上升。

² “综合利率指数”的计算是在 a) 利率水平在区间内平均分布和 b) 最高利率封顶 30% 两个强假设下计算得出的，因此波动区间较小，可以视为平滑处理后的实际综合利率的近似值。

图30: 总融资需求季度变化

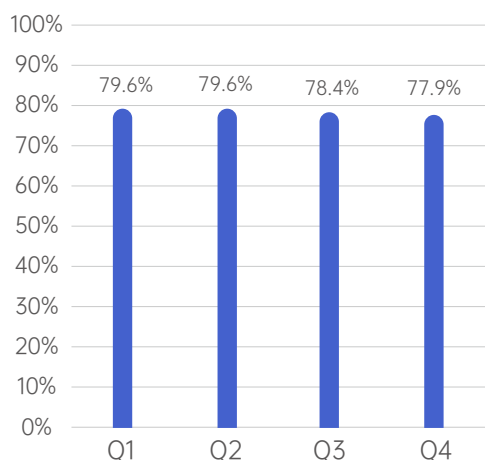
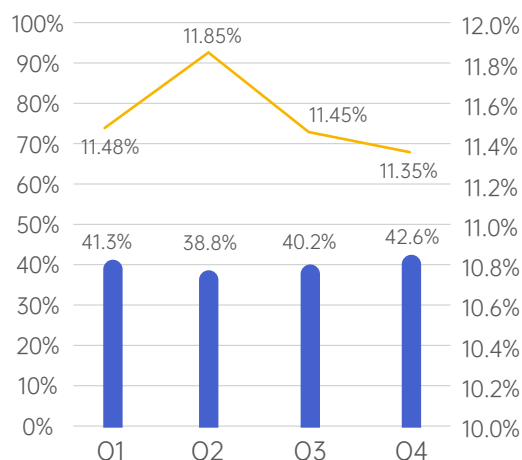
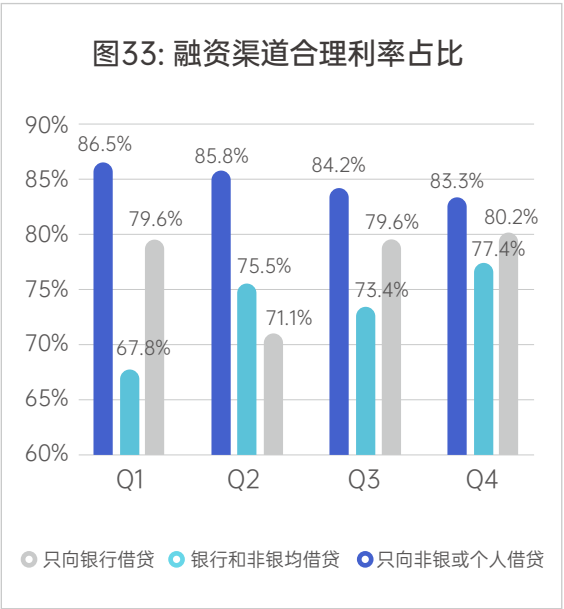
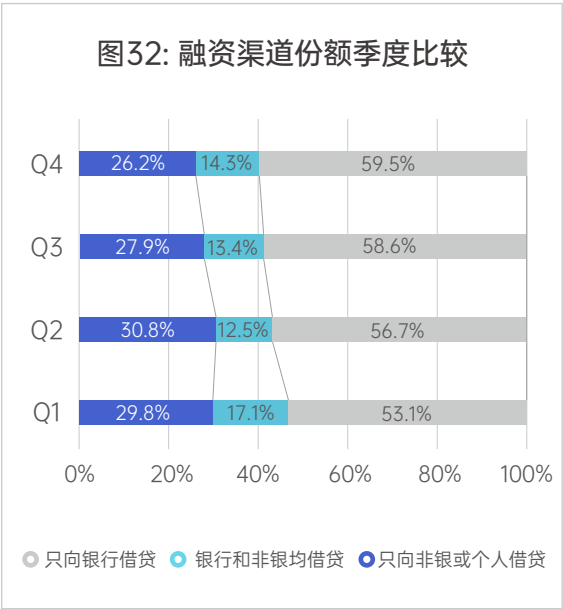


图31: 实际融资缺口与综合利率指数



银行外渠道份额较大，且有持续扩大的趋势。仅从非银或私人渠道获取融资支持的样本企业占比均从一季度的 53.1% 增加到四季度的 59.5%。同期，单纯从银行渠道获取融资支持的样本企业占比从一季度的 29.8% 下降到四季度的 26.2%。

与其他非银融资渠道相比，银行渠道的融资成本明显更为合理。如果将融资年利率在 15% 以下定义为“合理利率”，一至四季度银行融资“合理利率”占比分别为 86.5%、85.85%、84.2% 和 83.3%，明显高出非银渠道或者从银行与非银同时融资。这可能是样本中小微企业融资利率整体较高的重要原因之一。此外，一至四季度，银行融资“合理利率”占比在持续下降，说明从正规渠道获得低成本资金支持的难度在增加，可能是造成样本企业四季度盈利水平下降的原因之一。



阻碍样本企业获得融资支持的主要因素集中在资产负债表上。2023 年一到四季度，存在融资缺口的样本企业中，选择“债务水平高”作为阻碍因素的企业占比始终在一半以上，是所有阻碍因素中占比最高的。其次为“无抵押物”，选择企业占比在四成左右。

按照选择企业占比，将调研中所列融资阻碍因素排名。一至三季度，排名保持不变，按照占比由高到底依次为“债务水平高”“无抵押物”“收入或流水不足”“融资成本高”和“没有合适的渠道”。四季度，阻碍因素排名出现变化，选择“收入或流水不足”阻碍融资的样本企业占比上升至 39.8%，超过当期选择“无抵押物”的占比（38.9%），成为阻碍融资的第二大痛点。说明受到经营情况不佳的影响，中小微企业融资阻碍的痛点正在从资产负债端（“无抵押物”“债务水平高”），向利润表（“收入或流水不足”）扩散，这一变化值得关注。

图34: 阻碍企业融资因素占比变化

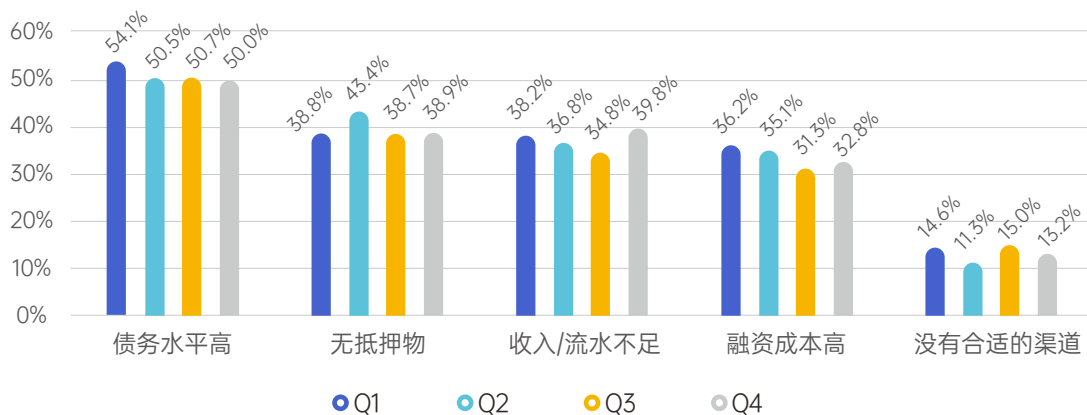
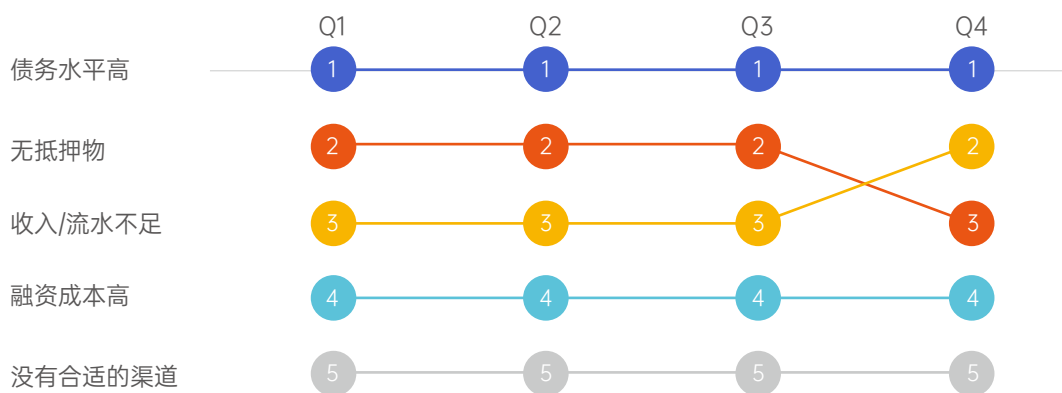


图35: 阻碍企业融资因素占比变化

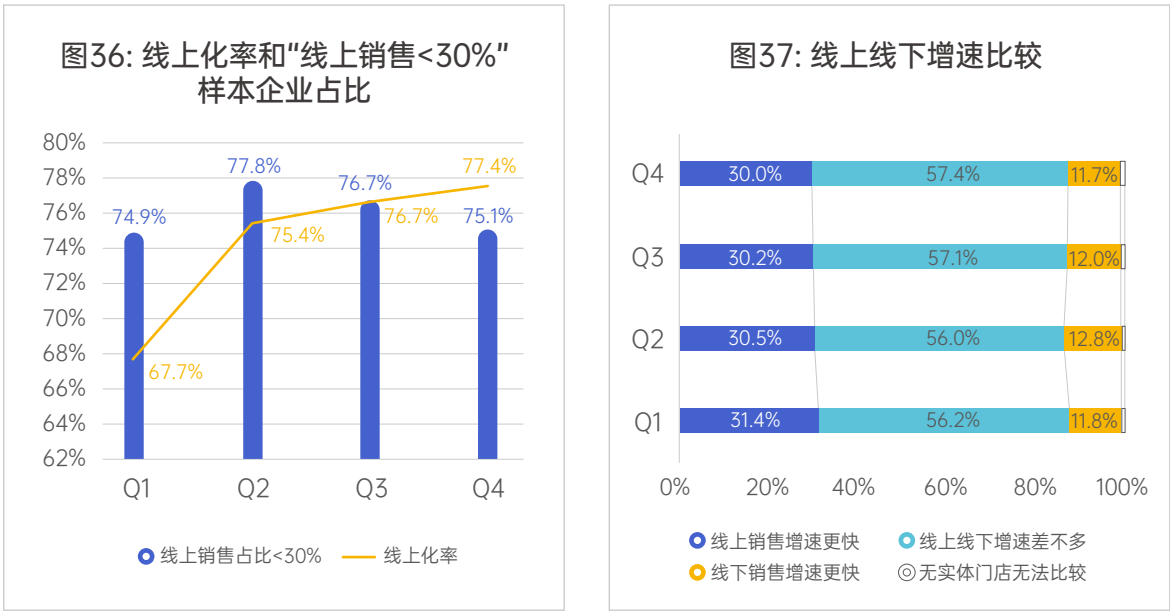


4 线上化总体进展和主要特征

销售线上化是中小微企业以商业可持续的方式推进数字化转型的首选。2023 年，共 15302 家观察样本经营着线上门店，占有所有 20511 家观察样本的 74.5%。与大型互联网平台结合推进线上销售，是当下中小微企业数字化转型的主流模式。

销售线上化有序推进，线上化率（有线上门店企业占样本总数比重）稳步提升，从一季度的 67.7% 升至四季度的 77.4%，上升 9.7 个百分点。特别是上半年，样本企业线上化率升幅较大，可能是疫情平稳转段后，中小微企业逐步恢复中断的线上业务在数据中的反映。

线上销售份额较小但增速很快，2023 年，在所有经营着线上渠道的样本企业中，四分之三的企业表示线上销售份额低于 30%。另一方面，从一到四季度，表示“线上渠道销售增速更快”的企业占比始终高于“线下销售增速更快”的企业占比，两者差值最大的一季度，前者比后者高 19.6 个百分点，即便是差值最小的二季度，前者比后者也高出 17.7 个百分点。说明线上销售增速普遍较快。



多渠道经营是主流模式，大部分经营着线上门店的企业实现了跨平台经营，82.5% 的已线上化企业同时经营着两个以上的线上销售渠道。此外，正在“筹备扩展线上渠道”企业占比远高于“打算缩减线上渠道”企业占比，说明大部分已经实现线上化的企业仍有较强的扩展到新渠道的冲动。

图38: 有线上门店企业渠道数分布

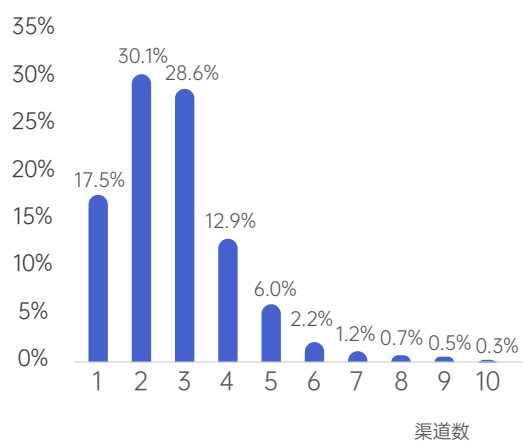
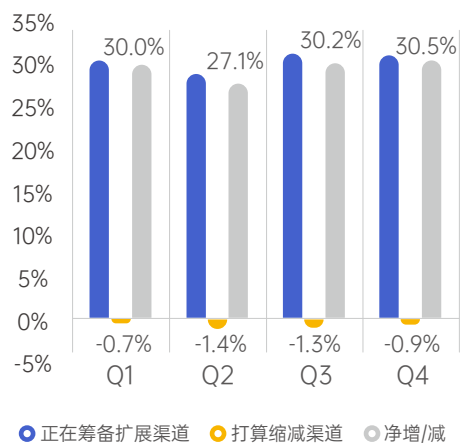


