

## 中银研究产品系列

- 《经济金融展望季报》
- 《中银调研》
- 《宏观观察》
- 《银行业观察》
- 《国际金融评论》
- 《国别/地区观察》

作者：刘晨 中国银行研究院  
电话：010 - 6659 4264

签发人：陈卫东  
审稿：周景彤 梁婧  
联系人：刘晨  
电话：010 - 6659 4264

\* 对外公开  
\*\* 全辖传阅  
\*\*\* 内参材料

## 我国中小企业从“专精特新”到 “隐形冠军”的成长路径研究\*

今年《政府工作报告》强调，着力培育“专精特新”企业，在资金、人才、孵化平台搭建等方面给予大力支持。“专精特新”中小企业具有专业化、精细化、特色化和创新能力突出等特征，是未来中小企业高质量发展的重要方向。本文基于我国专精特新“小巨人”企业发展现状和现实对比，结合国际“隐形冠军”企业发展经验，研究我国中小企业从“专精特新”到“隐形冠军”的成长路径。

# 我国中小企业从“专精特新”到“隐形冠军”的成长路径研究

今年《政府工作报告》强调，着力培育“专精特新”企业，在资金、人才、孵化平台搭建等方面给予大力支持。“专精特新”中小企业具有专业化、精细化、特色化和创新能力突出等特征，是未来中小企业高质量发展的重要方向。

## 一、我国“专精特新”中小企业发展背景

着力培育“专精特新”中小企业，是基于当前国内外环境变化和我国所处发展阶段作出的重要部署。

**第一，外部环境趋于复杂，保障产业链安全的重要性更加突出。**当前全球政经格局多变，局部地区冲突频发，逆全球化趋势加剧。中美博弈从贸易摩擦向投资、技术等领域延伸。同时，新冠疫情阴霾依然笼罩全球，全球经济“滞胀”风险加大，国际经济区域化加速，全球供应链体系趋于重构，产业链供应链趋于本地化。这加大了我国产业转型升级的难度。我国制造业大而不强，2020 年我国工业增加值为 31.3 万亿元，占全球比重近 30%，位列世界第一。但是根据 2018 年《科技日报》统计，我国有 35 项被美国“卡脖子”的技术，在医疗器械、电子通信、核心工业软件、高端材料、精密设备等关键领域依赖进口。加强“专精特新”企业培养有利于保障我国供应链安全、稳定。

**第二，中小企业重要性凸显，竞争力有待提升。**一方面，中小企业在国民经济中的作用愈发重要。作为经济发展的重要主体，中小企业是扩大就业、改善民生、促进创业创新的重要力量。截至 2020 年底，我国市场主体总数达到 1.4 亿户，其中中小企业户数占比 95.68%，营业收入占比 62.98%，利润总额占比 53.46%<sup>1</sup>。另一方面，中小企业面临诸多困境亟需提升整体竞争力。在疫情反复和全球经济下行压力增大的背景下，中小企业面临生产经营成本上升、订单不足、回款难等一系列挑战。疫情暴发初

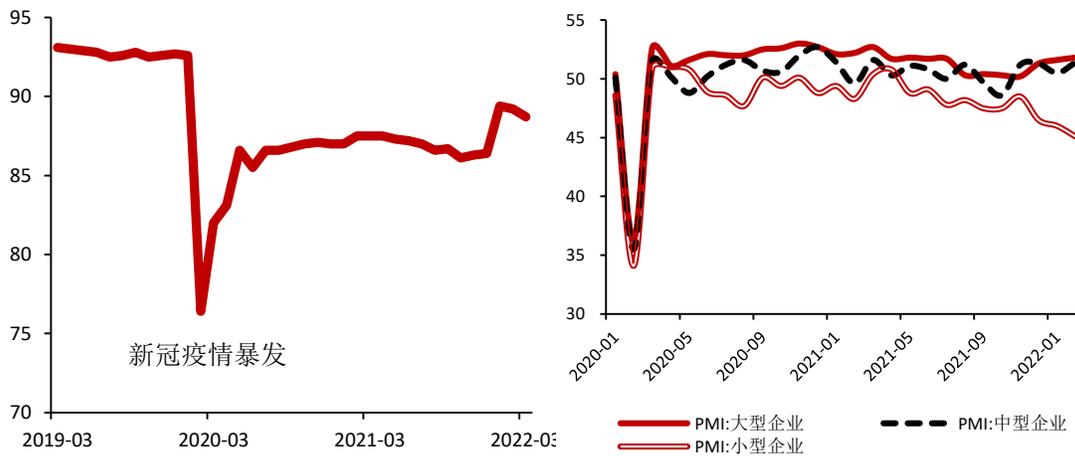
<sup>1</sup> 《中小微企业创新发展报告》，中国人民大学，2021 年 9 月。

