

中小企业 品牌设计研究

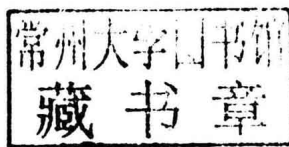
Research on brand design
of
small and medium sized
micro enterprises

张光祥 著

吉林文史出版社

中小微企业品牌设计研究

张光祥 著



吉林文史出版社
JILIN WEN SHI CHU BAN SHE

图书在版编目 (CIP) 数据

中小微企业品牌设计研究 / 张光祥著. -- 长春: 吉林
文史出版社, 2016.11
ISBN 978-7-5472-3706-9

I. ①中… II. ①张… III. ①中小企业—品牌战略—
研究—中国 IV. ①F279.243

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 277388 号

中小微企业品牌设计研究

著 者 张光祥
出 版 人 孙建军
责任编辑 陈春燕 崔月新
封面设计 海星传媒
出版发行 吉林文史出版社有限责任公司
地 址 长春市人民大街 4646 号
网 址 www.jlws.com.cn
制 作 山东天图文化传媒有限公司
印 刷 北京朗翔印刷有限公司
开 本 710 毫米 × 1000 毫米 1/16
印 张 18.25
字 数 347 千字
版 次 2017 年 7 月第 1 版 2017 年 7 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5472-3706-9
定 价 55.00 元

个人简介

江南大学硕士，设计艺术学院副院长，意大利佛罗伦萨大学访问学者，江苏省淮阴工学院工业设计中心主任，淮安市 533 英才工程高层次学术技术人才，中国艺术人类学学会会员、江苏省科普技术协会会员。主要研究方向为视觉形态创意研究及中小微企业品牌设计及其理论研究。

近年来，在《装饰》、《民族艺术研究》、《包装工程》等国家级核心期刊发表论文 15 篇，多篇论文收录于国际学术研讨会论文集并做宣读。出版教材、专著 3 部，国家授权专利 2 项，主持或参与完成省、市级项目十余项；服务地方政府部门、企事业单位项目二十余项。获得淮安科学技术进步奖三等奖、江苏省优秀毕业设计指导教师、省级优秀论文二等奖，校教学成果奖三等奖、优秀课件三等奖、校青年教师教学大奖赛三等奖

等奖项近二十余项；设计作品多次参展并获奖，如：“GSSP”（金曦奖）国际设计金奖设计大赛创新印象艺术奖；华东地区广告技能大赛铜奖；江苏省工艺美术大赛银奖；江苏省文化厅、美术家协会举办的江苏省美术作品展览优秀奖；江苏省文学艺术界联合会举办的“江苏省首届高校百名青年艺术家联展”；湖北省文化厅、教育厅举办的中国第八届艺术节·全国大学美术与艺术设计作品展览优秀奖项；河南省发改委、文化厅、教育厅举办的“河南之星”设计艺术大赛二等奖 2 项，优秀奖 1 项。作品多次展出于江苏省现代美术馆、淮安市博物馆。

指导学生参加各类竞赛获得国家级金奖 1 项，银奖 4 项，铜奖 9 项；省级一等奖 12 项，二等奖 16 项，三等奖 21 项。第 8、10、11、13 届大学生广告艺术节学院奖优秀指导教师，第 1、2、3、4、5 届全国大学生广告艺术大赛优秀指导教师及优秀工作者，中国国际包装印刷创意大赛教育突出贡献工作者等荣誉称号。



张光祥 淮阴工学院副教授

前言

中小微企业是现代市场经济中,对市场机制反应最灵敏、最具有活力的组成部分,在国民经济中发挥着无可替代的作用。随着知识经济时代的到来,全球经济的一体化使得消费者的需求趋向多元。而当代社会经济有别于以往商品生产和消费为基础的经济形势,融合了依托宽带、移动互联及其它通信工具,利用分布式网络对各种关系进行运营和管理;模糊生产与消费之间的界线;强调合作及交往、关心和维护,而不是一次性消费,具有强烈的价值观和使命感等多种特征。

