

企业如何在竞争激烈的环境中保持核心竞争力

金力¹ 陈镜羽²

1 诸暨市天然气有限公司, 浙江绍兴, 312000;

2 杭州证客信息科技有限公司, 浙江杭州, 310000;

摘要: 在风云变幻的商业战场, 企业核心竞争力宛如定海神针。本研究深度剖析其整合独特资源、能力的内涵, 梳理技术、品牌、人才等构成要素。从战略规划、创新驱动、人才管理维度, 探寻保持竞争力路径, 直面市场、技术、管理挑战, 提出破局策略, 为企业稳健前行注入强劲动力。

关键词: 企业核心竞争力; 竞争环境; 战略规划; 创新驱动

DOI: 10.64216/3080-1486.25.02.010

引言

在全球化与数字化交织的商业风暴中, 市场竞争的激烈程度达到了前所未有的高度。企业犹如逆水行舟, 不进则退, 不仅要应对国内外老牌劲旅的挤压, 还要防范新兴企业的异军突起。核心竞争力作为企业的独特优势集合, 成为其在这场残酷竞争中破浪前行、持续发展的关键保障。深入探寻保持核心竞争力的精妙之道, 对企业精准把握市场脉搏、化解竞争危机意义非凡, 在企业管理研究领域掀起广泛热议。

1 企业核心竞争力概述

1.1 企业核心竞争力的概念与内涵解读

企业核心竞争力指企业在长期发展中形成, 难以被竞争对手模仿, 能为企业带来持续竞争优势的独特能力与资源组合。其内涵丰富, 涵盖技术创新能力, 如苹果公司凭借持续的技术研发, 推出具有创新性的电子产品, 引领行业潮流; 品牌影响力, 可口可乐以强大品牌形象, 在全球饮料市场占据领先地位; 独特商业模式, 如阿里巴巴构建的电商生态系统, 改变传统商业交易模式。核心竞争力是企业立足市场的根本, 整合企业内部资源, 形成独特竞争优势, 助力企业在竞争中脱颖而出。

1.2 核心竞争力的构成要素分析

构成要素多元。技术要素至关重要, 先进技术能提高产品性能、生产效率, 降低成本。如华为在通信技术领域的研发投入, 使其在 5G 技术上领先全球。而且, 人才要素不可或缺, 优秀人才带来创新思维、专业技能, 推动企业发展。像谷歌吸引全球顶尖技术人才, 保持技术创新优势。此外, 品牌要素, 良好品牌形象增加消费者信任, 提高产品附加值。如耐克凭借品牌效应, 产品

在市场上具有高溢价能力。这些要素相互作用, 共同构成企业核心竞争力。

1.3 保持核心竞争力对企业发展的意义阐述

保持核心竞争力对企业发展意义重大。从市场竞争角度, 能让企业在激烈竞争中脱颖而出, 获得更多市场份额。如特斯拉凭借在电动汽车技术与智能驾驶领域的核心竞争力, 迅速占领全球新能源汽车市场。而且, 可实现可持续发展, 核心竞争力为企业提供持续发展动力, 使其在不同市场环境下保持优势。此外, 能增强企业抗风险能力, 面对经济危机、行业变革等冲击, 依靠核心竞争力, 企业可灵活调整策略, 渡过难关, 在企业发展进程中发挥关键支撑作用。

2 通过战略规划保持核心竞争力

2.1 制定适应市场变化的战略规划方法

制定适应市场变化的战略规划, 需深入市场调研。运用大数据分析、市场调研机构报告等, 了解市场趋势、消费者需求变化。如服装企业通过分析社交媒体数据, 掌握时尚潮流趋势, 调整产品设计与生产计划。服装企业借助大数据工具, 能精准洞察不同地区、年龄层消费者在社交媒体上分享的穿搭喜好, 不仅能提前半年规划新一季服装款式, 还能依据消费者反馈迅速调整设计细节。而且, 关注竞争对手动态, 分析其战略布局、产品特点, 找出差异化竞争优势。例如, 分析竞争对手新品推出节奏、价格策略, 挖掘自身产品在材质、工艺上的独特卖点。此外, 结合企业自身资源与能力, 制定符合企业实际的战略规划, 明确市场定位、产品方向、发展目标, 确保企业战略与市场变化同步, 保持竞争优势。

