

# 新创市场主体的活力与市场信心： 理论框架与特征性事实

闫昊生 李秉蔚 李姗姗

**摘要：**新创市场主体既是市场信心的重要来源，也是市场信心的直接体现，活跃的新创市场主体对于提振市场信心具有重要意义。新创市场主体的规模活力、结构活力、资本活力和创新活力，可以通过市场发展潜力、市场经济韧性、要素流动效率和市场发展动力等维度对市场信心产生深远影响。2010—2020年工商企业的注册数据显示，中国新创企业规模活力持续提升，但区域间的规模差异明显；结构活力不断优化，消费行业和民营的新创企业蓬勃发展；资本活力保持稳健，企业融资金额在波动中上升；创新活力日益增强，但仍存在很大提升空间。因此，未来的政策可以从规模活力、结构活力、资本活力和创新活力的角度出发，激发新创市场主体活力、提振市场信心。

**关键词：**新创市场主体；经济活力；市场信心；工商企业注册数据

**中图分类号：**F063.2 **文献标识码：**A **文章编号：**1000—8691（2023）04—0032—08

## 一、引言

当今世界正经历百年未有之大变局。后疫情时代的冲击，贸易保护主义抬头，国际安全形势变化对各国经济增长及市场稳定带来了巨大影响。面对风高浪急的国际经济形势，中国经济同样经受着重大考验。在此背景下，增强对市场的信心，为经济发展注入助推剂、稳定剂，对经济的稳定与发展的作用越发凸显。实际上，中国高度重视市场信心问题，特别是近年来，政府多次强调提振市场信心的重要性。2020年政府工作报告指出要“保障市场准入、营商环境、知识产权、公平竞争，增强市场信心”。2023年政府工作报告中则明确提出要“全面深化改革开放，大力提振市场信心，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来”。由此可见，提振市场信心是保护中国市场免受大环境负面影响的天然屏障，是推动中国经济持续健康发展的重要保障，更成为当前政府工作的重中之重。

活跃的新创市场主体是市场信心的重要来源，也是市场信心的直接体现。一个区域或行业新创市场主体的活跃程度，代表了该区域或行业的经济活力和发展潜力。区域与行业的经济活力和发展潜力很大

**基金项目：**本文是国家自然科学基金青年科学基金项目“中国土地督察对区域土地利用的影响研究：因果效应与作用机制”（项目号：72103220）的阶段性成果。

**作者简介：**闫昊生，男，中央财经大学财经研究院助理教授，北京财经研究基地研究员，硕士生导师，主要从事区域与城市经济研究。

李秉蔚，男，对外经济贸易大学保险学院、中央财经大学财经研究院区域政策与规划研究中心助理研究员，主要从事企业创新、新创企业发展研究。

李姗姗，女，中央财经大学财经研究院副研究员，北京财经研究基地研究员，硕士生导师，主要从事区域与城市经济研究。

程度上影响着市场参与者对市场的预期,进而影响经营和投资行为,并进一步影响市场信心。坚定的市场信心又会促使企业家积极参与市场活动,促使市场主体数量的增加和质量的提升,进而体现为活跃的创新创业行为。因此,新创市场主体和市场信心存在循环累积因果的效应,培育新创市场主体对于提振市场信心具有关键作用。这个观点也与中国的经济政策高度吻合,2021年中央经济工作会议指出,市场主体是国民经济的微观基础,是稳定宏观经济大盘的关键力量。因此,深入理解构成新创市场主体活力的理论根源,细致分析中国新创市场主体活力的特征性事实,提出培育新创市场主体活力的政策建议对于提振市场信心具有重要意义。

为此,本文首先构建了一个理论框架,从规模活力、结构活力、资本活力和创新活力四个方面,分析了新创市场主体活力影响市场信心的机制;其次基于中国工商企业注册的微观数据,在理论框架的指导下,分析了中国新创市场主体活力的特征性事实;最后,基于理论分析和特征性事实,提出了激发新创市场主体活力、提振市场信心的政策建议。

