# 中国海创周：以人才为核心打造区域核心竞争力

来源：网络 作者：流年似水 更新时间：2024-12-08

*第一篇：中国海创周：以人才为核心打造区域核心竞争力打造国际一流环境、助推人才创业发展2024中国海创周：以人才为核心打造区域核心竞争力 “北有大连海创周，南有广州留交会。”作为全国两大引进海外高层次人才品牌活动之一，6月27日至29日，2...*

**第一篇：中国海创周：以人才为核心打造区域核心竞争力**

打造国际一流环境、助推人才创业发展

2024中国海创周：以人才为核心打造区域核心竞争力 “北有大连海创周，南有广州留交会。”作为全国两大引进海外高层次人才品牌活动之一，6月27日至29日，2024中国“海创周”在大连开幕。自2024年首届中国海外学子辽宁（大连）创业周举办至今，中国海创周以提高自主创新能力为目标，不断探索有利于海外学子归国创业的体制创新和平台建设，在实现区域竞争力稳步提升的同时，也实现了创新型国家的建设提供了新的思路。

出席开幕式大连市人民政府市长李万才在致辞中说：“海创周对大连全球引进人才，提高自主创新能力、增强区域核心竞争力发挥不可替代的作用，为辽宁乃至全国的高新技术产业发展提供强大动力。”他表示，当前大连正实施东北老工业基地振兴和辽宁沿海经济带发展战略，加快推进东北亚国际航运中心、国际物流中心和金融中心及现代产业集聚群的建设。面对新的发展机遇，大连迫切需要数量众多、更具创新力的优秀人才，为经济创新发展提供智力资产。

据了解，为了使海归及来华人员得到国际化的创业环境，最大限度地实现对接，中国海创周积极构筑了四大平台——项目对接平台、人才对接平台、资本对接平台、信息对接平台，目前，海创周已经形成了海外高层次人才的汇聚、高端岗位需求的汇聚、海归创业载体的汇聚、对接合作企业的汇聚、“阳光雨露”政策的汇聚、辽宁省城市群及特色产业基地的汇聚的核心内涵。

在2024年的中国海创周上，大连佳姆公司董事长张建军有幸成为第二批海创工程入选者，其公司项目也被列为大连市海外学子尖端人才归国创业工程一类资助项目。一年之后在与记者聊起项目的推进情况时，张建军仍然抑制不住感恩之情。“去年我们有幸得到海创周第二批海创工程的支持，借助政府支持，我们的企业也在过去一年迈上了一个新的台阶。海创工程在某种程度上是政府公信力的一种支持，而这个支持力度并不仅仅只是资金的问题，可以说是全方位方方面面的支持。”他坦言，公司已经形成了初步的销售模式，现在已经进入到快速增长期。

走访中多位与会专家对记者表示，在贯彻落实“十二五”规划和全面建设小康社会的进程中，各地政府应重视高层次人才需求的个性化趋势，发挥产学研合作优势，丰富引进海外高层次人才手段，强化人才引进的产业导向。大连以人才为核心不断将中国海创周推向新的高度，在实现区域核心竞争力稳步提升的同时，也为创新型国家的建设提供了建设性思考。搭建高端创业平台 实现人才国际化

尚德电力控股有限公司董事会主席兼CEO施正荣——世界上第一个攻克“如何将硅薄膜生长在玻璃上”难题的人，引领和带动中国光伏新能源产业发展；兵器工业集团季华夏博士主持建成我国第一条“主动式OLED微型显示器生产线”，使中国成为全球第二家能生产该类产品的国家。

这是6月27日在2024中国海创周上举办的“千人计划”成果展的部分展示内容，作为

重要的国家级海归创业人才引进平台，海创周积极贯彻科教兴国战略和人才强国战略，搭建海外人才与国内用人单位的交流平台，以提高自主创新能力为目标，带动我国人才体制机制创新。

2024年底，中央决定实施引进海外高层次人才的“千人计划”，即用5-10年时间，在国家重点创新项目、重点学科和重点实验室、企业和金融机构、以高新技术产业开发区为主的各类园区等，有重点地引进、支持一批海外高层次人才回国创新创业。