期，67.69%的中小企业营业收入减少；21.61%的企业无法及时偿还贷款等债务，经营资金压力加大；86.22%的企业账上资金无法支撑 3 个月以上<sup>2</sup>。伴随一系列助企纾困政策加快落实，中小企业经营生产得到一定恢复。但是当前，国内中小企业整体发展景气度偏低（图 1、图 2）。推动中小企业向“专精特新”发展、提高企业全要素生产率和核心竞争力，不仅是助力中小企业突破困境的重要部署，也是我国经济迈向高质量发展的必由之路。

图 1：中小企业发展指数



图 2：大中小型企业 PMI (%)



资料来源：Wind

## 二、我国“专精特新”中小企业发展现状

### （一）梯度培育体系逐步完善

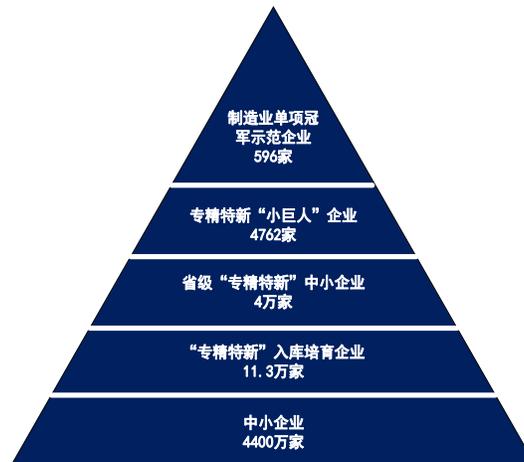
近年来，各级政府部门积极部署，相继出台了一系列政策激发中小企业创新活力和发展动力，引领中小企业向“专精特新”发展。2016 年 3 月和 2018 年 11 月，工信部先后提出发展制造业单项冠军、专精特新“小巨人”企业<sup>3</sup>。2021 年 9 月，工信部提出到 2025 年培育 10 万家省级“专精特新”中小企业、1 万家专精特新“小巨人”企

<sup>2</sup> 《关于新冠肺炎疫情对中小企业影响及对策建议的调研报告》，中国中小企业协会，2020 年 2 月。

<sup>3</sup> 专精特新“小巨人”企业是“专精特新”中小企业中的佼佼者，专注于细分市场、创新能力强、市场占有率高、掌握关键核心技术、质量效益优。单项冠军企业是指长期专注于制造业某些特定细分产品市场，生产技术或工艺国际领先，单项产品市场占有率位居全球前列的企业。其包含两方面内涵：一是“单项”，即企业必须专注于目标市场，长期在相关领域精耕细作；二是“冠军”，即要求企业在细分领域中拥有冠军级的市场地位和技术实力。

业、1 千家制造业单项冠军企业的目标。目前，我国围绕“专精特新”中小企业形成的梯度培育体系已经逐步完善（图 3）。

图 3：中小企业梯度培育体系逐步完善



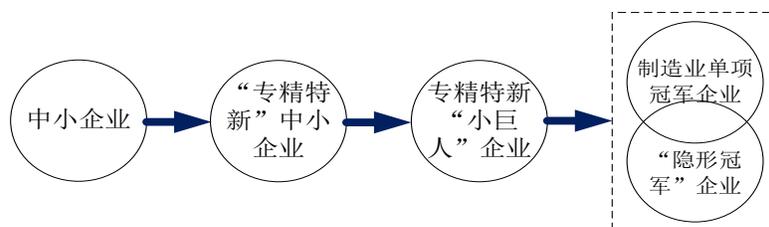
资料来源：工信部

## （二）从“专精特新”到“隐形冠军”的发展路径

“隐形冠军”（Hidden Champions）的概念是由德国著名管理学思想家赫尔曼·西蒙首次提出，特指那些在某个细分市场占据绝对领先地位但鲜为人知的中小企业。西蒙定义的“隐形冠军”需要满足 3 个条件：（1）世界同业市场的前三强或者至少是某个大洲的第一名；（2）年营业额低于 50 亿欧元；（3）不为外界周知，公众知名度比较低。

对比专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、“隐形冠军”入选主要标准，一方面，这三类企业均具有主营业务聚焦、发展战略专注、产品质量领先、创新能力优异的特点。另一方面，三类企业的遴选标准和发展阶段存在差异，专精特新“小巨人”企业是制造业单项冠军、“隐形冠军”的前一个阶段，制造业单项冠军、“隐形冠军”是产业结构转型升级下专精特新“小巨人”企业的升级加强版。鼓励中小企业走“专精特新”发展之路，有利于不断提高企业核心竞争力，最终成长为单项冠军和“隐形冠军”。

