

---

ICS 03.100.01

A 02

# 团 体 标 准

T/CASMES 1.2—2019

---

## 中小企业专精特新 第 2 部分：评定 方法

Specialization, refinement, differentiation, innovation  
of small and medium enterprises—Part 2:Method for qualification  
evaluation

(征求意见稿)

2019-xx-xx 发布

201x-xx-xx 实施

---

XXXX 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 评定原则.....	2
5 评定主体.....	3
6 评定程序.....	3
7 评定模型.....	4
附录 A.....	6
附录 B.....	10
参考文献.....	13

## 前 言

本标准按照 GB/T1.1-2009 给出的规则起草。

T/CASMES 1 《中小企业专精特新》拟分为如下部分：

- 第 1 部分：评定准则；
- 第 2 部分：评定方法；
- 第 3 部分：发展指南。

本部分为 T/CASME 1 的第 2 部分。

本标准由中国中小企业协会提出并归口。

本标准起草单位：

本标准主要起草人：

## 引 言

为贯彻落实《中华人民共和国中小企业促进法》《关于促进中小企业健康发展的指导意见》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》团体标准。

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》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。

近年来，我国中小企业主管部门、协会、商会、联合会、产业技术联盟等开展了专精特新中小企业评定活动，对引导中小企业专精特新发展起了重要的作用，但存在专精特新内涵认识模糊、标准不统一、指标差异大和偏重定性评价等问题，造成不同机构评出的企业差异大、针对性扶持服务难以有效开展的后果。

本标准根据《中小企业专精特新 第 1 部分：评定准则》团体标准规定的内容，在参考各省市专精特新中小企业与科技型中小企业评定、高新技术企业评定、国内外企业质量管理标准、企业竞争力和品牌价值评价方法基础上，对专精特新中小企业的评定方法进行规范，为各机构开展“专精特新”中小企业评定活动提供了方法指导。

# 中小企业专精特新 第 2 部分：评定方法

## 1 范围

T/CASME 1 的本部分规定了专精特新中小企业的评定原则、评定主体、评定程序和评定模型。

本部分适用中型、小型、微型企业进行专精特新评定。

## 2 规范性引用文件

下列文件对本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

统计上大中小微型企业划分办法（国统字[2017]213 号）

T/CASMES 1.1—2018 中小企业专精特新 第 1 部分：评定准则

## 3 术语和定义

T/CASMES 1.1—2018 界定的术语和定义适用于本文件。为了便于使用，以下重复列出了 T/CASMES 1.1—2018 中的一些术语和定义。

### 3.1

#### **中小企业 small and medium enterprise**

符合国家统计局《统计上大中小微型企业划分办法》规定的中型、小型、微型划分要求，具有独立法人资格的社会经济组织。

[T/CASMES 1.1—2018，定义 3.1]

### 3.2

#### **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：专业化表现为企业专注核心业务，提高专业化生产、服务和协作配套的能力，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”。

[T/CASMES 1.1—2018, 定义 3.3.1]

### 3.3

#### **精细化 refinement**

企业通过规则的系统化和细化,运用流程化、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、管理和服务,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。

[T/CASMES 1.1—2018, 定义 3.3.2]

### 3.4

#### **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/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/服务定位上差异化发展,注重市场区隔,具有地域、行业或产品特色,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。

[T/CASMES 1.1—2018, 定义 3.3.3]

### 3.5

#### **新颖化 innovation**

企业通过产品、技术、工艺、业态和商业模式等创新,挖掘、引领、满足客户需求,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/服务,或对传统产品/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/服务。

[T/CASMES 1.1—2018, 定义 3.3.4]

