

中国冠军企业、“独角兽”企业的发展现实与培育路径

李金华

(中国社会科学院数量经济与技术经济研究所,北京 100732)

摘要:中国制造单项冠军企业主要集中在东部沿海地区,地区经济增长与冠军企业发展相互促进。冠军企业中集中了众多民营企业、上市公司和创新型企业;在先进制造细分领域,单项制造冠军企业还比较欠缺。“独角兽”企业主要集中于电子商务、互联网金融等新兴行业,北京、上海、深圳、杭州等经济发达、创新性资源集中的地区是“独角兽”企业的主要集聚区;“独角兽”企业催生了一些新兴行业或原创性新行业,但在先进制造领域少有“独角兽企业”。建设制造强国需要大力培育和发展冠军企业与“独角兽”企业,要加快培育发展先进制造领域的冠军企业、“独角兽”企业;支持冠军企业、“独角兽”企业走出去,创造出国际知名品牌;要精准服务,保护冠军企业、“独角兽”企业的知识产权;要支持中西部地区和民营冠军企业、“独角兽”企业的发展。

关键词:冠军企业;独角兽企业;先进制造业;制造强国;培育路径

中图分类号:F 114

文献标识码:A

文章编号:1000-260X(2019)01-0068-09

一、研究背景

2015年5月,中国政府发布《中国制造2025》,正式提出将中国建设成制造强国。建设制造强国需要上下协力,还需要多管齐下、通过复合路径来推进,如发展先进制造业,优化制造业结构;进行生产方式的革新改造,提高制造业生产效率,进行重要领域核心技术攻关;培育先进制造领域的全球顶级品牌和知名品牌,推动中国制造标准的国际化,培养引进优秀的制造技术人才和管理人才;营造良好的创新创业环境,建设先进制造企业文化体系,等等。同时,建设制造强国还需要发掘和培育冠军企业和具有创新性的“独角兽”企业^[1]。

德国著名管理学家赫尔曼·西蒙(Hermann Simon)曾对德国400多家中小企业进行过深入研究,发现一些卓越的中小企业长期专注于细分领域,在利基市场^①取得了巨大成就,有的甚至占据了全球95%的市场份额,其技术创新也远胜于同行。由于这些企业执业专注,风格低调,加之所从事的行业相对生僻,其产品也往往不是直接用于消费的最终产品,故而常不为大众知晓,他将此类企业称为“隐形冠军”(Hidden Champion)企业。西蒙总结了“隐形冠军”企业的三个主要特征,即始终致力于某一领域的技术和产品,有着独特的竞争策略,通常不为外界关注,知名度不高;在其细分行业占有绝对的支配地位,有很高的市场占有率^[2]。所

收稿日期:2018-11-10

基金项目:国家自然科学基金项目“中国建设制造强国的行动路径研究”(71673296)

作者简介:李金华,中国社会科学院数量经济与技术经济研究所研究员、博士生导师,中国数量经济学会常务副理事长兼秘书长,主要从事数量经济研究。

以,“隐形”是指这些企业几乎不为外界或大众所熟知;而“冠军”则是指这些企业几乎完全主宰着各自所在的市场,拥有很大的市场份额。无独有偶,美国著名投资公司牛仔冒险(Cowboy Venture)投资人 Aileen Lee 在 2013 提出了一个新名词“独角兽”企业。他将市场估值超过 10 亿美元且成立时间较短的创新创业公司叫做“独角兽”^②企业。“独角兽”企业往往出现在原创性的全新行业,具有较明显的创新性,常常被视为代表了一个新行业或新领域的兴起,是新经济发展的一个风向标。

冠军企业、“独角兽”企业作为新经济名词出现后,很快受到学界关注,一些学者进行了相关问题的研究。宁波市信息中心经济预测部课题组以“中国制造 2025”首个试点示范城市宁波市的制造业单项冠军企业、“隐形冠军”企业为案例进行分析,总结了其发展经验和启示,研究了现阶段中国企业面临的共性问题,提出了引领企业走“专精特新”发展道路的建议^③。严锋等人对话管理学大师赫尔曼·西蒙,分析了德国“隐形冠军”的成功经验,发现德国冠军企业的目标不只是出口,而是组建全球化公司;大多数“隐形冠军”企业从事的都是复杂产品和系统的制造与研发工作,这需要有受过良好教育的科学家、工程师,还需要有一流的运营操作方面的管理人才,以保证其产品和服务的品质;德国企业之所以能牢牢地把握全球细分市场,重要的原因是德意志民族拥有悠久的手工业传统,养成了职业的专注精神。同时,德国教育和训练并重的双轨职业教育体系发挥了重要作用^④。中国要培育自己的冠军企业,就需要专注于自己的核心竞争力,不断进取,企业要创造条件留住人才,持续不断地创新。