今天的人才结构即是明天的产业结构，12年来，海创周一直致力于搭建海外留学人员创业平台，通过人才结构优化推动产业结构优化，以实现人才发展与产业发展的良性循环。

数据显示，截至目前为止，海创周累计吸引了来自60多个国家和地区的1.4万余名留学人员、1200余位国外客商，与1.8万多家企业、科研院所、大专院校等进行了合作洽谈，共签订4800余项合同；另有6800多名海外学子通过海创周回国就职，有3200多名海外学子通过海创周回国创业，创办企业2100多家，获专利4700余项，累计创造产值5000多亿元，取得了良好的经济效益和社会效益。

千人计划硕果累累，推动创业国际化

海创周举办期间，会场设置了主题为“为梦想而奋斗，与祖国共成功”千人计划成果展，展出近年来千人计划取得的累累硕果。2024年实施国家“千人计划”以来，海创周成为贯彻“千人计划”的一个平台载体，大力吸引海外高层次人才回国创新创业。

据不完全统计,创新类“千人计划”专家回国后发表重要文章和专著4416篇（部），其中国际顶级刊物Nature、Science论文50篇。截至目前，“千人计划”已引进2263名海外高层次人才，他们归国（来华）后，在科技创新、技术突破、学科建设、人才培养和高新技术产业发展等方面发挥了积极作用，成为创新型国家建设的一支重要生力军。

中国将以实施“外专千人计划”和高端外国专家项目为契机，把引进国外智力的重点放在提高质量、增强效益、优化结构上来，重点引进一批能够带动战略性新兴产业发展、促进新兴学科建设的领军人才，依托国家重大科研项目和重大工程、重点学科和重点科研基地、国际学术交流合作项目，探索建立高端外国专家创新创业基地，并引进一批重点领域国际化创新团队。

为了使海归及来华人员得到国际化的创业环境，最大限度地实现对接，中国海创周积极构筑了四大平台——项目对接平台、人才对接平台、资本对接平台、信息对接平台，目前，海创周已经形成了海外高层次人才的汇聚、高端岗位需求的汇聚、海归创业载体的汇聚、对接合作企业的汇聚、“阳光雨露”政策的汇聚、辽宁省城市群及特色产业基地的汇聚的核心内涵。

提高自主创新能力助力建设创新型国家

扩大国际人才智力开放合作是当今世界发展的大趋势，中国正在成为全球优秀人才实现创新创业梦想的热土，未来十年，是中国转型发展、创新发展、科学发展的关键期，也是海外人才回国创新创业的机遇期。

面对经济全球化和人才国际化趋势，我国将坚定不移地实施人才强国战略，实施更加开放的人才政策。引进高端紧缺人才，是为了满足我国经济发展方式转变和经济结构调整的巨大需求。未来我国将进一步加大引才力度，完善引才政策，优化人才服务，为海外留学人才回国创新创业创造更好的环境和条件。

自从2024年海创周升级为国家级平台后，不仅受到留学人员更加广泛的关注，众多城市、高校、科研机构以及国内外创业投资机构争先恐后来连抢人才。据了解，清华、北大、上海交大、复旦等25所重点大学，中国工程物理研究院、中国航空研究院等17个国家级研究单位，以及神华集团、中国商飞、中国航空工业集团等大型央企都参加了本次展会。

随着我国经济的发展和对国际人才的需要，千人计划将扩展成万人目标，将重点逐步设置到吸引外国专家。对引进的外国专家，除享受“千人计划”现有政策外，还将提供国民待遇、特殊照顾、事业平台、经费支持等优惠政策，提供更加便捷高效的优质服务。

中华民族的伟大复兴关键在人才，加快发展方式转变关键靠自主创新。作为重要的国家级海归创业人才引进平台，海创周积极贯彻科教兴国战略和人才强国战略，搭建海外人才与国内用人单位的交流平台，以提高自主创新能力为目标，带动了我国人才体制机制创新。关于“中国海创周”：