图39: 扩展/缩减渠道样本企业数



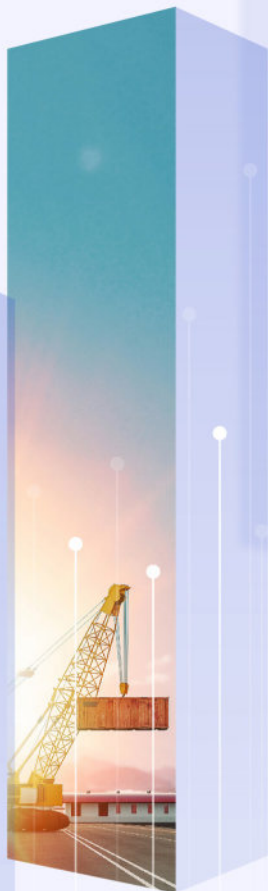
— 小结 —



2023 年，样本企业的盈利水平、营收增速、市场预期和投资意向指数呈现波浪式前进、曲折式发展的特点。整体盈利水平下降，但营收增速平稳。市场预期和投资意向指数在二季度触底后下半年稳定向好。中小微企业面临的经营困难主要集中在生产环节，降低要素成本和提升生产效率成为改善企业经营困难的重点。政策支持对企业盈利水平、营收增速、市场预期和投资意愿有积极影响。营商环境“体感温度”指数反映出政策支持是营商环境改善的主要驱动因素。



融资需求旺盛，实际缺口较大。阻碍企业融资的主要因素集中在资产负债表上。银行外渠道融资份额较大，且有持续扩大的趋势。销售线上化有序推进，线上销售份额较小但增速快，多渠道经营是主流模式。中小微企业数字化转型主要通过大型互联网平台结合推进线上销售。总体来看，政策支持、降低融资成本和推进企业数字化转型是改善中小微企业经营状况的关键。



第四章 行业间差异分析

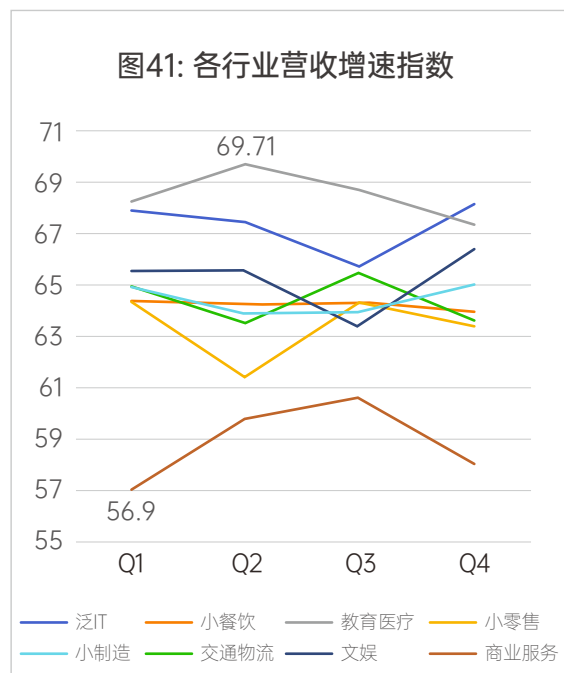
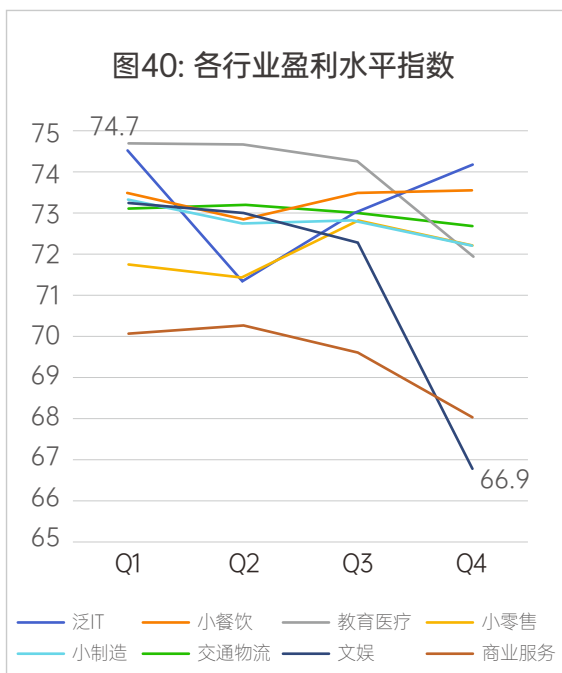
2023 年中小微企业经营状况与数字化转型调研报告

1 行业间基本经营状况比较

行业间盈利水平指数出现分化。2023 年，“餐饮 / 旅游 / 居家服务业”（“小餐饮”）、“贸易 / 批发 / 零售 / 租赁业”（“小零售”）两个行业盈利水平指数震荡上行，收在年内最高或次高的位置。“IT / 通信 / 电子 / 互联网”（“泛 IT”）盈利水平指数在二季度跌到低点后出现 V 型反弹，也收在年内的次高位。“生产 / 加工 / 制造”（“小制造”），“交通 / 运输 / 物流 / 仓储服务业”（“交通物流”），“教育 / 医疗服务业”“教育医疗”“文化 / 传媒 / 娱乐 / 体育”“文娱”和“商业服务业”“商业服务”盈利水平指数持续下行。“文娱”四季度下降幅度较大。

大多数行业营收增速保持平稳。2023 年，“泛 IT”“小餐饮”“教育医疗”“小零售”“小制造”“交通物流”和“文娱”等行业的营收增速指数在一个相对固定的区间震荡，虽然波动幅度较大，但整体表现相对平稳。

少数行业经营困难。如“商业服务”，全年的行业盈利水平指数、营收增速指数较其他行业明显更低。该行业盈利水平指数在二季度后持续下行，四季度，营收增速指数还结束了前三季度的持续增长态势，出现明显下滑。“商业服务”主要包括咨询、法律、广告、职业中介等，是比较典型的人力资本密集行业，且岗位附加值高、以白领工作为主，在吸纳大学生就业方面起到重要作用，如何将该行业拉出停滞轨道，需要加强政策研究和思考。

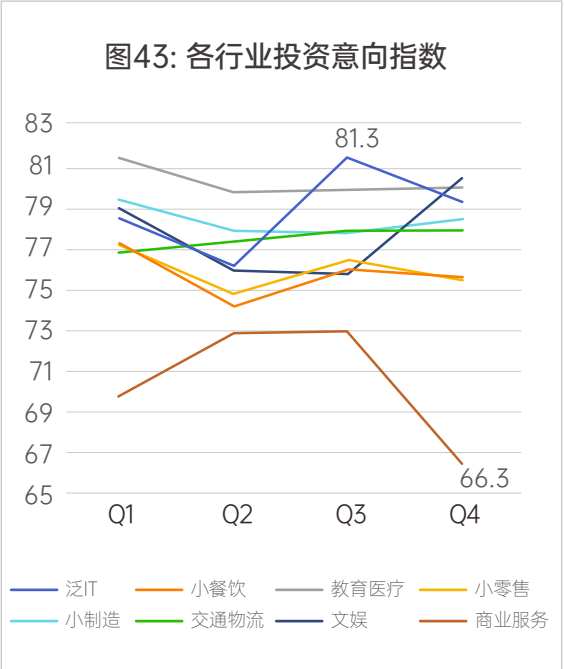
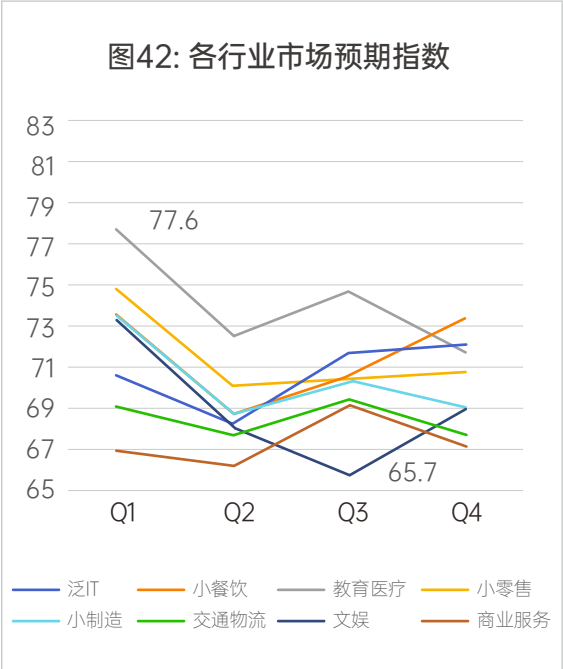


2 市场预期指数和投资意向指数 行业间差异较大

市场预期指数整体稳定。2023 年，在二季度几乎所有行业的市场预期指数均出现较为明显的下行后，三季度除“文娱”产业外，“泛 IT”“小餐饮”“教育医疗”“小零售”“小制造”“交通物流”和“商业服务”等其他行业的市场预期指数均出现反弹。四季度行业“小餐饮”“小零售”和“文娱”市场预期指数持续反弹，其他行业则出现不同程度的下滑，“教育医疗”行业创出年内新低。

投资意向指数整体稳定。2023 年，除“交通物流”和“商业服务”两个行业外，其他行业在二季度投资意向指数均出现明显的下滑。三季度除“文娱”行业外，其他行业的投资意向指数均有所上升，四季度大部分行业投资意向指数收平，“泛 IT”和“商业服务”两个行业出现明显下滑，“文娱”行业“U”型反转。2023 年，

“商业服务”行业投资意向指数整体较其他行业显著较低，且在四季度大幅下滑至年内新低，需要引起注意。



3 行业间成本构成和毛利率均值比较

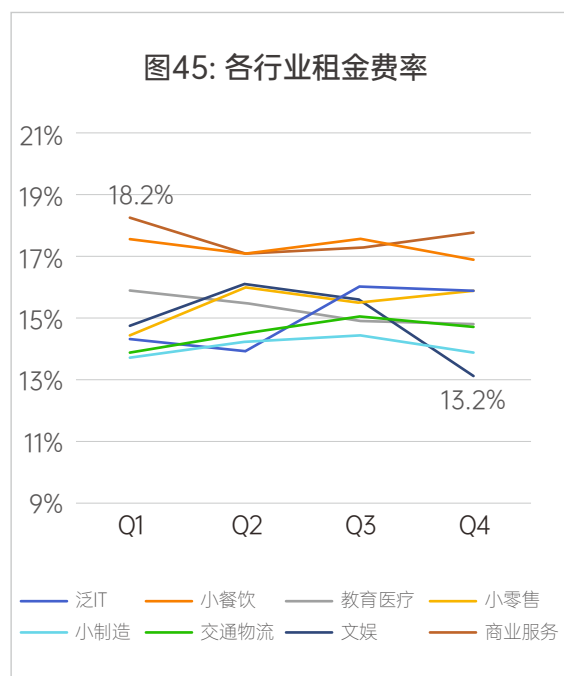
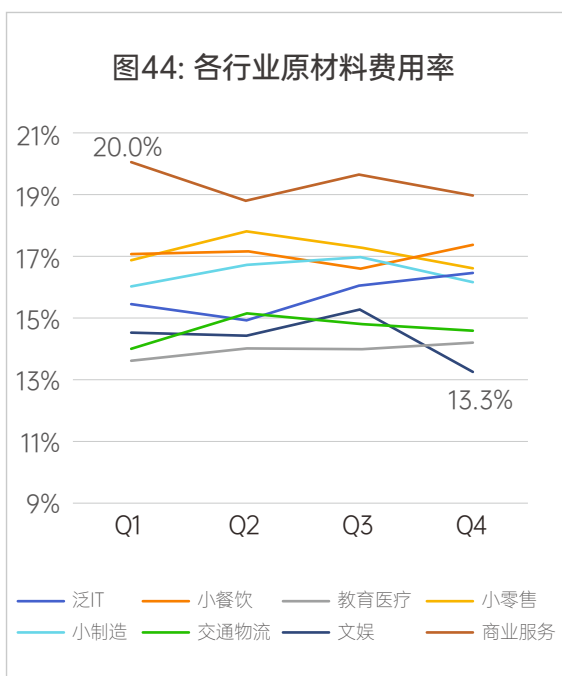
不同行业成本构成有差异，其中“原材料费用率”“租金费率”“推广费用率”差异较大且有较为明显的分层。“人力费用率”和“税费率”等差异相对较小³。

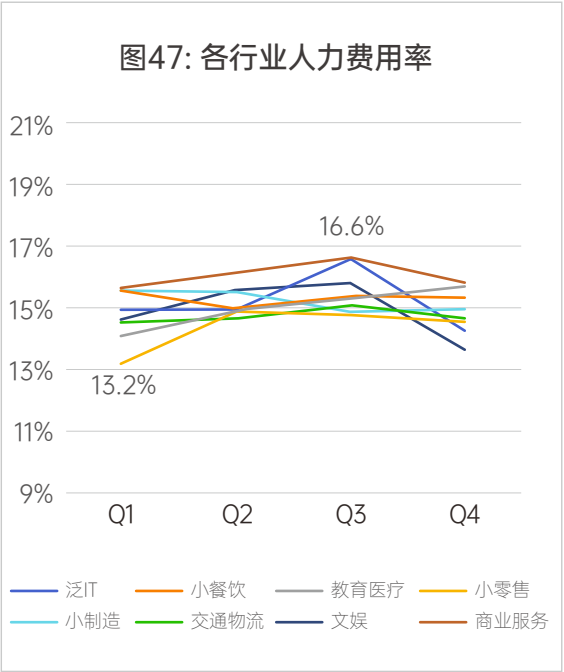
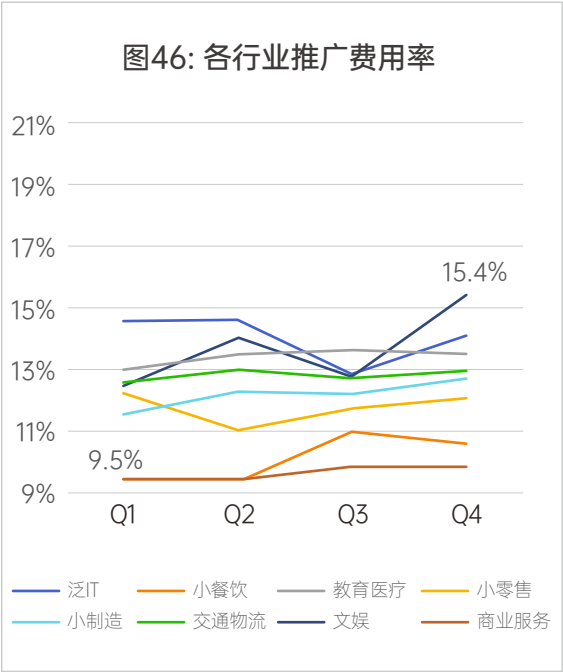
3 这里讨论的各种“费用率”是在较强的假设条件（样本指标平均分布）下对不同成本项调研数据进行指数化处理后的结果，可以近似理解为不同成本项占总成本的比重。需要指出的是，问卷调研呈现的是样本企业表现指标的“概数”，无法进行精确估算，在指数化的较强假设条件下还会产生更多的信息损失，因此指数化后的“费用率”均值差异数值不大，但往往 Mann-Whitney U 等统计检验的比较结果是显著的。