一些专家学者还研究了中国培育制造业“隐形冠军”企业的路径。程楠认为,中国需要培养一批“隐形冠军”企业,让其带动并引领制造业向“专注”、“创新”、“标准”、“高质”等方向发展,从而树立起中国产品质量过硬的新品牌形象。现在中国冠军企业发展存在三个难题,即难以专注、未做强即做大、支撑企业成长的人才不足,由此中国需要营造鼓励制造企业向“隐形冠军”方向发展的社会氛围,加大力度培养“隐形冠军”企业所需的人才,简政放权,营造适合于“隐形冠军”企业成长的宽松市场

环境^⑤。金石总结了日本典型冠军企业的成功经验,即技术上率先掌握核心技术,市场上专注全球利基市场,运营上实行核心价值工程的黑匣子化,产品上实行集约多样化,组织上实行日本式创业。中国要培育冠军企业,重要的是掌握核心技术,使之成为企业成长的中心轴;必须选择和推行独特的竞争策略;组建相对灵活的组织与人事体系推进战略实施^⑥。王晓燕等人分析了宁波若干可能成为“隐形冠军”的企业,探讨了这些企业的国际化道路,提出中国中小企业必须重视国际化战略,确定可合作的公司细分市场领域的外国“隐形冠军”,分析其市场地位,不断创新,以图获取更大的全球市场份额^⑦。李超认为,“隐形冠军”企业是一个国家制造业国际竞争力和经济原动力所在,它专注产品质量提升和品牌培育,能够引导整个产业链更趋完善,引导大量企业进行创新性发展^⑧。中国经济发展正处于建设制造强国、提升产品质量、增加生产效率、转换发展动能的重要时期,需要众多的主导细分市场、细分行业的“隐形冠军”企业。中国的企业不要被外界短期利益左右,要专心致志于自己的本业,在自己的领域做出巨大成就。

在实践上,为推动中国制造强国的建设,中国政府开展了单项冠军企业、“独角兽”企业的培育工作。2017 年 1 月,中国工业和信息化部、中国工业经济联合会公布了第一批制造业单项冠军示范企业和培育企业名单,2017 年 12 月又发布了第二批制造业单项冠军企业和单项冠军产品名单。2018 年 3 月,中国工业和信息化部又发出通知准备遴选第三批冠军企业,同时出台了培育支持制造业单项冠军企业的政策措施。作为建设制造强国的行动,东部沿海的一些省市也陆续出台培育冠军企业方案,遴选本地区的冠军企业。在“独角兽”企业培养方面,中国科技部火炬中心、长城战略咨询于 2018 年 3 月在北京发布了《2017 中国独角兽企业发展报告》,认定中国在 18 个领域存在 164 家“独角兽”企业。2018 年 6 月,杭州余杭区建立了中国首个“独角兽”企业园和“独角兽”企业孵化园,以图打造中国“独角兽”企业成长乐园。余杭区还同步出台了《关于加快独角兽、准独角兽企业培育的若干政策意见》,计划在 2020 年底,培育 10

家以上“独角兽”企业和50家以上准“独角兽”企业,并且承诺从科研收入、营销推广、产品应用、金融支持、人才配套、贡献奖励、知识产权保护等方面为“独角兽”和准“独角兽”企业成长、壮大服务。

很显然,中国已将培育发展冠军企业、“独角兽”企业作为建设制造强国的重要路径。现阶段国内关于中国冠军企业、“独角兽”企业现状分析的学术成果尚不多见,这给本文的研究留下了空间。本文拟分析中国冠军企业、“独角兽”企业的客观现实,探讨未来中国冠军企业、“独角兽”企业的培育路径。

二、冠军企业的规模与结构

赫尔曼·西蒙于1990年提出了“隐形冠军”企业一词。1996年,他发表了《隐形冠军:全球最佳500名公司的成功之道》,该书从目标、市场、外销、客户、创新、竞争、伙伴、团队、领导、成长等方面描述了“隐形冠军”企业的特征。该书指出,能够主导占领市场的并不仅仅是那些大公司,行动迅速、灵敏度高、反应快、高度专业化的公司同样能够将其谋划付诸实施,最大可能地赢得客户,从而取得市场的优先地位。该书认为,20多年的市场实践表明,全球“隐形冠军”企业正以约10%的平均增速持续增长,其营业收入也已是20年前的5、6倍,“隐形冠军”已成为真正的全球化运营企业;隐形冠军极大地增加了创新活动。非隐形的或者说知名的冠军企业,市场非常庞大,但“隐形冠军”却占据了其余98%的小市场或利基市场。“隐形冠军”企业在行业发展中占有重要地位,对一国产业发展影响重大。

2016年3月,中国工业和信息化部印发了《制造业单项冠军企业培育提升专项行动实施方案》的通知,这份文件确定了冠军企业的定义、特征。根据文件内容,制造业冠军企业,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。其主要特征是:主要从事1至2个特定的制造业细分产品市场,且特定细分产品销售收入占企业全部业务收入的比重在70%以上;在相关细

