

我国“专精特新”政策实施情况分析

陈贇¹

(浙江省国有资本运营有限公司国资研究院 杭州 310007)

【摘要】: 中小企业是国民经济发展的生力军和基石。多年来,从中央到地方不断加大“专精特新”政策实施力度,培育了 2000 多家专精特新“小巨人”企业,有效连接产业链“断点”、疏通“堵点”,提升产业链供应链的韧性,促进我国经济高质量发展。从与德国“隐形冠军”企业的比较看,推进我国中小企业“专精特新”发展方式,不仅需要加大中央财政奖补力度,更需要整个社会多项制度的配套和相应文化氛围的形成。

【关键词】: 专精特新 “小巨人”企业 隐形冠军

【中图分类号】:F276.3 **【文献标识码】:**A **【文章编号】:**1005-1309(2022)06-0021-008

中小企业是国民经济发展的生力军和基石,党和国家十分重视中小企业的发展。2019—2021 年,工信部分 3 批公布专精特新“小巨人”企业 4922 家。“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要提出,推动中小企业提升专业化优势,培育专精特新“小巨人”企业和制造业单项冠军企业。国家坚持“专精特新”原则促进中小企业发展,已有 10 多年历史。目前,专精特新“小巨人”企业已成为我国中小企业的优秀代表。另外,世界其他国家,如德国对中小企业的重视也有成熟的经验。本文拟分析我国实施“专精特新”政策的历程及其背景,就专精特新“小巨人”企业情况进行描述分析,并借鉴德国“隐形冠军”企业经验,提出促进“专精特新”中小企业发展的对策。

一、我国实施“专精特新”政策的历程及其重要意义

(一)实施“专精特新”政策历程

中小企业是我国经济发展的重要支柱。2011 年 9 月,工信部发布《“十二五”中小企业成长规划》明确提出,将“专精特新”发展方向作为中小企业转型升级、转变发展方式的重要途径。2013 年 7 月,工信部出台《关于促进中小企业“专精特新”发展的指导意见》,提出通过培育和扶持,不断提高“专精特新”中小企业的数量和比重,提高中小企业的整体素质。2018 年 11 月,工信部发布《关于开展专精特新“小巨人”企业培育工作的通知》提出,计划利用 3 年时间(2018—2020 年),培育 600 家左右专精特新“小巨人”企业。2020 年 7 月,工信部联合国家发展改革委等 17 个部门共同印发《关于健全支持中小企业发展制度的若干意见》,指出要完善支持中小企业“专精特新”发展机制,健全“专精特新”中小企业、专精特新“小巨人”企业和制造业单项冠军企业梯度培育体系、标准体系和评价机制,引导中小企业走“专精特新”之路。2021 年 1 月,财政部、工信部联合印发《关于支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》,提出 2021—2025 年,中央财政累计安排 100 亿元以上奖补资金,分 3 批(每批不超过 3 年)重点支持 1000 余家国家级专精特新“小巨人”企业高质量发展,带动 1 万家左右中小企业成长为国家级专精特新“小巨人”企业。通过中央财政资金引导,推动提升专精特新“小巨人”企业数量和质量,助力实体经济特别是制造业做实做强做优,提升产业链、供应链的稳定性和竞争力。

通过对“专精特新”主要政策的梳理,表明我国对“专精特新”的认识在不断深入,从最初提出一个概念到后来形成明确

作者简介: 陈贇,管理学博士,浙江省国有资本运营有限公司国资研究院高级经济师。

标准,从提出发展原则到形成支持机制,从单一面上推开到构建梯度培育体系,从鼓励引导到给予财政奖补,从作为促进中小企业高质量发展的措施到提升产业链供应链的稳定性和竞争力,“专精特新”政策更加成熟、更加完善。目前,从中央到地方都在加大“专精特新”政策力度,全国已形成促进中小企业“专精特新”发展的浓厚氛围。

(二)“专精特新”的具体标准

2021年7月30日召开的中共中央政治局会议提出:“开展补链强链专项行动,加快解决‘卡脖子’难题,发展专精特新中小企业。”那什么是“专精特新”呢?在2012年4月26日国务院发布《关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见》中,对“专精特新”表述如下:

