

中国中小企业协会

中小企协〔2017〕29号

中国中小企业协会关于开展中国中小企业 “专精特新”500强资质评定的通知

各省中小企业协会、各分支机构：

党的十九大报告指出，“必须坚持和完善我国社会主义基本经济制度和分配制度，毫不动摇巩固和发展公有制经济，毫不动摇鼓励、支持、引导非公有制经济发展”，“激发各类市场主体活力，要努力实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续的发展”，“加强对中小企业创新的支持，促进科技成果转化”，这标志着我国中小企业发展将迎来新的历史机遇和进入一个新的发展阶段。

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）》，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，培育一个生存能力顽强、效益良好、充满活力的“专精特新”中小企业群体，中国中小企业协会（以下简称“协会”）构建了“组织·标准·基金”三位一体战略布局，制定了《中国中小企业“专精特

新”评定标准》，并将于2017年11月29日在第十一届中国中小企业节上发布。为促进国家“专精特新”政策的理论解读和量化分析，统一各省市及社会各界对中小企业“专精特新”发展的认识，使“专精特新”真正成为我国中小企业转型升级的工作指南，协会拟通过“专精特新”资质评定，汇集全国中小企业的大数据，进行动态监测管理。经协会研究决定，兹定于2017年11月启动首届中国中小企业“专精特新”500强资质评定工作。现将有关工作通知如下，请各单位予以配合。

一、评定性质

此次资质评定工作是在国家工业和信息化部指导下，由中国中小企业协会组织开展实施。本活动将采取地方机构推荐、统一组织填报并提交材料、协会组织专家按标准评定的工作办法。

二、评定目的

推动落实国家关于中小企业“专精特新”发展政策，促进全国中小企业“专精特新”综合竞争力发展，建立中国中小企业创新发展的动态监测平台。

本次“专精特新”资质评定，是首次按照全国统一的“专精特新”标准进行的认定工作。评定出的“专精特新”企业，将进入协会中小企业“专精特新”数据库，颁发资质证书，优先享受“专精特新”基金的投融资服务、成为协会会员、享受协会各项服务。协会积极协助对接各地政府“专精特新”资质企业相关的政策。

三、参评企业

参评的全国中小企业包括：各地中小企业协会推荐的企业；由中国中小企业协会会员部、分支机构、行业分会进行推荐的协会会员；中国中小企业专精特新省级促进中心所联系企业；各地政府中小企业管理部门所推荐企业；各地高新区、孵化器所推荐企业；其他中小企业等。

四、资质评定标准

此次评选主要依据《中国中小企业“专精特新”评定标准》规定，由中国中小企业协会组织行业专家组成评审小组进行综合评估。

五、资质评定程序

(一)2017年11月1日—11月30日，各地中小企业服务机构统一组织中小企业填报《中国中小企业“专精特新”资质评定调查信息表》所需信息，并搜集企业相关材料，经初审后，于12月1日前报送至协会。

(二)12月1日—12月31日，协会组织行业专家组成评审小组根据标准规定，进行综合评估。

(三)评审小组提出建议授予“中小企业‘专精特新’资质评定500强”名单。

(四)中国中小企业协会审定，并发布评选结果。

(五)本次资质评定活动不向参评企业收取任何费用。

六、联系方式

中国中小企业协会专精特新促进中心，地址：北京市西城区

月坛南街 59 号新华大厦六层；联系人：郝继涛、许静、罗伟；联系电话：010 - 88653661, 010 - 88653671, 010 - 88653611, 邮箱：luowei@ca - sme. org

- 附件：1、中国中小企业“专精特新”评定标准
2、中国中小企业“专精特新”资质评定办法
3、中国中小企业“专精特新”资质评定调查信息表



附件 1:

中国中小企业“专精特新”评价标准

一、前言

为了促进中小企业明晰发展方向、建立资信、获得发展资源，造就一个生存能力顽强、效益良好、充满活力的“专精特新”中小企业群体，建立一套相对统一的中小企业的认证标准和等级评估体系，搭建中小企业认证评估平台，特制定《中国中小企业“专精特新”评定标准》。

本标准依据 2009 年 09 月 29 日《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》、2012 年 4 月 19 日《国务院关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见》、2014 年 10 月 31 日《国务院关于扶持小型微型企业健康发展的意见》，2017 年 9 月 1 日《中华人民共和国中小企业促进法》，作为服务和支持中小企业发展的基础。依据工业和信息化部 2011 年 6 月 18 日《中小企业划型标准规定》作为中小企业选型认定的基础。依据 2011 年 09 月 23 日《“十二五”中小企业成长规划》、2013 年 7 月 16 日《关于促进中小企业“专精特新”发展的指导意见》、2016 年 6 月 28 日《促进中小企业发展规划（2016-2020 年）》，将“专、精、特、新”四个方面作为支持中小企业发展的四个主要方向和进行评价的四个基本维度。

本标准通过将“专精特新”分解为二级、三级指标，并制定详细标准，帮助中小企业构建有效的发展、经营和管理模式，强调战略、绩效和特色，使各类中小企业易于在发展实践方面进行沟通和共享，成为一种理解、管理并指导中小企业进行规划和获得学习机会的工具。

本标准用于政府和有关服务机构对中小企业的扶持标准，并在此基础上衍生为企业咨询培训指标库、中小企业信用评估指标库、中小企业投融资指标库，成为投资者、客户、员工、供应商、合作伙伴和社会机构认识中小企业并与之展开合作的基础。

本标准由中国中小企业协会提出。本标准由中国中小企业协会专精特新促进中心（以下简称促进中心、中心）制定、修订、解释并归口管理。

二、术语

1、中小企业

中小企业，又称中小型企业，是与所处行业的大、中型企业相比在人员规模、资产规模与经营规模上都比较小的经济单位。此类企业通常可由单个人或少数人提供资金组成，其雇用人数与营业额皆不大，因此在经营上多半是由业主直接管理，受外界干涉较少。

中小企业是实施大众创业、万众创新的重要载体，在增加就业、促进经济增长、科技创新与社会和谐稳定等方面具有不可替代的作用，对国民经济和社会发展具有重要的战略意义。

中小企业划分为中型、小型、微型三种类型，具体标准根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标，结合行业特点制定。依据为工业和信息化部 2011 年 6 月 18 日发布的《中小企业划型标准规定》（工信部联企业〔2011〕300 号）。

