

我国制造业单项冠军企业与日本“全球100强利基企业”的比较研究

武 琪, 张 丽*, 产 健, 李世龙

(中国科协创新战略研究院, 北京 100038)

摘 要: 中小企业作为我国经济的核心驱动力, 支撑了就业、税收与经济增长。工信部发布的《“十四五”促进中小企业发展规划》旨在通过分级培育机制, 打造创新型、专精特新及制造业单项冠军企业梯队。其中, 制造业单项冠军企业凭借专业化、精细化、特色化及创新优势, 成为行业标杆。为更好弥补我国企业在发展上的不足, 促进转型升级, 加速经济高质量发展, 研究通过比较分析的方法阐述我国制造业单项冠军企业与日本“全球100强利基企业”的异同。通过对比发现, 我国制造业单项冠军企业在地域分布上与日本相似, 主要集中于经济核心区域与国家重要工业地带; 成立年限方面, 日本“全球100强利基企业”显著高于我国制造业单项冠军企业; 在企业规模上, 我国大于日本企业。我国制造业单项冠军企业目前存在地域均衡发展不足、长期稳健经营和技术积累不足等问题。针对以上问题, 研究提出促进制造业单项冠军企业多区域协同发展、强化企业家精神、推动核心技术多领域拓展等对策建议。

关键词: “专精特新”企业, 制造业单项冠军企业, 日本“全球100强利基企业”

1. 引言

中小企业, 作为我国推动经济实现高质量发展的重要基石^[1], 占据了全国企业总数的99.7%, 贡献了约50%的国家税收总额, 创造了国内生产总值60%的最终产品和服务价值, 承担了70%以上的全国新产品开发任务, 并吸纳了超过80%的城镇就业人口^[2], 不仅广泛分布于各行各业, 更是经济发展不可或缺的角色。其中, 制造业单项冠军企业更是这庞大群体中的璀璨明珠, 它们集专业化、精细化、特色化、新颖化于一身, 凭借独特的创新策源能力和强大的市场竞争力, 引领着

自主研发与创新创造的潮流, 成为推动经济高质量发展的重要角色。工业和信息化部2021年发布的《“十四五”促进中小企业发展规划》明确提出, 到2025年, 培育一百万家创新型中小企业、十万家“专精特新”中小企业、一万家专精特新“小巨人”企业、千家制造业单项冠军企业^[3]。中央财政设立中小企业发展专项资金并安排奖补资金, 并建立了多方位多层次的创新性企业梯次^[4]。

世界各国“专精特新”企业的发展模式以及扶持策略各具特色。日本在“专精特新”企业发展方面做法较为成功且富有特色和典型意义, 具

作者简介: 武 琪, 中国科协创新战略研究院, 博士后, 研究方向为科技评估。

张 丽, 中国科协创新战略研究院, 研究员, 创新评估研究所副所长, 研究方向为创新管理、科技评估、区域发展。* 通讯作者。

产 健, 中国科协创新战略研究院, 助理研究员, 研究方向为科技创新战略与政策、区域创新发展。

李世龙, 中国科协创新战略研究院, 博士后, 研究方向为人才竞争力评估。

体而言，日本经济产业省每隔几年评选出一批“全球100强利基企业”，代表着在全球市场细分领域中胜出的优秀日本企业，2020年入选这一榜单的企业平均全球市场份额占比为43.4%，营业利润率为12.7%，海外销售比例为45.0%^[5]。为此，本研究通过系统梳理并分析我国前七批制造业单项冠军企业595家的相关数据与情况，旨在深入对比我国这些制造业单项冠军与日本“全球100强利基企业”之间的异同点，通过剖析日本“专精特新”企业的发展情况以及成功经验，为我国“专精特新”企业建设提供有益的借鉴，以期有效弥补我国“专精特新”企业建设的短板、加快企业转型升级。

2. 文献综述

“单项冠军企业”这一概念源头可追溯至“隐形冠军”（Hidden Champion）企业的理念，该理念于1993年由德国著名管理学专家赫尔曼·西蒙教授^[6]（Hermann Simon）首次提出。西蒙教授在研究德国出口贸易持续增长的动力时，注意到一群在各自细分领域内占据全球或欧洲领先地位，但公众知名度并不高的中小企业。这些企业在全世界或欧洲大陆市场份额中名列前茅，却往往不为大众所熟知，因此西蒙教授将这类企业取名为“隐形冠军”企业，并界定为在全世界细分市场排名前二或欧洲市场领先，知名度较低且年销售额未达10亿美元的德国中小企业。西蒙教授在其后20多年的深入研究中，不断拓宽“隐形冠军”的研究范畴，从德国扩展到欧洲乃至全球^[7]。他强调21世纪的“隐形冠军”须具备全球化视野和灵活的应变能力，以应对日益复杂的国际市场环境。随着研究的深入，不同学者根据各自地区的实际发展和市场特点，对“隐形冠军”的定义和特征进行了本土化解读。例如，Voudouris^[8]等提出，希腊的“隐形冠军”应是以国际市场为导向、财务表现卓越的本土企业，且员工规模需在20至250人之间。韩国学者Lee^[9]

则定义本国的“隐形冠军”为在全球市场排名前三或在国内市场占主导地位，且年营业额不超过一万亿韩元的中小企业。在中国，邓地和万中兴^[10]结合中国企业的实际情况，通过大量案例分析验证了“通过专注与创新，创造更高的顾客价值，从而把产品卖得更贵”的战略同样适用于中国民营企业，为“隐形冠军”理念在中国本土化的应用提供了有力支撑。后续研究进一步拓宽了“隐形冠军”的内涵，不再局限于公众知名度和收入等硬性指标，而是更加注重企业在全世界市场的领导地位。

国家层面关于单项冠军企业的评选始于2016年，每年组织评选一次，至2024年共评选八批，自单项冠军企业开始评选之后，我国学者关于单项冠军企业的研究也在增加：刘诚达^[11]根据2012—2016年制造业上市单项冠军企业的研发支出数据，运用企业规模作为异质门槛，分析得出企业研发投入强度与企业绩效之间存在着非线性关系；熊孟尉等^[12]通过对单项冠军企业的现状分析，找出基于商业模式创新的成长、跨界成长、数字化成长三种不同的单项冠军企业的成长路径及影响单项冠军企业成长的相关因素，并据此向中小企业提出了相关发展建议；党孟娇^[13]对河北省单项冠军企业的发展现状，从区域、行业、企业规模、市场占有率、创新能力、经营能力和企业认定情况7个方面进行分析，发现单项冠军企业存在规模较小、市场占有率较低、研发投入不够、资源投入转化率低等问题；熊孟尉等^[14]综述近年来学者对单项冠军的研究现状，并以江苏沙钢集团为研究对象，运用扎根理论进行开放式编码和主轴编码的分析，提炼影响企业成长的主要因素，分析刻画出该企业的成长过程模型，以智能制造为核心范畴构建升级模型。其研究表明，以智能制造为核心，通过技术创新和制造模式两个维度可以帮助企业发展为单项冠军；孙梦露^[15]以福耀集团为例研究了制造业单项冠

