



广州华南财富管理中心研究基地
Institute of Fortune Management Research (IFMR)
广州市人文社科重点研究基地

政策咨询报告

广州华南财富管理中心研究基地

2020年第6号

2020年3月28日

创新互联网平台,支持小微公司 开展网上经营的对策建议

邓洁(博士,广州华南财富管理中心研究基地研究员、广东外语外贸大学金融学院教师)

摘要：小微企业是广东省经济稳健强劲增长的生力军，对经济增长、科技创新、就业吸纳等方面发挥着重要作用。广东省作为全国制造业重镇与外贸重镇，全球疫情的蔓延对我省企业的冲击力和冲击面都相当大，导致部分产业链停顿和部分外贸企业关停，抗风险能力偏弱、融资渠道单一的小微企业首当其冲。如何精准纾困小微企业，已成为广东省各地方政府所面临的迫在眉睫的问题。

小微企业当前面临的**最大瓶颈**是营收下滑及其引起的**资金链断裂**问题，所以我们认为小微企业不仅要“减支”，更要“增收”。然而，目前各地方政府出台的各种税费减免和金融支持等政策都侧重于“减支”，未能解决根本问题。在探讨了各行业部分小微企业如何利用互联网+创新经营模式，积极自救，成功在疫情冲击下转“危”为“机”的案例后，我们建议政府需要考虑小微企业的共性与差异性特点，通过创新互联网平台，精准施策。

我们从搭建供需对接服务平台，提供精准信息共享和对接协同；积极支持小微企业开展自救,参与商业模式创新；推动互联网与各行业的整合发展,打造全新的产业链模式；加快完善消费体制机制，引导居民消费创新；加强国际合作,打通产品出口渠道等五个方面提出政策建议。下面具体分析广东省小微企业受新冠肺炎疫情影响的现状、各行业部分小微企业如何通过互联网+成功自救以及相应的“增收”对策建议。

一、小微企业受新冠肺炎疫情影响的现状

（一）疫情下小微企业总体情况

小微企业虽然规模小，对广东省的贡献却不微小。它既是广东省

经济增长的生力军，也是各个产业链条上的重要组成部分。据广东第三次全国经济普查数据统计，广东省 95.5%的企业都是小微企业，小微企业从业人员 1686.13 万人，占全部企业法人单位从业人员 49.0%。小微企业对我省经济增长、科技创新、就业吸纳等方面的贡献不可小觑。

全球疫情的蔓延加大了我国企业企稳的难度与不确定性，造成部分产业链的停顿。相较于 2003 年的非典疫情，2020 年的新冠肺炎在地域分布上更广，在传播速度上更快，因此对企业的冲击力更大，其中抗风险能力偏弱又融资渠道单一的小微企业更是疫情的重灾区。在疫情之下，社会需求骤降，大量工厂企业停产停工，酒店餐饮业、旅游业、实体零售业等行业经营衰退甚至停业，其生存及发展面临极大挑战。据新京报关于《企业抗疫需求与应对状况》的问卷结果显示，46.98%企业认为肺炎疫情对 2020 年上半年经营的负面影响较大，34.85%认为影响严重。超过 86%的企业估计 2020 年上半年业绩与 2019 年上半年相比将出现下滑，其中 18.03%的企业认为将出现严重下滑。据清华、北大调研数据预计，29.6%的中小企业 2020 年营业收入下降幅度将超过 50%，58.0%的中小企业下降 20%以上。同期中国饭店协会的第二轮行业调查也显示，餐饮企业客流量同比下降了 91.52%，客单价同比下降超 6 成，调查企业平均每日亏损金额为 30.35 万元。

尽管小微企业具有轻资产、贴近市场及机制灵活等优势，但在重大危机下也暴露了其业务稳定性差、融资渠道狭窄、现金流压力大、抗风险能力偏弱等缺陷。此次疫情加剧了小微企业资金流紧张，85%小微企业被认为现金流仅能维持 3 个月的正常运行。大量小微企业资

