**华东理工大学**

**毕业论文（设计）**

**开题报告**

**比亚迪企业文化创新对提升企业核心竞争力的影响研究**

商务管理（545007100170）朱林

摘要：在当前日益激烈的市场竞争中，企业都面临着严峻的挑战。企业要想在激烈的市场竞争中赢得主动，就必须大力加强企业文化建设，全面提升企业核心竞争力。企业文化的核心是价值观，体现在企业的规章制度、行为准则、经营管理活动和员工的具体日常行为中。企业借助企业文化营造一个良好的组织环境和氛围，增强员工的工作积极性和主动性，激发员工的士气、斗志和创造力，提升员工的凝聚力，提高员工工作的效率，以共同的信仰力量推动企业的生存、发展、壮大。面对日益深化、日益激烈的国内外市场竞争环境，越来越多的企业认识到企业不能固守一种固定文化表现形式，它既要保持其文化的本质不变，又要不断创新它的表现形式，增添新的文化内容，这是企业文化获得巩固和发展的必然要求。本文以比亚迪公司为例，阐述了文化创新的内涵、基本思路、价值以及文化创新对企业竞争力的作用，旨在促进企业文化创新对企业核心竞争力的提升，并进一步推动企业的发展。

关键词：企业文化；核心竞争力；文化创新；比亚迪

1 研究背景

1.1 研究背景

比亚迪股份有限公司创立于1995年，2002年7月31日在香港主板发行上市（股票代码：1211.HK），是一家拥有IT，汽车和新能源三大产业群的高新技术民营企业。2007年，比亚迪电子（国际）有限公司（股票代码：0285. HK）在香港主板顺利上市，表现理想。2008年9月27日，美国著名投资者“股神”巴菲特的投资旗舰伯克希尔-哈撒韦公司旗下附属公司中美能源控股公司宣布以每股8港元的价格认购比亚迪2.25亿股股份，约占比亚迪本次配售后10%的股份，交易总金额约为18亿港元或相当于2.3亿美元。巴菲特投资代表了对比亚迪品牌价值的认可，对于加速比亚迪新能源汽车及其它环保产品在北美和欧洲市场，乃至全球的推广都极具战略意义。2009年10月止，内地汽车销量连月上升，新晋汽车股代表比亚迪(01211)续受追捧。公司列入富时指数前夕屡创新高，股价连升9天。公司市值期内增400亿元，至1，800亿元，超越欧洲车厂保时捷，并成为全国市值最大车股。正是比亚迪对企业文化的创新，让企业文化成为比亚迪公司的核心灵魂，为比亚迪公司的发展提供了巨大的精神动力和智力支持，保证了比亚迪公司能够从小到大，能够从一个胜利走向另一个胜利，能够为巴非特这样的投资大师的青睐，为比亚迪公司的长期发展提供了坚强基础和后盾，也将成为比亚迪公司今后快速发展成为世界级企业的必要因素之一。

1.2 研究意义

企业文化是企业在长期的经营管理过程中形成并被企业员工普遍认同和遵从的思想观念、价值标准、思维方式和行为规则的总和，是物质文化、制度文化和精神文化的复合体。企业文化理念自诞生以来，就被认为是指导企业管理改革的管理理论。经过多年的发展，企业文化已被认为是现代企业最具战略性的管理思想和管理方法，是直接影响企业核心竞争力的关键因素。正是由于认识到企业文化对企业发展的巨大作用，自20世纪80年代初开始，我国越来越多的企业开始有意识的培育企业文化，纷纷进行企业文化建设，以期获得企业文化的力量，从而在激烈的市场竞争中取得竞争优势，提高经营业绩，保持企业的生命力和活力。

随着知识经济和经济全球化的发展， 企业之间的竞争越来越表现为文化的竞争。最具创新的新锐民族自主品牌比亚迪，其始终致力于企业文化建设，矢志与员工一起分享公司成长带来的快乐。比亚迪坚持不懈，逐步打造“平等、务实、激情、创新”的企业核心价值观，并始终坚持“技术为王，创新为本”的发展理念，努力做到“事业留人，待遇留人，感情留人。依靠其优秀的企业文化的整合力及时得将其在全球化，信息技术，知识管理，战略人力资源，服务顾客令其满意等不同层面上的各种比较竞争优势整合为独特的核心竞争力，使自己的企持续发展，经久不衰。

1.3 研究方法和思路

本文以比亚迪企业文化创新，提升其核心竞争力为背景，按照提出问题、分析问题、解决问题的逻辑顺序，来分析比亚迪如何进行企业文化的创新，及如何提升企业核心竞争力。本人翻阅了大量关于比亚迪发展、文化创新、企业文化及核心竞争力的研究等文献期刊，借鉴前辈们的理论知识与观点，结合比亚迪具体公司事例，总结出企业文化创新对提升企业核心竞争力的影响，为国内其他企业提供理论基础和建议。