图 4：中小企业发展路径



资料来源：作者自制

### （三）从“专精特新”到“隐形冠军”的现实对比

当前，工信部认定的第三批专精特新“小巨人”企业共 4922 家，最终确认 4762 家，其中有 361 家公司在 A 股上市。本部分将利用国内专精特新“小巨人”企业相关数据进行对比分析。

专精特新“小巨人”企业多以民营企业为主，其上市公司中民营企业占比为 86.4%，70.6% 市值为 20 亿-100 亿元。营收方面，专精特新“小巨人”上市公司平均营收为 10.54 亿元，其中 58% 营业收入处于 3 亿-10 亿元区间。德国“隐形冠军”企业平均年营业额为 3.26 亿欧元，30% 营业额在 1.5 亿-5 亿欧元，25% 营业额不足 5000 万欧元，整体营收能力强于我国专精特新“小巨人”企业。

图 5：专精特新“小巨人”  
上市公司类型

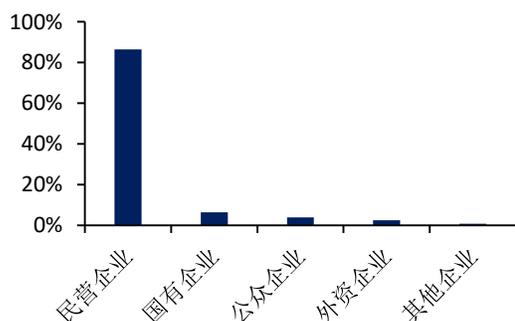
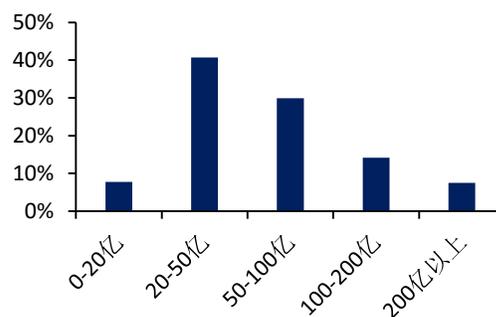


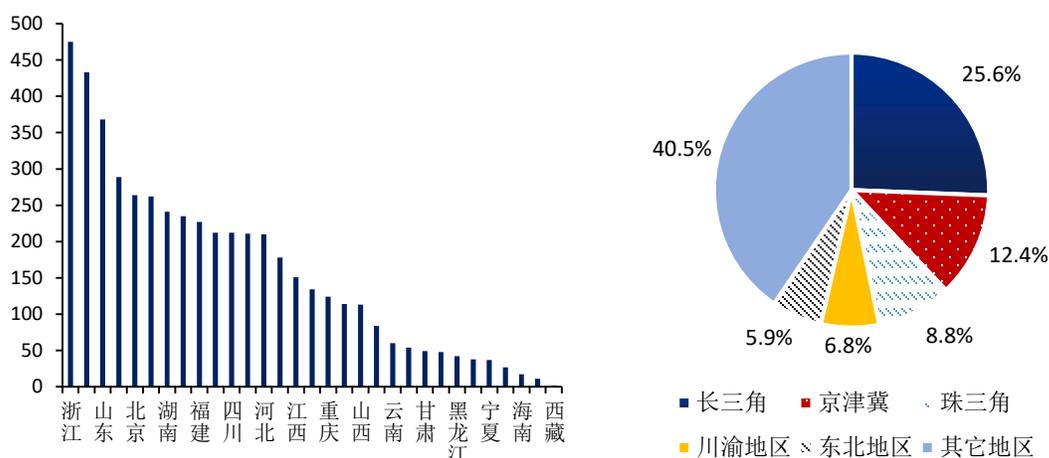
图 6：专精特新“小巨人”  
上市公司市值分布



资料来源：Wind

地域分布上，专精特新“小巨人”企业多集中于经济较发达的东部地区。我国专精特新“小巨人”企业分布前五的地区为浙江、广东、山东、江苏、北京和上海，占比分别达到 9.65%、8.80%、7.48%、5.87%、5.36%、5.32%，合计占比超过 40%。东部、中部、西部地区企业占比分别为 58.67%、26.86%和 14.47%，呈现出“东强西弱”的特征。按区域分类，长三角专精特新“小巨人”企业最为聚集，占比高达 25.6%，京津冀、珠三角和川渝地区企业数位列第二、三、四位，主要因为这些地区拥有良好的制造业发展基础和中小企业创新发展环境。而德国 1500 家“隐形冠军”企业中 90%以上的企业位于经济水平和制造业基础更为发达的原西德地区，东德地区“隐形冠军”企业占比不足 10%。我国东部和中西部地区“专精特新”企业分布数量差距（6：4）明显低于德国西德、东德“隐形冠军”企业（9：1）。

