

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.20230912.101

专精特新企业成长研究: 综述与展望

曾宪聚¹, 曾凯², 任慧¹, 曹春辉³

(1. 深圳大学管理学院, 广东深圳 518060; 2. 中国人民大学商学院, 北京 100089;
3. 上海外国语大学国际工商管理学院, 上海 200083)

摘要: 专精特新企业是指具有专业化、精细化、特色化和新颖化特征, 聚焦某一细分领域并能够提供差异化优势的高品质产品和服务, 致力于在中国本土乃至全球细分领域获得市场份额和创新能力双重引领地位的中小企业。专精特新企业成长对解决我国关键核心技术“卡脖子”问题和强化产业链韧性具有重要意义, 但现有文献仍停留在实践观察、经验梳理和碎片化研究阶段, 亟待从理论层面对其进行系统梳理, 而已有长期研究的隐形冠军也为此提供了理论参照。本文系统梳理了国内外高水平期刊发表的专精特新企业和隐形冠军文献。首先, 分析了在企业成长中具有特殊地位的专精特新“小巨人”、制造业“单项冠军”和隐形冠军的内涵、特征及其异同。其次, 在梳理专精特新企业成长的驱动因素、机制过程、绩效表征、系统影响和研究方法的基础上, 借鉴隐形冠军研究成果构建了整合分析框架。最后, 从宏观政策环境层面、中观区域与网络层面和微观企业层面以及如何链接宏观、中观、微观层面提出专精特新企业成长的未来研究议题。在专精特新企业“实践富矿”与“研究洼地”并生共存的背景下, 本文有助于进一步丰富和拓展专精特新企业成长理论, 为其高质量发展提供理论启发和经验借鉴。

关键词: 专精特新企业; 企业成长; 隐形冠军; 文献综述

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2024)01-0062-15

一、引言

专精特新企业具有专业化(specialized)、精细化(refined)、特色化(differentiated)、新颖化(innovative)四大特征, 往往聚焦于产业链中间环节, 提供零部件、元器件等产品和配套服务, 已经成为解决关键核心技术“卡脖子”问题、强化产业链韧性的重要力量, 是我国经济高质量发展不可或缺的组成单元(董志勇和李成明, 2021; 许晖等, 2023; 赵晶等, 2023)。根据“2023全国

收稿日期: 2023-06-15

基金项目: 国家自然科学基金面上项目(72072120; 71772130); 广东省自然科学基金面上项目(2023A1515010696); 上海市人民政府决策咨询研究重点项目(2022-A-033)

作者简介: 曾宪聚(1978—), 男, 深圳大学管理学院教授;

曾凯(1998—), 男, 中国人民大学商学院博士研究生(通讯作者, kent_z@foxmail.com);

任慧(2000—), 女, 深圳大学管理学院硕士研究生;

曹春辉(1984—), 男, 上海外国语大学国际工商管理学院讲师。

专精特新中小企业发展大会”数据显示,截至2023年7月,我国已培育专精特新中小企业9.8万余家,专精特新“小巨人”企业1.2万余家,专精特新企业的数量和规模得到快速增长,但是从中也涌现出一系列新现象和新问题,中小企业向“专精特新”持续发展仍然任重道远。面对培育专精特新企业的重要意义和现实挑战,如何推动其成长得到了学术界的关注和重视。

已有研究根据专精特新企业的典型特征将其追溯到早在全球细分领域具有重要影响地位的德国“隐形冠军”(hidden champions)(Simon, 1992, 1996),认为其成长离不开对隐形冠军成长经验的参考和借鉴,尤其是Simon(1996)所总结的隐形冠军“三大圈层,九条经验教训”^①同样适用于专精特新企业成长(赵向阳, 2023)。但是这并不意味着专精特新企业完全等同于前者。李平和孙黎(2021)指出,专精特新企业可能实际并不隐形,甚至倾向于营销、上市等出现在公众市场的方式来提高自身知名度和影响力;而立足中国超大规模市场的专精特新企业相比隐形冠军的国际化步伐更加缓慢(赵向阳, 2023; 张晓辉和赵爱民, 2023)。此外,许多专精特新企业成长中的异质性亟待探索。因此,基于中国情境的专精特新企业成长研究并非隐形冠军企业成长研究的简单重复,系统理解二者之间的共性与差异,是把握专精特新企业成长规律和发挥其独特功能作用的关键切入点。

专精特新企业成长作为新兴热点议题,现有文献除了对比隐形冠军企业成长研究,也分别从不同视角对专精特新企业开展专题研究,尤其关于政策和创新因素的探讨最为广泛和深入(刘志彪, 2022; 曹虹剑等, 2022; 李振东等, 2023)。但是专精特新企业成长内涵和基于“前因—机制—后果”的研究脉络仍不明晰,不利于进一步深化相关研究,在该领域发展新的理论并指导实践,因此,亟待对该主题的前期研究进行系统性文献梳理和分析,并通过比较隐形冠军的特征内涵和研究现状厘清和丰富专精特新企业成长研究。

本文运用文献计量法和内容分析法,通过对国内外高水平学术期刊发表的58篇专精特新企业成长和66篇隐形冠军企业成长文献进行系统回顾与比较分析,以期基于专精特新企业的“实践富矿”进一步丰富和拓展新时代背景下的专精特新企业成长理论,为其高质量发展提供理论启发和经验借鉴,并为基于专精特新企业成长的“小逻辑”系统回应如何强化产业链韧性、构建创新生态系统和国家创新体系的“大逻辑”提供参照框架。

二、文献检索与计量分析

(一)文献检索

本文根据标准抽样原则确定文献筛选范围,以Web of Science和中国知网(CNKI)中的高水平期刊(SSCI/CSSCI)作为检索来源(包含在线发表)。以专精特新企业正式提出的2011年为时间起始节点,2023年8月为截止时间,根据篇名、关键词或摘要(篇关摘),中文文献检索专精特新“小巨人”“单项冠军”,共获得107篇文献。通过人工逐篇筛查,剔除相关程度较低和非学术类文献,最终有57篇相关文献用于计量分析;英文文献检索“Chinese niche leader”“little giant”“niche champion”,获得1篇相关文献。同时,本文对隐形冠军相关研究进行了同样的检索筛查。中英文文献分别检索“隐形冠军”“hidden champion”,得到66篇中文文献和64篇英文文献,剔除非核心期刊和相关程度低的文献,最终得到36篇中文文献和30篇英文文献用于分析。此外,为了使内容分析部分更加严谨、充实和完整,除了纳入已经计量分析的文献之外,本文进一步纳入相关专著、重要评述等资料。

^①三大圈层,九条经验教训——外圈外部机遇:狭窄市场焦点、全球目标、竞争优势、密切的客户关系;内圈内部综合素质:持续的发明、依靠自身力量、精选的雇员;核心圈:强有力的领导、雄心勃勃的目标。

(二)文献计量分析

首先,围绕“专精特新”主题发表的文献数量统计如图1所示。在2011年专精特新企业概念正式被提出后的10年间,每年发表的相关文献数量不超过2篇。而从2021年起,发表该主题的文献数量显著增加,在2022年达到19篇,2023年1~8月就达到了30篇。

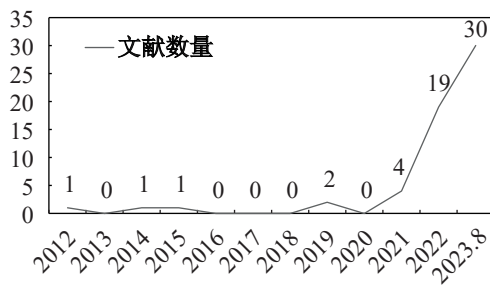


图1 专精特新相关主题发文数量及趋势

其次,采用CiteSpace VI文献计量软件进行文献关键词频分析。由于“专精特新”