分产品市场中,所生产产品拥有很高的市场份额,具备强大的市场地位,单项产品市场占有率位居全球前3位;企业持续创新能力强,生产技术、工艺国际领先,产品质量精良,关键性能指标处于国际同类产品的领先水平;重视并实施国际化经营战略,市场前景好,企业经营业绩优秀,利润率超过同期同行业企业的总体水平;长期专注于所瞄准的特定细分产品市场,从事相关业务领域的时间达到10年或以上,或从事新产品生产经营的时间达到3年或以上;符合工业强基工程等重点方向,从事细分产品市场属于制造业关键基础材料、核心零部件、专用高端产品;制定并实施品牌战略,建立了完善的品牌培育管理体系并取得良好绩效;实行绿色生产,近3年无环境违法记录,企业产品能耗达到能耗限额标准先进值;具有独立法人资格,具有健全的财务、知识产权、技术标准和质量保证等管理制度^③。

按照如上标准,国家工信部遴选出了两批制造业单项冠军企业^④,第一批54家企业入选,第二批有71家入选,共计125家。其地域和细分产品分布如表1所示。

由表1的资料可以做出如下分析:

第一,中国的制造单项冠军企业主要集中在东部沿海地区,经济发达地区培育了冠军企业,冠军企业也促进了地区经济发展。研究资料显示,制造业冠军企业也多集中于长三角、珠三角、环渤海、长江经济带。根据表1数据整理绘制的冠军企业地域分布图可说明这一点(见图1)。

山东、浙江、江苏、福建等东部沿海地区是经济发达地区,也是中国制造业的集聚区,仅鲁、苏、浙三省就集中了59家冠军企业,占全部冠军企业总量的近半数,这反映出中国制造冠军企业地域分布的严重不均衡。中国全部冠军企业分布在23个省区市,甘肃、宁夏、云南、青海等省区没有集中冠军企业,表明制造业不发达的地区,也难以诞生冠军企业。冠军企业与制造业资源集聚度是高度相关的。

表 1 制造业单项冠军企业地域与主营细分领域产品分布表(2017) 单位:个

企业数	主营细分领域产品
24	衣康酸及其衍生物;二苯基甲烷二异氰酸酯(MDI)系列;聚全氟乙丙烯;聚偏氟乙烯;橡胶促进剂;纤维增强塑料输油管;钻夹头;水环真空泵;二通插装阀;轮式装载机;硫化轮胎用囊式模具;谷物联合收获机械;微型电声器件;氯化亚砷;海藻酸盐;可锻性铸铁及铸钢管子附件;可调手动扳手及扳钳;体育器材;纯毛机织物;色织布;合成纤维制经编织物;丝绸面料;棉纺粗纱机;半潜式钻井平台;钓鱼竿。
20	无碱玻璃纤维、无捻粗纱;工业链条;船舶推进系统;塑料注射成型机;缝纫机旋梭;汽车方向节总成;精密光电薄膜元器件;手机摄像模组;视频监控产品;液晶显示模组;铝合金轮毂;机动车辆齿轮;粉末冶金零件;工业用不锈钢管;聚氨酯鞋底原液;工业用缝纫机;涤纶长丝;粗梳羊绒纱线;电脑针织横机;涤纶长丝。
15	金属钢丝绳、缆;汽轮机叶片;轮式起重机;全液压转向器;风电用齿轮箱;旋挖钻机;双床床经编机;光伏组件;太阳能级多晶硅;显示用光学膜;精密轴承钢球;预应力混凝土用钢棒;聚氨酯硬泡组合聚醚;水泥回转窑;减水剂。
9	钢琴;印制电路板用精密微型钻头;叠层片式电感器;工业控制计算机;光纤陶瓷插芯;自动柜员机;液压自动压砖机;铝合金建筑型材;自升式海洋工程平台升降锁紧系统。
8	关节轴承;全自动混凝土砌块成型智能生产线;控制继电器;薄膜电容器;转账 POS 机;除尘设备;汽车安全玻璃;锦纶长丝。
7	人造金刚石;矿物磨机;大中型拖拉机;大中型客车;全断面隧道掘进机;振动筛;通用桥式起重机。
5	离心压缩机;绝缘导线;百万千瓦核反应堆压力容器;非织造布生产线联合机;工业铝挤压材。
5	橡胶密封件;辊压机;特种耐高温铜基电磁线;吡啶碱;聚氨酯合成革。
4	手机、平板电脑显示器件;货物与车辆安检设备;刺绣机电脑控制系统;纸面石膏板。
4	基带芯片;高强度紧固件;海岛型超纤非织造基布;船用低速柴油机。
4	牙轮钻头;光纤光缆;光纤接入用光电子器件与模块;固井压裂设备。
3	轧辊;铝合金轮毂;食品着色剂。
3	单晶硅片;重型汽车变速箱;真空开关管。
2	电池炭棒;硬质合金。
2	直驱永磁风力发电机组;农用硫酸钾。
2	乘用车覆盖件冲压模具;立式辊磨机。
2	高铝超薄触控屏保护玻璃;管线球阀。
1	铸造起重机
1	非公路矿用自卸车
1	冰箱压缩机
1	锰酸盐、高锰酸钾盐
1	钢丝绳
1	铝合金添加剂