2 文献综述

2.1 企业文化与核心竞争力相关理论

2.1.1企业文化 企业文化是一种客观存在的文化现象。作为一种文化现象，从广义上说，是指企业在社会实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。从狭义上说，是指企业在经营管理过程中所形成的独具特色的思想意识、价值观念和行为方式。企业文化通常是指的以价值观为核心的企业的内在素质及其外在表现，即狭义的企业文化。具体来说，就是在企业家的引领下，企业全体员工在长期的创业和发展过程中培育形成，并共同遵守的最高目标、价值标准、基本信念及行为规范。

简单来说，所谓企业文化，是指一个企业在长期生产实践中为达到总目标，一贯倡导和逐步形成的特有自身的价值观、理想信念、作风和行为准则，包括企业历史传统的风俗习惯等。企业文化是由企业哲学、企业民主、企业制度、企业目标、企业道德、企业经营理念、企业群体意识、企业价值观念和企业文体活动综合形成的企业意识形态，对企业员工思想层面和精神面貌有深刻影响，从而对企业经济即生产和经营起到很大作用，有时是物质刺激所不能达到的作用。

2.1.2企业文化创新 企业文化创新是指为了使企业的发展与环境相匹配，根据自身的性质和特点形成体现企业共同价值观的企业文化，并不断创新和发展的活动过程。企业文化创新的实质在于企业文化在建设中需要突破与企业经营管理实际脱节、僵化的文化理念和观点的束缚，实现向全部创新过程的新型经营管理方式的转变。面对日益激烈、日益深化的国内外市场竞争环境，越来越多的企业不仅从思想上认识到创新是企业文化建设的灵魂，是不断提高企业竞争力的关键，而且逐步深入地把创新贯彻到企业文化建设的各个层面，落实到企业经营管理的实践中。

2.1.3企业核心竞争力

核心竞争力是美国经济学家普拉哈拉德(Prahalad)和哈默(Hamel)于1990年在《哈佛商业评论》上发表的《公司的核心能力》一文中提出来的。他们认为企业核心竞争力是指以企业的技术能力为核心,通过对战略决策、生产制造、市场营销、组织管理等整合,而使企业获得持续竞争的能力。核心竞争力是一个企业在长期的发展过程中,通过合理地运用企业内外部的经营资源而形成的,明显优于竞争对手且不易被对手模仿,能够满足用户价值需要并使企业在长期发展过程中能取得持久主动权的能力。因此,核心竞争力是企业拥有能为消费者带来特殊效用的,并使企业能够在某一市场领域中长期地具有竞争优势,取得稳定超额利润的内在能力与资源组合。当今世界企业核心竞争力的内涵已经发展到第三阶段,即从最早的有形产品设计阶段,经过提升产品技术含量的第二阶段,发展到现在的获取优势利润阶段。所谓优势利润是指企业的收益越来越不完全与产品的成本挂钩,获取优势利润的关键手段,一是科技领先,二是品牌优势。

2.1.4企业文化创新对核心竞争力影响

判断一个企业的资源和能力能否构成核心竞争力，可以从有价值、稀少、难以模仿、不可替代和具有延展性五个标准来着手（如下表所示）。有价值这意味着企业能通过利用其外部环境中的机会或消除外部环境中的威胁来创造价值，形成和实施能创造特定客户价值或客户感知价值的战略。稀少和独特意味着企业拥有的构成核心竞争力的资源和能力在竞争对手中是差异化的、稀缺的和非普遍存在的。而难以模仿则强调，不同的企业有其不同的成长路径，能不断积累反映其独特[历史](http://www.studa.net/lishi/)的能力和资源；同时，这些能力和资源形成的原因与具体在企业中的运用是比较模糊的，其中许多也是复杂的社会现象和社会资源的产物，包括企业长久形成的公众关系、声誉等，都是竞争对手难以清晰辨别加以模仿的。不可替代指企业拥有其他竞争对手所不具有的战略对等资源，资源和能力越不可替代，而且越不可见，竞争对手就越难以超越企业现有的竞争优势和地位。资源和能力的延展性要求其能拓展到企业其它产品和服务中，形成资源和能力的规模经济效应。

2.4 文献小结

全球化的发展，使企业面临更加严峻的国内外市场的竞争，要想保持竞争优势，企业必须培育并提升自身的核心竞争力，从而在竞争中拥有独特的、不可模仿的竞争力。企业文化创新对企业的重要作用已不可否认，通过论述得出本文的主要结论如下:

(1)对企业文化和企业核心竞争力的含义进行界定。

(2)建立企业文化与企业核心竞争力的关系模型，分析企业文化对核心竞争力形成过程中的每个环节的作用。

(3)以培育和发展核心竞争力为导向，提出企业文化的塑造途径，包括企业文化的建设和创新。

3 技术路线

3.1课题主要内容

本文以国际化竞争日益激烈，企业家们都在思考如何打造核心竞争力为切入点，对企业文化，企业文化创新，核心竞争力之间的概念和关系进行了概括与分析，以及论述了比亚迪企业文化的创新与现状，从而探讨如何提升企业核心竞争力，以期促进企业的进步。