## 二、理论框架

信心,本质上就是一种积极预期,从而可以支持未来风险的行为。<sup>①</sup>在供给侧改革和需求侧管理框架下,新创市场主体市场信心体现为市场发展潜力、市场经济韧性、要素流动效率和市场发展动力四个方面。为创造更公平、更便利、更开放的市场环境,政府通过一系列制度改革和优化保障不断激发新创市场主体活力,为新创市场信心提供稳定预期。

### (一) 新创市场主体规模活力挖掘市场发展潜力

新创市场主体的规模活力是指新创市场主体通过提升市场的广度和深度激发市场活力。市场规模与经济增长的关系可以追溯至亚当·斯密《国富论》中的“市场范围假说”,直至内生增长框架下仍然强调市场规模是经济增长的重要变量。<sup>②</sup><sup>③</sup>新创市场主体规模活力在广度上的提升拓展了市场边界,释放规模经济效应,在深度上的提升深化了市场主体合作,释放了范围经济效应。新创市场主体规模活力有效提升了市场容量,推动市场内经济活动不断涌现。一方面,新创企业能够有效促进市场分工、资本积累和知识扩散。另一方面,新创个体工商户不仅是生产者,还是消费者,能够创造并提升市场的投资规模和消费规模。作为生产者的新创个体工商户吸纳了大量就业岗位、提供了多元化商贸服务、创造了消费需求,作为消费者的新创个体工商户提升了居民最终消费规模。中国具有超大规模市场优势,新创市场主体的进入推动市场规模不断扩大。市场规模的扩大必然会导致市场拥挤效应,在市场机制作用下挤出竞争力较低的市场主体,保持新创市场主体的生产力、发展力和持续力水平。

### (二) 新创市场主体结构活力增强市场经济韧性

新创市场主体结构活力是指新创市场主体结构的多样性、可变性与合理性。新创市场主体在开放、公平、稳定的市场机制下不断优化多维度市场结构、增强抗风险能力,有助于提升区域性和全国性市场的经济韧性。<sup>④</sup>新创市场主体的结构活力包括多个维度,其中行业结构和所有制结构两个维度与市场的经济韧性最密切相关。从行业结构看,新创市场主体的进入能够促进各类资源要素重新配置和组合,优化既有市场中的行业结构。一方面为市场引入新技术、新业态,引领新兴产业;另一方面又能够将创新融入传统行业,拓展传统行业发展空间。从所有制结构看,国有资本、民营资本和外商资本是中国主要的资本类型,多元资本的交互影响能够有效激发市场主体组织制度、研发技术、商业业态等多维度的变革。<sup>⑤</sup>

① 吕鹏、刘学:《如何提升市场信心:企业家能力与营商环境获得感的效应分析》,《社会学评论》2020年第5期。

② Paul M. Romer(1986). Increasing Returns and Long-Run Growth. *Journal of Political Economy*,94(5).

③ Lucas Robert E(1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*,22(1).

④ Morton E. O' Kelly(2015). Network Hub Structure and Resilience. *Networks and Spatial Economics*,15(2).

⑤ 史丹:《中国多种所有制企业共同发展的时代内涵与“十四五”政策措施》,《经济管理》2020年第6期。

新创市场主体多元化的所有制结构意味着市场的开放性、公平性,不同所有制主体能够在相同的市场规则下展开公平竞争、受到法律保护。市场监管总局相关数据显示,民营企业在企业总量中占比高达90%以上<sup>①</sup>、个体工商户占据市场主体总数的2/3<sup>②</sup>。民营资本创造了多元化、多业态、多形式、多层次的就业岗位,提供了正规与非正规等多种就业渠道,优化了就业结构。混合所有制改革的持续推进,能够激发不同所有制主体的高质量混合经营,通过非公有资本和国有资本的混合持股进一步优化资本配置、激发市场主体活力。

