

2023年全国规模以上工业企业利润持续恢复

本报讯 1月27日,国家统计局发布的数据显示,2023年,全国规模以上工业企业利润比上年下降2.3%,降幅比上年收窄1.7个百分点,继续保持恢复态势。

国家统计局工业统计师于宁宁表示,2023年,国内需求逐步改善,工业生产稳步回升,规模以上工业企业效益持续恢复,主要行业利润积极改善,新动能培育壮大,工业经济高质量发展基础进一步巩固。

从年内走势看,规模以上工业企业累计利润从2023

年1至2月份同比下降22.9%逐月回升至全年下降2.3%,利润降幅大幅收窄。

工业企业营收水平稳步回升,带动利润持续改善。2023年,规模以上工业企业营业收入比上年增长1.1%,累计营收增速连续5个月回升。

超六成行业全年利润实现增长,七成行业利润呈回升态势。2023年,在41个工业大类行业中,有27个行业利润比上年增长,利润增长率为65.9%,比上年扩大12.2个百分点;有29个行业全年利润增速比1至11月份加快或降幅收窄,由降转增,呈回升

态势,占70.7%。

装备制造业利润增长加快。2023年装备制造业利润增速为4.1%,比上年加快2.4个百分点;拉动规模以上工业企业利润增长1.4个百分点,比上年提高0.8个百分点,对工业企业利润恢复的支撑作用进一步增强。

总体看,2023年工业企业利润保持恢复态势。下一阶段,要继续深入贯彻落实中央经济工作会议精神,着力扩大国内需求,激发各类经营主体活力,加快构建现代化产业体系,不断巩固增强回升向好态势,持续推动工业经济高质量发展。(辛文)

引导更多中小企业向专精特新发展

工信部近日发布数据显示,截至2023年底,累计培育专精特新中小企业10.3万家,专精特新“小巨人”企业1.2万家。“目前来看,梯度培育政策进展有序,基本完成“十四五”规划目标任务,并且每三年复核一次的机制让专精特新中小企业持续保持创新动力。”中国人民大学国家中小企业研究院副院长孙文凯表示,梯度培育政策还将发挥示范效应和溢出效应,让更多中小企业加入专精特新队伍。

企业是推动创新创造的主力军。国家知识产权局数据表明,截至2023年底,国内有效发明专利中,企业所占比重超七成。其中,国家高新技术企业、科技型中小企业拥有有效发明专利213.4万件,同比增长24.2%,占国内企业总量的73.4%。中国中小企业协会秘书长谢极告诉记者:“在调研过程中,我们最大的感受是,中小企业创新能力明显增强,不少企业因此实现了转型升级和业绩改善。”

作为专精特新中小企业,天津泰正机械有限公司长期从事冲压钣金、焊接及涂装件等汽车零部件的研发生产。“我们依托天津市企业技术中心的技术能力,创新汽车支撑件冲裁冲压生产线,优化工艺流程,将五道工序精简为四道工序,生产效率提

升5%,成本降低10%至15%。”该公司总经理李政告诉记者,2023年企业研发投入占比达4.6%,上涨17.4%,主要用于新能源汽车新增订单的前期研发、现有冲压与焊接工艺改进及引进有限元分析、自动化生产模拟两款软件。

有限元分析软件能够辅助技术人员分析零部件冲压成型工序中可能遇到的开裂、变形等生产隐患,从而改进工艺,提升产品良率。自动化生产模拟软件则能够准确模拟自动化生产过程,运用3D技术还原真实量产场景,并将软件模拟出的参数导入自动化设备中。“用这套软件之前,工作人员得去现场一遍遍测试优化,要花费1个月左右的时间,如今仅需10天就可以完成量产前调试工作,生产效率大大提高。”李政说。

