

2021年中国中小企业市场分析报告- 产业深度研究与发展规划趋势

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国中小企业市场分析报告-产业深度研究与发展规划趋势》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/554083554083.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

“专精特新”中小企业是指具有专业化、精细化、特色化、新颖化等特点的企业，它们通常专注于产业链上某一环节，聚焦主营业务，同时具有较强大的创新能力、创新活力和抗风险能力。

“专精特新”中小企业概念

资料来源：观研天下整理

根据观研报告网发布的《2021年中国中小企业市场分析报告-产业深度研究与发展规划趋势》显示，自2011年开始，我国便开始提出要将“专精特新”发展方向作为中小企业转型升级、转变发展方式的重要途径；2012年，国务院发布《关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见》，首次提出“鼓励小型微型企业走‘专精特新’和与大企业协作配套发展的道路”；2013年工信部发布《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》对中小企业“专精特新”发展作出具体部署。

2011-2013年国家大力推动“专精特新”中小企业发展相关政策规划梳理

时间

政策规划

重点内容

2011年9月

《“十二五”中小企业成长规划》

提出要将“专精特新”发展方向作为中小企业转型升级、转变发展方式的重要途径。

2012年4月

《关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见》

支持创新型、创业型和劳动密集型的小型微型企业发展。鼓励小型微型企业发展现代服务业、战略性新兴产业、现代农业和文化产业，走“专精特新”和与大企业协作配套发展的道路，加快从要素驱动向创新驱动的转变。

2013年7月

《关于促进中小企业“专精特新”发展的指导意见》

引导中小企业专注核心业务，提高专业化生产、服务和协作配套的能力，为大企业、大项目和产业链提供零部件、元器件、配套产品和配套服务；引导中小企业精细化生产、精细化管理、精细化服务，以美誉度高、性价比好、品质精良的产品和服务在细分市场中占据优势；引导中小企业利用特色资源，弘扬传统技艺和地域文化，采用独特工艺、技术、配方或原料，研制生产具有地方或企业特色的产品；引导中小企业开展技术创新、管理创新和商业模式创新，培育新的增长点，形成新的竞争优势。通过培育和扶持，不断提高“专精特新”中小企业的数量和比重，提高中小企业的整体素质。资料来源：观研天下整理

2018年，工信部正式发布《关于开展专精特新“小巨人”企业培育工作的通知》，提出计

划利用三年时间（2018-2020年），培育600家左右专精特新“小巨人”企业；2019年国家层面发布《关于促进中小企业健康发展的指导意见》，提出要在核心基础零部件（元器件）、关键基础材料等领域，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”企业。

2020年，《关于健全支持中小企业发展制度的若干意见》及《关于开展第二批专精特新“小巨人”企业培育工作的通知》两大文件陆续发布，加快推动“专精特新”中小企业发展。

2018-2020年国家大力推动“专精特新”中小企业发展相关政策规划梳理汇总

时间

政策规划

重点内容

2018年11月

《关于开展专精特新“小巨人”企业培育工作的通知》

专精特新“小巨人”企业是“专精特新”中小企业中的佼佼者，是专注于细分市场、创新能力强、市场占有率高、掌握关键核心技术、质量效益优的排头兵企业。工信部提出计划利用三年时间（2018-2020年），培育600家左右专精特新“小巨人”企业。其中，2018年培育100家左右专精特新“小巨人”企业，促进其在创新能力、国际市场开拓、经营管理水平、智能转型等方面得到提升发展。

2019年4月

《关于促进中小企业健康发展的指导意见》

在政府采购活动中，向专精特新中小企业倾斜；引导中小企业专精特新发展，支持推动中小企业转型升级，聚焦主业，增强核心竞争力，不断提高发展质量和水平，走专精特新发展道路。研究制定专精特新评价体系，建立动态企业库。以专精特新中小企业为基础，在核心基础零部件（元器件）、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”企业。实施大中小企业融通发展专项工程，打造一批融通发展典型示范和新模式。围绕要素汇集、能力开放、模式创新、区域合作等领域分别培育一批制造业双创平台试点示范项目，引领制造业融通发展迈上新台阶。