本标准所指的中小企业包括所有行业、类型的中小企业。为行文方便，中小企业的生产、产品，泛指工业、服务业企业的生产、服务等经营过程和结果。

2、规模型企业

规模型企业，也称规模以上企业，一般以年主营业务收入作为企业规模的标准，达到一定规模要求的企业就称为规模以上企业。规模以上企业也分若干类，如特大型企业、大型企业、中型企业、小型企业等。规模以上企业是指年主营业务收入在 2000 万元以上的企业。

规模型企业，主要是从客户的角度看，能够对中小企业形成规模需求。

3、中小企业战略

中小企业战略是中小企业为了实现目标，而对产业选择、商业模式、产品定位、技术创新、管理进步等一系列经营活动的谋划过程。中小企业战略不需要像大中型企业那样复杂，可以按照“专精特新”的要求选定提升方向和确定发展标准，确定实现路径，称为“专精特新”战略。

4、中小企业绩效

绩效，是组织期望的结果，是组织为实现其目标而展现在不同层面上的有效输出。中小企业绩效是指一定经营期间的中小企业经营效益和业绩的输出成果，表现在盈利能力、资产运营水平、偿债能力和后续发展能力等方面。中小企业沿着“专精特新”方向发展，可以预期获得较好的绩效表现。

5、中小企业政策

党中央、国务院和各级政府高度重视中小企业发展，多次专题研究、多次出台政策扶持中小微企业发展有关工作。相关政策包括优化发展环境、加大财税支持、加强融资支持、推动转型升级、完善服务体系。

中小企业政策帮助企业解决实际问题，是中小企业发展的重要推动力。“专精特新”是各级政府支持中小企业发展的重要依据和导向。

三、概念与内涵

“专精特新”中小企业是指具有“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”等鲜明特征，能够在产品、技术、业态和经营方式上代表细分行业发展方向，科技含量和管理水平较高，成长性好、发展潜力大的中小企业。

“专精特新”是代表国家扶持方向、实践证明行之有效的中小企业发展的四个方向。中小企业既可以在某一个方向上突出重点，也可以追求几个方向的全面发展。

1、专

“专”是产业选择的专业化。

1.1 “专”的领域在产业选择

“专”是指中小企业在产业选择上注重专业化发展，提高市场专业化水平，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”。

1.2 “专”的重点是专业化

“专”强调的是专业化。主要特征是产品用途的专门性、生产工艺的专业性、产品服务在细分市场中具有专业化发展优势以及企业专注于有发展潜力的产业。

2、精

“精”是经营管理的精细化。

2.1 “精”的领域在经营管理

“精”是指中小企业在经营管理上建立精细高效的制度和流程，开展精细管理，采用先进适用技术或工艺，采用信息化等方式实现精细化生产和精细化服务，为市场提供性价比好、品质精良的产品和服务，用高、精、尖产品和服务赢得市场，追求绿色、可持续发展。

对中小企业来说，“精”是支撑竞争优势的关键环节的、具有合适性价比的精细化。

2.2 “精”的重点是精细化

“精”强调的是精细化，精心设计、精心制造，按照精益求精的理念完成生产过程的产品。其主要特征是企业具备制度流程的精细化，技术工艺的精深性、精巧性，产品服务的精致性、精细性、精确性和精美性。

提升效益的管理创新，也是精细化的表现。

3、特

“特”是产品定位的差异化。

3.1 “特”的领域在产品定位

“特”是指中小企业在产品定位上的特色化发展，具有地方产业特色，满足不同层次、不同消费群体的特定需求，采用独特的工艺、技术、配方或特殊原料研制生产的产品和服务，具有独特性、独有性、独家生产等特点。

3.2 “特”的重点在特色化

“特”强调的是特色化，即差异化、产品区隔，独特性、独有性、独家生产经营性，人无我有、人有我特，形成自己的特色产品、特色服务等。主要特征是商标、品牌、地域等特色优势，具备拥有区别于其它同类产品的独立属性。

在技术方面，专利技术是发明创新，可传承的独特工艺、配方是特色化的表现。

4、新

“新”是模式技术的新颖化。

4.1 “新”的领域在模式技术

“新”是指中小企业在模式技术上的创新发展，包括商业模式创新、技术创新、工艺创新、功能创新，即依靠自主创新、转化科技成果、联合创新或引进消化吸收再创新方式研制的，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。