历史规律告诉我们,一个国家或地区的经济增长速度和发展后劲与其中小微企业得到发展和重视程度有直接关系。中小微企业发展、盈利成为经济增长、经济繁荣的代名词。英国在 20 世纪 50 年代实行的中小微企业淘汰政策,导致了失业和经济萧条。而同一时期,日本和德国却采取了实行鼓励、扶持中小微企业政策,国民经济得到快速发展。当前,就我国而言,经济高速发展的江苏、浙江、广东、山东都无一例外地在保持着中小微企业的高速发展。

而在这个市场需求多元、竞争异常激烈的时代,中小微企业要想在发展中立于不败之地,须针对自身特点,不断更新自己,完善自己,在提高企业产品质量水平的同时,要不断提升企业竞争力。莱利·莱特说过“未来的营销就是品牌的战争——品牌互争长短的竞争。商界和投资者将认清品牌才是企业最宝贵的资产,拥有市场比拥有工厂更重。而拥有市场的唯一办法,就是拥有占领市场主导地位的品牌。”对于中小微企业来说提高竞争力,就是要在消费者心中建立起良好的品牌形象。在中国全面进入品牌经济的今天,中小微企业作为国民经济的主体,企业家们就如何建设、打造、推广、传播自己的品牌已成当务之急。

设计是一种计划,是一种取舍,要去解决一定的人需问题。在日常生活中人的变化始终滞后于物的变化,这就要求造物者能及时发现人需,满足人需。而对于造物的企业来说做到创新很难,而企业的发展需要找出系列办法使其在激烈市场竞争中不被淘汰。品牌是富有生命的也是企业的象征,中小微企业品牌设计应因“企”制宜,建立在科学、准确定位的基础之上,基于正确品牌定义下的视觉沟通,它是协助企业发展的形象实体,不仅能帮助企业把握正确的品牌方向,而且使人们对企业快速、正确、有效地产生印象并能够留下深刻的记忆。品牌设计活动是策划者智

慧和心血的结晶，是成功的先导，在设计活动中不但需要有独特的创意形式，更需要有严密的、科学的、系统的组织管理手段，要用完整的设计策略规划来指导具体的设计过程，其连续性和市场性运作对企业及品牌的形象推广非常重要。中小微企业既面临综合实力较弱、竞争力较差、资金相对缺乏等问题的制约，也具有能根据发展需要随时进行战略调整的优势。因此，中小微企业要结合自身情况，分析内外市场环境，敏锐地洞察市场的潜在需求，通过精心地创意和严密地策划来引导市场的需求，创造更大的市场需求。

目 录

第一章 中小微企业品牌设计概论·····	1
第一节 中小微企业·····	1
第二节 品牌·····	11
第三节 中小微企业品牌设计内容·····	17
第二章 设计管理与企业品牌价值·····	20
第一节 设计管理·····	20
第二节 设计管理与品牌价值·····	30
第三章 中小微企业品牌定位·····	40
第一节 品牌定位和理论基础·····	40
第二节 中小微企业品牌定位现状及问题·····	46
第三节 品牌定位的差异性·····	50
第四节 中小微企业品牌定位策略·····	53
第五节 新时期中小微企业品牌定位·····	58
第六节 中小微企业品牌定位实施过程·····	64
第四章 中小微企业品牌战略·····	66
第一节 品牌与品牌竞争战略概述·····	66
第二节 中小微企业品牌建设·····	69
第三节 中小微企业品牌建设策略·····	73

第五章 中小微企业品牌设计评价	90
第一节 品牌设计评价的基本概念	90
第二节 品牌设计的评价体系	96
第三节 品牌设计评价的范畴与作用	98
第四节 品牌设计评价方法的相关理论	99
第六章 中小微企业品牌命名	103
第一节 品牌名称的重要性	103
第二节 品牌名称设计	104
第三节 中小微企业品牌名称设计原则	110
第四节 中小微企业品牌名称设计构思	112
第七章 中小微企业品牌文化构建	114
第一节 品牌文化	114
第二节 企业文化与品牌文化	118
第三节 中小微企业品牌文化构建	120
第八章 中小微企业品牌营销策略	128
第一节 品牌营销综述	128
第二节 企业品牌营销策略研究现状	136
第三节 中小微企业品牌营销分析	139
第四节 中小微企业品牌营销创建策略	145
第九章 中小微企业品牌延伸策略	148
第一节 品牌延伸的内涵	148
第二节 中小微企业品牌延伸利弊	153
第三节 中小微企业品牌延伸存在问题	155
第四节 中小微企业品牌延伸的对策	157

