
ICS 03.100.01

A 02

团体标准

T/CASMES 1—2018

中小企业专精特新评定准则

Criteria for Qualification Evaluation on
Specialization, Refinement, Differentiation, Innovation
of Small and Medium Enterprises

(征求意见稿)

2018-xx-xx 发布

2019-xx-xx 实施

中国中小企业协会 发布

目次

前 言.....	I
引 言.....	II
1 范围.....	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义.....	1
4 评定要求.....	2
4.1 专业化.....	2
4.2 精细化.....	4
4.3 特色化.....	5
4.4 新颖化.....	7
参考文献.....	10

前 言

本标准按照 GB/T1.1-2009 给出的规定起草。

本标准对中小企业专精特新资质的评定标准进行了规定。

中国中小企业协会(CASME)是在国家民政部登记注册的 5A 级国家社会团体。《中小企业专精特新评定准则》是中国中小企业协会为推进中小企业走专精特新发展道路所制定的团体标准。

本标准由中国中小企业协会提出,由中国中小企业协会专精特新促进中心制定、解释并归口管理。

起草单位:中国中小企业协会专精特新促进中心,北京和君咨询有限公司。

主要起草人:郝继涛、罗伟、李冠强、王泽茂、杨洸、郝军龙

引 言

为贯彻落实《中华人民共和国中小企业促进法》和工信部《关于促进中小企业“专精特新”发展的指导意见》《促进中小企业发展规划（2016-2020年）》的有关规定，促进中小企业“发展战略专一化、管理及生产精细化、产品或服务特色化、技术或经营模式创新化”发展，特制定《中小企业专精特新评定准则》。

本标准参照各省市专精特新企业评定标准、国内外质量管理标准、竞争力和品牌价值评价体系，结合我国中小企业专精特新发展的实际情况，从产业选择专业化、经营管理精细化、市场定位特色化、技术模式新颖化等四个方面规定了专精特新的评定要求，为中小企业专精特新发展提供了自我评价的准则，也可用于专精特新企业的评定。

本标准不是符合性评价依据，而是帮助中小企业构建有效的发展、经营和管理模式，强调战略、绩效、特色和创新，使各类中小企业易于在发展实践方面进行对比和共享。

中小企业专精特新评定准则

1 范围

本标准规定了中小企业专精特新资质评定的术语、评定标准、评价指标体系等相关内容。

本标准适用于指导各组织开展中型、小型、微型企业专精特新评定。

2 规范性引用文件

下列文件中的条款通过本文件的引用而成为本文件的条款。凡是注日期的引用文件,其随后所有的修改单(不包括勘误的内容)或修订版均不适用于本标准。凡是不注日期的引用文件,其最新版本适用于本标准。

《统计上大中小微型企业划分办法》,国家统计局。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 中小企业 **Small and Medium Enterprise**