中小企业的“新”，我们更关注跟客户需求的吻合。“新”最主要的作用是通过技术革新、模式创新进入蓝海，提高核心竞争力。

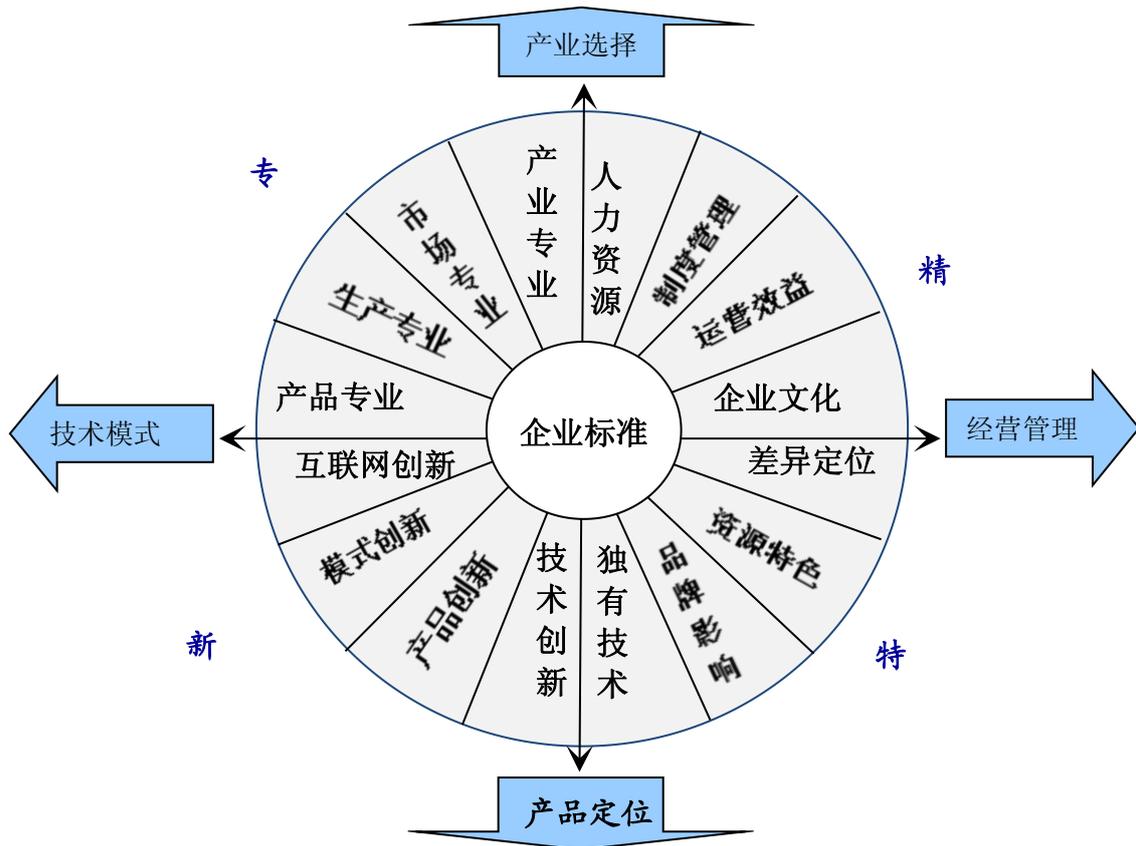
4.2 “新”的重点在新颖化

“新”强调的是新颖化，其主要特征是具有产品（技术）的创新性、先进性，业态、模式的新颖化，具备较高技术含量和附加值，经济社会效益显著。特殊的商业模式，我们归为

新。

四、理论框架

专精特新产业标准的核心框架是产业选择专业化、经营管理精细化、产品定位特色化、技术模式新颖化，涵盖了中小企业产业、产品、管理、技术四大领域，基本的逻辑是中小企业沿着“专精特新”四个方向进行发展，实现市场价值。该框架如下图。



四个方向分别细分为四个二级指标：专业化分为产品专业性、生产专业性、市场专业性、产业专业性；精细化分为人力资源、制度管理、运营效益、企业文化；特色化分为差异定位、资源特色、品牌影响、独有技术；新颖化分为技术创新、产品创新、模式创新、互联网创新。

无论是产业选择、经营管理、产品定位、技术模式四个领域，还是“专精特新”四个重点方向，边界划分都具有一定交叉性。因此，产业专业化，必然要求技术的专业化；技术创新，必然带来产品的创新；产品的特色化，也要求在管理精细化的支撑；管理的精细化，同样会有助于在产业领域做专。

五、指标和标准

专精特新理论框架在具体应用过程中，细化为二级指标、三级指标库。指标由指标定义、指标描述、评估标准来进行阐释。

1、专业化

产业选择专业化（**Specialty**）体现为产品专业性 S1、生产专业性 S2、市场专业性 S3、产业专业性 S4。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，走产业专业化的道路。

产品专业性 S1 包括主营产品利润贡献率 S1.1、主营产品销售收入占比 S1.2、主营产品市场盈利水平 S1.3 三个指标。

生产专业性 S2 包括专业化生产能力 S2.1、协作配套能力 S2.2 两个指标。

市场专业性 S3 包括细分（区域）市场占有率 S3.1、客户定位和数量 S3.2、营销能力 S3.3 三个指标。

产业专业性 S4 包括企业在产业链的位置和影响力 S4.1、产业升级程度 S4.2、产业成长性 S4.3 三个指标。

S1 产品专业性

定义：企业所生产的主导产品或提供的主导服务在企业关键业绩指标上占比显著。

S1.1 主营产品作为核心业务的重要程度

指标描述：主营产品贡献的利润占公司利润总额的比重。

评价标准：公司效益最好的产品创造的利润应占公司利润总额的重要份额。

S1.2 主营产品销售收入占比

指标描述：主营产品创造的销售收入占公司总销售收入的比重。

评价标准：给企业带来销售量、顾客量的产品能够创造的销售量、销售收入或顾客数量占公司总额的较大比重。

S1.3 主营产品市场盈利水平

指标描述：主营产品在市场上的盈利水平。

评价标准：主营产品毛利率不低于行业平均毛利率。毛利率=(主营产品收入净额-主营产品成本)÷主营产品收入净额。

S2 生产专业性

定义：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。

S2.1 专业化生产能力

指标描述：企业在某些特定生产环节的生产效率。

评价标准：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，生产效率超过行业平均水平。

S2.2 协作配套能力

指标描述：实现配套产品的专业化生产、提供专业化的协作服务的能力。

评价标准：企业打造作业生态，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。与大企业建立稳定的合作关系。

S3 市场专业性

定义：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。

S3.1 细分（区域）市场占有率

指标描述：企业以市场占有率形式体现的在省级以上区域市场的专业影响力。

评价标准：主导产品在细分（区域）市场占有率排名占行业前列。细分（区域）市场占有率=主导产品销售收入或销售数量÷该产品市场上的销售收入或销售数量总和。

S3.2 客户定位和数量

指标描述：目标客户的定位清晰合理，现有、潜在客户关系情况。

评价标准：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。

S3.3 营销能力

指标描述：企业的营销管理能力、渠道优势和市场策略。

评价标准：企业有完整的营销管理制度、激励机制、营销网络、销售队伍，主营产品具有有效的市场策略，呈现较强的营销力度。

S4 产业专业性

定义：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。

S4.1 企业在产业链的位置和影响力

指标描述：企业所处产业链的环节以及话语权、影响力。

评价标准：企业处于产业链的关键环节，具备话语权和影响力。

S4.2 产业升级程度

指标描述：产业升级换代的速度对企业造成的可能影响，企业识别并利用产业专业机会的能力。

评价标准：企业具备主动引领产业升级换代的能力。

S4.3 产业成长性

指标描述：产业的成长速度是否具备投资价值和吸引力。

评价标准：企业所在行业的实现高速增长，或者具备高速增长的条件。

2、精细化

经营管理精细化（**Refinement**）体现为在人力资源 R1、制度管理 R2、运营管理 R3、企业文化 R4 等企业的运营和管理方面的精细化，展现出优秀的团队能力。

