

# 企业经营压力挑战怎么看

## ——当前中国经济问答之三

新华社记者 张辛欣 邹多为 魏弘毅

我国有超过1.8亿户经营主体,规模有大有小,类型多种多样,它们分布在各行各业,是市场经济的微观基础,也是中国经济的鲜活呈现。

当前,外部环境发生诸多变化,经济运行面临压力。对部分企业经营出现困难,应该怎么看待?企业该如何应对?

### (一)

蓝禾医疗是浙江宁波的一家医疗耗材制造商。今年以来,企业经营一度感到压力。一方面,传统的口罩等产品面临着行业的低价竞争;另一方面,自研的退热凝胶等新品刚推出,市场还有待拓展。

企业董事长曹军感叹,今年的生意越来越“卷”了。他一直在路上奔波,巩固已有的渠道商保持存量、挖掘新的合作伙伴创造增量,营收基本保持稳定。

一个“卷”字,道出了企业闯荡市场感受到的压力和挑战。

压力从何而来?首先是需求端。当记者联系天津新能源技术股份有限公司董事长王翰超时,他刚从外地出差回来。不是不在拓市场,就是在拓市场的路上。这名动力电池系统制造企业负责人今年光是飞行就有100多次,不仅在国内深耕,也出海调研,在欧美、非洲等地设立分公司。“市场竞争激烈,我们得提前布局,抓紧挖掘新客户。”

面对零售业“洗牌”,永辉超市加快了自我调整的步伐。永辉超市副总裁王守诚坦言,如何挖掘需求是当下最大的挑战,企业正一点点摸索,预计到明年春节前调改门店增至40到50家。

拓市场、找需求,这是很多企业的常态。一些企业负责人说,“量”的竞争越来越激烈,每天一睁眼想的就是如何稳住客户。还有一些企业反映,“质”的角逐越来越凸显,消费者的需求日益多样化、个性化,如果不能适应变化,“分分钟”就会被替代。

供给端,同样面临挑战。在记者采访中,不少企业负责人谈到如何在保证乃至提高产品品质情况下,追求极致性价比的问题。

当前,同行业竞争愈发激烈,不少企业要通过价格优势来保持现有的规模优势,这就要尽可能地提高效率、降低成本,对资金链的稳定、供应链的高效运转等都是不小的考验。

东莞松山湖,记忆存储科技有限公司正马不停蹄推进大容量存储器的研发,以满足电子产品对内存的升级要求。企业负责人说,存储

芯片创新周期越来越短,一刻不敢松懈。深入分析,当前企业面临的种种难题,与经济发展大环境相关:

国内有效需求不足。结构调整过程中,在投资端,固定资产投资增速不及预期;在消费端,全社会消费品零售总额正处于恢复阶段。这些都对企业商品和服务的销售带来影响。

产业升级持续推进,新旧动能转换带来的挤压难以避免。一方面,新兴产业的发展对传统产业造成一定冲击和替代,部分传统产业市场规模在缩小;另一方面,技术变革加速,时间不等人,机遇不等人。这些都让企业既面临调整的阵痛,又必须投身创新的竞速。

世界经济复苏乏力、全球贸易保护加剧、不确定不稳定因素增多。有的产业呈现周期性波动,一些企业一时还未适应市场和产业发展的变化。

这些困难,有外部压力也有内部挑战,有环境因素也有自身原因,是多重复杂因素交织的结果,也是我国经济爬坡过坎、迈向高质量必然直面的考验。

### (二)

不可否认,当前一些压力和困难让部分企业陷入困境。但在发展过程中,哪家企业没经历过挫折、没遭遇过考验呢?关键还是要看怎么办。

在广州举行的第十九届中国国际中小企业博览会上,里工实业总裁李卫铨把新研发的机器人带到了展厅。

机器人市场“玩家”颇多。但这款产品与市面上多用于服务和规模化生产的机器人不同,瞄准的是小批量、个性化作业。

李卫铨发现,经济运行中的压力让中小企业数字化改造的需求快速上升,这些工厂体量大,常规的智能设备难以通用,产线改造成本高。“我们到每一个客户工厂现场诊断,一个个找出它们数字化转型中的问题,并根据不同应用点进行机器人的模块设计、个性化配置软件包。”他说,瞄准中小工厂的需求“量体裁衣”,今年公司的企业数字化转型项目比去年增长了200%,在细分赛道找到突破。

