

企
竞
中
心
每
日
资
讯

2022年6月16日
星期四
第1670期/共1670期

【参考信息】

工业和信息化部办公厅关于开展第四批专精特新“小巨人”企业培育和第一批专精特新“小巨人”企业复核工作的通知……………p2

无印良品和美团闪购合作:超9成门店已上线 单门店最高业绩涨近25%…p5

市场化、开放化、数智化激发市场发展活力 证券业维持高质量发展……………p6

企业文化不是一层不变的，而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比，都发生了明显而深刻的变化，企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务，这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革，保持企业文化先进性和引领性。

客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心

地 址：上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话：021-51313680 4000092877

传 真：021-51313688 邮编：200122

E-mail: info@shecs.org

【参考信息】

工业和信息化部办公厅关于开展第四批专精特新“小巨人”企业培育和第一批专精特新“小巨人”企业复核工作的通知

工信厅企业函〔2022〕133号

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团中小企业主管部门：

为贯彻落实习近平总书记关于“培育一批‘专精特新’中小企业”、提升中小企业创新能力的重要指示精神，按照中央经济工作会议和《政府工作报告》部署，现组织开展第四批专精特新“小巨人”企业培育和第一批专精特新“小巨人”企业复核工作。有关事项通知如下：

一、工作目标

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，聚焦制造强国网络强国战略，围绕提升产业基础高级化、产业链现代化水平，坚持培优企业与做强产业相结合，坚持创新驱动、市场带动、上下联动和持续推动，坚持政策惠企、服务助企、环境活企，分层培育专精特新中小企业群体，分类促进企业做精做强做大，加快完善优质中小企业梯度培育体系，为“十四五”期间培育百万家创新型中小企业、十万家省级专精特新中小企业、万家专精特新“小巨人”企业打下坚实基础，为推动经济高质量发展、构建新发展格局提供有力支撑。

二、培育措施

（一）强化梯度培育。各地要围绕提升中小企业创新能力和专业化水平，按照《工业和信息化部关于印发〈优质中小企业梯度培育管理暂行办法〉的通知》（工信部企业〔2022〕63号，以下简称《办法》）要求，不断孵化创新型中小企业，加大省级专精特新中小企业培育力度，并促进其向专精特新“小巨人”企业发展。

（二）加强政策支持。围绕落实《为“专精特新”中小企业办实事清单》，完善专精特新中小企业和专精特新“小巨人”企业支持政策，建立部门协同配合、共同推动的工作机制。结合本地实际，着力在资金、人才、创新、数字化绿色化转型等方面给予专精特新中小企业大力支持。

（三）开展精准服务。强化融资服务，拓宽中小企业融资渠道，做好专精特新中小企业等优质企业上市培育。加强创新服务，实施大中小企业融通创新“携手行动”和中小企业数字化赋能专项行动，广泛开展管理咨询、人才培养等服务，为中小企业专精特新发展提供有力支撑。

（四）优化发展环境。以优质中小企业培育为抓手，深化“放管服”改革，最大限度降低中小企业准入门槛，营造公平竞争环境。将培优和纾困一体化考虑，同步加大防范化解拖欠中小企业账款力度，维护中小企业合法权益。推进大中小企业融通创新、产学研协同创新向纵深发展，不断完善中小企业创新生态。认真总结培育专精特新“小巨人”企业的经验和做法，注重发挥其示范引领作用，引导广大中小企业走专精特新发展道路。

(五) 加强动态管理。专精特新“小巨人”企业有效期为3年。我部组织对入选满3年的企业进行复核, 不符合条件或未提交复核申请材料的企业将予以撤销。有效期内如发现虚假申报或存在违法违规行为的, 一经查实, 即取消认定。

三、组织实施

(一) 申报要求

1. 第四批专精特新“小巨人”企业由省级专精特新中小企业自愿申请, 第一批专精特新“小巨人”企业自愿提出复核申请, 相关申请均不收取任何费用, 不需要也不建议通过任何中介机构辅助申请。审核坚持公平公正, 企业只要如实填报, 并提供资料即可。

2. 符合《办法》中专精特新“小巨人”企业有关认定标准, 相关概念需按《办法》附件4中“部分指标和要求说明”严格把握。

3. 对于已列为我部制造业单项冠军企业或产品的企业, 不再推荐; 对于与我部已认定的专精特新“小巨人”企业存在控股关系(持股/被持股比例超过50%)的企业, 以及同一集团内生产相似主导产品企业, 不予推荐。

(二) 关于第四批专精特新“小巨人”企业培育

推荐和初核。各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团中小企业主管部门(以下统称省级中小企业主管部门)负责组织第四批专精特新“小巨人”企业初核和推荐工作。择优组织符合申报要求企业填写“第四批专精特新‘小巨人’企业申请书”(附件1), 初审核实后提出推荐意见。