“专”,即专业化,是指采用专项技术或工艺通过专业化生产制造的专用性强、专业特点明显、市场专业性强的产品,其主要特征是产品用途的专门性、生产工艺的专业性、技术的专有性和产品在细分市场中具有专业化发展优势。它专注核心业务,具有专业化生产、服务和协作配套的能力,为大企业、大项目和产业链提供零部件、元器件、配套产品和配套服务。

“精”,即精细化,是指采用先进适用技术或工艺,按照精益求精的理念,建立精细高效的管理制度和流程,通过精细化管理,精心设计生产的精良产品,其主要特征是产品的精致性、工艺技术的精深性和企业管理的精细化。它能以美誉度高、性价比好、技术领先、品质精良的产品和服务在细分市场中占据优势。

“特”,即特色化,是指采用独特的工艺、技术、配方或特殊原料研制生产的,具有地域特点或具有特殊功能的产品,其主要特征是产品或服务的特色化。

“新”,即新颖化,是指依靠自主创新、转化科技成果、联合创新或引进消化吸收再创新方式研制生产的,具有自主知识产权的高新技术产品,其主要特征是产品(技术)的创新性、先进性,具有较高的技术含量,较高的附加值和显著的经济、社会效益。它开展技术创新、产品创新、管理创新和商业模式创新,培育新的增长点,形成新的竞争优势。

国家专精特新“小巨人”重点遴选制造业中小企业,优先遴选战略性新兴产业、核心基础零部件(元器件)、关键基础材料、先进基础工业、产业技术基础,以及基础软件等领域的中小企业。一般要求:一是连续经营3年以上,上年度营业收入为1亿元以上;二是近两年主营业务收入或净利润的平均增长率达到10%以上,企业资产负债率不超过70%;三是近两年研发投入占企业营业收入的比重达到3%以上,科研人员占比不低于15%;四是拥有有效发明专利或实用新型专利2项以上,外观设计专利5项以上。

各地申报条件有所不同,更加强调“专精特新”的具体要求。以北京为例,在创新能力方面要求:主导产品属于产业链“卡脖子”环节,或属于关键领域“补短板”,或属于填补国内(国际)空白,或有效实现进口产品替代;获得与主导产品(服务)相关的授权发明专利数量,首台套产品认定,新技术新产品的数量(包括在研创新药、改良型新药和生物类似药2期、3期临床批件数量和药品批准文号等数量);获得与主导产品(服务)相关的其他知识产权数量(如软件著作权,实用新型、外观专利等);近两年研发经费支出占营业收入的比重均不低于5%;上一年度研发费用投入不低于100万元。在专业化程度方面要求:主导产品通过发达国家和地区的认证(国际标准协会行业认证);企业拥有自主品牌;企业为龙头企业、大企业或重点工程项目提供配套产品(服务),并签订合同协议。在精细化程度方面要求:企业获得技术、质量、工程、环保、安全等资质或资格认定;企业至少有一项核心业务采用信息系统支撑,或业务系统云端迁移。

“专精特新”的提出,旨在构建一套新的企业发展体系,去挖掘中小企业在市场竞争中具备的相对优势。“专精特新”的灵魂是创新,中小企业通过对技术工艺、管理水平、品牌作用、创新能力等多维度的打磨,打造细分领域的“隐形冠军”,成长为中小企业中的“小巨人”。尽管工信部的申报条件比较宽泛,各地申报标准也不尽相同,但审核时,却都会把科技研发投入的比

重、拥有专利的数量等科技创新指标放在突出位置上。

(三)实施“专精特新”政策的重要意义

制造业是立国之本，是国家综合国力的体现，形成一批具有“专业化、精细化、特色化、新颖化”特色的企业梯队，是提高产业链、供应链、创新链稳定性和制造业核心竞争力的坚实保障。我国实施“专精特新”政策主要有以下4个方面原因：

一是由中小企业地位所决定。中小企业是我国数量最大、最具活力的企业群体。根据中小企业划型标准和第四次经济普查数据测算，中小微企业占全国企业总数的99.7%，中小企业纳税约占国家税收总额的50%，创造的最终产品和服务价值占国内生产总值的60%。中小企业还提供了我国65%的发明专利、75%以上的新产品开发和80%以上的城镇就业岗位。中小企业发展得好，人们的收入就能提高，社会也更加和谐稳定。