按照“原材料费用率”从低到高的顺序，可以将不同行业分为三组。“泛IT”“教育医疗”“交通物流”“文娱”等人力密集的服务性行业的“原材料费用率”相对较低，在前三季度稳定在13~16%的区间内，四季度出现一定分化，“泛IT”上升至16.5%，“文娱”下降至13.3%。“小餐饮”“小零售”“小制造”的“原料费用率”处于中间水平，2023年全年基本稳定在16~18%的区间内。

“小餐饮”和“商业服务”依赖线下门店开展业务，且线下店多采用租赁物业的模式，因此“租金费率”较高，在17%以上，2023年整体“租金费用率”稳中有降。其他行业的“租金费用率”相对较低，且行业间差异相对较小，“租金费用率”保持稳定。

不同行业“推广费用率”差异较大，“泛IT”“教育医疗”和“文娱”行业的“推广费用率”较高，“小餐饮”和“商业服务”的“推广费用率”垫底。“小餐饮”在下半年增加了推广的投入，而“商业服务”的“推广费用率”一直维持在9%左右的低水平。





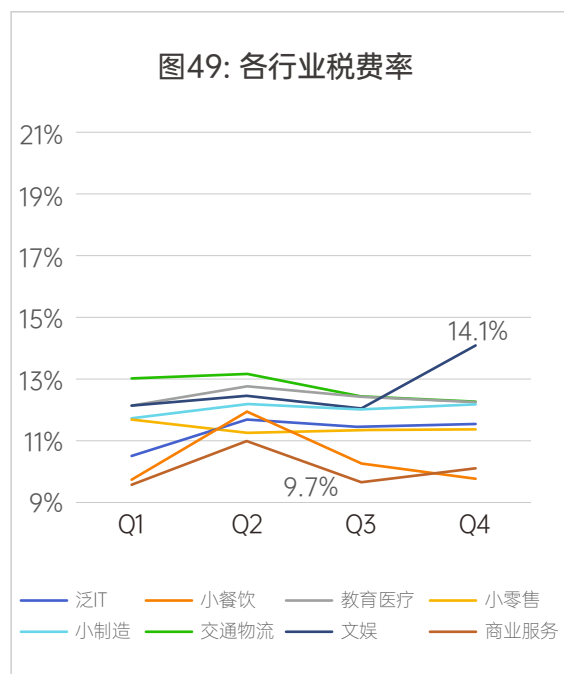
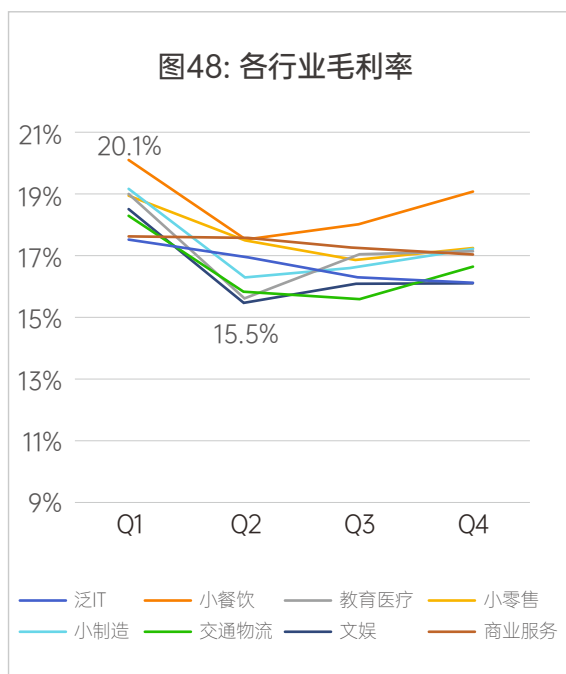
“人力费用率”分布在 13 ~ 17% 的较窄区间内，不同行业的差异较小。整体上看，2023 年前三季度“人力费用率”温和上涨，四季度有所下降，基本回到一季度的水平。服务性行业和非服务性行业之间的差异并不明显。“商业服务”的“人力费用率”处在较高水平，这与我们对商业服务业劳动密集、白领工作岗位较多的认知是一致的。

不同行业的“毛利率”⁴均值和变化趋势较一致。不同行业的“毛利率”分布在相对较窄的区间内，一季度这一区间在 17 ~ 20%，但在二季度这一区间滑落至 15 ~ 18%，逐步稳定在这一较低的区间范围。“小餐饮”在下半年“毛利率”水平持续恢复，并在四季度突破了 18% 的区间上限，但仍低于其一季度 20.1% 的高水平。

“税费率”分布在 9 ~ 13% 的稳定区间内，在 2023 年没有太多的变化。对比“毛利率”与“税费率”可以发现，不同行业在两者之间的排列顺序刚好相反，“毛利

4 调研中的“毛利率”与一般意义上的（销售收入 - 原物料成本）计算方式不同，除了原物料成本，还刨除了人力、租金、营销推广等，更接近净利润或者增加值等概念。

率”相对较高的行业如“小餐饮”“小零售”，“税费率”相对较低；而“毛利率”相对较低的行业如“文娱”“交通物流”，“税费率”相对较高。



4 行业间体感温差大， 困难点和政策支持分布集中

行业间营商环境“体感温差”大，既有“体感温度”指数全年均在零度以上的“教育医疗”行业，也有全年均在零度以下的“小餐饮”和“商业服务业”。

全年走势“U”型反转，除“商业服务业”外，所有其他行业一至四季度的整体走势均与全样本全年走势类似，走出前后两端（一、四季度）高、中间（二、三季度）低的“U”型路径。

困难点和政策支持在行业间的分布较为集中。困难点集中的行业如“小餐饮”，

一季度 44.4% 的行业企业遇到“原材料涨价”，为该困难点在年内行业间季度分布的极高值；二季度分别有 44.6% 和 38.7% 的行业企业遭遇“用工成本上升”和“用户消费意愿低”两个困难点，也是这两个困难点在年内行业间季度分布的极高值。另一个困难点集中的行业是“商业服务业”，在一季度和二季度选择“租金高”“店铺同质化竞争”的行业企业占比分别为 53.0% 和 42.1%，是这两个困难点的年内极高值。另一方面“小餐饮”和“商业服务业”得到的政策性支持并不突出，造成这两个行业整体营商环境“体感温度”始终在零度以下。

相比之下，“教育医疗”面临的困难点较少而享受到的优惠政策较多，因此全年的“体感温度”始终在零度以上。“交通物流”也是得到较多政策性支持行业，一季度和四季度受惠于“专精特新奖励”和“社保费用缓缴”的行业企业分别达到 39.4% 和 38.5%，是这两项政策年内行业间季度分布的极高值。“交通物流”的营商环境“体感温度”除第三季度短暂为负之外，其余时间都保持在比较高的水平上。

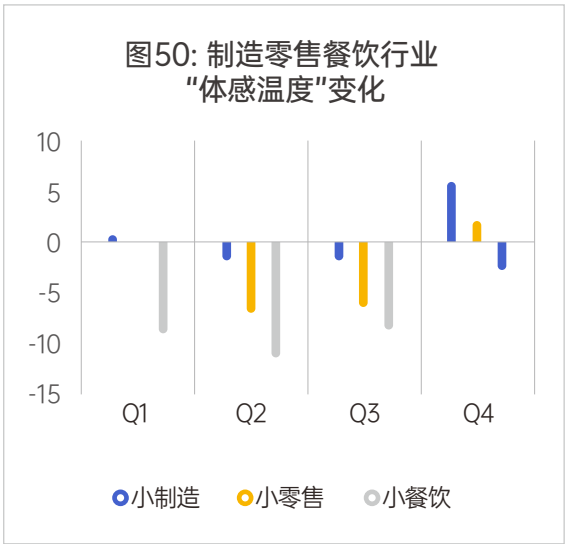


表 2：困难点覆盖率排名前三的行业（括号中为覆盖率高点出现季度）

	原材料涨价	用工成本上升	租金高	营销费用高	消费意愿低	同质化竞争	数据互通	物流成本高
泛 IT				34.5% (Q3)		40.4% (Q3)	29.2% (Q4)	
小餐饮	44.4% (Q1)	44.6% (Q2)	52.3% (Q2)	30.2% (Q4)	38.7% (Q2)	39.8% (Q2)		
教育医疗							28.7% (Q2)	
小零售			37.2% (Q4)		35.5% (Q4)			28.9% (Q2Q3)
小制造	39.7% (Q1)	39.5% (Q4)						30.0% (Q4)
交通物流							25.6% (Q4)	36.7% (Q3)
文娱*								
商业服务	42.4% (Q1)	42.6% (Q4)	53% (Q1)	31.3% (Q1)	38.4% (Q1)	42.1% (Q2)		

* 本行为空，该行业的主观困难感受相对较弱

表 3：行业困难点覆盖率季度变化

	原材料 涨价	用工成本 上升	租金高	营销 费用高	消费 意愿低	同质化 竞争	数据互不 连通	物流 成本高
泛 IT								
小餐饮								
教育医疗								
小零售								
小制造								
交通物流								
文娱								
商业服务								

表 4：支持政策覆盖率排名前三的行业（括号中为覆盖率高点出现季度）

	税费减免	优惠利率或贴息	社保费用缓缴	研发 / 技改补贴	专精特新奖励
泛 IT	42.6% (Q4)		36.8% (Q4)		
小餐饮	39.5% (Q4)				
教育医疗		57.9% (Q1)	34.5% (Q4)	41.7% (Q1)	35.8% (Q4)
小零售					
小制造		55.6% (Q1)			35.4% (Q4)
交通物流		54.8% (Q1)	38.5% (Q4)	42.3% (Q1)	39.4% (Q1)
文娱 *				42.9% (Q1)	
商业服务	37.9% (Q1, Q4)				

* 本行为空，该行业的政策优惠覆盖情况相对较差

表 5：行业支持政策覆盖率季度变化

	税费减免	优惠利率或贴息	社保费用缓缴	研发 / 技改补贴	专精特新奖励
泛 IT					
小餐饮					
教育医疗					
小零售					
小制造					
交通物流					
文娱					
商业服务					

5 行业间融资总需求差别较大， 银行融资占比较低

融资需求旺盛，融资总需求行业间差别较大。“教育医疗”“交通物流”“小制造”“文娱”四个行业的融资总需求较大，有融资需求的企业占行业企业总数比重始终在八成以上。“泛IT”“小零售”“小餐饮”“商业服务”等行业的总融资需求相对较小，特别是“商业服务”，有融资需求的企业占比始终在七成以下。

实际融资缺口稳中有升。实际融资缺口维持在相对较低的水平，四季度略有升高。融资需求旺盛的行业，融资实际缺口也相对较高。有融资需求企业占比次高的“交通物流”，实际融资缺口始终在45%以上，“教育医疗”“小制造”和“文娱”的实际融资缺口始终在四成以上，特别是“文娱”在四季度实际融资缺口达到52.9%，是所有行业的融资缺口季度分布中的极大值。“小零售”融资需求相对较低，但实际融资缺口相对较高，说明行业可能存在融资瓶颈，需要引起注意。

综合利率指数略有下降。与全样本综合利率在11.5%的水平上稳定，季度波动不超过上下0.4个百分点不同，综合利率指数在不同行业之间、同一行业不同季度之间波动幅度较大，极值集中在二季度，“泛IT”综合利率指数达到13.1%的极高值；“商业服务”综合利率指数触及8.9%的极低值，中间相差4.2个百分点。

银行融资占比较低，部分行业略有下降。大部分行业“仅从银行融资”的样本企业占该行业“总融资需求”的比重在25%以下，相对较低。四季度部分行业从银行渠道融资的占比出现下降。全年来看，从银行渠道融资占比较低的如“小交通”“文娱”“小零售”等行业，实际融资缺口也较大，显示银行作为重要融资渠道对行业发展起到关键作用。