第十章 中小微企业品牌形象塑造	161
第一节 中小微企业品牌形象塑造模式	161
第二节 企业品牌形象塑造内容	166
第三节 中小微企业品牌形象塑造的必要性	172
第四节 中小微企业品牌形象塑造模式	178
第五节 中小微企业品牌形象塑造策略	183
第六节 中小微企业品牌形象设计	190
第十一章 中小微企业品牌竞争力的提升	194
第一节 品牌竞争力概述	194
第二节 品牌竞争力的来源	197
第三节 中小微企业品牌竞争力存在的问题	201
第四节 中小微企业品牌竞争力提升对策	204
第十二章 中小微企业品牌设计案例	209
第一节 王老吉品牌设计案例	209
第二节 淮安中小微企业品牌设计战略对策与研究	225
第三节 区域文化背景下地方品牌形象建构——以“西游记”为例	241
第四节 江苏艺华园林建设有限公司品牌设计	247
第五节 江苏金发消防工程有限公司品牌设计	262
参考文献	275
后 记	283

第一章 中小微企业品牌设计概论

第一节 中小微企业

一、中小微企业

改革开放以来,中小微企业在市场经济浪潮中不断发展和壮大。据统计,目前,我国中小微型企业已经突破 1000 万家,在促进我国社会主义市场经济发展过程中发挥了重要的作用。中小微型企业对我国社会主义市场经济的发展产生了极为重要的影响,已上升成为数量最大、最具活力的企业群体,并成为我国实体经济的重要基础和组成部分。其在推动社会经济增长、促进科技创新、接纳员工就业、维持社会和谐稳定等方面发挥着不可替代的作用。

中小微企业的发展源远流长,追随历史,不同时期对中小微企业有着不同的界定,不同社会发展阶段中小微企业也具有不同的特点。研究中小微企业的特点,对充分认识中小微企业,发挥中小微企业的作用,推动中小微企业的发展可起到积极的作用。

中小微是一个相对概念,是与所处行业的大企业相比人员规模、资产规模与经营规模都比较小的经济单位。中小微企业这一概念源于 2011 年工业和信息化部、国家统计局、国家发展改革委、财政部印发的《关于印发中小企业划型标准规定的通知》(工信部联企业〔2011〕300 号)中,并制定了《统计上大中小微型企业划分办法》。本办法提出适用对象为在中华人民共和国境内依法设立的各种组织形式的法人企业或单位。而个体工商户参照本办法进行划分。适用范围包括农、林、牧、渔业,采矿业,制造业,电力、热力、燃气及水生产和供应业,建筑业,批发和零售业,交通运输、仓储和邮政业,住宿和餐饮业,信息传输、软件和信息技术服务业,房地产业,租赁和商务服务业,科学研究和技术服务业,水利、环境和公共设施管理业,居民服务、修理和其他服务业,文化、体育和娱乐业等 16 个行业门类以及社会工作行业大类。

目前,我国中小微企业数量庞大,涉足领域广泛,经营范围,几乎覆盖了机械加工制造、建筑业、运输业及服务行业等,尤其集中在一般的加工制造、批发和零售贸易、餐饮等行业。中小微企业在实际发展中具有大型企业不具备的优势。如资源投入要求少,易于创建,经营灵活,进入市场比较容易,适应性强,同时组织形

式多样,企业管理的组织层次少,可以依据市场变化的情况较快地调整产品结构、改变生产方向,从而达到快速适应市场需要的灵活机制。中小微企业发展的瓶颈体现在筹措资金相对困难,存在生产规模相对较小,扩张较慢,技术创新能力较弱等现象。大多数中小微企业按订单制造,生产产品类型单一,产品没有形成自己的品牌,因此,在生产品种、质量、标准化程度和技术含量方面都处于弱势。虽有部分企业拥有了自己的品牌,但由于企业自身综合实力不足的原因还没有为社会大众认可,企业的品牌效应也没有真正形成。

