



手机扫一扫, 畅读  
《每事问·新闻调查》更多  
精彩内容。

## 核心提示

年初以来, 突如其来的新冠肺炎疫情, 给我省50余万中小微企业带来巨大冲击, 不少企业面临现金流短缺、融资难、销售受阻、客户流失等困难。为帮助企业渡过难关, 省委省政府相继出台一系列扶持政策和措施, 我省中小微企业也在危中寻机, 采取各种“自救”措施努力走出疫情困境, 一些中小微企业迎来经营复苏, 个别更是实现销量快速增长。

近日, 记者采访了我省多家中小微企业, 看他们如何在疫情压力下自救突围, 甚至逆势上扬? 为常态化疫情防控下, 全省中小企业布局谋发展提供些许借鉴。

## 中小微企业生存状况调查(下)

练“内功”  
他们这样渡难关

□ 调查记者 董盈  
从心出发, 从笔开始。

我的新闻热线  
0451-84674091

□ 本报记者 董盈

谋求转型  
增强抗风险能力

面对严峻考验, 哈尔滨道里菜市场集团作为传统商贸服务类企业, 也及时调整销售方式。

哈尔滨道里菜市场集团董事长张世焱介绍说, “五·一”之后, 他们开办了网上商城, 解决老百姓出门难的问题, 销量很好, 目前仍在沿用。集团旗下100多家乐买连锁超市分布在全市, 联系各自所在社区, 给居民送货, 使得经营得到一些恢复和拓展。企业在经营困难的情况下, 还对业户采取减租, 共计约1200多万元, 从明年的租金上扣除。经过一系列努力, 目前道里菜市场的经营情况基本恢复到疫情前的状态, 但总体看同比营收还是降了, 今年的目标是年底盈亏达到平衡。



11月某天午后的道里菜市场。  
本报记者 董盈摄

疫情期间人们减少出门, 对道里菜市场集团经营冲击不小。张世焱说, 为了保障民生, 道里菜市场疫情期间坚持开门营业, 但疫情前几个月, 市场130多个部组只开了一半, 客流量最少时仅有1000多人, 扣除水电、人工等费用, 可以说是亏损经营; 地下的美食街和韩国小商品市场受影响尤为严重, 直到“十一”左右才消杀验收合格开业, 客流量也不如从前。旗下乐买连锁超市基本相当于上半年没有营业。

传统商贸在电商竞争下本就经营难, 疫情让矛盾更突出, 加速了传统商业转型。张世焱表示, 电商也是菜市场一直想做的, 但产品主要是生鲜, 而且前几年发展快的企业电商已经做成规模, 现在起步有一定困难。企业目前研究对效益明显下滑的部分进行转项, 项目选择上要适合企业自身情况, 跳出行业来考虑转型问题, 增强企业抵御风险的能力。

说到抵御风险, 张瑀认为, 传统企业要思变, 专注做好本行业的同时, 要思考多渠道发展, 鸡蛋不能放到同一个篮子里。现在电商平台由于诸多原因销售效果不错, 但情况在变, 企业仍然要提前谋划新营销模式。例如, 绿丰面业前不久参加了由省委统战部、省工商联主办的“服务龙江民营经济高质量发展农副产品对接会”, 与机关企事业单位、大专院校、国有及民营企业等对接进行集中采购。两天下来, 公司共签约单位34个, 签约贸易额3134万元, 这对绿丰面业来说是一种新的销售方式和增长点。

## 盯住市场 洞察产业发展动向

受疫情影响, 天锦公司年初近三个月没有正常生产, 因为物流中断, 有货发不出去, 很多合作的门市店约半年没开门, 销量下降, 天锦公司也与其他许多中小微企业有着共同遭遇。逆境中, 天锦公司采取多种措施和营销方案来带动企业发展, 洞察产业发展动向, 布局大健康, 为企业注入动力, 今年的销售额出现了大幅增长。