相关文献数量限制,本文通过阅读具体文献内容并挖掘其内涵,将某一类关键词进行合并统计,例如“创新”“科技创新”“企业创新”等关键词归为创新类。通过关键词及其归类统计分析,本文发现“专精特新”相关主题研究主要涉及两大方面:一是创新类研究,主要探究专精特新企业的创新机制以及如何提升其创新绩效;二是政策类研究,力图分析不同类型政策或政策组合对专精特新企业成长的影响。除此以外,专精特新企业的产业链嵌入与合作、空间分布特征与影响等议题也受到关注(参见表1)。整体来看,专精特新企业研究仍然处于起步阶段,呈现出“实践富矿”与“研究洼地”并存的显著特点。

表1 专精特新企业相关主题关键词及归类

关键词属类	频次	包含关键词(次数)
创新	23	科技创新(3)、创新绩效(2)、企业创新(2)、技术创新(2)、创新能力(2)、创新(1)、持续创新(1)、创新质量(1)、创新发展(1)、创新驱动(1)、创新活力(1)、创新实践(1)、创新情境(1)、发明专利(1)、专利效应(1)、专利(1)、关键核心技术突破(1)
政策	21	产业政策(2)、融资约束(2)、扶持政策(2)、创新政策(1)、融资政策(1)、财税政策(1)、税收优惠(1)、政策支持(1)、政策环境(1)、政策工具(1)、财政补贴(1)、新三板(1)、北交所(1)、服务体系(1)、数字普惠金融(1)、中长期贷款(1)、减税降费(1)、税收政策(1)
中小企业	16	中小企业(15)、小微企业(1)
产业链	8	产业链(4)、产业基础(1)、产业结构(1)、技术补链(1)、补链强链(1)
空间分布	6	空间分布(2)、营商环境(2)、空间集聚(1)、城市群(1)
制造强国	4	制造强国(3)、智能制造(1)
发展战略	4	发展路径(1)、路径选择(1)、培育路径(1)、问题机遇(1)
数字化	3	数字化转型(2)、数字技术(1)

资料来源:本文作者整理。

三、专精特新企业成长的内涵界定

(一)内涵界定

2011年,我国工业和信息化部(简称工信部)提出“专精特新”概念,并于2013年正式发布《工业和信息化部关于促进中小企业“专精特新”发展的指导意见》,进一步明确“专精特新”内涵,其中,专业化是指聚焦于一个或多个特定产业链供应链的某个核心环节,能够为大企业、大项目等提供配套零部件或服务;精细化是指具有精细的生产技术、有效的管理方式、高品质产品服务特征,往往在细分市场占据优势地位;特色化是指具有独特的配方原料、工艺技术等;新颖化是指提供具有创新性的产品或服务满足客户需求,创新能力突出。

本文结合专精特新企业的系列政策文件和研究现状,将专精特新企业界定为具有专业化、

精细化、特色化和新颖化特征,聚焦某一细分领域能够提供差异化优势的高品质产品和服务,致力于在中国本土乃至全球细分领域获得“市场份额—创新能力”双重引领地位的中小企业。在企业成长理论视角下(Penrose, 1959; Wiklund等, 2009),专精特新企业成长同样具有一般中小企业积累资源和知识的竞争优势获取过程(邬爱其和史煜筠, 2022),但是其核心在于通过持续创新获得关键核心技术及其所触发的新市场机会,这种机会能够实现技术的社会物质性和产品与客户体验的应用场景的可供性相结合,激发专精特新企业围绕关键核心技术开发适用多元应用场景的产品或服务(李平和孙黎, 2021),从而不断突破狭窄细分市场规模所带来的成长边界和资源简单叠加的成长瓶颈,实现基于创新驱动的长期成长。其中,专精特新“小巨人”和制造业“单项冠军”这两类高层次的专精特新企业,在细分市场占有、专业技术掌握程度、创新能力等方面是同类企业的典型代表,通常是产业链龙头企业的“名配角”,也是解决我国关键核心技术“卡脖子”问题的“排头兵”(张米尔等, 2023; Xia等, 2023)。因此,专精特新企业的成长过程也可以视为中小企业沿着“创新型中小企业—专精特新企业—专精特新‘小巨人’—制造业‘单项冠军’”的梯度培育体系持续进阶,不断提升市场份额和创新能力的动态过程。

(二)专精特新企业与隐形冠军的内涵比较

已有研究认为专精特新企业与隐形冠军存在十分密切的联系(李平和孙黎, 2021; 赵向阳, 2023)。起源于20世纪80年代的德国“隐形冠军”一般是指业务高度专注某一利基市场,在全球市场份额占据前三或者所处大片区(洲际)位居第一,营业收入不超过50亿欧元且不被大众所熟悉的中小企业(Simon, 2009)。它们通过“创新+全球化”双管齐下得以实现“冠军”之实,创新是其获得市场份额的核心,通过深度专注于某一细分市场,成为“小池塘里的大鱼”。同时,为了避免细分市场的规模瓶颈,利用全球化扩大市场并不断贴近客户(Simon, 2009)。与之比较的专精特新企业既具有许多相似的特征,也存在明显的差异,具体如表2所示。

表2 专精特新企业与隐形冠军比较

	专精特新企业		隐形冠军
	专精特新“小巨人”企业	制造业“单项冠军”企业	
市场维度定义	从事特定细分市场3年及以上; 主导产品的市场份额位居全省前3; 在国内细分行业享有较高知名度和影响力	长期专注于某些特定细分市场; 单项产品的市场份额位居全球前列; 在细分领域拥有冠军级的市场地位和技术实力	专注于某一细分市场; 市场份额世界前3/所处大片区(洲际)位居第一; 营业额低于50亿元; 公众知名度低
相同点	长期深耕某一细分市场,在其中积累较高知名度和影响力 主要集中在中高端制造业,一般为中间产品提供商 注重创新,尤其是工艺/技术创新,研发投入强度高 贴近客户,努力与客户建立紧密的长期伙伴关系		
不同点	多为民营企业,一般成立于2000年以后 立足国内市场,择机全球化 通过先模仿再差异化竞争进入市场 集中于东部发达地区,分布十分不均 具有本土竞争力	多数为长寿家族企业 天生全球化 通过差异化竞争进入市场 企业集群地域分布较均匀 具有全球竞争力	

资料来源:本文作者整理。

基于专精特新企业和隐形冠军成长的实践观察和理论比较,可发现二者主要存在4个相同点:(1)长期深耕某一细分市场,成为其中的领先者甚至是领导者。许多隐形冠军将“成为市场领袖”确立为企业愿景,拥有比非隐形冠军更渴望的市场份额和领导力追求(Audretsch等, 2018)。(2)主要集中在中高端制造业,一般为中间产品提供商。专精特新企业的遴选行业主要

为制造业,优先围绕中国制造业十大重点领域^①。根据已经遴选的企业所属行业来看,隐形冠军以中高端制造业为主,而且多为大型企业提供零部件配套服务,属于中间供应商行列。(3)创新,研发投入强度高。创新是二者发展的共同基石,也是在细分领域构建长期竞争优势的关键,其中工艺/技术创新是其作为制造业企业的核心创新点。与创新相匹配的是长期高强度的研发投入,以此在某一领域内持续创新,构筑“护城河”。(4)贴近客户,努力与客户建立紧密的长期伙伴关系。二者往往作为中间产品提供商,接触到以企业客户为主,企业客户相较于终端消费者数量更少,单位价值则更高。二者的发展经常与关键少数的企业客户相捆绑,能够为其提供高品质产品/服务,满足个性化定制方案,从而实现长期互利共赢。这也被视为隐形冠军的“客户哲学”(Voudouris等,2000)。因此,隐形冠军为专精特新企业的发展提供了国际比较视野中的理论启发与经验借鉴。