二、中小微企业的界定标准

2011年7月,工业和信息化部、国家统计局、国家发改委和财政部四部门研究制定了《中小微企业划型标准规定》,明确相关问题。规定指出,按照行业门类、大类、中类和组合类别,依据从业人员、营业收入、资产总额等指标或替代指标,将我国的企业划分为大型、中型、小型、微型等四种类型。具体标准根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标,结合行业特点制定。目前,我国主要根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标,结合行业特点对16个行业进行划分。如对于工业企业,从业人员1000人以下或营业收入4亿元以下的为中小微型企业。其中,从业人员300人及以上,且营业收入2000万元及以上的为中型企业;从业人员20人及以上,且营业收入300万元及以上的为小型企业;从业人员20人以下或营业收入300万元以下的为微型企业。

《中华人民共和国中小企业促进法》是我国扶持和促进中小企业发展的一部专门法律。该法律与2002年6月29日经九届全国人大常委会审议通过,与2003年1月1日起正式实施。《中小企业促进法》确定了“积极扶持、加强引导、完善服务、依法规范、保障权益”的促进中小企业发展方针,从资金扶持、创业扶持、技术创新、市场开拓、社会服务等方面做出相关规定。2011年10月12日,国务院出台了9条支持小微企业发展的金融财税政策,被称为“国九条”,其主要内容是:

(1)商业银行重点加大对单户授信500万元以下小微企业的信贷支持,对其贷款增速不低于全部贷款平均增速,增量高于上年同期。(2)清理纠正金融服务不合理收费。(3)拓宽小微企业融资渠道,扩大集合票据、集合债券、短期融资券发行规模,发展私募股权投资和创业投资等融资工具。(4)细化差异化监管政策,对发行金融债所对应的单户500万元以下的小微企业贷款,在计算存贷比时可不纳入考核范围。允许商业银行将单户授信500万元以下的小微企业贷款视同零售贷款计算风险权重。适当提高对小微企业贷款不良率的容忍度。(5)促进小金融机构改革与发展。(6)促进民间借贷健康发展。遏制民间借贷高利贷化倾向,禁止金融

从业人员参与民间借贷。(7) 提高小微企业增值税和营业税起征点, 将小微企业减半征收企业所得税政策延长至 2015 年年底并扩大范围。(8) 三年内免征小微企业印花税。将金融企业中小微企业贷款损失准备金税前扣除政策延长至 2013 年年底。将符合条件的农村金融机构金融保险收入减按 3% 征收营业税的政策, 延长至 2015 年年底。(9) 扩大中小微企业专项资金规模, 更多运用间接方式扶持小型微型企业。进一步清理取消和减免部分涉企收费。

根据国税函 [2012]615 号国家税务总局关于中小微企业税收划型统计问题的通知, 明确了划分中小微企业的标准。见下图。

(一) 农、林、牧、渔业。营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中, 营业收入 500 万元及以上的为中型企业, 营业收入 50 万元及以上的为小型企业, 营业收入 50 万元以下的为微型企业。

(二) 工业。从业人员 1000 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中, 从业人员 300 人及以上, 且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业; 从业人员 20 人及以上, 且营业收入 300 万元及以上的为小型企业; 从业人员 20 人以下或营业收入 300 万元以下的为微型企业。

(三) 建筑业。营业收入 80000 万元以下或资产总额 80000 万元以下的为中小微型企业。其中, 营业收入 6000 万元及以上, 且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业; 营业收入 300 万元及以上, 且资产总额 300 万元及以上的为小型企业; 营业收入 300 万元以下或资产总额 300 万元以下的为微型企业。

(四) 批发业。从业人员 200 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中, 从业人员 20 人及以上, 且营业收入 5000 万元及以上的为中型企业; 从业人员 5 人及以上, 且营业收入 1000 万元及以上的为小型企业; 从业人员 5 人以下或营业收入 1000 万元以下的为微型企业。