二是破解中小企业困境之路。受环境资源约束、融资困难以及生产成本增加等因素影响，再叠加国际贸易保护主义抬头，逆全球化浪潮以及国际政治局势的动荡，中小企业依靠传统粗放式“拼资源、拼价格、拼环境”的发展老路必将难以为继。对于中小企业来说，专业是立身之本，只有专注主业、创新驱动，增强核心竞争力，才能不断提高发展质量和水平。“专精特新”中小企业以创新为魂，聚焦细分市场，更强调专业化程度，通过产业分工、利润分层获得行业领域内的相对优势，具有极高的成长性和竞争力，这为中小企业发展打开了一条道路。

三是实现高质量发展的需要。虽然我国是全球工业门类最齐全的国家，但产业链上“断点”“堵点”较多，缺少具有国际竞争力的“杀手锏”技术等问题。美国对我国高技术出口管制、供应链连环打击等，在范围、影响、剧烈程度上都不断提升。“专精特新”中小企业在很大程度上是解决“卡脖子”问题的利器，它们大都瞄准“缝隙市场”，在细分领域建立了竞争优势，甚至具有垄断话语权，能有效连接疏通产业链的“断点”“堵点”。因此，需要培育大量“专精特新”中小企业，提升产业链供应链的韧性，最大限度地解决“卡脖子”难题，促进高质量发展。

四是国际经济发展经验借鉴。当前专业化分工使得产品的价值链或产业链被无限细分，形成了头部企业或龙头企业、“隐形冠军”企业、生产代工企业和装配服务型等多种多样的企业形式。行业头部企业基本上被国外跨国公司所主导，处在价值链的顶端，它基本决定了所在行业的“游戏规则”，对行业的其他企业具有很深的影响力、号召力，典型企业有美国的GE、苹果，德国的奔驰，法国的空客，英国的罗罗等公司。“隐形冠军”是在专业领域掌握了“独门绝技”，产品或服务具备不可替代性，处在价值链的次顶端，也有着源源不断的可观利润，典型企业有日本的堀场制作所、YKK、JAMCO，德国的ALDI等公司。生产代工企业长于生产制造系统，在关键工艺、质量控制、供应链管理等方面独树一帜，具有风险小、利润稳定的特点，典型企业有我国台湾的台积电、富士康等公司。例如，日本味之素公司卡住了全球芯片企业的脖子，因为它生产味精的副产物ABF是全球芯片制造过程中都需要使用的原料。ABF材料市场不大，技术门槛非常高，味之素公司占据了全球90%以上的市场份额，几乎没有替代产品。培育“专精特新”中小企业，就是让这些企业瞄准“缝隙市场”，形成自己的“独门绝技”，在细分领域建立竞争优势，甚至在一定意义上具备垄断性话语权。

二、我国“专精特新”政策实施情况分析

“专精特新”中小企业是自主研发、创新创造的排头兵，这些企业长期深耕细分领域，专业化程度高，具有持续创新能力和研发投入，市场占有率高，掌握关键核心技术，质量效益优，大多是国际范围的“单打冠军”“隐形冠军”和“配套专家”。工信部相关数据显示，我国专精特新“小巨人”企业数量已达4700多家，制造业单项冠军企业848家，带动各地培育省级“专精特新”中小企业4万多家。下边重点分析这些专精特新“小巨人”企业的地域分布、行业分布、上市以及创新特征等方面情况。

(一)地域分布

专精特新“小巨人”企业分布与经济发展水平、经济发展方式和区域经济特点紧密相关。我国经济发达地区，如长三角、珠三角地区专精特新“小巨人”企业数量较多，长三角三省一市合计占比达 26%，相对来讲，西北、西南地区经济基础薄弱，专精特新“小巨人”企业数量较少。虽然浙江经济总量没有广东、江苏、山东高，但产业根基深厚，产业土壤肥沃，再有政府的长期重视，浙江专精特新“小巨人”企业数量独占鳌头，达 470 家(表 1)。