金链崩得很紧，即将面临存货堆积如山、资金链断裂的窘境。企业兴国家兴，企业强国家强，共生才能赢。因此，如何精准纾困小微企业，已成为广东省各地方政府各部门所面临的迫在眉睫的问题。

（二）疫情下小微企业的具体运营困境

肺炎疫情对广东省小微企业运营的负向冲击体现如下：

在复工方面，疫情管控措施及员工对疫情的担忧严重影响了企业的复产复工。由于各省、市地区疫情程度不同，各地因城施策，实施了不同的交通管制、延长假期等防疫措施。一方面，“管死”的疫情防控体系让员工返程受限，复工手续繁琐。2月10日复工后，很多城市的交通管制还没放开。广东部分城市仍禁止外地车牌通行，从外省返粤的员工需要居家隔离14天，经过层层审批，方能上岗。另一方面，输入地疫情防护物资匮乏。疫情防护劳保用品及消毒杀菌物资短缺，企业难以保障返岗员工安全，员工也担心被传染，返岗积极性较低。但目前广东省“点对点”返岗专车专列、复工补贴、金融暖企政策等措施共同刺激下，全省工厂生产线已逐渐恢复。3月17日，广东规模以上工业企业复工人数962.92万人，占正常情况用工人数比重为78.5%，截止至3月26日，全省复工率已达98%。

在营收下降方面，全民开启“家里蹲”模式后，九成小微企业营业收入明显下滑。由于疫情的易传播性，广东省各地方采取了严格的封闭措施，容易人群聚集的各种消费场所关闭，全民只能“足不出户”居家生活长达月余。每日疫情的发展也造成了居民严重的消费焦虑。面对客源骤降和诸多限制性条件，大量小微企业不得不停业止损。以餐饮业为例，我省七成以上餐企的营业额同比减少90%。部分企业被迫

选择以折价或捐赠的方式处理原辅料。小微企业若不能及时调整运营模式，会很容易陷入经营停摆、入不敷出的困境，同时还要面临固定的贷款、租金、员工工资的支出。

在现金流压力方面，由于营业收入下滑，小微企业极容易面临现金流紧张的状况，甚至遭遇破产危机。受疫情影响，作为我国外贸重镇的广东频频曝出工厂资金链断裂、不得不关停的消息。东莞知名玩具代工厂—东莞泛达玩具有限公司，因大量外贸订单被取消导致营收骤减、资金链断裂，最终企业法人失联、企业结业。东莞精度表业有限公司，也因其客户 Fossil 突然停单陷入现金流危机而即将关停。对于存量订单更少的小微企业，更是面临着生存危机。我省小微企业数量众多，在各行各业受影响的情况下，自筹资金有难度，金额无法保证，而又因其规模小、无抵押物难以达到银行贷款门槛。由于企业生产周期被疫情打乱，小微企业的应收账款周期被拉长，“失血”风险在变大。昂贵的租金成本和人力成本带给小微企业巨大运营压力，虽然不少房东响应政府号召减租，但亦未能完全缓解小微企业大量固定支出带大的巨大亏损。现金流能够撑到3个月以上的小微企业更是寥寥无几。小微企业本身的抗风险能力就偏弱，无力承受国内外大环境下形成的市场波动，一旦账上资金链断裂，很容易遭遇经营危机。

二、互联网平台助力小微企业改变传统经营模式，共克时艰

由上述分析可知，广东省小微企业当前面临的最大问题是营收下滑及其引起的资金链断裂的问题，既要“减支”，更要“增收”。面对疫情的冲击，很多小微企业为了生存或求助于互联网平台，或改变传统的经营模式，由线下运营转移至线上运营。在本次疫情中，互联

网平台成功纾困小微企业主要体现在三方面：

（一）互联网+疫情助农（农副产品）

受疫情影响，道路管制、物流停顿等原因导致产品尤其农副产品供应链中供需不平衡，生产端、流通端都受到严重影响，一方面产品发货难，堆积如山，滞销烂掉；另一方面供应难，需求量大、供应不足，价格贵。由于农副产品尤其是水果、蔬菜和花卉，不易储存，它们的积压会给当地农民带来巨大损失。譬如作为潮汕地区主要农产物的潮州柑，受疫情影响，万吨潮州柑滞销，因销售无门，只能任其烂在果园里。再譬如肇庆市怀集县的冬蜜、番薯，清远市阳山县的蔬菜及广州市从化区的鲜花等，正是上市季节，如果不能及时销售出去，将是对当地农民的毁灭性打击。