但是,“专精特新”与隐形冠军之间也存在显著差异,主要集中在以下5个方面:(1)企业类型差异。专精特新企业绝大多数属于新兴的民营企业,而隐形冠军属于长寿家族企业的比例超过2/3,这也意味着许多隐形冠军经历了多重周期的考验,拥有更强的抗风险能力和永续经营的经验。(2)全球化水平差异。专精特新企业往往立足国内大市场,再适时寻求国际市场的突破,目前的国际化发展进程较缓、国际业务占比低,以国内市场为主。而隐形冠军往往具有“天生国际化”的特点(Audretsch等,2018),更依赖于细分领域的全球市场实现突破发展。(3)市场进入方式差异。专精特新企业由于进入细分市场时的资源和能力限制,往往先跟随市场在位者再通过不断创新巩固市场地位,隐形冠军则更多优先选择差异化竞争的市场进入方式。(4)地域分布差异。专精特新企业倾向于布局在“中心城市”(丁建军等,2023),根据前四批8997家专精特新“小巨人”地域分布统计数据,5370家集中在东部地区,占比近60%,西部地区仅占比约13%;而在隐形冠军分布最多的德国,近2/3的隐形冠军企业总部位于乡镇。(5)市场竞争力差异。相比隐形冠军,专精特新企业的全球竞争力大多处于弱势地位,多数只在本土具有较为明显的竞争优势;而隐形冠军往往是全球细分市场的领导者,参与行业标准的制定和修订。

四、专精特新企业成长研究的整合框架

本文在厘清专精特新企业及其成长关键特征和内涵的基础上,参考Sun等(2020)提出的微观基础视角,从专精特新企业成长的驱动因素、机制与过程、绩效与影响三个方面对相关文献进行梳理总结,并吸纳隐形冠军研究形成整合研究框架,如图2所示。

同时,专精特新企业成长离不开企业成长的相关理论支撑和解释,本文对与其密切相关的企业成长理论等经典观点进行梳理总结,发现其基本假设关注企业的成长表征、成长边界和成长源泉等,并分别从创新发展、交易成本、资源、知识与组织学习等视角解释企业成长。根据理论产生的大致先后顺序,整理如表3所示。

(一)专精特新企业成长的前因

专精特新企业成长的驱动因素是重要的研究议题,根据文献计量结果,本文分别从宏观政策环境、中观区域与网络、微观企业层面对影响专精特新企业成长的因素进行归纳探讨。

1. 宏观政策环境层面

从政策环境来看,专精特新企业受到一系列政策扶持,以政策为主导的驱动因素受到学术界的广泛关注。针对专精特新企业成长过程普遍面临的融资难、融资贵问题,有研究主张从财税、金融等政策入手,发现基于公平竞争的产业政策可以通过缓解融资约束,从而显著提高专

^①中国制造业十大重点领域:新一代信息技术产业、高档数控机床和机器人、航空航天装备、海洋工程装备及高技术船舶、先进制造轨道交通、节能与新能源汽车、电力装备、农机装备、新材料、生物医药及高性能医疗器械。资料来源:《工业“四基”发展目录(2016年版)》。

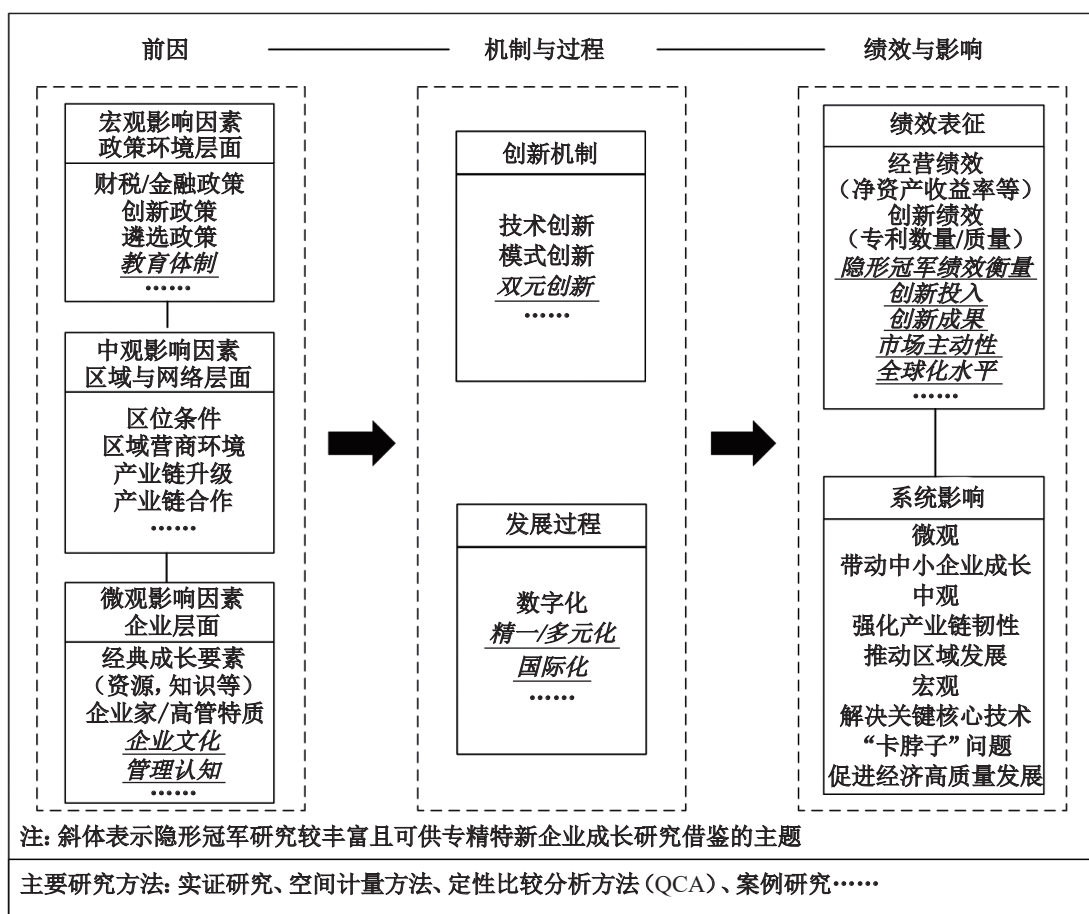


图 2 专精特新企业成长的整合研究框架

精特新企业的全要素生产率(曹梦弋和夏青,2023)。部分学者聚焦于创新政策,发现其是引导专精特新企业实现高质量发展的重要手段,其中创新基金对于专精特新企业成长有显著的激励效应(曹虹剑等,2022)。也有研究评估专精特新“小巨人”遴选政策的效果,发现政策实施显著促进企业发明专利的申请,并主张继续推进遴选和后续考核(张米尔等,2023)。张璠等(2022)则将扶持政策划分为需求型、供给型和环境型三种类型,发现这三类政策对专精特新企业升级发展均有显著的促进作用。相较于专精特新企业,隐形冠军研究对政策环境因素关注度较低,仅有少数研究发现大众教育体制是德国拥有较高比例隐形冠军的重要原因,其较早诞生的“双学徒制模式”为隐形冠军发展奠定了良好的基础(Schenkenhofer和Wilhelm,2020)。

