

中小企业发展环境不断改善

中国中小企业协会发布数据显示,一季度中国中小企业发展指数为89.3,高于2022年同期水平。3月当月,中小企业发展指数为89.3,比上月上升0.2点。“今年以来,随着宏观政策效应持续释放,我国经济延续回升向好态势,内生动能逐步增强,中小企业发展质量不断改善。”中国中小企业协会专职副会长朱玉分析。

投资意愿增强

在一系列稳增长惠民政策支持下,中小企业发展信心进一步恢复。例如,江苏印发《关于促进民营经济发展壮大的若干措施》,确保财政政策支持精准有效、信贷支持更加“解渴”、货币政策灵活适度、就业优先政策提质、护航中小企业平稳运行;《沈阳市2024年促进民营经济高质量发展行动方案》发布,明确将开展经营主体培育、中小企业数字化转型、创新能力提升等7个专项行动,旨在进一步健全促进民营经济高质量发展体制机制。与此同时,工业和信息化部于3月开

启2024年“一起益企”中小微企业服务行动,围绕疏通政策落实堵点、化解经营痛点难点、提高发展质量效益3个方面,在全国范围内为企业送政策、送技术、送管理,帮助企业拓市场、降成本、育人才、促转型,助力中小微企业焕发活力、增强实力。“一季度,反映企业信心的宏观经济感受指数为98.9,环比上升0.2点。”朱玉认为,国内需求持续恢复,生产供应稳中有升带动了开工率上升。此外,通过政府和社会资本合作新机制,持续向民间资本推介项目,调动民间投资积极性。一季度投入指数止跌回升,环比上升0.2点。“当前中国经济仍处于恢复期,服务消费、基建投资以及制造业投资都是推动经济恢复的重要驱动力,通过设备更新和消费品以旧换新可以扩大总需求。”朱玉说。

营商环境改善

中小企业发展信心不断增强源于营商环境持续改善。今年,各地着眼于企

业实际需求,相继出台一批切实可行、务实管用的政策举措。安徽推出《2024年优化制造业营商环境若干举措》,陕西发布《2024年深化营商环境突破年行动方案》,上海出台《上海市减轻企业负担支持中小企业发展若干政策措施》。市场秩序是营商环境的核心要素,涉企收费问题关系企业核心利益。“我们深入开展收费治理,依法整治扰乱市场秩序行为,切实维护企业和消费者合法权益。研究起草涉企违法违规收费处理规则,动态调整市场监管行政执法事项指导目录,研究制定重大行政处罚案件管理等制度规范。”国家市场监督管理总局登记注册局局长任端平说。

不少企业反映,仍然存在执法信息公开标准不统一、执法规范性不强等问题,一些部门在执法过程中出现选择性执法和选择性执法的现象。“应规范涉企行政执法行为,制定行政执法标准和程序,确保监管行为依法规范。进一步加强部门间的协调配合,简化办事流程,开发、推广网上申报、网

上审批、电子证照,让信息多跑路、群众少跑腿。”朱玉建议。

“下一步,我们将持续纠正不当市场竞争和市场干预行为,推动公平竞争审查条例加快出台。”任端平介绍,市场监管总局将深入开展市场分割、地方保护问题专项整治,健全惩戒和约束手段,纵深推进民生领域反垄断执法专项行动。

信用信息共享

一季度,资金指数为101.0,环比上升0.3点,仍处于景气临界值100以上。其中,融资指数为91.1,环比上升0.5点;流动资金指数为85.6,环比上升0.4点。

“在我们调查的8个行业中,5个行业融资指数和流动资金指数均有所上升。国家继续实施普惠小微贷款支持工具,扩大普惠小微单户授信额度,促使金融资源更多流向小微企业。”朱玉说。

也要看到,信用信息归集共享仍然不够充分,现有共享信息不足以支撑金融机构对经营主体作出精准信用评价。一些地方建有多个融资信用服务平台,

导致信息重复归集,银行机构多头对接,经营主体多头注册,增加了金融机构和经营主体负担,降低了金融服务质效。

为此,国家发展改革委会同人民银行等部门,印发了《统筹融资信用服务平台建设提升中小微企业融资便利水平实施方案》,为中小微企业提供高质量金融服务。

信用信息共享能够有效破解银企信息不对称难题。“我们将及时了解掌握金融机构信贷业务流程所需的信用信息,推动平台加强对各类信息的归集共享,进一步提升数据质量,更好地促进金融机构服务小微企业。”国家金融监督管理总局普惠金融司负责人冯燕说。