军企业的商业模式,探究单项冠军企业在中国经济环境下得以成功的原因,提出它在发展道路上的不足之处并提供了相应的建议;刘娇娇^[16]梳理总结了制造业单项冠军企业的内涵特征及主要功能,系统描述了其产业和区域分布现状,揭示了该批企业具有持续竞争优势的特质,探究了我国单项冠军企业持续竞争优势的影响因素;周梦丽^[17]通过对现有文献的梳理,从四个相关理论(技术创新理论、核心竞争力理论、外部性理论和高层梯队理论)入手,分析探讨了政府补贴对单项冠军企业创新的影响;江欣屏^[18]分析了宁波市制造业单项冠军企业总量连续7年居全国城市第一的经验。

但是目前学界对于我国制造业单项冠军企业与国际相比较的研究较少,主要聚焦“专精特新”企业这一大分类。丁可^[19]通过对日本“专精特新”企业的案例分析,总结很多传统行业底层技术只要持续做好一项,并不断积累实践经验,就很可能在某个意想不到的机会中,进入一个全新的高科技领域的发展经验。李晓峰^[20]通过研究美国、日本、韩国对于“专精特新”企业的支持方式发现,三国政府的推动措施可以归纳为强化政府引导、强化政策支持、强化企业服务三类专项举措,并总结出对于我国“专精特新”企业发展的启示。孙艺维^[21]梳理了国外政府建设“专精特新”企业的主要做法,凝练出国外“专精特新”企业建设的共同经验,并对我国“专精特新”企业发展、促进中小企业转型升级提出可行性建议。

3. 中国制造业单项冠军企业与日本“全球100强利基企业”情况对比

3.1 定义及认定标准

根据2023年8月工业和信息化部发布的《制造业单项冠军企业认定管理办法》,制造业单项冠军企业是指长期专注于制造业特定细分领

域,生产技术或工艺水平国际先进,单项产品(生产性服务)市场占有率位居全球前列的企业^[22]。其中明确了制造业单项冠军企业的认定标准,聚焦于企业在专业发展、市场竞争、自主创新、经营管理及额外贡献等多维度的卓越表现。企业需长期深耕制造业某一环节或产品领域,具备十年以上经验,属于新产品的应达到5年及以上经验,并展现出稳定的业绩增长,特别是近三年平均主营业务收入需达到4亿元以上。同时,强调其在全球市场的领先地位,申请产品需占据全球前三的市场份额,且质量卓越、技术领先。此外,企业须具备强大的自主创新能力,拥有高水平的研发机构和丰富的知识产权,推动科技成果有效转化。经营管理方面,企业需展现卓越的管理体系和企业文化,主营业务收入或利润需行业领先,并具备吸引并培育高层次人才的能力。额外加分项则鼓励企业参与国家重大创新项目,服务国家科技创新体系,积极解决产业链关键技术难题,带动产业链上下游协同发展,共同推动制造业的高质量发展^[22]。自2016年工信部发布第一批制造业单项冠军企业以来,截至目前,我国已先后培育遴选出8批共1557家制造业单项冠军企业^[23]。

日本根据《中小企业基本法》把企业分为大型企业、中坚企业以及中小型企业,并根据定量指标定义利基企业。大型企业:特定产品或服务的全球市场规模约为100亿至1000亿日元,且在过去三年内的任何一年的全球市场份额约为20%或以上的企业。中型企业和中小型企业:在过去三年内的任何一年中,特定产品或服务的全球市场份额达到或超过10%左右的企业^[24]。日本经济产业省在认定“全球100强利基企业”时,主要从盈利能力、战略性质、竞争优势及国际性四大维度去考量。在盈利能力方面,重点考量的是“人均销售额”和“营业利润率”。人均销售额是劳动生产率的指标,

通常与同行业的其他公司进行比较。战略性质的考虑项目是“技术的原创性、独特性和可应用性”、“国内外供应商数量”和“员工人数的增加”。如果产品基础技术的原创性和独特性高，则有望长期获得较高的市场份额；如果产品的部署潜力大，则还能抓住新的需求。在竞争优势方面，选择的关键点是“在供应链中的重要性”“全球市场份额及其未来预测”和“市场规模及其未来预测”。如果产品在供应链中很难被替代，而且预计未来需求会持续，那么公司就能保持稳定的收入来源。国际性的关键考量项目是“销售额与海外销售额的比率”和“产品销售国家的数量以及与国外的交易记录”。由于出生率下降和人口老龄化，预计国内市场将会萎缩，因此开拓海外需求是未来保持和扩大收益的重要战略。2020年1月至2月期间公开征集，共有249家公司申请。通过量化评估标准进行筛选，并由外部评审专家进行二次筛选，113家公司入选2020年“全球100强利基企业”^[25]。

两国均高度重视企业的市场竞争力、技术创新能力和国际化发展，在对企业评价的方法上，也都采用了定量与定性相结合的方法。然而，在具体的评价维度和标准上，两国展现出了不同的侧重点。中国更为强调企业的深厚历史积淀，鼓励企业长期深耕同一领域，并积极解决国家和产业的重大需求，这体现了对企业稳健成长与贡献社会价值的重视。相比之下，日本则更加聚焦于企业的发展潜力，重视技术的原创性、独特性以及企业在全球供应链中的战略地位，旨在挖掘并培育未来能够引领行业发展的创新型企业。

3.2 地域分布

从制造业单项冠军企业在我国各省、直辖市分布情况来看，拥有制造业单项冠军企业最多的3个省份分别为山东省（136家）、浙江省（111家）以及江苏省（78家）。制造业单项冠军企业

全国分布与经济总量全国分布相似，在“冠军”企业数量排名前10的省（区、市）中，有7个省（区、市）在2023年全国GDP排名位列前十。从地理南北分区的视角审视，南方制造业单项冠军企业占比达58.68%，呈现出鲜明的“南盛北衰”态势，这背后深层次的驱动力在于两地产业结构的显著差异。具体而言，南方区域在战略性新兴产业及高精尖技术产业领域实现了快速发展，展现出强劲的创新与增长活力。相比之下，北方地区则更多地依赖于传统的重工业体系，如历史悠久的东北工业基地以及山西、内蒙古等地的能源密集型产业，这些产业在推动经济增长的同时，也面临着转型升级的迫切需求。从我国四大经济区域分布来看，东部沿海地区制造业单项冠军企业数量最多，占比高达75.7%，中部地区14.04%，西部地区6.12%，东北部4.13%。制造业单项冠军企业数量前十位省份的分布来看，东部地区包揽前五位（山东、浙江、江苏、广东、北京）以及排名第八位的福建；中部地区3个（河南、安徽、湖北）；东北地区的辽宁排名第9位；西部地区无省份入选。我国各省份之间在资源禀赋和战略选择上存在着显著的差异，这些因素也客观地影响了制造业单项冠军企业的分布强度和广度。