为了缓解各类产品的严重滞销，政府和各大物流、电商平台积极运用互联网技术助力当地农民打通线上渠道，充分运用信息化手段成功助力果蔬花农脱贫攻坚。疫情期间，线上销售成为了这些农副产品的主要销售渠道。阿里启动“爱心助农”计划，利用互联网快速收集滞销农产品信息，在淘宝推出“吃货助农”，降低农产品在平台的销售成本，并免费开通农产品的直播平台；京东开启“全国生鲜产品绿色通道”，对贫困地区农民给予专项政策支持+京站点内外营销，整合优势资源，利用直播带货等方式销售滞销农产品；拼多多也开通了“抗疫农货”专区，推出一系列补贴活动帮助农民促销；腾讯微视启动“微爱助农”计划等。在此特殊期间，互联网平台成功缓解贫困地区农副产品销售渠道的单一瓶颈，多端口触达用户，为滞销农副产品提供坚实支撑，将损失降到最低，甚至有些滞销最严重的产品变成了最畅销产

品，由“难卖”变为“断供”。可见，互联网平台的主动性和创造性有利于推动贫困地区农业转型升级、提质增效，有利于地方政府精准扶贫。

（二）互联网+疫情外卖（餐饮业）

无疑，肺炎疫情对餐饮业的冲击是最大的。中国饭店协会的行业调查报告提出，餐饮业正经历着改革开放以来最大的困难。其数据显示，73%餐饮门店停摆，停业后复市餐企门店仅为12%，近六成餐企认为全年营业额将明显下降40%。餐企面临营业额大幅下滑、现金回流艰难、开源路径不畅、固定支出亏损等问题，规模偏小的小微餐饮企业的顾客黏度和抗风险能力则更差。由于广东采取了严格的疫情防控措施，大家都避免去人流聚集的地方，尤其是餐厅这种摘口罩吃饭的地方。因此，餐企的客流量和订单急速减少，甚至年前已预订座位的客户也相继取消订单。直到目前，堂食复工率依然很低。各地方餐企纷纷开展自救模式，外卖成为了自救的首选，餐企通过外卖平台销售节前囤积的生鲜食材、火锅底料和菜品。广东省复工后，大量人员返城上岗，引起餐企的外卖单量激增，较年前相比几乎单量翻倍。各商家也加大对外卖业务的宣传，通过外卖平台的评分机制树立品牌形象，这在较大程度上缓解了堂食销售量低迷的压力。

这次疫情进一步推进了互联网与餐饮业的整合发展，用互联网的创新思维做餐饮，用餐饮的终端实践实现互联网价值。未来肯定还会有更多加工后的餐饮美食会通过互联网渠道向更广阔的市场销售，譬如大龙燚、小龙坎、海底捞等火锅品牌，打造出近似堂食口感的自热火锅，深受上班一族与旅行出差者喜爱。疫情期间，知名火锅品牌的自热火锅在淘宝、京东等电商平台上成为热销爆款，快速售罄。再譬

如近年来甜品店热销的新鲜椰子冻也常位居电商平台中椰青热卖榜前三。随着未来互联网平台优势的日益彰显，这种互联网与餐饮美食结合的电商方式将会从“零散化”迈向“常态化”。

(三) 互联网+直播带货 (零售业)

疫情对零售业的冲击也非常大，线下实体业同样无法开门营业，长时间处于停摆状态。即便复工后，客流量也极其稀少。库存压力和现金流危机倒逼零售业企业改变传统经营模式，通过直播带货方式+社群运营将店铺搬到线上。据悉，疫情期间，广州十三行服装批发街整体营收受到疫情较大冲击，复工后依旧生意惨淡，于是各档口老板开启线上销售模式。某档口老板娘联合其他十家档口老板通过抖音单日销售单品 6000 余件，销售额 122 万元，高出日常销售额十倍以上。

