

# 我省企业景气指数小幅回落

## 是什么让我省企业景气下滑？最大压力来自成本

孙东建 记者 沈娟娟

2011年的步履已经走过一半，在刚过去的二季度，我省企业过得咋样？昨日，国家统计局安徽调查总队公布了二季度我省企业景气指数和企业信心指数。记者在调查报告中看到，虽然我省企业连续九个季度“景气”，但相比上季度和去年，企业景气的“底气”显得有些不足，呈现出高位回落的态势。

### 企业景气指数高位“回落”

国家统计局安徽调查总队对全省1210家企业景气调查显示，截止到2011年二季度，全省企业家信心指数和企业景气指数双双超过140。据统计，这是继2008年金融危机以来连续九个季度运行在较为景气区间。

不过，虽然目前我省宏观经济形势总体良好，但却出现高位回落的态势。其中，二季度我省企业家信心指数为140.1，仍运行在较为景气区间，比上季度下降7.4点，比去年同期下降3.5点。企业景气指数为142.2，比上季度回落3.3点，比去年同期回落3.2点。

“我省多数企业家对宏观经济形势持谨慎乐观的态度。”国家统计局安徽调查总队相关工作人员告诉记者，企业家对我省未来宏观经济充满信心的占47.4%，保持谨慎乐观的占45.4%，而信心不足的只占7.2%。

### 最大压力来自于成本上升

有关专家分析，二季度我省上市公司、国家重点企业、出口企业、国有控股企业的企业景气指数呈高位小幅下降趋势，显示出当前我省经济发展势头放缓，而这主要是被生产成本过高拉低的。

“银行的钱袋子越收越紧，贷款难度大，企业的融资难上加难。”合肥一家电线电缆公司负责人黄伟大倒苦水，利息调整支出这一项增加了100多万元，而且想从银行贷款变得更难了。

在当前宏观政策偏紧的背景下，小型企业流动资金紧张局面进一步加剧，特别是对于一些中小企业来说，资金紧、成本高、招工难又一次“袭击”着我省企业。

调查显示，当前我省企业生产经营中也有很多亮点，部分企业生产运营指标出现上升态势，生产总量、产品订货、固定资产投资和盈利变化景气指数分别为1307、1229、1235和1206，分别比上季度提升17.5、5.1、8.3和2.5点。

## 银根紧缩，中小企业融资有新招

### 安徽企业可到深圳“找钱”

记者 宛月琴

“没想到，现在还有这样一种业务，解了我们中小企业贷款难的燃眉之急”，在东方金城安徽分公司，合肥一家房地产企业的负责人正在咨询了解“评信通”的有关情况。而央行已连续12次上调存款准备金率，银根不断收紧，不少中小企业纷纷喊渴。在这样的情况下，融资有什么新招？



制图：王雪

### 安徽企业可到深圳去“借钱”

“安徽企业可到深圳那边去融资”，东方金城安徽分公司负责人宋国强介绍，他们总公司目前正推出一种“评信通”业务，安徽企业可以申请去深圳融资。“那边风投也好，银行也好，机会比较多”。

宋国强透露，为进一步破解中小企业融资难题，中国人民银行深圳中心支行指导市信用评级协会和市信用协会搭建“评信通”中小企业融资平台，引入信用评级机构，化解银企贷款中的信息不对称和银行信贷投放逆向选择问题，全力为中小企业发展提供必要的资金支持，创造了缓解中小企业融资难的“深圳模式”。

### “评信通”试水融资新模式

据介绍，“评信通”网站启用后，中小企业融资非常便利，只要登录“评信通”网站在网上提出融资需求，该平台就会自动安排人员办理业务，安排分析师到企业现场访谈，撰写融资建议书，第一时间发送各家银行信贷部门，并安排融资推荐会。

截至目前，已为45家企业成功办理贷款手续，总规模超过6亿元。谈到“评信通”的优点时，宋国强介绍，首先是贷前调查的风险代理化，银企双方在融资前均不用支付费用的风险代理模式，极大地降低了中小企业的融资门槛。其次，审贷模式的“一对多”化，提高了企业融资的效率和成功率。