高鹏说, 他们感受到, 未来深加工产品定会占领主流市场的行业发展动向, 天锦公司于2019年实现转型升级, 在原有有机食用菌、有机大米杂粮的基础上, 将“原字号”产品向深加工转变, 从健康、养生角度推出深加工速食菌汤系列产品, 2019年建设了深加工产品的生产车间, 受疫情影响, 深加工产品晚推出了三四个月, 今年8月正式上线, 销往全国各地。公司采取各种方式和营销方案来带动企业的发展, 尤其是公司松茸珍菌汤、虫草菌汤、猴头玉耳汤粉、猴头玉耳汤面等深加工产品, 省去顾客回家发泡、挑选、烹饪等环节, 只要用开水冲泡, 就能分分钟感受到食用菌的营养美味, 很受顾客的欢迎, 成为公司今年新的销售增长点。

“未来公司将以120万亩的国家级有机山特产品采摘示范基地为发展基础, 将深加工产品作为转型升级的一个重要方向, 在速食、即食产品上加大研发力度, 我们现在所有的配套设施, 包括预留空



哈尔滨大北农牧业科技有限公司车间中控室。  
本报记者 黄春英摄

地, 为我们二期、三期的生产做计划和准备。”高鹏说。

深刻认识产业动向的还有哈尔滨大北农牧业科技有限公司(以下简称大北农牧业), 当大家对饲料的认识还停留在传统的玉米、豆粕上时, 大北农牧业研究的是在乳猪饲料中添加巧克力粉、乳化脂肪粉, 来增加小猪采食量, 帮助小猪消化和吸收等, 不断研发出符合市场需求的高品质饲料。同时还把握当前猪肉行情和养殖大环境利好机遇, 迎来销售高峰。截至今年10月, 销售量已达8万吨, 超过去年同期40%。



哈尔滨威尔焊接有限责任公司生产现场。 本报记者 董盈摄

## 科技赋能 提高核心竞争力

值得一提的是, 同样面对疫情影响, 我省一些科技型中小微企业订单量逆势上扬, 保持强劲的正增长势头, 有的还受到资本青睐。

据了解, 哈尔滨科能熔敷科技股份有限公司全年订单饱满, 今年激光熔敷堆焊增材技术工艺为公司新获2000多万元的订单, 预计全年订单达4亿元, 全年营收达2.5亿元, 继续保持30%以上的增长速度, 并即将于本月完成D轮融资。哈尔滨威尔焊接有限责任公司今年核电焊材和石化焊材出口到俄罗斯和印度, 订单金额达1700多万元, 相比去年翻倍, 全年销售额预计将达3.5亿元。佳木斯骥驰拖拉机制造有限公司前10个月的订单较往年同期增加了30%……

记者采访了解到, 这些企业之所以能在疫情危机下“逆袭”, 离不开其多年在科研领域的深耕, 这些企业都手握多项专利。例如, 佳木斯骥驰拖拉机制造有限公司手握80余项国家专利; 大北农牧业有不

到200名员工, 研发人员就有32人, 每年研发投入上千万, 2019年研发费用达到1400余万元, 目前自有专利26项, 另有多项科研项目正在研究攻关中。“如今饲料行业竞争激烈, 市场需求安全、营养、高端的饲料产品, 所以我们努力研发生产无抗饲料、生物饲料、乳猪需要的高端饲料, 以高科技赋能企业提升竞争力。”哈尔滨大北农牧业科技有限公司总裁吴崇才在采访中

说。哈尔滨威尔焊接有限责任公司多年来致力于实现焊接材料国产化, 打破国外产品垄断, 解决国家关键焊材的“卡脖子”难题。据了解, 目前该公司石化行业的多种产品性能达到国际先进水平, 完全可以替代同类进口产品, 水电、煤化工、核电、工程机械等高端焊材与进口产品性能相当。其公司焊材在白鹤滩水电站水轮机转轮焊材中占100%……依靠拳头产品闯市场, 企业临危不惧。

## 打“先手牌” 搭上电商快车

黑龙江绿丰生态面业有限公司(以下简称绿丰面业)近两个月进入销售旺季。采访当天, 总经理张瑀刚刚在线上销售平台接到一个120多万的订单, 这周绿丰面业已经在线上平台接到了十多个几万到几十万不等的订单。作为我省规模较大的民营面粉企业, 绿丰面业主打的绿色零添加东北面粉, 今年线上销售颇为喜人。“今年总体销量呈增长态势。疫情发生后, 线上平台销售占比显著提高, 从疫情之前的10%升至如今的40%-50%。”张瑀说。

