

上市公司如何提升产品竞争力论文_企业如何提升核心竞争力-股识吧

一、产品如何增强竞争力

以下是海尔的国际路线，可以借鉴。

海尔进入国际市场包括两个方面的内容：一个是产品进入国际市场，一个是生产进入国际市场，而且海尔强调先产品进入，后生产进入，即先有市场后建厂。

对于海尔产品进入国际市场，人们并没有任何异议，因为海尔的产品作为中国的知名品牌，又在国际市场上具有成本优势，因而海尔产品确实有能力走向国际市场。但是，对于海尔生产进入国际市场，有些人却有点担心，因为海尔所经营的产业，目前并无核心技术创立的问题。

例如，电冰箱的核心技术就是压缩机及相关原部件，这些在未来20年内不可能有类似于核心技术创新的突破，因而海尔品牌在国际市场上的竞争力主要靠成本优势，即中国劳动力比较便宜，但是海尔一旦将生产地搬到发达国家，那么其低成本的优势就可能丧失。

不过，这些同志可能忽视了这样一个问题，即：对于有些产业来说，国际竞争力固然靠拥有核心技术，例如对于高新技术产业来说就是如此，但是对于有些产业来说，例如对海尔所从事的产业来说，则并不一定靠拥有核心技术而具有国际竞争力，靠非核心技术创新也同样可以获得国际竞争力。

海尔正是靠非核心技术创新而称雄于国际市场的。

海尔的这种技术创新包括：一是产品外观创新性技术创新，例如将电冰箱当作艺术品来生产，千方百计地攻克难关，生产出具有艺术品格的电冰箱产品，让发达国家的用户满意。

二是质量提升性技术创新，例如海尔开发出低噪音、高节能和超大容量的15套系列洗碗机，以满足欧洲消费者的要求。

三是功能扩张性技术创新，例如创造出电热水器防电墙技术。

四是市场适用性技术创新，例如根据巴基斯坦当地天气热、家庭人口多、用户开冰箱次数频繁的特点，开发出适合于巴基斯坦的特用电冰箱；

根据巴基斯坦家庭成员多和衣着为长袍的特点，开发出一次能洗15件长袍的洗衣机。

总之，海尔在自己所经营的产业目前还并没有核心技术创新的条件下，通过非核心技术的全面创新而提升了自己的国际竞争力。

当然，海尔在国际市场竞争中的成功，也得益于自己在国内市场上所形成的有效的市场竞争战略，也就是海尔在国际市场竞争中最充分地发挥了自己在国内形成的成功的市场竞争战略。

海尔的市场竞争战略要点是：以质量为本，通过高质量获得竞争力，例如海尔敢于

将自己的冰箱同德国的冰箱放在一起比质量，并且能优胜于对方；
以市场需求为导向，真正将客户当“上帝”，根据市场需求确定自己的经营战略，
强调订单主义，主张先有市场再建工厂，从市场需求中寻找生产方向；
以诚信取悦“天下”，把服务贯彻于售前、售中和售后的全过程；
以攻克难关为起点，无论是产品销售还是生产地的建立，都是以先难后易的方式推进，
例如先占领美国和德国等发达国家的市场，然后再进入别的发展中国家市场；
以强化管理创新为轴心，将斜坡理论、日清日高、木桶理论等价值理念移植到国外，
形成了自己独特的竞争优势。
海尔的经营地域变了，从国内走向了国外，但海尔的竞争战略并没有变，靠的还是
“海尔的精神和海尔的经营”。

二、步步高手机的发展史

2007年上市步步高 K108 步步高 K079 步步高 K398 步步高 K076步步高 K108 步步高
K079 步步高 K398 步步高 K0762006年上市步步高 K088 步步高 K168 步步高 K128
步步高 K218 步步高 K208 步步高 K058 步步高 K098 步步高 K066 步步高 K059 步步高
K056步步高 K088 步步高 K168 步步高 K128 步步高 K218 步步高 K208 步步高
K058步步高 K098 步步高 K066 步步高 K059 步步高 K0562005年上市步步高 K039
步步高K036 步步高 K029 步步高 LR026 步步高 K068 步步高 K019 步步高 K028步步高
K039 步步高K036 步步高 K029 步步高 LR026 步步高 K068 步步高 K019步步高
K0282004年上市步步高 LR006 步步高 K016 步步高 K009 步步高 LR007 步步高
LR018步步高 LR006 步步高 K016 步步高 K009 步步高 LR007 步步高 LR018

三、企业如何提升核心竞争力

要提升企业的核心竞争力，首先，要知道你的核心竞争力在哪里？一般来说，
生产型公司，你的核心竞争力就是你的产品。
围绕如何把你的产品做得最好来展开思考，比如你如何保障你的产品品质、你如何
保障你的生产和出货时间、你如何保障你的后续服务、你如何更好地服务你的客户
、、、等等。
服务型的公司，你的核心竞争力就是你的服务。
那就围绕如何把你的服务做到最好来思考。

四、如何提升企业核心竞争能力题目论文大纲怎么写？

中小企业如何打造核心竞争力一、概述 1什么是核心竞争力

2核心竞争力不同于其他竞争力的区别二、企业中存在的核心竞争力问题分析

1、品牌模糊 2、缺乏产品核心技术 3、知识创新少

4、无法适应市场需求三、提高竞争力的对策 1、加大品牌宣传

2、提高研发质量，增加和新技术

3、做好调研，市场趋势分析四、案例分析（可有可无）五、结论总结一下

五、企业使用ERP管理系统有哪些好处

成功ERP系统并有效运行的企业，ERP系统将帮助企业更好的提升竞争力，降低企业运营成本，提高企业的管理水平，使企业在同行业竞争中取得更大的竞争优势。具体体现在以下几个方面：1、优化供应链管理，降低物流成本，提升客户服务水平，加速货款回收效率。