中小企业向专精特新发展,离不开优质高效服务。工信部运行监测协调局局长陶青介绍,2023年,工信部坚持管理与服务并重、帮扶与发展并举,着力完善服务体系,出台《关于健全中小企业公共服务体系的指导意见》,进一步推动中小企业公共服务体系扩容提质;组织开展了“一起益企”中小企业服务行动、“中小企业服务月”等主题活

动,全年服务机构累计服务中小企业1247万家。

与此同时,工信部举办“数字化赋能,科技成果赋智、质量标准品牌赋能中小企业全国行”活动3000多场,服务企业140多万家,推动技术成果转化290.6亿元;组织“百场万企”大中小企业融通对接活动700多场,达成合作意向1.2万项;开展大企业“发榜”中小企业“揭榜”工作,已经发布了409项技术创新需求,1200多家中小企业协同“揭榜”攻关,推动一批专精特新中小企业融入央企业产业链供应链。

陶青表示,2023年中小企业经济运行回升向好,全年规模以上工业中小企业增加值同比增长4.7%,小微企业用电量同比增长4.5%。但受复杂严峻的外部环境影响,部分企业确实面临不少困难,例如订单不足、成本较高等问题。下一步,工信部将建立建强中小企业公共服务机构,提升省级以上公共服务机构服务质效,扩大市县公共服务业覆盖面,延伸服务半径,提升服务便利性,加快建设全国中小企业服务“一张网”,为企业提供一站式服务。

(经济日报)

杭州城西科创大走廊 “回圈”企业80家

冰雪装备企业应向新出发

日前,冰雪旅游和冰雪运动异常火爆,带火了冰雪运动装备产品的热销。随着冰雪经济持续升温,多家上市公司开始布局冰雪装备赛道,行业竞争将更为激烈。冰雪装备企业必须加快技术创新和产品升级步伐,满足消费者多样化需求,才能使企业在竞争中处于领先地位。

《中国冰雪产业发展研究报告(2023)》显示,中国冰雪产业进入了更加稳定、可持续的发展阶段,到2025年,中国冰雪产业总规模有望达到1万亿元。经过多年发展,冰雪装备企业在产品制造、质量管理、品牌塑造等方面都有很大跃升,与国际知名企业的差距也在不断缩小。

但也要认识到,我国冰雪装备产业仍面临企业规模小、知名品牌少、产业链不健全等问题。许多冰雪装备企业研发人才不足、研发投入较少、核心技术欠缺。一些高端冰雪装备市场仍被国外品牌占据。同时,随着参与冰雪运动的人数逐年增多,普通消费者对冰雪运动装备的实用性、观赏性、专业性有了更高要求,消费者希望购买到更具性价比的冰雪装备产品。

当前我国冰雪装备制造正处于快速发展时期,随着冰雪运动的普及,冰雪市场规模不断扩大,对冰雪装备的需求逐年上涨。面对冰雪市场和冰雪装备消费结构优化升级,我国需要加快培育一批拥有自主知识产权、具有较高知名度的冰雪装备制造企业,提升冰雪运动优质装备供给能力。

首先,企业要顺势而为强化创新。冰雪装备企业要加快转型升级步伐,克服规模小、底子薄、品牌弱等难题,在满足大众冰雪运动需求的同时,着力攀登技术高峰,加快自主研发创新步伐,并进一步加强和高校、科研院所的协同创新力度,通过创新夯实企业发展根基,向上发展、向新出发,打造属于我国的冰雪装备高端品牌。

其次,企业需要政策持续助力。近年来,各地为了促进冰雪产业发展,推出了一系列政策举措。但从企业反馈看,某些地区冰雪产业发展规划追求“高大上”,脱离发展实际,导致规划落地难。目前,冰雪装备制造企业仍以中小企业为主,但有扶持扶持政策多向规模以上企业倾斜,中小企业很难得到有效的政策支持。因此,各地出台政策要增强针对性、科学性和持续性,让处于孵化阶段的企业和中小规模企业真正获得持续的政策支持。