日本“全球100强利基企业”主要集中在三大都市圈，排名第一的是以东京为核心的关东地区，该区域以高达37%的占比遥遥领先，成为顶尖利基企业的主要聚集地。紧随其后的是中部地区，这里以名古屋圈为中心，位于东京与大阪之间，是日本东西部经济与文化的交汇点，占比达到25%。排名第三的是近畿地区，以关西圈为中心，占比达到24%，同样展现出强大的企业竞争力。值得注意的是，上述提及的三大都市圈，正是日本五大工业区中的三大重要组成部分：京滨工业区（涵盖东京与横滨）、名古屋工业区（以名古屋为中心）以及阪神工业区（大阪与神户的联合区域）。

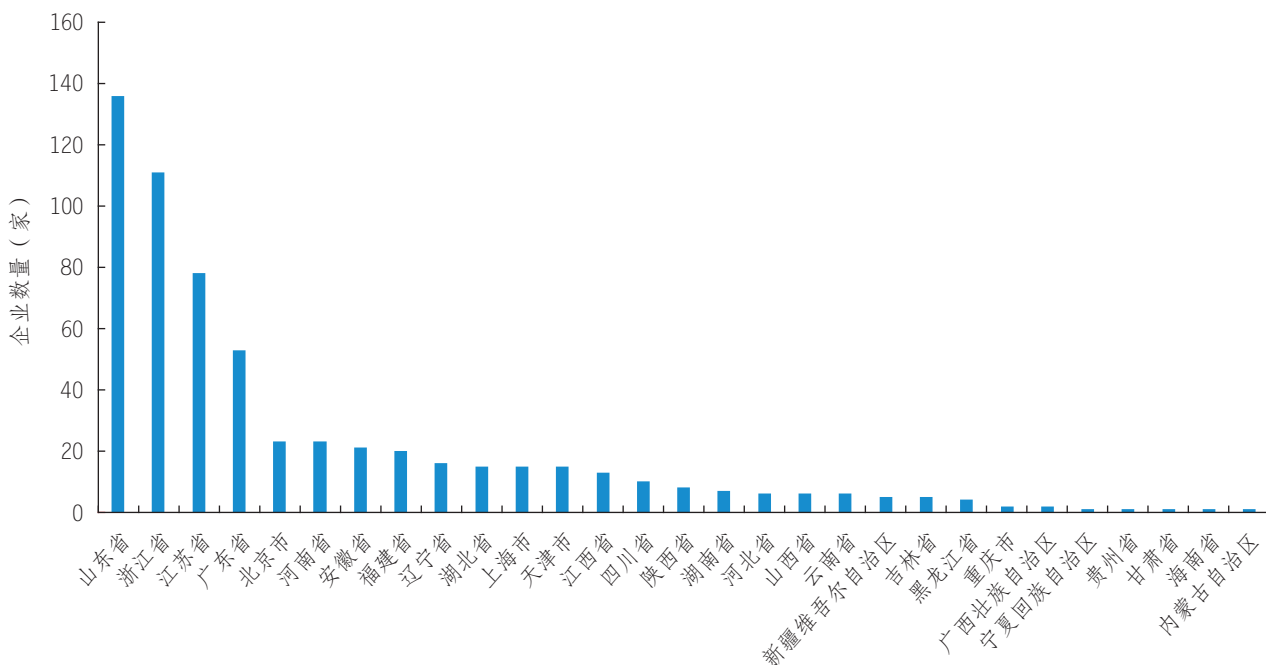


图1 制造业单项冠军企业分布情况

数据来源：中商产业研究院^[26]。

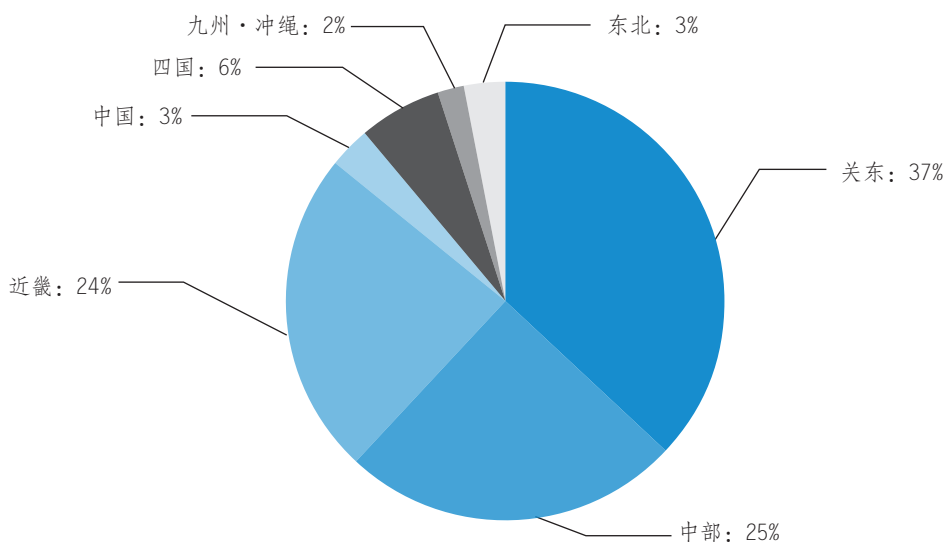


图2 日本“全球100强利基企业”分布情况

数据来源：日本经济产业省^[25]。

我国的制造业单项冠军企业与日本的“全球100强利基企业”在地域分布上，展现出了诸多相似之处。两者均高度集中于经济核心区域，这些区域不仅汇聚了丰富的创新资源和高端人才，还是国家重要的工业基地，并且与当地的GDP水平紧密相关，共同促进了企业的卓越发展。然而，在全面性与普及度上，两国又呈现出细微的差

别。日本自2013年起启动“全球100强利基企业”评选活动，至2020年第二期时，已成功实现了全国范围内各县（相当于我国的省级行政区）的全面覆盖，展现了在全国范围内均衡培育与扶持利基企业的决心与成效。相比之下，我国虽然也在积极培育制造业单项冠军企业，但目前仍面临部分省份尚未拥有此类企业的现状。