目前广州市白云区 116 家专业批发市场复工率达 100%，店铺八成的销售额来自于批发市场的线上销售。有条件的市场开始搭建电子商平台，展示、销售、线上直播一体的展贸式企业成为广州批发市场的新模式。商铺被打造成一个直播销售基地，各品牌服饰、化妆品商户通过线上网红直播、线下渠道拓展等方式缓解销售压力，减小疫情损害。

在互联网+的影响下，直播带货的方式为“疫情寒冬”中的广东省零售业注入新的活力，形成以网络直播为支点的全新经济模式。通过直播推介，互联网平台为小微企业打通了线上线下渠道，让它们“绝地重生”，并主动转型。疫情过后，小微企业零售业和消费者对互联网服务的依赖性可能会持续增长。

三、创新互联网平台，精准施策

现阶段，中央到地方政府都出台了各种税费减免和金融支持政策扶持小微企业，但目前的政策侧重于“减支”而非“增收”，未能解决根本问题。政府需要考虑小微企业的共性与差异性特点，通过创新互联网平台，精准施策，有效纾困小微企业。

（一）搭建供需对接服务平台，提供精准信息共享和对接协同

在疫情防控关键时期，针对复工复产企业原材料紧张、仓储资源不足等问题，广东省各地方可协助小微企业运用物联网等现代信息技术搭建便捷高效的复工复产供需对接渠道。通过整合电商企业的优质资源，该平台可借助大数据和云计算技术，采集企业关于防护物资、原材料、仓储资源甚至金融资源等方面的需求与供应信息，建立复工复产供需对接平台，实行线上发布，与线下精准匹配，促进线上线下的信息共享、对接协同，事后通过互联网进行实时监督。

这种供需对接服务平台能全方位保障复工复产企业物资、资金的良性循环，可为这些企业的生产、仓储、销售等环节提供有力支撑，能够最大限度地为小微企业开拓业务、降低成本，创造更高的企业效益。

（二）积极支持小微企业开展自救，参与商业模式创新

正如之前所提，受疫情影响的部分小微企业被迫改变传统的经营模式，把销售重点从实体零售转移至线上营销以自救，并取得了一定的成功。譬如湖北黄冈的化妆品牌金梦妆，通过调动导购员直播，累计引流 10 万人次观看，三天就达到了线下销售额的 95%。位于顺德

北滘的某一生态农业公司就通过直播线上+线下采摘的方式在6天内达成近20万元的销售额。广州市多家百货超市也在疫情期间向线上线下的营销方式转变，将柜台搬至线上购物平台、小程序甚至促销员的朋友圈，订单量大幅上升，成功对冲了线下营运风险。数字技术为传统产业转型提供了新途径、新方法，有助于促进经济的高质量发展，而这次疫情无疑会加速我省的商业模型创新和数字经济转型。但仍有很多小微企业对线上销售的运营模式不太了解，管理者缺乏互联网思维，获取信息方面较弱，或不敢轻易尝试，或不能合理运用。基于此，我省地方政府应积极引导和鼓励小微企业开展自救，参与商业模式创新，推动数字经济转型，变“危”为“机”，在疫情倒逼之下抓稳机会，积极主动增收，节流不如开源。

地方政府可以降低小微企业开展电商经营的准入标准，减少一定程度的限制措施；可以为小微企业牵线合作电商平台，出台相应的补贴激励政策或在公共基础设施供给方面给予一定便利；还可以为小微企业开展互联网或电商业务的专业培训课程，提升小微企业的精益经营能力和对网络信息的筛选利用能力，促进小微企业通过经营创新自救的积极性和精准度。