### (三) 新创市场主体资本活力提升市场要素流动效率

资本是市场主体拥有的核心要素,市场主体资本活力越高,表明市场主体配置资源的主动性越强。<sup>③</sup>资本是新创市场主体能否从建立向稳定经营、持续盈利发展的基础性因素之一。根据资金来源渠道差异,可以将资本划分为政府渠道的财政资金、市场渠道的金融资本和融合渠道的社会资本。新创市场主体,尤其是小微企业、个体工商户在建立之初往往面临融资难、融资贵等低融资效率的困境,这一时期新创市场主体的资金需求激活了政府财政资金,在财政资金的引导下金融资本、社会资本活力相继被激活。一方面,资本活力能够提升市场信息透明度、降低信息不对称,激发市场主体进行投融资的意愿和行为,有效缓解融资约束、降低融资成本。另一方面,资本活力能够引导资源要素流向高效率、高收益的新创市场主体,优化市场要素配置。对于新创个体工商户来说,资本活力为其创造了融资可能性。

### (四) 新创市场主体创新活力提振市场发展动力

新创市场主体的创新活力首先体现在创新需求上。市场主体是实体经济运行的微观基础,实体经济对高技术、高生产率、高阶组织形态的追求产生了巨大的创新需求<sup>④</sup>,这使市场主体创新活力成为市场发展的重要动力。市场主体巨大的创新需求使其成为技术进步的主导力量,通过扩大研发投入、推进成果转化、优化经营决策等方式实现新旧动能转换、推动产业优化升级。其次,新创市场主体的创新活力还体现在对创新标准的建构上,标准化通过降低交易费用、促进技术进步、扩大规模化生产等途径提升产业基础能力和产业现代化水平、形成市场发展动力,市场主体通过推进生产、分配、流通、消费等全产业链标准一体化研制,促进产业链上下游标准有效衔接。最后,新创市场主体的创新活力也存在外溢效应。<sup>⑤</sup>创新的外溢效应促进了创新的集聚、增加了创业机会<sup>⑥</sup>。综合上述因素,新创市场主体的创新活力可以从更大的范围上激发市场活力,进而对市场信心产生积极影响。

## 三、特征性事实

根据《市场主体登记管理条例》,市场主体是指在中国境内以营利为目的从事经营性活动的自然人、法人及非法人组织,包括公司、个人独资企业、农民专业合作社、个体工商户、外国公司等。从市场主体的法律定义可以将市场主体总结为企业和个体工商户两个主要组成部分。新创市场主体即是当年新注册的企业、个体工商户和农民专业合作社等。根据国家市场监管总局数据,2022年末市场主体总数达到近1.7亿户,新创市场主体高达2908万户,日均新登记企业2.4万户。<sup>⑦</sup>因此,本部分就企业、个体工商户两个市场主体,从规模活力、结构活力、资本活力、创新活力四个角度分析新创市场主体活力的特征

① 数据来源:市场监管总局, [http://www.gov.cn/xinwen/2022-10/12/content\\_5717756.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2022-10/12/content_5717756.htm)。

② 数据来源:《中华人民共和国2022年国民经济和社会发展统计公报》, [http://www.gov.cn/xinwen/2023-02/28/content\\_5743623.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2023-02/28/content_5743623.htm)。

③ 李松龄:《增强市场微观主体活力的理论逻辑与制度创新》,《江汉论坛》2022年第4期。

④ 黄群慧:《论新时期中国实体经济的发展》,《中国工业经济》2017年第9期。

⑤ Paul M. Romer. The Origins of Endogenous Growth(1994). *The Journal of Economic Perspectives*,8(1).

⑥ David B. Audretsch, Maryann P. Feldman(1996). R&D Spillovers and the Geography of Innovation and Production. *The American Economic Review*,86(3).

⑦ 数据来源:《中华人民共和国2022年国民经济和社会发展统计公报》。

性事实，从而从规模到质量、从建立到发展的全过程体现新创市场主体特征。

### （一）规模活力

规模活力是市场主体活力的基础。市场进入规模和退出规模是衡量市场规模的两项重要指标，反映了市场对创业创新的包容程度、资本的流通程度、资源配给的合理程度，从而反映企业家对营商环境的信赖程度，反映市场信心。