2020年7月

《关于健全支持中小企业发展制度的若干意见》

完善支持中小企业“专精特新”发展机制。健全“专精特新”中小企业、专精特新“小巨人”企业和制造业单项冠军企业梯度培育体系、标准体系和评价机制，引导中小企业走“专精特新”之路。完善大中小企业和各类主体协同创新和融通发展制度，发挥大企业引领支撑作用，提高中小企业专业化能力和水平。

《关于开展第二批专精特新“小巨人”企业培育工作的通知》

组织开展第二批专精特新“小巨人”企业培育工作。资料来源：观研天下整理

2021年，相关政策密集出台，“专精特新”中小企业发展进入政策元年。如1月，《关于

支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》发布，提出2021年至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，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。

2021年7月，《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》发布，提出加快培育发展以专精特新“小巨人”企业、制造业单项冠军企业、产业链领航企业为代表的优质企业。力争到2025年，梯度培育格局基本成型，发展形成万家“小巨人”企业、千家单项冠军企业和一大批领航企业。

2021年国家大力推动“专精特新”中小企业发展相关政策规划梳理汇总
时间

政策规划

重点内容

2021年1月

《关于支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》

2021年至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，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。

2021年3月

《关于2021年进一步推动小微企业金融服务高质量发展的通知》

提出对掌握产业“专精特新”技术的小微企业要量身定做金融服务方案，及时给予资金支持。

2021年4月

《关于开展第三批专精特新“小巨人”企业培育工作的通知》

组织开展第三批专精特新“小巨人”

企业培育工作。

“十四五”规划

提出要推动中小企业提升专业化优势，培育专精特新“小巨人”企业和制造业单项冠军企业。

2021年7月

《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》

加快培育发展以专精特新“小巨人”企业、制造业单项冠军企业、产业链领航企业为代表的优质企业。力争到2025年，梯度培育格局基本成型，发展形成万家“小巨人”企业、千家单项冠军企业和一大批领航企业。资料来源：观研天下整理

总体看来，我国“专精特新”中小企业已迎来政策风口，多部门明确表示支持专精特新中小企业高质量发展。

而纵观其政策内容，“专精特新”政策中小企业评选主要集中在工业“四基”领域、制造强国战略十大重点产业，均是我国产业链供应链中发展较为薄弱的环节。

据业内人士分析，长期来看，“专精特新”政策将加快我国补短板补链完善内循环，有助于促进“卡脖子”环节的突破，有利于我国经济高质量发展，同时有助于涌现更多优质上市公司，促进我国资本市场健康发展。（shz）

观研报告网发布的《2021年中国中小企业市场分析报告-产业深度研究与发展规划趋势》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国中小企业行业发展概述

第一节 中小企业行业发展情况概述

一、中小企业行业相关定义

二、中小企业行业基本情况介绍

三、中小企业行业发展特点分析

四、中小企业行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、中小企业行业需求主体分析

第二节 中国中小企业行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、中小企业行业产业链条分析

三、产业链运行机制

（1）沟通协调机制

（2）风险分配机制

（3）竞争协调机制

四、中国中小企业行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国中小企业行业生命周期分析

一、中小企业行业生命周期理论概述

二、中小企业行业所属的生命周期分析

第四节 中小企业行业经济指标分析

一、中小企业行业的赢利性分析

二、中小企业行业的经济周期分析

三、中小企业行业附加值的提升空间分析

第五节 中国中小企业行业进入壁垒分析

一、中小企业行业资金壁垒分析

二、中小企业行业技术壁垒分析

三、中小企业行业人才壁垒分析

四、中小企业行业品牌壁垒分析

五、中小企业行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球中小企业行业市场发展现状分析

第一节 全球中小企业行业发展历程回顾

第二节 全球中小企业行业市场区域分布情况

第三节 亚洲中小企业行业地区市场分析

一、亚洲中小企业行业市场现状分析

二、亚洲中小企业行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲中小企业行业市场前景分析

第四节 北美中小企业行业地区市场分析

- 一、北美中小企业行业市场现状分析
- 二、北美中小企业行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美中小企业行业市场前景分析
- 第五节 欧洲中小企业行业地区市场分析
- 一、欧洲中小企业行业市场现状分析
- 二、欧洲中小企业行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲中小企业行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界中小企业行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球中小企业行业市场规模预测