中国海外学子创业周（简称“海创周”）由中央海外高层次人才引进工作小组指导，由国家科技部、教育部、人力资源和社会保障部、辽宁省人民政府联合主办，由大连市人民政府和辽宁省科技厅等单位共同承办，旨在加快推进海外留学人员特别是高层次人才回国创新创业，满足中国经济和社会发展对海外高端人才的大量需求，推动科技进步和高新技术产业发展，全面推进科教兴国战略和人才强国战略的实施。

**第二篇：人才打造企业核心竞争力**

人才打造企业核心竞争力

一流人才造就一流企业。21世纪企业发展更多依靠人才推动！持续发展的人才带给企业更新的创造力、更高的绩效以及企业应对竞争时代有能力保持的更广阔视野。从此意义上讲，此次评选关注的不仅是企业员工，更在企业自身。

企业如何打造人才竞争力，为自身、为人才发展提供更广阔空间？在本次颁奖典礼现

场，四位获奖企业嘉宾就培训、激励、人才吸引等方面提供了独特的视角。

培训：工作过程即是成长

培训不仅指课堂培训、脱产培训，在学习型组织中，培训无处不在。为员工提供充分沟通、交流的氛围与环境，将工作过程打造为学习过程，是衡量企业是否具员工成长价值的标准之一。

吴发沛：培训是企业提供给员工的所有学习机会。在企业内部创造持续学习的良好氛围，将机会转化为学习的动力非常重要。中集集团每召开的“创新奖励大会”，获奖人阐述所获奖项技术创新原理，激发其他员工的创造性、新思维，也是培训方式之一。

中集集团领导者十分重视员工成长。2024年，针对未来国际化综合人才的需要，集团拟对企业核心骨干脱产培训三个月。此想法遇到很大阻力，管理者反映，骨干抽调出去，生产怎么办？中集专门召开三次总裁办公会讨论，由总裁亲自决定，由此不难看出领导者对员工学习的坚决支持。事实证明，这批员工在企业目前发展过程中作用非常关键。

霍晓宁：高速发展的企业为有学习、成长意愿的员工提供了充分的机会。联想为员工提供专业序列、行政序列不同层级的针对性培训。通过“圆桌会”确定核心员工，有针对性深入培养。联想将工作过程打造成员工学习、成长的过程，让员工认真对待每一件事情。管理者在任务下达时会明确员工工作目标，给予方向性指导，反馈工作绩效，不断提升员工能力、经验。被证明不匹配目前岗位的员工依据其特点调岗。

陈鹏麟：海尔集团侧重以员工培训提升企业业绩。首先，海尔大学与人力资源部共同推进员工“资格、资历、资质”认定，明确员工目前能力、知识水平与岗位相符度，鼓励员工积极主动弥补差距；其次，“轮值老师制”，由不同部门员工担任，监督部门管理者按企业既定战略推进工作；再次，每周固定时间召开高级管理人员会议，讨论集团发展战略、目标、业务流程，寻找失败原因，分享成功经验。

麻爱东：中兴通讯从小作坊式企业发展为全球最具成长性的中等规模工业设备生产商，在通讯行业相对低迷时保持高速发展，其成长依靠的是员工，企业发展与员工发展是相辅相成的过程。中兴通讯将员工职业发展跑道分为管理跑道、业务跑道、技术跑道三类，所有管理人员竞聘上岗，从事技术、业务工作、对管理感兴趣的员工也可赢得管理职位机会，员工以此实现由底端到高端的发展，不断更新职位阶梯。

激励：并非薪酬那么简单

并非物质激励方式才能起到最好效果。诚然，薪酬代表企业对员工创造价值的尊重与肯定，但在工作面前，员工首先是有血有肉的鲜活个体，他们更需要肯定与认同。一个微笑，一个眼神，竖起的大拇指，让员工知道：你在关注他，往往收到意想不到的效果。