2、实现资金流、物流、信息流的统一管理，解决了内部信息不畅通及管理困难等弊端。

3、业务数据实时处理，决策命令准确下达。

降低经营风险，快速应对市场变化。

4、有效控制原材料、在产品和产成品库存，提高库存周转率。

5、提高企业的准时交货率，降低发货差错率，使企业效率及信誉大大提高。

6、采购人员有了及时准确的生产计划信息，了解生产问题，缩短了采购时间和节省了采购费用。

7、停工待料明显减少。

由于零件需求的透明度提高，计划也作了改进，能够做到及时与准确，零件也能以更合理的速度准时到达，使生产线上的停工待料现象大大减少。

8、由于库存费用下降，劳力的节约，采购费用节省等一系列人、财、物的效应，使生产成本得到降低。

9、产品物料结构管理规范，确保业务部门严格执行，提高产品质量；

10、管理水平的提高，协助员工快速完成任务，提高了工作效率，同时使生产能力提高。

11、成本核算自动化，实时报表统计及月底结帐瞬间完成，确保、准确、快速的提供各种成本数据，提高财务人员效率；

同时实时监控财务信息，随时掌握资金动态。

六、如何提高产品的国际竞争力？

以下是海尔的国际路线，可以借鉴。

海尔进入国际市场包括两个方面的内容：一个是产品进入国际市场，一个是生产进入国际市场，而且海尔强调先产品进入，后生产进入，即先有市场后建厂。

对于海尔产品进入国际市场，人们并没有任何异议，因为海尔的产品作为中国的知名品牌，又在国际市场上具有成本优势，因而海尔产品确实有能力走向国际市场。但是，对于海尔生产进入国际市场，有些人却有点担心，因为海尔所经营的产业，目前并无核心技术创立的问题。

例如，电冰箱的核心技术就是压缩机及相关原部件，这些在未来20年内不可能有类似于核心技术创新的突破，因而海尔品牌在国际市场上的竞争力主要靠成本优势，即中国劳动力比较便宜，但是海尔一旦将生产地搬到发达国家，那么其低成本的优势就可能会丧失。

不过，这些同志可能忽视了这样一个问题，即：对于有些产业来说，国际竞争力固然靠拥有核心技术，例如对于高新技术产业来说就是如此，但是对于有些产业来说，例如对海尔所从事的产业来说，则并不一定靠拥有核心技术而具有国际竞争力，靠非核心技术创新也同样可以获得国际竞争力。

海尔正是靠非核心技术创新而称雄于国际市场的。

海尔的这种技术创新包括：一是产品外观创新性技术创新，例如将电冰箱当作艺术品来生产，千方百计地攻克难关，生产出具有艺术品格的电冰箱产品，让发达国家的用户满意。

二是质量提升性技术创新，例如海尔开发出低噪音、高节能和超大容量的15套系列洗碗机，以满足欧洲消费者的要求。

三是功能扩张性技术创新，例如创造出电热水器防电墙技术。

四是市场适用性技术创新，例如根据巴基斯坦当地天气热、家庭人口多、用户开冰箱次数频繁的特点，开发出适合于巴基斯坦的特用电冰箱；

根据巴基斯坦家庭成员多和衣着为长袍的特点，开发出一次能洗15件长袍的洗衣机。

总之，海尔在自己所经营的产业目前还并没有核心技术创新的条件下，通过非核心技术的全面创新而提升了自己的国际竞争力。

当然，海尔在国际市场竞争中的成功，也得益于自己在国内市场上所形成的有效的市场竞争战略，也就是海尔在国际市场竞争中最充分地发挥了自己在国内形成的成功的市场竞争战略。

海尔的市场竞争战略要点是：以质量为本，通过高质量获得竞争力，例如海尔敢于将自己的冰箱同德国的冰箱放在一起比质量，并且能优胜于对方；

以市场需求为导向，真正将客户当“上帝”，根据市场需求确定自己的经营战略，

强调订单主义，主张先有市场再建工厂，从市场需求中寻找生产方向；

以诚信取悦“天下”，把服务贯彻于售前、售中和售后的全过程；

以攻克难关为起点，无论是产品销售还是生产地的建立，都是以先难后易的方式推

进，例如先占领美国和德国等发达国家的市场，然后再进入别的发展中国家市场；以强化管理创新为轴心，将斜坡理论、日清日高、木桶理论等价值理念移植到国外，形成了自己独特的竞争优势。海尔的经营地域变了，从国内走向了国外，但海尔的竞争战略并没有变，靠的还是“海尔的精神和海尔的经营”。

七、企业在激烈竞争中如何提高自己的竞争力

不断地提高自己的生产力和科研成果，用科学带动企业发展来带动经济维持企业的运行。

在激烈的市场竞争下提高自己的信誉度和售后服务为使给顾客留下好的影响，另一方面适当的调整自己公司产品的性价比，以一个适当的价格来面向市场，会给公司带来一定的经济回报也提高了自己的竞争力。

当然产品的质量必须是首要的保障，否则一切都没有意义。

这样的情况下顾客买什么会首先想到你们公司的，从而你公司的购买力增加，经济利润效果日益见好，那么你们的竞争了就会越来越强。

参考文档

[下载：上市公司如何提升产品竞争力论文.pdf](#)

[《怎么看股票的放量和承接》](#)

[《st安泰2023年摘帽可能吗》](#)

[下载：上市公司如何提升产品竞争力论文.doc](#)

[更多关于《上市公司如何提升产品竞争力论文》的文档...](#)

声明：

本文来自网络，不代表

【股识吧】立场，转载请注明出处：

<https://www.gupiaozhishiba.com/article/40603826.html>