最后,推动冰雪装备产业链、创新链、价值链升级,企业是最重要的参与主体。冰雪装备企业要抱团取暖、相向而行、联合攻关,早日摆脱低水平竞争的困局;要向新出发、顺势而为、乘势而上,为加快形成冰雪装备产业新质生产力而努力。(中经)

浙江的“中关村”“张江”在哪里?打开杭州地图,东起浙江大学紫金港校区,经过紫金港科技城、未来科技城、青山湖科技城,西至浙江农林大学,这片全长39千米、面积约416平方千米的区域,形成了一条宽阔的大走廊。

这条大走廊颇具未来感。全球容量最大超重力离心模拟与实验装置的实验大楼犹如展翼的宇宙飞船,之江实验室、西湖实验室等5个浙江省实验室环绕分布,鳞次栉比的高楼里是3354家国家级高新技术企业,91个国家级科创平台,58万专业技术人员。

“2023年起,这里每个工作日都能新增80家企业,为经济高质量发展提供了源源不断的动力。”杭州城西科创大走廊管委会副主任施黄凯很是自豪。

从斩获高规格网络安全大赛一等奖,到带领团队把初创公司落

户位于大走廊的梦想小镇,26岁的母浩文只用了3天。“比赛还没结束,梦想小镇的招商人员就找到我。他们对我们团队项目的了解令人吃惊,这里的创业氛围、产业配套、热情服务都让我们无法拒绝。”他说。

母浩文的项目与杭州城西科创大走廊的发展规划不谋而合。大走廊正致力于打造世界级数字经济产业集群与战略性新兴产业集群。在业内专家看来,多年来大走廊通过相关政策,鼓励人才引进、技术研发与引导市场应用,为产业发展积累了深厚的市场基础,已经构建了优势明显的产业环境。

杭州亚残运会开幕式上点燃主火炬的“仿生手”、在亚运村地下八米深处默默巡检的四足机器狗……这些在杭州亚运会、杭州亚残运会火爆“出圈”的高科技产

品都来自位于城西科创大走廊的企业。

这些被各地争抢的企业为什么选择杭州城西科创大走廊?带着这个疑问,记者采访过这里的不少创业者、企业家,有一个回答最让人印象深刻:大走廊最大的特点在于它打造了一个非常完善的创新创业生态系统,聚齐了5大要素:高效的政府部门、知名的高校、头部领军企业、多元多层次的投资人和创业者。这五大要素保证了产业发展的政策支持、人才输出、技术创新、资本支撑、创业项目等能够长期持续。

目前,杭州城西科创大走廊正依托创新基础优势,加速培育新经济增长极。2023年1月至11月,大走廊实现产业增加值2856.1亿元,其中高新技术产业增加值贡献率占比超过85%。

(新华)

名企动态

追求高质量发展 家电巨头2023年“答卷”亮眼

部分巨头业绩创新高

据格力电器披露公告显示,公司预计2023年归母净利润270亿元至293亿元,同比增长10.2%至19.6%;营业总收入2050亿元至2100亿元,2022年同期为1901.51亿元。对此,董明珠表示,格力电器的业务布局目前已覆盖数控机床、机器人、光伏等多个新兴领域。“制造企业的使命是做世界最好的产品。希望2024年格力电器给国家的税收超过200亿元。”

三大家电巨头中另外两家也迎来不俗的业绩表现。海尔集团董事局副主席、总裁梁海山宣布,2023年,海尔集团实现全球收入3718亿元,全球利润总额267亿元,均同比增长6%。未来公司将做深汽车产业互联网、新能源产业互联网等四大垂直行业。美的集团董事长兼总裁方洪波在2024美的集团经营管理年会上透露,美的将迎来史上最好的经营业绩。

“2023年,海信集团营收突破2000亿元关口,海外收入858亿元,占比达42.6%,全球化进程不断提速。”日前,海信集团党委书记、董事长贾少谦也在公开场合公布了海信集团2023年的