人力资源 R1 包括企业家团队 R1.1、员工素质 R1.2、员工满意 R1.3 三个指标。

制度管理 R2 包括制度流程 R2.1、质量管理 R2.2、绿色发展水平 R2.3 三个指标。

运营管理 R3 包括收入增长 R3.1、收益能力 R3.2、运营速度 R3.3、客户满意 R3.4 四个指标。

企业文化 R4 包括企业责任感 R4.1、企业文化理念 R4.2、文化影响 R4.3 三个指标。

R1 人力资源

定义：企业整体的人力资源状况。

R1.1 企业家团队

指标描述：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。

评价标准：企业家和高管队伍有远见、有领导力、团结和谐，团队能力全面、均衡。

R1.2 员工素质

指标描述：管理干部和骨干员工的能力素质。

评价标准：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。

R1.3 员工满意

指标描述：员工对企业的满意程度以及工作的积极性。

评价标准：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。

R2 制度管理

定义：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。

R2.1 制度流程

指标描述：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。

评价标准：企业的制度和流程系统健全、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。

R2.2 质量管理

指标描述：企业产品和服务所达到的质量水平。

评价标准：企业开展质量管理，不断提高质量，产品和服务质量水平高，客户投诉少。

R2.3 绿色发展水平

指标描述：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。

评价标准：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。

R3 运营效益

定义：企业的运营管理能力，精益生产或精益运营的开展情况。

R3.1 收入增长

指标描述：企业营业收入的增减变动情况。

评价标准：企业以高于行业增长的速度成长。营业收入复合增长率为本年营业收入总额同上年营业收入总额差值的比率。

R3.2 收益能力

指标描述：企业的收益能力，企业投资获得的经济回报。

评价标准：不断提升运营质量，进入高利润区间。总资产收益率为净利润与资产总额的比率，投资回报率为利润与投资总额的比率。

R3.3 运营速度

指标描述：企业运营、资金周转的速度。

评价标准：企业优化运营流程，运营速度处于市场领先水平，运营周期低于同行业，资金周转率、准时交付率、存货周转率超过市场平均水平。

R3.4 客户满意

指标描述：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。

评价标准：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。

R4 企业文化

定义：企业文化建设的鲜明性、独特性，对企业发展的促进作用。

R4.1 企业责任感

指标描述：企业具有使命感和责任感。

评价标准：企业明晰自身存在的意义，有理想、有责任，践行社会责任。

R4.2 企业文化理念

指标描述：企业在企业文化理念方面是否有专门的提炼。

评价标准：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。

R4.3 文化影响

指标描述：文化实施、落地、传播的情况，文化在经营管理中的贯彻程度。

评价标准：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。

3、特色化

产品定位特色化（**Differentiation**）体现为产品的差异定位 D1、资源特色 D2、品牌影响 D3、独有技术 D4。中小企业，要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。

差异化定位 D1 包括市场定位 D1.1、功能定位 D1.2 两个指标。

资源特色 D2 包括地域特色 D2.1、特有资源 D2.2 两个指标。

品牌影响力 D3 包括品牌资产价值 D3.1、品牌管理能力 D3.2、品牌传播能力 D3.3 三个指标。

独有技术 D4 特殊工艺技术 D4.1、可持续传承 D4.2 两个指标。

D1 差异化定位

定义：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。

D1.1 市场定位

指标描述：企业对目标消费者的选择，对客户独特需求的挖掘。

评价标准：企业对市场、客户的定位具有行业和区域的独特性，能够有效和竞争对手实现区隔。

D1.2 功能定位

指标描述：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。

评价标准：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。

D2 资源特色

定义：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。

D2.1 地域特色

指标描述：企业产品所具有的地方特色。

评价标准：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的定位。

D2.2 特有资源

指标描述：企业利用特有的资源进行研发生产。

评价标准：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

定义：企业的品牌具备相当的知名度和影响力，创造品牌溢价。

D3.1 品牌资产价值

指标描述：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。

评价标准：企业注重品牌资产管理，获得官方认可的知名品牌称号、驰名商标称号，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。

D3.2 品牌管理能力

指标描述：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。

评价标准：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。

D3.3 品牌传播能力

指标描述：品牌的传播模式、媒介选择、终端表现能力。

评价标准：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。

D3.4 品牌影响力

指标描述：企业通过持续的品牌经营，产生广泛的影响力。

评价标准：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。

D4 独有技术

定义：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。

D4.1 特殊工艺技术

指标描述：企业所拥有的特殊的工艺、技术、配方或服务技能情况。

评价标准：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。

D4.2 可持续传承

指标描述：企业特殊工艺技术的可持续性和传承性。

评价标准：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、新颖化

技术模式新颖化（**Innovation**）体现为技术创新 I1、产品创新 I2，以及商业模式创新 I3 与互联网创新 I4。中小企业，要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。

技术创新 I1 包括研发投入 I1.1、技术创新数量 I1.2、科研成果转化 I1.3 三个指标。

产品创新 I2 包括高新技术产品数量 I2.1、产品研发周期 I2.2 两个指标。

模式创新 I3 包括价值创造 I3.1、可持续成长 I3.2、金融属性 I3.3、开放性 I3.4 四个指标。

互联网创新 I4 包括网络化水平 I4.1、数据化水平 I4.2、电子商务 I4.3 三个指标。

I1 技术创新

定义：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。

I1.1 研发投入

指标描述：研究开发新产品、新工艺、新技术所需要的人力物力的投入。

评价标准：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率。研发费用率为企业研发费用占销售收入的比例。

I1.2 技术创新数量

指标描述：由法定机关（一般指科技行政部门）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。

评价标准：企业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（实用新型专利、软件著作权等），申请省级以上的新技术立项、备案，积极参加国家、地方、行业技术标准的编写和修订，参加各级别高新技术企业认定。

I1.3 科研成果转化

指标描述：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。

评价标准：企业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。研发投入产出比为研发投入与产品一定年限的销售收入的比值，科研成果转化率为形成新产品（新工艺/新材料）的数量占整体科研成果数量的比重。

I2 产品创新

定义：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。

I2.1 高新技术产品数量

指标描述：企业持续推出高新技术产品的数量。

评价标准：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，并通过省市级以上立项、备案，加速新产品开发、更新周期。

I2.2 产品研发周期

指标描述：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。

评价标准：企业加速新产品开发，以较快的推出新产品，赢得市场竞争。

I3 商业模式创新

定义：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。

I3.1 价值创造

指标描述：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。

评价标准：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。

I3.2 可持续成长

指标描述：具有广阔的市场空间，不断构建竞争壁垒，保持竞争优势，赋予商业模式自我完善和优化功能

评价标准：企业通过模式创新，进入广阔的细分市场空间，走进用户价值链，深化与用户的一体化关系，运用领先技术屏蔽竞争对手，设置门槛，形成明显的竞争优势和壁垒。

I3.3 金融创新

指标描述：通过金融创新改善融资和投资模式，提升资本经营能力。

评价标准：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。

I3.4 开放性

指标描述：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。

评价标准：企业积极“走出去”、“引进来”，积极参加产业集群，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。