疫情突发, 许多中小微企业线下销售受阻, 纷纷转战线上销售。张瑀告诉记者, 目前该公司有线上销售渠道20多个, 今年他们加入“扶贫832”销售平台, 已成为公司目前一个主要销售渠道, 今年下半年效果尤为明显, 众多省内外客户在此平台上采购他们面粉。此外, 他们还与银行和一些企业开办的电商平台合作, 比如建行的善融商务个人商城, 银行客户企业可在线上订购绿丰面业的面粉, 销量也不错。

电商销售同样也是黑龙江天锦食用菌有限公司(以下简称天锦公司)近期的销售重点。“我们现在的销售市场以国内为主,

国外为辅。受疫情影响, 目前日韩出口暂停, 主要是澳大利亚的订单。按照今年的形势判断和客户反馈信息, 今年销售额比去年增长50%左右。”总经理高鹏说。

高鹏介绍说, 天锦公司不仅在阿里巴巴、天猫、京东等电商平台上销售, 还有自有的微商城、官网销售渠道, 也加入了一些合作伙伴开发的电商平台。同时加大线上投入力度, 线上销售产品从以前的几十个增加到现在的二三百个, 线上销售增量一定程度填补了线下销售缺失的部分销售额。

这两家公司并不是被疫情所迫而转投线上, 而是早就涉足电商销售。

张瑀说: “线上平台销售现在开花结果了, 这也得益于提前的布局, 临时做肯定需要时间周期。”疫情来临更是打好“先手牌”, “应对疫情, 公司在销售不旺的时候进行原料储备, 比如做好先期原料挑选、半成品储备, 节约了现在的生产加工时间; 进行深加工产品的技术研发、技术改造、工艺提升; 车间厂房进行修整, 为大规模生产做准备, 以至于旺季到来后顺利出货。”高鹏说。



参展现场。



面粉装车发货。



生产车间。

## 新闻观察

共性危机  
与个性机遇

□ 文/摄 本报记者 董盈



黑龙江省宝泉岭农垦瑞艺电子商务有限公司工人忙着装车发货。

在突发的新冠肺炎疫情面前, 我省有些中小微企业在生存的边缘挣扎, 而有些中小微企业却走出了一条逆势增长之路。疫情就像一场大考, 检验着企业临危应变的能力, 考验着企业掌舵人的理念眼光。

这些企业之所以能实现逆袭, 一个重要原因是他们善于在危困中发现商机。比如黑龙江天锦食用菌有限公司, 嗅到疫情下消费者网络购物习惯的养成, 同时也更加重视养生和增强免疫力等关键点, 打出健康养生牌; 哈尔滨大北农牧业科技有限公司把握当前猪肉行情高位、国家对畜牧及相关产业扶持力度大等饲料产业发展机遇, 迎来销售高峰。

由此可见, 危机是大家的, 而机遇是自己的。当然, 机遇也是留给有准备的企业的。例如, 哈尔滨威尔焊接有限责任公司多年来致力于实现焊接材料国产化。受疫情影响, 许多国外产品无法进口, 其发挥自身“强项”, 接了不少订单, 手握科技创新成果和核心技术产品, 提前谋划产业布局, 这些都令我省一些中小微企业在风险面前站得更稳。

疫情也如一枚放大镜, 放大了企业日常经营中的难点、痛点。黑龙江省宝泉岭农垦瑞艺电子商务有限公司的“黑农瑞选”品牌电商平台, 今年销量依旧快速增长, 但由于疫情期间许多互联网销售平台“野蛮生长”, 令企业受到一定影响。

疫情放大镜下, 究竟谁在“裸考”, 谁有备而战, 变得愈发清晰。食品加工业生产灵活, 适应线上营销能力强, 相比之下, 批发和零售业、住宿餐饮业和商贸服务业等中小微企业, 在疫情之下暴露出经营风险高的弱点。一场疫情也让一些中小微企业对自身的产业布局有了新的思考, 尤其是传统实体零售企业, 电商、疫情双向夹击, 加速传统企业转型, 增强抗风险能力, 创新发展模式, 不能再犹豫。在一些企业经营者看来, 除了线上销售, 企业还需进一步拓宽营销渠道。

一些业内人士认为, 中小企业还需提高危机意识, 正视并逐步解决市场敏锐度不高、发展模式落后等问题, 在经营管理方式上下功夫, 不断提高企业市场竞争力, 增强抗风险能力。