根据企业从业人员、营业收入、资产总额三大指标划分的企业,包括中型、小型、微型三种类型。

3.2 专精特新企业 **SRDI Enterprise**

符合专精特新标准规定,通过专业机构、规范程序与方法评定,具有独立法人资格的社会经济组织。

3.3 专精特新战略 **SRDI Strategy**

中小企业确立专业化、精细化、特色化、新颖化发展道路,按照专精特新标准要求,全面提升中小企业的综合竞争力水平。

3.4 专业化 **Specialization**

企业在一定时期内,在产业、产品或市场选择上确立专门的方向,符合专业标准、成为某一领域专家并获得相应市场地位的过程。

注:专业化表现为成为产业链中某个环节的强者(包括为特定行业和企业提供专业、

智力服务的专家智囊),为大企业和龙头企业配套的生产关键零部件、元器件的“配套专家”。

3.5 精细化 Refinement

企业通过规则的系统化和细化,运用程序化、标准化和数据化的手段,使组织管理各单元精确、高效、协同和持续运行的过程。

注:精细化表现为建立高效的制度和流程,采用信息化等方式实现精细化生产和精细化服务,为市场提供性价比高、品质精良的产品和服务,追求绿色、可持续发展。

3.6 特色化 Differentiation

企业通过市场定位、客户选择以及功能、工艺、技术、服务的持续改进,使产品(或服务)呈现独特性、独有性,与同类企业具有明显差别的过程。

注:特色化表现在产品(或服务)定位上差异化发展,注重市场区隔,具有地方特色,采用独特的工艺、技术、配方或特殊原料,具有独特性、独有性、独家生产经营等特点。

3.7 新颖化 Innovation

企业通过产品、技术、工艺和商业模式等创新,挖掘、满足、引领客户需求,创造价值的过程。

注:新颖化表现在技术、工艺、产品功能和商业模式上的创新,即依靠自主创新、科技成果转化、联合创新或引进消化吸收再创新等方式,研发具有自主知识产权的高新技术产品和服务,或对传统产品和服务的升级换代创新,适应消费者行为的改变,采用现代化信息、互联网、大数据技术,通过行业的交叉融合提供产品或服务。

4 评定要求

4.1 专业化

本条款用于评价中小企业通过专业化提供专门的产品,成为特定市场的主导者,走产业专业化道路的情况。

4.1.1 产品专业性

企业所生产的主导产品或提供的主导服务对企业关键业绩贡献的显著程度。中小企业应从以下几个方面说明产品专业性:

a) 主营产品作为核心业务的重要程度,企业效益最好的产品所创造的利润应在企业利润总额中占有重要份额;

b) 主营产品创造的销售收入对企业营业收入的贡献程度，为企业创造的销售量、销售收入或顾客数量的产品在企业营业收入中占有重要比重；

c) 主营产品市场盈利水平，主营产品在细分市场上具有较高的盈利水平，对企业健康持续稳定经营作用显著。

4.1.2 生产专业性

企业所处生产或服务业务链的相关环节，专业化能力突出，实现产品成套的生产管理能力、为用户开展专门服务的能力强。中小企业应从以下几个方面说明生产专业性：

a) 专业化生产能力，企业在某些特定生产环节的生产效率。在某一特定生产环节实现专业化，拥有专用的机器设备（或服务条件）、专门工艺过程及专业化的工人和技术人员，生产效率居行业前列；

b) 协作配套能力，具备实现配套产品的专业化生产、提供专业化的协作服务能力，打造作业生态，能够高效的为多家规模型企业提供关键零部件、元器件的生产，或关键服务，并与大企业建立了稳定的合作关系。

4.1.3 市场专业性

专业化为企业带来显著竞争优势，企业的主导产品在市场竞争中形成核心竞争力，处于优势地位。中小企业应从以下几个方面说明市场专业性：

a) 细分（区域）市场影响力，企业对省级以上区域市场的控制力强，主导产品在细分（区域）市场上的市场份额居行业前列；

b) 客户定位和客户数量，目标客户的定位清晰合理，聚焦优质客户，主营产品的现有客户具备较强的行业影响力，客户良好并有很强的支付能力，潜在客户具备相当的数量基础，客户开发会对现有业务形成强有力拉动；

c) 营销能力，企业的营销管理能力、渠道优势和市场策略情况。中小企业要有完善高效的营销管理制度、激励机制、营销网络、销售队伍，具有有效的市场策略，呈现较强的营销力度。

4.1.4 产业专业性

企业在产业链的关键环节形成不可替代的竞争优势，拥有很强的话语权。中小企业应从以下几个方面说明产业专业性：

a) 产业链的位置和影响力，企业所处产业链的环节以及话语权、影响力；

b) 产业升级能力，产业升级换代的速度对企业造成的可能影响，企业敏锐识别并利用产业机会，具备主动引领产业发展转型的能力；

c) 产业成长性，企业所在行业成长发展的水平，是否具备投资价值和吸引力。企业所在行业的实现高速增长，或者具备高速增长的条件。

4.2 精细化

本条款用于评价中小企业团队、运营、管理、发展方面的精细化水平。

4.2.1 人力资源

企业整体的人力资源状况。中小企业应从以下几个方面说明人力资源管理状况：

a) 企业家团队，企业家和高管团队的视野、领导力，企业高管团队战略、资本、管理等综合能力的配置，企业家和高管队伍要有远见、有领导力、团结和谐，团队能力全面、均衡；