2.中观区域与网络层面

从区域与网络来看,现有研究主要从区位和产业两方面对专精特新企业成长的影响因素进行探讨。一是区位方面。不同区域的基础设施、经济社会实力、自然条件等多个区位条件因素显著影响专精特新企业成长,使之整体上呈“东密西疏、南多北少”的集聚型分布格局(丁建军等,2022),研究进一步发现由于中心城市(例如上海、深圳等)的交通便利、产业基础坚实、科研创新氛围浓厚等原因使之聚集更多技术密集型制造业、知识密集型服务业类型的专精特新企业(丁建军等,2023),换言之,这类区域条件更有利于相关专精特新企业成长。王伟楠等(2023)则以“秦岭—淮河”一线为界,发现南方省份在创新、绿色和开放等区域高质量发展维度上更加具有优势,能够有效促进专精特新企业群体的培育。

表3 关于企业成长的相关经典理论

	基本假设	成长解释
创新理论	Schumpeter(1934)认为创新是一种将生产要素和生产条件结合起来引入新生产体系的创造性破坏过程,创新主体是企业家	创新在某种程度上可以抵消中小企业的内在成本劣势,从而帮助其实现成长(Acs和Audretsch, 1990)
交易成本理论	Coase(1937)用交易成本解释了企业为什么存在以及企业的边界在哪,交易成本理论的基本假设是有限理性与机会主义	企业可以通过降低交易成本来实现成长,其中交易成本与组织成本的相对大小决定了企业成长的界限
企业成长理论	Penrose(1959)的企业成长理论主要关注企业的存续与成长问题,强调企业是建立在一个框架内的各种资源的集合。管理能力决定了企业资源所能提供的生产性服务的数量和质量	企业成长的前提是增加稀缺的管理资源。企业生存和成长取决于企业内部长期知识和资源积累过程中所形成的长期的动态生产成本优势
演化增长理论	Nelson和Winter(1982)认为企业是生产性知识和能力积累的载体,是由投入和产出组成的生产可能性的集合。在不确定性下,企业拥有的知识是不完全的和变化的	企业现有惯例是知识和经验的载体,决定了成长的方向和模式。在环境选择机制作用下,企业改变惯例的应变行为称为企业的成长
组织学习理论	Fiol和Lyles(1985)认为组织学习是通过汲取更好的知识,并加深理解,从而提高行动效率和质量的过程,但并不能将组织学习简单地理解为个人学习成果的积累	组织可以通过内外部学习来实现知识的积累与创造,并以此获取核心竞争力来适应环境和自我调整,从而实现持续成长
企业网络化成长理论	Contractor和Lorange(1988)认为企业发展不仅依赖企业内部资源,而且在很大程度上依赖于所处网络的资源。企业成长的基本动力在于实现网络资源与企业内部资源的整合	网络化成长机制是指单个企业与其他企业、组织建立正式的或非正式的合作关系,并借助这些网络关系迅速获取和共享网络资源的过程

资料来源:本文作者整理。

二是产业方面。产业链高质量发展是推动专精特新企业成长的重要驱动因素。发挥政府作为产业链“链长”和龙头企业作为产业链“链主”的创新引领作用有助于推动产业链各环节的有机结合,促进扎根产业链细分领域的中小企业向“专精特新”发展(刘志彪和徐天舒,2022)。在数字经济时代,龙头企业引领的产业链数字升级,进一步强化了专精特新企业与上下游的协同创新,加速专精特新企业提质增效(董志勇和李成明,2021)。值得一提的是,隐形冠军也受益于产业链升级与合作,它们通常处于产业链的中上游且掌握关键核心技术,产业链联盟网络的形成和发展有利于加强彼此之间的异质性技术合作,释放成长潜能(Simon,2009)。

3. 微观企业层面

专精特新企业同样受到经典成长要素如资源、知识等影响。专精特新企业通常将组织内外部资源进行整合,充分挖掘其中的异质性资源从而有效突破成长瓶颈。同时,人才往往是知识这种特殊资源的载体,基于不同人才所带来的交叉知识融合,一定程度上刺激了专精特新企业的技术创新(王瑶等,2023)。有研究进一步发现,双元人力资源管理系统有利于整合组织内部知识推动企业成长(Garaus等,2016)。Din等(2013)则通过对瑞典隐形冠军的经验总结,发现它们长期与客户建立密切关系,将客户作为创新的知识来源,为其成长提供新动力。除此之外,鼓励创新的企业文化也是推动隐形冠军内部员工自主创新、持续创新的重要因素,因此,部分学者将隐形冠军的创新发展归因于企业文化(Venohr和Meyer,2007;Yoon,2013)。

由于企业家是企业生存与发展的“掌舵者”,现有专精特新企业和隐形冠军文献均给予较多关注。有学者基于专精特新企业创始人特质分析,桥接科学家创始人相较于其他科学家创始人更能够提升企业创新绩效,尤其是技术创新质量(王瑶等,2023)。同时,有研究实证检验了学

术型高管对专精特新“小巨人”企业持续创新的积极影响(蔡双立和郭媪,2023)。而现有研究认为隐形冠军的领导者通常拥有独特的领导力和丰富的专业知识,成为隐形冠军识别和把握细分市场机会,实现成功的关键(Sutherland和Purg,2013)。部分文献则从管理认知视角出发,分析了决策者不同的管理认知内容和结构对隐形冠军成长绩效的影响(Lei等,2020,2022)。

(二)专精特新企业成长的机制与过程

通过对现有文献进行梳理,本文主要从创新机制和发展过程两个方面对专精特新企业成长的机制与过程进行分析。

1.创新机制

(1)技术创新。创新对于专精特新企业和隐形冠军成长均具有重要意义。有学者提出创新能力是专精特新企业构建核心竞争力的关键所在,而技术创新是其安身立命之本(刘昌年和梅强,2015)。研究表明,硬科技创新水平越高,专精特新企业实现跨越式成长的能力越强,其自身的数字化水平、科技人员薪酬待遇等情况将会强化硬科技创新的积极影响(周婷婷和李孟可,2023)。李树文等(2023)则通过专精特新“小巨人”司南导航的案例研究,发现其关键核心技术经历了单点式突破、全链式突破到多维式突破集成设计的全过程,从而助推企业实现开放式价值共创。

(2)模式创新。已有模式创新研究更多关注专精特新企业如何与不同创新主体互动实现自身发展。一是产业链协同创新。专精特新企业往往处于产业链关键环节,在产业链补链、固链和强链中具有突出作用,而其功能的发挥离不开产业链伙伴的生态化协作(赵晶等,2023)。通过以龙头企业为主导的创新生态平台构建有助于促进产业链中小企业的资源获取和技术创新,推动专精特新企业的涌现和持续发展。二是产学研协同创新。这种创新模式以企业、高校和科研机构为主体,在政府、中介机构的参与之下通过资源整合和能力互补实现“1+1>2”的协同效应。专精特新企业充分发挥自身的创新优势和市场敏锐性,深度参与产学研协同创新有利于实现高端产品开发和关键核心技术突破(陈武元等,2022)。

(3)双元创新。双元创新主要包括利用式创新和探索式创新两种类型(March,1991),对于促进中小企业增长和获取竞争优势至关重要。已有研究通过模糊集定性比较分析,从个人领导风格、组织因素和制度环境多层面要素提出专精特新“小巨人”高水平与非高水平双元创新的条件组态,为其创新发展构建一个整合分析框架(Xia等,2023)。同时,有研究将双元创新作为调节变量,发现其会弱化国际化速度与专精特新企业绩效之间的关系(王伟光和韩旭,2023)。与之相呼应的是,隐形冠军研究早已重视双元创新机制在其成长中的作用机理,研究发现隐形冠军通过探索式创新在某一领域内发明创造,使其在产品利基市场成为技术领先者,但是随后以利用式创新不断改进产品稳固市场地位(Venohr和Meyer,2007;Yoon,2013)。