审核公布。我部组织对各地上报的推荐材料进行审核。根据审核结果, 确定并发布第四批专精特新“小巨人”企业名单。

(三) 关于第一批专精特新“小巨人”企业复核

推荐和复核。复核工作以地方为主, 省级中小企业主管部门组织符合申报要求的第一批专精特新“小巨人”企业填写“第一批专精特新‘小巨人’企业复核申请书”(附件2), 并结合工作实际提出复核材料要求。要坚持严标准、进行严把关, 通过现场调研与材料审核相结合的方式, 按照专精特新“小巨人”企业认定标准逐一审查、核实后, 提出推荐意见。对于未通过复核的“小巨人”企业, 也需说明原因。复核申请书及佐证材料留存备查。

审核公布。我部将组织专家重点从企业规模、创新能力、合规经营、产业导向等方面, 对各地复核推荐企业进行形式审核, 视情况对企业进行抽查, 确定并发布通过复核的第一批专精特新“小巨人”企业名单。为加强政策衔接, 在该名单发布前, 原第一批专精特新“小巨人”企业称号依然有效; 在该名单发布后, 原第一批专精特新“小巨人”企业称号自动失效, 以该名单内企业为准。

(四) 申报方式

1. 专精特新“小巨人”企业申请和复核采取线上填报与线下报送相结合的方式, 线上与线下数据应保持一致。

2. 企业通过线上系统报送（zjtx.miit.gov.cn，技术支持电话：0571-56137700）。按照本通知列明的申报材料，自 2022 年 6 月 21 日至 6 月 28 日期间上传。

省级中小企业主管部门初审核实后，按要求报送纸质材料（佐证材料无需报送，妥善保管，留存备查）。

（五）其他要求

省级中小企业主管部门要按照宁缺勿滥的原则，严格把关，积极稳妥开展推荐工作，确保培育工作稳定可持续。

请各省级中小企业主管部门于 2022 年 7 月 12 日前将加盖公章的正式文件、第四批专精特新“小巨人”企业申请书纸质件（附件 1），推荐汇总表（附件 3）、复核情况汇总表（附件 4，以上均为一式两份），邮政特快专递（EMS）至我部。

附件：1. 第四批专精特新“小巨人”企业申请书.wps

2. 第一批专精特新“小巨人”企业复核申请书.wps

3. 第四批专精特新“小巨人”企业推荐汇总表.wps

4. 第一批专精特新“小巨人”企业复核情况汇总表.wps

工业和信息化部办公厅

2022 年 6 月 15 日

【参考信息】

无印良品和美团闪购合作：超9成门店已上线 单门店最高业绩涨近25%



可以像点外卖一样点无印良品了。6月15日，美团闪购正式宣布与无印良品合作，这是无印良品首次入驻即时零售平台。截止目前，全国240家无印良品门店已有超9成上线美团，包括家居日用、厨具、服饰鞋包、美妆护肤、办公用品在内的4000多款商品，下单后最快30分钟可送达。

基于双方合作的首次618活动也同时开启，下单即可享受满减、爆品折扣等优惠。据美团闪购介绍，试运营期间，无印良品3公里以上订单占近45%、深夜订单占近14%，打破了线下门店经营的时间和空间限制，提升了经营效率，给无印良品单门店带来最高业绩增长近25%。

全国240家门店已入驻超9成 超4000款商品可“30分钟到家”

“6月2号就收到了无印良品的微信推送，说上美团也可以逛MUJI了。”北京的刘女士告诉记者，她很喜欢无印良品的设计风格，“但是离家最近的门店都有五、六公里，去逛街还是有些不方便。上线美团之后，30多分钟就能收到。”

5月30日起，包括北京、上海、深圳、成都、长沙、西安、杭州等城市等在内的61个城市的240家无印良品就陆续开始上外卖。截至目前，已有超9成门店上线了外卖服务。无印良品门店一上线美团，双方就联合启动了第一次618活动，即日起至6月20日，消费者通过外卖在无印良品下单，可享受满299元减70元、199元减25元、99元减10元及爆品直降等优惠。

“无印良品一经上线就受到消费者的热烈欢迎，其中黄麻简易收叠购物袋、共聚酯便携水杯、无印良品基础补水乳液是近两周最受消费者欢迎的商品。”美团闪购相关负责人介绍道，目前，无印良品共有4000多款商品上线了外卖，除家居日用、办公用品外，还可以买到厨具、服饰鞋包、美妆护肤等商品。

