

# 企业战略包括哪三大战略 联通企业战略 心得体会(通用6篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

## 企业战略包括哪三大战略篇一

近年来，联通企业在面对激烈的市场竞争和技术的快速发展时，始终保持着敏锐的洞察力和勇于创新的企业精神，不断调整和优化自身战略，取得了可喜的业绩。在与联通企业合作的过程中，我深刻体会到了其独特的企业战略理念，并从中汲取了一些宝贵的经验和教训。下面我将从以下五个方面，对联通企业的战略进行体会和总结。

首先，联通企业敢于突破常规，并积极创新战略模式。较之于其他企业，联通企业更加注重创新和突破，不断寻找新的发展方式和商业模式。无论是在产品设计、市场营销还是客户服务方面，他们总是能够带来一些新的想法和创意。例如，他们率先推出了包月流量套餐，突破了传统的计费模式，满足了用户对于流量的高需求，赢得了广大用户的青睐。联通企业的敢为人先和创新精神，给我们提供了一个很好的启示，即随着时代的发展，我们必须及时调整策略，不断引入新的元素和理念，以满足市场和用户的需求。

其次，联通企业注重市场定位和差异化战略。联通企业在市场定位方面做得相当到位，他们通过深入调研，准确把握市场需求和用户心理，有针对性地推出了一系列差异化的产品和服务。例如，联通企业通过对不同用户群体的细分，针对不同的用户需求，推出了包括畅聊套餐、流量套餐、亲情套

餐等多项个性化的产品，使用户能够根据自己的需求选择适合的产品。这种差异化的战略不仅帮助联通企业锁定了目标用户群体，也提高了用户的满意度和忠诚度。作为我们自身的启示，也要重视市场调研，了解用户需求，根据市场定位进行产品的设计和推广，提高产品的竞争力。

第三，联通企业注重建立合作伙伴关系，实现互惠共赢。在市场竞争激烈的今天，单打独斗已经难以取得成功，而建立强有力的合作伙伴关系则成为了一个企业不可或缺的战略选择。联通企业在这方面的经验是值得借鉴的，他们与国内外众多的电信企业、互联网公司以及手机厂商建立了密切的合作关系，共同推出了一系列的产品和服务，实现了利益的最大化。而在政策、技术和资金等方面的合作，也帮助联通企业提高了自身的竞争力和影响力。我们应该学习联通企业团结合作的精神，加强内外部的合作关系，争取更多的资源和支持，实现互惠共赢。

第四，联通企业注重品牌建设和持续发展。在现代企业的竞争中，一个有竞争力的品牌是取得成功的必要条件之一。联通企业在这方面做得相当出色，他们重视品牌建设，通过大力投入和持续推广，成功打造了一个具有良好口碑和品牌形象的企业。联通企业的品牌建设是一项综合性的工作，不仅通过产品和服务的不断创新来提升品牌形象，也通过广告宣传和公关活动来提升品牌知名度和美誉度。联通企业的品牌建设经验告诉我们，要树立一个有竞争力的品牌，需要不断提升产品质量和服务水平，加强市场推广，培养良好的企业形象，才能赢得用户的信任和忠诚。

最后，联通企业注重员工培训与激励。一个优秀的企业离不开优秀的员工，联通企业深知这一点，因此他们注重培养和激励员工的积极性和创造力。联通企业通过完善的培训计划和晋升机制，不断提升员工的专业技能和管理水平。同时，他们还注重激励员工，通过提供良好的薪酬福利和晋升机会，激发员工的积极性和创造力。这种注重员工的培训与激励的

做法，有效地提高了员工的工作效率和满意度，也为联通企业的发展提供了坚实的基础。这一点对我们也是很有启示的，我们应该注重员工的培训与激励，并提供良好的工作环境，激发员工的潜力，从而推动企业的持续发展。

综上所述，联通企业在企业战略上的成功经验给我们带来了很多的启示和借鉴。敢于突破常规、注重市场定位和差异化、建立合作伙伴关系、注重品牌建设和持续发展以及注重员工培训与激励，这些都是我们需要学习和借鉴的方面。只有不断地总结经验，不断创新，我们才能在激烈的市场竞争中立于不败之地，实现企业的可持续发展。