第三章 中国中小企业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国中小企业行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国中小企业产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国中小企业行业运行情况

第一节 中国中小企业行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 1、行业技术发展现状
- 2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国中小企业行业市场规模分析

第三节 中国中小企业行业供应情况分析

第四节 中国中小企业行业需求情况分析

第五节 我国中小企业行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国中小企业行业供需平衡分析

第七节 中国中小企业行业发展趋势分析

第五章 中国中小企业所属行业运行数据监测

第一节 中国中小企业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国中小企业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国中小企业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国中小企业市场格局分析

第一节 中国中小企业行业竞争现状分析

一、中国中小企业行业竞争情况分析

二、中国中小企业行业主要品牌分析

第二节 中国中小企业行业集中度分析

一、中国中小企业行业市场集中度影响因素分析

二、中国中小企业行业市场集中度分析

第三节 中国中小企业行业存在的问题

第四节 中国中小企业行业解决问题的策略分析

第五节 中国中小企业行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国中小企业行业需求特点与动态分析

第一节 中国中小企业行业消费市场动态情况

第二节 中国中小企业行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 中小企业行业成本结构分析

第四节 中小企业行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国中小企业行业价格现状分析

第六节 中国中小企业行业平均价格走势预测

一、中国中小企业行业价格影响因素

二、中国中小企业行业平均价格走势预测

三、中国中小企业行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国中小企业行业区域市场现状分析

第一节 中国中小企业行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区中小企业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区中小企业市场规模分析

四、华东地区中小企业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区中小企业市场规模分析
- 四、华中地区中小企业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区中小企业市场规模分析
- 四、华南地区中小企业市场规模预测

第九章 2017-2021年中国中小企业行业竞争情况

第一节 中国中小企业行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国中小企业行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国中小企业行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 中小企业行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国中小企业行业发展前景分析与预测

第一节 中国中小企业行业未来发展前景分析

一、中小企业行业国内投资环境分析

二、中国中小企业行业市场机会分析

三、中国中小企业行业投资增速预测

第二节 中国中小企业行业未来发展趋势预测

第三节 中国中小企业行业市场发展预测

一、中国中小企业行业市场规模预测

二、中国中小企业行业市场规模增速预测

三、中国中小企业行业产值规模预测

四、中国中小企业行业产值增速预测

五、中国中小企业行业供需情况预测

第四节 中国中小企业行业盈利走势预测

一、中国中小企业行业毛利润同比增速预测

二、中国中小企业行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国中小企业行业投资风险与营销分析

第一节 中小企业行业投资风险分析

一、中小企业行业政策风险分析

二、中小企业行业技术风险分析

三、中小企业行业竞争风险

四、中小企业行业其他风险分析

第二节 中小企业行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国中小企业行业发展战略及规划建议

第一节 中国中小企业行业品牌战略分析

一、中小企业企业品牌的重要性

二、中小企业企业实施品牌战略的意义

三、中小企业企业品牌的现状分析

四、中小企业企业的品牌战略

五、中小企业品牌战略管理的策略

第二节 中国中小企业行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国中小企业行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国中小企业行业发展策略及投资建议

第一节 中国中小企业行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国中小企业行业营销渠道策略

一、中小企业行业渠道选择策略

二、中小企业行业营销策略

第三节 中国中小企业行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国中小企业行业重点投资区域分析

二、中国中小企业行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/554083554083.html>