营收情况。

四川长虹则发布业绩预告表示,预计2023年实现归母净利润6.3亿元到7.5亿元,较2022年同期增加约1.62亿元到2.82亿元,同比增加约34.65%到60.3%。公司称,业绩增长源于不断强化竞争优势,推动经营质效稳步提升。其中公司在家电业务、通用设备制造业上积极把握海运费下降、大宗材料价格下降等有利因素,通过抢抓订单、产品线协同、效率提升等措施,深入推进业务转型。

张剑锋认为,从家电巨头业绩表现来看,头部品牌冲击势头强劲,并逐步向品牌高端化、产品高端化的“两高”发展,产品的利润空间增加,企业的盈利能力有所提升。同时头部企业转型升级速度加快,光伏、汽车零部件等多元新兴的业务板块开始产生收益,对营收产生了一定贡献。另外,随着家电巨头在渠道等方面加速变革,在电商、直播等板块业绩也均出现大幅上涨。

他补充说,就市场格局而言,接下来大品牌将持续寻求更高质量发展,中小品牌尤其是腰部品牌可能会遇到更大的困难和挑战,需要不断适应市场变化和用户需求,调整发展策略。

企业出海

我国美容化妆品绵延数千年,曾经随着粉盒等瓷器漂洋出海。如今,作为全球第二大化妆品消费市场,紧跟潮流的中国化妆品进一步凭实力和颜值“出圈”,受到国内外年轻人的青睐。

当下,东南亚国家的“美丽经济”方兴未艾,尤其是东南亚最大单一市场印尼,或将成为美容与个人护理主体份额市场。

在占中国化妆品生产“半壁江山”的广州,相关企业超1800家,工业产值超千亿元。广州海关介绍,2023年,广州对印尼出口化妆品11.75亿元,增长1.1倍。尤其在国际化化妆品品牌占主导地位的市场格局下,电商平台的快速发展及其特有的成本优势,成为国产品牌打破原有竞争格局的新渠道。

从最初通过eBay、亚马逊等海外平台卖货,到2017年创立菲鹿儿美妆品牌,再到2019年登陆印尼市场……数年过去,印尼成为广州菲鹿儿商贸有限公司海外最大的单一市场,销售业绩急速扩张。

“我们在印尼有2支直播团队。TikTok、Shopee等新平台新渠道也有布局,既节省推广费用,加快商品销售和迭代速度,还增加了用户粘性,叠加快速物流快速发展,大大激发当地消费需求。”菲鹿儿品牌创始人方星说,当前菲鹿儿印尼公司约200人的团队基本都是本地人。

“经过几十年的发展和摸索,中国企业已具有品牌建设的实力。”方星说。目前,菲鹿儿在印尼等东南亚国家市场,渗透率在其品牌所在的价位带持续保持高位,直播带货吸引粉丝数十万名。

中国医药保健品进出口商会副会长王茂春认为,直播带货、私域社群分享等新业态、新营销模式在年轻一代中的影响力愈发凸显,这些都为企业针对不同客户群体的定制化推广方案提供了新路径。

据东南亚的跨境电商平台负责人介绍,2023年“双12”大促期间,跨境美妆品牌买家数量同比激增近100%,其中彩妆产品及美容仪器热销。

凭借高效供应链的优势及科研实力的提升,中国化妆品企业自主品牌的出口优势逐步凸显。据广州海关统计,2023年,广州对印尼出口自主品牌化妆品9.48亿元,增长2.3倍。

要说印尼现下流行什么颜色的染发,广州市比倩日用化妆品有限公司销售总经理黄素琴虽处千万里外,却能脱口而出——主流色是灰色。在印尼大街小巷的商超里,都能看到比倩出品的“MIRANDA”染发剂。

“印尼消费者更年轻化,偏爱绿色、紫色等艳丽颜色。”她说,该品牌当地销售商和国内设计师合作,根据流行元素,迅速推出时尚单品。比如,单份30克的染发剂,紧贴“多”“快”“省”等消费需求,一经上市就成爆款。