## 企业战略包括哪三大战略篇二

联通企业是中国三大基础电信运营商之一，其业务覆盖全国并在全球范围内拥有广泛的合作伙伴和客户。如何在激烈的市场竞争中保持竞争力，实现企业可持续发展是联通企业所面临的重要问题。在这个过程中，企业战略是关键的因素。在企业管理中，战略意义重大，可以为企业指引发展方向，协调资源、提升企业效率与竞争优势，本文将分享我对联通企业的战略心得体会总结。

### 第二段：战略思想

联通企业在制定战略的过程中，始终坚持市场取向和客户导向，以满足客户需求为核心，不断拓展市场、创新产品，推进互联网业务创新，持续提升客户体验，同时通过投资优化网络架构，提升网络时空优势，加强合作伙伴关系，实现与产业链的协同发展，进一步提升企业竞争力。

### 第三段：战略规划

联通企业在战略规划上，着重强调数字化转型、网络和服务的升级换代，拓展互联网产业链业务，通过合理收窄市场共

同利益圈，变革王者商业模式等举措，保持企业高速发展的动力。与此同时，针对企业内部进行战略规划协调、制度规范、流程优化等措施，提高内部管理流程的规范性，提升管理水平和效益。

#### 第四段：战略执行

联通企业在战略执行上，始终坚持以市场引导为重点，加强内部协作，同时充分利用战争学的指导下，实施科学、系统、精细的企业管理规范。有目的地优化服务定位，化被动为主动，着力挖掘潜在客户，提升客户服务满意度。同时，高度重视即时预警，采取灵活的应对措施，使企业能够及时应对市场环境变化。

#### 第五段：战略总结

联通企业的良性发展为它的战略指明了方向和路径，但也应该认识到在变革的过程中，战略是不断适应环境进行调整的，更重要的是实际运营的细节问题。企业战略需要关注执行力、内部管理规范、对外合作共赢等要素，这些要素决定了事业发展的质量与速度。在未来的发展过程中，联通企业要保持战略的连续性和稳定性，坚持市场导向，不断开拓新的领域和市场，实现更加健康、稳健的发展。

## 企业战略包括哪三大战略篇三

### 段落一：引言（字数：150）

近年来，随着信息技术的迅猛发展，越来越多的企业意识到了数字化转型的重要性。作为中国通信业龙头企业之一，中国联通在实施数字化转型战略方面取得了长足进展。笔者有幸参观了联通总部，并深入了解了其企业战略的内涵和实施背后的经验与教训。本文将就联通企业战略心得体会进行探讨，旨在为其他企业在数字化转型道路上提供借鉴与启示。

## 段落二：定义战略定位（字数：250）

首先，要明确联通企业战略的核心目标和战略定位。联通以“以客户为导向，持续创新，贡献于社会”为核心价值观，形成了“稳健可持续发展、卓越运营、服务第一”的战略定位。联通通过提供综合信息服务，努力满足客户多样化的需求，不断研发新产品，提升服务品质，加强内部业务运营优化，致力于成为全球有竞争力的一流综合信息服务提供商。联通企业战略明确、具体，将公司员工的工作方向统一起来，有助于提高企业的竞争力和市场地位。

## 段落三：数字化转型的实施（字数：300）

其次，联通充分认识到数字化转型的重要性，并在实施过程中采取了一系列切实有效的行动。首先，联通积极推动网络建设与运营的协同创新，提升网络品质和服务水平，满足用户的个性化需求。其次，联通加大对人工智能、大数据等新技术的研究和应用，为用户提供更智能、更精准的服务。此外，联通也加强了对团队的培训与管理，提升员工的专业素养与工作效率。这些实施措施使得联通在数字化转型方面取得了明显的突破，提高了企业的竞争力和创新能力。