3.3 行业分布

我国的前七批制造业单项冠军企业所属行业占比最高的是通用设备制造业（158家），约占总数量的13%；第二名是化学原料和化学制品制造业（144家），约占总数量的12%；第三名是专用设备制造业（136家），约占总数量的

11%；第四名是计算机、通信和其它电子设备制造业（130家），约占总数量的11%；第五名是电气机械和器材制造业97家，约占总数量的8%。前5名合计约占总数量的55%。在第八批制造业单项冠军中，高端装备制造占32.7%、新材料占26.5%，还有少量新型储能、低空经济等未来产业^[23]。

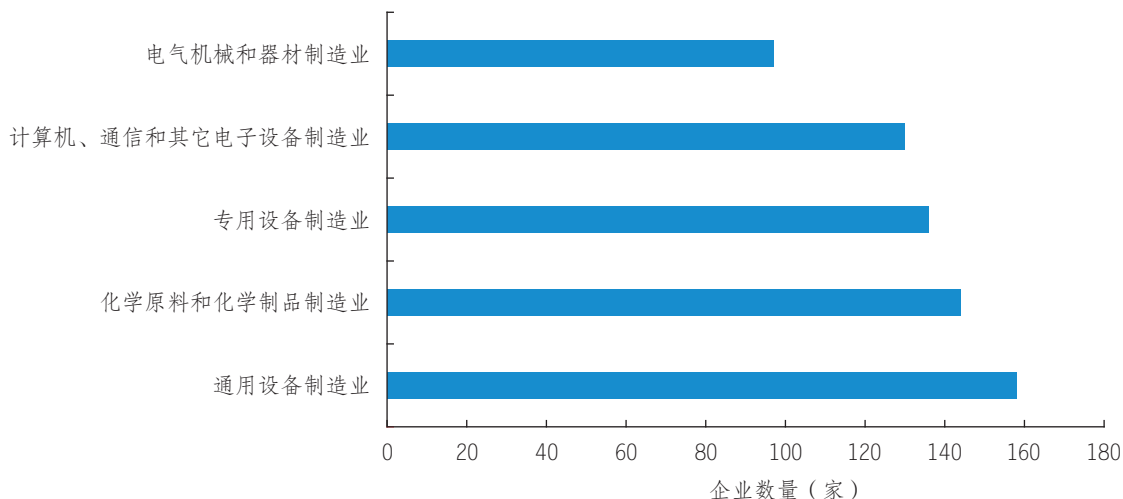


图3 制造业单项冠军企业行业Top5分布情况

数据来源：隐形冠军国际研究中心^[27]。

日本“全球100强利基企业”涉及行业主要分为机械加工业、化学原料和化学品制造业、电气和电子制造业、消费品以及其他行业。其中机械加工业占比最高，达到54%，主要产品包括用

于工业机器人关节的精密减速齿轮、证券印刷机、高精度、高速微细加工机床、用于眼科微创青光眼手术的植入装置等。其次是化学原料和化学品制造业，占比为21%，主要产品包括光敏材

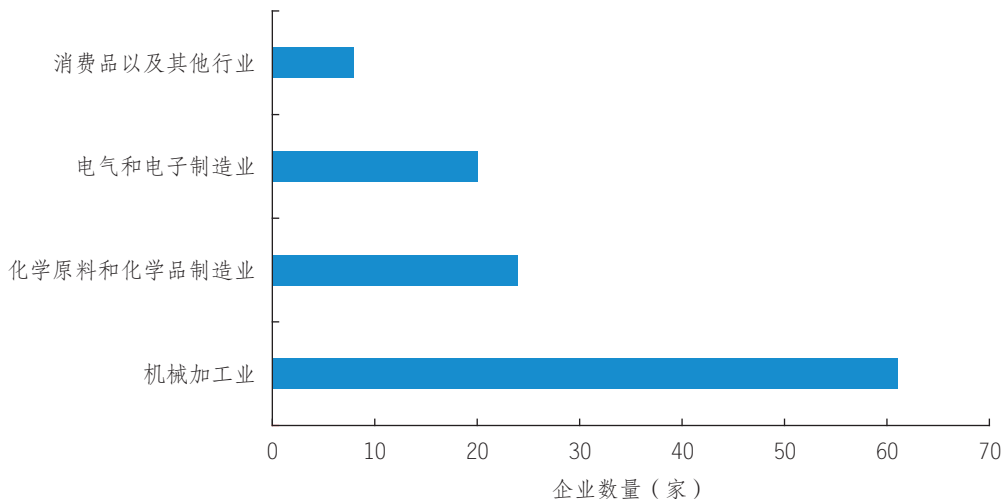


图4 日本“全球100强利基企业”行业Top5分布情况

数据来源：日本产业经济省^[25]。

料、燃料电池催化剂、铱化合物（OLED磷光材料的主要材料）等。排名第三位的是电气和电子制造业，占比为18%，主要产品包括脉冲绕组测试仪、半导体掩膜缺陷检测系统、自动门传感器等。占比最低的是消费品以及其他行业，占比仅为7%，主要产品包括眼科手术刀、微米过滤器、义齿、高级化妆笔等^[25]。

3.4 成立年限

我国制造业单项冠军企业的诞生历程可划分为清晰的三个阶段：首先，是1990年之前的初创期，这一阶段诞生的单项冠军企业数量较为稀少，每年新增的企业数普遍不超过五家，

显示出当时制造业单项冠军的培育尚处于萌芽状态。随后，迎来了1991年至2010年的快速发展期，这一时期成为单项冠军企业成立的黄金时代，特别是2003年达到了一个高峰，全年新增单项冠军企业多达53家。这段时期内，大量企业迅速崛起，为制造业的精细化、专业化发展注入了强劲动力。2011年至今，单项冠军企业的新增数量有所放缓，但值得注意的是，这一时期成立的企业多聚焦于新兴领域和技术前沿，展现出强大的创新能力和未来发展潜力。目前，市场上众多单项冠军企业均拥有10~20年的发展历程，它们在技术上的深厚积淀，成为推动制造业创新发展的重要基石。