## 4 评定原则

### 4.1 科学性原则

评定应符合产业和企业发展规律,指标体系的层次和结构应合理,指标之间协调统一。

## 4.2 导向性原则

评定应以国家和市场需求为导向，围绕评定目的、评定结果应用，全面反映被评价对象。

## 4.3 公平公正原则

评定应公平、公正按照程序开展，评定机构和人员的专业背景应多元化，与被评定对象有直接利害相关的机构和人员应回避。

## 4.4 独立性原则

评定机构和人员应独立从事评定工作，独立地提供咨询意见，不受委托方的干预。

## 4.5 保密性原则

评定各环节所涉及的机构、人员应对被评定对象的信息保密。

# 5 评定主体

## 5.1 评定机构

5.1.1 应配有专职专精特新中小企业评定人员。

5.1.2 具有掌握专精特新评定标准、评定方法的专家资源。

5.1.3 能独立接受委托开展专精特新中小企业评定服务。

## 5.2 评定人员

5.2.1 应根据专精特新评定标准、评定方法，指导被评定企业提供符合规定的评价原始材料。

5.2.2 应根据被评定企业所提供的材料，借助专家的咨询，对专精特新中小企业评定的相关指标进行分析。

5.2.3 应按要求完成专精特新中小企业评定报告。

5.2.4 应根据评定原则完成评定过程中的相关事宜。

## 5.3 咨询专家

5.3.1 应熟悉被评定企业所在产业领域。

5.3.2 应具备为专精特新中小企业评定全过程提供专业领域技术指导和分析的能力。

# 6 评定程序

专精特新中小企业评定宜采用以“多元统计分析为主，专家评审相结合”的方式进行，评定程序包括：

## **6.1 发布评定通知**

评定机构发布专精特新中小企业评定通知文件，内容包括：评定目标、企业申报条件、评定要求、评定程序和培育措施等。

## **6.2 企业提交申报资料**

符合申报条件的企业，通过推荐或自愿申报方式，按照评定要求准备申报资料，并提交申报证明材料。

## **6.3 企业申报资料初审**

6.3.1 初步审核企业申报资料，审核内容包括：资料的真实性、准确性和完整性。

6.3.2 申报材料不符合评定要求，应联系企业对申报材料进行改进、完善。

6.3.3 申报资料符合评定要求后，应进行分类整理，建立企业数据库。

## **6.4 评定指标统计分析**

6.4.1 制定评定方案，方案内容宜包括：评定模型、评定指标、指标权重和指标计算方法等。

6.4.2 对于定量指标，宜采用多元统计分析方法计算评定指标分数；对于定性指标，宜采用专家评审方法确定指标分数，定性指标的评定维度、计分标准应明确、清晰。

6.4.3 根据评定指标分数、权重，计算申报企业在专业化、精细化、特色化和新颖化上的单项分值。

6.4.4 将申报企业在专业化、精细化、特色化和新颖化各项上的分值加总，转换为百分制得分，得出申报企业专精特新综合分值。

6.4.5 根据评定目标，拟定初步获评企业名单。

## **6.5 评定结果公示**

对初步获评企业进行信用查询，无异议后，确定公示企业名单。

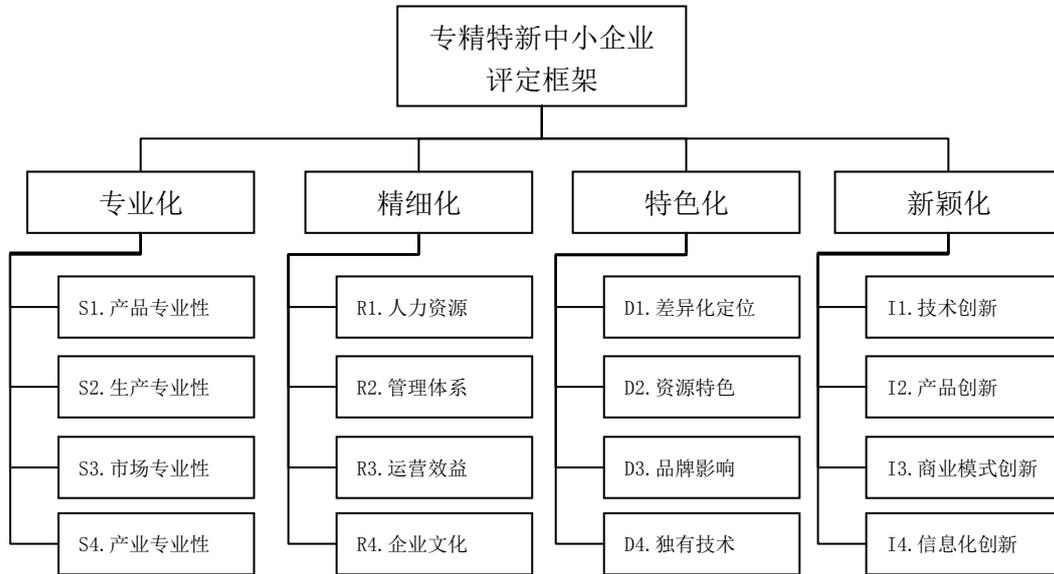
