

Analysis of the cultivation path of enterprise core competitiveness in the new economic environment

Li Cui

Three Assets Management Co., Ltd., Beijing, 100000, China

Abstract

In the new economic landscape, digitalization, intelligentization, and globalization are accelerating the transformation of corporate development paradigms, making core competitiveness the key factor for sustainable growth and market breakthrough. This paper systematically analyzes the cultivation value and specific pathways of core competitiveness in the new economic context. From a value perspective, core competitiveness enhances corporate innovation capabilities, optimizes resource allocation, strengthens risk resilience, and boosts sustainable development potential. In terms of implementation, it achieves multi-dimensional and systematic cultivation through technological innovation, talent strategy optimization, brand building, and digital transformation. The study aims to provide theoretical guidance and practical references for enterprises to scientifically construct core competencies, optimize resource allocation, and enhance market responsiveness in the new economic environment, offering strategic support for long-term stable development.

Keywords

new economic environment; core competitiveness; cultivation path

新经济环境下企业核心竞争力培育路径分析

崔黎

三峡资产管理有限公司，中国·北京 100000

摘要

在新经济环境下，数字化、智能化和全球化加速重塑企业发展格局，企业核心竞争力成为持续发展和市场突围的关键因素。本文系统分析了新经济背景下企业核心竞争力的培育价值及具体路径。从价值层面来看，核心竞争力能提升企业创新能力，优化资源配置，增强抗风险能力与可持续发展潜力。在具体路径上，通过技术创新驱动、人才战略优化、品牌塑造、数字化转型等实现多维度、系统化的核心竞争力培育。研究旨在为企业在新经济环境中科学构建核心能力、优化资源配置、提升市场应对能力提供理论指导与实践参考，为企业长期稳健发展提升提供战略支撑。

关键词

新经济环境；核心竞争力；培育路径

1 引言

随着数字化、智能化以及全球化进程的加快，企业所处的经济环境正在经历深刻变革，新经济时代的特征愈发明显^[1]。市场需求随着技术进步、新产品与新技术代替而更迭，同时市场竞争格局改变、竞争主体、竞争目标随之产生，面对激烈的市场竞争环境，企业遭受较大的压力与挑战。企业核心竞争力是企业可持续发展、品牌获得先发优势的关键所在，也是企业自身赖以生存并拥有不可替代竞争力的价值综合创造。

2 新经济环境下企业核心竞争力培育的价值

2.1 提升企业创新能力，构建持续竞争优势

进入新经济发展时期，一方面技术更新速度快，企业需要模式上的不断创新，创新是企业在新经济发展时期生存与发展的关键。企业创新能力是企业核心竞争力的前提，企业核心竞争力的产生源于企业对技术与模式不断创新，从研发、人才的培养到知识的管理，可以使得企业不断产生其他企业难以复制与借鉴的技术壁垒与产品竞争力，从而实现企业的市场竞争优势。在新技术背景下企业的创新不光是产品创新，还包括管理、服务、商业模式创新，例如智能生产及决策的驱动基于数字技术，通过技术应用可以使企业实现市场竞争中更快的响应市场及时调整与优化资源配置，从而实现产品边际利润和生产效率的最大化。核心竞争力的累积可以使得企业在市场震荡下持续的成长，企业形成较强的市场

【作者简介】崔黎，（1989-），男，中国四川达州人，硕士，经济师，从事企业管理、人力资源研究。

不可复制性,因此,企业核心竞争力持续的积累^[2]。

2.2 强化企业品牌价值与市场认可度

在新经济发展下,企业竞争是产品和服务的竞争,也是品牌及信用的竞争,强有力的竞争力才能帮助增加产品的品牌价值和赢得市场的公信力。在质量、服务、企业文化和企业责任等方面都有完善和提升的企业,才能使企业无形的品牌文化在顾客心中具有强大的认同感,从而增加其忠诚度及消费者认同品牌的溢价能力与市场公信力。特别是随着电子网络的发达,更多企业产品品牌的认知和宣传都要通过网络来进行,甚至可以通过网络在客户中有口皆碑。“产品品牌→客户→品牌建立”和“企业品牌→顾客→市场需求”成为了企业发展的内在能力构建的有力循环。

2.3 优化资源配置,实现战略协同效应

核心竞争力的打造还可以发挥优化配置、实现战略协同的作用。企业打造核心竞争力需要整合人力资源、技术资源、资金资源和信息资源等。企业确定了核心业务及其核心能力与关键竞争力以后,就要集中力量开展资源配置。研发、市场和供应链之间的聚合就会提高运作效率,形成核心业务和关键竞争力的统一,以实现资源在技术研发、生产和市场布局之间的高效连接。例如,将研发部门、市场部门和供应链紧密整合在一起就能形成研产销的战略协同,达到企业核心业务与市场、消费者需求的高度匹配。在新经济背景下,企业优化资源的利用不仅提高了企业的内部运行能力,同时也增强了其竞争的市场能力,给企业赢得了永续发展的根基^[3]。