图52: 各行业总融资需求

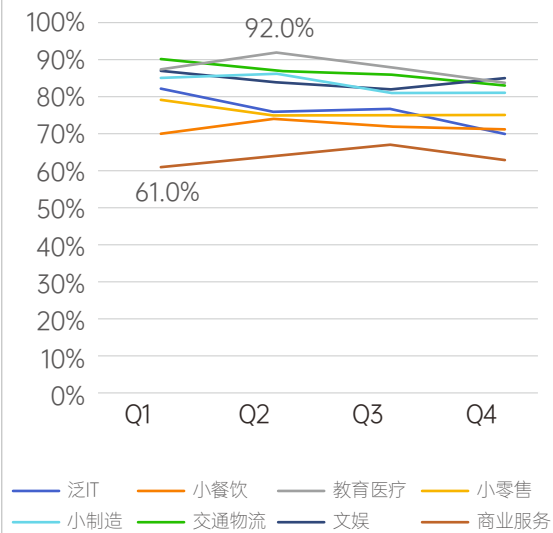


图53: 各行业实际融资缺口

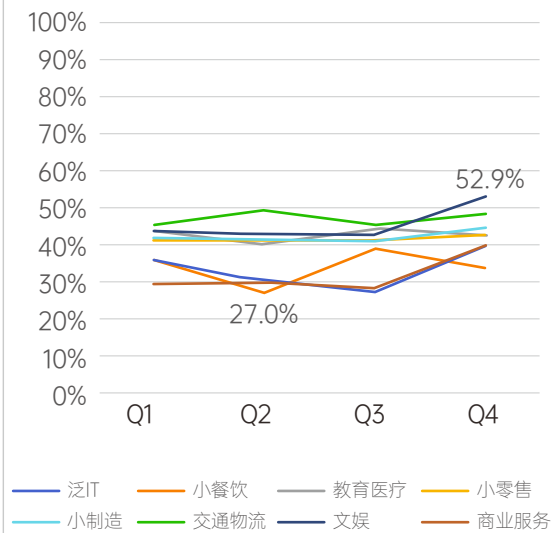


图54: 各行业综合利率指数变化

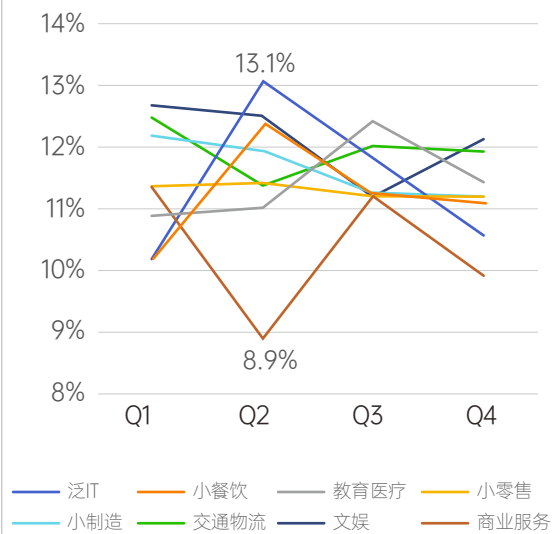
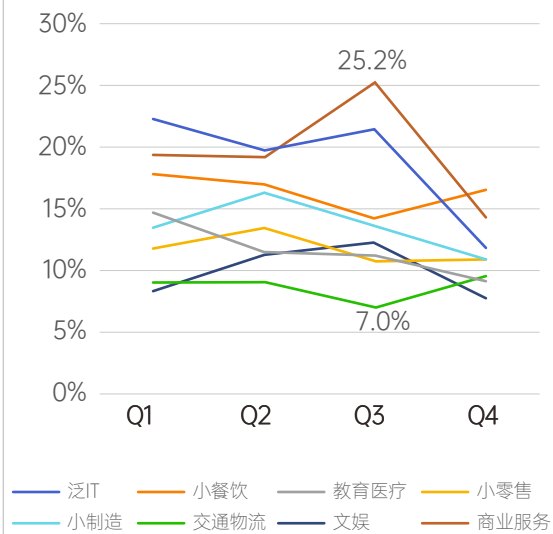


图55: 各行业仅从银行渠道融资的企业占比



6 行业间线上化差异较大，线上销售增速分化

大部分行业线上化率稳定走高，行业间差异较大。“文娱”“交通物流”“教育医疗”“小制造”行业的线上化率保持在较高水平，2023 年始终保持在 75% 以上。大部分行业维持了线上化率提升的势头，“文娱”“小制造”线上化水平收在年度高点。

数字化企业占比稳定。我们将线上销售占比超过总销售额 30% 的企业称为“数字化企业”。“泛 IT”和“文娱”是数字化企业占比最高的两个行业，年数字化企业占比双双突破 35%。“小制造”“小零售”“小餐饮”三个行业数字化企业占比依次降低，2023 年大部分时间在 25% 以下。

线上销售增速分化，对拓展新的线上渠道兴趣不一。线上化率和数字化企业占比均在低位的“小零售”“小餐饮”和“商业服务”，线上销售增速快的占比最高，正在筹备扩展线上渠道的企业占比也较高。线上化率和数字化企业占比已经在较高水平的行业，扩展线上渠道的冲动相对较低，这也是可以理解的。

图56: 各行业线上化率

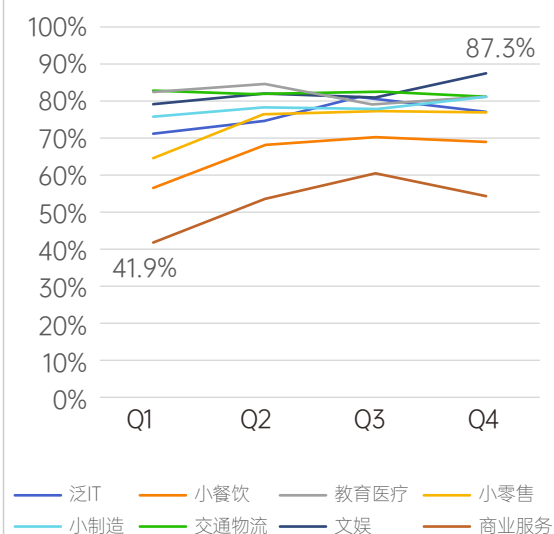


图57: 各行业数字化企业占比

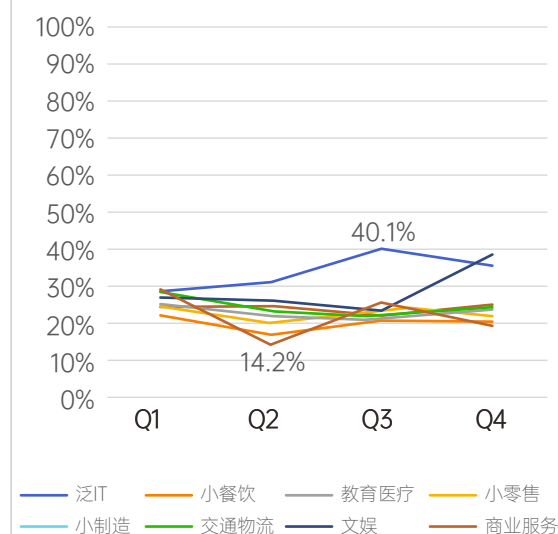


图58: 线上增速更快企业占比

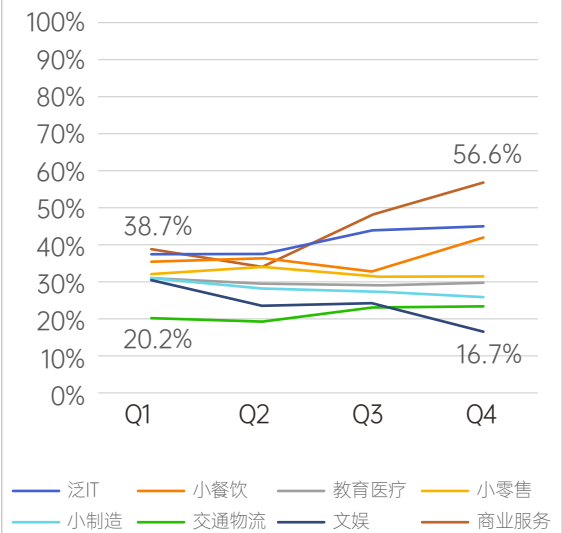
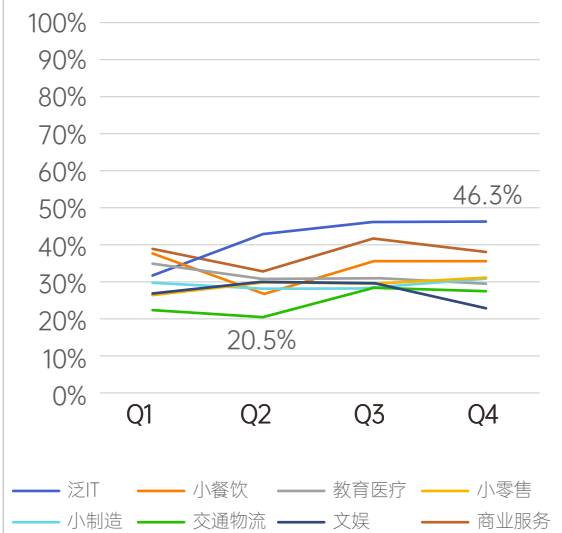


图59: 扩展线上渠道企业占比





— 小结 —

- 行业间盈利水平分化，大多数行业营收增速保持平稳，市场预期指数和投资意向指数整体稳定，但少数行业如商业服务业面临经营困境，投资意向指数较低。不同行业成本构成有差异，但毛利率均值和变化趋势较一致。行业间营商环境“体感温差”大，困难点和扶持政策在行业间的分布较为集中。
- 融资需求旺盛，实际融资缺口稳中有升，综合利率指数略有下降，部分行业从银行获取融资占比下降。大部分行业线上化率稳定走高，行业间差异较大，数字化企业占比稳定，线上销售增速分化，对拓展新的线上渠道兴趣不一。



第五章

地区间差异分析

2023 年中小微企业经营状况与数字化转型调研报告

样本企业覆盖全国几乎所有省份，为方便进行地区间差异分析，我们按照样本现有结构，基于地理分布将所有 20511 个观察样本分为以下四个群组：

京津冀

包括北京、天津 2 个直辖市和河北省的石家庄、秦皇岛、唐山、廊坊、保定、沧州、张家口、承德等 8 个城市

长三角

包括上海 1 个直辖市，及江苏省的南京、无锡、常州、苏州、南通、扬州、镇江、盐城、泰州等 9 个地级市，浙江省的杭州、宁波、温州、湖州、嘉兴、绍兴、金华、舟山、台州等 9 个地级市，安徽省的合肥、芜湖、马鞍山、铜陵、安庆、滁州、池州、宣城等 8 个城市

大湾区

包括广东省的广州、深圳、珠海、佛山、惠州、东莞、中山、江门、肇庆等 9 个城市

全国其他地区

上述地区之外的其他直辖市、地级市

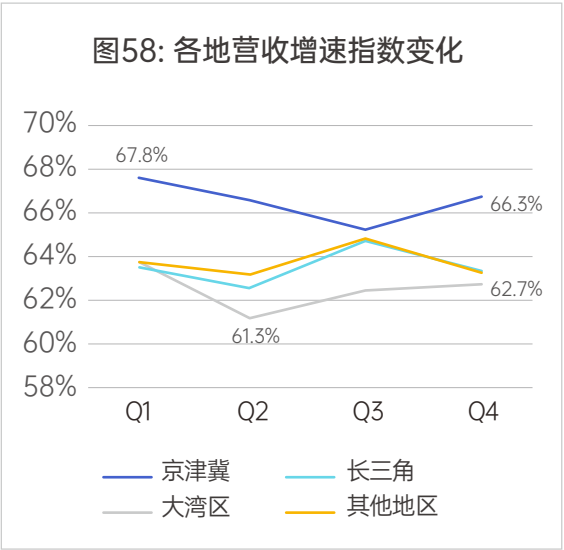
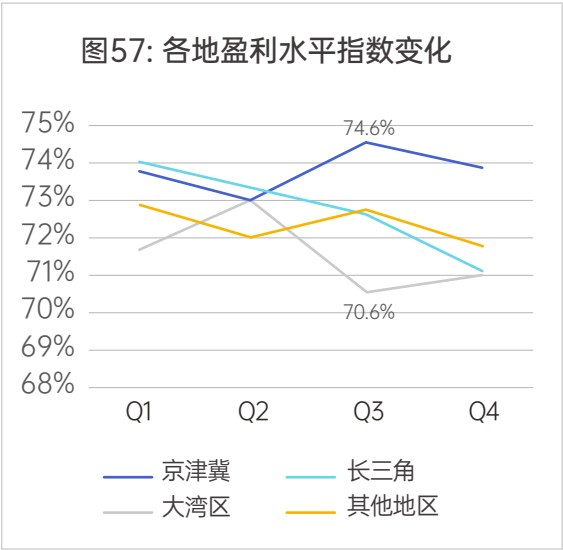
表 6：四个群组样本企业的整体分布情况

	京津冀地区	长三角地区	大湾区地区	全国其他地区
一季度样本量	1118	693	315	2403
二季度样本量	1089	707	328	2515
三季度样本量	1192	860	373	2997
四季度样本量	1295	923	375	3329

1 各地盈利水平和营收增速走出不同行情

2023 年，**京津冀地区**样本企业盈利水平指数震荡走高，是四个地区中唯一一个四季度盈利水平指数高于一季度盈利水平指数的地区，四个季度均显著高于全国其他地区城市。**长三角地区**样本企业盈利水平指数在 2023 年持续下行，从一季度的全国最高滑落至四季度的第三位。**大湾区**样本企业盈利水平指数整体处于低位，除在二季度短暂超过全国其他地区的盈利水平指数之外，其他三个季度均处在低位。

2023 年，**京津冀地区**样本企业营收增速指数虽然震荡走低，但仍然领先所有其他三个地区。**长三角、大湾区**样本企业营收增速指数走势与全国其他地区样本一致，整体走势平稳，但几乎一直处于全国其他地区样本企业营收增速指数均值之下，表现相对稍差。



2 地区间市场预期和投资意向同步变化

各地企业市场预期先跌后稳。京津冀地区样本企业市场预期指数在二季度下跌较为明显，三季度大幅反弹，并稳定在较高的水平，全年的市场预期指数均值始终保持在全国其他地区均值水平之上。长三角地区样本企业市场预期指数呈“U”型走势，在连续三季度下降后四季度回升企稳，且在大部分时间内，都比全国其他地区均值更高水平之上。大湾区地区企业市场预期指数整体较低，在二季度下滑至年内低点之后，稳定在较低的位置，连续三个季度在全国其他地区均值水平之下。

投资意向走势相同但均值差距大。各地样本企业的投资意向指数变动趋势整体一致，几乎相互平行，唯一的差别是京津冀、长三角、大湾区企业投资意向指数在四季度环比下降，而全国其他地区企业环比略有上升。京津冀投资意向指数在四个地区中始终排在最高，长三角地区企业排在第二位，始终高于全国其他地区，大湾区企业的投资意向指数始终在全国其他地区之下。

图59: 各地市场预期指数

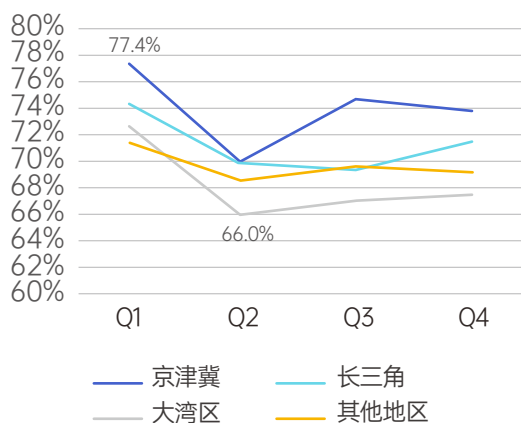
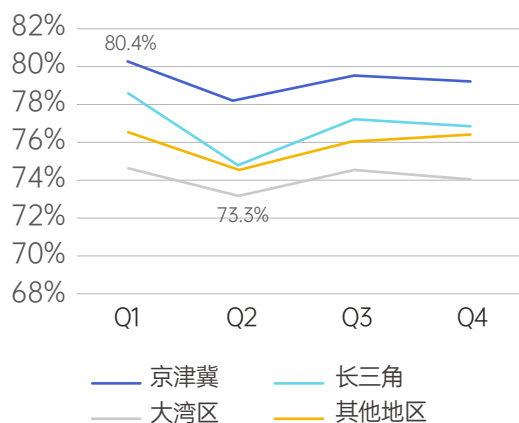