表 1 专精特新“小巨人”企业的地域分布表

各省、自治区、直辖市专精特新“小巨人”企业数量						专精特新“小巨人”企业数量排名前 20 个城市(不含直辖市)			
区域	数量	区域	数量	区域	数量	城市	数量	城市	数量
浙江	470	河南	205	新疆	45	宁波	182	合肥	61
广东	429	河北	202	甘肃	41	深圳	169	大连	54
山东	358	湖北	172	吉林	35	成都	107	杭州	53
江苏	286	江西	144	黑龙江	35	青岛	97	温州	52
上海	263	天津	132	宁夏	31	厦门	79	沈阳	51
北京	257	重庆	118	内蒙古	11	东莞	79	武汉	49
湖南	232	陕西	112	青海	10	西安	74	苏州	49
安徽	230	山西	99	海南	8	长沙	71	石家庄	46
福建	221	广西	81	西藏	2	广州	69	南京	44
辽宁	210	云南	52	-	-	郑州	63	烟台	42
四川	207	贵州	50	-	-	-	-	-	-

数据来源：工信部网站、启信宝。

浙江是中小企业大省，中小企业数量进入全国前 3 位，这是产生“专精特新”中小企业的良好基础。浙江产业结构以机械加工为主，包括装备制造业、通用机械加工、专用设备、电器、电子新材料、医疗器械等，这些行业恰恰是最容易产生专精特新“小巨人”企业的。浙江块状经济、产业集群特征比较鲜明，这为专精特新“小巨人”企业产生提供了良好土壤。

浙江重视中小企业发展，早在 2006 年就提出中小企业“七化战略”：即专业化、精细化、高新化、集约化、信息化、品牌化和国际化。2011 年，国家提出“专精特新”概念后，浙江 2012 年出台文件迅速部署落实；2017 年出台《浙江省人民政府办公厅关于推进中小微企业“专精特新”发展的实施意见》；2022 年 4 月出台《大力培育促进“专精特新”中小企业高质量发展的若干意见》，提出到 2025 年，将培育省级“专精特新”中小企业 1 万家以上、国家级专精特新“小巨人”企业 1000 家等，在创新、知识产权保护、人才、质量品牌建设、政府采购、市场拓展、数字化赋能、要素保障、精准服务等方面加大支持力度。

从城市情况看，专精特新“小巨人”企业数量与城市产业结构联系更为紧密，如宁波、深圳、东莞这些制造业强市，产生的专精特新“小巨人”企业数量就较多。从浙江情况看，杭州 GDP 和税收都超过宁波，但专精特新“小巨人”企业数量远落后于宁

波，这是因为两个城市的产业结构具有较大差异性，杭州的产业重在数字经济，宁波的产业重在高端装备制造业。

(二)时间分布

专精特新“小巨人”企业的成长并不是一蹴而就，而需要久久为功。企查查数据显示，专精特新“小巨人”企业大多成立于2001—2011年，年均注册量在250家左右。2011年以后，随着互联网行业的兴起，行业向智能制造转变，“小巨人”企业的注册量呈逐年减少趋势，2019年至今，未有新增量。“专精特新”中小企业更加强调基础与沉淀，需要工艺沉淀、技术沉淀、供应链沉淀、设计沉淀。专精特新“小巨人”企业一般需要10年以上的时间发展，潜下心来，专注于细分市场，打造自己的“独门绝技”，经得起时间检验，切不可浮躁，投机取巧(图1)。