图 7：专精特新“小巨人”企业区域分布<sup>4</sup>



资料来源：工信部网站

成立年限上，国内专精特新“小巨人”企业较德国“隐形冠军”企业尚显年轻。国内专精特新“小巨人”企业成立年限主要集中于 5-30 年，合计占比为 96.8%，成立年限超过 30 年的仅占 2.23%。其上市公司成立时间相对较长，93.4%成立年限为 10-30 年，3.9%成立年限超过 30 年。一方面，专精特新“小巨人”企业平均成立年限为 16 年，远远超过中国中小企业平均寿命（2.5 年），反映出“专精特新”企业大多已迈

<sup>4</sup>工信部三批公布名单共 4922 家，最终经确认的专精特新“小巨人”企业 4762 家。

过中小企业生存的关键节点，进入较为稳定的发展阶段。另一方面，与德国相比，我国“专精特新”企业尚显年轻。德国“隐形冠军”企业平均年龄为66岁，其中38%超过100年历史，平均占有市场领导地位近22年。这是两国发展阶段与发展环境差异带来的结果。由于政策支持、经济快速发展以及数字经济时代市场规模和需求的快速扩张，国内专精特新“小巨人”企业成长周期相对缩短，有望在短期间内实现快速成长。但同时也体现出我国与德国企业的客观差距，“隐形冠军”在细分市场保持几十年的领先地位往往需要长期积累和持续专注。据统计近2/3的“隐形冠军”是家族企业，创立年限较长，经历了市场的种种变动和考验依然屹立不倒。

图8：国内专精特新“小巨人”  
企业成立年限

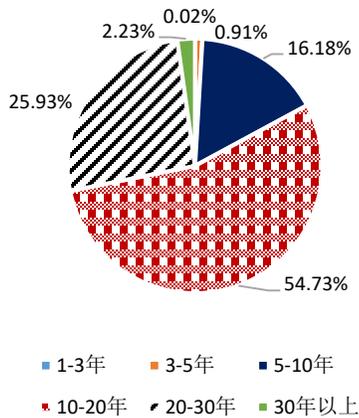
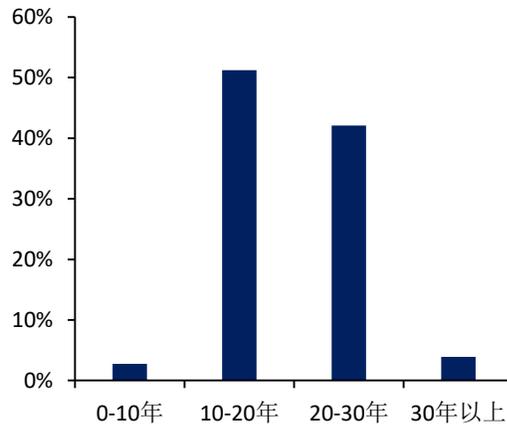


图9：专精特新“小巨人”  
上市公司成立时间



资料来源：上奇产业通，Wind

行业分布上，专精特新“小巨人”企业主要分布于制造业领域。专精特新“小巨人”中电子信息、装备工业和能源行业数量较多，分别为1352、897、785家，占比分别为20.7%、13.8%、12.0%。从行业分类来看，以电子信息、装备工业、仪器仪表、医药为代表的高端制造业占比最高，合计占比47.1%。其上市公司中制造业行业占比高达67.3%。这与德国“隐形冠军”企业相似，在德国69%的“隐形冠军”企业活跃在工业领域，包括机械制造、电子、金属加工等。但是“专精特新”并不局限于制造业，中德相应企业除了在制造业占据大量细分行业，也有一部分从事服务业，如国内专精特新“小巨人”企业中有1.5%从事商业服务领域、1.2%从事金融领域。德国“隐

形冠军”企业中有 11%属于服务业。

图 10：专精特新“小巨人”  
企业行业分布<sup>5</sup>

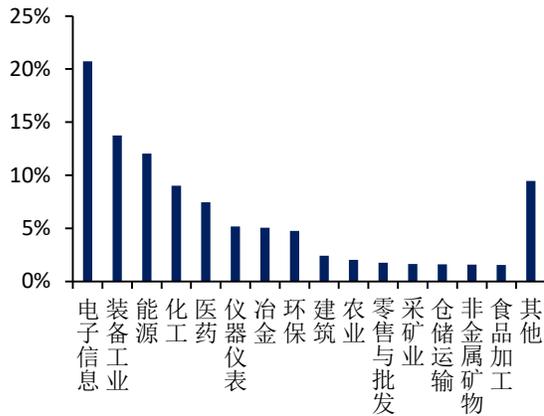
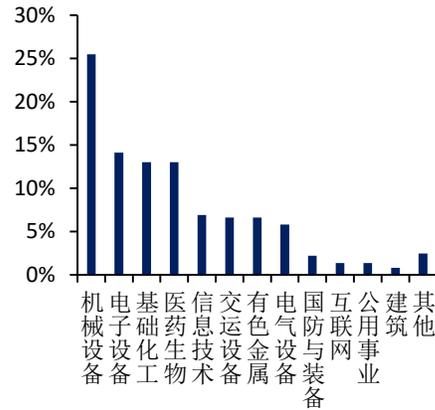