## **6.6 确定获评企业名单**

公示期为7个工作日，公示无异议后，确定最终获评企业名单。

# **7 评定模型**

## **7.1 评定框架**

采用层层分解的还原论方法，根据 T/CASMES 1.1—2018 规定内容，用“要素-子要素-指标”的层级描述范式，构建专精特新中小企业评定框架。评定框架由专业化、精细化、特色化和新颖化 4 个要素组成，每个要素下设 4 个子要素，共计 16 个子要素，子要素下设 1-4 个指标。



## 7.2 评定指标体系

评定指标共 45 个，分定性指标和定量指标两类，其中 30 个定量指标，15 个定性指标，指标名称、指标说明见附录 A。

## 7.3 评定指标计算方法

专精特新中小企业评定指标计算方法见附录 B。

## 附录 A

## (规范性附录)

## 专精特新中小企业评定指标体系

表 A.1 专精特新中小企业评定指标体系

要素	子要素代码	子要素	指标代码	指标名称	指标说明
专业化 (2 5)	S1	产品专业性	S1.1	主营产品利润贡献率	主营产品利润贡献率指在会计年度内主营产品或服务创造的利润应与公司利润总额的比率。
			S1.2	主营产品销售收入比重	主营产品销售收入比重指主营产品或服务创造的销售收入与营业收入的比率。
			S1.3	主营产品毛利率	主营产品毛利率指主营产品毛利与销售收入(或营业收入)的比率,其中毛利是主营产品销售收入和与收入相对应的营业成本之间的差额。
	S2	生产专业性	S2.1	科技人才比率	科技人才比率指专门工艺过程及专业化的工人和技术人员占全体员工的比率。
			S2.2	技术设备投入比率	技术设备投入比率指用于购置先进设备、工艺技术升级改造上投入的费用占企业营业收入的百分比。
			S2.3	生产或服务执行标准	生产或服务执行标准指企业在生产经营活动中所执行的国际标准、国家标准或行业标准情况。
			S2.4	配套能力	配套能力指企业具备高效为规模型企业提供关键零部件、元器件的生产,或关键服务,并与大企业建立稳定的合作关系的能力。
	S3	市场专业性	S3.1	营业收入	营业收入是指企业在从事销售商品,提供劳务和让渡资产使用权等日常经营业务过程中所形成的经济利益的总流入。分为主营业务收入和其他业务收入。
			S3.2	近两年营业收入平均增长率	营业收入增长率是指企业本年营业收入增加额对上年营业收入总额的比率。
			S3.3	细分(区域)市场占有率	细分(区域)市场占有率指在本会计年度内,企业所生产的产品在国内(省级以上)、国外的销售量或销售额占同类产品销售量或销售额的比重。
			S1.4	产品或服务认证	产品或服务取得发达国家或地区权威机构、第三方专业机构认证情况。
	S4	产业专业性	S4.1	产业链位置	产业链位置是指企业所开展的业务在所在产业价值链的环节,反映企业在产业中的影响力和话语权。
			S4.2	产业升级能力	产业升级能力是指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。