2.发展过程

(1)数字化。数字化技术的运用和创新已成为专精特新企业成长的有力抓手(李振东等,2023)。研究发现,目前专精特新中小企业数字化程度较低,仍然具有中小企业普遍面临的“数字鸿沟”及数字化内生动力不足等问题,但是数字化转型能够有效提升企业创新绩效与创新能力,增强组织韧性,促进专精特新企业高质量发展(曹钰华等,2023)。而外部支持、数字化生产要素和数字运营能力是影响专精特新企业数字化转型的三大核心要素。在外部支持中供应链数字化水平对专精特新企业数字化转型影响最为显著,政府政策的影响效应反而较低(余澳等,2023)。但是也有研究呼吁政府或核心企业主动提供“外力”帮扶,建立数智化云上服务平台,促进专精特新企业在数字化、网络化等方面的创新升级(董志勇和李成明,2021)。

(2)精一/多元化。根据波特的竞争战略(Porter,1980),专精特新企业通常采取集中差异化

战略,但由于细分领域的规模局限性使其容易产生专业化“锁定”问题。有学者基于创新搜寻理论视角,探究了专精特新企业突破专业化“锁定”的过程机制(许晖等,2023)。同时,也有研究关注到专精特新企业选择多元化战略以实现转型升级的具体路径(杜晶晶等,2023),李平和孙黎(2021)则主张采取融合技术精一化和业务多元化的“T型战略”。相较于专精特新企业,隐形冠军采取专业化还是多元化战略一直是争议的焦点。部分学者根据隐形冠军特点认为其应该始终遵循精一战略(葛宝山和赵丽仪,2022)。然而随着经济社会发展,许多隐形冠军在战略实施过程中遭遇瓶颈,使得它们需要在专业化与多元化之间进行权衡。Simon(2009)曾指出隐形冠军可以采用“适度”多元化的方式进入新市场,这一观点得到了学术界和实践界的大力支持。于是有学者采纳Simon的观点,进一步提出“软多元化”(a focused strategy with soft diversification)战略,即隐形冠军并不是盲目地采取多元化,而是通过与客户和员工形成密切关系进行持续创新,并提供卓越的产品或服务来实现多元化(Din等,2013)。

(3)国际化。专精特新企业国际化的研究较少,少数研究通过经验观察强调专精特新企业需要“走出去”(张晓辉和赵爱民,2023),但其具体作用机制仍不明晰,这可能是由于专精特新企业更多聚焦于本土市场而使学者对其国际化探讨较少。与之相反,大多数隐形冠军是“天生全球化”企业(Audretsch等,2018;Schenkenhofer,2022),许多研究也关注其具体的国际化发展机制。有学者发现,大部分隐形冠军遵循天生全球化(BG)的发展路径,这类隐形冠军都偏好将直接出口作为进入国际市场的模式(Witt和Carr,2013);而少数企业开始服务于国内市场,直到“关键事件”的出现才开始加速国际化的进程,称为重生全球化(BAG);还有一部分企业采取传统国际化和重生全球化混合的路径实现成长(Bell等,2001;Audretsch等,2021)。

(三)专精特新企业成长的绩效与影响

通过寻求相应的指标来衡量企业阶段性的成长结果对于其后续发展至关重要(Shepherd和Wiklund,2009;肖雄辉和傅慧,2023),本文从专精特新企业成长的绩效表征和系统影响两方面对相关文献进行分析。

在绩效表征方面,专精特新企业成长绩效重点关注经营绩效和创新绩效两个方面。过往研究更多采用净资产收益率和全要素生产率作为代理变量,对专精特新企业的经营绩效及其所代表的发展水平进行衡量(刘诚达,2019)。相较于前者,创新绩效则得到更多学者的重视,大多研究以专利数量和质量作为衡量专精特新企业创新成果的代理变量(蔡双立和郭媪,2023;张司飞和陈勇岐,2023;王瑶等,2023)。但一方面考虑到专利数量为0或右偏的情况,有学者使用“专利数量+1的自然对数”来计算(王伟楠等,2023);另一方面由于“策略性创新”和“创新泡沫”的存在,专利数量有时并不能很好地反映企业创新水平,因此有学者引入专利知识宽度和专利被引次数两项指标进行测量以提高准确性(曹虹剑等,2022)。而已有关于隐形冠军成长绩效的研究总结出创新投入、创新成果、市场主动性、全球化水平四个维度,并采用一系列指标来测量(Yoon,2013)。

在系统影响方面,可以从微观、中观和宏观视角综合分析。从微观来看,专精特新企业成长有利于带动其他中小企业向“专精特新”发展和转型,激发更多创业者扎根专业细分领域创新创业。从中观来看,专精特新企业成长有助于夯实产业基础。推动专精特新企业成长是我国提升产业链供应链稳定性与竞争力的重要举措(刘志彪和徐天舒,2022)。此外,在区域内培育专精特新“小巨人”对于周边城市将会产生积极的知识溢出效应(陈武元等,2022)。也有研究发现培育区域“单项冠军”企业在老少边区特色农业“一县一业”格局中发挥重要作用(刘小峰等,2023)。从宏观来看,专精特新企业在我国科技创新中扮演重要角色,已成为我国高质量发展的重要动力源、新发展格局的关键稳定器以及创新型国家的生力军(董志勇和李成明,2021),尤

其在中美部分“技术脱钩”的大背景下,其在解决关键核心技术“卡脖子”问题上地位显著。

(四)研究方法

规范研究方法的不断涌现是某一领域研究成为热门新兴领域的重要标志。专精特新企业成长研究逐渐采用包括实证研究、空间计量、定性比较分析等规范研究方法,具体如下。

(1)实证研究,目前是专精特新企业研究中运用最广的方法。蒋志文和郑惠强(2022)对608家连续六年(2015—2020)入围上海市专精特新中小企业的面板数据进行分析,探究上海市专精特新培育政策对中小企业发展的影响。还有学者以2008—2020年省级专精特新中小企业的专利申请数量为基础,配合企业特征数据,深入剖析了区域高质量发展对专精特新中小企业创新绩效影响的内在机制(王伟楠等,2023)。同时,有学者通过收集专精特新“小巨人”企业专利数据,运用双重差分方法对“小巨人”企业遴选培育政策效果进行了评估(张米尔等,2023)。

(2)空间计量方法。这一方法主要引入了空间效应,大多采用平均最邻近指数、空间相关性、不均衡指数、核密度等空间统计学的相关知识进行分析。在专精特新企业研究方面,空间计量方法被广泛运用于探究专精特新企业的空间布局和区位选择。丁建军等(2022)突破了传统的单一尺度,应用ArcGIS计算国家级专精特新“小巨人”企业平均最邻近指数、全局莫兰指数、核密度,并应用地理探测器识别不同因素对其空间分布的影响强度。同时还引入Ripley's K函数、空间热点聚类等方法,以长三角地区为例,深入挖掘“小巨人”企业的空间分布与集聚特征,并识别了影响其分布的主要因素(丁建军等,2023)。

(3)定性比较分析方法(QCA)。该方法基于整体视角和组态视角,能够探究多重并发因果关系,在挖掘专精特新企业的不同成长驱动路径方面具有较高的方法适配性(夏清华和朱清,2023)。在数字化转型驱动背景下,曹钰华等(2023)采用fsQCA分析了多因素耦合与协同对专精特新“小巨人”组织韧性的整体作用机制。同时,还有学者综合运用NCA、实证回归与QCA方法,对影响专精特新中小企业创新绩效的关键因素与组态效应进行了分析,进一步明确了其中的复杂因果效应(张司飞和陈勇岐,2023)。