冯燕介绍,金融监管总局将鼓励银行积极对接各级融资信用服务平台,查询企业信用信息和信用报告,有效应用在客户筛选、贷前调查、贷中审批、贷后管理等信贷流程中。鼓励银行将积累的内部金融数据和外部信用信息有机结合,积极利用大数据、人工智能等技术手段,充分挖掘数据要素价值,为企业准确“画像”,优化信用评估模型,提升风险管理水平,开发线上贷款产品,提高小微企业服务效率,积极创新信用贷款产品,增加小微企业贷款中信用贷款的投放。

(综合)



宣传活动现场

本报讯(记者 姜永腾 蔚振霞) 为贯彻总体国家安全观,增强全民国家安全和素养,近日,河北省石家庄市鹿泉区委办公室、区委宣传部、鹿泉经济开发区在神码软件联合组织开展“总体国家安全观·创新引领10周年”全民国家安全教育日送电影进企业宣传活动,推动国家安全教育工作深入开展。活动中,宣传小分队向参加人员发放了国家安全和保密宣传海报,进行现场咨询宣讲,并组织观看了电影《志愿军:雄兵出击》。这部影片生动再现了志愿军战士们英勇无畏、保家卫国的战斗场景,深深打动了在场的每一位观众。

大家纷纷表示,通过此次活动,更加深刻地认识到了国家安全的重要性,也更加坚定了维护国家安全的决心和信心。

河北神码软件科技股份有限公司办公室副主任黄雪静说:“今天接受了一次深刻的国家安全教育,让我对总体国家安全观有了更加深入的理解和认识。今后我将认真履行好维护国家安全的主体责任,切实将维护国家安全贯穿到企业发展的全过程,为鹿泉区高质量发展贡献力量。”此次送电影进企业活动不仅是一次国家安全教育创新实践,也是一次深化国家安全观念、提升全民国家安全意识的重要举措。通过活动,让更多的人了解到国家安全的重要性,也让大家更加明白作为公民在维护国家安全中的责任和义务。

北京市丰台区市场监管局之窗

北京市丰台区市场监管局护航美丽消费经济,线上线下积极落实质量监管、价格巡查部门职能,全力保障广大消费者的“美丽与权益”。聚焦鲜花市场,把好价格巡查关。针对节日期间鲜花销售量、易发生哄抬价格的情况,执法人员梳理辖区花店经营户名册,通过线上提示、线下巡查等方式多渠道压实经营者主体责任,督促商家自觉加强价格自律,做到明码标价。着眼颜值经济,把好安全监管关。以化妆品专营店、美容美发机构等化妆品经营单位为检查对象,执法人员重点对美白淡斑、补水修复、防晒类、防晒类等功能性特殊化妆品及近期国家药品监督管理局公布的不合格化妆品进行监督检查,督促化妆品经营单位增强法律意识,依法合规从事经营活动。畅通投诉渠道,把好权益保护关。执法人员对群众投诉做到快速接收、快速督办、快速价格,串通涨价、价格欺瞒等价格违法行为,保障受理咨询渠道高效畅通,努力营造放心、舒心的消费环境。(安靖轩)

安利纽崔莱成为中国国家跳水队官方营养合作伙伴



安利纽崔莱正式成为中国国家跳水队官方营养合作伙伴

4月14日,正在奥运备战中的中国国家跳水队官宣:安利纽崔莱正式成为中国国家跳水队官方营养合作伙伴,将为中国国家跳水队提供安全、纯净、高效的营养食品以及专业化、个性化的营养备战方案,助力跳水“梦之队”剑指巴黎,再创佳绩。

国家体育总局游泳运动管理中心主任、中国跳水协会主席、世界泳联副主席周继红,中国跳水队教练施廷懋、奥运冠军全红婵、陈芋汐、王宗源,世界冠军陈艺文、昌雅妮,安利(中国)董事长兼总裁余放等嘉宾出席仪式。

周继红表示,营养也是战斗力,科学的膳食营养是运动员保持最佳身体机能、支持科学训练、提升竞技水平、

最终争取好成绩的重要后勤保障。安利纽崔莱成为国家跳水队官方营养食品,历经严苛的安全性和有效性检测,将为跳水队出征巴黎提供科学有力的膳食保障。

余放介绍,安利纽崔莱是中国体育代表团和跳水项目的老朋友,田亮、郭晶晶、伏明霞等奥运冠军都曾是安利纽崔莱品牌代言人,将“运动+营养+健康”的理念推广到千家万户。2024奥运年,安利纽崔莱很荣幸与中国体育军团再度携手,助力跳水队在巴黎再创佳绩。同时,作为“全面健康推动者”,安利纽崔莱期待与跳水队一道打造“健康梦之队”,让奥运冠军们成为推广健康生活方式的领跑员,让健康