市场是找出来的,不是等出来的。面对市场中遇到的问题,要向市场找答案。

近期,一些变化耐人寻味:钢铁行业短期承压,但聚焦电动汽车等新“钢”需,高附加值产品销售强劲;笔记本电脑市场趋近饱和,但瞄准个性化需求的游戏本、超薄本等增速明显;用大型演出带动文旅,前三季度旅游游览和娱乐服务类电子商务交易额同比增长15.3%……这些细分领域迸发的新增长点,正是企业识变、应变、求变,捕捉到的新商机。

探寻更广阔的市场。前10个月,我国民营企业出口同比增长9.3%,新能源汽车出口增长6.3%,机电产品出口增长8.5%……数字背后,是一个个中国企业走出去,在国际市场搏击风浪。

竞争总是激烈的,困难永远会有。决定企业发展前景的,不是困难有多少,而是看待困难的眼光、应对困难的办法、解决困难的决心。

“越难走的路,走出来竞争力越强”,这句话在高纯金属溅射靶材制造商江丰电子的身上,体现得格外明显。

高纯金属溅射靶材技术难度、供应链门槛极高。19年来,企业创始人姚力军始终瞄准这一个领域冲锋。最难的时候,公司月销售额跌至8万元,每月研发费用却高达数百万元。

“想过卖房、卖车,但从没想过放弃。”16年攻克12英寸靶材,10年突破HCM异形铜靶材……凭借硬核技术构筑起“护城河”,无论行业如何波动,江丰电子始终占据全球靶材市场主动权。

向创新要出路,向转型要空间。面对玻璃行业的激烈竞争,四星玻璃董事长王焕一选择拥抱数字化,花费近3个亿,历时2年半将工厂全部改造。引进智能化生产线,将配料、投料、熔融、控制等全流程以“数”连接,企业综合成本降低了5%。

王焕一坦言,数字化改造开销会带来资金压力,但技改事关长远发展。“企业产品的品质提升了,市场的认可度就会提升。”他说,今年,企业订单量和去年同比增长了20%。

为了满足消费者不断变化的需求,“老字号”吴裕泰为每个产品设置了3年“生命周期”,每年升级迭代20个至30个单品,开发冰淇淋、茶饼干等“茶周边”,并将门店改造为文化体验馆。

守正创新。带着“老”的品质与技艺,循

着“新”的路径与产品,在当下竞争激烈的茶叶市场,吴裕泰实现了年销售额10亿元的逆势增长。

“下行”就用“上进”对冲,“转型”就用“实干”搭梯。记者在调研中感受到,有很多企业越是面对困难,越是努力破局前行,变中求新、新中求进、进中突破。

前三季度,中国上市公司研发投入达1.10万亿元。创业板、科创板、北交所企业研发强度分别为4.74%、9.94%、4.73%,创新在加速。

前三季度,全国新设民营企业619.1万户,其中“四新”经济民营企业占四成,经营领域在拓展。

前三季度,民营企业对东盟、非洲、拉美进出口分别增长12%、6.4%、13.9%。实物商品网上零售额同比增长7.9%,制造业技改投资增长9.5%,转型升级在推进。

危中有机,事在人为。直面挑战、迎难而上,不断激发企业向上生长的力量。

### (三)

问题要辩证地看,也要动态地看。困难不是一成不变的,是可以转化的,通过努力是可以克服的。

好的营商环境就像阳光、水和空气,对经营主体而言不可或缺,是企业应对外部冲击挑战、提升自身竞争力的重要支撑。

党的二十届三中全会对优化营商环境作出了新的部署。9月26日,中央政治局召开会议,部署加力推出一揽子增量政策。今年以来,从中央到地方持续加密政策、加大力度,连续打出“组合拳”:

有力有效减轻企业负担,建立支持小微企业融资协调工作机制,推动企业综合融资成本进一步下降,持续实施研发费用税前加计扣除等政策,出台有效降低全社会物流成本系列举措;

严格规范执法监管,健全拖欠企业账款清偿的法律法规和司法机制,建立健全异地行政执法协助制度,完善常态化问题线索收集机制,对乱收费乱罚款乱摊派行为坚决纠正、严肃追责;