I4 互联网创新

定义：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。

I4.1 网络化水平

指标描述：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。

评价标准：企业建立有效、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。

14.2 数据化水平

指标描述：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。

评价标准：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。

14.3 电子商务

指标描述：企业应用电子商务开展业务的程度。

评价标准：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。

六、标准评估

中国中小企业协会专精特新促进中心，协同各地方中小企业管理部门、服务机构，根据以上标准和具体的评估办法对中小企业进行评价，依据评估结果，评定企业的“专精特新”发展水平。企业可以自行对照专精特新标准展开评估，持续改善，或经过辅导、孵化和培育，不断提升竞争能力和发展水平。

附件 2:

中国中小企业“专精特新”资质评定办法

中国中小企业协会（以下简称“协会”）“专精特新”促进中心（以下简称“促进中心”“中心”），根据《中国中小企业“专精特新”评价标准》，对中小企业“专精特新”资质进行评定，由各地中小企业协会、促进中心所属各省分中心、协会所属地方服务中心、其他中小企业服务机构（以上简称“评定机构”）具体实施执行，以实现了对中小企业的动态监测和有效评估。

一、评估流程

1、基本条件

登记注册两年以上，具有独立法人资格，符合《中小企业划型标准规定》（工信部联企业〔2011〕300号）的中小型企业。

节能、环保和安全生产等符合国家和所在省份相关规定，银行信用、纳税信用和社会信用良好。

2、自愿申报

凡符合申报条件的企业，准备相关材料，向所在地区的评定机构提出申请，由评定机构收集材料，初审合格后，报协会促进中心。

3、专家评审

中心组织专家对提交的申报材料进行审核，根据“专、精、特、新”四个维度进行企业评价，得出综合评价结果，形成评价指数，进行评分排序和评级划分，认定其为“专精特新”的某一方面或几个方面的资质，签署审核意见后报协会。未详述事项予以解释。

4、认定与公布

协会评审合格后，在协会网站进行公示，对公示无异议的企业认定为中国中小企业协会“专精特新”中小企业，并颁发资质证书，并将其纳入中小企业“专精特新”数据库。

二、监督与管理

1、“专精特新”中小企业资质评定工作每年组织一次，集中受理、集中评审。根据企业实际申请情况，可由评定机构发起，不定期开展评估工作。

2、中心对认定的“专精特新”中小企业实行动态监管，有效期为三年，到期后进行复核。对复核不合格的企业，取消资格。

3、申请企业必须实事求是，真实反映数据，并签署《中国中小企业“专精特新”资质评定调查真实性与信息保密协议书》，如发现弄虚作假、虚报伪造数据，经调查属实的，撤销其称号，三年内不得重新申请。

4、“专精特新”中小企业在有效期内发生重大的安全、环保、卫生、劳动、纳税、信贷、质量、知识产权等事件，且被有关行政主管部门处理的，取消其“专精特新”中小企业资质。

5、经评定的“专精特新”中小企业成为中心会员，进入中心服务体系。其评估数据纳入“专精特新”评价指标体系，并按要求定期将企业经营数据报送中心，进行动态化跟踪。

三、调查设计方案

中国中小企业协会“专精特新”促进中心定于2017年11月开展第一次全国性中小企业“专、精、特、新”评估调查，以问卷调查、系统IT平台（开发建设中）和实地调研的方式，对全国中小企业进行抽样调查，兼顾行业、区域特征，实现企业运行的动态监测，以期为中小企业发展、政府决策部门提供实证依据。

（一）抽样设计

1、样本框选取

本调查的中小企业涵盖全国31个省、直辖市，采取PPS抽样，总体抽样误差不超过2%，分行业误差不超过10%，置信度达到95%，使调查结果具有全国和各省的代表性。

这31个省份包括：① 直辖市（4个）：北京、天津、上海、重庆；② 省份（22个）：河北、山西、辽宁、吉林、黑龙江、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东、河南、湖北、湖南、广东、海南、四川、贵州、云南、陕西、甘肃、青海；③ 自治区（5个）：内蒙古、广西、西藏、宁夏、新疆及新疆兵团。不涉及3个地区：香港、澳门、台湾。

2、样本量确定

本调查基于“专、精、特、新”评价标准所涵盖的4个方面、16个二级维度、47个三级维度测量指标，遵循统计学意义上对于建模指标和样本量之间的倍数关系原则，并结合各省市中小企业协会所属会员单位共计135678家，考虑各省市会员单位的分配比例，在经济成本一定的条件下，尽可能有效地、合理的确定样本量。

3、抽样方法

本调查以31个省份中小企业数据为基本抽样框，采用分层、多阶段、按比例概率的PPS抽样方法，按照各省中小企业协会采集上报的中小企业会员数据信息，建立分行业、分区域的企业生产经营状况的数据库，形成动态监测体系。

4、权重设置

本调查根据全国中小企业在各省份、各行业的分布情况，设定抽样权重，并进行综合加权设计，以期样本数据库具有省份及全国的代表性。此外，在“专、精、特、新”评价标准中，每个层级不同指标的权重是通过因子分析方法和结构方程模型计算出来的，更具客观性、科学性。

（二）数据库建立

1、数据搜集、整理

本调查设计出《中国中小企业“专精特新”评估调查信息表》，每一份调查信息表有唯一的五位编号（右上角标识），采用纸质（电子）问卷和系统填报两种方式，协调各地评定机构共同工作，并与大数据公司进行联合开发合作，从而高质量、高效率地搜集和整理全国中小企业信息。

2、数据录入

本调查使用Epidata3.1软件录入企业数据信息，或通过填报系统信息库导入数据库，

在这里要注意数据格式的转换，通常使用 StatTransfer 软件，确定好数值型变量的长度，以确保数据的真实性、准确性。

3、数据质量控制

本调查设置调查督导员，负责对调查问卷进行审核，以保证问卷的完整性和基本逻辑关系；同时，设置数据校验员，对已录入完毕的数据库信息进行抽样检验和核实，对各省中小企业数据信息严格把关，保证数据信息合格率在 90% 以上。

4、数据库编码

本调查根据国家统计局《国民经济行业分类标准》中的行业分类标准，进行行业编码并制定出表格，便于分行业分析。

本调查依据《全国省市行政区划代码表》依次进行省份市级/直辖市辖区编码，便于分区域分析。比如：河北省石家庄市编码 130100，再将每个市级/辖区里的中小企业协会的会员企业单位从 0001 起始至 9999 进行排序，一个企业对应一个单位编码，有且只有唯一一个 code，与行政区划代码合并共同生成唯一的企业 ID 号码，比如：河北省石家庄市的一个企业编码为 1301009999，这是数据库中排序的唯一标识。