## 段落四：挑战与解决方案（字数：250）

然而，在数字化转型的过程中，联通也面临了不少挑战。一方面，技术的迅猛发展带来了新的竞争对手和市场格局变化，联通需要不断加强自身的技术研发和创新能力；另一方面，数字化转型需要企业建立更加灵活、开放和合作的组织文化，这对于传统行业企业而言是一项艰巨的任务。为应对这些挑战，联通提出了多项解决方案。例如，加强与其他企业和创新机构的合作，提升自身技术实力和市场适应能力；加大对员工的培训和激励力度，推动组织文化的转型。这些解决方案为联通在数字化转型的道路上提供了有力支持。

## 段落五：总结与展望（字数：250）

综上所述，联通的企业战略在数字化转型的过程中取得了较好的效果。通过清晰的战略定位，充分认识转型的重要性，采用积极有效的实施措施，联通成功提升了自身的竞争力与市场地位。当然，数字化转型是一项持续而漫长的过程，联通在未来还需不断创新与进取，以适应市场的变化和需求的变异。对于其他企业而言，可以借鉴联通的经验，明确战略定位，加强新技术的研究与应用，加大组织文化的转型力度，不断推动企业的数字化转型。只有不断创新与进取，企业才能在数字化时代中立于不败之地。

## 企业战略包括哪三大战略篇四

甲方：

乙方：

甲乙双方本着平等互利、优势互补的原则，经友好磋商，就结成长期、全面的战略合作伙伴关系乙方联合甲方及社会各界人士发起的"xx"项目（以下或简称"项目"）达成以下战略合作意向：

### 一、项目合作宗旨

为弘扬公益精神，传播全民的社会责任感，关注普通人生存状态与发展机遇。乙方于xx年8月联合甲方及社会各界共同发起"xx"项目□"xx"项目的核心理念及宗旨是每年通过12个公益主题，传播"关注社会最普通人群"的公益理念和文化。

### 二、合作模式

1、甲方作为"xx"项目的战略合作伙伴，认同并支持"xx"项所倡导的理念和宗旨，同意并授权乙方在项目宣传及执行过程

中合法列明或对外公布甲方系乙方在"xx"项目中的长期战略合作伙伴。

2、甲乙双方如需使用对方公益项目的相关内容，需提前征得对方书面同意。

3、双方所做一切宣传推广必须遵守国家法律以及保障甲方的正当权益。

4、乙方将在其"xx"项目中，开展与甲方项目相关的策划、推广等活动；甲方将就乙方"xx"项目中符合甲方宗旨的公益活动，进行积极配合和参与。

### 三、合作期限

双方经协商就"xx"项目的合作期限自签署本协议之日起一年内（即自xx年xx月xx日至xx年xx月xx日）有效。

### 四、其他约定

1、乙方承诺本着诚实守信的原则，遵照相关法律法规规定管理并执行整个项目，并自愿承担因执行、管理项目过程中发生的一切相关后果。

2、双方的合作是平等自愿的，乙方仅以双方均认可的范围及方式体现甲方的战略合作伙伴关系。

3、甲方有权在本协议有效期内监督乙方合作行为的正当性、合规性，有权提出合理建议，共同完善并推动项目的顺利开展。

4、任何一方不得以另一方组织或项目的名义从事违反国家法律法规、有损对方品牌或形象的活动，否则，另一方有权终止本合作协议。如因此产生经济损失、受损失一方有权要求

造成损失的一方进行赔偿。

5、本战略合作协议中双方的战略合作伙伴关系并不具有排他性，双方均有权与其他合作伙伴建立合作关系。

7、本战略合作协议自双方签署之日起生效，一式贰份，甲乙双方各执壹份，具有同等法律效力。本协议到期后任何一方如无书面异议，则自动延续两年。

甲方： 乙方：

代表签名： 代表签名：

合作融资合同

合作合伙合同

合作的合同

培训合作合同

翻译合作合同

招生合作合同

销售合作合同

店面合作合同

美甲店合作合同

劳务合作合同



# 企业战略包括哪三大战略篇五

联通企业是中国最大的国有电信运营商之一，一直致力于提供优质的通信服务和创新的产品。企业战略是企业长期发展的指导方针，是决定企业未来方向和竞争优势的重要组成部分。在过去的几年里，联通企业战略的调整与实施让我深受启发和感悟。在本文中，我将分享我对联通企业战略的心得体会。