2.2 基于核心竞争力的多元化与聚焦战略选择

基于核心竞争力,企业可选择多元化或聚焦战略。多元化战略,利用核心竞争力拓展业务领域。如小米以手机业务核心竞争力为基础,拓展至智能家居、智能穿戴等领域,打造生态链企业。小米凭借手机业务积累的研发能力、品牌影响力与供应链优势,将智能互联技术延伸至智能家居产品,使各产品间实现互联互通,构建起庞大的智能生活生态体系。聚焦战略,专注核心业务,强化核心竞争力。如可口可乐专注饮料业务,不断优化产品配方、品牌营销,巩固在饮料市场地位。可口可乐持续投入研发改进经典配方口感,同时在全球开展多样化营销活动,从奥运赞助到个性化瓶身设计,牢牢抓住消费者心智。企业需根据自身情况、市场环境,合理选择战略,保持核心竞争力。

2.3 战略执行与动态调整机制的建立

建立战略执行机制,明确各部门职责,将战略目标分解为具体任务,落实到个人。制定详细执行计划,明确时间节点、考核指标。例如,一家计划拓展海外市场的企业,市场部门负责调研目标市场,销售部门制定销售计划,按季度、月度明确新客户开发数量、销售额等考核指标。而且,建立动态调整机制,定期评估战略执行效果,根据市场变化、竞争对手动态,及时调整战略。如互联网企业根据用户需求变化、技术发展,快速调整产品功能、运营策略,保障战略有效执行,保持核心竞争力。

3 创新驱动核心竞争力的保持与提升

3.1 产品与服务创新对核心竞争力的强化作用

产品与服务创新强化核心竞争力。产品创新推出新产品、改进现有产品,满足消费者不断变化需求。如苹果每年推出新 iPhone,在外观、性能、功能上创新,吸引消费者购买。苹果新 iPhone 不仅在芯片性能上实现大幅提升,还在外观设计上引领潮流,如采用全面屏、新材质,引入新功能如更强大的拍照模式,刺激消费者更新换代。服务创新提升服务质量、优化服务流程。如海底捞以优质服务,在餐饮行业树立良好口碑,增加消费者忠诚度,通过产品与服务创新,提升企业核心竞争力。

3.2 技术创新推动企业核心竞争力升级路径

技术创新推动核心竞争力升级。加大研发投入,与高校、科研机构合作开展技术研发。如药企投入大量资金研发新药。药企每年将营业收入的 15% - 20% 投入新药研发,与高校药理研究团队合作,利用实验室资源

与专业人才,加速新药研发进程。而且,引进先进技术,消化吸收再创新。如制造业企业引进国外先进生产设备,优化生产工艺。某汽车制造企业引进德国高精度冲压设备,结合自身生产流程进行改造,提高车身零部件冲压精度与生产效率。此外,利用新兴技术,如人工智能、大数据,提升企业运营效率、产品质量,推动核心竞争力升级,在市场竞争中保持领先。电商企业借助人工智能客服提高客户咨询响应速度,运用大数据精准推送商品,提升用户购物体验与转化率。

3.3 管理创新营造有利于核心竞争力保持的内部环境

管理创新营造良好内部环境。创新组织架构,采用扁平化组织,减少层级,提高信息传递与决策效率。如互联网企业多采用扁平化管理。互联网企业扁平化管理使得基层员工能直接向高层反馈市场一线信息,决策周期从以往的一周缩短至两天,快速响应市场变化。而且,创新激励机制,激发员工积极性、创造性。如实施股权激励、项目提成等。科技企业对核心研发团队实施股权激励,团队成员为提升公司市值、实现自身财富增长,全力投入技术攻关,创新成果不断涌现。此外,创新企业文化,营造创新、合作氛围。如谷歌的企业文化鼓励员工创新,为核心竞争力保持提供内部保障。

4 人才管理与核心竞争力保持的关联

4.1 吸引与留住核心人才的策略与方法

吸引核心人才,提供有竞争力薪酬待遇,参考行业水平,结合企业实际制定薪酬体系。企业通过薪酬调研,确保核心岗位薪酬高于行业平均 10% - 15%,以吸引顶尖人才。而且,打造良好企业形象,通过社会责任履行、品牌宣传,提升企业吸引力。如企业积极参与公益环保项目,通过媒体报道塑造正面形象。此外,提供广阔发展空间,制定职业规划,开展内部培训、晋升机制。企业为核心人才制定三年职业发展规划,明确晋升路径,每年提供不少于 200 小时的专业培训。留住核心人才,建立情感连接,关心员工生活、工作,营造和谐氛围。定期组织员工团建、生日会等活动。提供持续学习机会,满足员工成长需求,通过多种策略吸引与留住核心人才,保持核心竞争力。

