

以“专精特新” 推动物流装备企业转型发展

“ 培育更多“专精特新”企业以及制造业单项冠军企业，是推动“中国制造”向“中国创造”迈进的必由之路。对于物流装备企业而言，应以专业化、精细化、特色化、新颖化为目标实现转型发展，从而在市场竞争中占得先机。 ”

文 / 本刊记者 林振强

中小企业是制造业产业链中的重要参与者，也是创新的主力军和重要源泉，因此我国高度重视中小企业发展，并着力对具有“专精特新”特征的企业进行重点培育。以此为背景，在以中小企业为主的物流装备领域，近年来也涌现出一批主营业务突出、竞争力强、成长性好的“专精特新”企业，通过专业化、精细化、特色化、新颖化发展，实现关键零部件和关键技术的突破，在市场中建立起核心竞争优势，在产业链中占有一定话语权。

走“专精特新”之路，已成为我国物流装备企业发展的鲜明特征与转型升级的重要途径。

何为“专精特新”？

作为国民经济和社会发展的生力军，中小企业是扩大就业、改善民生、促进创业创新的重要力量，也是我国市场主体中数量最大、最具活力的企业群体。为提升中小企业的创新能力和专业化水平，促进其高质量发展，我国出台了一系列政策措施，其中坚持“专精特新”发展方向，是引导中小企业成长发展的基本原则。

那么，究竟何为“专精特新”？

从概念上来看，主要是指企业具有专业化、精细化、特色化、新颖化的发展特征。其中，在专业化方面，是指企业专注核心业务，具备专业化生产、服务和协作配套的能力，其产品和服务在产业链某个环节中处于优势地位，为大企业、大项目和产业链提供优质零部件、元器件、配套产品和配套服务。

在精细化方面，企业经营管理精细高效，在经营管理中建立起精细高效的制度、流程和体系，实现了生产精细化、管理精细化、服务精细化，形成核心竞争力，其产品或者服务品质精良。

在特色化方面，企业针对特定市场或者特定消费群体，利用特色资源、传统技艺、地域文化或采用独特的工艺、技术、配方或特殊原料进行研制生产，或者提供独具特色的产品或服务，具有独特性、独有性、独家生产特点，有较强影响力和品牌知名度。

在新颖化方面，企业创新能力成效显著，具有持续创新能力，并取得比较明显的成效，企业产品或者服务属于新经济、新产业领域或新技术、新工艺、新创意、新模式等方面创新成果，拥有自主知识产权，应用前景

广阔，具备较高技术含量或附加值，经济社会效益显著，具有良好的发展潜力。

从国家层面，通过引导中小企业“专精特新”发展，希望能进一步激发中小企业活力和发展动力，推动中小企业转型升级；以“专精特新”中小企业为基础，在核心基础零部件、关键基础材料、先进基础工艺和产业技术基础等领域，培育一批主营业务突出、竞争力强、成长性好的专精特新“小巨人”，引导成长为制造业单项冠军。

从企业层面，“专精特新”既是衡量标尺，也是发展目标和制胜法宝，谁能在细分市场找准定位，在细分赛道占得先机，谁就能在竞争中脱颖而出。

转型升级途径

除我国提出“专精特新”企业外，其他国家也提出了针对创新型中小企业或细分市场核心企业的分类，如德国的“隐形冠军”、日本的“高利基企业”、韩国的“强小企业”和“中坚企业”等等。虽然名称不尽相同，侧重面也有所差异，但这些企业在技术研发、专业化水平、营利性、

成长性、企业文化等方面都十分相似，与“专精特新”企业有着相同的基因。

德国管理学家赫尔曼·西蒙在其著作《隐形冠军——未来全球化的先锋》中指出，支撑德国制造的中坚力量是大量“隐形冠军”企业。这些规模不大却实力强劲的企业，在细分市场内默默耕耘，成为各自领域内的开拓者和领导者，但由于其所从事的行业并不直接面对终端消费者，以及专注的战略和低调的风格，通常隐没于大众视野之外。

德国制造业崛起的秘诀，就在于背后有一大批“隐形冠军”企业作为支撑。对于我国而言，要想弥补制造业短板，改善“大而不强”的局面，培育更多深耕专业领域、聚焦关键技术环节的“专精特新”企业以及制造业单项冠军企业，无疑是最好选择和必由之路。