(4)案例研究。案例研究通常适用于关注构建过程理论的研究问题,有利于深入挖掘和剖析现象背后的机制(Yin,2019)。这种方法在隐形冠军研究中使用较多,有研究选取3家隐形冠军企业作为研究对象,剖析其在全球价值链下的形成过程及关键因素(贾依帛等,2023)。也有研究利用纵向案例,分析了决策者不同的管理认知结构对隐形冠军成长的影响(Lei等,2020)。未来可借鉴隐形冠军的相关研究方法,一是丰富单案例研究方法,以便探究专精特新企业成长的动态演进过程并深入挖掘其内在机制;二是运用多案例研究方法对比不同专精特新企业的成长逻辑,进一步挖掘其相较于一般中小企业或隐形冠军的独特性。

五、结论与展望

在专精特新企业“实践富矿”与“研究洼地”共生共存的背景下,本文系统回顾和梳理了已有研究文献,归纳评析了专精特新企业成长的前因、机制和后果,借鉴隐形冠军研究成果构建了整合性的分析框架,提出未来需要进一步探索的研究议题,以期进一步丰富专精特新企业成长研究并拓展相关理论。图3展示了新的研究方向和脉络。

(一)继续在宏观政策层面探索专精特新企业成长的驱动因素。一是政策实施方面。目前,我国已经出台多项相关扶持政策,未来可从当前政策实施和未来政策设计两方面展开研究。一方面,前期政策的落地问题,地方政府减税优惠的财税政策包括补贴如何落地值得深入探讨,一系列政策实施已经进入“深水区”,但是对于专精特新企业的作用效果还有待评估。另一方面,遴选政策及其标准作为引导专精特新企业梯度培育的“指挥棒”,具体遴选标准的影响和作

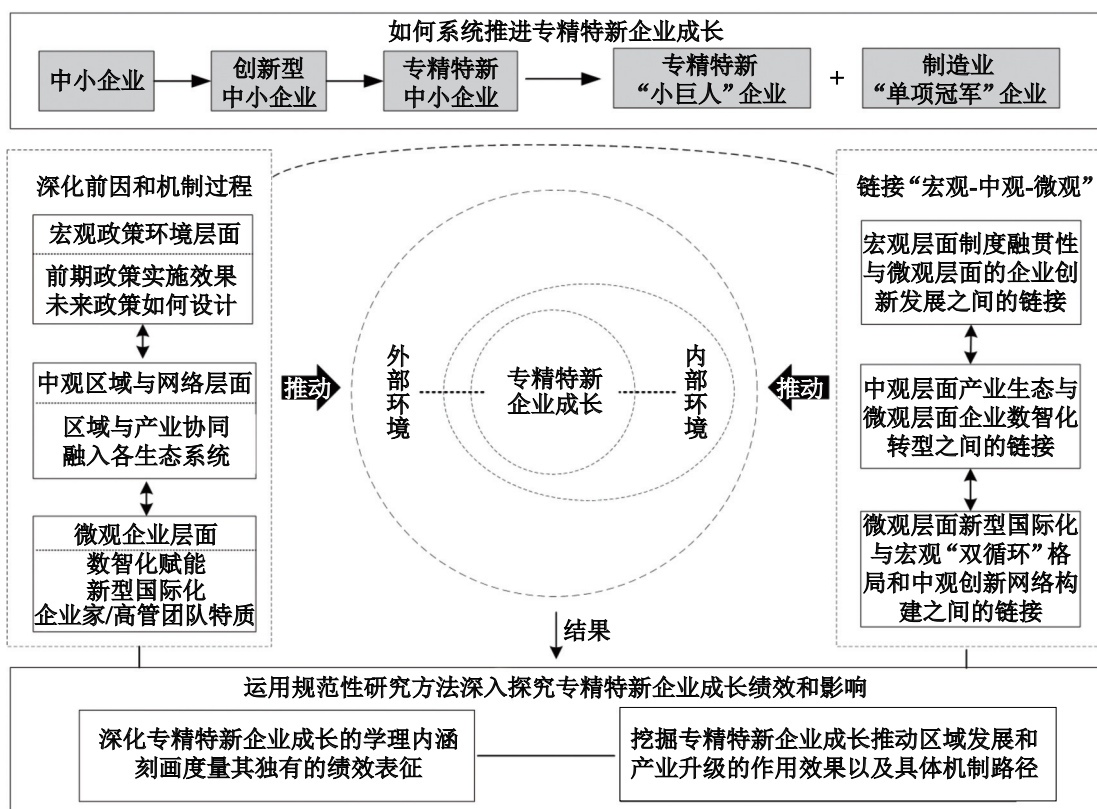


图3 未来研究展望框架

用机制需要进一步探究,以优化遴选体系。二是政策设计方面。可以预见将会有更多相关政策出台,专精特新企业培育目的之一在于突破关键核心技术,如何推动科技成果转化和专精特新企业培育相结合,打通科技成果转化的“最后一公里”,将是未来政策方向重点。同时,通过对各国实施的隐形冠军、先进制造企业等的政策方案(Kim和Park,2019)进行比较分析,有利于为专精特新企业培育政策提供借鉴意义。

(二)融合中观区域和网络层面的要素进行深入分析。现有研究的区位要素和产业要素整合不足,未来可以探讨专精特新企业不同地域产业集聚的现象并挖掘其关键因素和作用机制,例如地理特征优势、当地产业的历史渊源、产业链集群及其龙头企业带动等,为不同地区构建以专精特新企业为支撑的优势产业链提供理论启示。同时,一条完整产业链往往联合不同地区和多个主体,需要从实证角度分析如何通过地区及主体之间的联动和协调效应影响相关产业集群发展,或者从典型行业案例入手进行长期跟踪,如新能源汽车行业、集成电路产业。此外,区域创新生态系统、创新生态系统和商业生态系统作为影响企业创新和可持续发展的关键环境因素,未来研究可以探究专精特新企业如何融入相关生态系统占据核心生态位,通过生态成员之间的产学研合作、大中小企业融通创新和良性商业互动实现跨越式发展。研究也可以探讨如何通过产业链链主企业构筑的生态平台推动专精特新企业的批量涌现,通过二者“点链结合”共生式发展为强化产业链韧性提供具体路径。

(三)进一步从微观企业层面探讨专精特新企业成长,针对数智化赋能、新型国际化发展、企业家/高管团队特质等重要成长议题进行专题研究。第一,数智化赋能。在人工智能(AI)及智能设备迅猛发展之下,智能化也成为以制造业为主的专精特新企业成长的驱动力。因此,探讨

数智化如何深度融入企业价值链推动其转型升级成为重要议题,其中包括专精特新企业的战略定位、流程创新、组织变革等。第二,新型国际化发展。对于专精特新企业来说,其在新型国际化的背景下面临更深层的机遇与挑战,如何更好地嵌入全球价值链和全球创新网络,充分利用其中的机会和资源实现快速成长值得进一步探究。同时,专精特新企业如何依托产业链核心企业“抱团出海”也是未来研究重点,例如大型企业作为产业链“链长”具有平台优势、整合优势和品牌优势等,这些企业围绕产业链进行布局,以海外工业园区或产业园区的方式构建国际化创新生态系统,将有可能加速专精特新企业的国际化进程。第三,企业家/高管团队特质。专精特新企业的企业家特质等仍亟待挖掘,例如,企业家的战略耐性可能是专精特新企业实现扎根和引领细分领域的关键因素。同时,参考隐形冠军研究,未来可以从企业家/管理者的认知内容和结构出发,运用文本分析、案例研究等方法,深入挖掘其认知结构与组织战略形成过程相互作用的模型框架,从而为企业决策者提供借鉴。