b) 员工素质，管理干部和骨干员工的能力素质。管理干部和骨干素质高，企业重视人力资源的开发，持续开展系统性、专门性的培训，吸引专业人士的加盟；

c) 员工满意，员工对企业的满意程度以及工作的积极性。企业员工具有较高的满意度，呈现积极向上的工作态度，具有较低的流失率。

4.2.2 制度管理

企业管理制度、运营流程的完善性、有效性，企业管理优化和变革的情况，获得管理创新奖励的情况。中小企业应从以下几个方面说明制度管理状况：

a) 制度流程，企业财务、社保、公司治理、业务合规等各项制度的健全性、规范性、有效性，企业经营管理流程运行的规范性和顺畅性。企业的制度和流程系统要健全、规范，持续修订完善，树立制度管理的权威，员工尊重制度，遵守流程，流程运行顺畅，发挥规范管理的效果；

b) 质量管理，企业产品和服务所达到的质量水平。企业要开展质量管理，不断提高质量，产品和服务质量水平高，客户投诉少；

c) 绿色发展水平，按照绿色、低碳和循环经济发展要求，走资源集约、环境友好发展道路，建立生态资源优势。完善绿色发展管理体系，从高污染、高耗能和资源浪费严重的落后产能退出，无不良环境安全事件。

4.2.3 运营效益

企业的运营管理能力，精益生产或精益运营的开展情况。中小企业应从以下几个方面说明自身运营效益：

- a) 收入增长，企业营业收入的增减变动情况；
- b) 收益能力，企业投资获得的经济回报；
- c) 运营效率，企业优化运营流程，运营速度处于市场领先水平，资金周转率、准时交付率、存货周转率高于市场平均水平；
- d) 客户满意，企业通过不断改善服务水平，提升客户对企业产品和服务的满意程度。深入并精准理解客户需求，通过各种方式吸引客户，增强客户粘性，保证客户高满意度。

4.2.4 企业文化

企业文化建设的鲜明性、独特性，对企业发展的促进作用。中小企业应从以下几个方面说明企业文化建设情况：

- a) 企业责任感，企业具有使命感和责任感。企业明晰自身存在的意义，有理想、有责任，践行社会责任；
- b) 企业文化理念，企业在文化方面要提炼完整并贯彻一致的，价值观、发展原则、管理理念等核心要素清晰；
- c) 文化影响，文化实施、落地、传播的情况，文化在经营管理中的贯彻程度。文化得到贯彻，具有丰富的文化活动，员工了解并融入文化，文化促进经营管理，文化在社会上产生积极的影响。

4.3 特色化

本条款用于评价中小企业努力找到自己的独特优势，掌握特殊的资源，夯实技术特点，成为卓尔不群的特色企业。

4.3.1 差异化定位

企业产品的差异化定位，避免同质化竞争，在行业内或区域内独树一帜。中小企业应从以下几个方面说明其差异化定位：

- a) 市场定位，企业对目标消费者的选择，对客户独特需求的挖掘。企业对市场、客户的定位要具有行业和区域的独特性，能够有效和竞争对手实现区隔；
- b) 功能定位，企业产品的功能特性能够支持宣传定位的描述，满足目标客