(三) 推动互联网与各行业的整合发展,打造全新的产业链模式

为了缓解复工复产后劳动力不足、实体零售疲弱、供应链断裂和现金流干涸等问题，地方政府应积极推动互联网与各适宜行业的整合发展，催生各行业的新业态，打造好互联网餐饮、互联网零售、互联网农业、互联网教育……，用互联网的创新思维拓展市场、维稳供应链及获取更快捷更低廉更精准的供需信息，用产品的终端实践实现互

联网的经济价值。应协助互联网平台，帮助产业链上下方企业精准匹配产品供需，通过远程协同在线办公，合理配置区域间金融资源和其他社会资源，激活社会经济实体的生命力。

此外，各地政府应警惕在互联网+下各行业的粗放式扩张，即线上经营模式的羊群效应。并不是所有行业所有企业都适合线上经营。多数小微企业对互联网技术运用不娴熟，管理能力和专业素质较低。疫情期间线上消费的激增会令部分缺乏经验的小微企业盲目跟风，遭遇经营危机。在消费升级时代，光靠线上价格战是无法保持客户“黏性”的，市场上甚至会出现“劣币驱良币”的现象。因此，各地政府应加强监管电商平台，帮助小微企业挖掘竞争新优势，为各行业数字化升级提供有效路径和政策保障。

(四) 加快完善消费体制机制，引导居民消费创新

疫情在短期内对我省消费需要释放形成了较大抑制，对企业造成巨大冲击，尤其是服务于消费终端的小微企业，但在长期里却激发了消费创新，拓展了网上消费内容和消费形式。虽然线下消费明显下降，但线上消费却呈现高速增长态势。居民足不出户，却可以通过线上购物、线上办公、线上课堂、线上试衣、线上试妆、线上采摘、直播带货、买菜到家、外卖跑腿等互联网+创新功能满足他们绝大多数的线下体验。

消费是经济持续发展的根本，此次疫情无意中推动我国经济向更高质量发展，从消费环境创新转向全产业链互动创新。各地方各部门应顺应居民消费升级，积极扩大市场需求，改善消费环境，加快完善消费体制机制，发挥消费基础性作用，充分释放小微企业活力。

(五) 加强国际合作,打通产品出口渠道

疫情的全球性蔓延给消费市场、零售行业都造成了巨大冲击,而广东省作为我国的外贸出口大省,外贸企业亏损尤其严重,于3月频频传出加工贸易企业因资金链中断而关停的消息。由于欧美国家相继“封城”、“封国”,大量欧美客户砍单、停单,同时国际物流受限,买方因疫情拒收货物拒付货款的风险暴露,更遑论招揽新订单,导致很多外贸工厂面临生存危机。此外,广交会因疫情不得不延迟。据悉,近日亚马逊平台也暂时禁止中国卖家防疫物资和其他物资之外的所有产品入仓。一连串的冲击使我省外贸企业遭遇前所未有的困难,而多数外贸企业都为小微企业。因此,除了发展国内的“宅经济”外,各级政府也可以积极为小微企业架起跨境合作的桥梁。一方面,我省政府可以通过与国内外电商平台沟通协调,特殊期间出台相应补贴优惠政策,保障供应链和物流运输,促进产品外销,或通过为小微外贸企业购买信用保险等方式稳外贸保市场;另一方面,广东省作为全国三大口罩生产大省,各地政府应针对4月后可能出现的口罩产能过剩问题准备好可行的预案,譬如严控口罩产量、提高口罩制造商的准入门槛,或协助口罩企业把重点转向出口。3月份有上百万人挤入了口罩大军,形成一个暴利、扭曲的市场,在短期间促进本土经济,但等国内市场回落后,我省很多新增的口罩制造商可能会血本无归,不利于我省经济健康强劲发展。疫情下加强国际合作,实现线上渠道多元化,有利于增加口罩等防疫物资小微制造企业的海外客户流量,助推我省经济的复苏与发展。

报告主笔人：

邓洁，博士、广州华南财富管理中心研究基地研究员、广东外语外贸大学金融学院教师。

广州华南财富管理中心研究基地

地址：（510006）广东省广州市番禺区广州大学城外环东路 178 号广东外语外贸大学院系办公楼 423 室

联系人：李伊丽

电话：020-37105980/18826103852