精细化 (25)	R1	人力资源	R1.1	人均产值	人均产值是指企业营业收入与企业员工数之比。
			R1.2	本科以上学历员工数量占比	本科以上学历员工数量占比是指企业拥有本科学位的员工数占企业员工总数的百分比。
			R1.3	人均培训费用	人均培训费用是指企业用于员工培训发展的费用与企业员工数之比,其中培训发展费用包括企业内部、外部培训的各项费用。
			R1.4	员工流失率	员工流失率就是在会计年度内离职员工占企业员工总数的比例,该指标是员工满意反向指标。
	R2	制度管理	R2.1	制度流程高效性	制度流程高效性指企业财务、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。
			R2.2	管理体系认证	质量体系认证种类指企业是否通过由国家管理机构认可并授权的第三方认证机构评估认证的质量体系认证的种类。
			R2.3	应收账款周转率	应收账款周转率是企业一定时期内赊销净收入与平均应收账款余额之比。
			R2.4	绿色发展水平 (单位产值耗电耗水比)	绿色发展是指按照绿色、低碳和循环经济发展要求,走资源集约、环境友好发展道路,完善绿色发展管理体系,无不良环境安全事件。
	R3	运营效益	R3.1	资本积累率(资本保值增值率)	资本积累率是指企业年末所有者权益的增长额同年初所有者权益总额之比。该指标是分析企业当年资本积累能力和发展能力的主要指标。
			R3.2	净资产收益率	净资产收益率又称股东权益报酬率,是指净利润额与平均股东权益的比值。该指标是衡量企业盈利能力的重要指标。
			R3.3	流动资产周转率	流动资产周转率是指销售收入与流动资产平均余额的比率。该指标是衡量资产利用率的一个重要指标。
			R3.4	流动比率	流动比率是指流动资产对流动负债的比率,用来衡量企业流动资产在短期债务到期以前,可以变为现金用于偿还负债的能力。企业资产的变现能力越强,短期偿债能力亦越强。
			R3.5	客户满意	客户满意指企业精准理解客户需求,通过各种方式吸引客户,增强客户粘性,产品或服务满足客户需求的程度。
	R4	企业文化	R4.1	社会贡献率	社会贡献率是指企业对社会贡献总额与资产平均总额的比率。其中,社会贡献总额包括工资、劳保退休统筹及其他社会福利支出、利息支出净额、应交或已交的增值税、消费税、营业税、有关销售税金及附加、所得税及有关费用和净利润等。
			R4.2	企业文化理念	企业文化理念是指企业在文化方面的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。

特色化 (25)	D1	差异化定位	D1.1	差异化定位	功能定位是指企业产品或服务性能、功效满足客户真是需求,具有行业和区域的独特性,能够有效和竞争对手实现区隔是差异化的判断标准。	
	D2	资源特色	D2.1	地域特色	地域特色指企业发掘本地文化、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定位。	
			D2.2	特有资源	特有资源是指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。	
	D3	品牌影响力	D3.1	品牌管理能力	品牌管理指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。	
			D3.2	企业评选获奖	企业评选获奖是指企业通过持续的品牌经营,产生广泛的影响力,获得第三方专业机构评定的重要荣誉证书。	
	D4	独有技术	D4.1	独有工艺/技术/配方	指企业在竞争中掌握独有、可持续的工艺、技术或配方,深度开发具备特色的产品或服务。	
	新颖化 (25)	I1	技术创新	I1.1	研发(R&D)费用占营业收入比重	研发费用占比是指企业用于新产品研究、开发、试验和测试等活动中所投入的费用支出占企业销售收入的比率。
				I1.2	研发人员占比	研发人员占比是指企业专门从事研究开发的人员占企业员工总数的百分比。该指标反映企业在创新上的人力资源投入情况。
				I1.3	科研机构建设	科研机构建设指企业自主或外部联合共建科研机构的能力、实力,如国家级、省级或市级的技术研究院、企业技术中心和工程中心等。
				I1.4	自主知识产权	自主知识产权指企业加强自主创新和引进创新,获得国家有关机构认定的专利、商标、软件著作权等的数量。
I2		产品创新	I2.1	专利产品销售额占营业收入比重	专利产品销售占比是指会计年度内企业专利产品取得的销售收入占企业营业收入的百分比。	
			I2.2	新产品销售额占营业收入比重	新产品销售占比是指会计年度内企业开发新产品(包括全新产品、升级产品和换代产品)取得的销售收入占企业营业收入的百分比。	
			I2.3	新产品开发周期	新产品开发周期是指从研究选择适应市场需要的产品开始到产品设计、工艺制造设计,直到投入正常生产所需要的时间。新产品开发包括新产品的研制和原有产品的改进与换代。	

	<b>I3</b>	商业 模式 创新	I3.1	融资渠道	融资渠道指企业筹集经营自己的形式和方法的具体形式,融资渠道反映了企业的运用融资工具和获取低成本资金的能力。
			I3.2	对外开放性	开放性是指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,包括金融资本开放度、贸易开放度。
	<b>I4</b>	互 联 网 创 新	I4.1	信息化建设投入占比	信息化建设投入占比是指企业建设信息化系统费用占企业营业收入比重。
			I4.2	电子商务销售收入占比	电子商务销售收入占比是指企业利用电子商务所获得的销售收入占企业营业收入的百分比。

