期待中小企业找准“专精特新”赛道

■ 任兴磊

早在2011年，工业和信息化部组织召开的全国中小企业信息化推进工作会议就提及“专精特新”这一概念，强调“仅有大企业是不够的，还要培育一大批专精特新、充满活力的中小企业”。

今年“专精特新”与补链强链、制造强国、科技强国等国家战略结合在一起，足见这些干劲十足、充满活力的“专精特新”中小企业对于增强国家竞争力所起到的重要作用。特别是在疫情持续的当下，“专精特新”中小企业确实表现出了更强的抗风险能力。

单从字面上来讲，“专精特新”分别对应的是专业化、精细化、特色化和新颖化。培育专精特新中小企业就是鼓励中小企业创新。

中小企业走“专精特新”之路，贵在“专”字上下功夫。唯有专注才能成为行业领风者。如果有谁试图同时赢得100米跑和马拉松比赛的金牌，那么他在这两场比赛中拿牌的概率极小。聚焦是获取优异表现的先决条件。大多数“专精特新”企业只专注一个很小的领域，塞北股份就是典型的一家。这支创业团队来源于包头一机等国有企业，几十年来始终埋头于专业技术领域，专注于特种机械设备的研发与制造，主要为特种车辆提供变速箱前箱总成、应急泵、控制阀、转向柱调整机构等车辆配件，成为特种车辆零部件领域隐形冠军。

中小企业走“专精特新”之路，贵在“精”字上用匠心。不论是工业经济还是数字经济，工匠精神始终是创新创业的重要精神源泉。在企业“潜心务专”的同时，以“精工精匠”为发展目标，有助于激发企业活力，提升竞争韧性。重庆曙光产业园创业二十年来，坚持“精细化管理、匠心化服务”，以住宅品质打造工业园区，精选高品质建筑材料修筑厂房，导入3S标准化管理机制，践行匠心理念；同时采用智能化设备服务园区运维，打造现代化产业园区。

中小企业走“专精特新”之路，贵在“特”字上树品牌。“特色化”是中小企业顺应时代发展的内在要求，也是企业树立品牌的有效路径。上海黑瞳信息技术有限公司创业十年来，专注金融反欺诈领域，旗下拥有身份验证、人脸识别等领域多家子公司，与公安、司法、通讯、社保、银联、铁路、航空等权威机构建立了长期战略合作关系，正在为包括银行、保险、信托、消费金融等持牌金融机构，以及互联网金融等2000多家企业提供服务，目前装机量2.2亿次。基于对行业的洞察以及多年的实践积累，2018年该公司品牌升级为黑瞳科技。黑瞳科技基于自身先进的大数据技术，与覆盖全球2万多家银行的GBG达成战略合作。

中小企业走“专精特新”之路，贵在“新”字上见实效。“新颖化”是中小企业提质增效的持续动力。新颖化的本质就是创新，通过创新来培育新的增长点，形成新的竞争优势。作为科创板重点支持的六大战略新兴产业之一，生物医药行业已为科创板输送了一批创新药企业。在这些创新药企业背后，药物研发服务外包(CRO)企业凭借更敏锐的创新眼光、更前沿的研发实力，持续为创新药研发赋能。从上海张江起步的美迪西，作为具有综合服务能力的新药研发临床前研究企业，十几年如一日，从药物探索与发现到药学研究，再到临床前研究，协助客户快速、高效地完成新药研发临床前研究各个阶段任务。

“事实上，我们一直在追赶创新。”美迪西CEO陈春麟博士道出了CRO临床前研究产业的价值和不易。在他看来，CRO临床前研究服务需要公司越来越早地向前端走，时刻向最前沿、创新的技术成果发力。上市两年来，美迪西不仅成功地借助科创板成为CRO产业链中的“小而美”，而且还成长为CRO赛道的十倍牛股。

福建腾博新材料科技有限公司创始人柯荣富也有类似感慨：应紧跟科技发展趋势，不断追求技术改进，运用创新渠道，想方设法走向高端，提早介入某一创新领域，掌握先发优势，在细分行业领域做强做大。

当千千万万如毛细血管般的中小企业争相创新，从“专精特新”中小企业到隐形冠军企业，再到“专精特新”小巨人企业，这样梯次分布的中小企业无疑为市场经济的繁荣发展植入活力基因，注入强劲动能。随着一系列政策的落地实施，盼望更多的中小企业乘势而上，早日找准自己的专精特新赛道。