3.1.1 绪论

（1）研究背景

（2）研究意义

（3）研究方法和思路

3.1.2 相关理论概述

（1）企业文化概念

（2）创新理论

（3）企业核心竞争力

（4）国内外企业文化研究现状

（5）企业核心竞争力当前形势

3.1.3 比亚迪企业文化创新分析

（1）比亚迪公司简介

（2）企业领导者应当转变传统观念，担当企业文化创新的领头人

（3）企业文化创新与人力资源开发相结合

（4）企业文化创新与营销文化创新相结合

（5）建立学习型组织

3.1.4 比亚迪企业文化创新对核心竞争力影响分析

（1）企业文化创新是提高企业核心竞争力的动力来源

（2）企业文化的创新有利于优化员工素质

（3）企业文化创新能带动生产力，培育和提升企业核心竞争力

（4）创新的企业文化有助于企业实现可持续发展

3.1.5 比亚迪企业文化创新改善建议

3.2 研究重点和难点

3.2.1重点

本文研究重点是比亚迪企业在企业文化方面的创新，企业文化创新和核心竞争力之间的关系，目前比亚迪企业还需要完善的地方，取其精髓，去其糟粕，继续关注企业文化创新，积极完善企业核心竞争力，制定长期规划，体现自身的竞争优势，只有这样，才能使企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。

3.2.2难点

本文研究的难点为，比亚迪企业文化创新研究，企业文化创新对核心竞争力之间的影响分析。如何创新文化，拥有适合自己企业发展的企业文化,能够被员工所认可,所接受,从而变为员工自己的东西,成为他们灵魂的一部分,激发起他们工作的热情,引发他们的责任感,为企业的发展尽职尽责,这是企业发展壮大最实质的一部分,也就形成了同行企业不可轻易模仿的核心部分即核心竞争力。如何继续发扬自身优点，发掘企业所存在问题，让比亚迪企业更好的生存与发展，

3.2.3研究方法与思路

在本文的研究中，主要运用以下的研究方法，一是运用比较法：通过和其它企业的对比，分析，更加深刻的描述了企业文化创新对企业核心竞争力的影响。二是运用文献研究法，在查阅国内外现有大量的相关文献的基础上，吸收前人在这方面的研究成果并结合自己的从业经历和对比亚迪企业文化与核心竞争力的认识和理解，运用系统的观点和分析方法，对企业文化、核心竞争力的内涵、要素、特性和建设、创新等方面的问题做理论探讨和实证分析。三是运用分析法，企业文化创新进行分解，联系其他有关因素，从而辨析、认识企业文化和核心竞争力的本质和规律。

研究思路：在研究思路上本论文共分为四个部分，一、阐述国内外企业文化和核心竞争力研究背景和意义及研究方法；二、比亚迪企业文化创新分析；三、以比亚迪为例，剖析企业文化创新对企业核心竞争力的影响；四、比亚迪公司企业文化改善建议。

4 进度安排

4.1 第1周┄第4周

(1) 查阅文献

(2) 确定论文题目，列出提纲

4.2 第5周┄第8周

(1) 撰写开题报告初稿

(2) 外文文献翻译

(3) 进一步搜集与课题研究有关的数据和资料

4.3 第9周┄第16周

(1) 修改开题报告

(2) 撰写论文初稿

(3) 论文预审

4.4 第17周---第20周

(1) 修改论文

(2) 定稿

(3) 打印论文

(4) 提交正式论文

4.5 第21周---22周

(1) 准备论文答辩

(2) 答辩

5 参考文献

[1]蔡继荣:文化营销——企业营销能力构建的战略选择.商业研究,2003(3)

[2]梁 云 彭洪淑:文化营销探析.渝州大学学报(社科版),2001(2)

[3]Paul.A.Herbig:跨文化市场营销.北京,2002

[4]菲利普科特勒 梅汝和 梅清豪 周安柱译:营销管理[M].人民大学出版社,2001

[5]周存本:文化与市场营销[M].合肥大学出版社,2005

[6]王方华 伏宝会 肖志兵:文化营销.西北经济出版社,1998

[7]张 德 吴建平:企业文化与CI策划.清华大学出版社,2000

[8]郭国庆:市场营销学通论(第三版).人大出版社,2007

[9]穆慧萍:谈如何提高企业的核心竞争力.市场研究,2005(9)

[10]朴世镇:文化营销的战略及模式探究二.商业时代,2007(8)

[11]李骏阳.电子商务与我国流通模式创新.[J].商业经济与管理,2003(9)

[12]宋华,胡左浩.现代物流与供应链管理[M].经济管理出版社

[13]刁艳丽.浅谈企业文化及其创新[J].中小企业管理与科技(上旬刊),2009(11)

[14]李忠宽.顾客忠诚的价值驱动模式[J].商业经济与管理,2003(3)

[15]华锐.企业文化教程[M].企业管理出版社,2003(75)

[16]马坤善.论加强企业文化建设的重要性[J].当代矿工,2007(12)

[17]陈燕芬.关于企业文化与企业管理有机结合的探讨[J].广东培正学院学报,2009(3)

[18]朱道立,龚国华,罗齐.物流与供应链管理——MBA(M).复旦大学出版