(五) 零售业。从业人员 300 人以下或营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中, 从业人员 50 人及以上, 且营业收入 500 万元及以上的为中型企业; 从业人员 10 人及以上, 且营业收入 100 万元及以上的为小型企业; 从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

(六) 交通运输业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中, 从业人员 300 人及以上, 且营业收入 3000 万元及以上的为中型企业; 从业人员 20 人及以上, 且营业收入 200 万元及以上的为小型企业; 从业人员 20 人以下或营业收入 200 万元以下的为微型企业。

(七) 仓储业。从业人员 200 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中, 从业人员 100 人及以上, 且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业;

从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（八）邮政业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（九）住宿业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十）餐饮业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十一）信息传输业。从业人员 2000 人以下或营业收入 100000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十二）软件和信息技术服务业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 50 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 50 万元以下的为微型企业。

（十三）房地产开发经营。营业收入 200000 万元以下或资产总额 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 1000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 100 万元及以上，且资产总额 2000 万元及以上的为小型企业；营业收入 100 万元以下或资产总额 2000 万元以下的为微型企业。

（十四）物业管理。从业人员 1000 人以下或营业收入 5000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 100 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为小型企业；从业人员 100 人以下或营业收入 500 万元以下的为微型企业。

（十五）租赁和商务服务业。从业人员 300 人以下或资产总额 120000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且资产总额 8000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且资产总额 100 万元及以上的为小型企业；从

业人员 10 人以下或资产总额 100 万元以下的为微型企业。

(十六) 其他未列明行业。从业人员 300 人以下的为中小微型企业。其中, 从业人员 100 人及以上的为中型企业; 从业人员 10 人及以上的为小型企业; 从业人员 10 人以下的为微型企业。

大型、中型、小型、微型企业划分标准

行业名称	指标名称	计量单位	大型	中型	小型	微型
农、林、牧、渔业	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 20000$	$500 \leq Y < 20000$	$50 \leq Y < 500$	$Y < 50$
工业 *	从业人员 (X)	人	$X \geq 1000$	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 40000$	$2000 \leq Y < 40000$	$300 \leq Y < 2000$	$Y < 300$
建筑业	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 80000$	$6000 \leq Y < 80000$	$300 \leq Y < 6000$	$Y < 300$
	资产总额 (Z)	万元	$Z \geq 80000$	$5000 \leq Z < 80000$	$300 \leq Z < 5000$	$Z < 300$
批发业	从业人员 (X)	人	$X \geq 200$	$20 \leq X < 200$	$5 \leq X < 20$	$X < 5$
	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 40000$	$5000 \leq Y < 40000$	$1000 \leq Y < 5000$	$Y < 1000$
零售业	从业人员 (X)	人	$X \geq 300$	$50 \leq X < 300$	$10 \leq X < 50$	$X < 10$
	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 20000$	$500 \leq Y < 20000$	$100 \leq Y < 500$	$Y < 100$
交通运输业 *	从业人员 (X)	人	$X \geq 1000$	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 30000$	$3000 \leq Y < 30000$	$200 \leq Y < 3000$	$Y < 200$
仓储业	从业人员 (X)	人	$X \geq 200$	$100 \leq X < 200$	$20 \leq X < 100$	$X < 20$
	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 30000$	$1000 \leq Y < 30000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
邮政业	从业人员 (X)	人	$X \geq 1000$	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 30000$	$2000 \leq Y < 30000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
住宿业	从业人员 (X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 10000$	$2000 \leq Y < 10000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
餐饮业	从业人员 (X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 10000$	$2000 \leq Y < 10000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
信息传输业 *	从业人员 (X)	人	$X \geq 2000$	$100 \leq X < 2000$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 100000$	$1000 \leq Y < 100000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
软件和信息技术服务业	从业人员 (X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 10000$	$1000 \leq Y < 10000$	$50 \leq Y < 1000$	$Y < 50$
房地产开发经营	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 200000$	$1000 \leq Y < 200000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
	资产总额 (Z)	万元	$Z \geq 10000$	$5000 \leq Z < 10000$	$2000 \leq Z < 5000$	$Z < 2000$