观念深入人心,让健康习惯落实到生活中每一步,让所有人都能成为自己的“健康冠军”。

纽崔莱90年金牌品质 助力跳水“梦之队”

兵马未动,粮草先行。运动员长期高强度训练和比赛,食品的安全可靠和营养的充足补充是基础保障。同时,科学的营养搭配以及个性化的营养补充,在帮助运动员提高免疫力、快速恢复体能、控制体重、增肌、提升耐力、微损伤修复、运动疾病预防等方面都具有显著成效,背后是食品科技的不断创新。

早在2000年,安利纽崔莱即已成为中国体育代表团官方营养保健食品,陪伴中国体育代表团征战大型赛事近20年,为中国健儿提供运动营养指导和个性化运动营养解决方案,为代表团膳食营养师提供运动营养培训。期间,安利纽崔莱每批次产品都通过了国家反兴奋剂及运动营养测试研究中心严格检测。安全、可靠、有效的营养保障和专业悉心的健康服务,对运动员备战和比赛期间的身体状态都起到积极促进作用,助力中国军团屡创辉煌。

安利在全球拥有134个自有和认证有机农场,贯彻绿色低碳的有机农业体系,打造“从种子到成品”的绿色产业链,从筛选种子、选择农场、采收、萃取、生产、包装,每一个环节都做到可追溯。

安利全球500多位科学家组成的研发团队,在全球100个研发与质检实验室,每年进行超过60万项试验,涵盖毒

理、功能性、卫生学、稳定性检测、临床试验、消费者试用试验以及包装检测等;在生产环节,每个月要进行25000多次产品测试,每一批产品必须经过300余种严格的质量测试,确保产品安全性和有效性。

今年迎来90岁生日的纽崔莱,是全球领先的膳食补充剂品牌,以“有机种植的植物原料、优质纯净的安心成分、科学高效的营养配方”享誉全球。

据了解,安利纽崔莱已向国家跳水队交付“营养健康套装”,并贴心配置“梦之队出征随行包”,为运动员提供具有增强免疫力、增肌、增加骨密度、减脂、改善睡眠等功能的产品组合;还将通过缓压社群体验,为运动员提供全方位、坚实可靠的营养保障和健康服务。

“健康梦之队”支招健康生活方式

竞技体育水平代表着“健康中国”的高度,国民健康素养和健康状况则代表着“健康中国”的广度和深度。从“马拉松热”到“三亿人参与冰雪运动”,各种跑团、骑行团、瑜伽社方兴未艾,更多公众组成丰富多彩的大健康社群,追求身体、情绪和社会融入的全方位健康状态。

世卫组织研究表明,健康和寿命的60%取决于生活方式。近年来,安利将“全面健康推动者”作为企业定位,专业化、系统化赋能旗下的大健康创业者,企业线上“健康公益学院”汇聚270万学员;安利营销人员打造并运营了数十万个内容丰富的健康生活社群,传播科学健康知识,提供个性化健康解决方案,带

创维全品类阵容亮相第135届广交会

彰显多领域发展决心

高质量的音质效果,为家居生活带来极致体验。

在电视越做越薄的大环境下,创维带来了全透明OLED电视,其整机最薄处的厚度仅2毫米,屏幕显示有多种形态,可轻松切换至不透明、半透明乃至全透明的显示状态。未来,透明OLED电视有望广泛应用于各类商用领域,彰显了创维多领域发展的决心。

厚度仅20毫米的创维138英寸4K Micro LED电视,首次在广交会上展出。该产品具备超高分对比度、超宽色域、高亮度、高刷新的出众画质,以及无线投屏、远程会议、多屏互动等诸多功能,适用于不同商业办公场景,用途广泛,突显创维的高端实力。

此外,创维还展出了METZ品牌K系列,集成AIOT智能物联的P系列等多个系列的智能交互一体机。这一系列的产品均搭载大内存,拥有卓越的触控、书写及显示性能,为用户提供了流畅的触控交互体验。同时,多款一体机均内置4K摄像头与麦克风,极大地拓宽了应用场景性和功能性。

在家用电器区域,创维不断探索新技术、新工艺,展出了超薄平嵌幻影系列冰箱、洗衣机,与宝马集团设计中心合作的BM冰洗系列产品,双驱分舱滚筒洗衣机,全变频洗碗机,挂式立式家用空调,商用空调及新能源汽车空调矩阵。