图60: 各地企业投资意向指数



3 地区间营商环境“体感温度” 走势相同但均值差距大

四个地区企业的营商环境“体感温度”均走出“U”型反转，与全国整体的走势一致。走势虽然一致，但各地区间均值差异较大。京津冀地区“体感温度”相对温暖，持续高于其他三个群体。长三角地区与全国其他地区样本企业的平均温度相似，在一季度处于零度以下的偏冷区间，并在二季度和三季度持续下降，在四季度随着政策支持力度大幅提升，“体感温度”由负转正。大湾区“体感温度”在前三季度维持在过冷区间，到四季度回到冰点以上。

京津冀地区样本企业经营困难感受较轻，大湾区样本企业经营困难感受较重。京津冀地区，选择各项困难点的样本企业占比在 2023 年一至四季度始终处于 27 ~ 36% 的较窄区间内，整体水平不高。相比之下，长三角地区的这一占比分布区间为 29 ~ 43%，明显高于京津冀地区；大湾区企业的这一区间为 31 ~ 46%，略高于长三角地区，明显高于京津冀地区。

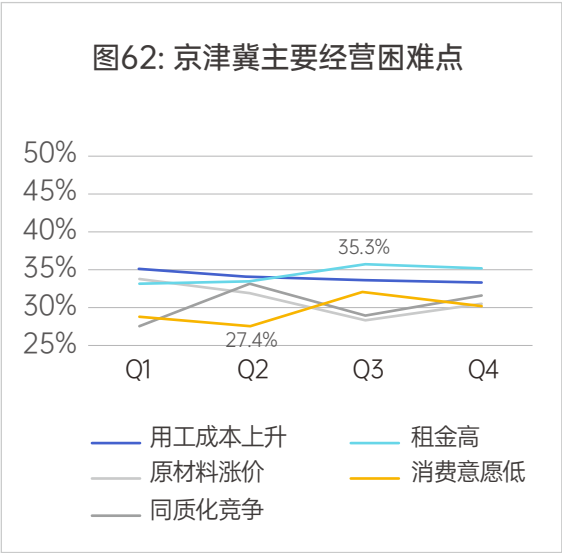
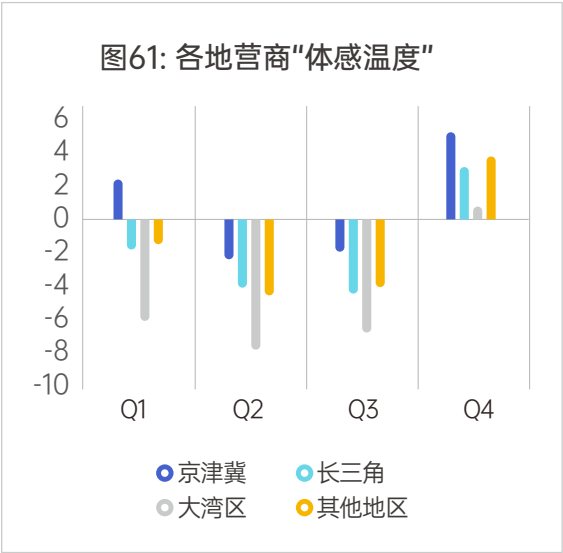


图63: 长三角主要经营困难点

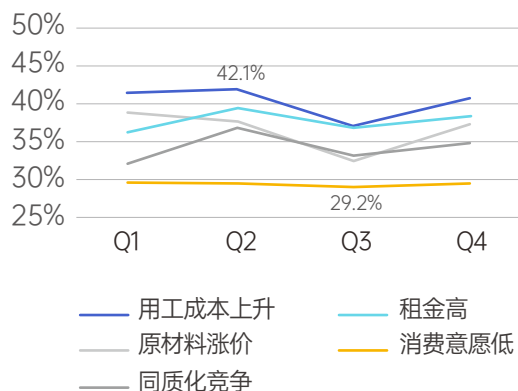
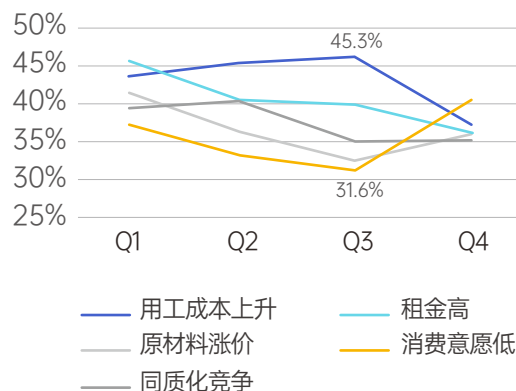


图64: 大湾区主要经营困难点



京津冀和长三角地区的样本企业获较多政策支持，大湾区企业得的支持政策相对较少。京津冀地区得到各项政策支持的样本企业占比分布在 22 ~ 58% 的区间内，与长三角地区的 21 ~ 57% 基本重叠，均明显高于大湾区的 17 ~ 50%。全年四个季度，未得到政策支持的企业占比的地区排行，均是京津冀最低、长三角次之、全国其他地区次高、大湾区最高（见图 68）。四季度，四个地区样本企业未得到政策支持比例均创下年内新低，说明四季度政策支持力度大幅加强，样本企业感受明显，这也是驱动各地营商环境“体感温度”由负转正创下年内极高值的主要原因。

图65: 京津冀政策支持覆盖情况

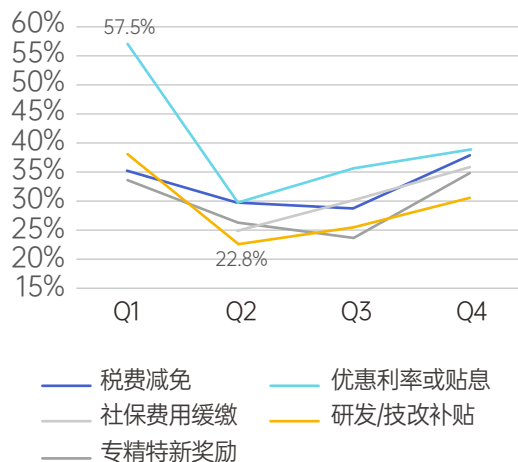


图66: 长三角政策支持覆盖情况

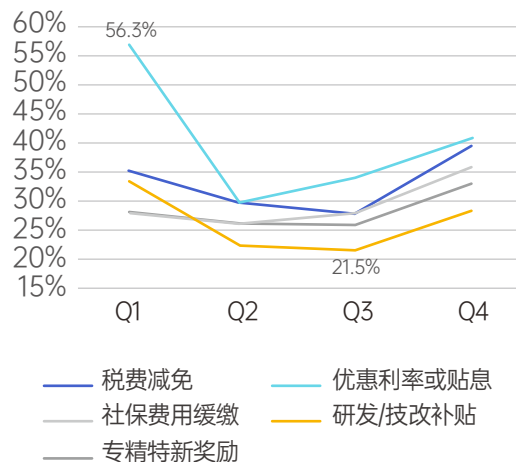


图67: 大湾区政策支持覆盖情况

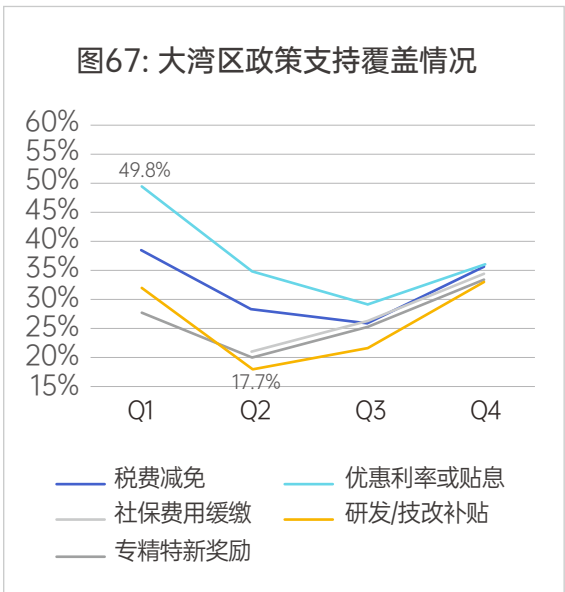
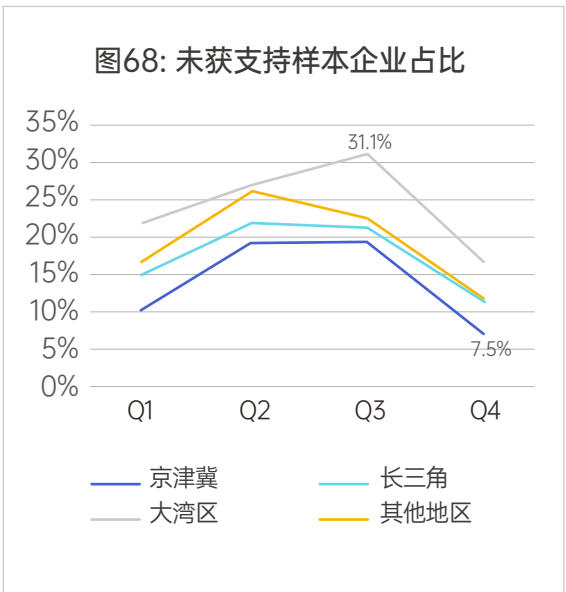


图68: 未获支持样本企业占比



4 各地企业融资状况

各地区有融资企业占比较低。2023 年仅京津冀地区样本企业在一季度有融资企业占比短暂超过一半，达到 52.5%，其他绝大多数时间内四组企业有融资企业的比例均在一半以下，大湾区三季度有融资企业比例仅为 39.4%，超过六成样本企业没有融资行为。

各地企业实际融资缺口（有融资需求但未获融资企业占所有有融资需求企业比重）较大。实际融资缺口的走势与有融资企业占比的走势基本相反，这是可以理解的，有融资企业的占比高，得到融资的企业多，未被满足的融资需求占比自然下降。

但大湾区的情况有些特殊，一方面有融资的企业占比显著低于京津冀和长三角地区，甚至低于全国平均水平，另一方面大湾区实际融资缺口也处在低水平，与有融资企业占比最高的京津冀地区企业实际融资缺口水平相近，说明大湾区企业整体

的融资需求不高。结合前面的分析，大湾区样本企业的盈利水平指数、营收增速指数、市场预期指数和投资意向指数均徘徊在低位，可能是造成融资需求相对低迷的原因。

图69: 各地有融资企业占比

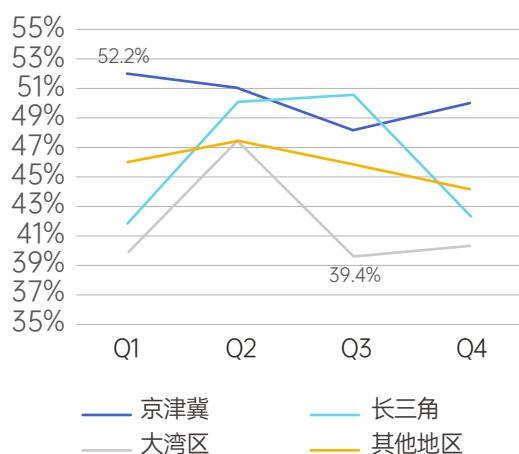


图70: 各地实际融资缺口

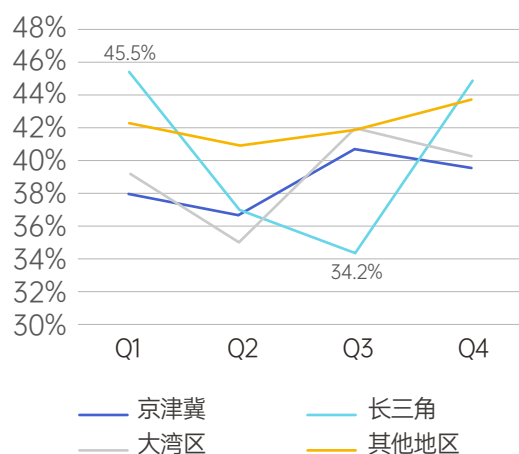


图71: 各地综合利率指数

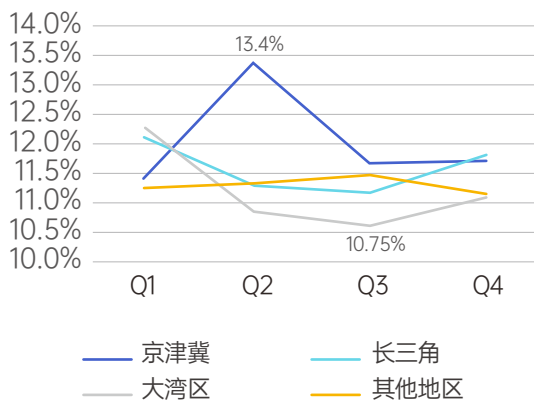
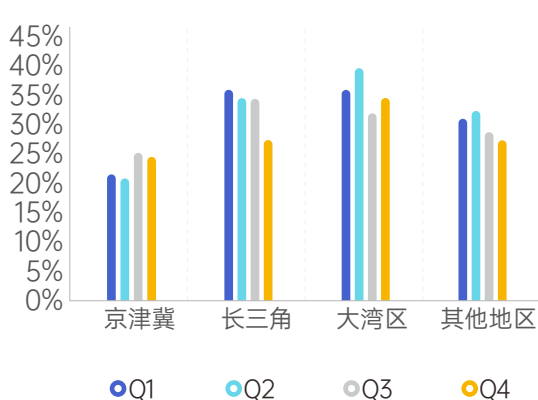