图 11：专精特新“小巨人”  
上市公司行业分布



资料来源：上奇产业通，Wind

创新能力方面，国内专精特新“小巨人”企业创新动能强劲。据《2021“专精特新”小巨人企业专利能力和科创力报告》<sup>6</sup>统计，专精特新“小巨人”企业共有专利申请 48.18 万件，平均每家企业专利申请 98 件，有效发明专利 6.57 万件，平均每家企业有效发明专利量约 13 件，均高于中小企业平均水平，同时也远高于全国企业平均水平。同时，专精特新“小巨人”企业共参与制定标准 9511 个，其中国家级标准 4442 个，行业标准 1175 个。从研发投入来看，专精特新“小巨人”A 股、新三板上市公司研发费用占比中位数均为 5.6%，均高于中证 1000（3.7%）和创业板上市公司（4.8%）。与德国相比，2012 年中国超过德国成为全球申请专利数最多的国家，按规模调整后，中国“隐形冠军”企业的研发人员数量是德国的三倍左右<sup>7</sup>。但是，德国“隐形冠军”企业每 1000 个员工能够产出专利 31 件<sup>8</sup>，高于一般大型企业（6 项），专利研发成本仅为一般大型企业的 1/5。国内专精特新“小巨人”创新能力快速提升，但与德国“隐

<sup>5</sup> 考虑到部分企业可能同时涵盖多个行业，且各公开数据行业分类口径存在差异，因此行业分布数据可能存在一定偏差，但是数据整体具备一定参考性。

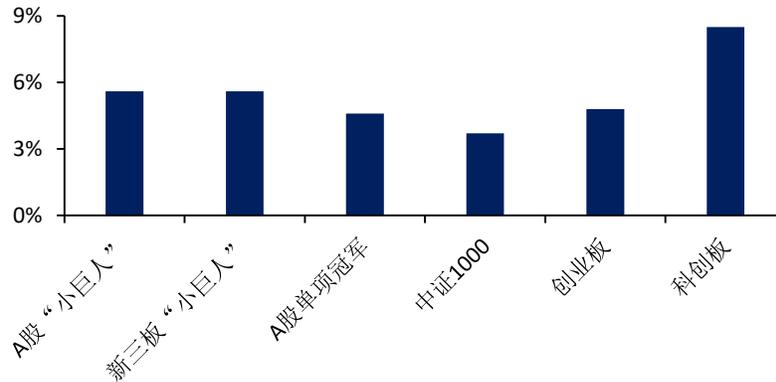
<sup>6</sup> 《2021“专精特新”小巨人企业专利能力和科创能力报告》，智慧芽，2021 年 9 月。

<sup>7</sup> 西蒙：隐形冠军迸发新驱动力，《企业家杂志》。

<sup>8</sup> 按照西蒙提供的企业员工数数据进行估算，平均每家企业专利产出约 200 件，远高于我国“专精特新”小巨人企业当前水平。

形冠军”企业相比，创新潜能仍有待进一步激发。

图 12：专精特新“小巨人”上市公司研发费用占比中位数



资料来源：Wind

### 三、中小企业从“专精特新”到“隐形冠军”的国际经验

我国“专精特新”企业具备一定的发展比较优势和良好的发展前景，但是全世界近 3000 家“隐形冠军”企业中国仅有 68 家，远低于德国、美国、日本的 1307、366 和 220 家。为了推动更多中小企业成长为世界顶尖的“隐形冠军”企业，可以借鉴部分国家的发展经验。

#### （一）企业层面

一是深耕专项领域，把握潜在市场机会。德国的旺众（Wanzl）公司只生产购物推车和行李推车，在全球市场占有率约为 50%，位居世界第一；德国福莱希（Flexi）公司主要生产伸缩狗链，全部制造过程均在德国一家工厂完成，占据约 70%的世界市场份额，90%的产品出口海外，遍及 100 多个国家。制药包装行业的全球领先系统供应商乌曼（Uhlmann）表示：“过去，我们只有一个客户；未来，我们也只有一个客户。我们只做一件事，但我们做得最好”。日本企业也充分重视利基战略，YKK 集团在 1934 年通过市场调研了解到，拉链产品市场狭窄，企业主要通过手工生产拉链，缺乏机械设备支持，技术提升空间很大，市场竞争程度不高，有利于后进者的生存和发展。据此判断，YKK 以高质量拉链打开市场，如今全球市场占有率达 50%。从国际领先的