第一，中国新创市场主体规模持续扩大。2010—2020年，全国新增注册企业数量规模扩大了近4倍。新增注册企业始终保持正增长率，从2010年起在波动中上升，并在2014年升至顶峰（34.7%），后在波动中下降。新注册个体工商户规模持续扩大，增速在10%上下波动。2010—2020年，全国新增注册个体工商户数量规模扩大了2.6倍。从增速来看，个体工商户进入市场规模的年变化率较企业更小，在10%上下波动，并在2014年与2017年出现两个峰值，其中2017年达到最高的21%，从2017年起个体工商户进入市场规模增速趋于稳定。从人均新创市场主体的角度，千人新创市场主体数量与增速逐年走高。2010—2020年中国千人新增注册企业数量增加了2.8倍，总体呈现逐年平稳上升的趋势；千人新增注册个体工商户数量增加了1.5倍，发展趋势与企业类似。

新创市场主体数量的增加表明市场的规模活力不断提高。一方面，新创市场主体数量的增加意味着市场需求不断扩大，对市场经济具有强劲支持作用，可以增强其他领域的市场活跃度和创新动力。另一方面，新创市场主体数量的增加也意味着创新创业的能力得到了提高，这对提升经济增长的质量和效率具有重要作用。随着新创市场主体规模的扩大，市场规模也随之增加。这样的发展趋势有助于提振市场信心，激励更多的创新创业者投身于创新创业行为。因此，新创市场主体数量的不断增加能够推动市场经济更好地发展和创新，能够为市场经济的发展和 innovation 提供更多的机遇和活力，可以为提振市场信心和提升经济新增长点提供重要支持。

第二，区域间新创市场主体规模差异明显。在省份层面，2020年新创企业数量最多的5个省份是：广东省、山东省、江苏省、浙江省、河南省。从发展趋势上看，2011—2020年间，四川、山东、广东、江苏、河南、浙江企业进入市场规模呈明显上升趋势，上海、河北、湖北、湖南、贵州、辽宁、陕西、山西、云南呈现小幅上升趋势，其他省份维持稳定不变。2020年新注册个体工商户数量最多的五个省市是：江苏省、广东省、浙江省、上海市、河南省。从发展趋势上看，西藏、陕西、河南个体工商户进入市场规模呈现快速上升趋势，平均年增长率达到30%以上，北京、上海基本稳定保持不变，湖北省出现大幅增长后增速快速下跌的情况，其他各省份呈现平稳的增长趋势。

从城市群层面上看，不同城市群间新创市场主体规模活力的差异在不断减小。图1展示了京津冀、长三角、珠三角、成渝和长江中游五大城市群内部新创市场主体规模活力的不平衡程度。2010—2020年总体上五大城市群内部差异年际变化不大，2016年以前，内部差异程度排序从高到低依次为成渝城市群、长江中游城市群、珠三角城市群、京津冀城市群、长三角城市群，2017—2019年，京津冀城市群差异程度升高，一度超越长江中游城市群与珠三角城市群，2020年内部差异程度从高到低依次为成渝城市群、珠三角城市群、京津冀城市群、长江中游城市群、长三角城市群。其中成渝城市群内部市场主体空间活力差距远高于

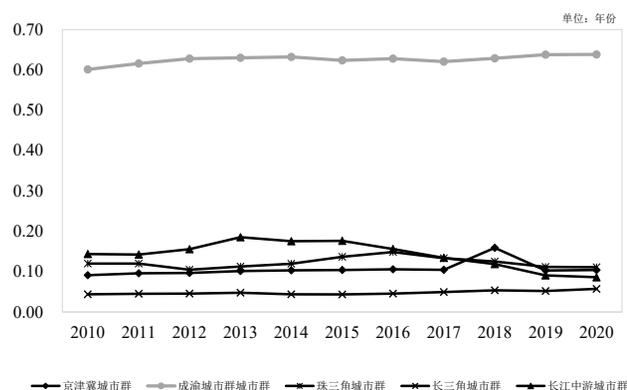


图1 2010—2020年五大城市群内部市场主体活力空间均衡度

数据来源：根据2010—2020年工商企业注册数据计算、绘制而得。

其他城市群，表明成渝城市群内部新创市场主体空间分布极度不均匀。其他四大城市群内部市场主体空

间活力非均衡性有所缓解，其中长三角城市群内部空间分布最均衡。图2展示了五大城市群间新创市场主体规模活力的不平衡程度。结果表明2010—2020年五大城市群区域间差异总体呈现缩小的趋势，意味着中国不同城市群新创市场主体空间分布趋于平衡。