## 附录 B

### （规范性附录）

#### 评定指标计算公式

##### B.1 专业化

###### B.1.1 产品专业性

主营产品利润贡献率（%）=主营产品毛利润/利润总额\*100%。

主营产品销售收入比重（%）=主营产品销售收入/营业收入\*100%。

主营产品毛利率（%）=主营产品毛利/主营产品销售收入\*100%。

###### B.1.2 生产专业性

科技人才比率（%）=技术人员数\*2/（期初在职员工数+期末在职员工数）\*100%。

技术设备投入比率（%）=技术设备费用/营业收入\*100%。

生产或服务执行标准=1.5\*国际标准+1\*国家标准+0.6\*行业标准+0.4\*企业标准（权重：其中国际标准 7 分，国家标准 5 分，行业标准 4 分，企业标准 3 分）

配套能力=配套产品能力+配套服务客户能力（加权，评价维度：（1）配套产品，选择：1、配套零部件或元器件；2、配套某一方面专业服务；3、配套综合解决方案，权重为 3、4、7。（2）配套服务客户，选择：1、世界 500 强企业；2、中国 500 强企业；3、行业 20 强企业；4、其他知名企业，权重分别为 7、5、3、1）。

###### B.1.3 市场专业性

营业收入：财务报表营业收入项。

近两年营业收入增长率（%）=0.6\*（本期营业收入-上期营业收入）/上期营业收入\*100%+0.4\*（上期营业收入-前年期营业收入）/前年营业收入\*100%。

细分(区域)市场占有率(%)=本期主营产品销售额/同期市场上同类产品销售总额\*100%（加权计算，市场范围全球、全国、省级市场，权重分别为 5、3、2）。

产品或服务认证：专家评定，7 分评分，获得 UL、CSA、ETL 或 GS 其中一种认证得 7 分，其它机构认证酌情加分，最高分不超过 7 分。

###### B.1.4 产业专业性

产业链位置：专家评定，根据企业提供资料，从企业在产业价值链的布局、地位和竞争优势等方面进行 1-7 分评分。

产业升级能力：专家评定，根据企业资料，从企业对影响所在产业发展的技术、产品或服务、客户的掌握和引领情况进行 1-7 分评分。

##### B.2 精细化

###### B.2.1 人力资源

人均产值=营业收入\*2/(期初在职职工数+期末在职职工数)。

本科以上学历员工数量占比(%)=拥有本科学历员工数量\*2/(期初在职职工数+期末在职职工数)\*100%。

人均培训费用=员工培训发展费用\*2/(期初在职职工数+期末在职职工数)。

员工流失率(%)=员工流失人数\*2/(期初在职职工人数+期末在职职工人数)\*100%  
(7分评分, 计分方法: <5%或>70%, 5%-20%, 20%-70%, 分别计1、7、6~2分)。

### B.2.2 制度管理

制度流程高效性(参考指标)=(制度流程完备性+制度流程执行能力+制度流程高效性)/3。

管理体系认证=管理认证+管理方式(计分方法:(1)管理认证:ISO系列质量管理体系、环境管理体系、职业安全健康管理体系认证三项均通过7分,任意两项通过5分,任意1项通过3分,其他1分,没有0分;(2)管理方式:六西格玛管理、精益生产管理、全面质量管理、5S管理采用任意一种管理方式7分,无0分)。