## 二、发现自身优势，抓住市场机遇

联通企业在激烈的市场竞争中不断寻求突破，识别和发展自身的优势成为战略调整的关键。联通企业凭借自身的技术实力和丰富的资源，抓住了移动互联网发展的机遇，加大了在互联网领域的布局。通过推出联通流量、联通云等创新产品，联通成功将传统电信业务与互联网技术相结合，实现了全面转型升级。这一战略的实施，使联通企业在市场上获得了巨大的竞争优势。

## 三、优化管理流程，提升效率

联通企业在战略调整中注重优化管理流程，提升工作效率，这对于企业的长期发展具有重要意义。通过引入现代化信息技术和管理工具，联通企业优化了各个环节的工作流程，提升了工作效率。同时，联通企业还注重员工的培训和素质提升，激发员工的工作热情和创造力，从而为企业的发展注入了新的动力。通过这些举措，在提高产品质量和客户满意度的同时，联通企业也实现了成本的降低和效益的提升。

## 四、注重创新，实现可持续发展

创新是企业发展的基础和源泉，也是联通企业实施战略的核心内容之一。联通企业充分认识到创新的重要性，不断投入研发和创新，并建立了具有自主知识产权的技术平台。这种

创新驱动的发展战略，使联通企业能够及时应对市场变化，提供更加符合客户需求的产品和服务。与此同时，联通企业也通过加强与其他企业和高校的合作，实现了资源共享和优势互补，为可持续发展打下了坚实的基础。

## 五、面向未来，持续追求发展

联通企业的战略调整不仅关注当前的市场需求和竞争环境，更注重长远的发展追求。通过对行业发展趋势的深入研究和前瞻性思考，联通企业做出了一系列重大战略决策。例如，在5G时代即将到来的背景下，联通企业积极布局5G网络建设和应用，抢占了先机。这种面向未来的战略意识和行动，使联通企业成为中国通信业的领军企业之一。

综上所述，联通企业的企业战略调整与实施，为我提供了许多宝贵的经验和启示。我学到了识别和发展自身优势的重要性，优化管理流程和提升效率的方法，以及创新和面向未来的意识。这些体会将对我的个人发展和职业规划产生积极的影响。我相信，在联通企业的引领下，中国通信业的未来将更加光明。

## 企业战略包括哪三大战略篇六

本文首先分析了传统管理的弊病，认为，我国企业管理创新需要从理念和方法上作出调整，并提出了管理创新的一些对策方法。这些对策方法包括企业文化整合，组织结构扁平化，绩效管理，累进式管理决策等。

管理创新；文化整合；绩效管理

自人类进入21世纪，世界科学、技术、经济的发展与融合，使改革创新成为当今时代的主旋律。随着国内外市场供求状况的变化和全球经济一体化、管理创新步伐的加快，尤其是知识经济时代的到来，企业管理开始经历新的变革。然而在

经济高速发展中，我国企业管理中也存在一些问题，本文我们试图从管理中找出解决一些管理弊病的方法，使现代企业管理更具有实际意义。

按照传统战略管理的理论，战略管理分为战略规划、战略实施和战略评估3个阶段。其中，因为我国市场的多变性，战略计划和实施阶段在我国企业进行战略管理的实际应用中有很大缺陷。

传统的战略规划必须分析内外部环境，确定企业在行业中的地位，以及明确企业在行业中究竟占有什么优势，受到什么样的威胁，然后根据这些因素才能够制定出适合企业的战略，如成本领先，专业化生产，差异化等，从制定到执行需要经过很长时间的论证。然而随着社会飞速发展，很多行业的经济气候随时改变，如果企业的战略制定缺乏主动性、创新性，一直以依赖环境状况，产业气候而去被动的接受，将会使得企业十分被动。特别是在先入优势很大的产业，谁掌握了市场的主动权，谁能够先于竞争对手推出新产品将使企业在获得市场最高利润的争夺中处于很大的优势地位。信息获得的多少现如今已不再是企业之间最大的差别，关键在于获得信息的时间差。能够迅速而准确地掌握即时信息变化可以说是企业最重要的竞争能力之一。如果企业战略制定缓慢，其劣势将会异常明显。俗话说说的“船大难掉头”的弊病将会经常性的显现。

