



本报官方微博



本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总2532期/每周一出版/本期32版

新闻热线: (010)88890030
中国社会科学院主管
中国社会科学院工业经济研究所主办
《中国经营报》社有限公司出版
社长、总编辑/李为民

零售价/ RMB5.00

八部门发布25条举措 助力民营经济发展壮大

A2

荣耀确定国内IPO 未来重心是全球多元化发展



科技不是炫技 为用户增值才是真谛

与老板对话 D4

2023年,中国车市风云激荡,在多重挑战和压力下,奔驰依旧实现高质量的增长——今年前三季度,梅赛德斯-奔驰在华累计交付超过57.87万辆新车;与此同时,1—10月保险数据显示,在前20大豪华品牌燃油车市场、前20大豪华品牌插混市场、100万元以上及150万元以上的市场中,奔驰均拔得头筹,问鼎“四料冠军”。

近日,2023(第21届)广州国际汽车展览会(以下简称“广州车展”)成功举办。梅赛德斯-奔驰以全品牌31款车型产品矩阵“驶向”羊城。其中,Vision One-Eleven概念车中国首秀,全新长轴距E级车开启预售,全新CLE轿跑车中国首秀,3款中国首秀,11款上市

的重磅产品阵容,令其备受关注。

在广州车展期间,梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、大中华区业务负责人唐仕凯与《中国经营报》等媒体记者就产品与定位、价值与价格、市场与发展等话题进行了深入的交流。在中国工作、生活12载,唐仕凯一直为深化中德合作做努力,亦是持续向世界“讲好中国故事”的一员。他表示:“我一直坚持我的判断,不断加强中国市场的巨大潜力。在过去十多年的时间里,我始终对于中国经济的长期发展保持乐观。对我们来说,最关键的是,不是为了炫技而开发技术,而是致力于新技术能为客户带来更多增加值。”



就在广州车展开幕几天后,权威品牌咨询公司Inter-brand发布“2023全球最佳品牌”榜单,梅赛德斯-奔驰连续8年入选“全球最佳品牌”,排名升至第7位,蝉联“全球

最具价值豪华汽车品牌”。与2022年相比,梅赛德斯-奔驰品牌价值提升9%,达到614.14亿美元。

日前,《中国经营报》记者专访了唐仕凯。

社评

支持民营经济“25条”:重在落实和协同

民营经济发展又迎来新支持。日前,中国人民银行、国家金融监督管理总局等八部门联合印发《关于强化金融支持举措 助力民营经济发展壮大的通知》(以下简称“25条”),提出支持民营经济的25条具体举措。这些措施,共包括持续加大信贷资源投入,助力民营经济发展壮大;深化债券市场体系建设,畅通民营企业债券融资渠道;更好发挥多层次资本市场作用,扩大优质民营企业股权融资规模;强化正向激励,提升金融机构服务民营经济的积极性等七方面内容。

金融是实体经济的血脉,支持民营经济发展、完善金融服务体系是其中非常重要的一环。当前中国经济仍处于疫后复苏的关键阶段,强化金融对民营经济的支持力度,无论是之于民营经济高质量发展,还是之于全国经济大盘的恢复企稳,都来得正是时候。

关于民营经济的重要性,有一个“56789”的说法,即民营经济贡献了全国50%以上的税收、60%以上的国内生产总值、70%以上的技术创新成果、80%以上的城镇劳动就业和90%以上的企业数量。但是金融对民营经济的支持力度,与其贡献有着明显的落差。如一个具有参考意义的数据是:截至2023年9月末,5182家非金融类A股上市公司的贷款规模累计达17.95万亿元,而民营

上市企业贷款规模仅有4.39万亿元,占上市公司贷款规模的比重为24.45%。在这一现实之下,此次“25条”明确提出,银行业金融机构要加大对民营企业的金融支持力度,逐步提升民营企业贷款的占比,可以说具有非常强的现实针对性。

当前阶段民企对于金融支持的强需求有一个非常现实的背景,那就是受内外部发展环境变化及市场调整的影响,一些民营企业陷入了困难之中,尤其在资金链上出现紧张。对这些企业及时伸出援手,有利于留住经营主体的“青山”。“25条”中专门提到,要主动做好资金接续服务,对暂时遇到困难但产品有市场、项目有发展前景、技术有市场竞争力的民营企业,按市场化原则提前对接续融资需求,不盲目停贷、压贷、抽贷、断贷。这种安排,应该说让很多处于困难中的企业看到了新的希望。值得注意的是,“25条”还特别提到,保持信贷、债券等重点融资渠道稳定,合理满足民营企业金融需求。这对于整个房地产市场的发展而言,都不啻为一个积极信号。

不过,尽管“25条”在着力解决民营企业金融困难方面具有较强的“应急”色彩,但是也不能忽视于长远角度,要为化解民企长期以来所面临的融资难、融资贵问题,在金融服务机制方面进行更多的优化。众所周知,相

比于国有企业,民营企业尤其是科创型企业缺乏合适的抵押品、完整的财务数据以及政府信用,这与以抵押和担保为主的传统贷款模式天然不匹配。那么,要真正解决好民企在贷款上的难处,就必须建立与民企特点相适应的新的金融服务机制。“25条”提出要强化科技赋能,开发适合民营企业的信用类融资产品,推广“信易贷”模式,发挥国家产融合作平台作用,持续扩大信用贷款规模;完善民营企业信用信息共享机制,健全中小微企业和个人工商户信用评级和评价体系等,这些工作不能只是一时的改进,而是要有长远的谋划部署及推进,从根本上缓解民企在金融需求方面的后顾之忧。