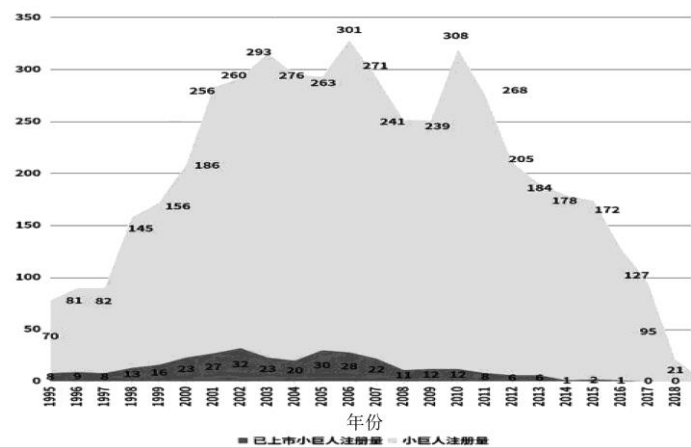


图1 专精特新“小巨人”企业成立的时间分布图

资料来源：工信部网站、企查查。

(三)行业分布

数库科技数据显示，专精特新“小巨人”企业主营所处行业排名第1位的是制造业，共3465家，占比超过70%，其中40%以上分布在专用设备制造业、通用设备制造业、电气机械和器材制造业三大行业；排名第2位的是科学研究和技术服务业，共889家；排名第3位的是信息传输、软件和信息技术服务业，共261家，其他行业的企业都在50家以下。制造业是立国之本、兴国之器、强国之基，是实体经济的重要基础，也是大国博弈、国际产业竞争的焦点。高端先进制造业处在知识密集、创新活跃、成长性好、附加值高的关键领域，因此成为专精特新“小巨人”企业重点培育的领域。

这些行业分布特征充分说明专精特新“小巨人”政策重在支持高端装备制造业和高技术企业，解决我国产业链技术“卡脖子”问题，进行供应链的“补短板”“锻长板”“填空白”。因此，预计今后专精特新“小巨人”企业培育主要集中在工业“四基”行业和制造强国战略十大重点产业领域。工业“四基”包括核心基础零部件及元器件、先进基础工艺、关键基础材料、产业技术基础。2025 制造强国战略十大重点产业领域，包括新一代信息技术产业、高档数控机床和机器人、航空航天装备、海洋工程装备及高技术船舶、先进轨道交通装备、节能与新能源汽车、电力装备、农机装备、新材料、生物医药及高性能医疗器械。

(四)上市情况

企查查数据显示，截至2021年11月，上市专精特新“小巨人”企业342家。从上市情况看，主板、创业板和科创板都有专

精特新“小巨人”上市企业，其中在创业板企业数量最多。从行业看，专精特新“小巨人”企业分布于15个细分行业，机械设
备行业上市的“小巨人”企业最多，有73家；医药生物、新材料化工行业并列第2位，均有53家；电气行业上市的“小巨人”
企业有30家；芯片、触觉传感器等半导体行业上市的“小巨人”企业有25家。上市专精特新“小巨人”企业主要集中在国家
重点推进的“制造强国”“补短板、补链”领域。从注册资本看，规模为中型企业的数量较多，注册资本1亿~5亿元的占比约
64%；注册资本小于1亿元的占比约24%；注册资本10亿元以上的占比2%。

（五）创新特征

“专精特新”的灵魂是创新，专利是企业创新能力的佐证，我国专精特新“小巨人”企业大多扎根于制造业，深耕产业链的
单一环节，拥有自主核心技术，研发创新能力强。从获得的发明专利看，计算机、通信行业排名靠前。企查查数据显示，“杰事
杰新材料”以777件发明专利居于榜首，LED显示屏控制系统研发商“诺瓦星云”和云计算企业“超越科技”紧随其后，以758
件和676件排名第2位和第3位。从实用新型专利看，机械设备行业排名靠前，物联网数字化方案商“智微科技”的专利数量
排名首位，共有552件，主营点钞机研发制造的“维融科技”以544件排名第2位。从外观设计专利看，生活服务类行业表
现亮眼，除了医疗设备企业“翔宇医疗”以411件排名首位以外，大部分集中在生活服务领域，包括美发、家电、按摩、家居、
晾晒等，如“罗曼智能”的主营为美发电器与电动牙刷等，“联翔智能家居”专注于无缝墙布研发、生产、销售，专利数量排第
2位和第3位。

以浙江专精特新“小巨人”企业为例，浙江在线报道，2019—2020年，浙江470家“小巨人”企业研发经费支出占营业收
入之比平均达4.9%，有效发明专利累计6460个，获得企业质量体系认证1299个，主持或参与制（修）订国际、国家标准或行业标
准1183个，户均分别达13.74个、2.76个、2.52个。数据显示，2020年470家浙江“小巨人”企业营业收入比上年平均增长
22.42%，远高于规模以上企业营收增长的平均水平。其中，181家“小巨人”企业营业收入增长达到20%以上，部分企业业绩成倍
增长，显示出强劲的发展势头。