战略实施中的种种问题也是制约企业战略管理效果的关键因素。针对我国企业战略实施的调查显示，实施过程中存在管理脱节，员工难以配合，传达指令不清等毛病。一个企业有可能花费了大量的财力物力，经过好几年的时间制定出一项符合企业长期规划的战略计划，但是，当在实施时，由于企业自身结构的问题，或者是国有企业长期以来形成的企业文化的制约，使得一项能够对企业经营带来好处的战略计划起不到其应有的作用。在战略规划阶段所遇到的问题在实施阶段同样存在，如果企业总是不能够迅速、到位地在战略实施

过程中调整战略方向，那么有可能使得企业航线偏离产业航道越来越远，或者就丧失了与其他企业在高端利润区间竞争的机会。从而对企业的发展带来不利的影响。

由于我国企业在战略管理中存在着这样那样的问题，而这从战略管理本身来说找不出更好的解决方法，我们将眼光投向了创新管理。

一般来说，创新管理有3种互有联系的含义：一是管理创新；二是创新活动的管理；三是创新型的管理。在这篇文章中，我们重点介绍的是第3层含义，即创新型管理如何对企业最重要的管理行为——战略决策的改进。

2.1 文化整合我们知道，战略管理中战略制定者应当重视和保存现有企业文化中那些支持新的经营战略的方面，当然企业现有文化中与所建议的战略相矛盾的方面也应当得以确认和改变。大量研究表明，新的经营战略往往是被市场所驱动的，并受到竞争力量的支配。因此，改变企业的文化使其适应新的战略通常比改变经营战略使其适应现有文化要更为有效。

由于创新管理不同于一般的管理活动，它是一个非程序化的复杂过程，采用传统控制等管理手段是无法实现创新活动的持续，在文化的高度上整合企业创新的各种因素，能使创新活动成为企业发展的持久推动力。

为了使企业文化能够更好地支撑整个企业的运作，必须用创新的价值观来引导员工，追求卓越、勇于变革是我国企业当前面临的最大挑战。我国有很多企业的员工由于长期处于国家保护主义的制度之下，安于现状，对企业积极的发展战略不能适应，而当前我国很多产业已经或者即将面临世界范围内的竞争，员工被动的执行命令的模式已经不能适应现代企业成长的需要，用崇尚创新的文化来武装员工，才能最大的发挥员工的主观能动性，才能使整个企业适应快速发展的经

济步伐和残酷的市场竞争。在文化创新的同时，必须对制度创新给予足够的重视，只有制度得到创新，才能对文化的创新起到必要的支持，使资源达到合理配置。

文化的创新不只是一句空的口号，不能够也不可能通过几次会议，通过几张通知达到预期的效果，它必须从领导层就开始树立创新意识，并且从实际的制度上给予保证。建立奖惩机制，对创造性的行为，独创的流程设计，积极配合的战略执行给予薪酬方面的奖励；进行积极有效的人力资源开发，引进具有创造力的人才，能者上庸者下，而不是因循守旧、固步自封的关系户。鼓励成立创新团队，对企业内部的细小方面进行员工层面的改进，同时鼓励知识、信息的共享以及团队合作精神。改进企业团队文化，有助于加强企业的反应速度，推动企业经营效率的提高。企业可通过建立个性化的办公室、设立明显的最佳创新员工标志、建立企业创新产品的展示场地等方式来弘扬创新文化。