精准扶持企业发展,多部门建立健全与企业的常态化沟通交流机制,启动新一轮专精特新支持政策,通过中央财政支持1000多家重点“小巨人”企业。

与此同时,针对经济运行特别是企业发展中遇到的问题,一系列政策、改革举措更精准、更聚焦:着力提振需求,“两重”政策有力支撑了一批重大工程建设,“两新”政策带动相关产品销量持续增长;进一步稳住外贸基本盘,《关于促进外贸稳定增长的若干政策措施》印发,真金白银支持外贸企业;着眼提升民营经济信心,民营经济促进法草案公开征求意见,全国统一大市场建设加快……

这些措施,让我们明显感受到党中央解决企业发展困难、激发企业发展活力的决心和力度。

当前,政策效果正在释放,市场回暖、预期企稳向好的趋势更加明显。

前三季度,现行政策中支持科技创新和制造业发展的主要政策减税降费及退税超7万亿元。

10月份,全国企业销售收入同比增长,环比提高1.3个百分点;制造业PMI为50.1%,自今年5月份以来首次回升到扩张区间;非制造业商务活动指数连续数月稳定在50%左右;中小企业发展指数较9月上升0.3点,是今年以来最大升幅。

尽管眼下的困难依旧不少,但经营主体的信心在恢复,越来越多的企业更坚定地前行。

在位于重庆两江新区的赛力斯超级工厂,3000余台机器人协同作业。工厂总经理曹楠说,当前工厂正处于满产状态。

安徽瑞迪微电子有限公司总经理陶少勇告诉记者,订单的增加让企业坚定了追加投资扩大产能的信心,后几个月还要加快产线的智能化提升。

市场经济是信心经济,信心的基础就在企业。从改革开放之初的艰辛探索,到打开大门在世界经济中乘风破浪,金融危机、贸易摩擦,其中多少急流险滩。一次次风雨考验后,总有一批批优秀企业脱颖而出。也正是因为无数企业、企业家的付出和努力,才成就了今天中国企业的发展壮大。

不可否认,爬坡过坎依然面临着挑战,但我国经济韧性强、潜力大、活力足,长期向好的基本面不会变。我们的企业家有胆识、有眼光、勇创新、善作为,在带领企业攻坚克难中涵养着可持续发展的能力与定力。

拥有密封件领域核心技术、破解核电站微量泄漏难题的天生密封件有限公司董事长励行根,常用拧螺丝来比喻做事情,“要拧就要拧到底”。

面对复杂多变的国际市场,上海嘉麟杰纺织品股份有限公司总裁杨世滨谈及企业的对策:通过全球布局分散影响,在技术和服务上继续跟进。“相比我们以前遇到的风浪,这次并不算什么。”

难中谋变、难中寻机、锐意进取,这是中国企业保持前行的逻辑,也是中国经济行稳致远的底气。

新华社北京12月5日电

# 创新驱动 加快培育新质生产力 深化品牌建设 津药达仁堂阔步向前



今年,国家中医药管理局发布《中医药标准化行动计划(2024—2026年)》,发挥标准作为新质生产力引擎的作用,为推进中医药现代化和产业化、促进中医药高质量发展提供有力支撑。中医药作为中华民族数千年传承的瑰宝,不仅承载着丰富的医疗实践经验,也在现代科技和国家政策的加持下焕发新的活力。津药达仁堂作为一家拥有500多年历史的中华老字号,以中药工业为特色的全产业链集团,融合中西医先进技术理念,致力于研发更多具有临床价值的药品及大健康产品,未来也将持续做强主业、提质增效,协同推进品牌聚焦战略、科研引领战略、质量强企战略、健康中国战略和数字赋能战略,为企业健康高质量发展提供不竭动力。

### 传承与创新的融合度加速提升

在利好政策的支持下,中药行业正在加速提升传承与创新的融合度,中药创新正在逐渐迎来收获期。作为达仁堂的独家产品,速效救心丸累计产销已经突破千亿粒,年销售额突破20亿元,被称为“中国第一滴丸”。今年9月份,速效救心丸入选天津市新质生产力培育项目。该项目规划未来三年投入4000余万元,由张伯礼院士牵头,津药达仁堂与现代中药海河实验室、天津市胸科医院等单位共同推动研发,主要内容包括:一是建立先进滴丸智能制造生产线,将成为天津市乃至全国的示范生产线之一;二是全面优化速效救心丸生产工艺;三是对速效救心丸的疗效和作用机制进行进一步研究;四是对速效救心丸的临床研究进一步深化。