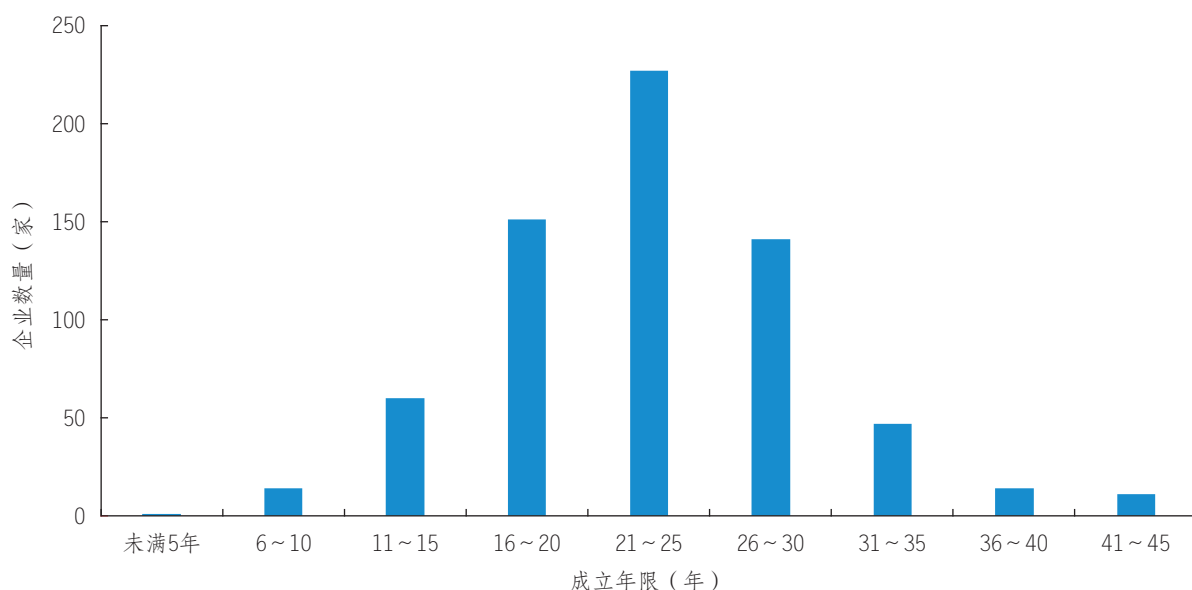


图5 制造业单项冠军企业成立时间

数据来源：中制智库^[28]。

日本“全球利基企业100强”企业平均成立年限为66年，所有入选企业成立时间均超过5年，成立时间未超过10年的企业占比为4.42%，成立时间11~20年以及91~100年的企业占比最低，仅为2.65%。成立时间介于61~70年的企业占据了最高比例，达到了23%，这一时期恰逢日本政府实施了一系列旨在促进经济活力、鼓励企业创新与扩张的经济政策。这些政策组合拳，包括灵活的财政与货币政策、前瞻性的经

济计划及开发战略，不仅为企业营造了有利的外部环境，还通过设立银行信贷制度、提供低息贷款、保证金等金融扶持措施，直接助力企业扩大生产规模、加速技术升级。同时，政府还慷慨地给予了税收减免与补贴，进一步为企业发展注入了强心剂。此外值得注意的是，成立超过100年的企业达15家，占比13.27%，这一现象凸显了日本企业在长期稳健经营、技术积累等方面的优势。

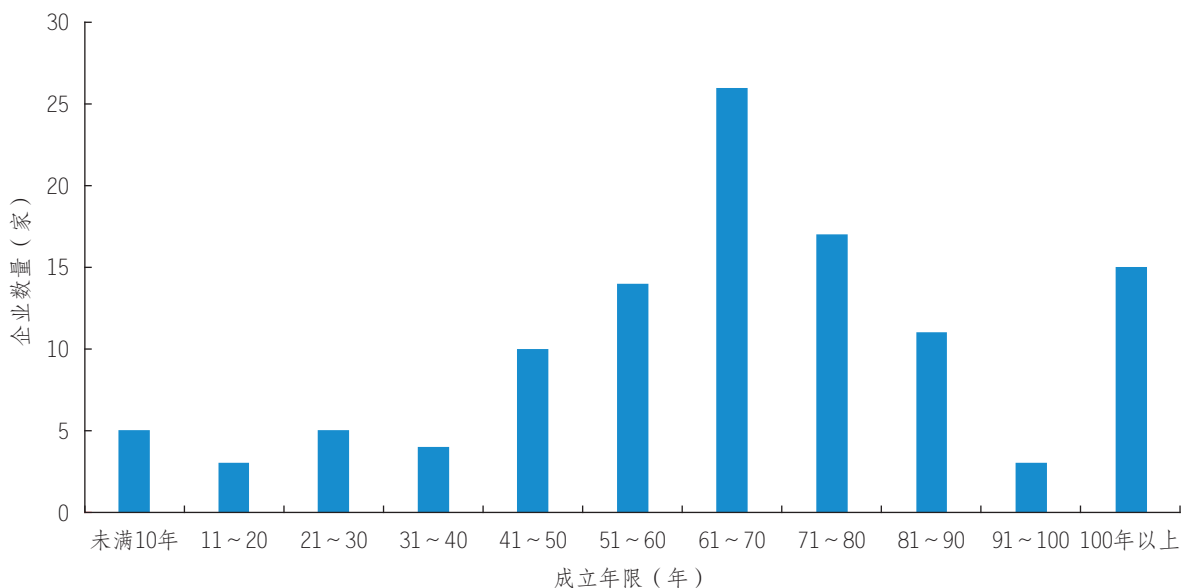


图6 日本“全球100强利基企业”企业成立年限

数据来源：日本经济产业省^[25]。

我国制造业单项冠军企业的诞生历程经历了初创期的稀疏、快速发展期的蓬勃以及现阶段向新兴领域聚焦的转变，而相比之下，日本“全球100强利基企业”则展现出更为悠久的成立历史。

3.5 企业人员规模

我国单项冠军企业人员规模分布峰值区间为在400~600人，600人以上区间呈现出规模越小、数量越多的反向特征，单项冠军企业规模平均数为2000人，而中位数则出现在800人，77%的企业规模小于平均值^[28]。

根据日本《中小企业基本法》的分类标准，入选“全球100强利基企业”榜单中的大企业占据了37席，占比33%；中坚企业有21家，占比19%；而中小企业则占据了55席，比例高达49%。这些企业的员工规模呈现出显著的多样性。企业平均员工数量为2338人，但中位数仅为340人，高达85%的企业其员工规模小于这一平均值，且这些企业主要集中在200至300名员工的区间内，体现了日本利基企业的小型化的特征。其中，员工数量最少的企业是一家专注于生产闪烁晶体的公

司，仅有18名员工。而与此形成鲜明对比的是，员工数量最多的企业则是一家专注于生产超厚高防撞钢板，专为超大型集装箱船供应的企业，其员工规模高达45844人，进一步强调了日本利基企业中中小企业的重要性和活力^[29]。

