

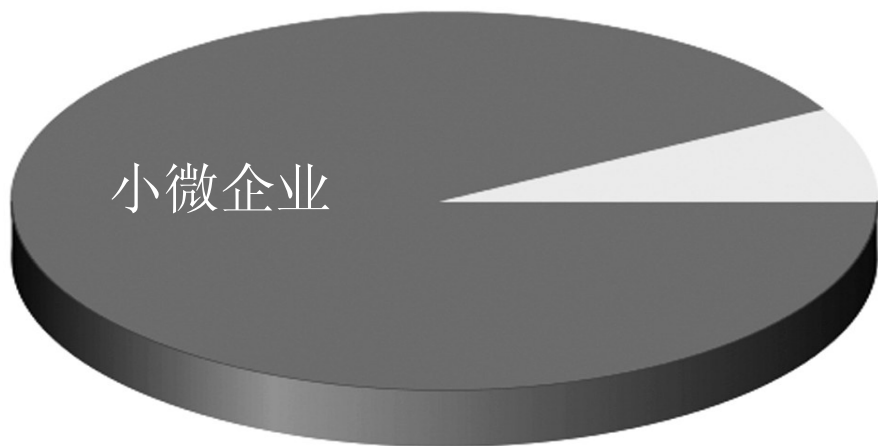
## 经济新闻 | 特别报道



聚焦郑州  
小微企业

第二篇:揭秘小微企业生存现状

# 经营一个小微企业,成本有多大?



小微企业总量占全省企业数量的91.6%

## 样本 1

郑州原创淘宝服装品牌

打工青年回乡创立淘宝品牌

杨乐,老家南阳,今年30岁。16岁去深圳打工,做了十几年成衣流水线上的工人,半工半读学了服装设计后,开始涉足成衣设计,2011年5月在郑州创办帛霏服饰公司,6月在淘宝上正式推广帛霏女装品牌。

公司从创业伊始就专做线上销售,谈及原因时,杨乐说道:“我原来在一大品牌的服装厂工作,从2009年开始就注意到该品牌的实体销售额下降,而网上销售额在不断上升,其他品牌也是这样,让我对这个行业大有信心。”

月销售额近80万,支出60多万

由于没有踩准季节热点,公司创业前一年都没有赚到钱,开业8个月后,公司账户上只剩800块钱。直到过完年,销售情况才有好转,平均每月2000多件,月销售额80万左右,这算是一个不错的业绩。

但在被问到公司的盈利状况怎么样时,杨乐呵呵笑了两声说:“至今账面上还是没钱,看不到利润。”

他给记者算了一下成本账。

在南四环那个生产车间还开着,加上办公用房,每个月租金近一万。

为员工租了两套房方便其上下班,这笔费用每月4000元,加上员工工资,月花费16万元左右。

公司交的是定额税,国税和地税每月各1000元左右,税务负担相对较小。

原材料成本平均每月22万元。压力倒是有所下降,因为公司打开知名度后,面料供应商不再要求立即结账,可以月结,这适当缓解了公司的资金流通。

推广费的花费也是重头。光淘宝这一家店铺每月的推广费就15万元,刚刚又在天猫上开了一个店,推广费用占销售额的25%左右。

杨乐说:“之所以见不到钱,是因为公司在扩张期,有点钱就拿去买材料、招人才,销售额可量化,但想不到有那么多花钱的地方。”

在被问到有没有想过融资时,杨乐说我们这样的公司连财务报表都没有,银行根本看都不看你。淘宝为支持其店家搞了两次贷款活动,但他都没参加。“5个百分点的利率虽然相对市场利率优惠了,但我们搞的是战略型亏损模式,不敢接受。”他说道。

希望完善衣食住行配套设施

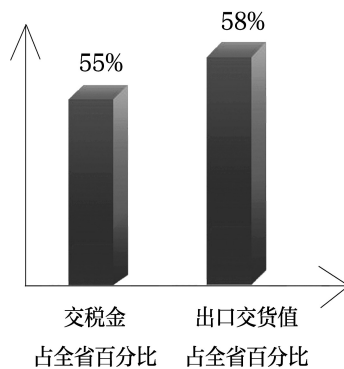
作为一个本土电商品牌,杨乐认为郑州相较于沿海发达地区的优势在于交通。郑州处于中原腹地,快递到全国各地都是一个适中的距离,不会有江浙沪那边常有的爆仓困扰。