如今,津药达仁堂集团第六中药厂已经是达仁堂核心产品速效救心丸的生产基地,正在建设的速效救心丸智能生产车间也走进了数字化和智能化改造的新阶段。据工作



### 持续探索深耕国际化布局

在推动中医药走向世界,加快国际化进程方面,达仁堂布局接连实现新突破。2022年8月份,津药达仁堂集团新加坡发展有限公司和津药达仁堂集团香港发展有限公司成立,并于今年制定《达仁堂海外拓展规划》,针对现有销售渠道进行深度巩固,并积极拓展医疗与零售渠道以拓宽市场覆盖面。今年11月初,集团收到来自新加坡、捷克、斯洛文尼亚等国家和地区的商标注册许可。取得境外商标注册许可,为公司海外业务发展提供了有力支撑。

集团以“长城牌”商标行销全球,历经70多年将产品销往亚洲、美洲、欧洲、澳大利亚及非洲等20多个国家与地区,2023年海外市场营业收入突破4000万元。其中,长城清心丸、紫龙金片、参茸补血丸、安宫牛黄丸、参茸补肾丸、杞菊地黄丸6个品种销售过百万。2024年津药达仁堂海外业务的重点工作涵盖海外子公司设置与产品注册先行;推进速效救心丸与清膏寿桃丸拳头产品引领发展,持续扩充产品矩阵;投入数字化建设,赋能终端连锁;加强中医学术推广,提升达仁堂中成药在全球市场的地位,并持续探索产品创新应用与发展路径。

### 深化品牌建设焕发中医药生机活力

津药达仁堂集团是全产业链的集团化公司,从前端药材种植到销售,一直致力于打造全程的质量控制体系。2017年,对生产车间进行了自动化、信息化改造,整体生产效率有所提升。2022年以来,达仁堂持续实施了五



大战略:品牌聚焦战略、科研引领战略、质量强企战略、健康中国战略、数字赋能战略,战略布局带来了显著成效。而企业的数字化愿景是到2030年成为以数据驱动、患者和用户为中心的中国健康服务领跑者。2024年是津药达仁堂深化品牌建设之年,公司以5大项目为抓手,对品牌、产品、子品牌进行梳理并做了重新定位。



目前,达仁堂拥有丰富的产品结构,包含599个药品批准文号,其中122个独家品种,涵盖14大品类,为消费者提供全生命周期的健康管理产品和服务。以速效救心丸为例,津药达仁堂于2022年推出“中国心·健康行”行动,以速效救心丸、通脉养心丸、参附强心丸、舒脑欣滴丸的“四心”为切入点,开展百城万家的公益性讲座活动,邀请心血管专家,在28个省(区、市)近800家连锁店开展了8000余场健康养生讲座。2024年以来,公司继续深化“中国心·健康行”活动。通过中医药文化传播以及健康活动,公司大力推进“三核九翼”战略。

传承是根基,创新是生机。在加强“卫药”文化宣传,融合创新方面,津药达仁堂为大众感知中医文化提供了一个全新的视角与思路。作为天津市卫健委命名的中医药文化宣传教育基地,达仁堂健康生活馆将建立集医药文化展览、非遗技艺展示、产品体验销售、跨界融合于一体的综合性展示基地。并依托精品国药和大健康品牌,将文化、产品、场景有机结合,以线上线下模式建立“津药达仁堂国潮店”,推动中医药传统文化走进人们的日常生活。此外,积极开展“中医文化市集”、“中医药进校园”活动让更多人感受中医药文化价值。津药达仁堂集团旗下达仁堂医院更是荣获了天津市首批“旗舰店名医堂”的授牌,这无疑是对其实业与服务品质的认可。

面向未来,津药达仁堂将着力加快培育发展中医药新质生产力,进一步激发科创活力,助推科技成果转化,在新模式新业态中激发新动能新优势,打造中医药现代化产业体系。 文 李爽