(四)深化驱动因素与机制以链接“宏观—中观—微观”层面,推进政策落实、区域发展、产业升级与专精特新企业成长的有效融通。第一,宏观层面制度融贯性与微观层面企业创新之间的链接。专精特新企业创新发展离不开制度环境支持,而合适的制度设计需要企业创新行为和效果的积极反馈。可以从政策制度的“融贯性”(曾宪聚等,2019)对此进行思考,从横向“融”的角度,探究场域内的制度体系如何与企业创新情境相匹配,从而实现制度之间相互补充、相互协同;从纵向“贯”的角度,研究如何选择合适的创新制度安排,把握新旧制度之间的衔接程度,从而实现制度的稳定和连续。第二,中观层面产业生态与微观层面企业数智化转型之间的链接。企业数智化能力是打破数据壁垒,挖掘数据价值,推动产业链上下游、产学研创新的关键。未来研究可以剖析企业数智化转型在产业创新生态系统构建中的机制路径,以及如何通过产业链赋能专精特新企业数智化转型。第三,微观层面新型国际化与宏观国内国外“双循环”格局构建及中观区域创新网络构建之间的链接。围绕“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进”的国家重大战略,分析专精特新企业如何以国内市场为依托实现国际市场的开拓,嵌入全球高端价值链和创新网络。同时,对于已经全球化布局的专精特新企业,探究如何稳固或拓展国内市场,实现不同市场的协同互促,乃至引领地方产业发展也是未来的可能研究议题。

(五)进一步用规范性方法探究专精特新企业成长绩效和影响。一方面,在明确专精特新企业成长内涵的基础上,结合专精特新企业区别于普通中小企业及隐形冠军的差异化表现,梳理专精特新企业独有的绩效刻画维度及测量指标,以期在实证研究中使用更精准的代理变量来提高研究结果的可靠性。另一方面,尽管现有研究考虑了专精特新企业成长在宏观、中观、微观层面的影响,但是诸如专精特新企业成长对区域发展和产业升级的作用效果和具体作用路径尚未得到深入探讨。未来研究可以着重考察专精特新企业集聚的区域或者产业内禀的独特优势,从实证角度挖掘专精特新企业成长对于地区经济增长、创新水平、产业链升级等方面的具体效果。通过对专精特新企业成长具体影响的探索,既能够为中小企业走“专精特新”发展道路提供更深层次的启发,也为国家和地方大力支持专精特新企业发展提供力证。

最后,本文认为,在不断深化专精特新企业成长这一主题研究的同时,需要为相关企业的生存和发展提供更为切实的经验借鉴和理论指导,推动更多中小企业走“专精特新”发展道路。相较于我国专精特新企业的“实践富矿”而言,现有研究尚缺乏在理论构建、机制挖掘与路径创新等方面的系统研究,难以指导专精特新企业成长与相应政策体系有效协同。未来亟需结合专精特新企业成长的动态过程和发展实际,强化其成长所面临的问题和挑战与相关理论探索之间的契合度和系统性,深入探讨不同情境下专精特新企业成长路径和模式的优化与创新,为探索构建基于中国经验的专精特新企业成长理论提供系统框架和理论启示,为专精特新企业实践和政府关键政策制定提供决策参考。

主要参考文献

- [1]蔡双立,郭婧.专精特新企业学术型高管与企业持续创新——企业激励机制与风险承担水平的双调节效应[J].浙江工商大学学报,2023,(1):120-134.
- [2]曹虹剑,张帅,欧阳峒,等.创新政策与专精特新中小企业创新质量[J].中国工业经济,2022,(11):135-154.
- [3]曹梦弋,夏青.产业政策与“专精特新”企业全要素生产率[J].外国经济与管理,2023,45(10):84-100.
- [4]曹钰华,张延莉,石蓉荣,等.数字化转型驱动的专精特新“小巨人”组织韧性前因组态研究——基于上市企业年报文本挖掘的fsQCA分析[J].外国经济与管理,2023,45(10):68-83.
- [5]陈武元,蔡庆丰,程章继.高等学校集聚、知识溢出与专精特新“小巨人”企业培育[J].教育研究,2022,43(9):47-65.
- [6]丁建军,刘贤,王淀坤,等.国家级专精特新“小巨人”企业空间分布及其影响因素[J].经济地理,2022,42(10):109-118.
- [7]丁建军,王淀坤,刘贤.长三角地区专精特新“小巨人”企业空间分布及影响因素研究[J].地理研究,2023,42(4):1009-1028.
- [8]董志勇,李成明.专精特新中小企业高质量发展态势与路径选择[J].改革,2021,(10):1-11.
- [9]杜晶晶,万晶晶,郝喜玲,等.中国“隐形冠军”企业产业多元化战略的形成路径研究——基于模糊集的定性比较分析[J].研究与发展管理,2023,35(3):78-90.
- [10]葛宝山,赵丽仪.创业导向、精一战略与隐形冠军企业绩效[J].外国经济与管理,2022,44(2):117-135.
- [11]贾依昂,苏敬勤,张雅洁.全球价值链下我国隐形冠军企业形成过程的多案例研究[J].外国经济与管理,2023,45(10):35-50.
- [12]蒋志文,郑惠强.基于实证的“专精特新”企业培育路径及政策影响分析[J].中国软科学,2022,(S1):63-70.
- [13]李平,孙黎.集聚焦跨界于一身的中流砥柱:中国“精一赢家”重塑中国产业竞争力[J].清华管理评论,2021,97(12):76-83.
- [14]李树文,罗瑾琨,张志菲.从定位双星到布局寰宇:专精特新企业如何借助关键核心技术突破实现价值共创?[J/OL].南开管理评论.<http://kns.cnki.net/kcms/detail/12.1288.F.20230830.1315.002.html>,2023-08-30.
- [15]李振东,梅亮,朱子钦,等.制造业单项冠军企业数字创新战略及其适配组态研究[J].管理世界,2023,39(2):186-207.
- [16]刘昌年,梅强.专精特新与小微企业成长路径选择研究[J].科技管理研究,2015,35(5):126-130.
- [17]刘诚达.制造业单项冠军企业研发投入对企业绩效的影响研究——基于企业规模的异质门槛效应[J].研究与发展管理,2019,31(1):33-43.
- [18]刘小峰,彭扬帆,徐晓军.选优扶强:老少边区特色农业“一县一业”格局何以形成——盐池滩羊的纵向案例研究[J].管理世界,2023,39(7):46-63.
- [19]刘志彪,徐天舒.培育“专精特新”中小企业:补链强链的专项行动[J].福建论坛(人文社会科学版),2022,1(1):23-32.
- [20]刘志彪.产业政策转型与专精特新中小企业成长环境优化[J].人民论坛,2022,(3):40-43.
- [21]毛军权,敦帅.“专精特新”中小企业高质量发展的驱动路径——基于TOE框架的定性比较分析[J].复旦学报(社会科学版),2023,65(1):150-160.
- [22]王伟楠,王凯,严子淳.区域高质量发展对“专精特新”中小企业创新绩效的影响机制研究[J].科研管理,2023,44(2):32-44.
- [23]王伟光,韩旭.国际化速度、二元创新与“专精特新”企业绩效——基于115家中国制造业单项冠军上市企业的实证研究[J].外国经济与管理,2023,45(10):51-67.
- [24]王瑶,曾德明,李健,等.桥接科学家创始人与企业技术创新绩效——基于专精特新“小巨人”企业的分析[J].科学学研究,2023,41(9):1690-1701.
- [25]邬爱其,史煜筠.专业制胜——中小企业专精特新成长之路[M].杭州:浙江大学出版社,2022.
- [26]肖雄辉,傅慧.数字创业成长:文献述评与研究展望[J].外国经济与管理,2023,45(6):118-136.
- [27]夏清华,朱清.“专精特新”企业突破式创新的组态分析与范式选择[J].外国经济与管理,2023,45(10):20-34.
- [28]许晖,李阳,刘田田等.“专精特新”企业如何突破专业化“锁定”困境?——创新搜寻视角下的多案例研究[J].外国经济与管理,2023,45(10):3-19.
- [29]余澳,张羽丰,刘勇.“专精特新”中小企业数字化转型关键影响因素识别研究——基于1625家专精特新中小企业的调查[J].经济纵横,2023,(4):79-89.