杨乐举了曾经在深圳工作过的产业园区的一个例子。在那个服装生产园区

里,建有低廉的员工公寓,政府财政补贴员工食堂,员工不为吃住烦恼,才能安心工作。反观郑州,工业园区没有完善的衣食住行配套设施,员工住房和吃饭的成本都高。

人才也是一个很关键的问题,在郑州市场上基本招不到专业对口的人员,所以基本都是招应届生慢慢培养。“我们小微企业对应届生就业的贡献是非常大的,在沿海一些城市,只要接收应届毕业生就有相应的3~5个月520元的补贴或8万~10万元贴息贷款作为鼓励,但在郑州还没有看到政策的落实。”

“要有土壤,种子才能生长,有时候不是我们做不到,而是土壤太贫瘠了,所以生长特别艰难。”他说道。



## 样本 2

信息软件企业

一年营业额一百四五十万  
利润只有一二十万

现在做IT行业的越来越多,一个小的软件公司成本大概是多少呢?

昨日,某IT公司的经理杨先生向记者透露了他们公司的运营成本,该公司已经经营6年。

杨先生说,他们每个月的固定支出有:公司面积140平方米,位于农业路一商务写字楼内,每月房租6000元;物业、水电、停车、固定电话费用每月1500元;宽带每月2000元;公司员工16人,每月工资支出5.8万元;员工的社保每月近1万元;销售人员差旅费每个月2.4万元。

“这些都是每月的固定支出,还有每年的固定支出。”杨先生说,每年他们公司要做推广,费用一年三四万;制作彩页,一年四五万元;每年固定投入活动费用1万元;公关费两三万;每年还有资质评审等乱七八糟费用1万元。

另外,成立公司时还有一次性的固定投入,简单装修费用2.5万元;服务器费用3.4万元;笔记本电脑8台,台式电脑16台,共投入12.4万元。

按照杨先生提供的信息,不算成立公司最初的硬件投入18.3万元,他们公司每个月的固定开支约10万元,一年下来也得120万,再加上每年需要的固定投入13万元,他们公司每个月的营业额得15万才有可能顾着本。那么他们公司的效益如何呢?

“我们经常是吃了上顿没有下顿。”杨先生说,这个行业分淡季和旺季,基本上一年有6个月为淡季,6个月旺季,“淡季的时候连续几个月收入都为0,旺季的时候每个月最少一个合同,最多七八个合同。”

杨先生说,他们的一个合同金额为十多万元,一年的营业额一百四五十万,减去成本、税金和员工的奖金提成,利润只有一二十万,“这钱还得对新的项目进行再投资,所以经常是捉襟见肘。”

郑州晚报记者 程国平 李丽君  
(请继续阅读A27版)

重塑“价格杀手”形象

## 国美掀起一场彩电低价“革命”

7月29日,国美在北京举办了“智能生活 视界在握 2013中国彩电趋势研讨会”。会上,国美高级副总裁李俊涛表示,“国美要重塑‘价格杀手’形象,掀起一场低价‘再革命’。在全国不限量供应低价产品,不搞限量、秒杀的噱头营销,真正确保长期低价的惠民战略,践行成为‘线上线下最低价、最专业的标杆型零售商’的承诺。”

彩电低价活动仅剩最后5天

自“彩电低价革命”开展以来,国美彩电销量出现井喷高峰。其中42英寸、46英寸、50英寸、55英寸的彩电销量占比最大。

本次活动将持续到8月11日,在此期间,32英寸彩电跌破1300元,42英寸彩电跌破2600元,46英寸彩电跌破3000元。国美还联合15大家电品牌,举办内购会,全场购彩电满1000元加送好礼;购智能电视满1000元返100元,满2000元返200元,满3000元返300元。

“本次‘彩电低价革命’或可视为国美打

响持续低价战略的第一枪。”国美电器总裁王俊洲重申,要把国美塑造为“线上线下最低价、最专业的标杆型零售商”,重塑国美“价格杀手”形象。

国美大单压低智能电视价格

毫无疑问,智能电视是当前彩电市场的蓝海。未来,国美将以丰富的产品,良好的体验,始终保持的低价优势,打造国美智能电视版图。

日前,国美与数十家国内外知名电视厂商签订了共计595万台采购订单,智能电视占比65%,采购规模再创新高。这一采购大

单的签署再次表明,“价格杀手”国美将对智能电视市场制造新的冲击,带动市场重组。

“7月激情未退,8月革命再起”,8月1日~11日,全场智能电视全面直降,最低跌至5折,其中32英寸彩电将跌破1300元;42英寸彩电将跌破2600元;46英寸彩电将跌破3000元;50英寸彩电将跌破4000元;55英寸彩电将跌破5000元,真正让利消费者。

郑州晚报记者 樊无敌