2.2 组织结构扁平化扁平化的组织结构不是一个新的名词，现代企业组织结构理论可以分为两个阶段：第一阶段，从亚当·斯密的分工理论开始，至20世纪80年代，这一阶段强调高度分工，组织结构也越来越庞大，组织形式从直线制开始，一直到事业部制，我们可称之为传统的科层化组织结构理论；另一阶段，自20世纪90年代始，这一阶段强调简化组织结构、创建扁平化的组织结构，组织形式有矩阵制、内部共同企业、学习型组织等，我们可称之为现代扁平化组织结构理论。

加。以前的企业有小组长，小班长，小队长，大队长，车间主任，企业正副经理，最后是企业的董事长，其中还有很多的中层管理人员作为联络者和调节者出现，管理结构臃肿，人人管事，但事事没有人真正去负责。管理者能有效管理的下属人数取决于管理方式与手段、管理者与被管理者的知识和经验水平等因素。在传统管理下，管理者主要是直接指挥与控制下属，再加上管理手段落后，管理者与被管理者知识经验水平较低，因而管理控制幅度较小。在现代企业中，管

理者可能是间接指挥与控制下属。而且信息化、计算机化等也使企业管理、管理控制幅度加大成为可能。在本文中，我们所关注的是组织结构创新构造——扁平化结构的灵活指挥。如果一个企业为了扁平化组织结构，加大了管理者的管理幅度，而忽视了管理的有效性，致使管理的指令甚至不能被员工有效了解，那么管理是失败的。应用到战略管理中就好比一艘小船，它虽然转向很容易，但是船头在往左，船尾也在同时往左，船还是调不过头来。战略实施中，对组织结构创新管理非常重要。通过减少中间层，扩大管理幅度，分权等手段我们已经具备了创新管理的组织构架，而灵活指挥就像是脊柱一样把它们联系起来构成一个有机整体。同样的，这必须有实际行动作为保障。对企业各部门进行深入细致地分析，评价各部门所能达到的最佳层级结构，形成计划意见书。对扁平化组织结构运行中出现的问题及时进行分析解决，让战略理念渗透到组织的各个角落，并能够达到“牵一发而动全身”，效果将使战略最大限度地融入到企业中去。

2.3 绩效管理从企业战略高度上来，管理本身就在实践人力资源管理，而绩效管理与人力资源管理的招聘、规划、培训、薪酬这些模块有着密切的联系，没有推行绩效管理，就没有发挥人力资源部的职能。

但是从企业高层和管理者的角度来看，实施绩效管理还是很重要的，我想结合企业推行企业绩效管理的实践上来谈谈对绩效管理的理解。

根据多数学者的定义，他们把绩效分为三个层面，组织绩效、群体（团队）绩效、个体绩效；我们就从这三个层面来看推进绩效管理的必要性。

组织绩效即整体绩效，我们可以理解成一个公司的整体经营业绩，指企业经营的数量、质量和效率究竟怎么样。很多企业真正推行绩效管理的动力源在于企业的高层，而高层的想

法更多是迫于市场竞争的压力。因为很多行业市场已经竞争激烈，企业要想持续发展必须形成自己的核心竞争力，这就迫使企业内各部门、各个员工必须围绕公司的战略、目标、流程等协同努力，因此需要引入管理机制来协同员工的行为。

团队绩效即部门、团队为单位的数量、质量和效率等方面完成的情况。很多中小企业的团队负责人都是事务型的管理者，很多管理者（尤其是技术类管理者）对公司的计划、工作总结不屑一顾，他们认为这不过是文字游戏。他们更乐于承担业务精英的角色，喜欢忙于具体业务、具体问题的处理上。经常一天忙到晚，大会开完开小会，这种工作方法一定程度上造成了部门管理的混乱，影响了员工的积极性。企业推行绩效管理可以明确团队负责人的目标、责任，籍此转变团队负责人的工作方法，提高整个团队的绩效水平。

个人绩效是其工作的“绩”（工作的结果）和“效”（实现这一结果的效率水平）。有些企业虽然没有形式上的考评，但是企业的老板，负责人仍然会通过他的手段来判断员工的表现。这种评价方式显然有很多弊端：例如会助长“领导在的时候抢着干，领导不在的时候没人干，小团体等”不良风气，十分不利于员工成长。当企业员工规模不断扩大后，需要引入一套机制来评价员工、激励员工、培养员工，比如kpi绩效管理方法、平衡积分卡等绩效管理工具。

