

# 《企业怎样修炼核心竞争力》 (两天)

**前言：**早期核心竞争力理论的历史回顾

## **第一章：核心竞争力的概念**

### 一、核心竞争力的定义

### 二、核心竞争力的特点

- 1、拆不开
- 2、带不走
- 3、偷不走
- 4、溜不掉
- 5、买不来

**案例：**汽车专利技术“拆不开”

**案例：**北大影响力的“带不走”

**案例：**戴尔与联想的“偷不去”

**案例：**海尔的竞争力“偷不去”

**案例：**华为的竞争力“溜不掉”

**案例：**互补性知识的“买不来”

## **第二章：核心竞争力的歧义**

一、“人才”是核心竞争力吗？

二、“价格”是核心竞争力吗？

三、“品牌”是核心竞争力吗？

四、“知识”是核心竞争力吗？

五、“服务”是核心竞争力吗？

六、“制度”是核心竞争力吗？

七、“战略”是核心竞争力吗？

八、“管理”是核心竞争力吗？

九、“科技创新”是核心竞争力吗？

十、“专利技术”是核心竞争力吗？

**资讯：**“人才”成为核心竞争力的前提

**案例：**“老中医”是三九核心竞争力吗

**案例：**“价格”是格兰仕核心竞争力吗

**案例：**沃尔玛“低价格”只是一种表象

**资讯：**“品牌”成为核心竞争力的前提

**案例：**标王秦池、孔府家酒、爱多 VCD

**资讯：**可乐塑造品牌：培养消费者忠诚

**资讯：**“替代性知识和互补性知识”区别

**案例：**服务是海尔“多元化扩张”的核心竞争力吗

**案例：**GE 的核心竞争力——良好制度与超强的执行能力

**资讯：**中国企业对战略的误区

**案例：**“管理”是华为的核心竞争力吗

**案例：**“管理”是爱多 VCD 的核心竞争力吗

**案例：**“科技创新”是戴尔的核心竞争力吗？

**资讯：**科技创新——功能主导——完全蔑视客户的感受

案例：摩托罗拉与诺基亚的专利何其多

### 第三章：核心竞争力的误区

误区一：将企业家的创新等同于核心竞争力

误区二：将资源的优势等同于核心竞争能力

误区三：把比较竞争优势当成核心竞争能力

案例：柳传志张瑞敏的创新能支撑持续发展吗？

案例：英特尔的资源优势是它的核心竞争力吗？

案例：格兰仕、联想比较优势是核心竞争力吗？

总结：六家著名公司的核心竞争力

综合案例：戴尔的核心竞争力解析

### 第四章：打造核心竞争力路径一：修炼文化

一、有“文化”的企业就有核心竞争力吗？

二、什么“文明”能支撑国家未来现代化？

三、老板精神作为“文化”的时代局限性

四、“文化”成为企业核心竞争力的前提

案例：“文化”是摩托罗拉的核心竞争力吗

资讯：“基督教的新教”对资本主义的作用

案例：联想文化“老板精神”的时代局限性

案例：“创始人经验”是海尔核心竞争力吗

研究结论：文化能成为核心竞争力的前提条件——信仰

综合案例：IBM 教派般的文化塑造

### 第五章：打造核心竞争力路径二：行业本质

前言：什么是行业本质

一、运动服的行业本质

二、葡萄酒的行业本质

三、办公用品的行业本质

四、已经研究的部分行业的本质

案例：台湾裕元集团简介

资讯：世界茶叶品牌排名

资讯：拉图酒庄简介

资讯：葡萄酒重要事件——五月革命

资讯：中国仅有的两家好葡萄酒酒庄

### 第六章：打造核心竞争力路径三：全产业链

一、从产业链分工看大学生就业难

二、从产业链分工看老板赚钱多难

三、产业链条中的软六元与硬一元

四、华为的核心竞争力究竟是什么

五、企业战略出路——产业链整合

六、小米缺陷——产业链不全的致命伤

七、工业 4.0 时代的产业链有什么变化

案例：美国美泰公司的芭比娃娃

案例：西班牙 Zara 整合产业链

案例：全球四大粮商 ABCD 整合全球产业链

案例：美国高盛公司整合中国猪肉产业链

案例：Target 公司用大数据分析潜在客户

案例：美国巴斯夫产品设计和制造相融合

资讯：今后的终端零售模式将有什么变化

案例：福建万鞋云商的“4+0”产业链模式

## **第七章：打造核心竞争力路径四：集团管控**

前言：先谈谈数据链的概念

一、什么是集团管控

二、可以通过“管理软件”提高“集团管控”水平

三、通过“业务管理系统”提高“集团管控”水平

四、通过“OA 管理系统”提高“集团管控”水平

案例：微软实时在线“超级数字神经管理系统”

案例：通用实时在线“超级业务运营管理系统”

## **第八章：打造核心竞争力路径五：闭环经济**

一、什么是闭环经济

二、苹果的闭环模式

三、硬件闭环：小米的另类尝试

四、心有多大，乐视闭环就多大

五、BAT 布局抢滩“O2O” 闭环

案例：手机闭环经济

案例：小米硬件优势