户的真实需求。企业产品功能特性能够支持定位描述，市场定位倒逼产品的升级改造，不断提高主导产品的功能及体验，保证产品的市场定位、卖点确实能够实现。

4.3.2 资源特色

企业的产品有典型的资源或地域特色，能够带动本地特色产业的规模及影响力。中小企业应从以下几个方面说明其资源特色：

a) 地域特色，企业产品所具有的地方特色。企业要发掘本地文化、历史、特产，提供具有当地特色或将其他地域特色引进本地且独有的产品或服务，具有文化感、历史感，以区域化特色作为独特的定位；

b) 特有资源，企业利用特有的资源进行研发生产。企业在竞争中掌握独有、可持续的资源，围绕特有的资源，深度开发具备特色的产品或服务。

4.3.3 品牌影响

企业的品牌具备相当的知名度和影响力，创造品牌溢价。中小企业应从以下几个方面说明其品牌影响：

a) 品牌资产价值，企业品牌资产的价值，商标、域名和品牌名的注册情况，品牌认证的情况。企业注重品牌资产管理，获得官方认可的知名品牌称号、著名商标称号，在业内具备很好的行业口碑和影响力，对业务拉动产生的实际影响；

b) 品牌管理能力，企业在品牌管理的制度规范、流程保障及专门负责人员等方面的情况。企业具有完善的品牌管理制度与流程，配置品牌关联人员，对品牌健康状况进行监测，品牌的广告语或主要描述与品牌定位、产品功能相吻合；

c) 品牌传播能力，品牌的传播模式、媒介选择、终端表现能力。品牌的传播模式、媒介选择、终端表现能力优秀，能够合理利用传播媒介，积极利用新媒体，有效的对外传播企业品牌，具有较强的品牌传播力度；

d) 品牌影响力，企业通过持续的品牌经营，产生广泛的影响力。企业通过经营、管理的改善和持续的品牌宣传，在客户和社会上具有较高的品牌知名度和良好的美誉度。

4.3.4 独有技术

企业独有的、无法替代的工艺、技术或者配方来支撑企业的产品，成为企业特色或竞争优势的一部分。中小企业应从以下几个方面说明其独有技术：

a) 特殊工艺技术, 企业所拥有的特殊的工艺、技术、配方或服务技能情况。企业通过创新、发掘传统等方式, 获得特殊的工艺、技术、配方、技能等, 支持产品或服务功能的实现;

b) 可持续传承, 企业特殊工艺技术的可持续性和传承性。企业所拥有的技术、配方是垄断的, 或者有持续能力的、可传承的。

4.4 新颖化

本条款用于评价中小企业持续采取多种形式的创新, 借助新型技术产品、商业模式和互联网, 实现快速成长。

4.4.1 技术创新

企业加强研发投入, 推动以生产技术为核心的创新, 如专利、新工艺、新设备等。中小企业应从以下几个方面说明其技术创新:

a) 研发投入, 研究开发新产品、新工艺、新技术所需要的人力物力的投入。企业确定合适的研发投入比例和数量, 保持一定的研发费用比例;

b) 技术创新数量, 由法定机关认可, 在一定范围内经实践证明先进、成熟、适用, 能取得良好经济、社会或生态环境效益的科学技术成果, 包括自主创新技术的数量或对引进技术改进的数量。企业要加强自主创新和引进创新, 给予科研成果奖励, 积极申报专利;

c) 科研成果转化, 以研发投入产出、成果转化衡量的企业研发效率和成果转化绩效。企业要鼓励转化率高的成果, 具有较高的研发投入产出比或成果转化率。

4.4.2 产品创新

企业加大新产品开发力度, 改善或创造产品, 进一步满足顾客需求或开辟新的市场。中小企业应从以下几个方面说明其产品创新:

a) 高新技术产品开发, 企业采用新技术原理, 新设计构思研制生产的新型产品, 其用途及原理有显著的变化, 在结构、材质、工艺等任一方面比老产品有改进、提高了产品性能或扩大使用功能, 创造了全新的市场, 加速新产品开发、更新周期;

b) 产品研发周期, 指企业主营产品研发周期与该产品行业平均研发周期的对比。企业要加速新产品开发, 以较快的推出新产品, 赢得市场竞争。

4.4.3 商业模式创新

企业价值创造的基本逻辑发生变化,在构成要素或动力机制方面不同于已有商业模式,改变原有商业规则或产业链,以新的有效方式为公司、客户和社会持续创造价值。中小企业应从以下几个方面说明其商业模式创新:

a) 价值创造,创造性地满足了客户群的需求,基于客户痛点,设计服务内容,提供解决方案,为客户创造价值,企业的赢利来自于价值创造。企业通过模式创新,确立独特的客户需求定位和价值主张,以新的方式满足客户需求,能够得到客户的认可,带来价值增长;

b) 可持续成长,具有广阔的市场空间,赋予商业模式自我完善和优化功能,通过模式创新,进入广阔的细分市场空间,深化与用户的一体化关系,运用领先技术形成竞争优势;

c) 金融创新,通过金融创新改善融资和投资模式,提升资本经营能力。企业加强金融知识的学习与应用,善于投融资,具有金融资源,通过金融创新,提升投融资能力。

d) 开放性,企业与外部伙伴系统性合作的广度与深度,信息和资源共享的程度。企业要积极“走出去”、“引进来”,参加产业集群,构建战略合作伙伴关系与合作网络,融入全球产业链和价值链。与大企业、研究机构、实验室、创新中心建立合作伙伴关系和协作创新机制。为合作伙伴提供平台,可以依靠平台功能做业务的加法,对内外部知识、智力资产和产品进行整合,创造和捕捉更多价值。

4.4.4 互联网创新

企业触网的程度或应用互联网思维的程度。企业以互联网思维审视商业世界里人与人之间的协作关系和联接方式,将互联网思维创新覆盖并渗透到经营管理的各个方面,对企业经营进行优化。中小企业应从以下几个方面说明其互联网创新情况:

a) 网络化水平,企业建设信息化系统,通过互联网、物联网技术,将用户与企业价值链各环节进行联接,将各个信息节点形成网络,对信息资源进行深度开发利用,营造生态系统,推动社群建设,重构组织和运营模式;

企业要建立有效、适用的信息化系统,运行顺畅。利用互联网带动各种内外

部商务活动，构建有效的社群，形成用户、供应商、其他资源网络，深入到用户组成的社群活动中去，与用户形成有效互动和价值传递的生态系统。

b) 数据化水平，企业数据化建设、数据的积累，数据的分析和处理能力，大数据、云计算的应用情况。

企业加强数据化管理，数据化投入大，有较完整的数据积累，能够记录、分析用户行为习惯和偏好数据，精准把握用户需求，以数据驱动信息流、资金流、物流系统，有效辅助、支持预测和决策。

c) 电子商务，企业应用电子商务开展业务的程度。企业以用户为中心，搭建完整的线上系统架构，应用的电子商务平台，加深与客户的沟通频率和深度，线上线下互动，提高用户粘性。

参考文献

- [1] 《中华人民共和国中小企业促进法》，全国人民代表大会常务委员会，2018年1月1日施行
- [2] 《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》，国务院，2009年09月29日
- [3] 《国务院关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见》，国务院，2012年4月19日
- [4] 《国务院关于扶持小型微型企业健康发展的意见》2014年10月31日
- [5] 《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》，2017年12月28日
- [6] 《“十二五”中小企业成长规划》，工业和信息化部，2011年09月23日
- [7] 《关于促进中小企业“专精特新”发展的指导意见》，工业和信息化部，2013年7月16日
- [8] 《促进中小企业发展规划（2016-2020年）》，工业和信息化部，2016年6月28日
- [9] 《卓越绩效评价准则》，GB/T 19580—2012
- [10] 《中小型企业如何实施 ISO9001:2015》，中国质检出版社、中国标准出版社，2018年9月
- [11] 《浙江省培育“专精特新”中小企业试行办法》（征求意见稿），浙江省经济和信息化委员会（省中小企业局），2013年12月25日
- [12] 《中小企业专精特新产品（技术）认定办法》，青岛市经济和信息化委员会，2012年2月9日
- [13] 《天津市中小企业专精特新产品（技术）认定暂行办法》，天津市中小企业局，2014年2月18日
- [14] 《江苏省中小企业专精特新产品认定暂行办法》，江苏省经信委（中小企业局），2012年4月23日
- [15] 《上海市“专精特新”中小企业认定标准》，上海市经济和信息化委员会，2015年6月29日