三、德国“隐形冠军”企业发展经验借鉴

（一）德国“隐形冠军”企业发展情况

“隐形冠军”是赫尔曼·西蒙教授于1986年首先提出的。他指出，除了众所周知的世界500强企业，全球最优秀的企业更
多是一些行业冠军企业，称作“隐形冠军”企业。这些企业的市场份额占世界第1位或第2位，年销售收入一般都不超过10亿
美元，社会知名度往往都很低。过去20多年，西蒙收集了全世界2734家“隐形冠军”公司的数据。其中，德国拥有1307家“隐
形冠军”企业，是数量最多的国家，美国有366家，日本有220家，奥地利、瑞士各有150家左右，中国有68家。

西蒙教授指出“隐形冠军”企业有以下特征：一是具有极其宏大的目标。它们关注的是增长以及在市场取得领导地位。例
如，Chemetal1的目标是要成为世界一流技术的推广领导者；3BScientific是解剖学教具方面的全球领先者，他们的口号是“成
为世界第一，并保持世界第一”。二是保持专注。“隐形冠军”企业都非常专注、聚焦，因为只有聚焦才会做出一流企业。例如，
全球医药包装系统的领导者Uhlmann，它们的策略是：“以前我们只有一个客户，将来我们也只有一个客户：医药行业，我们只
做一件事情，但我们会把它做好。”三是全球化策略。通过全球化扩大市场份额，把对产品的专注与销售以及全球营销结合起
来。它们做的事情可能非常窄，但做这件事的区域可以非常广。

德国“隐形冠军”企业呈现如下特征：一是行业分布广泛。工业产品行业占69%，消费类产品行业占20%，服务型产品行业占
11%。其中，工业产品行业细分为机械制造行业占36%，电子行业占12%，金属加工行业占11%，化工行业占7%。二是注重长期积累。
企业CEO任职时间平均为20年（全球公司CEO平均在任时间5.1年），产品领导世界市场平均22年，企业平均寿命为66年，其
中有38%的企业拥有100多年的历史，如历史最悠久的SHW GmbH公司创立于1365年，它是全球最大的冷硬铸铁轧轮公司。三是

集中在中小企业。65%是家族企业，平均年营业额 3.26 亿欧元，平均每年增长率 8.8%，平均员工数量 2037 人，超过 75%的“隐形冠军”企业独自进入外国市场，有 1/6 为此结成联盟。四是全球化水平高。这类企业仅生产一类产品，却可以在所有应用领域做到“赢家通吃”，在全球占据极高的市场份额。例如，德国伍尔特公司只生产螺丝、螺母等连接件产品，却在全球 80 多个国家有 294 个销售网点，年销售额达到 70 多亿欧元。德国海因公司生产专供小孩用来吹肥皂泡的“普斯特菲克斯”牌肥皂水，但产品出口全球 50 多个国家。德国布里塔公司生产滤水器，占据全球同类产品市场份额的 85%。

德国“隐形冠军”企业数量众多，有以下原因：一是具有深厚的人文底蕴。这种文化培育德国人民专注于细节、稳定、品质等方面的民族性格，重视长期稳健的发展。二是重视员工利益保障。用工制度多采用终生雇佣制度，绝大多数乡镇企业的职员实行世代雇佣制。给予较高薪资，德国制造业工人的薪资待遇经常与大学教授一类的高级知识分子持平甚至超越。三是坚持长期稳健发展。德国中小企业大多实行家族式经营模式，为了规避战争、金融危机以及深重自然灾害给企业带来破产危机，造成家族重大变故，企业经营理念的核心在于稳步经营、可持续经营，侧重于整个家族经济收入的稳定长久，不青睐上市融资，不盲目扩大。他们更多地选择能够承受的风险，达到让企业世代代、健康稳步发展的目的。四是“双轨制”教育政策。德国长期并普遍实行理论与实践并重的双轨制教育政策，学生高中或大学毕业时能娴熟地掌握一门专业技能。五是苛刻地追求产品品质。他们通常会把年营收 15%以上的资金投入产品研发和科技创新，从而实现公司产品的创新发展。