资料来源：中华人民共和国工业和信息化部网站 (<http://www.miit.gov.cn>)。作者加工整理。

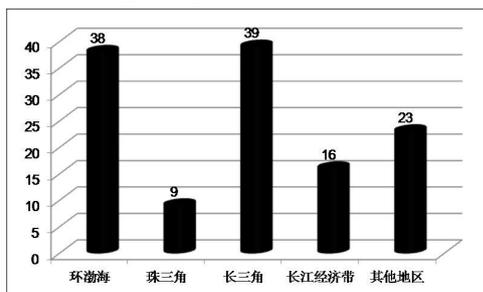


图 1 制造业单项冠军企业地域分布图(2017) 单位:个

第二,冠军企业中集中了众多民营企业、上市公司和创新型企业。分析冠军企业的结构可以发现,中国制造冠军企业集中了众多民营企业、股份制企业,如淄博水环真空泵厂有限公司、福建泉工股份有限公司、万华化学集团股份有限公司等。同时,冠军企业也有众多创新型企业,如京东方科技集团股份有限公司、展讯通信(上海)有限公司、青岛科海生物有限公司等。这表明,民营中小企业长期致力于某一领域、某一产品的研究,完全可能拥有较大的国际国内市场份额,创造出国际国内知名品牌。在单项制造领域,民营企业、股份制企业、创新型企业可以有效发挥作用。

第三,在先进制造细分领域,单项制造冠军企业还较欠缺。具备冠军企业条件的企业,其主要产品细分领域多是传统制造产品,如钢丝绳、非公路矿用自卸车、农用硫酸钾、电池炭棒、真空开关管等,而技术含量高、涉及先进制造关键领域的单项冠军还较少,特别是一些前沿技术产品,如电信核心技术产品、新材料产品、数控机械产品、先进机械设备产品、汽车电子产品、汽车自动化产品、塑机产品、无缝钢管、仪器仪表、生物医药产品、调节阀门、挖掘机产品、船用配套设备、激光产品、集成电路产品、氟聚合物产品、高温电缆、微生态制剂、生物燃料产品等。这也从一个侧面反映出中国在先进制造领域与世界制造强国技术水平的差距。

三、“独角兽”企业的规模与结构

Aileen Lee 提出“独角兽”企业这一概念后,包括中国在内的一些国家也开始发掘“独角兽”企业,重视“独角兽”企业的培育。由中国科技部火炬中心、长城战略咨询发布的《2017 年中国独角兽企业发展报告》中认定中国存在 164 个“独角兽”企业,这些企业的地域和行业分布状况如表 2 所示。

中国公布的“独角兽”企业的认定标准是:在中国境内注册,具有法人资格;成立时间不超过 10 年;获得过私募投资,且尚未上市。表 2 的数据和进一步的资料显示,现阶段中国“独角兽”企业的发展显示出如下特征:

表2 中国“独角兽”企业地域、行业分布(2017) 单位:个

	电子商务	互联网金融	大健康	文化娱乐	物流	交通出行	互联网教育	新能源汽车	云服务	人工智能	房产服务	新媒体	大数据	企业服务	智能硬件	旅游	软件应用	社交
北京	12	7	3	9	2	7	5	2	3	4	2	3	2	3	2	1	1	1
上海	10	4	5	1	3	0	3	2	2	1	2	1	0	0	0	1	2	0
杭州	5	4	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0
深圳	1	3	1	0	3	0	0	0	1	1	1	0	0	0	2	0	0	1
武汉	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
香港	1	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
广州	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
南京	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
天津	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
镇江	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
东莞	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
贵阳	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
宁波	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
宁德	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
沈阳	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
苏州	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
无锡	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
珠海	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
丹阳	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合计	33	21	14	13	11	10	9	9	8	6	5	5	4	4	4	3	3	2

数据来源:科技部火炬中心、长城战略咨询发布的《2017年中国独角兽企业发展报告》,http://www.sohu.com/a/226237317_618578。作者加工整理。

第一,“独角兽”企业主要集中于电子商务、互联网金融、大健康、文化娱乐、物流、交通出行等新兴行业。根据表2部分数据绘制的图2可以说明这一点。

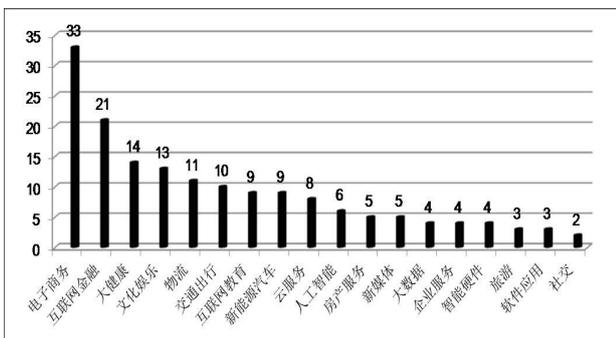


图2 “独角兽”企业行业分布状况图 单位:个

进一步的数据显示,电子商务、互联网金融、大健康、文化娱乐、物流、交通出行5个领域集中了102个独角兽企业,占全部独角兽企业总数的

62%以上。其中,电子商务33个;美团点评、瓜子二手车、惠民网、口袋购物、宝宝树、我买网、车易拍、酒仙网、蜜芽宝贝、每日优鲜、转转、便利蜂、饿了么、易果生鲜、淘票票、美菜网、优信互联、拼多多、波奇网、洋码头、找钢网、小红书、口碑、美丽联合、大搜车、车猫二手车、贝贝网、土巴兔、卷皮、万达电脑、汇通达、孩子王、58到家。