从城市层面看，不同城市间的新创市场主体规模差异巨大。2020年新创企业数量最多的15个城市分别是广州市、上海市、深圳市、成都市、北京市、青岛市、重庆市、杭州市、郑州市、西安市、东莞市、苏州市、济南市、天津市、合肥市。新增注册个体工商户数量最多的15个城市分别是苏州市、徐州市、泰州市、盐城市、成都市、无锡市、重庆市、三明市、青岛市、钦州市、淮安市、金华市、西安市、深圳市、南京市。这说明在经济发展较好、相关制度建设较为完善、营商环境更为规范纯净、市场的公正性与透明度较高的城市，市场参与者对经济发展预期向好，新创市场主体更具规模活力，市场信心更强。

上述特征性事实说明制度因素是影响新创市场主体规模活力的重要因素。政府的制度建设为市场主体的创立和发展提供了基础环境，而不同区域间制度环境的差异也导致了新创市场主体规模活力的差异。良好的制度环境不仅可以降低制度性交易成本，释放市场主体的制度活力，还可以推进生产、分配、流通、消费等全产业链标准化引领，促进产业链上下游标准有效衔接。因此，优化制度环境是提升城市新创市场主体规模活力，降低区域间新创市场主体规模活力差异的重要抓手，也将有助于打通不同区域间的产业联系和经济循环，有助于提升中国整体的市场信心。

## （二）结构活力

新创市场主体的结构活力是新创市场主体长期发展能力的保证。其中，新创市场主体的行业结构是建设现代化产业体系的直接动力，对经济的长期发展存在着深远影响。此外，处理好公有制和非公有制经济的关系，坚持“两个毫不动摇”是改善社会心理预期、提振发展信心的重要抓手。因此，本部分从行业结构和所有制结构两个维度对新创市场主体的结构活力进行分析。

第一，从行业结构来看，消费相关的新创企业活力尤为凸显。2010—2020年全国新增注册企业所属行业前三位是批发和零售业、住宿和餐饮业、制造业。其中，批发和零售业、制造业所占比例处于领先地位，表明两个行业新创企业活力较强。住宿和餐饮业所占比例则逐年增加，行业前景乐观，表明中国提振消费的政策取得了良好的效果。

在个体工商户方面，消费相关新创市场主体的活力更为突出。全国新增注册个体工商户所属行业前三位是：批发和零售业，住宿和餐饮业，交通运输、仓储和邮政业，这些产业均与居民消费息息相关。从发展趋势上看，批发和零售业占比在逐步减少，住宿和餐饮业显著增加后在2020年下滑，交通运输业自2016年起获得爆发性增长。

新创市场主体能够在消费相关行业蓬勃发展，一方面是因为中国市场具有较大的潜力和需求，可以为企业提供更多的机会。另一方面，则是因为随着消费升级和个性化需求的不断增强，新创市场主体拥有更多的创造力，也越来越能满足消费者的需求。新创市场主体在消费相关行业的蓬勃发展表明了新创市场主体结构的活力不断提升，同时也表明了市场极具活力和发展潜力。消费相关行业一直是经济发展的重要领域和支柱产业之一，特别是在当前经济环境下，消费相关行业蓬勃发展，成为了当前经济的重要增长点和引领者。而新创市场主体在该领域的不断涌现，有助于进一步推动消费领域的增长，对于提