“隐形冠军”企业经验来看，提升专注度、深挖利基市场已经成为“隐形冠军”企业长期稳定发展的共性条件之一。

**二是坚持创新，提升产品附加值。**成功的“隐形冠军”企业不仅拥有高市场占有率，也具有较高的盈利能力。因此，能否制定行业标准、具有行业话语权，也将成为决定“隐形冠军”企业长远发展的重要目标。西蒙根据统计数据发现，85%的“隐形冠军”企业管理者认为技术领先是企业最重要的标志，其次为质量领先、知名度、产品系列宽度和声誉等。大部分日本“隐形冠军”重视依托持续创新产生高附加值产品，营业利润率多超过 10%。在拥有第一个“隐形冠军”产品后，会重点考虑是否有必要继续开发，并通过对未来市场规模的预测判断该行业的发展阶段，不断强化抗风险能力。德勤《全球制造业竞争力指数》报告显示，日本制造业排名实现从第六名到第十名、再回升到第四名的“V”型反转，主要源于传统制造巨头市场被中韩蚕食之后，日本企业开始转向半导体、精密仪器、医药、新型材料等细分领域，并逐渐把控技术密集、高附加值的核心环节。生产半导体芯片需要硅晶圆、合成半导体晶圆、光罩、光刻胶、药业、靶材料等 19 种必备材料，日本有 14 种占据全球 50%以上的份额。此外，美国 3M 公司专注于生产胶带以及薄膜相关的产品，通过持续创新开发了近 7 万种品类，利润率高达 16.3%。

**三是不断完善治理结构。**德国中小企业多为家族企业，企业所有者拥有高度的自主权和独立性，上市或外部融资意愿不强。同时，德国“隐形冠军”企业多以间接融资的方式筹措资金，并形成由企业股东和银行、员工、社区、产业上下游等利益相关方共同治理的模式。一方面，由于不受到外部股东关于短期盈利、市值等方面的压力，企业规划和决策往往更具长远眼光；另一方面，共同治理模式下家族企业治理结构也更为完善。但是，以家族企业为主的日本，由于国内人口结构老龄化、技术革新带来行业淘汰、疫情造成亏损等原因，截至 2021 年约 6 成以上的中小企业主面临家族内无人继承的难题。

**四是平衡本地市场和全球市场。**当前，中国“隐形冠军”企业多处于国际化经营早期。对比中德两国“隐形冠军”企业，中国企业国际业务相对较少。大多数德国

“隐形冠军”企业入驻全球 50 多个国家和地区，多数中国“隐形冠军”企业则仅在几个国家开展海外业务。区别于德国和日本，中国具有庞大的本土市场，强劲的市场需求有利于“专精特新”企业早期的稳定发展。但是，根据 2030 年全球经济发展预测，未来全球经济总量第一梯队的中国、美国与欧盟 GDP 合计占比为全球总量的 60%，而中国市场虽然将超越美国成为世界第一，但是仅占全球市场的 18%。如果将发展眼光局限在国内，企业将失去较大规模的国际市场。因此，在依靠国内庞大的内部市场稳定发展的同时，仍然需要注重对国际市场的开拓。

## （二）政府层面

**一是健全中小企业从“专精特新”到“隐形冠军”的培育体系。**为了完善中小企业培养模式，德国形成了“知识创造和溢出体系—企业—政府”三位一体的培育机制。在德国，由 67 家学院构成的弗劳恩霍夫协会重点为中小企业提供有商业价值的解决方案，而政府每年为弗劳恩霍夫协会提供 2/3 的经费支持，剩余 1/3 来源于私营企业的应用研究合同。弗劳恩霍夫协会聘请超过 2.3 万名员工（多为科学家和工程师），帮助企业把基础性研究转化为具有商业价值的制造业技术，通过生产工序以及产品创新，强化德国制造业的竞争优势。德国政府则通过向基础型和应用型研发机构投入巨额资金，构建密集的研究机构网络，帮助中小企业解决研发和技术难题，同时在不同地区投入政府资金打造创新集群，让技术和各类资源向重点行业的中小企业集中。通过三位一体的模式，有效降低了中小企业创新、研发、技术改造的成本。

**二是充分发挥各类组织机构作用。**德国政府部门设立了专门的中介组织，为中小企业发展提供全方面的服务。德国联邦政府经济部、财政部、科技部都下设专门负责中小企业的机构，各州政府、德国工业协会、工商会也设有专门负责中小企业的促进部门，一些指定的银行也设有专门的机构，负责召集研讨会、信息交流会，为中小企业提供各种国内外市场信息咨询并提供补贴。日本方面，通过行业协会保障企业发展，协会的负责人多为行业内大企业高管。例如，日本的机床方面协会会长为东芝董事长，副会长为马扎克公司，通过行业龙头作为行业协会管理者，为“隐形冠军”创造更加适宜的土壤。