互联网金融21个:借贷宝、京东金融、人人贷、网信理财、易生金融、有利网、比特大陆、陆金所、平安医保、金融壹账通、点融网、蚂蚁金融、51信用卡、草根投资、微贷网、微众银行、聚宝汇、随手科技、富途证券、我来贷、团贷网。大健康14个:科信美德、春雨医生、诺禾致源、平安好医生、联影医疗、复宏汉霖、三胞国际医疗、药明明码、微医集团、碳云智能、安翰、306健康、蓝卡健康、信达生物制药。文化娱乐13个:爱奇艺、猫眼电影、一下科技、快手、阿里音乐、英雄互娱、得到、一点资讯、映客、阿里体育、网易云音乐、斗鱼、乐道互动。物流11个:罗汁物流、云鸟配送、易商、安能物流、新达达、菜鸟网络、丰巢科技、越海全球供应链、啦啦快送、惠龙国际、满帮。交通出行10个:滴滴出行、神州专车、ofo共享单车、摩拜单车、纳恩博、ETCP停车、首汽约车、曹操专车、斑马快跑、恒神。这说明,一些新兴行业是具有创新性的独角兽企业青睐的领域。也可以说,独角兽企业正在催生新的行业。

第二,北京、上海、深圳、杭州等经济发达、创新资源集中的地区是“独角兽”企业的重要集聚区。根据表2数据绘制的图3可以说明这一点。

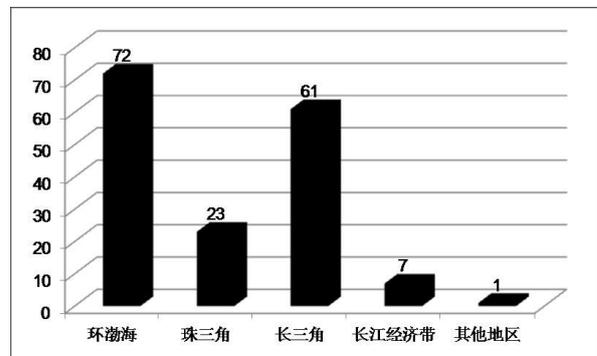


图3 “独角兽”企业地域分布状况图 单位:个

资料显示,北京拥有电子商务、互联网金融、

大健康、文化娱乐、物流、交通出行、互联网教育、新能源汽车、云服务、人工智能、房产服务、新媒体、大数据、企业服务、智能硬件、旅游、软件应用、社交等全部 18 个行业共计 69 个“独角兽”企业;上海则拥有电子商务、互联网金融、大健康、文化娱乐、物流、互联网教育、新能源汽车、云服务、人工智能、房产服务、新媒体、旅游、软件应用等 13 个行业的 37 个“独角兽”企业;深圳集中了电子商务、互联网金融、大健康、物流、云服务、人工智能、房产服务、智能硬件、社交等 9 个行业的 14 个“独角兽”企业;杭州集中了电子商务、互联网金融、大健康、文化娱乐、交通出行、新能源汽车、云服务、大数据、企业服务等 9 个行业的 17 个“独角兽”企业。北京作为政治、文化中心,上海、深圳作为经济中心,杭州作为东部沿海经济发达地区,成为了“独角兽”企业的集中地。此外,二、三线的个别城市也出现了“独角兽”企业,如宁波、东莞、无锡、镇江等,不过这些都是先进制造业较发达的地区。西部地区的城市没有“独角兽”企业。

进一步的资料表明,164 家“独角兽”企业中有 125 家是位于所在省市的高新园区内,占比达 75% 以上。可见,高新园区内的创新生态、丰富的创业资源是“独角兽”企业生长、成长的重要支撑。

第三,依托信息技术、计算机技术,“独角兽”企业催生了一些新兴行业或原创性新行业。这些新兴行业包括互联网教育、云服务、房产服务、新媒体、大数据、企业服务、旅游、软件应用、社交等。其中互联网教育 9 个;云服务 8 个;房产服务 5 家;新媒体 5 个;大数据 4 家;企业服务 4 个;旅游 3 个;软件应用 3 个;社交 2 个^⑤。这些“独角兽”企业,或者依靠平台支撑,或者依靠技术驱动,体现了现代共享经济的理念,展示了生产性服务业和现代服务业的新业态。这也使得“独角兽”企业具备了传统产业无法相比的优势。