相较于日本的“全球100强利基企业”，我国制造业单项冠军企业在规模分布上展现出不同的特点。尽管我国单项冠军企业的平均员工数（2000人）略低于日本的平均值（2338人），但我国企业人员规模分布的峰值出现在400~600人区间，且中位数也显著高于日本企业，所以整体企业人员规模要略大于日本企业。

3.6 政策支持

工业和信息化部根据《工业和信息化部制造业单项冠军企业认定管理办法》的有关规定，对认定的单项冠军企业给予以下支持内容^[22]：

一是奖励扶持。对认定的单项冠军企业，根据其市场占有率、技术水平、创新能力、质量效益等综合指标，按照不同等级给予一次性的财政奖励。奖励金额原则上不超过1000万元。奖励资金主要用于支持单项冠军企业开展技术创新、品

牌建设、市场拓展、人才培养等方面的活动。

二是优先推荐。对认定的单项冠军企业，优先推荐参与国家重大工程、重大项目、重大装备的研发和采购，优先推荐参与国家重点领域和关键环节的技术攻关和标准制定，优先推荐参与国家重大展会、展览、交易会等活动，优先推荐参与国家级质量奖、工业设计奖、工业品牌培育等评选和认定。

三是重点服务。对认定的单项冠军企业，提供政策咨询、信息服务、培训指导、对接协调等服务，帮助其解决生产经营中遇到的困难和问题；建立动态监测和跟踪服务机制，及时掌握其发展状况，为其提供个性化的服务方案。

此外全国多个省区市都出台针对制造业单项冠军企业的奖励措施，如表1所示。

表1 各地方对于制造业单项冠军企业奖励情况

地域	奖励措施
天津市	国家级制造业单项冠军企业奖励1000万元
	国家级制造业单项冠军产品奖励300万元
内蒙古自治区	对认定为国家级制造业单项冠军的企业奖励200万元
福建省	国家级制造业单项冠军一次性奖励不低于100万元
	福州市对列入工信部制造业单项冠军企业（产品）的一次性给予100万元奖励
	厦门市对工信部认定的制造业单项冠军示范企业（产品），给予一次性100万元奖励
安徽省	对获得国家级单项冠军称号的企业给予一次性奖补200万元
	对迁入安徽的国家级单项冠军企业给予一次性奖补200万元
	泰州市对国家认定的单项冠军示范企业、培育企业，分别给予100万元、50万元奖励
云南省	国家级制造业单项冠军示范企业一次性奖励200万元
陕西省	西咸新区对首次认定国家级制造业单项冠军给予50万元奖励
宁夏回族自治区	国家级单项冠军示范企业奖励100万元
	国家级单项冠军培育企业，国家级单项冠军产品一次性奖励50万元
广西壮族自治区	国家级单项冠军企业奖励不超过100万元
湖南省	长沙市对新认定为国家级制造业单项冠军企业奖励200万元
山东省	国家级制造业单项冠军示范企业一次性奖励200万元
	国家级制造业单项冠军培育企业一次性奖励100万元
	济南市对新认定的全国制造业单项冠军示范企业、产品，分别给予一次性奖励200万元、100万元
河北省	石家庄市对获得国家单项冠军称号的，通过复核后，奖励100万元
浙江省	对首次评定国家专精特新“小巨人”或制造业单项冠军企业给予一次性奖补100万元
	宁波市对获评国家级单项冠军企业（产品）给予最高300万元奖励
	温州市新认定为国家制造业单项冠军示范企业给予100万元奖励
	绍兴市对当年列入国家级制造业单项冠军示范企业和产品的，分别奖励200万元、150万元
甘肃省	对首次获得国家级单项冠军称号的企业，给予一次性200万元的资金奖励

表1 各地方对于制造业单项冠军企业奖励情况

(续表)

地域	奖励措施
江西省	赣州市对首次认定的国家级制造业单项冠军或专精特新“小巨人”企业，一次性奖励50万元
山西省	国家级制造业单项冠军企业（产品）、国家级工业设计中心奖励300万元 运城市对国家级制造业单项冠军示范/培育企业一次性100万元奖励
黑龙江省	对国家级制造业单项冠军企业（产品）给予一次性奖励200万元 对新获得国家制造业单项冠军企业和产品获得单项冠军的企业，分别给予一次性奖励300万元、200万元
吉林省	吉林市对新晋国家制造业单项冠军企业，每户给予100万元一次性奖励 国家级单项冠军示范企业不超过100万元奖励
江苏省	南京市对首次获得认定的国家制造业单项冠军示范企业（产品）给予300万元 常州市对新认定国家制造业单项冠军示范企业或单项冠军产品、国家专精特新小巨人企业，给予100万元的奖励
河南省	对国家级单项冠军企业一次性奖励100万元 郑州市对国家级制造业单项冠军示范企业一次性100万元奖励
湖北省	国家级制造业单项冠军企业一次性100万元奖补 武汉市对经信部认定的制造业单项冠军示范企业奖励人民币200万元
广东省	深圳市对获得“国家级单项冠军”称号的，给予最高200万元的一次性奖励
四川省	成都市对获评国家级制造业单项冠军示范企业（产品），给予100万元奖励
北京市	通州区对获制造业单项冠军示范企业、制造业单项冠军产品荣誉称号的企业，给予最高支持100万元 大兴区对制造业单项冠军等促进区域经济发展资质认定的企业，给予500万元一次性资金支持 海淀区对于上年度入选工信部制造业单项冠军、北京市经信局隐形冠军的中小企业，给予最高200万元一次性奖励 丰台区对首次认定或新入区的国家制造业单项冠军示范企业、制造业单项冠军产品称号企业，给予100万元扶持 昌平区对获得绿色工厂、绿色供应链、单项冠军示范企业、单项冠军产品称号的企业，实施技改项目时，按项目固定资产投资的30%给予资金支持
贵州省	贵阳市对新获认定的中国制造业单项冠军示范企业一次性奖励100万元
上海市	对于成功获得国家制造业单项冠军称号的企业，上海市财政将给予一次性100万元人民币的奖励 黄埔区对获得国家工业和信息化部认定的制造业单项冠军产品企业，给予100万元一次性扶持 闵行区对获评工信部制造业单项冠军企业的，给予上限100万的资助 虹口区对首次获得制造业单项冠军称号的企业给予50万元的一次性奖励，通过复评的，给予25万元的一次性奖励 金山区对新认定的工信部制造业单项冠军企业，给予100万元一次性奖励

资料来源：各地政府网站。

在日本,尽管国家层面对直接入选“全球100强利基企业”的企业未设立具体的政策支持框架,经济产业省更大程度上是通过这一表彰和奖励,提高入选企业的知名度和推动海外扩张,并将其作为其他利基企业的模范。各地方对于利基企业出台了补助措施,如东京对于利基企业给与3年1000万日元(约合人民币49万元)的补助^[30];京都对于利基企业最高补助160万日元(约合人民币8万元)^[31]。