三是保障人才培养和基础研发，提升企业创新能力。中小企业创新发展，离不开重点领域的基础技术革新和人才培育。在职业教育领域，德国实行“双轨制”教育模式，即由教育机构和企业联合展开职业教育。学校负责传授理论知识，企业为学生安排一线实习和培训，通过职业教育为中小企业培养大量高技能工人和技术人员。因此，虽然德国工人和技术人员的工资远高于发展中国家，但是也具备极高的劳动生产率。而中国的产业工人主要为农民工或职业技术学校毕业，中小企业缺乏技术熟练的一线技工。基础研发方面，美国具有较为完备的基础研发模式。一方面对具有较强创新能力的中小微企业提供知识产权保护，另一方面高度重视高校、科研院所等研发部门的基础性创新。据白宫管理和预算办公室数据，2018 财年美国联邦政府研发总经费预计投入 1177 亿美元，其中基础研究经费投入 289.4 亿美元，占比 24.6%，为 2010 年以来最高水平。

四是完善针对中小企业的金融支持体系。针对中小企业科技发展，德国已经构建起由国家开发性银行推动、各商业银行提供主要资金支持、担保银行防范贷款风险的金融支持体系。1948 年《德国复兴信贷银行法》出台，致力于促进国家技术进步，指出业务领域涵盖“中小企业融资”，此后核心业务逐步转向中小企业。2019 年，德国复兴信贷银行投入中小企业资金约 360 亿欧元，接近其全年总投入（773 亿欧元）的一半。2020 年，随着新冠疫情在全球范围内暴发，为了缓解中小企业疫情期间经营压力，德国复兴信贷银行将总贷款额度提升至 1353 亿欧元。通过创新性的以“转贷”机制委托商业银行发放贷款，不仅有利于调动各银行积极参与，同时也保障了金融支持的差异化。承接“转贷”的商业银行在支持德国中小企业发展中扮演了重要角色，目前对中小企业累计贷款约占信贷市场的 70%。同时，为了分散银行信贷风险，德国担保银行协会对中小企业贷款进行担保，保障了中小企业特别是初创企业融资。根据相关数据显示，如果缺少协会担保，60%的初创企业无法创立，初创企业 72%的投资额在没有作保的情况下无法实现。此外，德国政府持续创新政府投资基金运作模式，通过设立引导类投资基金对创新型中小企业进行股权支持。

五是推动企业数字化转型。当前数字技术为中小企业特别是“专精特新”企业提

供了发展的快车道。数字技术使得企业生产过程中的所有数据可以实时采集，信息系统贯穿所有生产环节，有助于提升企业的生产经营效率。德国最先提出了“工业 4.0”概念，在产业数字化领域领跑全球。在员工人数超过 100 人的德国企业中，59%的企业正在应用“工业 4.0”范畴中的新技术，22%的企业计划在近期引入产业数字化，17%的企业对未来参与产业数字化进程表示乐观。德国老牌连接器巨头菲尼克斯自主研发电子产品混合生产线，涵盖数据采集、产品快速切换、视觉检测等技术，一条产品线可以生产 120 多种产品。随着以 5G、工业互联网为代表的新一代信息技术不断创新迭代，数字技术与传统产业融合已经从最初单一技术、领域应用下的“人智”驱动，逐步演进为基于生产、研发、经营等各个环节海量数据进行采集、分析、治理、共享的“数智”驱动。未来，制造业数字化转型持续推进，将驱动以制造业为主的“专精特新”中小企业产品质量改进、生产效率提升、创新方式变革，提升产业链供应链韧性。

## 四、政策建议

推动中小企业向“专精特新”方向发展，通过专注领域和持续创新努力成为“隐形冠军”，有助于推动中小企业高质量发展，助力制造强国建设。根据《隐形冠军：未来全球化的先锋》，隐形冠军战略有两大支柱：一是通过聚焦形成有深度的专注；二是全球化。而国内中小企业目前已经基本具备了两大战略的基础，一方面，伴随围绕“专精特新”领域一系列配套政策的出台，原本聚焦于某一领域的中小企业有更多机会进行深度发展，推动价值创造链各个环节精细化、深度化；另一方面，国内巨大的市场规模和广阔的市场前景为中小企业发展提供了海量潜在需求。

### （一）企业方面

**第一，提升专注度，从专注中把握市场机遇。**与国际上百年“隐形冠军”企业相比较，虽然中国的“隐形冠军”企业利用成本优势在发展初期取得世界领先的市场份额，但是由于战略布局缺乏长期性，不少企业在激烈的市场竞争中快速消失。当前，我国“专精特新”企业成立时间仍然较短，应当专注产品质量、注重原始创新，形成富有活力的创新生态体系。在持续专注的发展过程中利用时间差、成本差、产业差和