第四,中国先进制造领域少有“独角兽”企业。从表 2 中的数据可知,中国当下的“独角兽”企业属于先进制造领域的有新能源汽车、智能硬件、人工智能。其中新能源汽车 9 个:北汽新能源、威马汽车、奇点汽车、蔚来汽车、时空电动、橙行智能、知豆汽车、宁德时代、银隆新能源。智能硬件 4 个:

小米、智米科技、柔宇科技、奥比中光。人工智能 6 个:优必选科技、旷视科技、商汤科技、出门问问、寒武纪、依图。显然,相比电子商务、互联网金融、先进服务业等领域,先进制造领域的“独角兽”企业明显缺乏。

四、培育路径思考

冠军企业体现了一国制造业在某些细分行业或领域的竞争实力,“独角兽”企业反映了企业的创新创业水平,建设制造强国需要培育和发展众多的冠军企业和“独角兽”企业。前文对中国冠军企业和“独角兽”企业的分析,给探索思考冠军企业和“独角兽”企业的培育路径提供了重要依据。

(一)加快培育发展先进制造领域的冠军企业、“独角兽”企业

中国建设制造强国,有一批重点优先发展的领域,如新一代信息通信技术产业、高档数控机床、海洋工程装备、高技术船舶、大型农业机械、先进机器人、航空航天装备、先进轨道交通装备、新能源汽车、电力装备、新材料、生物医药、高性能医疗器械等,这些重点领域还细分为若干个方向,方向下面还可细分为产品。如新一代信息通信技术产业的子方向就可分为集成电路、信息通信设备、操作系统与工业软件、智能制造核心信息设备等。为达到重点领域的技术突破,实现制造强国的目标,中国推动实施了一系列重大专项、重大工程,如工业强基工程、绿色制造工程、制造业创新中心建设工程等,应依托这些工程,在国家重点发展的先进领域培育冠军企业和“独角兽”企业。

对于制造强国建设中重大专项、技术升级改造、工业强基工程、智能制造、绿色制造等领域的潜在冠军企业要跟踪关注,支持其走专、精、特、优道路,鼓励其在细分领域精耕细作,专注于某一或某几种特定产品,加快成为名副其实的冠军企业。对于冠军企业,要在税收、金融、人才、技术等方面推行特殊政策,帮助其解决发展过程中面临的问题。要帮助潜在的冠军企业加快应用新技术、新工艺、新装备,改造提升传统产业和产品,

提高生产效率,不断扩大市场份额;要加快在装备制造、生物科技、云计算、人工智能、高端制造等领域发掘和培育冠军企业,优化冠军企业的行业结构,增加中国制造业的竞争力。

要着力培育先进制造领域的“独角兽”企业。可以设立“先进制造独角兽企业创业基金”,支持创业者创办先进制造领域的创新性企业。要营造浓厚的创新创业环境,增强科技人员和企业家的创业意识,激发民众的创新创业精神,对先进制造领域的注册企业,可放宽准入条件,降低入门门槛,不设限制性条件或附加条件。要重点培育省级、国家级高新产业园内的小微型企业,对处于成长期内的科技型、创新型企业,在初创期内要制定专门的财政、税收、金融优惠政策,帮助企业发展壮大,助力其快速成长为“独角兽”企业。

(二)支持冠军企业、“独角兽”企业走出去,创造出国际知名品牌

美国著名管理学家伊查克·爱迪思(Ichak Adizes)提出过著名的企业生命周期理论。按照这一理论,企业的生存轨迹是动态变化的,包括发展、成长、成熟、衰退等几个阶段。一些企业在成长中会遇到许多陷阱,如果没有跳过去,企业就可能面临更多的创业陷阱。企业发展到一定程度,就再难有较大增长。客观上,企业生命周期波动受内、外两方面因素影响。在受到外力冲击时,企业生命周期会发生波动。此外,企业的劳动生产率也会极大地影响企业生命周期,企业的生产经营活动会在扩张与收缩、繁荣与萧条之间不断循环或替代,当循环圈越大或增长繁荣期越长时,企业生命周期也就越长。因此,在不同的生命阶段,企业要采取不同的生存策略。冠军企业创业初期,需要遵循专业化的成长模式,专注服务于市场的某一小部分,进而占据市场有利位置。经过积累,企业进入成长期和成熟期,此时冠军企业则需要采取新策略,运用新手段,保持或扩大所在细分领域所拥有的市场份额,使自己处于绝对的竞争优势地位。

因此,对于确定的冠军企业,要促使其不断创新,加强国际化战略,进一步提质增效,做优做强,巩固和提升其全球领先地位。要支持冠军企业注

重国际竞争对手,分析国际市场“隐形冠军企业”的市场地位,研究并购的潜力和可能性,在保留自己的生产技术、工艺流程的基础上,拓展国际业务,获取更大的全球市场份额。要支持冠军企业加强与同行的技术合作,嵌入国际销售网络。同时,要注重在全球建立生产销售基地,建立研发中心,巩固优势地位,不断增强企业的国际竞争力。