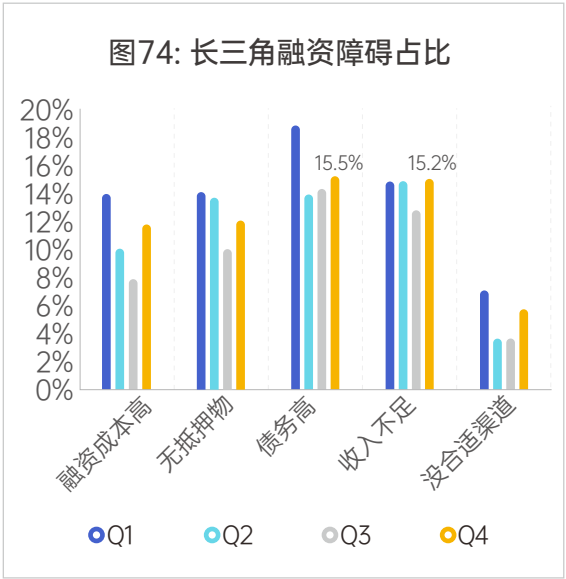
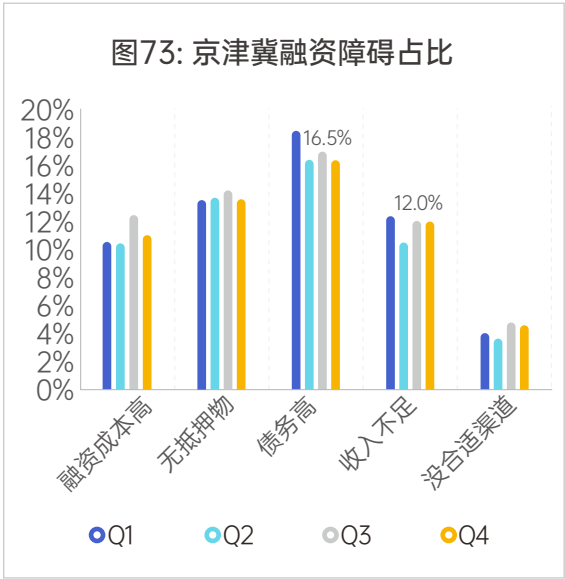
图72: 仅从银行渠道融资占比

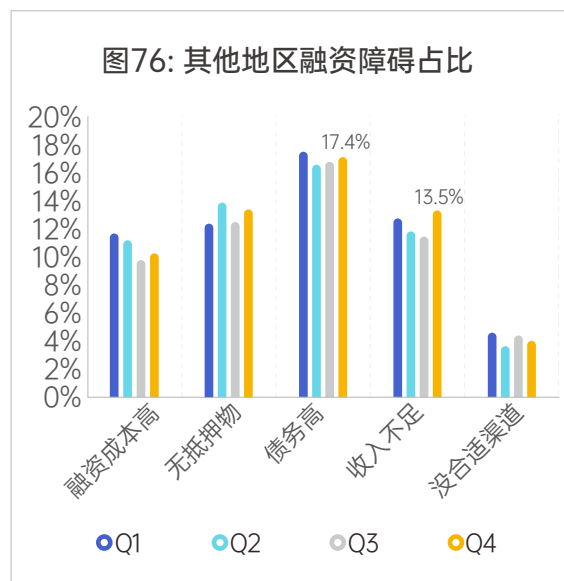
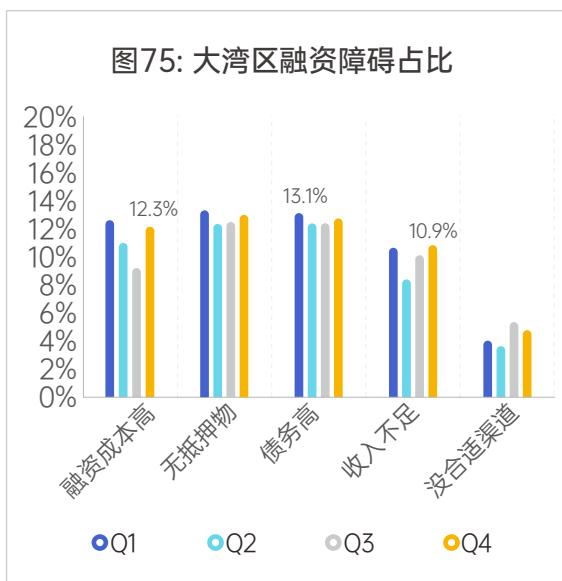


部分地区利率水平波动剧烈。各地区综合利率水平指数大部分时间在 10 ~ 12% 的窄区间内波动。京津冀地区综合利率指数二季度短暂升至 13.4%，之后回落至 11.5 ~ 12% 的区间内。大湾区在整体融资需求不高的情况下，综合利率指数在大部分时间内维持在较低水平。大湾区“仅从银行融资”占有融资比重在一、二、四季度

排在四个区域组中最高，可能是融资需求不旺，非银和私人等民间融资渠道不活跃的反应。

融资障碍有从资产负债表向其他因素转移迹象。“债务高”“无抵押物”等资产负债表因素仍然是阻碍各地区样本企业获得融资的主要原因。但从下半年开始，部分地区的阻碍因素开始从资产负债向其他因素转移，长三角四季度融资障碍因素中，选择“收入不足”的企业占比达到 15.2%，几乎追平“债务高”的 15.5%；“融资成本高”也超过“无抵押物”成为长三角地区排名第三的融资阻碍因素。“融资成本高”成为仅次于“债务高”的排名第二的阻碍大湾区样本企业获得融资的因素。



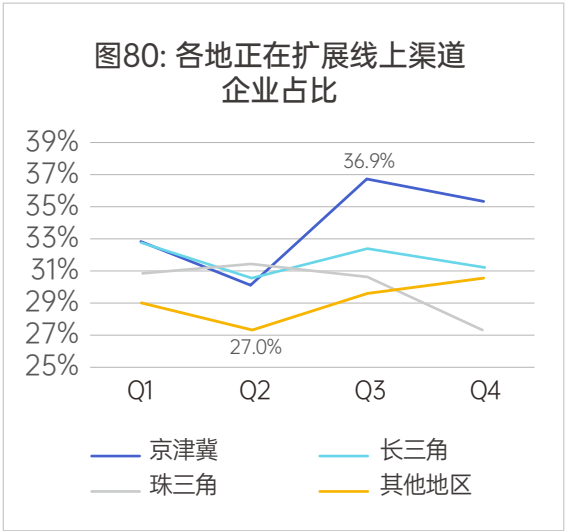
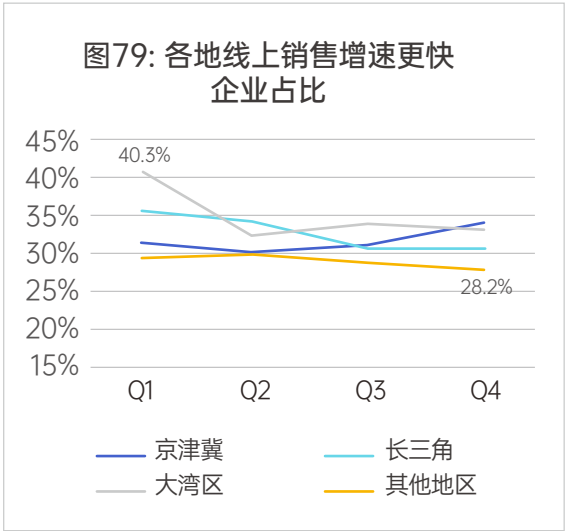
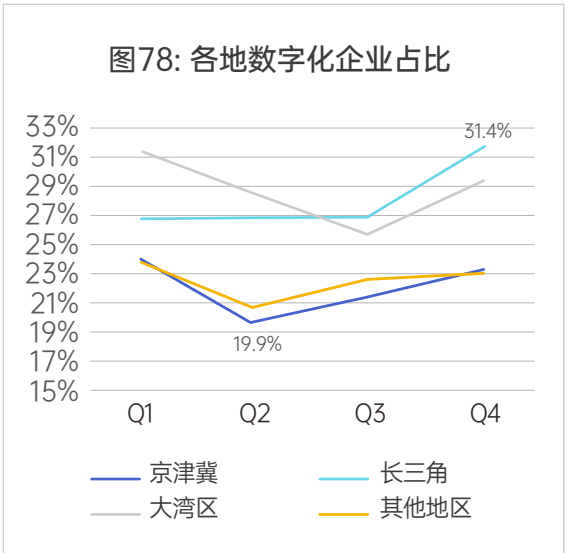
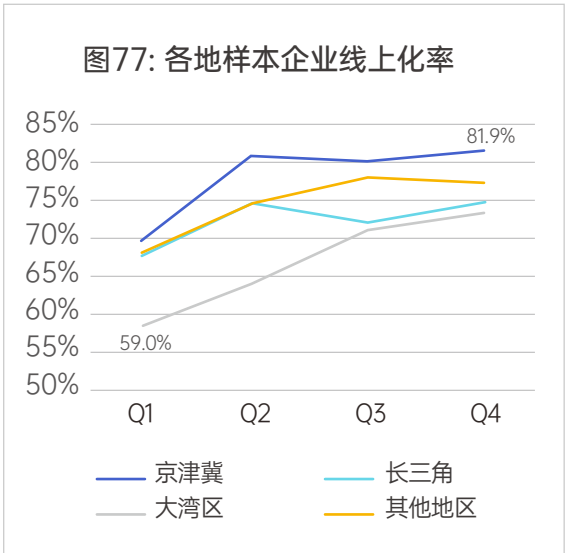


5 线上化率稳步提升， 线上销售占比、销售增速稳定在高位

线上化率稳步提升。京津冀地区样本企业线上化率在二季度大幅提升后稳定在80%以上，并在四季度创出年内新高（81.9%）；长三角企业与全国其他地区企业的线上化水平基本持平，在75%左右波动。大湾区企业线上化率从一季度较低的水平上快速提升，下半年接近全国平均水平。

线上销售占比、销售增速稳定在高位。京津冀地区样本企业虽然线上化率较高，但数字化企业占比较低——虽然经营着线上渠道的企业占比高，但是线上销售占总销售三成以上的企业占比较小，数字化覆盖面大但数字化程度不深。相比之下，大湾区样本企业虽然线上化率较低，但数字化企业占比较高，数字化覆盖面窄但是数字化程度深。

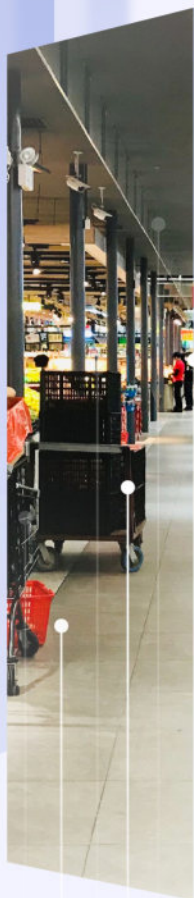
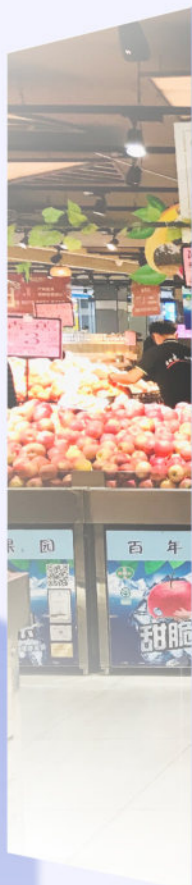
各地已线上化样本企业中，线上销售增速更快企业占比大致在三成左右，且京津冀、长三角、大湾区企业这一占比均高于全国其他地区样本企业，说明经济相对发达地区线上化推进速度仍然小幅领先。然而京津冀、长三角、大湾区打算扩展线上渠道（跨更多平台）的企业占比在四季度均有一定程度下滑，而全国其他地区企业这一指标小幅上升。这似乎说明经济发达地区中小微企业线上销售已经铺开，进入稳定增长阶段，而全国其他地区中小微企业的线上化进程仍在扩张阶段。





— 小结 —

- 2023 年，京津冀地区企业的盈利水平指数和营收增速指数领先全国其他地区，而长三角和大湾区地区的企业营收增速指数和市场预期指数较低。
- 投资意向指数京津冀最高，大湾区最低。
- 京津冀地区的营商环境“体感温度”相对较高，但大湾区处于过冷区间。
- 京津冀和长三角地区的样本企业享受了相对较多的政策支持，大湾区企业得到的支持政策相对较少。
- 各地有融资行为的企业占比较低，实际融资缺口较大，部分地区利率水平波动剧烈。
- 一年来，企业线上化率稳步提升，京津冀地区样本企业线上化率在 80% 以上，大湾区企业线上化率接近全国平均水平。
- 线上销售占比、线上销售增速稳定在高位，但京津冀地区虽然线上化率较高，但数字化企业占比较低，大湾区样本企业虽然线上化率较低，但数字化企业占比较高。



第六章 总结与建议



中小微企业是国民经济的重要组成部分，在稳增长、促就业、调结构、推动高质量发展的过程中发挥着越来越重要的作用。中小微企业对宏观环境变化相对较为敏感，是整体经济发展的晴雨表。广大中小微企业同时也是平台企业的重要用户和服务对象，是数字经济生态圈中最活跃、最丰富、最有潜力的部分。这些企业的需求和反馈也为平台企业提供了持续改进和创新的方向。

1 主要结论

经过分析讨论，我们发现中小微企业在不断变化的外部经济环境中展现出较强的韧性和抵抗力。整体表现虽有起伏，但大部分样本企业保持了微利并有一定幅度的增长。即便是在较为困难的二季度，多数企业仍能保持信心和希望，对未来市场抱有正面预期，少部分企业还在进行投资以扩大经营规模。

此外，我们发现中小微企业对政策变化比较敏感。在调研问卷覆盖的各类指标中，样本企业对政策支持感知的季度波动幅度是最大的。企业对支持政策的反馈与业绩表现呈现出显著的正相关关系，说明政策支持对中小微企业的作用巨大。

融资支持不仅仅是扩张时的加速器，也是困难时的安全网。样本企业的融资需求保持在高位，但受制于中小微企业负债高、没有合适抵押物等特点，仍有相当数量的样本企业无法获得融资支持。银行是中小微企业低成本资金的主要来源，但只能满足少部分需求，更多样本企业只得向私人或非银机构融资，承受显著更高的利率成本。

线上化稳步推进，但线下销售依然是主渠道，虽然线上销售的增速普遍更快。大部分样本企业在多个互联网平台设有线上店铺，实现了跨平台经营。虽然有相当

数量的企业有继续拓展渠道的打算，但线上销售在 2023 年出现逐渐集中的趋势。

最后，不同行业企业的表现差异较大，在盈利、增速、信心、政策支持、融资等主要指标上，不仅均值有较大差异，季度走势也不一致。相比之下，各区域企业的主要指标虽然均值存在差异，但整体走势往往是相似的。