（作者系中国中小商业企业协会专职副会长）

以大带小　打造先进制造业集群

■ 本报记者　周东洋

在2021中国500强企业高峰论坛上，中国工程院院士、中国企业联合会特邀副会长王基铭认为，面对新冠肺炎疫情全球大流行，我国大企业直面风险挑战，积极应对，交出了一份令人满意的答卷。

王基铭介绍说，2021中国企业500强实现营业收入89.83万亿元，较上年增长4.43%，发展态势明显好于世界和美国500强，同期美国500强和世界500强的营业收入分别下滑了3.15%和4.81%。另外，2021中国企业500强研发投入增长21.50%，研发投入总额占当年全国研发投入总额的53.49%；研发强度为1.77%，创下历史新高；持有的全部专利中，发明专利占比继续提高，达到41.05%，发明专利总量占到全国发明专利总量的26.66%。“这些成绩极大地增强了我国持续推进企业做强做优做大的信心和底气。”王基铭说。

与会人士表示，今年是“十四五”开局之年，我国企业发展面临的内外部环境更加复杂多变，不稳定不确定因素明显增加，实现持续健康发展仍然任重道远。以500强企业为代表的大企业要积极应对风险挑战，发挥引领示范作用，带动上下游中小企业协同发展，成为推动制造强国和网络强国建设的生力军。

“大企业要着力提升技术创新能力，构建安全稳定的产业链、供应链。”工业和信息化部总经济师许科敏说，大企业是推进创新和提升技术水平的引领者和关键推动者，要充分发挥在创新发展中的核心作用，持续加大研发投入，吸引高端创新人才，创新研发体制与机制，推动产学研用深度融合。

“华为的5G综合实力居全球首位，国家电网公司拥有全球最先进的输电技术，中国中车集团攻克了最先进的高铁牵引技术，我国在部分领域已经实现了从追赶到并跑甚至是超越的转变。”全国政协原副主席、中国企业联合会会长王忠禹说，我国的原始创新还不够多，不少关键核心技术还受制于人。核心技术买不来、等不来，更要不来，突破关键核心技术是我国产业升级和企业创新发展的重要着力点。

在王忠禹看来，掌握发展主动权，培育新的竞争优势，大企业要结合自身实际主动担当，争做科技领军企业。有条件的大企业要强化基础研究，加强原创性技术攻关，努力实现从0到1的突破；要持续加大研发投入，为开展科技攻关提供坚实保障；要积极主动站位，发挥产业组织者和产业链“链主”作用，整合产学研各类资源要素，吸引顶尖人才，发挥管理创新和技术创新的协同效应，打造跨领域、大协作、高强度的创新网络，联合攻克关键共性技术；要善于利用新技术革命带来的弯道超车机遇，发展战略性新兴产业，推进数字产业化和产业数字化，用数字化手段助推关键核心技术突破。

许科敏认为，大企业要不断提高产品与服务质量，丰富完善产品种类，打造具有国际影响力的品牌，带动产业整体质量提升，进一步延伸拓展和深化产业链，推动生产方式向柔性化、个性化、智能化转变。大力发展服务型制造，通过主动的价值创造向产业链价值链的中高端迈进。

许科敏还认为，大企业是产业发展的核心和龙头，要积极构建良好的产业发展生态，发挥大企业在维护市场竞争秩序，制定行业标准，搭建产业共享平台中的牵头作用，主动向中小企业开放资源、赋能中小企业，引领带动上下游企业共同护链、强链、延链、补链，围绕增强核心竞争能力，积极整合产业链资源，联合中小企业建设先进制造业集群，创新产业集群，促进产业链领航企业、单向冠军企业和专精特新小巨人优质企业不断涌现和协同发展，形成良好的生态体系，提升产业链、供应链的现代化水平。

小微企业支付手续费9月30日起全面降低

■ 于晗

本报讯 9月28日，记者从中国支付清算协会获悉，根据国务院关于降低小微企业支付手续费工作部署，在中国人民银行等相关部委指导下，中国支付清算协会积极组织会员单位落实支付手续费降费工作，相关政策将于9月30日起全面落地。调研显示，绝大部分会员单位已完成降费有关各项准备工作，部分商业银行、支付机构已提前对部分手续费项目实行减免措施，降费工作扎实推进。

据悉，面向小微企业、个体工商户等小微主体的降费项目包括银行账户服务费、转账汇款手续费、电子银行服务费、支付账户服务收费等四大类10小项。根据111家商业银行和92家支付机构反馈，会员单位表示可在9月30日如期落实降费工作。