续表

行业名称	指标名称	计量单位	大型	中型	小型	微型
物业管理	从业人员 (X)	人	$X \geq 1000$	$300 \leq X < 1000$	$100 \leq X < 300$	$X < 100$
	营业收入 (Y)	万元	$Y \geq 5000$	$1000 \leq Y < 5000$	$500 \leq Y < 1000$	$Y < 500$
租赁和商务服务业	从业人员 (X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	资产总额 (Z)	万元	$Z \geq 120000$	$8000 \leq Z < 120000$	$100 \leq Z < 8000$	$Z < 100$
其他未列明行业 *	从业人员 (X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$

注：大型、中型和小型企业须同时满足所列指标的下限，否则下划一档；微型企业只须满足所列指标中的一项即可。

三、中小微企业的特性和作用

与大企业相比，中小微企业普遍经营决策快、机遇比较明显、成本及综合风险相低的优势，同时又具有对市场反应敏锐，行为灵活，反应速度较快的特点。然而，中小微企业在技术、资金、人力资源、信息获取等方面的能力不能和大企业相比。中小微企业家族经营占经营者的绝大多数，内部经营决策一元化，但是其执行效率比较高，能快速统筹调配内部所有资源，使效益达到最大化。所以每年中小微企业都以灵活的经营方式、低廉的成本、便捷的转移进退等竞争优势去适应瞬息万变的市场环境和满足消费者的各种需求。在中国的市场经济发展过程中，中小微企业在市场经济发展中有着不可替代的作用和不可或缺的地位，目前我国大概有 1000 万户中小微企业，改革开放以来，中小微企业吸纳了绝大部分从农村转移出来的剩余劳动力，大约提供了的城镇就业机会。从 20 世纪 90 年代以来的快速经济增长中，76.7% 的工业新增产值都是由中小微企业创造的。每年为国家纳税就占税款总额的 40%。许多高新技术产品和物美价廉的劳动密集产品都是中小微企业生产。扶持中小微企业健康、可持续发展，对于促进经济增长、增加财政收入、扩大城乡就业、维护社会稳定具有十分重要的意义。

四、我国中小微企业发展现状

中小微企业是中型企业、小型企业、微型企业、家庭作坊式企业、个体工商户的统称，是由中国首席经济学家郎咸平教授提出的，目前主要指那些产权和经营权高度统一，产品（服务）种类单一，规模和产值较小，从业人员较少的经济组织。

（一）中小微企业发展的特点

1、发展迅速，总量规模扩大

第三次全国经济普查资料显示，2013年年末，我国小微企业达到785万家，与2008年相比，增加300多万家，年均增长速度在10%以上，占全部企业的比重的95.6%。其中，2009—2013年新注册成立的小微企业合计达到449万家，占全部小微企业的57.2%。2013年年末，我国小微企业从业人员达到14729.7万人，占全部企业从业人员的50.6%。其中，2009—2013年新成立小微企业从业人员达到5964.6万人，占全部小微企业从业人员的40.5%。分年份看，新成立小微企业规模逐年增加，新成立企业的比重呈现出稳步上升的态势。自2009年国务院下发《关于进一步促进中小微企业发展若干意见》以来，随着国家和地方各级人民政府一系列支持和鼓励中小微企业发展政策措施的实施，促进了我国中小微企业，特别是小微企业的健康快速发展，小微企业已经成为国民经济和社会发展的重要组成部分。

2、非公有制企业为主体，多数为私营企业

2009年以来特别是“十二五”期间，各级政府简政放权，逐步消除制约非公有制经济发展的制度性障碍，全面落实促进非公有制经济发展的政策措施，积极鼓励和引导民间资本投资兴办企业，并逐步加大对小微企业发展的扶持力度，促进了私营和混合所有制小微企业的快速发展。截至2013年年末，在我国全部小微企业中，私营小微企业单位数和从业人员分别达到545.5万家和8918万人，分别占全部小微企业单位数和从业人员的69.5%和60.5%；有限责任公司单位数和从业人员分别为139.3万家和3152.2万人，分别占全部小微企业单位数和从业人员的17.7%和21.4%。