我们再从“管理”上看推行绩效管理的必要性，很多中小企业管理者都我们做项目时都会谦虚地说：“我们这的管理人员都没有系统的学过管理，很多管理方法不科学。”他们都认识到管理者的管理水平是制约企业发展的瓶颈，转变管理方法确实是很多中小企业面临的现实问题。那么什么是科学的管理？如何才能进行科学的管理？西方《管理学》几乎都是以计划、组织、领导、控制、激励等内容为框架，而这和广义的绩效管理的含义是一致的，管理是以绩效为本的，做好绩效管理本身就是科学的管理。海尔集团张瑞敏要求每个管理者每天进行日清，海尔的日清体系有三大体系构成，

包括目标、日清控制和激励体系。管理者做好日清其实就是在科学管理。但是经过一段时间的实践后，多数管理者的管理水平都会得到了提升。

从以上论述来看，企业确实要推行绩效管理，而且企业高层一定要坚持推进下去对绩效管理推进要有耐心，在企业长期实践中会得到很大的帮助。

2.4 累进式战略决策这对于战略决策的改进来说是至关重要的一点。传统的战略管理追求着公司战略的整体性和一致性，这是无可非议的。然而，面对日新月异的技术，面对快速发展的国内经济，我们提出累进式的战略决策是最适合当前我国企业的。

如果我们根据传统的战略管理概念，对企业进行周详的战略部署，势必会损失时间优势。这在一个稳定的可预期的行业中还不至于对企业造成很大的影响。但是在一个新品迭出，竞争激烈并且很难预测行业前景的产业中就会对企业产生较为不利的后果。而且企业所培养的核心优势能否适应将来的环境还是一个未知数。

基于上述战略理论存在的缺陷，累进式的战略决策方法应引起高度重视。所谓累进式战略是指技术和市场都处于潜在状态难以预测的情况下，根据即时信息，迅速做出反应，不间断地调整企业资源配置，尽快地使企业的产品符合市场的转变，同时有目的的在原有战略基础上调整企业战略目标，开发新的利润增长点。由于环境变化的步伐越来越快，企业在制定战略决策时不可能掌握足够的信息资源，谁先进入市场，谁就是最大的获利者。因而，对于面临高度不确定和动态变化的环境的企业，掌握充足的信息资源后才制定企业战略已不是明智之举。在信息泛滥的时代，无论对个人、组织，重要的不是拥有信息量的多少，而是获得信息的时间差以及在获得信息的基础上迅速行动。只有最早获得信息，最早开始行动才会成功。因此，在一个高度不确定的市场上，累进式战略成为最适合的



战略制定方法，既可以适合讯息万变的市場，又能够有效地引导企业各部门通力合作。

当然，累进式战略的执行是有其难度的。首先，会给员工带来不连贯的指令。由于战略目标被“看不见的手”拨弄。战略目标的连贯性就会受到影响。从而使员工无所适从。这里我们要注意到剔除微小市场变动给战略管理带来的间断性，这就需要不间断的迅速的获得市场信息和有经验的市场分析人员。尽量抚平波动，达到累进的效果。其次，累进式战略需要有专业的人员，良好的组织架构和氛围，因此，创新文化的建立、灵活的扁平式组织结构、绩效管理不可缺少。另外，累进式的战略决策也有其局限性，在实际应用应用中其缺陷还有待发现。

社会在发展，市场在发展，企业也要发展。而发展中就会出现影响和制约发展的新问题。旧的矛盾解决了，新的矛盾又会出现。要使企业立于不败之地，只有用发展的思维、发展的眼光来解决出现的问题，要用积极的态度，敢冒险的精神向新的问题、新的矛盾挑战。在激烈竞争中，谁胜谁负关键在于创新，创新已成为企业生存之本。企业应形成有效的创新机制，将创新体现于企业制度当中，更好地发挥投资者、经营者、生产者甚至消费者的创新积极性，才能取得企业的新发展。