- [30]曾宪聚, 严江兵, 周南. 深圳优化营商环境的实践经验和理论启示: 制度逻辑与制度融贯性的视角[J]. 经济体制改革, 2019, (2): 5-12.
- [31]张璠, 王竹泉, 于小悦. 政府扶持与民营中小企业专精特新转型——来自省级政策文本量化的经验证据[J]. 财经科学, 2022, (1): 116-132.
- [32]张米尔, 任腾飞, 黄思婷. 专精特新小巨人遴选培育政策的专利效应研究[J]. 中国软科学, 2023, (5): 33-43,53.
- [33]张司飞, 陈勇岐. “专精特新”中小企业创新绩效提升路径研究[J/OL]. 科学学研究. <https://doi.org/10.16192/j.cnki.1003-2053.20230419.001>, 2023-07-21.
- [34]张晓辉, 赵爱民. 加快专精特新中小企业国际化发展[J]. 宏观经济管理, 2023, (5): 39-45,52.
- [35]赵晶, 孙泽君, 程栖云, 等. 中小企业如何依托“专精特新”发展实现产业链补链强链——基于数码大方的纵向案例研究[J]. 中国工业经济, 2023, (7): 180-200.
- [36]赵向阳. 大变局下的中国管理2: 专精特新之路[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2023.
- [37]周婷婷, 李孟可. 硬科技创新、行业科技自立自强与专精特新企业跨量级发展[J]. 软科学, 2023, 37(11): 57-64.
- [38]Audretsch D B, Lehmann E E, Schenkenhofer J. Internationalization strategies of hidden champions: Lessons from Germany[J]. *Multinational Business Review*, 2018, 26(1): 2-24.
- [39]Audretsch D B, Lehmann E E, Schenkenhofer J. A context-choice model of niche entrepreneurship[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2021, 45(5): 1276-1303.
- [40]Bell J, McNaughton R, Young S. ‘Born-again global’ firms: An extension to the ‘born global’ phenomenon[J]. *Journal of International Management*, 2001, 7(3): 173-189.
- [41]Din F U, Dolles H, Middel R. Strategies for small and medium-sized enterprises to compete successfully on the world market: Cases of Swedish hidden champions[J]. *Asian Business & Management*, 2013, 12(5): 591-612.
- [42]Kim M, Park H. A meta-analysis comparing factors affecting the growth of SMEs: The case of Germany and South Korea[J]. *Journal of Scientific & Industrial Research*, 2019, 78: 852-857.
- [43]Lei L N, Fu Y N, Wu X B, et al. The match between structural attributes and content-based orientation of managerial cognition: An exploratory fsQCA study of ‘hidden champions’[J]. *Management and Organization Review*, 2022, 18(2): 395-423.
- [44]Lei L N, Wu X B, Tan Z Y. The growth of hidden champions in China: A cognitive explanation from integrated view[J]. *Chinese Management Studies*, 2020, 14(3): 613-637.
- [45]Penrose E. The theory of the growth of the firm[M]. Oxford: Basil Blackwell, 1959.
- [46]Schenkenhofer J, Wilhelm D. Fuelling Germany’s Mittelstand with complementary human capital: The case of the Cooperative State University Baden-Württemberg[J]. *European Journal of Higher Education*, 2020, 10(1): 72-92.
- [47]Schenkenhofer J. Hidden champions: A review of the literature & future research avenues[J]. *Management Review Quarterly*, 2022, 72(2): 417-482.
- [48]Shepherd D, Wiklund J. Are we comparing apples with apples or apples with oranges? Appropriateness of knowledge accumulation across growth studies[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, 33(1): 105-123.
- [49]Simon H. Lessons from Germany’s midsize giants[J]. *Harvard Business Review*, 1992, 70(2): 115-123.
- [50]Simon H. Hidden champions: Lessons from 500 of the world's best unknown companies[M]. Boston: Harvard Business Review Press, 1996: 113-117.
- [51]Simon H. Hidden champions of the twenty-first century: Success strategies of unknown world market leaders[M]. New York: Springer, 2009.
- [52]Sun S L, Shi W, Ahlstrom D, et al. Understanding institutions and entrepreneurship: The microfoundations lens and emerging economies[J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2020, 37(4): 957-979.
- [53]Sutherland I, Purg D. Leadership of hidden champions: From vision to communityship[A]. McKiernan P, Purg D. Hidden champions in CEE and turkey[M]. Berlin Heidelberg: Springer, 2013.
- [54]Venohr B, Meyer K E. The German miracle keeps running: How Germany's hidden champions stay ahead in the global economy[R]. SSRN 991964, 2007.

- [55]Voudouris I, Lioukas S, Makridakis S, et al. Greek hidden champions: : Lessons from small, little-known firms in Greece[J]. *European Management Journal*, 2000, 18(6): 663-674.
- [56]Wiklund J, Patzelt H, Shepherd D A. Building an integrative model of small business growth[J]. *Small Business Economics*, 2009, 32(4): 351-374.
- [57]Witt A, Carr C. A critical review of hidden champions and emerging research findings on their international strategies and orientations[A]. Cook G. Johns J. The changing geography of international business[M]. London: Palgrave Macmillan, 2013.
- [58]Xia Q H, Zhu Q, Tan M Q, et al. A configurational analysis of innovation ambidexterity: Evidence from Chinese niche leaders[J/OL]. *Chinese Management Studies*, 2023. DOI: 10.1108/CMS-01-2023-0032.
- [59]Yoon B. How do hidden champions differ from normal small and medium enterprises (SMEs) in innovation activities[J]. *Journal of Applied Sciences Research*, 2013, 9(13): 6257-6263.

The Growth of SRDI Enterprises: A Review and Prospects

Zeng Xianju¹, Zeng Kai², Ren Hui¹, Cao Chunhui³

(1. College of Management, Shenzhen University, Shenzhen 518060, China; 2. Business School, Renmin University of China, Beijing 100089, China; 3. School of Business and Management, Shanghai International Studies University, Shanghai 200083, China)

Summary: SRDI enterprises refer to small and medium-sized enterprises with specialized, refined, differentiated, innovative characteristics, focusing on high-quality products or services that can provide differentiated advantages in a specific niche, committed to gaining market share and innovation capabilities in both domestic and global niche fields. The growth of SRDI enterprises is of great significance in solving the “bottleneck” problem of key core technologies in China and strengthening the resilience of the regional industrial chain. However, existing literature is still stuck in the stage of practical observation, experience sorting, and fragmented research, and there is an urgent need to systematically sort it out from a theoretical perspective. The “hidden champions” that have been studied for a long time also provide theoretical reference for them. This paper systematically reviews the literature on SRDI enterprises and hidden champions published in high-quality journals. Firstly, by integrating the research on SRDI enterprises and hidden champions, it analyzes the characteristics, connotations, and important similarities and differences between SRDI “little giants”, “niche champions” in the manufacturing industry, and hidden champions. Secondly, based on the analysis of the driving factors, mechanisms, performance characterization, systemic impact, and research methods of the growth of SRDI enterprises, it constructs an integrated analysis framework drawing on the research results of hidden champions. Finally, it proposes future research topics for the growth of SRDI enterprises from the macro policy environment level, meso regional and network level, and micro enterprise level, as well as how to link them. This paper helps to further enrich and expand the theory of the growth of SRDI enterprises in the context of the coexistence of “practical enrichment” and “research depression”, providing theoretical inspiration and experience reference for their high-quality development.

Key words: SRDI enterprise; growth of enterprise; hidden champion; literature review

(责任编辑: 宋澄宇)