实际上，“专精特新”的概念早在2011年7月就由工信部首次提出，随后在《“十二五”中小企业规划》中提到将“专精特新”作为中小企业转型升级的重要途径；2018年末，工信部开展首批“专精特新”小巨人企业培育工作；2021年7月，中央政治局会议首提发展“专精特新”中小企业；2021年9月，北京交易所宣布设立，其核心是为“专精特新”中小企业服务；2022年，“专精特新”首次被纳入《政府工作报告》，提出从资金、人才等方面进行大力支持，为培育更多“专精特新”企业指明方向。

扶持力度加大

随着“专精特新”企业的发展地位日益受到重视，并逐步上升为国家级战略，与之相关的扶持力度也在不断加大。

例如，2021年1月，财政部、工

信部发布支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知，明确2021至2025年中央财政累计安排100亿元以上奖补资金，引导地方完善扶持政策和公共服务体系，分三批（每批不超过三年）重点支持1000余家国家级专精特新“小巨人”企业高质量发展，促进这些企业发挥示范作用，并通过支持部分国家（或省级）中小企业公共服务示范平台强化服务水平，聚集资金、人才和技术等资源，带动1万家左右中小企业成长为国家级专精特新“小巨人”企业。

随后各省市层面也都纷纷出台鼓励政策，虽然补贴政策略有差异，但扶持措施都很具体而实惠。一般来说，被新认定为专精特新“小巨人”企业，补贴额度在100万~600万元之间；被新认定为专精特新中小企业，补贴在5万~100万元之间。

为了让不同层次的企业看清差距和不足，同时也有助于各级中小企业主管部门提高服务的针对性、精准性和满意度。2022年6月1日，工信部发布《优质中小企业梯度培育管理暂行办法》，将优质中小企业的发掘和培育分为创新型中小企业、专精特新中



坚持“专精特新”，引导中小企业成长发展

小企业、专精特新“小巨人”企业三个梯度，对各类企业的评价或认定标准、申报程序等做了详细说明。与其他中小企业培育专项相比，“专精特新”中小企业和专精特新“小巨人”企业更加注重对于产品特色化程度、管理现代化水平以及领域专业化程度的考察，对于“小巨人”企业的考核要求更高，是其中的佼佼者和排头兵。

相关规范和鼓励政策的出台，使企业明确努力方向的同时，也使其参评意愿大幅提升。根据统计，自2019年以来，工信部共分四批次公示了9279家专精特新“小巨人”企业，已接近达成2025年培育1万家专精特新“小巨人”企业的目标，并带动省级“专精特新”中小企业近5万家，我国“专精特新”企业发展取得显著成效。

打造“独门绝技”

尽管“专精特新”企业在各行业不断涌现，但物流装备领域获此称号的仍略有不足，尤其是能跻身国家级专精特新“小巨人”行列的企业更是数量不多。而纵览目前脱颖而出的企业，无一例外都重视创新能力的提升，在细分领域打造出“独门绝技”。

作为第一批入选国家级专精特新“小巨人”名单的企业，龙合智能是国内最早研究智能装卸技术的企业之一，他们打破传统搬运模式研发出“智能无人装卸系统”，并将自主研发能力作为核心竞争力来打造，其智能无人装卸系统，核心装车设备及其算法、调度系统等工业控制软件均为自主研发，并通过集成式的规划设计形成整体解决方案。

昆船智能在2021年获评国家级专精特新“小巨人”企业，凭借的不仅是几十年的专业技术积淀，还

基于公司对创新研发的大力投入。据悉，2020年6月昆船智能完成股权结构改造后成立了股份制公司，定位于科技创新型企业，公司持续加大研发投入，近三年来研发投入强度超过5%，年均递增比近8%，2021年研发总经费突破1亿元大关。

同样在2021年入选的井松智能，始终抱有“科技创新是第一驱动力”的理念，先后在合肥、上海、杭州等地成立研发中心，努力推进自主研发与技术攻关。其中，井松智能在重载领域打破国外“卡脖子”的技术垄断，创新研发出国内首款20吨级、30吨级激光叉车AGV，并相继发布行业新型智能装车解决方案。