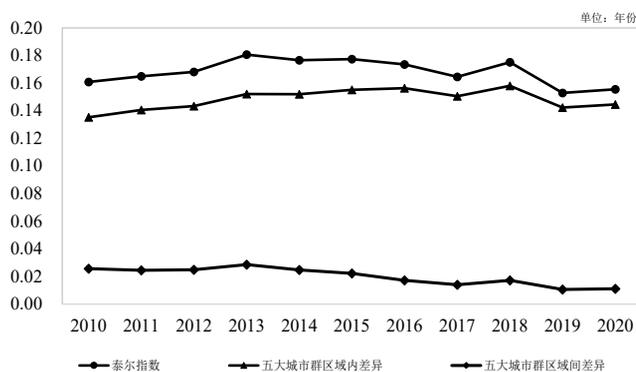


图2 2010—2020年五大城市群市场主体活力空间均衡度  
数据来源：根据2010—2020年工商企业注册数据计算、绘制而得。

振市场的消费信心具有重要作用。

第二，从所有制结构来看，不同所有制的新创企业呈现不同的发展态势，新创国企数量稳定，新创民企数量波动上升。如图3所示，2010—2020年中国新增民营企业数量在波动中上升，2020年较2010年增长了2倍多。在2014年和2020年出现了爆发式的增长，表明中国民营企业活力不断增加，但在增长的过程中仍存在一些不稳定因素，故呈现年际波动大的特点。相较于民营企业而言，中国新增国有企业数量没有明显的变动趋势。新增国有企业数量自2010年的1.8万家逐年下降至2015年的1.1万家，回暖后再次呈现下降的趋势，直至2020年的1.1万家。对比不同所有制的企业，2010年新增民营企业是国有企业的9.6倍，2020年新增民营企业是国有企业的52.9倍，十年时间内两种所有制企业新增数量差距扩大了近4倍，新增注册的民营企业的数量远远高于新增注册的国有企业，且二者的差距持续扩大，民营企业在多种所有制企业中的活跃程度逐渐增大，发展速度远超国有企业。

民营新创市场主体的蓬勃发展为市场经济的未来发展注入了更多活力，表明市场竞争更加激烈，但同时也带来了更多机遇和可能。一方面，民营新创市场主体蓬勃发展表明市场存在巨大的发展活力。民营新创市场主体的不断涌现，意味着市场竞争活跃，市场活力不断增强，市场的未来发展前景更加乐观。另一方面，民营新创市场主体的蓬勃发展对于提振市场信心也有着重要的意义。民营新创市场主体的不断涌现，则象征着市场是一个充满机会、可持续发展的环境，有利于激发更多市场主体的信心，积极投身于经济活动之中。

### （三）资本活力

资本是影响新创市场主体活力的核心要素。企业的融资情况反映了资本对企业创立与发展的支撑能力，是市场资本活力的直接体现，集中反映和影响了市场的信心。从总量上看，中国企业融资金额在波动中上升。根据天眼查研究院数据，2010年企业融资金额为4812亿元，而后自2014年开始大幅增长，达到2018年的25593亿元的峰值后出现小幅度回落。融资金额与融资数量的增速均呈现U型波动后下降至相对稳定的态势，2010—2016年年际波动较大，2017年后在0上下波动，属于爆发性增长后趋于稳定的状态。从融资规模上看，中国企业平均融资规模下降后上升，呈现U型发展态势。企业平均融资规模从2011年的15693万元/家持续下降至2016年的7256万元/家后进入上升通道，直至2020年的15967万元/家，增速始终处于大幅波动的状态，最低低至-34%，最高高至38.24%，表明资本市场与企业融资结构均处于大幅变动的发展过程中，2010—2016年出现小微企业（低融资规模）的注册浪潮，而后回归高融资规模的发展趋势。

市场主体融资规模波动上涨这一现象意味着市场的资本活力不断增强，显示市场参与者对市场的预期和信心在提高。一方面，市场主体融资规模上涨的原因主要在于对市场前景和经济增长的看好以及市场资本流动的加速。更多的资本注入市场，会形成资金池，将进一步提升市场活力，能够更好地组织资源和要素，同时也为市场参与者提供了更多的机会和选择。另一方面，市场主体融资规模上涨也有助于提振市场信心。市场主体融资规模的上涨，显示市场在有足够资金支撑和投资保障的情况下，可以更好地面对市场变化和危机。这种资本的流动和积累将为市场主体在竞争中的生存和发展提供有力的支撑，推动市场信心和活力的继续增强。

