

专精特新： 科技型企业战略与市场增长设计

主讲：金超老师|1天

一、学员收益

中美博弈、数字化转型、后疫情时代市场发生不可逆的变化，为企业的发展提出巨大挑战；

在制造大国升级到“智造大国”的国家战略之下，数字化转型正在系统、深入渗透进企业的方方面面，科技型企业矗立在时代挑战的最前沿，“小巨人”如何应对“大挑战”？如何为企业同时插上科技和商业的两只翅膀，在市场上同时实现客户价值和企业的商业价值？如何通过商业设计，支持科技型企业可持续、良性成长壮大？

随着商业环境的全新变化和技术的加速迭代，科技型企业如何重构成长路径、优化商业设计？金超老师《专精特新：科技型企业战略与市场增长设计》课程，从市场环境分析、企业战略定位、企业战略创新、技术投入决策、市场成长设计、全球资源整合、企业战略解码等关键核心板块，诠释了专精特新企业从立足当下、到实现未来过程中，必须把握的系列关键战略设计，助力科技型企业成功实现商业价值、实现战略目标！

关键词：专精特新、利基战略、环境分析、市场定位、成长战略、增长曲线、高新技术、市场扩张、并购合作、战略解码、科技型企业

通过深入探讨，科技型高新技术“小巨人”企业学员可以掌握了解并掌握：

- 科技型战略与市场增长之前提——如何进行环境分析和市场定位
- 科技型战略与市场增长之关键——如何设计科学快捷的成长战略
- 科技型战略与市场增长之核心——如何把握技术投入的市场价值
- 科技型战略与市场增长之落地——如何直面并购合作与战略解码

二、适用范围

- 董事长、CEO、总裁、总监等企业经营者
- 副总裁、总经理、高级经理等企业高级人才

三、课程大纲

一、专精特新战略与市场增长之前提——如何进行环境分析和市场定位

1、专精特新：科技型企业转型升级的关键路径

1-1 利基战略：全球科技型企业的冠军成长之道

- 1-2 国家战略：中国专精特新企业的环境机遇
- 2、如何进行市场环境分析与企业战略定位
- 2-1 环境视角：有哪些国家级别的“缝隙市场”？
- 2-2 市场定位：如何寻找战略级别的市场机会？

二、专精特新战略与市场增长之关键——如何设计科学快捷的成长战略

- 1、战略设计：企业从弱到强的关键路径设计
- 1-1 如何在经典战略模型中放大技术基因的价值？
- 1-2 专精特新企业如何把握市场逐步扩张的机会？
- 2、增长曲线：企业从小到大的发展阶段规划
- 2-1 竞争态势和影响企业成长的关键因素剖析
- 2-2 跨量级发展：如何设计企业增长的三级曲线？

三、专精特新战略与市场增长之核心——如何把握技术投入的市场价值

- 1、技术价值释放：技术投入的有效商业应用
- 1-1 产品组合：如何沿时间发展优化技术的市场价值？
- 1-2 战略定力：技术创新的商业选择
- 2、市场空间扩容：从柱形思维到饼形思维
- 2-1 如何通过盈利模式创新来放大技术价值？
- 2-2 如何从国家战略中发现技术的市场价值？

四、专精特新战略与市场增长之落地——如何直面并购合作与战略解码

- 1、并购合作：立足全球视野的高效资源整合
- 1-1 产业链优化：并购与被并购的合作共赢
- 1-2 关键能力补足：如何高效调用全球资源？
- 2、战略解码：市场增长落地的核心保障
- 2-1 如何识别当下必须打赢的“战略硬仗”？
- 2-2 如何落实当下必须实现的战略目标？
- 3、增长蓝图：专精特新企业战略与经营落地地图

四、教学方式

前沿案例教学、诊断工具练习、互动讨论、情景模拟、方案成果输出

五、课程时间

一天（穿插讨论、集中研讨）