中集天达物流围绕“专精特新”全面发力，提出并实施“里程碑管理”理念，推出融资租赁方式，贴近市场需求进行技术创新、产品创新、服务创新，更好地提升客户体验。近年来，他们还加大数字化、智能化探索，如在纺织行业实施大型智能制造项目，全面实现了整厂物流的数字化管理和互联互通。

精星在30多年来持续针对货架产品进行研发和制造能力提升，通过产线升级、产品研发、设计创新，使其不仅能够提供优质、高精度的货架，而且有能力打造50米的超高自动立体货架和库架一体仓库等世界级高难度工程，并成功应用于国内外重大项目，奠定行业中的领军地位。

天津万事达自2011年开始探索高密度自动化存取技术以来，一直专注在密集存储自动化领域，以拓荒者的勇气深耕这一细分市场，是业内首家全部拥有穿梭子母车、穿梭四向车、穿梭立库及多穿系统技术的企业，并具备全集成能力，始终践行着“专业化、精细化、特色化、新颖化”的发展理念。

通过以上优秀企业的典型做法，

我们可以看到，创新是“专精特新”的灵魂，科技实力是企业发展的底蕴。这些企业都在努力追求产品和服务品质，投入大量资金进行研发创新，推动精益管理，并在发展战略上也以占领细分市场头部地位为奋斗方向。因此，对于物流装备企业而言，以“专精特新”为目标进行完善与提升，是切实可行的发展路径。

内外环境建设

要想让更多物流装备企业走上“专精特新”发展之路，需要从内外两方面进行努力，不仅需要企业自身专注创新，也需要重视外部环境的打造，特别是在产业政策、金融资本、人才引进等方面给予支持。

1. 内部提升

物流装备企业要善于把握产业发展趋势，为今后发展赢得市场机遇，同时要掌握关键核心技术，建立持续的创新力。关键核心技术的打造，往往决定了企业的市场地位和行业话语权；而在掌握核心技术的同时，也要投入资金进行后续研发与升级，从而形成良性循环。

更重要的是，企业需要坚持“长期主义”，以长远发展的眼光来进行市场开拓与技术创新，并与供应商保持长期的合作关系，与客户建立长期的订单与合作，针对未来发展建立长期战略。

在人才竞争日益激烈的情况下，物流装备企业要善待自己的员工，建立稳固、和谐的氛围，与公司员工共同成长。企业在引进人才时，也要有全方位思考，在股权、薪酬、职业规划、研发创新等方面，为其提供宽容的环境和发展空间。

2. 外部支持

物流装备“专精特新”企业数量的增长，与外部环境的培育与引导密不可分。国家和地方相关部门需围绕

企业的融资、创新、人才培养、数字化转型等多个方面进行政策扶持，并确保落实到位，对经济落后地区的企业需做重点倾斜，制定更加优惠的利好政策。

对于技术产品独特、成长性强、发展潜力大的物流装备企业，要及时了解技术进展情况，推动技术成果转化，为企业发展创造空间。同时，要针对性地为其解决人、财、物等方面的资源短板，如探索地方及区域间人才流动，为基础薄弱地区及企业补充人才力量。物流装备企业大多面临着融资瓶颈，在疫情之下更是在资金运作方面捉襟见肘，相关部门需要通过多种方式解决企业的融资问题，如完善针对“专精特新”企业的信用担保制度，探索建立国家级和地方级“专精特新”企业发展基金等等，同时拓展其融资渠道，为企业提供更加便捷的金融服务。

随着数字经济发展，数字化转型也是推动物流装备企业走上“专精特新”之路的有效方式。国家要加快5G网络、数据中心等新型基础设施建设，也应加强针对企业数字化转型的规划制定和可行性研究，制定相关标准。同时，应鼓励更多专业化服务机构为企业提供数字化转型的实用技术和策略指导。

加强产业链上下游合作、国内外交流，也是必要的举措。物流装备企业与生产制造、商贸流通等各行业有着广泛的合作关系，应鼓励“专精特新”企业与产业链上下游开展深度合作，从而在产品开发和技术升级方面与客户需求更加契合，不断优化研究方向。同时，通过加强“专精特新”企业的国际交流，不仅可以学习德国、日本等国“隐形冠军”和“高利基企业”的成长经验，也能够通过国际化战略扩展新市场，进一步开拓成长空间。🌐