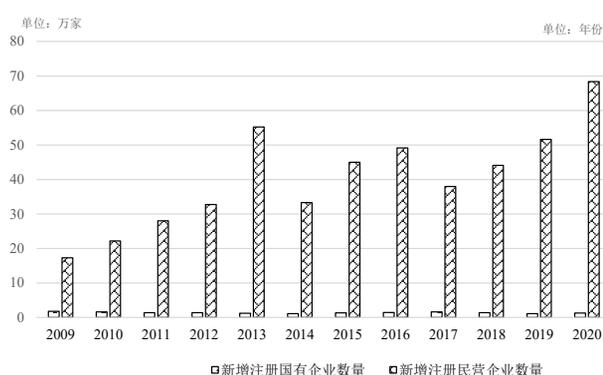


图3 2010—2020年新增注册国有及民营企业数量

数据来源：根据2010—2020年工商企业注册数据计算、绘制而得。

#### （四）创新活力

创新是激发市场主体活力的源泉，是提振市场信心的重要引擎。专利是企业技术创新的保护和支撑手段，也是衡量企业创新能力的一项重要指标。全国企业专利申请新增数量在波动中增加，增速在波动中放缓。从企业申请专利的总量上看，根据天眼查研究院数据，2010—2020年全国企业专利申请新增数量在波动中增长，从2010年的1.6万个上升至2020年的7.1万个，增加了3.4倍，其中2011年增速最高，达到28%，在2014年新增数量和增速都出现了明显的低谷，2015年之后趋于稳定，并在2020年获得了专利新增数量的爆发性增长。从单位企业的专利申请量上看，万家企业新增专利数量总体维持不变。从2010年到2012年，万家企业专利数量获得增长，从1279个/万家上升至1792个/万家，从2013年起开始基本保持稳定。

上述特征性事实表明市场中的创新活力有所增强，但还存在很大的提升空间，需要进一步提高企业创新能力，以提振市场信心。一方面，企业申请专利数量的增长表明市场中的创新活力有所增强。中国企业的技术研发能力正不断提升，创新意识和创新文化也逐渐形成，企业的创新活力取得了充分进步，建立起更具有发展信心的市场。另一方面，企业申请专利增速的波动放缓，说明市场整体的创新活力存在提升空间。在此情况下，政府和社会应该鼓励创新投入，提供更好的创新环境、体系和制度保障，提高市场参与者的创新诉求和实践能力，以加快市场创新活力的提升。

### 四、政策建议

从前述事实出发，应从以下几个维度培育和发展新创市场主体，从而提振市场信心，推动经济社会的高质量发展。

第一，激活新创市场主体规模活力，提振市场信心。激活新创企业的规模活力是促进市场发展、提振市场信心的重要手段。鼓励和支持新创企业的成长，可以开创市场的新格局、培育新的产业发展方向，促进长期经济繁荣。因此，应该采取有效措施，推动新创企业的发展壮大，激发其规模活力。其中，构建良好的制度环境是培育新创市场主体规模的必要途径，应为新创企业提供更加规范、精准和纯净的市场环境，从而提高市场的公正性和透明度，增强市场主体对未来经营和发展的信心。具体而言，一是加强法律制度建设，完善知识产权保护、产品质量监管、企业信息公开等相关法律制度，为新创企业发展打造更加公正、公平、透明的经营环境。二是加强监管执法力度，建立健全监管机制，加大对新创企业的监管执法力度，杜绝市场乱象，构建企业间良好的竞争环境。三是加强行政规范、信息公开和信用体系建设，提供更加规范和营商友好的政务服务和管理，打造良好的营商环境。四是着力支持和激发企业家精神，营造宽松和谐、创新创业的环境。通过上述举措，可以为市场主体的形成和发展打造良好的营商环境，从而提升新创企业的数量和规模，提升市场主体参与市场活动的信心。