从转账汇款业务量、支付账户数量等来看，上述机构占中国支付清算协会全体会员单位市场份额的95%以上。目前，中国银行、北京银行等部分会员单位已提前落实部分或全部降费措施。小微企业和个体工商户等市场主体对降费政策表示积极欢迎。北京雅量音乐文化有限公司等小微企业反映，公司转账汇款业务较多，支付手续费降费政策涉及多个方面，预计实施后将为小微企业带来较多实惠，进一步降低企业经营成本。

为推动降费工作取得实效，中国支付清算协会全力做好降费工作宣传和政策解读培训工作，加强降费工作落实情况调研，完善降费自律管理机制，推动降费工作落地实施。

在银行卡清算机构大力推动下，商业银行、支付机构积极按照降费政策要求和清算机构安排，抓紧推进系统改造、协议变更等刷卡手续费降费准备工作。84家商业银行和55家支付机构反馈表示，可在9月30日前正式实施优惠费率，该部分单位受理的银行卡刷卡业务量占全体会员单位业务量的96%以上。

中国支付清算协会介绍说，下一步，协会将在中国人民银行指导下，继续加强对会员单位落实降费工作情况的跟踪监测，对降费工作落实不力的情况及时予以纠正，及时总结降费工作成效，推广优秀经验做法，鼓励引导会员单位全面落实降费工作要求，确保降费政策真正惠及小微市场主体。

今年以来，四川天府新区眉山管理委员会不断优化辖区营商环境，通过落实技改投资、金融支持、政策扶持和用工保障等各项惠企政策，加大对生产企业的帮扶支持力度。目前，辖区企业发展势头良好，产品订单不断，各企业正开足马力赶制产品，不断满足市场需求。图为四川天府新区眉山片区中建钢构(四川)有限公司的工人正在赶制产品订单。　中新社发 **张忠苹 摄**

世界500强在广东投资企业数量达2416家

■ 许青青

9月28日在2021跨国公司投资广东年会上发布的《世界500强企业对粤投资研究报告》显示，截至2020年12月，广东吸引350家世界500强企业，在粤投资企业数量达2416家，注册资本规模累计超过1807亿美元。世界500强在粤投资发展水平在中国各省市区位列第三，仅次于北京和上海。

报告指出，世界500强在粤投资的境外资金首要直接来源地是香港，截至2020年12月，直接来源于亚洲地区的境外资金占83.6%，其中香港占比达60%。从趋势来看，新加坡作为世界500强在粤投资重要资金直接来源地的作用愈发凸显。

世界500强中的外资企业在粤投资发展高度集中于制造业，投资注册资本规模达138.8亿美元。在第三产业方面，世界500强中的内资企业在粤投资以金融和商务租赁领域为主，境外世界500强侧重于商务服务领域。

报告数据显示，世界500强在粤投资高度集中于以深圳、广州为中心的珠三角城市圈。截至2020年12月，珠三角地区共吸引276家世界500强企业，其中广州和深圳分别是256家和229家。从投资企业数量来看，世界500强在珠三角地区投资2253家企业，占其在广东全省投资企业数量的93%以上，其中在广州、深圳两市的投资企业数量共计有1632家，占比达到67.5%。

世界500强在粤投资形式以法人独资为主。报告认为，世界500强在广东经济发展中处于重要地位。尤其是中国加入WTO20年来，世界500强投资在要素供给、产业升级、财政税收、就业、技术进步、管理学习、市场拓展、对外贸易等方面作出了重要贡献，极大地促进了广东省经济社会发展和转型升级。

发明创新工作将有三大转变

本报讯 “站在新一轮技术革命背景下深入解读国家创新驱动发展战略、知识产权强国战略、科技强国战略，在物联网、大数据、云计算、人工智能等新一轮信息技术革命推动下，发明创新工作有三个转变。”中国发明协会新任理事长、中国科学院院士吴朝晖在9月27日至28日举办的中国发明协会第八次全国会员代表大会暨第十五届中国发明家论坛上介绍说，一是在知识体系上，需要倡导知识融通，以学科交叉汇聚引领高质量的发明创新创造；二是在组织模式上，需要借助团队力量，以协同创新攻关推进高质量的发明创新创造；三是在创新方式上，需要促进范式迭代，以创新方法并用支撑高质量的发明创新创造。

对于中国发明协会未来的工作方向，吴朝晖建议：一是对接国家建设世界主要科学中心和创新高地的需求，将多学科交叉汇聚引入到创新创造过程，为发明人的创新创意提供知识支撑与理论指引。