# 内涵式增长，腾翼C30把脉“中系车”文化

中国车市在经历了近10年的高速发展后，汽车格局早已是今非昔比，仅仅就车型选择上也早已摆脱了老三样、新三样的桎梏，各种海量的车型大有“乱花渐欲迷人眼”之势，经过大浪淘沙般的历练，车市中不断涌现出一批畅销车型，关于汽车品系之争也突破了日系、德系长期垄断的格局，自主品牌取得销量和品牌上的长足突破。长城腾翼C30便是其中典型的代表，上市仅一年销量便达到13.4万辆，从它们身上我们不难发现购车者的消费情结，并最终汇聚成一种中国式的消费文化，纵使车市风云变幻，却日渐清晰。

### 面子“事”大

国人最怕别人说自己小家子气，于是这种心理在选车时体现的特别深刻，何为大气？这里面既有实质性能容，也是一种感觉。一款车的造型设计最能体现这方面诉求，一般来说造型饱满，张弛有度的设计更容易博得用户的喜爱，腾翼C30在这方面便十分讨巧，外形设计借鉴了国际家用领域经典流行元素，整车造型和谐而流畅，非常符合东方人的审美偏好，尤其是侧面腰线，有力提升了整车的质感，内饰颜色黑、白、米搭配合理，过渡自然，简单而不失品味。非常符合国人对“大气”的要求。

大气的另一层含义表现在空间上，前几年有不少原汁原味的进口B级以及更高级别车引入国内后，市场反响却不尽人意，后来经过调研，国外设计师发现国人的汽车消费一定程度上等同于腿部空间消费，只有拥有足够的后排空间，才能让那里的乘坐者体验到运筹帷幄、决胜千里的自豪感，“加长则灵”成了车市制性的法宝。虽然这一规则在A级市场上体现的没有那么明显，但在大部分购车者眼里，车并不仅仅是一辆代步工具，也是一个家庭梦想，拥有足够大的空间，可以让家庭成员更开怀于其乐融融的家庭氛围中。腾翼C30正是抓住了这一部分消费者的心理，将空间优势发挥到最大，2610mm的轴距让其拥有标准的A级车身形，领先的全平地板设计更是进一步强化了空间优势，让后排中间的位置不在赘瘤，这一点成为很多用户为之心动的理由。

### 勤俭持“家”

勤劳、节俭一直是中华民族的传统美德，虽然这些年居民生活水平有了长足的进步，但离共同富裕的目标还很远，加上持续攀升的油价和各种税费，以及连续高企的CPI指数，他们购车时自然希望能买一款很“省”的车型。

在车辆的使用周期内，燃油支出和维护保养占据重要的比重，因此，省油、可靠耐用、维护保养成本低构成了用户购车心理的另一面镜子。单从省油角度来，腾翼C30搭载了车市素有“白金排量”之称的1.5L全铝VVT发动机，该机采用双顶置凸轮、四缸16气门结构。可变连续气门技术

可根据发动机工况和车速自动调整进气门开启时间，精准地控制燃油喷射量，极大提高燃油利用率。同时，该发动机还使用全铝材质，比传统铸铁发动机轻30%，加上轻量化车身结构设计，百公里综合油耗仅6.5L。去年10月，腾翼C30入选“节能惠民产品”目录，进一步降低了消费者的购买门槛。而长达4年/15万公里的超长保修、2万公里4次免费保养也大大降低了养车成本。

除此之外，腾翼C30的可靠性表现也可圈可点，整车历时4年研发，上市之前已完成数十万公里的综合测试，各大关键部件抗疲劳测试不间断进行，这些为该车的可靠性提供了充分的保障，截止当前，已有超过14万的用户成为其可靠品质最好的佐证。