3 公里以上订单占近 45% 深夜订单占近 14%

无印良品是一家杂货零售品牌，风靡全球。2005 年入驻中国后，深受年轻消费群体喜爱。

“无印良品上线美团 15 天以来，随着线上资源位持续投入，日均订单量持续走高，入驻一周后，订单量达到入驻第一天的 68 倍。”据美团闪购相关负责人介绍，凭借无印良品的全球知名度，和美团闪购合作后，进店率创下同品类新高，试运营期间无印良品 3 公里以上订单占近 45%、深夜订单占近 14%，“打破了线下门店经营的时间和空间限制，提升了经营效率，给无印良品单门店带来最高业绩增长近 25%。”

对于本次合作，无印良品相关负责人表示，美团闪购优秀的履约、数字化运营等能力，能帮助无印良品为消费者提供更好、更优质的服务，“这也是我们首选和美团闪购合作的原因。”

据了解，美团闪购是无印良品在即时零售领域的首家合作伙伴。今年 3 月，覆盖全国 276 个城市的 3600 余家小米之家门店，也宣布入驻美团，正式开启小米的即时零售业务。“让米粉像点外卖一样买小米产品”，小米集团合伙人，中国区、国际部总裁，Redmi 品牌总经理卢伟冰称。

美团闪购相关负责人介绍道，双方联合能够从供给、履约等方面共同带给消费者更好的即时购物体验，“越来越多的年轻人习惯通过‘点外卖’的方式买一切，无印良品覆盖的家居日用、厨具、服饰鞋包、美妆护肤、办公用品等类型的商品，极大地丰富了消费者在外卖上的购物选择，为消费者提供更丰富、更便捷的购物体验。”

【参考信息】

市场化、开放化、数智化激发市场发展活力 证券业维持高质量发展



2021 年是证券行业关键的一年：注册制改革持续推进、北京证券交易所开市、市场开放不断深化，行业准入进一步放宽。证券行业业绩稳健增长，资本实力不断增强。

同时，证券行业积极践行创新、协调、开放、绿色、共享发展理念，推动高质量发展取得积极成效。展望未来，金融委、一行两会将进一步加大对实体经济的支持力度，维持市场稳定，稳步推进注册制改革，我国证券行业正向新征程迈进。

2022年以来，国内疫情发展、国际形势变化、大宗商品市场波动，以及美联储宽松政策的退出，是市场面临的重要不确定因素。受市场大幅波动影响，一季度券商整体业绩承压。

目前，资本市场全面深化改革正在向纵深推进，券商作为资本市场重要参与者，正不断提升专业服务能力，奋楫笃行，共谱新时代高质量发展新篇章。

近日，毕马威发布《2022 中国证券业调查报告系列-证券行业趋势及战略洞察》报告（以下简称“报告”），从宏观视角和业务发展的维度，分析证券行业发展现状及转型趋势；总结政策面走向，同时研究头部券商、中小券商以及外资券商在行业竞争时的挑战和机遇。

证券行业总体持续维持高质量发展，证券公司应紧跟国家的改革步伐，进一步发挥其在整体金融市场中的枢纽角色。在政策方面，呈现“市场化”、“开放化”、“数智化”的趋势。进入 2022 年以来，虽然受疫情影响，但引进外资政策稳定不变。

市场化、开放化、数智化激发市场发展活力

从市场化角度来看，自注册制试行以来，直接融资规模持续增加，科创板 IPO 融资额连续两年超过主板，2021 年北交所开市等一系列重大改革举措落地，全年 IPO 企业数量和募资总额均刷新历史纪录；同时多层次资本市场进一步建立，北交所成立并坚持错位发展，打造服务“专精特新”创新型中小企业主阵地。2022 年 5 月 13 日，证监会发布《证券公司科创板股票做市交易业务试点规定》，科创板做市商制度呼之欲出。

从开放化角度来看，2021 年 2 月，外汇管理局表示将研究有序放宽个人资本项下业务限制，提高个人用汇便利度，以满足居民全球资产配置需求。外汇管理局在 2021 年 7 次下放 QDII 额度，并对 QDLP 试点再度扩容，既拓宽了境内资金的投资渠道，满足境内投资者到境外投资、分散投资风险及配置海外资产的需求，同时进一步促进我国金融机构国际化发展，壮大我国机构在国际市场上的声量。2021 年券商“出海”规则松绑后，券商提速布局海外业务。

目前“立足香港、辐射全球”是当前内资券商国际化的主要途径，在欧美市场的布局相对较弱，同时海外经营的业务主要集中在经纪、承销、自营等方面，未来财富管理等领域有很大提升空间。