对于具备潜力冲刺“全球100强利基企业”的企业,日本政府则构建了一套全面的支援体系^[32]。针对中坚企业,政策聚焦于四大方面:扩大国内投资、促进创新活动、实现高质量就业以及支持外需拓展,通过补贴、税收减免、搭建服务平台等多元化手段,全方位支持企业发展。对于中小企业,中小企业厅则扮演了关键角色,提供了一系列细致入微的支援措施,包括:提升企业管理能力和创新能力的指导、企业运营优化支持、创新项目资助、业务传承与创业扶持、海外市场拓展协助、业务重组与生产力提升方案、数字化与信息技术应用推广、针对小规模企业的特别援助、商业咨询与对接服务、金融与财务解决方案,以及交易过程中的全方位支持。日本还有针对初创企业培育的“5年计划”,该计划的主要目标是到2027年,将对初创企业的投资增加十倍。目前,对初创企业的投资约为8000亿日元,目标是在五年内将其增加到10万亿日元。此外,未来的目标是创建100家独角兽企业和100000家初创企业,使日本成为亚洲最大的初创企业中心和世界领先的初创企业集群之一^[33]。

4. 我国制造业单项冠军企业在发展中存在的问题

一方面,制造业单项冠军企业地域均衡发展不足。我国制造业单项冠军企业在发展过程中,虽已展现出显著的集聚效应和卓越成就,

特别是在经济核心区域的集中分布上,与日本“全球100强利基企业”有着诸多相似之处。然而,在全面性和普及度方面,我国尚存在一些问题。具体而言,尽管国家积极推动制造业单项冠军企业的培育工作,但目前仍有部分省份未能拥有此类企业,这反映出我国在地域均衡发展上还存在不足,未能像日本那样实现全国范围内各县(省级行政区)的全面覆盖。这一问题限制了我国制造业单项冠军企业的整体影响力和带动作用。

另一方面,长期稳健经营和技术积累不足。我国制造业单项冠军企业在其诞生与发展的历程中,虽经历了从初创期的稀疏到快速发展期的蓬勃,再到如今向新兴领域聚焦的转变,展现了强劲的生命力和转型决心,但与日本“全球100强利基企业”相比,其成立历史相对较短,平均发展时长明显不足。这一现象反映出我国单项冠军企业在长期稳健经营和技术积累方面存在的差距。具体来说,我国部分企业可能过于追求短期内的快速成长和市场份额扩张,从而会导致忽视长期的技术沉淀和持续创新能力的培养。

5. 对于我国“专精特新”企业发展的启示与对策建议

一是促进制造业单项冠军企业多区域协同发展。一方面,通过政策引导、资金扶持和技能培训等措施,加大对中西部及东北地区等经济相对欠发达地区的支持力度,利用这些地区的廉价劳动力资源优势,鼓励和支持当地企业加大研发投入,提升技术创新能力,培育更多具有竞争力的制造业单项冠军企业。这样不仅能满足企业对劳动力的巨大需求,实现成本有效控制,还能更深层次地促进区域经济的协调发展,形成双赢局面。另一方面,推动区域间产业合作与交流,促进技术、人才和资金等要素的流动与共享,形成优势互补、协同发展的良好机制。同时,建立健

全制造业单项冠军企业的评价和认定体系,确保各地区的企业都能有机会获得认定和支持,逐步实现全国范围内各省的全面覆盖,进一步提升我国制造业单项冠军企业的整体影响力和对区域经济的带动作用。

二是强化企业家精神。在探讨日本企业的成就时,一个不可避免的关键词便是“工匠精神”。我国企业家应汲取日本工匠精神的精髓,借鉴其企业长寿的秘诀。日本“全球100强利基企业”成立年限较长,甚至不乏“百年老店”,这背后是对品质不懈追求的工匠精神在支撑。我国企业家应以此为镜,秉持长期主义,潜心经营,对产品质量保持极致追求。企业家应将其融入企业文化,鼓励员工在各自岗位上深耕细作,不断突破自我,提升产品与服务的核心竞争力。同时,要树立品牌意识,通过持续的创新和优质的服务,赢得市场的尊重与信赖。

三是开拓国外市场。中国作为全球制造业的领头羊,生产能力强劲。然而,在当前全球经济形势复杂多变的环境下,中国“专精特新”企业在巩固国内市场的同时,更需积极寻求海外市场的拓展。日本“全球100强利基企业”以其海外销售额占比高达45%、世界市场平均占有率43.4%的骄人成绩^[5],为我国企业提供了宝贵的启示。海外市场蕴藏着巨大的发展潜力,是企业实现持续增长的重要引擎,在全球化的今天,我们不仅要立足本土,更要放眼世界;不仅要追求规模扩张,更要注重品质提升。

四是推动核心技术多领域拓展。在对日本“全球100强利基企业”的调查问卷中,有69%的企业认为应该利用核心技术向其他领域拓展^[5]。这一策略同样值得我国“专精特新”企业深思与借鉴。通过积极寻求与其他先进技术或不同领域的深度融合,“专精特新”企业能够创造出独具特色的差异化产品,从而在市场上脱颖而出,赢得竞争优势,并最终实现超额利润的获取。这样

的转型与发展路径,不仅有助于企业拓宽市场边界,还能在日益激烈的市场竞争中稳固并提升自身的市场地位。

责任编辑:李琦 校对:李琦 梁思琪

参考文献

- [1] 经济日报.工信部等17个部门共同发文,提出7个方面25条具体措施——完善中小企业财税支持和融资促进制度[EB/OL].(2020-07-25).https://www.gov.cn/xinwen/2020-07/25/content_5529902.htm.
- [2] 人民日报海外版.会转型、能转型,更要敢转型 数字化助中小企业渡难关[EB/OL].(2020-05-29)[2024-10-15].https://www.gov.cn/xinwen/2020-05/29/content_5515823.htm.
- [3] 中国工信新闻网.“十四五”促进中小企业发展规划出炉[EB/OL].(2022-07-07)[2024-10-15].https://www.miit.gov.cn/zwgk/zcjd/art/2021/art_83154adae53d40778b6b4d93d9a7f21b.html.
- [4] 工业和信息化部.关于健全支持中小企业发展制度的若干意见[EB/OL].(2020-07-03)[2024-10-15].https://www.gov.cn/gongbao/content/2020/content_5547653.htm.
- [5] 製造産業局.2020年版グローバル・ニッチ・トップ企業100選について[EB/OL].(2020-06)[2024-10-15].https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/gnt100/pdf/2020_gnt100_result.pdf.
- [6] Simon H. Lessons from Germany's midsize giants[J].*Harvard Business Review*,1992, 70(2):115-123.
- [7] Simon H. Hidden champions of the twenty-first century: the success strategies of unknown world market leaders[M].New York: Springer Science & Business Media, 2009.
- [8] Voudouris I, Makridakis S, et al. Greek hidden champions: Lessons from small, little-known firms in Greece[J].*European Management Journal*,2000,18(6):

663-674.