自2022年下半年发力东南亚市场以来,广州兰蝶生物科技有限公司的业绩突飞猛进。兰蝶生物业务副总梁佳彬说,公司有数十条生产线和超500平方米的研发中心,以高颜值和高“研”值吸引了数个印尼大客户。此外,梁佳彬介绍,公司所在的广州白云区产销链条完整,生产、销售、原料包材、半成品加工、展贸、设计、研发、检测等一应俱全,使研发协同更高效,产品性价比更高。

王茂春认为,中国化妆品企业依靠长期的积累和积极创新已崭露头角,完全有能力与诸多海外品牌同台竞技,不断扩大市场份额。

2024年伊始,方星就前往印尼、越南等地出差。新的一年,公司的工作重点之一就是东南亚发展更多业务,并与更多海外线下分销商合作挖掘海外市场。“雄厚的产业基础催生行业头部企业。”方星认为,企业的国际化布局主要受市场驱动,最终将实现企业与市场的双赢。他介绍,目前菲鹿儿为印尼创造了大量就业,每年三成营收转化成当地人收入。随着国内上游供应链的合作企业陆续出海,更多企业会考虑在东南亚设厂。(经济参考报)

市场监管

开屏弹窗 过度索权

高德地图等31款侵权APP被通报

近日,工业和信息化部发布了侵害用户权益行为的APP(SDK)通报(2024年第1批,总第36批),闲鱼、高德地图、下厨房、投屏助手等在列。

据工业和信息化部相关人员介绍,依据《个人信息保护法》《网络安全法》《电信条例》《电信和互联网用户个人信息保护规定》等法律法规,工业和信息化部持续整治APP侵害用户权益的违规行为。近期,工业和信息化部组织第三方检测机构对用户反映突出的开屏弹窗“乱跳转”“关不掉”以及违规收集使用个人信息等问题

进行检查,共发现31款APP及SDK存在侵害用户权益行为。

31款APP中,闲鱼、高德地图、下厨

房、看头、百宝刷刷等生活类应用,主要存在开屏弹窗“乱跳转”和“信息窗口未提供关闭或退出标识”等问题;汽车模拟器2019、保定麻将等游戏类应用,主要存在欺骗诱导强迫用户,如违规收集、使用个人信息,强制用户使用定向推送功能以及强制、频繁、过度索取权限等问题。

被通报的违规SDK有6款,其中移动端应用订阅SDK以及预装无感验证SDK涉及违规收集个人信息,强制、频繁、过度索取权限以及SDK使用说明不完整等问题。

据了解,被通报的APP及SDK应按有关规定进行整改,整改落实到位的,工业和信息化部将依法依规组织开展相关处置工作。(中国消费者报)

寻求再突破

家电巨头取得优异业绩的背后,也得益于行业发展持续向好。奥维云网认为,我国家电市场所面临的外部环境已经回归正轨。预计2023年全年家电零售规模同比增长2.9个百分点,2024年家电行业全年零售规模或同比增长0.7个百分点。

在AI、物联网等新技术发展之下,2024年,家电产品将继续迎来技术革新的浪潮,语音控制、人脸识别等家电应用加速迭代。业内普遍认为,家电巨头纷纷在半导体、能源、汽车等新领域加速出击,并在全球市场寻找并购机会。同时家电自主品牌出海规模增长将有望优于代工外销出海。

西南证券分析认为,2024年,家电行业仍将稳健发展,并在传统主业和市场稳中求进的过程中,在智能家居、汽车零部件等海内外市场多维度寻求新的突破口。

“在这场转型升级的产业机遇面前,头部家电企业牢牢抓住了市场主动权,并在国内外市场形成了品牌优势,成为家电先进制造和高质量发展发展的典型代表,这也是家电巨头综合竞争力提升的体现。”森科技创始人胡洪森对记者表示,家电巨头正在带动行业持续高端化、全球化、数字化。(证券日报)

我国美妆品牌竞逐东南亚市场