（二）德国“隐形冠军”企业发展经验对我国专精特新“小巨人”企业的启示

一是重视长期稳健发展。德国“隐形冠军”企业经历过两次世界大战和冷战，有丰富的抗风险能力和永续经营的经验。我国专精特新“小巨人”企业年龄太短（“单项冠军”企业平均年龄 20 年，“小巨人”企业平均年龄 10 年），近 30 年来我国经济高速增长，企业没有经历过大风大浪的考验。许多企业追求短期做大，融资上市；追求多元化发展，忽视“专精特新”的本质要求。二是提升企业积累厚度。从产品创新水平、产品品质和可靠性、品牌知名度和美誉度、研发强度、市场领导力看，我国专精特新“小巨人”企业与德国“隐形冠军”企业差距较大，需要不断提升积累厚度。德国“隐形冠军”企业在此之前保持了几十年的高强度研发，积累了大量专利，布局了密不透风的专利陷阱和壁垒。德国“隐形冠军”企业研发投入占营业收入的 5%左右。安信证券的研究显示，我国科创板、创业板、中小板和主板的专精特新“小巨人”公司，2020 年平均研发/收入比例分别为 6.44%、6.91%、4.77%、2.58%，其中，只有少部分企业参与或者主导国际、国家和行业标准的制定和修订。三是积极开拓国际市场。德国的“隐形冠军”企业的海外分支机构平均在 30 个左右，单一产品全球市场占有率非常高，有的甚至高达 80%以上。我国专精特新“小巨人”企业的国际化处于起步阶段，绝大多数停留在进出口贸易阶段，只有少部分企业走出去在海外设厂，或者直接参与国际并购。四是培育员工工匠精神。如果员工用马虎将就、大差不差的态度来进行生产制造是不可能把产品做到极致，更无法形成“独门绝技”。德国“隐形冠军”企业员工对自己的产品精雕细琢、精益求精，追求完美和极致。缺乏工匠精神，被认为是现在和未来中国发展智慧产业、向产业链高端攀升的最大障碍。但培养出一个高技能的工人，没有 5~8 年的时间根本办不到，这需要企业持有长期主义，把员工与企业发展紧密联系在一起。五是激发企业内在动力。我国实施“专精特新”政策具有强烈的导向性，在政策实施过程中不少企业是冲着“小巨人”企业荣誉以及国家和地方财政奖补资金而来的，但在专注制造、研发，坚守长期主义理念等方面动力不足。我国中小企业需要转变观念，通过内生动力把企业发展好，实现基业长青。

中小企业在我国各经济主体中最具发展活力。10 多年来，从中央到地方不断加大“专精特新”政策实施力度，培育了近 5000 家专精特新“小巨人”企业，有效连接疏通产业链的“断点”“堵点”，提升了产业链供应链的韧性，促进了我国经济高质量发展。通过与德国“隐形冠军”企业的比较看，推进我国中小企业“专精特新”发展方式，不仅需要加大中央财政奖补力度，更需要整个社会多项制度的配套和相应文化氛围的形成，如健全员工权益保障力度、终身雇佣制、较高的工资水平，以及培育专注、长期发展的文化，有底线意识，无暴富心理等。

参考文献：

[1]董志勇，李成明. “专精特新”中小企业高质量发展态势与路径选择[J]. 改革，2021(10):1-11.

-
- [2]林江. 培育和扶持更多专精特新“小巨人”企业[J]. 人民论坛, 2021(31):58-63.
- [3]毛小柒. 完善配套政策助“专精特新”企业发展[J]. 中国工业和信息化, 2021(10):40-45.
- [4]周毅彪. 专精特新中小企业——产业链供应链的坚强柱石[J]. 科技与金融, 2021(12):17-21.
- [5]张煜. 西蒙: 隐形冠军的成功之轮[J]. 中国工业和信息化, 2021(11):32-35.
- [6]李卓亚. 德国“隐形冠军”企业总体情况概述[J]. 科技创新与生产力, 2019(8):16-19, 22.
- [7]刘红松. 聚焦专精特新之路[J]. 企业管理, 2022(1):15-17.
- [8]应云进. 让浙江成为“小巨人”的天堂[J]. 经贸实践, 2021(12):18-20.
- [9]钱丽娜, 石丹. “专精特新”: 资本浪潮与长期主义[J]. 商学院, 2022(1):55-57.
- [10]工信部. 回应: 如何确定“专精特新”中小企业? 政策怎样?[J]. 中国铸造装备与技术, 2022, 57(1):1.
- [11]李长安. 中国企业如何塑造更多的隐形冠军[J]. 人民论坛, 2021(10):82-85.