[9] Lee S, Chung Y K. A study on development strategy of Korean hidden champion firm: Focus on SWOT/AHP technique utilizing the competitiveness index[J]. *Journal of International Entrepreneurship*, 2018, 16(4): 547-575.

[10] 邓地,万中兴.专注:解读中国隐形冠军企业[M].浙江人民出版社,2006.

[11] 刘诚达.制造业单项冠军企业研发投入对企业绩效的影响研究——基于企业规模的异质门槛效应[J]. *研究与发展管理*, 2019, 31(01): 33-43.

[12] 熊孟尉,金青,陈青霞.单项冠军企业成长路径与影响因素[J]. *装备制造技术*, 2020(12), 59-62.

[13] 党孟娇.河北省单项冠军企业竞争力评价研究[D].石家庄:河北科技大学,2020.

[14] 熊孟尉,金青,徐磊.基于扎根理论的单项冠军企业成长路径研究——以江苏沙钢集团为例[J]. *经营与管理*, 2022, (05): 30-35.

[15] 孙梦露.制造业单项冠军企业的商业模式和财务绩效研究[D].蚌埠:安徽财经大学,2023.

[16] 刘娇娇.我国制造业单项冠军企业持续竞争优势培育路径研究[D].镇江:江苏大学,2021.

[17] 周梦丽.政府补贴对单项冠军企业创新影响研究[D].郑州:河南财经政法大学,2022.

[18] 江欣屏.宁波制造业单项冠军成长秘诀[J]. *决策*, 2024, (05): 48-51.

[19] 丁可.日本专精特新企业的经验启示[J]. *企业家*, 2023, (04): 82-85.

[20] 李晓峰.美日韩“专精特新”企业建设经验及启示[J]. *中国中小企业*, 2019, (08): 25-27.

[21] 孙艺维,王博,许秋伊.“专精特新”企业建设的国际经验及启示[J]. *吉林金融研究*, 2023, (08): 59-62+74.

[22] 工业和信息化部.工信部关于印发《制造业单项冠军企业认定管理办法》的通知[EB/OL]. (2023-08-29)[2024-10-15]. https://www.sohu.com/a/721847611_626579.

[23] 人民网.我国已培育遴选出8批共1557家制造业单项冠军企业[EB/OL]. (2024-05-15)[2024-10-15]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1799111002485147441&wfr=spider&for=pc>.

[24] 经济产业省.关于全球100强利基企业2020年版[EB/OL]. [2024-10-15]. https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/gnt100/index.html.

[25] 经济产业省.入选2020年全球利基企业100强的企业名单[EB/OL]. [2024-10-15]. https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/gnt100/pdf/2020_gnt100_company_list.pdf.

[26] 中商产业研究院.我国1200家制造业单项冠军企业(产品)汇总分析[EB/OL]. (2023-05-25)[2024-10-15]. https://m.thepaper.cn/baijiahao_23229839.

[27] 隐形冠军国际研究中心.全国单项冠军最新动态汇总:浙江、江苏.[EB/OL]. (2024-07-29)[2024-10-15]. https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzUzNjc5NTU3Mw==&mid=2247506289&idx=3&sn=b96db4cf4885ae105dd1b8c86000795e&chksm=faf259abc85d0bd1b9a28c90763ae6c86e72892b156337937221c963deb20cf9b6a8a66074a&scene=27.

[28] 中制智库.中国制造的单项冠军们都在哪?[EB/OL]. (2022-01-17)[2024-10-15]. https://m.thepaper.cn/baijiahao_16483881.

[29] 经济产业省.入选经济产业省2020年全球利基企业100强的企业集[EB/OL]. [2024-10-15]. https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/gnt100/pdf/2020_gnt100_result_detail.pdf.

[30] 東京都知的財産総合センター.グローバルニッチトップ助成事業[EB/OL]. (2016-09-13)[2024-10-15]. <https://www.tokyo-kosha.or.jp/chizai/josei/nichetop/index.html>

[31] 京都市情報館.京都市グローバル・ニッチ・トップ企業創出プロジェクトの実施[EB/

OL].(2024-4-11)[2024-10-15].<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000324955.html>.

[32] 中小企業庁.企業支援政策.[EB/OL].<https://www.chusho.meti.go.jp/support/index.html>.

[32] 内閣官房.スタートアップ育成5か年計画.[EB/OL].(2024-10-15).https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/kaigi/dai13/shiryou1.pdf.

A comparative study of China's manufacturing individual champion enterprises and Japan's "Global 100 Niche Enterprises"

Wu Qi, Zhang Li*, Chan Jian, Li Shilong

(National Academy of Innovation Strategy, CAST, Beijing 100038, China)

Abstract: As the core driving force of China's economy, small and medium-sized enterprises (SMEs) have made outstanding contributions, covering a wide range of sectors and supporting employment, tax revenue and economic growth. The Ministry of Industry and Information Technology's 14th Five-Year Plan aims to build a echelon of innovative, specialized and new enterprises and manufacturing champions through a tiered cultivation mechanism. Among them, manufacturing individual champion enterprises have become industry benchmarks by virtue of their specialization, refinement, features and innovation advantages. In order to better make up for the shortcomings of China's enterprises in development, promote transformation and upgrading, and accelerate the high-quality development of the economy, the study describes the similarities and differences between China's manufacturing individual champion enterprises and Japan's "Global Top 100 Niche Companies" through the method of comparative analysis. Through comparison, it is found that China's manufacturing individual champion enterprises in the geographical distribution is similar to Japan, mainly concentrated in the economic core region and the country's important industrial zones. The establishment of years, Japan's "Global top 100 niche Companies" is significantly higher than China's manufacturing individual champion enterprises. In the enterprise scale, China is larger than the Japanese enterprises. China's manufacturing individual champion enterprises currently exist in the lack of geographically balanced development, long-term sound operation and technology accumulation, as well as the failure to effectively utilize government subsidies and other issues. In view of the above problems, the study puts forward countermeasures and suggestions to promote the multi-regional synergistic development of manufacturing single-champion enterprises, strengthen entrepreneurial spirit, and promote the multi-disciplinary expansion of core technologies.

Keywords: specialized and new enterprise; manufacturing individual champion enterprises; Japan's Global Top 100 Niche Companies