提振企业发展信心、护航民营经济健康发展是一个系统工程。今年7月,《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》发布后,相关部门积极行动起来,推出了一系列配套举措,囊括了民营经济营商环境、涉企服务、法治保障等诸多方面和维度。这一次的“25条”实际上是金融方面的跟进完善。同时,中央编办还正式批复在国家发展和改革委员会内部设立民营经济发展局,作为促进民营经济发展壮大的专门工作机构。今年以来,相关部门也多次召开与民营经济发展相关的座谈会。这些全方位的政策和行动,应该说释放的信号不言而喻,社

会也对此充满期待。

但还是要看到,短时间内大量政策出台,一方面,要保障好实施的质量,真正把政策所允诺的红利,及时输送到企业的手中,让它们真切感受到实质性的利好。事实上,政策的实施,本身也是一个与经营主体“互动”的过程,到底哪些政策还需要加强,哪些政策可能还不够“精准”,不妨对效果进行跟踪评估,并及时听取来自市场的反馈和建议。如此,才能让政策不断趋于科学、完善,实现效果的最大化。毕竟,民企对支持政策的需要,更多在乎的是质量而不是数量。另一方面,则要注重各个维度政策的协同发力。影响民企信心的因素很多,有效提振信心,切不可“眉毛胡子一把抓”。其中,最基础的是,要加快破除民营经济发展中的各类隐性壁垒,实现对不同经营主体的真正平等对待,构建法治化营商环境,依法保护民营企业产权和企业合法权益,强化他们对稳定发展的预期。所有的支持政策,都应该围绕这些基础重点发力。

信心比黄金更重要。支持民营经济发展的各类利好政策密集出台,相信能够让更多企业“敢干、敢闯、敢投”,从而形成政策与企业的“双向奔赴”,为经济社会发展注入更多信心和活力。同时,各类政策也要在实践中不断检验、调整、完善,形成对民企和民营经济的持续助力。

本期热词

“法拍贷”

鉴于购置新房和二手房交易流程与法拍房交易流程的差异,以往很少有银行为该交易提供贷款,购买方必须全款进行交易,提升了交易的门槛。然而,面对法拍房挂牌量的不断增多,很多地方法院、交易所为了顺利撮合交易,与银行尝试合作“法拍贷”,这令法拍房在交易上更有吸引力。

网上拍卖日趋完善 众多银行布局“法拍贷” B2

数字员工

近期,多家银行在打造数字员工方面取得新突破。百信银行App上线了行业首个数字人直播服务;广发银行官宣其首位数字员工上线并开启了有奖征文活动……据分析,到2030年,数字化劳动力将形成一片价值1.73万亿元的蓝海。

数字员工“出圈” 银行深挖超万亿蓝海市场 B6

年终车市

“是否会延长发放免费牌照需要等待下半年新的政策通知,请关注经信委官网文件的发放,耐心等待。若到今年年底截止发放,则需在2023年12月31日前完成资格审核和车辆信息确认办件的申请并通过。”上海市经信委表示。

车市年终冲刺:内卷加剧 消费者观望情绪浓厚 C5

羽绒涨价

羽绒服这一赛道被越来越多的企业和商家盯上,近年来关于其价格的讨论也时上热搜。据中华全国商业信息中心数据,2015年到2020年间,中国的羽绒服均价已经从438元升到656元,大型防寒服的价格突破千元,其中接近七成价格在2000元以上。

羽绒服涨价背后:防寒赛道加速多元化创新 D1

经济大势

A1~A4

- 积极推动“政策找人”…… A2
- 税总已发布70份税费优惠政策…… A2
- PPP新机制配套措施征求意见…… A3

营商环境

B1~B16

- 北交所政策利好频出…… B3
- 基金埋伏“一鱼三吃”…… B3
- 完善跨境投融资便利政策…… B5
- 数字化助力企业“走出去”…… B5
- 分级管理促专业提升…… B8
- 300万保险代理人再临优化…… B8
- 推动长江经济带高质量发展…… B9
- 沿线省市共建区域协调“样板间”…… B9
- 国资金隅集团22亿元入股居然之家…… B11
- 1+1能否大于2?…… B11
- 政策力度持续加大 房企融资获进展…… B13
- 冲击创业板生变…… B14
- 丽珠集团子公司欲转道北交所…… B14

智在公司

C1~C8

- 业绩增长放缓 新华三管理层集体降薪…… C2
- “清理”一台电视机 搅动多条利益链…… C3
- 算力租赁价格暴涨 玩家涌入赛道拥挤…… C4
- 一月内价格“五连跳”…… C6
- “鲑鱼”特斯拉年底掀起车市波澜…… C6
- 专访宾利汽车安睿轲:…… C8
- 老牌车企不能完全倚仗品牌的力量…… C8

消费连锁

D1~D4

- 探索“书店式文化空间”破圈新路径…… D2
- 大窑进军华南市场…… D3
- 汽水品牌加速“跑马圈地”…… D3



中经传媒智库



本报官方订阅微店



6 942626 144086 >
广告许可证:京海工商广字第0224号
本报常年法律顾问所:北京德和衡律师事务所
总机电话:01088890000 发行/征订电话:01088890120 广告热线:01088890020 监督电话:01088890050