庞大的潜在需求市场，抓住机遇占领市场，实现快速成长。一方面需要抓住市场机会，在利基市场中找到突破口，有效发掘市场潜能；另一方面在具有一定市场规模的情况下，牢固树立长期发展、与时俱进、精益求精的企业精神，打造相应领域的品牌效应，避免被竞争者替代。

**第二，围绕客户需求优化质量、持续创新。**相对规模扩张，欧洲的“隐形冠军”企业更加注重技术和客户需求的结合。例如在螺丝领域拥有全球最高销售额的Wurth公司，为方便客户寻找、配对、使用同等规模的螺丝和螺丝刀，生产时会匹配相同颜色的标签。我国中小企业应当认真考察客户需求，不断加强技术创新，依靠产品和技术取胜。通过推动主营业务的应用研究，牢牢掌握核心环节和关键技术，不断挖掘产品附加值，成长为相应领域的“技术先锋”。

**第三，立足长期发展，完善治理结构。**一方面，应当及时规范企业治理模式，着力解决企业内部制度不完善、治理不健全、财务会计基础薄弱等问题，增强公司治理和风险防范意识；另一方面，创新企业治理方式，及时制定长期发展目标，合理应对企业持续稳健发展和企业传承之间的矛盾，通过尝试引入并购式继承、员工持股机制、职业经理人机制等，逐步完善企业治理结构。

## （二）政府方面

**第一，应当持续完善“专精特新”企业培养体系，健全潜在“隐形冠军”企业的发现和培育机制。**首先，按照产业链优化“专精特新”企业分类遴选，针对不同阶段、不同行业的企业实施差异化、精准化扶持。其次，推动更多企业入选国家级“专精特新”小巨人企业，为相应领域培养“隐形冠军”企业持续输送新鲜“血液”。再次，完善分类培育办法。通过“创客中国”中小企业创新创业大赛等“双创”活动，挖掘培育潜在“专精特新”中小企业。通过为“专精特新”中小企业定制专属服务包，精准支持企业发展。最后，打造各类培育载体。大力培育中小企业公共服务示范平台、小型微型企业创新创业示范基地，完善“百十万千”梯度培育体系，引导广大中小企业走“专精特新”发展之路。

**第二，完善“专精特新”和“隐形冠军”企业人才培养机制。**首先，应当注重“专精特新”、特别是国家急需领域的人才培养的价值导向，引导高校、科研单位培育专项领域的人才。其次，建立以关键产业技术突破为目标的培养和评价机制，实现立体化、多元化、市场化的人才评价，激发科技人才的创新活力，实现“专精特新”领域人才和企业的厚积薄发。最后，强化以企业应用为导向的职业教育，鼓励企业深度参与职业教育办学工作，完善产教融合型企业认证制度，营造企业承担职业教育责任的社会环境。

**第三，合理引导资金流向“专精特新”企业。**首先，通过设立政府创投引导基金的方式，用财政资金撬动市场资金。其次，银行在考虑信贷条件、额度、期限时，把“专精特新”企业的创新能力和核心技术作为重要因素，提高对具有核心技术、成长性强的科技型企业的服务力度，围绕“专精特新”中小企业所在供应链开展金融服务。再次，通过税收减免的方式，给予投资“卡脖子”行业等关键领域的投资机构更高的税收优惠。通过事后补贴的方式，给予孵化出专精特新“小巨人”“隐形冠军”企业的孵化器或投资机构一定奖励等。最后，发挥股权融资、债权融资作用。优先支持创新能力强、发展潜力大的“专精特新”企业在主板市场上市，推动更多“专精特新”中小企业在北交所、科创板、新三板等上市。大力发展债券市场，采取增信措施，支持“专精特新”中小企业通过发行债券，获得更多中长期融资。

**第四，加快数字化转型，助力“专精特新”企业高效发展。**近年来，我国制造业数字化进程不断加快，有利于推动“专精特新”中小企业数字化转型。但是，目前中小企业仍面临转型基础薄弱、人才供给不足、前期投入压力大、数据安全风险等众多挑战。对此，首先，巩固对数字基础设施的支持保障，加快部署物联网、工业互联网、人工智能、5G等新一代信息通信基础设施。21个省区市在今年政府工作报告中将工业互联网列入了今年的工作任务，进行积极部署。一季度以来，工业互联网标识解析体系国际根节点、国家工业互联网大数据中心等75个项目建成投入运行，全国“5G+工业互联网”在建项目总数达到了2400个，为制造业数字化转型奠定了坚实的基础。其次，传统“专精特新”中小企业应通过数字化技改和平台化服务赋能加快数字转型升

级，提高产业链上下游协同能力。最后，激发“灯塔工厂”等制造业示范企业引领作用，以整体解决方案等方式逐步开放数字应用、智能生产技术，带动中小企业数字化发展，从而推动产业链整体智能化水平提升。