到2014年，在我国全部小微企业中，国有、集体小微企业分别为9.5万家和12.1万家，分别占全部小微企业单位数的1.2%和1.5%；国有、集体小微企业从业人员分别为382.5万人和329.7万人，分别占全部小微企业从业人员的2.6%和2.2%。

3、趋势向服务业领域集中，制造业比重明显下降

截至2013年年末，在我国全部小微企业中，分布在服务业领域的小微企业单位数和从业人员分别达到518.6万家和14729.7万人，分别占全部小微企业单位数和从业人员的66.1%和38.4%。其中，2009—2013年新成立服务业小微企业单位数和从业人员分别为323.7万家和5964.6万人，分别占全部新成立小微企业单位数和从业人员的72.1%和49.4%，分别比全部小微企业相应比重提高6个和11个百分点。从成立年份看，新成立服务业小微企业单位数和从业人员均逐年增加，其占当年新成立小微企业单位数和从业人员的比重逐年提高，小微企业呈现出逐渐向服务业领域集中的趋势。

截至 2013 年年末,在我国全部小微企业中,分布在制造业领域的小微企业单位数和从业人员分别为 219.1 万家和 6877.1 万人,分别占全部小微企业单位数和从业人员的 27.9% 和 46.7%。其中,2009—2013 年新成立制造业小微企业单位数和从业人员分别为 101.7 万家和 2422.5 万人,分别占全部新成立企业单位数和从业人员的 22.7% 和 40.6%,比全部小微企业相应比重下降了 5.2 个和 6.1 个百分点。从开业年份看,新成立制造业小微企业虽然数量也在逐年增加,但其占全部新成立小微企业的比重却呈现出逐年下降的趋势。

4、中小微型企业是推动县域经济发展的重大力量

我国乡镇比较多,中小微企业成为支撑县域经济增长的重要税收和财政来源。中小微企业发展越快和越集中的地方,经济就越发达。我国城乡一体化不断推进,越来越多的农民工返乡创业,农产品深加工企业对此作出了不可磨灭的重大贡献,中小微企业发展不仅让城市的人才、技术、管理、土地、原材料和劳动者结合起来,还促进了城乡的统筹发展。

(二) 中小微企业发展现状

2015 年下半年以来,在中国经济开始步入低速增长与结构转型相结合的新历史时期后,作为中国经济最活跃的群体也是最脆弱的群体,广大中小微企业受到成本大幅上升、原材料成本明显上涨、订单量减少以及资金链紧张等困扰,正处在“温水煮蛙”的艰难处境。具体情况可分为以下几个方面。

1、融资难

中国中小微型企业的发展,有一系列特征。企业增长较快,但人均收入还较低,地区转移趋势明显,但转移不转型的问题仍然突出。结构调整与人才支撑基础不牢,提升群体化的态势明显,但企业间的合作关系发展还不紧密。尽管国家和政府部门高度重视中小微企业的发展,特别近年来连续出台了一系列的举措,中小微型企业发展环境虽有明显改善,但由于外部环节要支撑内部发展的原因,目前还面临很多问题。中小微企业融资难是一个全球性的问题,其原因是多方面的。一是中小微企业自身存在产业结构不合理、资本结构单一、产权不明晰、盲目追求扩张等内在缺陷,造成难以识别有效的中小微企业融资需求;二是缺少一些法律法规、市场环境建设等方面的外部政策配套措施;三是金融机构服务体系还需不断完善,包括融资渠道结构性失衡、中小微企业集合债券、票据和信托等产品发展、信用风险分担机制、融资性担保公司资本实力和经营状况、银行业金融机构服务等。目前,90% 以上的中小微企业无法从银行获得贷款,融资状态更为窘迫。即使是在经济比较发达的地区,中小微企业要从银行拿到 5 分利也是很困难的。对此,中共佛山市委统战部副部长、佛山市工商联党组书记朱卫华坦言,佛山的民间资本相当丰厚,已过万亿,仅存款