因此，中心编制了相应的评估调查编码手册，标识出变量名、变量类型、变量标签、取值范围等，便于将调查问卷中的问题与测量变量一一对应起来。并形成有关调查技术手册，用以指导此次评估调查的开展实施。

（三）数据清理

本调查对数据库进行纵向合并、横向合并，以匹配整合为一个全国性的大数据库。对数据库中缺失的信息进行缺失值填补，处理奇异值指标，转换非正态化变量，进行数据标准化量纲处理、逆指标的标准化处理，以及数据转换等各种步骤的处理，最后对评价标准数据库变量进行描述性统计分析，这是进行多元分析的前提。

（三）信度、效度分析

1、信度分析

本调查使用相关系数矩阵检验变量间的信度，即：可靠性（reliability）。一般来说，两两变量之间的相关系数在 0.3 以上就可以，相关系数越大（ ≤ 1.00 ），信度则越高。SPSS 统计分析软件中可计算出 Cronbach α 一致性信度系数、Spearman-Brown 折半信度系数，信度系数在 0.7 以上为可接受性系数。信度是效度的前提条件。

2、效度分析

本调查使用单项与总和和相关分析法来检验变量间的效度，即：有效性（validity）。一般来说，计算每个题项得分与题项总分的相关系数，根据相关是否显著判断是否有效；如果有反意题项，应将其逆处理后再计算总分。此外，也可以采用因子分析测量问卷的结构效度，因为因子分析可以在众多变量中提炼出公因子，公因子则代表了问卷（测量工具）的基本结构。累积贡献率反映了公因子对问卷的累积有效程度，共同度反映由公因子解释原变量的有效程度，因子负荷反映原变量与某个公因子的相关程度。

四、评价方法

本调查基于分层次分析方法构建出“四位一体”中国中小企业“专精特新”评价标准体系，即：专业化（S）、精细化（R）、特色化（D）、新颖化（I），共计4个一级指标、16个二级指标、47个三级指标，这是一套基于多维度、多因素的综合评估分析框架。

本调查建立中国中小企业“专精特新”评价标准数据库，采用多元统计分析方法中的因子分析方法和结构方程模型进行统计建模，选取少数几个能够起到主导作用的共同性变量，每一维度解释力度均在80%以上，分别计算出一级、二级、三级指标的权重，形成多维度、多层次中国中小企业“专精特新”综合指标评估体系，计算出综合得分排序，进行分级划分评价，形成总体评价指数和分级评价指数，充分体现了中国中小企业综合竞争力的强弱。

（一）因子分析

因子分析 (factor analysis) 是多元统计分析中处理降维的一种统计方法。因子分析法是从研究相关矩阵内部的依赖关系出发，根据相关性大小把变量分组（使得同组内的变量之间相关性较高，而不同组内的变量之间相关性较低），这样，在尽量减少信息丢失的前提下，从众多指标中提取出少量的不相关指标，然后再根据方差贡献率确定权重，进而计算出综合得分的一种方法。其最大优势在于各综合因子的权重不是主观赋值而是根据各自的方差贡献率大小来确定，使得评价结果唯一，而且较为客观合理。

（二）结构方程模型

结构方程模型 (Structural Equation Modeling) 是统计分析方法中一个新的发展领域，被誉为“第二代多元统计方法”，对于评价标准体系中复杂的相互作用机理和影响机制剖析较为明确。结构方程模型将“潜变量”作为模型的重要构成元素加以研究，这是区别于传统统计模型的显著特征。此外，它有很多优点，即：① 可同时考虑和处理多个因变量；② 容许自变量和因变量含有测量误差；③ 允许潜变量由多个观测指标构成，并可以同时估计各指标的信度和效度；④ 可采用比传统方法更有弹性的测量模式，如某个指标在结构方程内可以属于两个潜变量；⑤ 研究者可设计出潜变量间的关系，并估计整个模式与数据的拟合程度。

附件 3:

版权所有，违者必究

问卷编号:

中国中小企业“专精特新”资质评定

调查信息表

单 位: _____

(单位公章)

联系人姓名: _____

联系人电话: _____

联系人邮箱: _____

中国中小企业协会

二〇一七年十一月

填写说明

一、调查目的

为贯彻落实《中华人民共和国中小企业促进法》、《国务院关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见》（国发〔2012〕14号）和工信部《关于促进中小企业“专精特新”发展的指导意见》（国发〔2013〕264号），在国民经济和社会发展的“十三五”发展时期，推动中小企业“双创”活动和“专精特新”发展，根据工业和信息化部出台的《促进中小企业发展规划（2016-2020年）》（〔2016〕223号）文件，中国中小企业协会“专精特新”促进中心定于2017年11月开展第一次全国性的中小企业“专精特新”评估调查，调查以系统平台填报的方式对全国中小企业进行抽样调查，并对部分中小企业进行实地调研，利用互联网、大数据、云计算方式实现对全国中小企业运行的动态监测和评估。