二是适应新一轮科技革命、产业革命的趋势，将协同创新引入到创新创造过程，让基于关键核心技术问题解决的团队攻关模式，成为完成发明创新创造的有效方式。

三是推进创新范式转型变革，将多方法并用的组合式创新方式引入到创新创造过程，提升发明者从事创新创造的效率。

（钟新）

农业贸易百问

新冠肺炎疫情下中国农食产品贸易有哪些新特点？

■ 尤星宇

2020年初，新冠病毒肆虐，迅速席卷全球，给各行各业带来了巨大影响。根据联合国公布的数据，2020年全球货物贸易额同比下降5.6%。但据中国海关数据，2020年我国农产品贸易额为2468亿美元，同比增长8%。在新冠肺炎疫情影响下，我国农产品贸易额不降反增，中国农食产品消费与贸易有哪些新特点？

一、便捷食品销售势头迅猛

近年来，随着生活节奏加快、消费结构升级，方便食品迎来了转型升级，新冠肺炎疫情更是加速了这一转型进程，使该行业呈现爆发式增长。

这次疫情中，不少国家要求国民尽量避免外出，居家隔离，使得具备独立包装、易烹调、保质期长等特点的便捷食品深受欢迎。

以即食火锅、即食粥、方便米饭为代表的自热速食最受市场追捧，其方便快捷又兼顾营养与风味，能够满足消费者味蕾需求。前瞻产业研究所表示，2020年我国自热食品的市场规模达到42亿元。2020年“双11”自嗨锅的销售额突破10亿元，同比增长37.5%；开小灶系列自热米饭2020年度收益实现倍数增长，全年营收突破3亿元，同比增长628%。

谈到便捷食品，还不得不提到2020年度爆款产品螺蛳粉。2020年，柳州螺蛳粉销量出现井喷，袋装柳州螺蛳粉产销量达到106亿元，日产量最高达325万袋，较上年增长68.8%。别具风味的柳州螺蛳粉同样深受海外市场欢迎，产品远销海外20多个国家和地区，主要出口国家包括美国、加拿大、新加坡等，出口额是2019年出口额的35倍。

二、中国调味品的海外接受度提升

据艾媒咨询统计数据显示，2020年中国调味品行业市场规模达到3950亿元。疫情使餐饮消费的外食部分转向家庭烹饪，由此拉动了家庭用户对调味品的消费需求。

对于全球消费者而言，居家自制餐食让调料品成为了家庭刚需，这就给了中国调味品在海外市场大展拳脚的机会。根据阿里巴巴国际站的统计，2020年4月中国调味品的日均独立访客数同比增长96.5%。以涪陵榨菜、老干妈辣椒酱为代表的国内知名调味品深受海外市场欢迎。据统计，2020年，老干妈辣椒酱销售收入54亿元，相比2019年增长超3亿元，同比增长7%，出口30多个国家，主要有美国、泰国、菲律宾、印度等；2020年，涪陵榨菜营业收入22.73亿元，同比增长14.2%，出口总额2380万元，同比增长54.3%，主要出口到日本、美国、韩国、加拿大、马来西亚等50多个国家和地区。可见，具有中国特色味道的调味品深受海外市场欢迎。

三、营养健康食品市场热度走高

随着新冠肺炎疫情席卷全球，人们对健康话题愈加关注和重视，具有营养健康、增强体质、预防疾病等特点的食品很受欢迎。

中国营养学会食品消费大数据显示，2020年消费者在肉蛋奶、豆类食物上的消费，与上年同期相比均有不同程度增长。例如，乳制品消费量增速达8%，其中液态奶同比增长16%，创近15年新高；有机豆类消费量同比增长4至6倍。

保健食品消费也一路上扬。2020年我国进口营养保健食品48.1亿美元，同比增长23.9%，出口额21.8亿美元，同比增长11%，均创历史新高。

另外，坚果这个被贴上健康标签的加工零食也迎来了行业风口。疫情暴发后，全球市场对坚果类食品的需求明显增加。根据中国海关数据，2020年，我国鲜、干水果及坚果出口金额达68亿美元，同比增长14.7%。以洽洽食品为例，2020年海外业务全年取得营业收入4.71亿元，同比增加46.4%，占营业收入的比重从6.7%提升至8.9%，产品远销泰国、日本、印尼、越南、美国、韩国等40多个国家和地区。可见，后疫情时代，坚果市场热度较高，相关产品需求强烈。

（来源：农业农村部农业贸易促进中心）