麻爱东：激励伴随管理无时不在。中兴通讯所有部门管理者到岗之初必须明确：

一、管理者业绩取决于团队；

二、管理者必须依靠所有员工达成目标。管理者定位不仅在于执行，更在于领导并激励高效的团队。

尊重员工想法，最大限度激发员工超常创造力。中兴通讯最早的视讯产品由应届大学毕业生提出，这一方案最终提交公司领导者手中。领导者并未忽视这一尚未成熟的建议，而是予以充分肯定，提供资源支持。这对该员工是极大的激励，促使他近乎疯狂地工作，最终拿出中国第一款商务视讯产品。

霍晓宁：激励分为正向激励、负向激励。适当负向激励可转化为员工成长的动力，如“末位淘汰”制度。在联想推行之初，面对朝夕相处的员工，人力资源部亦存有感情障碍。随着制度的完善，员工潜能得以最大限度释放，亦实现了自我发展。

吸引人才：打造组织人才竞争力

人才需要优秀的企业，企业亦需要优秀的人才。如何吸引合适的人才？对于企业来讲，不能盲目学习他人做法，首先明确：员工需要怎样的企业？企业需要怎样的员工？所谓最适合企业的人才，是这两个答案之间差距最小的那一个。

吴发沛：人才竞争力涉及企业文化、氛围、发展历史多个方面，与企业选聘人才价值观亦紧密相连。管理者代表组织对员工做出的承诺一定要兑现，言而无信的企业对人才的吸引力会降低。

陈鹏麟：员工是企业的细胞。企业的健康发展需要每名员工的健康和活力，把员工经营成自主创新主体——即U（策略事业单位），企业才能在市场中不断创新发展，充满竞争力。

麻爱东：企业要获得人才优势一定要有吸引人才的策略、留住人才的办法以及人才发挥作用的机制。成功企

人才打造企业核心竞争力

一流人才造就一流企业。21世纪企业发展更多依靠人才推动！持续发展的人才带给企业更新的创造力、更高的绩效以及企业应对竞争时代有能力保持的更广阔视野。从此意义上讲，此次评选关注的不仅是企业员工，更在企业自身。

企业如何打造人才竞争力，为自身、为人才发展提供更广阔空间？在本次颁奖典礼现场，四位获奖企业嘉宾就培训、激励、人才吸引等方面提供了独特的视角。

培训：工作过程即是成长

培训不仅指课堂培训、脱产培训，在学习型组织中，培训无处不在。为员工提供充分沟通、交流的氛围与环境，将工作过程打造为学习过程，是衡量企业是否具员工成长价值的标准之一。

吴发沛：培训是企业提供给员工的所有学习机会。在企业内部创造持续学习的良好氛围，将机会转化为学习的动力非常重要。中集集团每召开的“创新奖励大会”，获奖人阐述所获奖项技术创新原理，激发其他员工的创造性、新思维，也是培训方式之一。

中集集团领导者十分重视员工成长。2024年，针对未来国际化综合人才的需要，集团拟对企业核心骨干脱产培训三个月。此想法遇到很大阻力，管理者反映，骨干抽调出去，生产怎么办？中集专门召开三次总裁办公会讨论，由总裁亲自决定，由此不难看出领导者对员工学习的坚决支持。事实证明，这批员工在企业目前发展过程中作用非常关键。

霍晓宁：高速发展的企业为有学习、成长意愿的员工提供了充分的机会。联想为员工提供专业序列、行政序列不同层级的针对性培训。通过“圆桌会”确定核心员工，有针对性深入培养。联想将工作过程打造成员工学习、成长的过程，让员工认真对待每一件事情。管理者在任务下达时会明确员工工作目标，给予方向性指导，反馈工作绩效，不断提升员工能力、经验。被证明不匹配目前岗位的员工依据其特点调岗。

陈鹏麟：海尔集团侧重以员工培训提升企业业绩。首先，海尔大学与人力资源部共同推进员工“资格、资历、资质”认定，明确员工目前能力、知识水平与岗位相符度，鼓励员工积极主动弥补差距；其次，“轮值老师制”，由不同部门员工担任，监督部门管理者按企业既定战略推进工作；再次，每周固定时间召开高级管理人员会议，讨论集团发展战略、目标、业务流程，寻找失败原因，分享成功经验。