4.2 人才培养体系构建助力核心竞争力提升

构建人才培养体系,制定分层分类培训计划。针对新员工,开展入职培训,了解企业文化、规章制度、岗位技能。新员工入职培训为期一个月,包含一周企业文

化与规章制度学习,三周岗位实操培训。针对老员工,开展专业技能提升、管理能力培训。如为技术骨干提供前沿技术培训,为基层管理者开展领导力课程。而且,建立导师制度,新员工与经验丰富老员工结对,快速成长。导师与新员工签订辅导协议,定期沟通,分享工作经验。此外,利用在线学习平台,提供丰富学习资源,随时随地学习,提升员工能力,助力核心竞争力提升。员工可通过在线平台学习行业前沿知识、管理课程,每月学习时长平均达10小时以上。

4.3 打造高绩效团队促进核心竞争力发挥

打造高绩效团队,明确团队目标,与企业战略目标一致,让员工清晰工作方向。如企业战略目标是年度销售额增长20%,销售团队目标则细化为开拓新客户数量、提升老客户复购率等。而且,合理配置团队成员,根据员工技能、性格、经验,组建优势互补团队。将沟通能力强、销售经验丰富的员工与产品知识扎实的员工搭配。此外,建立团队协作机制,加强沟通交流,促进知识共享、协同工作。通过打造高绩效团队,充分发挥核心竞争力,提升企业绩效。团队每周开展例会,分享客户案例、销售技巧,实现业绩同比增长30%。

5 应对竞争挑战,保持核心竞争力的策略

5.1 应对市场竞争压力的策略探讨

应对市场竞争压力,差异化竞争是关键。深入挖掘消费者需求,提供独特产品与服务。如星巴克以独特咖啡文化、舒适店内环境,区别于其他咖啡品牌。星巴克店内装修风格融合当地文化特色,提供个性化咖啡调制服务,举办咖啡品鉴活动,营造独特消费体验。而且,优化成本结构,通过规模效应、供应链优化等降低成本,提高产品性价比。大型连锁超市通过集中采购、优化物流配送,降低商品采购与运输成本,以低价吸引消费者。此外,加强品牌营销,提升品牌知名度、美誉度,吸引消费者,在市场竞争中保持优势。品牌通过社交媒体营销、明星代言等方式,扩大品牌影响力,提升消费者认可度。

5.2 技术变革背景下保持核心竞争力的方法

在技术变革背景下,保持竞争力需紧跟技术趋势。设立技术研究部门,关注行业技术动态,提前布局。如汽车企业提前研发新能源汽车技术。汽车企业技术研究部门每年参加国际汽车技术展会,投入大量资金用于

新能源汽车电池技术、自动驾驶技术研发。而且,加强技术合作,与科技企业、高校联合研发。如传统家电企业与互联网企业合作,开发智能家电。传统家电企业与互联网企业共享技术资源,共同研发智能家电操作系统,提升产品智能化水平。此外,培养技术创新人才,提升企业技术创新能力,适应技术变革,保持核心竞争力。企业与高校联合培养技术创新人才,提供实习、就业机会,打造高素质技术团队。

5.3 突破管理瓶颈,强化核心竞争力的措施

突破管理瓶颈,优化管理流程。利用信息化系统,简化审批环节,提高工作效率。如企业采用办公自动化系统。企业通过办公自动化系统,将原本需线下多部门流转签字的审批流程线上化,审批时间从平均一周缩短至两天。而且,加强风险管理,建立风险预警机制,识别、评估、应对风险。企业通过风险评估模型,提前识别市场风险、财务风险等,制定应对预案。此外,提升领导力,加强管理者培训,提高决策能力、团队管理能力,通过突破管理瓶颈,强化核心竞争力。企业定期组织管理者参加领导力培训课程,邀请行业专家授课,提升管理水平。

6 结论

在复杂多变的竞争环境中,企业核心竞争力是其安身立命之本。尽管面临市场、技术、管理等诸多挑战,但只要企业坚守战略规划,深耕创新驱动,精研人才管理,精准应对各类难题,定能在激烈竞争中稳扎稳打,持续发展,铸就商业传奇,为行业发展贡献力量。

参考文献

- [1]刘德炳.郑砚农:制造业的品牌力是企业的核心竞争力[N].中国工业报,2025-03-31(003).
- [2]宋铁波,阮志伟,吕备.知识创新视角下数字技术驱动企业核心能力的机制研究[J].技术与创新管理,2025,46(02):184-196.
- [3]王斌,刘楼.基于SECI模型对知识交流和企业核心能力增长的关系研究[J/OL].工程管理科技前沿,1-13[2025-04-03].
- [4]杨阳.核心竞争力视角下供应链企业财务战略管理分析[J].现代营销(下旬刊),2025,(04):64-66.
- [5]本报评论员.营商环境是招商引资的核心竞争力[N].长治日报,2025-03-17(001).