### “和”谐之道

中国人一直以来深受儒家文化的熏陶，追求中庸和谐的平衡之道，恰好汽车也是一项妥协的艺术。用户在购车时很难仅凭某一方面就拍手买单，更多时候还要综合全局考虑，因此懂得平衡各项性能的优劣，做到以综合实力取胜，这也是腾翼C30最打动用户的地方。

以往，很多人认为厚重才是安全的，但厚重的车身与更好的动力表现、经济性背道而驰，为了合理解决这一矛盾，长城汽车研发及实验部门通过CAE有限元分析，根据各部位的受力情况设计成复杂的变厚度、变截面的结构，在保证五星安全碰撞标准下，实现比同级别车型更低的自重，解决了安全性与经济性之间的矛盾。而对于城市用户，苦于日益严重的堵车之苦，他们更倾向选择自动挡车型，但传统的AT变速器传统效能低下，并不适合小排量车型，CVT无疑是很好的解决方案。腾翼C30在去年8月又推出的CVT车型，实现了小排量车型在自动变速、平顺性和油耗之间的平衡，在CVT车型上市的一个月之后，腾翼C30成功跻身万辆俱乐部并延续至今。

可以说，正是因为长城汽车深谙中国消费文化，准确把握消费者的需求，成就了腾翼C30“家轿之王”的美誉，并为后来的自主品牌车型提供了很好的借鉴意义。

## 7月约“惠”炫丽 全系最高优惠5000元

炎炎夏日，为回馈广大消费者的厚爱，长城汽车在7月份推出力度空前的优惠活动：炫丽全系最高优惠5000元。其中，2011款炫丽CROSS享受国家3000元节能补贴，优惠后价格仅为5.79万元起；2010款炫丽1.3L优惠4000元，最低为5.19万元；而1.5L将有多达5000元的优惠，价格更是低至5.49万元。

据悉，炫丽此次约“惠”活动，使得全系车型的高性价比优势更为明显，“时尚、动感、超值”的特点也让广大消费者得到实实在在的利益。优惠后最低仅5.19万元的炫丽，是目前市场上最为超值的A0级两厢轿车，炫丽整车尺寸为3950×1717×1542mm，轴距2368mm，搭载VVT可变气门正时技术的发动机，1.5L最大功率78kW，峰值扭矩138N·m；1.3L最大功率68kW，峰值扭矩118N·m，不俗的动力足以满足日常用车要求。

除了在动力上满足城市行车，炫丽在配置上也考虑到年轻一族的喜好：多功能方向盘、高档CD/收音机、MP3接口为一体的多媒体音响系统、高保真6扬声器环绕音响、智能遥控钥匙、发动机防盗等配置在炫丽身上一应俱全。时尚经典的外观、卓越的性能、丰富的配置……炫丽逐渐成为80后年轻一代追逐的目标。尤其是近期推出的2011款炫丽CROSS，标配四轮盘刹、配备16寸轮毂、电动后视镜、PU打孔座椅等越级配置，不仅在安全层面筑起一道坚固的防线，更是用时尚的姿态冲击小车市场。此外，红色刹车钳等运动型元素的增加也让这款跨界车型获得了不少消费者的青睐，而且AMT车型的推出方便了女性消费者的驾驶需求，得到她们的热捧。

不仅在价格、配置、动力上炫丽“惠”及到消费者，在燃油经济性上更有令人动心的实惠，炫丽全系入选国家节能惠民产品，油耗比同等级车型低20%，购买均可享受3000元的政策红包。在4月份工信部等三部委对节能车型抽检中，炫丽油耗仅5.8L/100km，比申报值低11%的优异成绩也使其成为60余款车型的领头羊。业内人士分析，按照普通家庭一年行驶2万公里计算，仅仅一项就能节约近3000元油费。

近年来，国家频频出台各项政策，鼓励消费者购买绿色、环保的小排量车型，而长城汽车一直致力于发展绿色环保车型，努力实现节能减排，为消费者谋取更多的利益。在未来属于小车时代的大环境下，作为节能惠民的代表车型，炫丽此次倾情回馈，将让更多年轻消费者实现有车梦想。