第二，激活新创市场主体结构活力，提振市场信心。优化新创市场主体的结构活力是激活新创企业发展动力，培育新创企业长期发展能力的重要支撑。一是要优化新创市场主体的行业结构。优先支持创新驱动型产业和高科技产业，打造竞争力更强、更有活力的行业结构，完善可持续发展的新经济模式。二是要完善新创企业的所有制结构。推广混合所有制改革并建立有效的产权保护机制，鼓励、发扬企业家的创新创业精神，同时发挥好国有经济的战略支撑作用。三是要统筹推进创新产业和传统产业的新创企业发展。通过新创市场主体的形成有效支持和指导传统产业进行转型升级，同时积极促进新兴产业与传统产业的融合，实现合作共赢。在制造业和服务业、创新和应用、技术进步和应用之间，也应该推动新创市场主体的协同发展。通过上述举措，努力培育市场主体，持续激活新创市场主体的结构活力，提升市场主体优化发展方向的信心。

第三，激活新创市场主体资本活力，提振市场信心。资本是新创企业发展中不可或缺的元素，激活企业的资本活力是提升市场竞争力的基础。政府应该通过多种方式，如降低创业成本、简化融资流程、

增加创业拨款、提供创新补助等，鼓励资本进入新创企业，为企业的发展提供更加充分的资本保障。具体而言，一是建立投融资机制，促进企业与投资机构对接，为新创企业寻找更加精准、个性化的投资资金。二是加大政策支持力度，通过税收减免、贷款优惠等多种方式，为新创企业提供更加优惠的融资支持和条件。三是积极倡导和引导社会资本进入新创领域，形成社会资本、企业投资、政府扶持相结合的资本支持体系，为新创企业的发展提供更加坚实的基础。通过上述举措，保障市场主体创业、运营和发展的资金需求，提升市场主体持续发展能力的信心。

第四，激活新创市场主体创新活力，提振市场信心。新创企业是市场中的创新活力之源，激活企业的创新活力是提升市场发展动力的重要途径。应该大力支持新创企业，鼓励其进行技术创新、市场创新和管理创新，在这一基础上不断探索和拓展市场空间。具体而言，一是加大科研投入力度，为新创企业提供更多的研发资金和技术支持。二是加强知识产权保护，加强对新创企业的知识产权保护和扶持，提升企业的知识产权保护能力。三是加强对新创企业的培训和扶持，提高企业的管理水平和竞争力，为其拓展市场奠定更加坚实的基础。四是加强人才培养和引进力度，鼓励高校院所加大人才培养投入，培养更多具有创新意识和能力的人才，为新创企业输送更多的创新型人才和技术，为市场的发展注入更多新的动力。除了加大政策扶持力度之外，还应加强新创企业间的协作、整合和协同创新，鼓励新创企业进行跨界融合，将新技术、新业态和新思路引入到传统市场中，推动市场变革和升级。通过上述举措，努力提升市场主体的创新能力和竞争力，提升市场主体创新发展动力的信心。

### **The Vitality of New Market Entities and Market Confidence: Theoretical Framework and Stylized Facts**

YAN Hao-sheng<sup>1, 2</sup>, LI Bing-wei<sup>3</sup> & LI Shan-shan<sup>1, 2</sup>

- (1. Institute of Finance and Economics, Central University of Finance and Economics, Beijing, 100081;  
2. Beijing Finance and Economics Research, Central University of Finance and Economics, Beijing, 100081;  
3. School of Insurance, University of International Business and Economics, 100105)

**Abstract:** New market entities, which play a significant role in boosting market confidence, are a crucial source and reflection of market confidence. The vitality of new market entities in terms of scale, structure, capital, and innovation can profoundly impact market confidence through dimensions such as market development potential, economic resilience, factor flow efficiency, and development momentum. Registration data of Chinese industrial and commercial enterprises from 2010 to 2020 indicate that the scale vitality of new enterprises in China has consistently improved, albeit with regional disparities. Structural vitality has been optimized continuously, with new enterprises in consumer industries and the private sector thrive. Capital vitality has remained stable with enterprise financing amounts rising amidst fluctuations. Innovation vitality has been increasingly enhanced, though there is considerable room for improvement. Consequently, future policies can stimulate the vitality of new market entities and boost market confidence by addressing scale vitality, structural vitality, capital vitality, and innovation vitality.

**Keywords:** New Market Entities, Economic Vigor, Market Confidence, Industrial and Commercial Enterprise Registration Data

[ 责任编辑：张莺译 ]