为便利广大爱美人士,创维推出了全嵌镜柜式美妆冰箱,容量充足,可实现对美妆产品的充分收纳,同时采用隐蔽

门把手的创新设计,完美嵌入镜柜,融入家居美学,更在照明光线、储存温度等方面进行人性化设计,全面呵护日常美妆产品。

面向母婴市场,创维推出迷你洗衣机,拥有1KG容量,可作为“家里的第二台洗衣机”,不仅外形可爱漂亮,百搭各类家居风格,而且设有12大洗涤程序和快速洗涤的功能,针对不同衣物材质都有相应的程序,也充分满足育儿家庭频繁洗涤的特殊需求,此外还有四档调温的洗涤方式,可安心除菌,呵护母婴衣物健康。

创维安防的标杆之作——极黑光摄像头,搭载“海影”智慧影像处理系统,自带21澎湃算力,F1.0超大光圈,感光能力提升10倍,即使在无光环境中,依然能还原像白天一样的彩色画面,全面守护家庭、社区安全。创维展区在现场搭建了暗室,让全球客商亲身体验出人意料的显示效果。

近年来,创维作为家电领域跨界追光的佼佼者,成功进入了有巨大市场潜力的新能源光伏领域。集团重点投入技术创新研发,自主研发了“光伏电站自动化设计系统”和“智能运维系统”,全面实现电站的数字化设计及实时管理,也为企业快速扩张打下了坚实基础。四年内,创维新能源业务从0做到约234亿元的规模,为全国近45万个家庭建起了户用光伏电站,助力中国乡村振兴和高质量发展。

面对全球光伏及储能巨大市场机

遇,创维集团采用多品牌、多渠道积极推进新能源业务出海。创维在欧洲设立了新能源品牌“Solavita起明光伏”,业务已快速布局到澳大利亚、墨西哥、南非等27个国家;旗下子品牌Sinotec、Strong则通过便携式储能、户用储能、工商业储能等产品,在欧洲、非洲等区域启动销售,不仅为消费者提供了更高效、可靠的能源解决方案,也为全球能源结构的转型贡献了力量。

在本届广交会上,创维新能源光储产品联合展出,用前沿的技术和产品持续探索更多的新能源光储应用场景,体现了创维集团对可持续发展的承诺和对未来科技趋势的敏锐洞察。

2024年是创维深耕XR行业的第九年。本届广交会上展出了创维第一台4K MR眼镜PANCAKE 2,这是国内第一款单眼4K MR产品,也是创维XR空间计算设备的代表性产品。其采用单眼4K Micro-OLED屏,双眼8K分辨率,支持双目彩色透视(RGB VST)。交互方面,除了6DOF手柄外,PANCAKE 2拓展了更加自然的手势识别交互,眼球追踪和语音输入技术,可在真实环境下通过裸手进行交互、观影、多屏娱乐办公。

全品类协同出海 助力全球消费者共享美好生活

多年来,创维积极响应国家“一带一路”倡议,在全球市场上获得了更多的开拓空间,并通过跨国并购、投资建厂、开设分子公司等方式拓展业务,不断提升

自身在海外市场的竞争力和品牌影响力。

在企业出海方面,创维在海外已布局研发中心5个、制造中心7个、分子公司22个;在本地化发展方面,海外员工占创维集团员工总数的近10%;在品牌出海方面,创维自2010年起推进自主品牌出海,以自主品牌“SKYWORTH创维”、互联网品牌“COOCOA酷开”,源于德国的高端品牌“Metz美兹”和区域性品牌“南非-SINOTEC”“欧亚非-Strong”五大品牌同步进军全球市场。



广交会上的创维展台

以2023年为例,创维集团的海外市场营业额为153.54亿元,占集团整体营业额的22.2%,主要海外市场占比情况为:亚洲57%、欧洲17%、美洲(14%)、非洲11%、大洋洲1%。

本届广交会上,创维已预约超过1000位外商前来洽谈2024年年度规划。开展首日,接待外商客户约200位,主要以欧洲、非洲、中东、东南亚、南亚、中亚、拉美等区域客户为主,其中“一带一路”共建国家市场占比60%左右,新老客户占比约为3:7。

今后,创维将继续发展新质生产力,助力集团数字化转型升级,以开放合作、互利共赢的姿态创造更加智能高端、贴近用户的产品,为全球消费者带来美好的生活体验。(舒维广)