二、适用单位

符合《中小企业划型标准规定》（工信部联企业〔2011〕300号）的中小型企业。

三、报送日期

请各单位抓紧时间组织填报，于2017年12月1日前，报送至中国中小企业协会。

四、填报要求

1. 本调查需填报《中国中小企业“专精特新”资质评定调查信息表》（简称“调查信息表”）和《企业基本情况汇总表》两部分。

2. 填报时要实事求是，据实填报，不得虚报、瞒报、谎报相关数据和内容。

3. 调查表内栏目不得空缺，涉及到某年的部分数据若未统计，或不了解的行业数据，可填写估计值，并注明。如果某项内容或数据没有，请填“无”。

4. 填报内容要求文字精练，注重用事实和数据说明。若部分内容字数较多，可另附页。

五、提交材料

1. 近三年财务报表：现金流量表、利润表、资产负债表；

2. 法人营业执照副本复印件；

3. 产品专利授权证书复印件、专利登记簿副本复印件、专利实施许可合同备案证明复印件；

4. 质量管理体系认证证书复印件、环境体系认证证书复印件、高新企业证书复印件、高新技术产品证书复印件等；

5. 获奖证书复印件等。

六、承诺事项

1. 本调查在调查问卷或信息录入平台最后界面显示

《中国中小企业“专精特新”资质评定调查真实性与信息保密协议书》，对该调查信息表内容进行严格保密，对企业所提交的相关材料进行保密处理。

2. 本调查所涉及的相关合作机构，需双方签署《中国中小企业“专精特新”资质评定调查合作协议书》和《中国中小企业“专精特新”调查数据库保密协议书》，严格进行保密。

一、企业基本信息

序号	基本信息	
001	企业名称（中文全称）	
002	英文名称及缩写	
003	证券名称	
004	证券代码	
005	企业法人营业执照注册号	
006	税务登记证号码	
007	组织机构代码	
008	统一社会信用代码	
009	行业类别 (GB/T 4754-2011)	<input type="checkbox"/> 农、林、牧、渔业； <input type="checkbox"/> 采矿业； <input type="checkbox"/> 制造业； <input type="checkbox"/> 电力、热力、燃气及水生产和供应业； <input type="checkbox"/> 建筑业； <input type="checkbox"/> 批发和零售业； <input type="checkbox"/> 交通运输、仓储和邮政业； <input type="checkbox"/> 住宿和餐饮业； <input type="checkbox"/> 信息传输、软件和信息技术服务业； <input type="checkbox"/> 金融业； <input type="checkbox"/> 房地产业； <input type="checkbox"/> 租赁和商务服务业； <input type="checkbox"/> 科学研究和技术服务业； <input type="checkbox"/> 水利、环境和公共设施管理业； <input type="checkbox"/> 居民服务、修理和其他服务； <input type="checkbox"/> 教育； <input type="checkbox"/> 卫生和社会工作； <input type="checkbox"/> 文化、体育和娱乐业； <input type="checkbox"/> 公共管理、社会保障和社会组织
010	行业代码	
011	细分行业类别（参照国家统计局行业分类代码表）	
012	细分行业代码	
013	经营范围（执照）	
014	主要产品和业务活动	
015	单位规模	<input type="checkbox"/> 中型 <input type="checkbox"/> 小型 <input type="checkbox"/> 微型
016	注册地址	_____ 省(自治区、直辖市) _____ 地(区、市、州、盟) _____ 县(区、市、旗) _____ 乡(镇) _____ 街(村) _____ 门牌号 注册地位于_____ 街道办事处 _____ 社区(居委会)
017	注册地行政区划代码	□□□□□□□□□□□□

029	移动电话	
030	传真	
031	电子邮箱	
032	企业网址	
033	单位通讯地址	_____ 省(自治区、直辖市) _____ 地(区、市、州、盟) _____ 县(区、市、旗) _____ 乡(镇) _____ 街(村) _____ 门牌号 工作地位于_____ 街道办事处 _____ 社区(居委会)
034	单位所在地行政区划代码	□□□□□□□□□□□□
035	单位所在地城乡分类代码	□□□

二、企业财务状况

序号	指标	2017年	2016年	2015年
036	资产总额(万元)			
037	负债总额(万元)			
038	净资产(万元)			
039	固定资产(万元)			
040	流动资产(万元)			
041	存货(万元)			
042	非流动资产(资产)			
043	流动负债(万元)			
044	非流动负债(万元)			
045	应收账款(万元)			
046	营业收入(万元) (销售收入)			
047	营业(销售)收入增长率 (%)			
048	营业成本(万元)			
049	营业税金及附加(万元)			
050	销售退回(万元)			

051	销售折让（万元）			
052	销售折扣（万元）			
053	销售费用（万元）			
054	管理费用（万元）			
055	财务费用（万元）			
056	利润总额（万元） （销售利润 / 营业利润）			
057	利息支出（万元）			
058	净利润（万元）			
059	净利润增长率（%）			
060	所得税费用（万元）			
061	年初所有者权益（万元）			
062	年末所有者权益（万元）			
063	归属于母公司所有者的净利润（万元）			
064	年初实收资本（万元）			
065	年末实收资本（万元）			
066	年初资本公积（万元）			
067	年末资本公积（万元）			
068	纳税总额（万元）			
069	现金流量净额（万元）			

三、主营业务和主营产品

序号	指标	2017年	2016年	2015年
070	主营业务销售收入（万元）			
071	主营业务销售收入比重（%）			
072	主营业务销售收入增长率（%）			
073	主营业务销售成本（万元）			
074	主营业务销售收入净额（万元）			

➤ 前五位供应商							
序号	供应商名称	2017年		2016年		2015年	
		采购额 (万元)	占年采购 总额比重 (%)	采购额 (万元)	占年采购 总额比重 (%)	采购额 (万元)	占年采购 总额比重 (%)
087							
088							
089							
090							
091							

五、生产和经营

➤ 产品				
序号	指标	2017年	2016年	2015年
092	地理标志产品数量(种)			
093	产品市场定位	<input type="checkbox"/> 高质量, 高价格; <input type="checkbox"/> 高质量, 低价格; <input type="checkbox"/> 低质量, 低价格; <input type="checkbox"/> 低质量, 高价格		
094	产品功能定位	<input type="checkbox"/> 功能超过用户需求; <input type="checkbox"/> 功能与需求相符; <input type="checkbox"/> 功能不能满足客户需求		

➤ 技术				
序号	指标	2017年	2016年	2015年
095	技术设备投入费用(万元)			
096	特殊工艺许可证	<input type="checkbox"/> 有; <input type="checkbox"/> 无		
097	垄断性、传承性	<input type="checkbox"/> 是; <input type="checkbox"/> 否		

➤ 市场				
序号	指标	2017年	2016年	2015年
098	市场占有率 (%)			
099	市场覆盖率 (%)			
100	产品销售地区数 (个)	省: _____ 市: _____ 县: _____	省: _____ 市: _____ 县: _____	省: _____ 市: _____ 县: _____
101	同类产品销售地区数 (个)	省: _____ 市: _____ 县: _____	省: _____ 市: _____ 县: _____	省: _____ 市: _____ 县: _____
102	客户数量 (个)			
103	供应商数量 (个)			
104	重复购买产品销售收入 (万元)			
105	协作配套销售收入 (万元)			
106	产品出口总额 (万元)			
107	客户投诉次数 (次/年)			
108	客户满意度	<input type="checkbox"/> ≤ 70%; <input type="checkbox"/> 70~90%; <input type="checkbox"/> ≥ 90%		