2.4 提升抗风险能力与可持续发展潜力

互联网时代下,市场的不可预测性和高科技、新技术应用的频繁更迭以及国家制度、政策、法规的变动,均存在一定的企业风险,而核心竞争力的提升可以提升企业风险抵抗的水平,在企业面临经济环境下行风险、行业发展风险、突发风险时依然可以实现稳定的运营与竞争力。如掌握了核心技术或独特商业模式以及优秀管理机制的企业,在经济环境衰退、市场动荡时期依然可以通过技术产品、模式、管理提升盈利能力。核心竞争力的形成,还可以提升企业可持续发展的预期,将企业的发展从短期生存发展向长远发展培育的目标转型。

整体而言,新时期企业打造核心竞争力的重要意义是通过核心竞争力的打造实现核心竞争力创新、企业品牌建设、资源配置及抵抗风险和可持续发展的能力。使企业在市场经济发展中获得相对的竞争优势,并帮助企业长久健康、持续发展。

3 企业核心竞争力培育的具体路径

3.1 技术创新驱动与研发体系优化

新经济时代的发展特征是由技术驱动的发展,企业竞争力的重要支柱是技术创新能力,企业必须拥有自己的研发机制,从应用研发到开发研究到产品化,全阶段的带动,真正

具有能够持续发挥的强大竞争力。首先,企业研发技术方向的确定以战略为导向,将技术的研发和市场需求融为一体,技术和商业的双向驱动。技术预测能引导企业捕捉技术点的未来潜能,使企业可预见的技术是有利于企业的发展的^[4]。

其次是研发体系优化,要涉及人才架构、组织结构、资源配置,构建基于基础研发、应用研发和创新孵化为一体的研发团队架构,通过部门协同效应实现技术和知识的共享和融合,形成科学的研发管理体系,如研发项目的管理、研发过程的评价、研发人员考核和研发项目成果化管理以及技术转移的评价等,研发才能以有效的组织输出创新结果,真正产生市场价值。

第三,可通过外部创新资源如科研院所、行业联盟、孵化器等实现开放式创新,拓展企业技术创新积累和技术视野,可有效节约创新开支,同时加快借助技术引进,以及开放合作联合开发进程,帮助技术创新,缩短核心技术的积累周期,提高企业适应新经济能力与对市场变化的响应能力。

第四,持续的技术创新是核心竞争力稳定的基础。企业要制定知识产权管理的相关制度,保障企业自主创新的技术产权,通过技术的不断创新保持技术竞争力的延续。通过系统的持续技术创新,构成竞争的核心壁垒,实现长期差异化竞争。

3.2 人才战略优化与组织能力提升

人才作为企业竞争力的重要载体。作为新经济时代的参与者,企业的核心竞争力具体体现在人才队伍的建设上,将人力资源开发、人才能力培养和组织能力建设联系起来。首先,企业根据一定的岗位设计和人才招聘,聘用掌握创新思维、专业技术及战略眼光的人才,从而保证企业在关键领域形成核心技术以及研发、管理创新等方面的可持续发展动能^[5]。

其次,企业应注重人员的培养和成长,通过内部培训管理、轮岗制度和导师制度提高职工的综合能力及团队配合、协调的能力,建立合理科学的绩效评价管理体系和奖惩制度,用对职工的职业培养和成才导向,把职工个人的兴趣和企业组织目标统一起来,增强职工创新创业的意识和使命感。特别是在信息与智能化时代背景下,分析判断、数字化处理以及跨学科能力的培养成为人才的培养重点。

再者,组织能力建设,打造企业核心竞争力的重要基础,企业改革组织架构,突破部门壁垒限制,实现研发、生产、市场、供应链的有机整合和畅通,企业通过流程再造、信息系统整合、管理系统优化,能及时应对市场的各种变动。

最后,企业文化的打造也是人才战略的要素之一。包容创新和共通负责的企业文化赋予员工认同和归属,能为企业核心竞争力的可持续发展提供柔性基础。人才战略的优化及组织能力的强化为企业人才-组织-战略的一体化打造“人才竞争力”提供了有机的融合。

3.3 品牌塑造与市场拓展策略

打造企业核心竞争力并不止于其核心竞争力的提升,

还体现在品牌和市场影响力上。一是有效开展品牌管理,在客户心智中明晰品牌理念、品牌文化、品牌差异化等,形成对品牌消费者的识别,塑造客户口碑和竞争优势。品牌不仅仅是企业品质、服务以及企业形象的表现,还是企业社会责任、企业绿色发展、文化传承传播等方面的努力,提供各方面竞争优势。