2 意见和建议

调研也发现了中小微企业发展中面临的一些现实问题。在四次调研中频繁出现、排名靠前的问题包括：租金和用工成本居高不下，连续三季度成为覆盖面前两名的经营困难点；融资需求旺、实际缺口大同时存在，非银行渠道占总融资逐季度扩大，利率显著高于银行渠道，而高负债、无抵押物、流水不足一直居融资阻碍因素前三位；“小餐饮”“商业服务业”困难点集中，但受到的政策支持较为有限，“小制造”虽然受到更多的政策支持，但也是困难点集中的行业，“体感温度”起伏较大，整体偏低。

这些问题中，有一些是长期存在的结构性的“老大难”问题。如租金和用工成本居高不下，在沿海发达地区尤其如此。要看到租金与平均薪酬与在地经济发展水平密切相关，是经济发展的必然结果。因此，这些问题只能通过进一步改善营商环境、提升公共服务水平、鼓励企业通过技术创新提质增效，在市场化、法治化的框架内循序渐进、逐步解决。

还有一些是虽然存在结构性矛盾，但可以通过技术和政策手段来有序解决的“硬骨头”问题。如中小微企业融资难融资贵的问题，已经存在多年，各级政府和银行系统也高度重视，不断推出面向中小微企业融资需求的新举措。但中小微企业，特



别是小微企业，天然存在可参考历史短、收入不稳定、经营风险高的问题，将这些特异性风险都转移到银行系统显然是行不通的。更好的方法可能是采用更丰富更实时的数字化金融工具，更好地给风险定价。这在国内外都有探索。

最后，是具有一定周期性的、可以在较短的时间内集中解决的“短平快”问题。如某些支持性政策的延期、升级。调研中我们发现部分地区的单项政策覆盖面并不低，但所有政策的综合覆盖率较低，说明政策存在叠加重复的问题——受关注的行业企业得到多项支持，而其他行业或未达条件企业可能一项支持都没有享受到。这需要在政策执行过程中，兼顾奖励性支持和普惠性支持，兼顾效率和公平，为广大中小微企业发展提供更好的环境。

3 未来规划

本报告是中小微企业调研的阶段性成果展示。调研仍在按季度持续进行中。受很多客观条件限制，报告尚未能完整反映出当前中小微企业的经营情况，分析和结论存在一定的局限性。

一方面，目前调研仅持续四个季度，积累期数较少，缺乏进行年度比较的基础，也无法考察是否有季节性，因此对单一指标的季节波动可能存在过度解读。另一方面，样本的地理分布并不均匀，且地区间差别较大，部分重要经济带的样本数量较少，目前简单计算平均值的方式可能无法确切反映中小微企业整体发展情况，按照地区经济发展状况进行加权分析可能是更好的方式。此外，部分指标的设置如以“雇员数”来衡量企业规模以及“经营困难点”和“政策支持”等多选题的选项设置，都有可以商榷的空间。

这些问题，部分会随着时间的推移和调研期数的积累自动得到解决，例如数据是否具有季节性以及如何调整的问题。部分问题可以通过一些技术手段加以解决，例如，针对样本企业地域分布不均的问题，我们尝试按照第四次全国经济普查显示的机构法人在各省分布情况，对指标进行加权计算。加权后的各项指标在均值上有一定程度的变化，但在季度间走势上几乎与未加权结果一致（见附录三）。部分问题需要随着外部环境的变化不断进行调整，例如支持政策的选项设置，需要根据当时的政策特点不断进行加减处理。

未来我们还计划在保证数据安全的情况下，定向邀请外部机构参与到调研中来，共动推动中小微企业调研工作，共享数据资源，并且在调研基础上推动深度研究。希望有志于中小微企业研究的高校、智库、研究机构与我们联系，共同为推进我国中小微企业发展出谋划策。

附录一：调研问卷

表 10	题干	选项
1	请问您是否拥有一家企业或者店铺？ [单选题][必答]	是；否
企业画像		
2	请问贵公司 / 店铺目前雇员总数是多少？ [单选题][必答]	无雇员；1~10 人；11~50 人；51~100 人；101~500 人；>500 人
3	请问贵公司 / 店铺至今已经正常经营多长时间？ [单选题][必答]	<1 年；1~3 年；3~5 年；5~10 年；>10 年
4	贵公司所在行业是？ [下拉题][必答]	IT/ 通信 / 电子 / 互联网；金融业；房地产 / 建筑业；餐饮 / 旅游 / 居家服务业；教育 / 医疗服务业；贸易 / 批发 / 零售 / 租赁业；生产 / 加工 / 制造；交通 / 运输 / 物流 / 仓储服务业；文化 / 传媒 / 娱乐 / 体育；能源 / 矿产 / 环保；政府 / 非盈利机构；农 / 林 / 牧 / 渔 / 其他；商业服务业
经营状况		
5	贵公司 / 店铺在今年四季度（10~12 月）营收增长速度如何？ [单选题][必答]	>50%；31~50%；11~30%；1~10%；零增长；负增长
6	贵公司 / 店铺今年四季度（10~12 月）总体盈利状况如何？ [单选题][必答]	大幅盈利；微利；不赚不赔；微亏；严重亏损
难点 / 支持		
7	目前贵公司 / 店铺经营面临的主要困难包括？ [多选题][必答]	原材料涨价；门店租金高；用工成本上升；营销费用高；用户消费意愿低；店铺同质化竞争；平台数据互不连通；仓储物流成本高；+ 其他 _____
8	贵公司 / 店铺在过去 6 个月是否得到过下列政策支持？ [多选题][必答]	税费减免；优惠利率或贴息；社保费用缓缴；研发 / 技改补贴；专精特新等专项奖励；其他优惠政策；没有受到优惠支持
成本拆解		
9	请问，如下成本项目，在贵公司总成本中占比如何？ [矩阵单选题][必答] (请您仔细思考作答)	原料 / 进货成本；人力成本；店铺租金；税费；推广费用；物流成本 <5%；5%-15%；15%-30%；30%-50%；>51%
10	贵公司 / 店铺的毛利水平大概为？ [单选题][必答]	<5%；5~15%；15~30%；30~50%；>50%

融资情况		
11	贵企业今年四季度 (10~12 月) 是否进行过融资借贷? [多选题][必答]	有向银行借贷; 有向银行之外的机构或个人借贷; 有融资借贷需求, 但没有进行融资借贷; 没有融资借贷需求, 也没有进行融资借贷
12	贵企业目前融资借贷的综合利率水平如何? [单选题][必答]	5% 以下; 5 ~ 15%; 15%-30%; 30% 以上
13	阻碍贵公司进行融资借贷的主要因素是什么? [多选题][必答]	融资成本高; 无抵押物; 目前债务水平较高; 收入或流水不足; 没有找到合适的融资借贷渠道; + 其他 _____
线上销售		
14	请问贵公司是否在网上开设有线上店铺? [单选题][必答]	是; 否
15	请问贵公司 / 店铺经营线上门店已有多长时间? [单选题][必答]	<1 年; 1 ~ 3 年; 3 ~ 5 年; 5 ~ 10 年; >10 年
16	请问贵公司 / 店铺线上渠道销售额占总销售比重如何? [单选题][必答]	<10%; 10~30%; 31~50%; >50%
17	请问贵公司 / 店铺线上渠道和线下渠道销售增速如何? [单选题][必答]	线上销售增速更快; 线上线下增速差不多; 线下销售增速更快; 无实体门店无法比较
18	请勾选贵公司 / 店铺目前有开设店铺的线上平台 (多选) [多选题][必答]	淘宝 / 天猫; 京东; 拼多多; 抖音; 快手; 微信小程序电商; 微信视频号电商; 微店 (口袋购物); 有赞; 微盟; 美团; 饿了么; 唯品会; 小红书; 自建 app; + 其他 _____
19	以上平台的渠道销售的综合成本如何? [矩阵量表题][必答] 1~5	淘宝 / 天猫; 京东; 拼多多; 抖音; 快手; 微信小程序电商; 微信视频号电商; 微店 (口袋购物); 有赞; 微盟; 美团; 饿了么; 唯品会; 小红书; 自建 app; + 其他 _____
20	请问贵公司 / 店铺在不同线上渠道销售状况如何? [单选题][必答]	销售高度集中在单一平台; 销售高度集中在两到三个平台; 销售平均分布在各个平台
21	请问贵公司 / 店铺是否有跨平台扩展线上渠道的规划? [单选题][必答]	正在筹备从现有平台扩展到其他平台: 短期内没有, 未来 1 到 3 年可能会从现有平台扩展到其他平台; 目前无计划从现有平台扩展到其他平台: 打算缩减线上渠道数量
信心预期		
22	您对接下来 3 个月的市场需求预期如何? [单选题][必答]	非常乐观; 乐观; 中性; 悲观; 十分悲观
23	您是否计划扩大经营规模? [单选题][必答]	正在推进扩大经营规模; 现在没有, 未来 1-3 年有计划扩大规模; 目前暂无明确计划; 计划收缩经营规模

附录二：指数计算方法

营商环境“体感温度”

企业营商环境“体感温度”指数计算公式如下：

$$EE_{j,i} = \left(\frac{p_{j,i}}{P} - \frac{d_{j,i}}{D} \right) \times 100 \quad (1)$$

其中 $EE_{j,i}$ 代表 j 地区的第 i 个样本感受到的营商环境温度，计量企业享受到的政策优惠支持的覆盖情况与困难分布情况的差值。 $P_{j,i}$ 是 j 地 i 企业享受到的政策优惠种类数量， P 是问卷中出现的所有政策优惠选项数量，包括“税费减免、优惠利率或贴息、社保缓缴、研发/技改补贴、专精特新等专项奖励、其他优惠政策”6种。 $D_{j,i}$ 是 j 地 i 企业遭遇到的经营困难数量， D 是问卷中出现的所有经营困难选项的数量，包括“原材料涨价、门店租金高、用工成本上升、营销费用高、用户消费意愿低、店铺同质化竞争、平台数据互不连通、仓储物流成本高、其他困难点”9种。

地区营商环境“体感温度”指数为该地区所有企业“体感温度”指数算数平均值：

$$EEI_j = \frac{\sum_{i=1}^n EE_{j,i}}{n_j} \quad (2)$$

其中 n_j 表示本次调研 j 地域的样本数量，如（2）所示。

盈利水平 / 营收增速 / 市场预期 / 投资意向指数

盈利水平指数、营收增速指数、市场预期指数和投资意向指数的计算方式类似，是通过取离差标准化 (0-1 scaling)，对指标进行线性变换，标准化至 [0,1] 区间。具体的标准化算法如下：

$$I_{it} = \frac{\sum_{N_t}(p_{it} - p_i^{\min})}{N_t(p_i^{\max} - p_i^{\min})} \quad (3)$$

其中 I_{it} 为标准化后的指数， $i \in$ （盈利水平，营收增速，市场预期，投资行为）， $t \in (Q_1, Q_2, Q_3, Q_4)$ 。N 为样本数， p_{it} 为指标 i 在时间 t 的取值。 $p^{\max}$ 、 $p^{\min}$ 分别为指标 i 的理论上限和下限。

附录三：赋权尝试

我们根据 2018 年第四次全国经济普查数据，按照法人数在省级行政区和行业大类间的分布，计算得到交叉权重，对应样本中的省份和行业标签，对样本企业进行赋权，具体的权重、计算过程和部分结果对比如下。

权重分布

表 11	信息传输、软件和信息技术服务业	金融业	房地产业 / 建筑业	餐饮 / 旅游 / 居家服务业	教育 / 医疗服务业	贸易 / 批发 / 零售 / 租赁业	生产 / 加工 / 制造业	交通运输、仓储和邮政业	文化、体育和娱乐业	能源 / 矿产 / 环保	公共管理、社会保障和社会组织	农、林、牧、渔业	商业服务业
北京	0.38%	0.06%	0.30%	0.35%	0.14%	1.39%	0.13%	0.09%	0.26%	0.04%	0.09%	0.00%	0.84%
天津	0.09%	0.02%	0.14%	0.06%	0.04%	0.40%	0.19%	0.07%	0.04%	0.01%	0.05%	0.00%	0.17%
河北	0.19%	0.02%	0.66%	0.18%	0.19%	1.81%	1.06%	0.15%	0.12%	0.09%	0.42%	0.05%	0.42%
山西	0.08%	0.01%	0.22%	0.10%	0.11%	0.72%	0.18%	0.07%	0.07%	0.08%	0.29%	0.03%	0.19%
内蒙古	0.04%	0.01%	0.16%	0.06%	0.08%	0.44%	0.11%	0.05%	0.04%	0.05%	0.18%	0.04%	0.14%
辽宁	0.14%	0.02%	0.29%	0.10%	0.15%	0.90%	0.44%	0.11%	0.06%	0.05%	0.20%	0.04%	0.29%
吉林	0.03%	0.01%	0.09%	0.03%	0.06%	0.24%	0.10%	0.03%	0.02%	0.02%	0.14%	0.03%	0.07%
黑龙江	0.05%	0.01%	0.11%	0.04%	0.09%	0.36%	0.13%	0.05%	0.03%	0.03%	0.16%	0.02%	0.10%
上海	0.11%	0.05%	0.18%	0.19%	0.07%	0.63%	0.24%	0.08%	0.06%	0.01%	0.07%	0.00%	0.33%
江苏	0.35%	0.03%	0.87%	0.33%	0.32%	3.06%	2.50%	0.29%	0.22%	0.08%	0.40%	0.07%	0.85%
浙江	0.27%	0.08%	0.48%	0.25%	0.25%	2.32%	2.07%	0.16%	0.18%	0.07%	0.38%	0.01%	0.72%
安徽	0.15%	0.02%	0.43%	0.18%	0.18%	1.23%	0.55%	0.12%	0.10%	0.06%	0.26%	0.08%	0.39%
福建	0.16%	0.02%	0.25%	0.14%	0.13%	1.18%	0.57%	0.08%	0.09%	0.06%	0.29%	0.02%	0.31%
江西	0.07%	0.01%	0.20%	0.07%	0.14%	0.61%	0.31%	0.08%	0.05%	0.07%	0.28%	0.03%	0.22%
山东	0.29%	0.03%	0.86%	0.30%	0.30%	3.00%	1.51%	0.26%	0.18%	0.09%	0.63%	0.12%	0.75%
河南	0.27%	0.01%	0.61%	0.23%	0.39%	2.07%	0.68%	0.13%	0.17%	0.09%	0.51%	0.17%	0.54%
湖北	0.19%	0.01%	0.43%	0.18%	0.19%	1.30%	0.45%	0.11%	0.11%	0.08%	0.34%	0.07%	0.41%
湖南	0.12%	0.01%	0.25%	0.12%	0.21%	0.79%	0.30%	0.07%	0.12%	0.08%	0.35%	0.10%	0.28%
广东	0.81%	0.15%	1.14%	0.56%	0.43%	4.83%	2.79%	0.35%	0.30%	0.11%	0.39%	0.03%	2.38%
广西	0.09%	0.01%	0.22%	0.10%	0.16%	0.72%	0.18%	0.06%	0.06%	0.05%	0.25%	0.03%	0.31%
海南	0.03%	0.00%	0.10%	0.03%	0.03%	0.12%	0.02%	0.01%	0.02%	0.01%	0.04%	0.00%	0.06%
重庆	0.11%	0.01%	0.18%	0.21%	0.11%	0.90%	0.27%	0.06%	0.08%	0.03%	0.14%	0.02%	0.27%
四川	0.15%	0.02%	0.35%	0.17%	0.25%	0.96%	0.32%	0.09%	0.13%	0.08%	0.56%	0.03%	0.40%
贵州	0.04%	0.01%	0.15%	0.15%	0.10%	0.47%	0.23%	0.04%	0.05%	0.05%	0.21%	0.01%	0.15%
云南	0.07%	0.01%	0.21%	0.14%	0.10%	0.72%	0.17%	0.05%	0.07%	0.06%	0.26%	0.03%	0.21%
西藏	0.01%	0.00%	0.04%	0.01%	0.01%	0.04%	0.02%	0.00%	0.00%	0.00%	0.06%	0.00%	0.02%
陕西	0.10%	0.01%	0.38%	0.12%	0.15%	0.75%	0.20%	0.07%	0.07%	0.06%	0.26%	0.03%	0.25%
甘肃	0.02%	0.01%	0.10%	0.06%	0.08%	0.30%	0.07%	0.02%	0.03%	0.02%	0.26%	0.02%	0.08%
青海	0.01%	0.00%	0.04%	0.02%	0.02%	0.09%	0.02%	0.01%	0.01%	0.01%	0.07%	0.00%	0.04%
宁夏	0.01%	0.00%	0.03%	0.01%	0.02%	0.09%	0.03%	0.01%	0.01%	0.01%	0.06%	0.00%	0.03%