➤ 产业		
序号	指标	
109	产业定位 (至多选三项)	<input type="checkbox"/> 原料供应; <input type="checkbox"/> 研发设计; <input type="checkbox"/> 生产组装; <input type="checkbox"/> 物流配送; <input type="checkbox"/> 市场营销; <input type="checkbox"/> 其他服务支持
110	产业升级能力 (单选)	<input type="checkbox"/> 产业升级能力强; <input type="checkbox"/> 产业升级能力一般; <input type="checkbox"/> 产业升级能力弱

➤ 行业平均值（国资委标准，企业如不了解可估值或空缺）				
序号	指标	2017年	2016年	2015年
111	净资产收益率（%）			
112	总资产报酬率（%）			
113	总资产周转率（%）			
114	应收账款周转率（%）			
115	资产负债率（%）			
116	已获利息倍数			
117	销售收入增长率（%）			
118	资本保值增值率（%）			

六、企业管理

➤ 人力资源				
序号	指标	2017年	2016年	2015年
119	在职人员数（人）			
120	专业科研技术人员（人）			
121	拥有本科及以上学历领导人数量（人）			
122	核心领导层人员总数（人）			
123	员工流失数量（人）			
124	员工培训发展费用（万元）			

➤ 制度责任		
125	制度流程高效性	<input type="checkbox"/> 制度流程完备，合理规范，执行效果好； <input type="checkbox"/> 制度基本完备，较规范，但执行效率不高； <input type="checkbox"/> 制度不完备，缺少流程支撑，难以执行
126	标准体系认证种类（种）	<input type="checkbox"/> 质量认证标准； <input type="checkbox"/> 环境认证标准； <input type="checkbox"/> 信息系统安全标准； <input type="checkbox"/> 其他 _____

127	特许经营权种类（种）	<input type="checkbox"/> 注册商标； <input type="checkbox"/> 商号； <input type="checkbox"/> 产品； <input type="checkbox"/> 专利； <input type="checkbox"/> 技术秘密； <input type="checkbox"/> 配方； <input type="checkbox"/> 经营管理模式； <input type="checkbox"/> 其他 _____
128	“三废”排放是否达标	<input type="checkbox"/> 是； <input type="checkbox"/> 否

► 企业文化

序号	指标	2017年	2016年	2015年
129	文化建设投入费用（万元）			
130	文化理念	<input type="checkbox"/> 经过系统提炼，得到有效落地； <input type="checkbox"/> 经过系统提炼，但落地程度有限； <input type="checkbox"/> 没有经过提炼，落地活动贫乏		
131	品牌管理能力（多选）	<input type="checkbox"/> 具有品牌规划； <input type="checkbox"/> 制定专门品牌管理制度； <input type="checkbox"/> 设置专业品牌管理人员； <input type="checkbox"/> 持续进行品牌监测		

► 信息化建设

序号	指标	2017年	2016年	2015年
132	信息化建设投入费用（万元）			
133	电子商务销售收入（万元）			
134	大数据管理能力成熟度	<input type="checkbox"/> 初始级：数据管理制度缺乏，过程缺乏定义，混乱无序，没有统一的数据标准和规范； <input type="checkbox"/> 管理级：数据管理流程化，数据分类划分清晰，关键管理岗位职责、考核目标清晰； <input type="checkbox"/> 成熟级：基于数据治理、监控分析、关键KPI的管理，可自动对流程进行优化，持续的改进		

七、营销和品牌

► 营销和品牌

序号	指标	2017年	2016年	2015年
135	注册商标、商标所有权数量（个）			
136	广告营销投入总费用（万元）			
137	品牌知名度	<input type="checkbox"/> 世界知名； <input type="checkbox"/> 全国知名； <input type="checkbox"/> 省内知名； <input type="checkbox"/> 地市知名		

八、研发进展

➤ 研发进展				
序号	指标	2017年	2016年	2015年
138	研究和试验发展（R&D）投入费用（万元）			
139	有效发明专利数量（件）			
140	转化为产品的有效发明专利数量（件）			
141	新产品开发数量（个）			
142	年初产品数量（个）			
143	年末产品数量（个）			
144	新产品开发率（%）			
145	产品研发周期（月）			
146	该产品行业平均研发周期（月）			
147	从业人员期末人数（人）			
148	其中：专业技术人员（人）			

九、投融资情况

➤ 投融资情况				
序号	指标	2017年	2016年	2015年
149	投资总额（万元）			
150	对外投资金额（万元）			
151	实际使用外资金额（万元）			
152	融资渠道	<input type="checkbox"/> 民间借贷； <input type="checkbox"/> 票据融资； <input type="checkbox"/> 银行贷款； <input type="checkbox"/> 股权交易所； <input type="checkbox"/> 新三板		

企业基本情况汇总表

一、公司简介

请陈述基本情况、行业定位、目前重点工作等

二、管理层简介

请陈述领导人、核心领导层、专业技术人员、股东结构等

三、战略规划

请陈述发展思路、战略目标、业务布局、短中长期规划、商业模式等

四、发展历程

请陈述发展阶段、关键转折点、重大事件、兼并重组情况、有无上市计划等

五、研发创新

请陈述研发投入、产品质量情况、技术工艺配方升级换代程度、企业专利、配套生产能力等

六、投融资情况

请陈述投资状况、融资状况等

七、智能信息化

请陈述信息化建设、互联网搜集分析信息的技术水平、IT化管理创新等

八、重大举措

序号	时间	名称	内容	成效
1				
2				
3				
4				
5				
6				

九、社会责任

请陈述低碳、绿色、节能、环保、可持续发展管理资格认证情况、企业捐赠扶助等公益活动、荣誉获奖情况等

十、问题难题

请陈述突出问题、难题、建议等

十一、未来愿景

请陈述企业未来发展使命、愿景等

中国中小企业“专精特新”资质评定调查 真实性与信息保密协议书

为确保此次中国中小企业“专精特新”评估调查工作进行顺利，确保调查中所收集的企业资料真实、有效，增进中国中小企业协会与参评中小企业间信任、合作的关系。双方分别对信息真实性与信息保密承诺如下：

此次中国中小企业“专精特新”评估调查，中国中小企业协会对参评企业所提交的信息表和企业材料中涉及的技术资料、数据信息进行保密。若有违反，应承担相应的法律责任。

此次中国中小企业“专精特新”评估调查，_____（企业名称）所提交的信息表和企业材料均真实、合法。如有不实之处，应负相应的法律责任。

特此声明！

_____公司（盖章）：

法人代表或授权人（签字）：

签署时间： 年 月 日

中国中小企业协会（盖章）：

法人代表或授权人（签字）：

签署时间： 年 月 日

填报结束。
衷心地感谢您的支持和配合！