二是依靠数据分析以及精准营销来进行营销目标的达成。企业依靠对市场的调研、了解消费者习惯以及竞争对手等因素,把握潜在机会,采用差异化产品战略以及战略。企业可以借助数字营销、社交媒体以及电商渠道进行精细化运营,进而提升企业对市场获客成本以及用户转化率。

三是品牌推广和市场营销要发力创新。企业在产品创新、服务创新、商业模式创新方面,可以更好地满足差异化市场,形成在市场上的不可替代性,比如智能产品、定制市场以及跨界营销等,实现品牌的推广提升,换得市场份额的提升。

最后,品牌形象和市场扩展是长期积淀下来的企业综合竞争实力。企业通过不断提升品牌形象、拓展市场空间和改善顾客体验,在激烈的市场竞争中占据了更为有利的地位,使其从市场进入走向品牌引领。

3.4 数字化转型与信息技术赋能

适应新经济环境下的数字化转型是企业核心竞争力发展的重要途径,运用数字化技术是企业开展生产经营的抓手。在新经济时代,企业进行数字化转型主要体现在数字化建设、企业智能化生产建设、企业大数据分析能力。企业运营可以通过信息系统建设、CRM、供应链管理系统可以实现信息资源的共享与流程的再造,优化并节约成本支出,更好地提升工作效率及科学化决策。

二是运用大数据与人工智能为企业战略决策提供科学支撑。大数据可以对市场的数据、消费者的消费行为、供应链的数据进行实时进行数据分析,从而对市场预测,对企业的产品设计做出调整,以及对企业的营销活动做出改进,实行精准化经营和智能化经营。将数据分析作为决策的依据,可以更好地使企业在经营活动中灵活地应对市场,抵抗市场波动风险。

三是数字化赋能企业创新发展。企业通过虚拟设计、数字孪生、智能制造等实现创新的高速迭代产品服务,提升研发速度及市场敏感度;借助数字化技术加深企业与客户的互动与体验,实现满足客需的定制服务,创新服务模式提升客户粘性及品牌效益。

最后,企业数字化转型不仅仅是数字化技术的应用,更是一种组织理念、一种业务方式的转型,即企业需要培养

一种数字化的理念,推进企业的管理、运营、创新、文化的全方位一体化,实现“信息化”的同理心与企业战略目标的一致性,真正为根本性的核心能力构建赋能。

3.5 战略协同与持续能力建设

企业核心竞争力的构建是一项系统性工程,战略协同性与可持续能力建设为最后环节。第一,企业要明确长期发展战略,将技术创新、人才培养、品牌塑造、数字化融入到发展战略中来,达成战略协同性,在战略规划、绩效管理及资源配置方面,实现一个整体要素的有效运行。

第二,动态能力包括重点竞争力的动态发展,企业在应对外部变化中对环境变化具有敏感度和技术进步、产业政策和法规改变、市场调整要有敏感性,进而及时进行战略调整和能力组合,以动态能力的调整机制使企业在随机外部环境具备优势能力和动态持续性,增加持续能力。

其次,企业应当建设学习型企业,开展知识管理与经验分享。企业通过组织内部的知识管理与分享、分析事例、探索创新与学习外部先进经验,企业管理模式、技术水平与营销策略不断得到完善,使企业核心能力具备内循环发展特性,降低企业抗风险性较差的水平,延展企业长久发展的无限动力。

4 结语

综上所述,新经济环境下企业核心竞争力的培育是企业应对复杂市场挑战、实现可持续发展的核心战略举措。企业在实践中应实现技术创新、人才建设、品牌塑造、数字化赋能与战略协同的有机结合,通过系统化、动态化和可持续的路径,提升内部能力与外部适应力。在未来,企业应持续关注市场变化与技术演进,构建学习型组织与创新型机制,使核心竞争力不断更新与升级。通过科学培育和战略实施,企业能够在新经济环境中形成稳固的竞争优势,为经济高质量发展提供有力支撑。

参考文献

- [1] 施文良. 探寻制造业企业核心竞争力培育与提升的关键策略[J]. 中国商界, 2025, (04): 174-175.
- [2] 梁亮. 新发展格局下企业培育核心竞争力的路径探讨[J]. 企业改革与管理, 2024, (21): 27-29.
- [3] 陈晗. 网络经济时代下的企业经营管理创新措施分析[J]. 商场现代化, 2023, (12): 121-123.
- [4] 王景圣. 新经济时代企业人力资源管理的优化路径探讨[J]. 企业改革与管理, 2022, (24): 109-111.
- [5] 彭静. 新经济背景下企业市场营销战略新思维[J]. 中国市场, 2022, (03): 125-126.