要通过政府引导,在全国范围内挖掘潜在的“独角兽”企业,从全球特别是世界500强企业引进先进制造领域的创业领军人才。要培养一批“独角兽”企业创办人,支持制造业领军人才带技术、带项目、带资金在高新园区创业,支持具有创新意识、开放意识、国际意识、担当意识的“独角兽”企业创办人开展国际合作,尤其是要重视先进制造领域、原创性新兴产业、颠覆式变革产业“独角兽”企业国际战略实施和国际合作行动,支持“独角兽”企业加快创造全球著名的国际品牌,扩大“独角兽”企业的国际影响。

(三)精准服务,保护冠军企业、“独角兽”企业的知识产权

要建立“中国制造业冠军企业、独角兽企业数据库”,建立冠军企业、“独角兽”企业运营状况档案,点对点地对冠军企业、“独角兽”企业进行精准服务。政府可以设立项目基金支持冠军企业和“独角兽”企业的创业,支持国内信誉良好的私募管理机构设立“独角兽”基金、冠军企业基金,专门打造“独角兽”企业园和孵化园。可以分行业成立冠军企业联盟和“独角兽”企业联盟,支持冠军企业、“独角兽”企业协同进行技术创新、市场拓展、品牌提升和产学研合作。

可以设立冠军企业、“独角兽”企业技术服务平台,集中优势科技资源,为冠军企业、“独角兽”企业的技术创新、生产模式创新、管理创新提供支撑。可以启动实施冠军企业、“独角兽”企业信息化推进工程,引导通讯信息运营商、信息技术服务机构为冠军企业、“独角兽”企业进行计算机信息服务,大幅度提高冠军企业、“独角兽”企业的信息化应用水平。要支持奖励优秀大学毕业生、研究生及其他高层次人才到冠军企业、“独角兽”企业就业,

对冠军企业、“独角兽”企业的新进人才,要在落户、住房、子女上学等方面实行优惠政策,解除特殊人才的后顾之忧,增加冠军企业、“独角兽”企业的动力要素保障。

要把保护冠军企业、“独角兽”企业提升至建设制造强国战略的高度,切实保护冠军企业、“独角兽”企业的知识产权,保护冠军企业、“独角兽”企业的合法权益和创新积极性。要建立完善冠军企业、“独角兽”企业的知识产权保护法规、政策,制定专门针对冠军企业、“独角兽”企业知识产权保护的政策法规或特别条款,营造良好的知识产权法制环境、市场环境和社会环境;要不断增强冠军企业、“独角兽”企业知识产权创造、运用、保护和管理的能力,保护其在创新过程中使用专利和科技数据库的意识,促使其在获得专利后加快进行产品市场化。要开展面向冠军企业、“独角兽”企业的专利辅导、专利代理、专利预警等服务,严处侵犯冠军企业、“独角兽”企业知识产权和制售假冒伪劣产品的行为,最大限度地维护冠军企业、“独角兽”企业的合法权益。

(四)培育民营冠军企业、“独角兽”企业,支持中西部地区培育发展冠军企业、“独角兽”企业

民营企业一般规模不大,多为中小企业,通常有较灵活的销售方式和服务网络,企业主也有着较丰富的市场竞争经验。国际上,不乏中小企业成功发展的经验。例如意大利,其 99% 以上的企业都是中小企业,这些中小企业形成了约 66 个集群,绝大多数都分布在小城镇或小村落,但是意大利中小企业采用“弹性专精”生产方式,走集群化发展道路,生产设计与管理模式不断创新,生产的产品在全球市场上具有重大影响力,是意大利经济实力和核心竞争力核心支撑力量。现在,中国的一些冠军企业、“独角兽”企业表现出良好发展势头。2018 年 7 月,中国互联网协会、工业和信息化部信息中心发布《2018 年中国互联网企业 100 强发展报告》。数据显示,近年“独角兽”企业迅速增加,互联网百强企业及下属企业仅在 2017 年就涌现出 18 家“独角兽”企业,较去年同期增长了 38.5%,如网易云音乐、蚂蚁金服、猫眼电影、小米科技等⁹¹。稍后的

8 月,《财富》杂志发布《2018 年改变世界的 57 家公司》,中国的阿里巴巴、京东、滴滴出行上榜⁹²。这些“独角兽”企业立足国内市场,瞄准国际前沿,不断拓展海外业务,推进全球市场布局,迅速崛起,体现出较强的国际竞争实力。

要深刻认识到,民营企业是中国市场经济的重要组成部分,是建设制造强国不可缺少的力量。要高度重视民营冠军企业、“独角兽”企业的培育,推动民营冠军企业、“独角兽”企业与高校、科研机构进行战略合作,支持民营冠军企业建立高水平研发机构,支持其参与国家制造强国建设中的重大科技项目。可以通过项目资助、后补助、社会资本与政府合作等多种形式引导扶持民营冠军企业和“独角兽”企业,支持民营冠军企业、“独角兽”企业的技术转移机构发展,为民营冠军企业、“独角兽”企业的技术交易、产品销售提供成果转化和信息供给服务。