从数智化角度来看，券商加速数字化转型。2022 年 1 月 4 日，中国人民银行印发《金融科技发展规划（2022-2025 年）》，从更高层面提出高质量推进金融业数字化转型。证券行业竞争格局加速变化，券商面临着巨大的转型压力，积极布局数字化转型已是行业大势所趋。

根据 2021 年已披露的年报数据看来，目前已有 22 家上市券商披露 2021 年信息技术投入情况，合计投入额达 141.78 亿元，排名前十的券商平均投入金额为 11.30 亿元。其中投入最高的券商金额达 22.28 亿元，同比增速最高的券商达 293.78%，占比营业收入最高的达 25.17%。随着转型的推进，金融科技和数字化也从支撑业务发展，向引领业务和赋能业务转变。

证券业维持高质量发展，券商挑战与机遇并存

随着我国资本市场改革的不断深化，资产负债表扩张对利润的贡献度逐渐上升，资本中介及证券投资等重资本业务规模增长显著；同时，券商纷纷提出向“大买方”转型的业务发展方向，借助资本

中介业务激活和打通了券商各项基础功能，通过投资收益增加营收，资本补充的需求日益强烈。资本的竞争或成为下一轮券商竞争的关键要素之一。

自 2019 年以来，证券业营收与净利润维持双位数增长，近四年年化增长率分别为 24%和 42%；证券行业净利润率与 ROE 自 2018 年的 25.02%和 3.56%，分别提升至 2021 年的 38.04%和 7.83%。全行业杠杆率的增长、净利润率和资产周转率的提升共同驱动了 ROE 增长，体现出整个行业进一步向“重资产化”与“高效化”转型。

2022 年第一季度，券商业绩受市场波动整体业务受到影响。根据 wind 数据，42 家上市券商一季度实现营业收入 994.64 亿元，归母净利润 250.92 亿元，分别同比下滑 29.05%和 43.43%。除投行录得同比增长，其他各项业务均出现下滑，其中投资业务是上市券商营收下滑的最主要因素。同时，头部综合性券商业绩下降明显小于中小券商。如何在波动的市场环境下，依然保持一个较为稳健的增长模式，是未来券商考虑的重点问题。券商需进一步结合自身资源禀赋、业务模式和特点，制定中长期发展策略。

头部瞄准国际化，中小券商主打差异化破局

从整体证券业竞争格局来看，报告显示头部券商强者恒强的马太效应持续凸显，行业集中度进一步上升。2021 年十家大型上市券商归母净利润合计 1,271.63 亿元，同比增长 30%。其次，券商主要业务也呈现行业集中度提升趋势。以投行业务为例，IPO 保荐机构前五名总计市场份额为 56.76%，前十名总计市场份额为 72.62%，略微高于 2020 年的 54.98%和 70.96%；承销商再融资规模 CR5 为 63.45%，CR10 为 73.75%，前两家市占率累计占比超过三分之一。

大型券商业务和区域布局更为综合多元，通过积极试水各类创新业务，为证券行业的业务推陈出新做出了巨大的贡献。综合实力、创新能力强的头部证券公司将利用市场地位、资本和规模优势，在全市场、全业务领域实现加速发展，进一步增强整体竞争优势。

近两年，头部券商积极打造国际业务平台，持续布局和发展跨境产品，并且加强本土企业境外上市及融资、境外投资以及跨境并购等多方面业务的开拓力度，海外业务贡献度进一步提升。

国内头部券商，需进一步提升优化业务规模和收入结构。报告建议头部券商把握国际化投资的时机与节奏，提升跨境业务收入占比；通过并购重组、提升资本实力、激发内生活力持续提升业务规模，构建全方位、全业务链服务的业务生态，加强资产负债表运用能力；持续提升协同作战能力，完善运营管理机制；进一步深化数字化转型步伐，向“数字赋能”阶段发展。

中小券商正面对头部券商的马太效应，在强竞争环境下，部分中小券商长线布局重点战略业务，在近几年抓住证券行业不断涌现的新业务机会，成功扩大业务规模与影响力，逐渐走上精品化发展的道路。监管机构也通过修改证券公司分类监管规定，突出了特色业务的加分项，给予了中小券商更多差异化发展的空间。

在下一个战略周期，中小券商应该在实现主业稳定发展的同时，以构建核心竞争力为主要目标，在市场上找准自己的核心定位，发挥优势深挖垂直业务，探索精细化经营路线。中国持续推进高质量开放政策的大环境下，外资金融机构继续积极布局中国市场，战术上，在财富管理、跨境投行、衍生品等擅长领域寻求突破。国内大型综合性券商、中小及区域性券商与外资券商的“同台竞技”，将进一步促进国内证券市场的活力提升，形成百花齐放的竞争格局。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