应收账款周转率=当期销售净收入\*2/(期初应收账款余额+期末应收账款余额)\*100%。

营业收入耗电耗水比(%)=(本期用电费用+本期用水费用)/本期营业收入\*100%。

### B.2.3 运营效益

资本积累率(%)=(年末的所有者权益-年初的所有者权益)/年初的所有者权益\*100%。

净资产收益率(%)=净利润\*2/(年初净资产+年末净资产)\*100%。

流动资产周转率(%)=主营业务收入净额\*2/(流动资产年初数+流动资产年末数)\*100%。

流动比率(%)=本期流动资产合计/本期流动负债合计\*100%。

客户满意度:企业自评,0%~100%。

### B.2.4 社会责任

社会贡献率(%)=社会贡献总额/平均资产总额\*100%。

企业文化理念:7分评分,计分方法:缺少使命、远景或价值观中任一项时最终评分不能超过5分,其它选项每增加1项得1分,最高分为7分)。

## B.3 特色化

### B.3.1 差异化定位

差异化定位:根据企业提供资料,由专家从产品市场定位、功能定位和美誉度等方面进行1-7分评分。

### B.3.2 资源特色

地域/产品特色:根据企业提供资料,由专家从产品是否为地理标志产品、非物质文化遗产、地域特产、代表区域历史文化等方面进行1-7分评分。

特有资源:根据企业提供资料,由专家对资源在企业产品的稀缺性、重要性、独特性进

行 1-7 分评分。

### B.3.3 品牌影响力

品牌管理能力：多项选择，7 分，（加权计算，品牌发展规划或方案（2）、品牌管理制度（2）、品牌管理流程（1）、品牌管理人员（1）和品牌建设情况跟踪监测（1），1-7 分值）。

企业评选获奖=企业国际获奖+国家级获奖+省市级获奖+0.5\*行业协会获奖+0.5\*县级及以下获奖。

### B.3.4 独有技术

独有工艺、技术、配方：根据企业提供资料，由专家对产品生产或功能实现中所需特殊的工艺、技术、配方和技能进行 1-7 分评分。

## B.4 新颖化

### B.4.1 技术创新

研发（R&D）费用占营业收入比重（%）=本期研发费用/同期营业收入\*100%。

研发人员占比（%）=本期研发人员数\*2/（期初在职员工数+期末在职员工数）\*100%。

科研机构建设=（博士后工作站/院士专家工作站）+（企业工程中心+企业技术中心+技术研究院）（加权计算方法：拥有博士后或院士专家工作站任一个 7 分，企业工程中心、技术中心、技术研究院任一个国家级 7 分、省级 5 分、市级 3 分，无 0 分）。

自主知识产权=1\*国际发明专利+0.8\*国内发明专利+0.2\*（实用专利数+外观专利数+软件著作权数）。

### B.4.2 产品创新

专利产品销售额占营业收入比重（%）=本期专利产品销售收入/同期营业收入\*100%。

新产品销售额占营业收入比重（%）=0.6\*全新产品销售额占比+0.2\*改进新产品销售占比+0.2\*换代新产品销售占比（加权计算，新产品销售额占营业收入比重=本期新产品销售收入/同期营业收入\*100%，其中新产品包括全新产品、改进新产品和换代新产品，全新产品、改进新产品和换代新产品分别赋予 0.6、0.2、0.2 的权重）。

新产品开发周期=(全新产品开发周期+改进新产品开发周期+换代新产品开发周期)/3。

### B.4.3 商业模式创新

融资渠道：根据企业提供资料，由专家对企业融资渠道、融资方式进行 1-7 分评分。

对外开放性=金融资本开放度+贸易开放度，其中，金融资本开放度=1/3\*年对外投资额 / 投资总额 \* 100% + 1/3\*实际使用外资金额 / 总资产 \* 100%，贸易开放度= 1/3\*产品出口总额 / 总资产 \* 100%。

### B.4.4 互联网创新

信息化建设投入占比（%）=信息化建设费用/营业收入\*100%。

电子商务销售占比（%）=企业电子商务销售额/营业收入\*100%。

## 参考文献

- [1] 工业和信息化部.关于开展专精特新“小巨人”企业培育工作的通知.2018.
  - [2] 科技部财政部国家税务总局.科技型中小企业评价办法.2017.
  - [3] 中国标准化协会.科技成果评价规范.2018.
  - [4] GB/T 19580—2012 卓越绩效评价准则.2012.
  - [5] 中国质检出版社、中国标准出版社.中小型企业如何实施 ISO9001:2015. 2018.
  - [6] 上海市经济和信息化委员会.上海市“专精特新”中小企业认定标准.2015.
  - [7] 安徽省经济和信息化委员会.安徽省“专精特新”中小企业认定标准和程序.2015.
  - [8] 浙江省经济和信息化委员会(省中小企业局).浙江省培育“专精特新”中小企业试行办法(征求意见稿).2013.
  - [9] 天津市中小企业局.天津市中小企业专精特新产品(技术)认定暂行办法. 2014.
  - [10] 江苏省经信委(中小企业局).江苏省中小企业专精特新产品认定暂行办法.2012.
-