要培育具有国际眼光、科学素养和创新意识的民营冠军企业家和“独角兽”企业家,发挥民营企业家协会或组织的积极作用,加大对民营冠军企业家和“独角兽”企业家创新思维和能力提升的培训。特别是要强化民营冠军企业家工匠精神和社会责任感的培养,鼓励支持民营冠军企业家与中国制造强国建设紧密结合,同步谋划、同步推进,服务国家大局,努力进取,将本领域、本行业的产品做到极致。

同时,还要加快中西部高新园区、“双创”示范基地建设,加快中西部基础设施建设。工信部的数据显示:2017 年,中西部互联网主营业务收入达 307 亿元,同比增长 73.45%。但全部互联网百强企业中,东部地区企业占比达 87%,而中西部地区仅占 13%,与 2016 年相比没有增加,数量相等。中西部地区要紧抓互联网新时代的战略机遇期,推动互联网企业高速发展。因此,中西部地区应加快冠军企业、“独角兽”企业的培育,创建“独角兽”企业孵化器,引导冠军企业、“独角兽”企业致力于信息服务、农村电商、网络公益以及精准扶贫,缩小数字信息技术鸿沟,带动地区经济、特别是贫困地区经济发展;要为科技创新型企业成长创造优良的创新创业生态环境,形成中西部地区的冠军企业

和“独角兽”企业方阵,打造具有较强竞争力的中西部先进制造产业集群。

注:

- ① 利基市场,指高度专门化的细分市场。
- ② 独角兽,为神话传说中的一种虚构生物,额前长有一个螺旋角,代表高贵、纯洁。
- ③ 单项冠军企业的标准由工业和信息化部《制造业单项冠军企业培育提升专项行动实施方案》确定。
- ④ 制造业单项冠军企业分为示范企业和培育企业两种,本文所指冠军企业是示范企业,不包括培育企业。
- ⑤ 各行业入选企业具体名单可参见《2017年独角兽企业发展报告》。

参考文献:

- [1] 两部委:将在产业细分领域培育一批独角兽企业[EB/OL]. <http://news.stcn.com/2018/0607/14302320.shtml>.2018-06-07.
- [2] Simon, Hermann. Hidden champions: lessons from 500 of the world's best unknown companies[M]. Boston: Harvard Business School Press, 1996.4.
- [3] 宁波市信息中心经济预测部课题组. 秉持核心竞争力走“专精特新”发展道路,牢牢掌控本行业的“领导力”和“话语权”——宁波单项冠军企业及隐形冠军企业发展模式分析[J]. 三江论坛, 2018, (3): 20-24.
- [4] 严锋, 朱晟, 徐扬. 德国“隐形冠军”牢牢把控全球细分市场——对话“隐形冠军之父”、著名管理学大师赫尔曼·西蒙教授[N]. 经济参考报, 2018-04-24(8).
- [5] 程楠. 培育中国“隐形冠军”需跨越三道坎[J]. 中国装备, 2016, (10): 42-45.
- [6] 金石. 日本“隐形冠军”企业的成功因素及启示[J]. 浙江万里学院学报, 2012, (3): 4-7.
- [7] 王晓燕, 陈开元, 赵晶. 中国隐形冠军企业国际化的进入模式与绩效关系——基于知识整合的视角[J]. 中国集体经济, 2017, (27): 57-59.
- [8] 李超. 中国应如何培育“隐形冠军”[N]. 中国青年报, 2017-11-14(10).
- [9] 工信部公布 2018 年中国互联网企业百强榜单[EB/OL]. <http://www.amdaily.com/Policy/MadeChina/11679.html>.2018-07-27.
- [10] 2018 年改变世界的 57 家公司[EB/OL]. http://www.fortunechina.com/rankings/c/2018-08/22/content_314420.htm?id=mail.2018-08-22.

【责任编辑:龚紫钰】

Development and Cultivation of China's Champion Enterprises and Unicorn Enterprises

LI Jin-hua

(Institute of Quantitative Economics and Technical Economics, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing, 100732)

Abstract: China's manufacturing champions in specific areas are mostly in the eastern coastal areas. Regional economic growth and champion enterprises help each other forward. The champions include many private enterprises, listed companies and innovation enterprises. However, there is lack of champion enterprises in highly specialized advanced manufacturing industry. Unicorn enterprises are mostly in e-commerce, online finance and other emerging industries. Beijing, Shanghai, Hangzhou, Shenzhen and other economically developed areas with rich innovation resources are where unicorn enterprises are mostly located. Unicorn enterprises prompt some emerging industries or new innovation industries, but there are few “unicorns” in advanced manufacturing industry. To build China into a manufacturing powerhouse, it is necessary to cultivate and develop champion enterprises and “unicorn” enterprises. We should speed up cultivation and development of champions and unicorns in advanced manufacturing industry, support champion enterprises and “unicorn” enterprises to go abroad and create internationally renowned brands, provide high quality services, protect the intellectual property rights of champion enterprises and “unicorn” enterprises, and support the development of private champion enterprises and unicorn enterprises in central and western regions.

Key words: champion enterprises; unicorn enterprises; advanced manufacturing industry; manufacturing powerhouse; cultivation paths