赋权算法

对每一个样本企业，其权重为：

$$P(X_{ind,prov,t,n}) = \frac{f(X_{ind,prov})/N_{ind,prov,t}}{\sum f(X_{ind,prov,t})}$$

其中， $P(X_{ind,prov,t,n})$ 是行业 ind、省份 prov、t 季度、样本 n 的权重。 $f(X_{ind,prov})$ 是该省份、该行业法人单位数，根据 2018 年第四次经济普查数据计算。 $N_{ind,prov,t}$ 是该省份、该行业在季度 t 的样本企业数量。 $\sum f(X_{ind,prov,t})$ 是季度 t 样本企业覆盖的各个省份、行业法人单位数的总和。

例如，2023Q1 样本企业中，北京市商业服务业企业共 16 个 ($N_{ind,prov,t}$)；经济普查中，北京市商业服务业企业共 172665 个 ($f(X_{ind,prov})$)；2023Q1 样本企业覆盖的所有省份、行业，所对应的经济普查法人单位总数为 18300859 个 ($\sum f(X_{ind,prov,t})$)，实际法人单位总数为 21787273，该季度未覆盖的省份、行业所对应的法人单位数量为 3486414，因此计算权重的分母为 $21787273 - 3486414 = 18300859$ 。从而，对于上述 16 个样本，其权重 $P(X_{ind,prov,n,t}) = (172665/16) / 18300859 = 0.05897\%$ 。

加权求和（均值）：

$$\begin{aligned} E(X_{i,t}) &= P(X_{ind,prov,t,1}) * I_{i,t,1} + P(X_{ind,prov,t,2}) * I_{i,t,2} + \cdots + P(X_{ind,prov,t,N}) * I_{i,t,N} \\ &= \sum_{n=1}^N P(X_{ind,prov,t,n}) * I_{i,t,n} \end{aligned}$$

$i \in (\text{盈利水平, 营收增速, 市场预期, 投资行为, 体感温度})$,
 $t \in (Q_1, Q_2, Q_3, Q_4)$ 。

加权方差 / 标准差：

$$Var(X_{i,t}) = \sum_{n=1}^N P(X_{ind,prov,t,n}) * (I_{i,t,n} - E(X_{i,t}))^2$$

$$Std.Dev(X_{i,t}) = \sqrt{Var(X_{i,t})}$$

$i \in (\text{盈利水平, 营收增速, 市场预期, 投资行为, 体感温度})$,
 $t \in (Q_1, Q_2, Q_3, Q_4)$ 。

赋权与未赋权结果比较

赋权后，原本在样本企业中占比较高的北方部分省市，因权重较小（普查法人数占比较小）对测算结果的影响降低；占比较低的南方沿海省市，因权重较大（普查法人数占比较大）对测算结果的影响升高。

赋权后与未赋权的盈利水平指数、营收增速指数、市场预期指数和投资意向指数的差异是显著的。具体的，赋权后盈利水平指数、营收增速指数、市场预期指数出现较为明显的下降，而投资意向指数出现明显上升。说明赋权不仅对计算结果有显著影响，而且这些影响的方向并不完全一致，赋权是有意义的。

上述赋权过程是基于五年前的全国经济普查数据，五年间中国的经济已经发生很大变化，也可能是造成赋权后结果发生很大变化的原因。目前第五次经济普查工作正在有序推进，我们期待未来五普结果发布后，可以为校准调研结果提供更好的依据。

图95: 赋权-未赋权盈利水平
指数比较

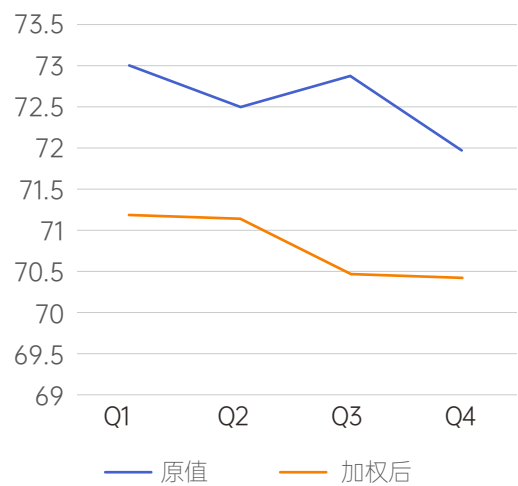


图96: 赋权-未赋权营收增速
指数比较

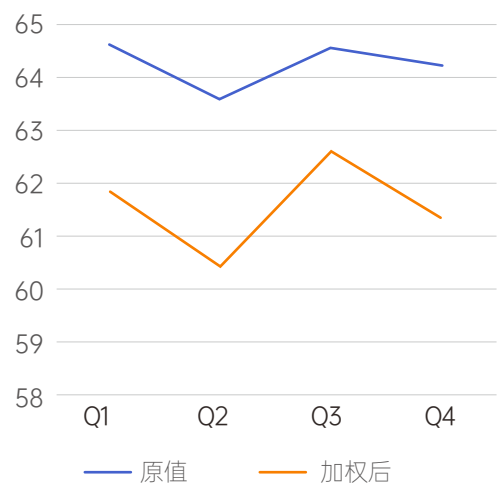


图97: 赋权-未赋权市场预期
指数比较

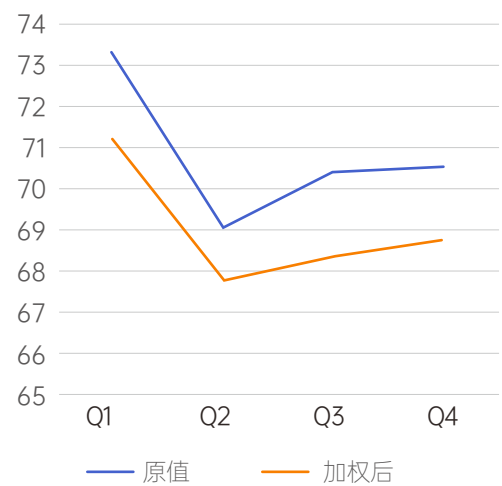
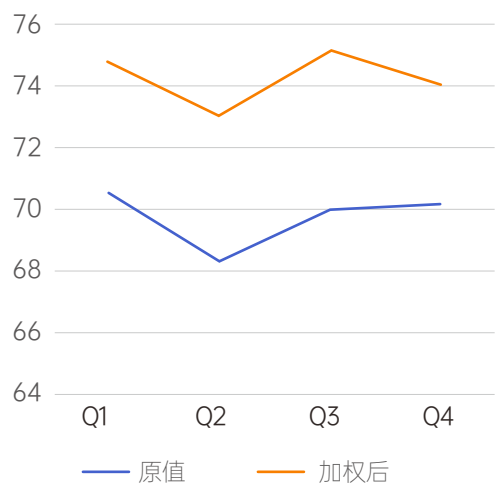


图98: 赋权-未赋权投资计划
指数比较



— 后记 —

问卷调研作为一种常用统计方法，具有灵活度高、针对性强、适用性广泛等特点，是应用历史最长、覆盖话题最多元、使用场景最丰富的调查研究方法之一。即便是在当下大数据分析时代，问卷调研仍是不可或缺的信息搜集手段——针对具体场景和对象设计出来的问卷，往往可以帮助研究者探寻到独特的增量信息。

调研得到的统计数据是典型特征的组合，对于我们了解调研对象的整体情况和群体的趋势性变化非常有用。打开以集合形式整体呈现的调研数据，数字背后是一家家具体的企业和个人，他们的个体感受与整体形势或有不同。这些个性化的感受，在统计过程中总有丢失，但可能帮助我们理解整体数据背后的故事。所以在处理完调研数据之后，我们花了一点时间，把数据打开，看到具体的企业和个人，读出 2023 年属于他们自己的故事。



小 A

第一个故事是关于小 A，一位在杭州开实体店的 23 岁的小姐姐。小 A 高中毕业，门店已经开业两、三年，雇着人。一季度不赚不赔，但营收刚刚与去年打平。开店不易，除了原料涨价、人工上升、租金高，还面临着其他门店的竞争压力，门店毛利较低。小 A 对未来市场的期待不大，暂时没有扩大经营的打算，也没有融资的需求。

一边开着店，一边给自己充电，二季度结束，小 A 拿到了大专文凭。但小店情况不妙，虽然没有亏钱，但销售在走下坡。小 A 只好遣散雇员，自己看店。随着人工成本降低，小店的利润率有所提升。

三季度，小 A 没有回答问卷。

四季度，小 A 又回到我们的视野，小店还在，并且销售有一定程度的增长，开始赚钱，虽然赚的不多。让她操心的，还是原材料价格、人工成本和租金，其他店铺的竞争压力依然不小。小 A 对未来市场变化的看法还是不好不坏，是否要扩大投资也没想好，未来可能会，现在先做做看。



小 B

第二个故事是关于一位在广州做餐饮的 38 岁男性店主，不妨叫他 B 哥。B 哥的小餐饮店已经经营了一年多，线下为主，同时也在饿了么注册，但订单不多。

一季度 B 哥没有雇人，都是自己操持，经营略有盈余，销售也在缓慢增长。B 哥对未来看法中性，没有扩大经营的打算，也没有借钱的想法。发愁的是原材料和租金都在涨价，而这两项占到经营成本的八成。

二季度 A 哥关掉了线上门店，同时申请到了政策补贴，原材料和租金压力缓解，于是 A 哥多招了两个人，用工成本上升也成为他最头疼的问题。

三季度，B 哥从我们的视野中短暂消失了。

到四季度，再次见到 B 哥，他仍然是对未来看法中性、没有扩张打算，不愿意借钱。小店依然雇了人。没了政策支持，原材料、租金、人工都是让 B 哥挠头的问题。好在小店保持微利、温和增长。对小微企业来说，活着就是希望。



小 C

第三个故事发生在深圳，42 岁的 C 先生是一家经营已经超过 5 年的制造业企业的老总，厂子有两百多人，产品销售尚可，保持着双位数的增长速度和一定的利润率。厂子虽然享受着税费减免、优惠利率、社保缓缴等多项优惠措施，但一季度经济刚刚重开，物流不畅且成本高昂，成了 C 先生的烦心事。

一季度 C 先生对未来市场发展前景非常乐观，正在着手推进扩大经营规模，但厂子资金偏紧，想融资扩产，奈何融资成本高，只能暂时搁置。C 先生在抖音上开了小店，也有自己的小程序和视频号，厂子销售额的超过三成来自线上。但 C 先生仍感觉现有的线上渠道运营成本高，正在考虑试水其他线上平台。

二季度原材料和用工成本出现比较大的上升，公司虽然维持了双位数的增长，利润率也没有太大变化，但 C 先生仍然感觉压力较大，特别是用工成本，翻了不只一番。着实让他头疼。厂子顶着较高的利率向私人等非银行机构融到了钱，但市场情况比原来预想的要差。C 先生还是保持乐观，但暂缓了扩张计划。

三季度厂子经历了裁员，但得到了银行贷款，利率成本降低一半。C 先生又乐观起来，开始推进搁置的扩张计划。

四季度，C 先生走出了我们的视野。但谁知道的，说不能我们还会在未来的某个时间点看到他。

在此，我们也诚挚地向对报告编撰工作给予支持与帮助的各方表示感谢。报告撰写过程中得到了中国国际经济交流中心创新发展研究部领导和专家的指导。此外我们还征询了中国中小企业协会的意见，部分高校、智库和研究机构也为报告提出了恳切的批评意见，对报告的结构、指标的拆解分析、样本的技术处理、未来调研的拓展方向等提出了宝贵的意见，在此一并表示感谢。

未来我们希望在保障数据安全和答题者隐私的条件下，向学界开放调研数据，欢迎感兴趣的老师和专家与我们取得联系，一起探讨中小微企业在中国的发展规律，拓展研究深度，更好支持相关决策、服务广大中小微企业。



x



2023中小微企业经营状况与数字化转型

调 研 报 告



腾 讯 研 究 院



腾 讯 企 鹅 有 调