麻爱东：中兴通讯从小作坊式企业发展为全球最具成长性的中等规模工业设备生产商，在通讯行业相对低迷时保持高速发展，其成长依靠的是员工，企业发展与员工发展是相辅相成的过程。中兴通讯将员工职业发展跑道分为管理跑道、业务跑道、技术跑道三类，所有管理人员竞聘上岗，从事技术、业务工作、对管理感兴趣的员工也可赢得管理职位机会，员工以此实现由底端到高端的发展，不断更新职位阶梯。

激励：并非薪酬那么简单

并非物质激励方式才能起到最好效果。诚然，薪酬代表企业对员工创造价值的尊重与肯定，但在工作面前，员工首先是有血有肉的鲜活个体，他们更需要肯定与认同。一个微笑，一个眼神，竖起的大拇指，让员工知道：你在关注他，往往收到意想不到的效果。

麻爱东：激励伴随管理无时不在。中兴通讯所有部门管理者到岗之初必须明确：

一、管理者业绩取决于团队；

二、管理者必须依靠所有员工达成目标。管理者定位不仅在于执行，更在于领导并激励高效的团队。

尊重员工想法，最大限度激发员工超常创造力。中兴通讯最早的视讯产品由应届大学毕业生提出，这一方案最终提交公司领导者手中。领导者并未忽视这一尚未成熟的建议，而是予以充分肯定，提供资源支持。这对该员工是极大的激励，促使他近乎疯狂地工作，最终拿出中国第一款商务视讯产品。

霍晓宁：激励分为正向激励、负向激励。适当负向激励可转化为员工成长的动力，如“末位淘汰”制度。在联想推行之初，面对朝夕相处的员工，人力资源部亦存有感情障碍。随着制度的完善，员工潜能得以最大限度释放，亦实现了自我发展。

吸引人才：打造组织人才竞争力

人才需要优秀的企业，企业亦需要优秀的人才。如何吸引合适的人才？对于企业来讲，不能盲目学习他人做法，首先明确：员工需要怎样的企业？企业需要怎样的员工？所谓最适合企业的人才，是这两个答案之间差距最小的那一个。

吴发沛：人才竞争力涉及企业文化、氛围、发展历史多个方面，与企业选聘人才价值观亦紧密相连。管理者代表组织对员工做出的承诺一定要兑现，言而无信的企业对人才的吸引力会降低。

陈鹏麟：员工是企业的细胞。企业的健康发展需要每名员工的健康和活力，把员工经营成自主创新主体——即U（策略事业单位），企业才能在市场中不断创新发展，充满竞争力。

麻爱东：企业要获得人才优势一定要有吸引人才的策略、留住人才的办法以及人才发挥作用的机制。成功企[page\_break]业人力资源管理战略使企业拥有人才优势，成为人才高地。中兴通讯不仅提供给员工丰厚的待遇，高效的合作团队、参与全球最先进通信技术领域研究的自豪感，更让有志的人才留恋。人才加入企业只是开端，为人才提供充分发挥个人能力的空间与环境，让人才在企业内不断发展，才是留住人才的关键。

**第三篇：以企业文化打造核心竞争力**

第五直管部政研分会报送论文 以企业文化打造核心竞争力

作 者： 云南五建公司第五直管部 二0一一年十月二十八日

以企业文化打造核心竞争力 摘 要 随着我国改革开放的不断深入，社会主义市场经济的进一步发展和完善，建筑施工企业既面临着巨大的市场潜在机会，又面临着激烈的市场竞争挑战。如何在激烈的市场竞争中求得生存和发展，并保持竞争优势，是每个建筑施工企业都不懈努力的方向和追求的目标，而建筑施工企业是否具有核心竞争力则是实现这一目标的关键。云南建工第五建设有限公司是国有建筑施工企业，企业成立的时间长，员工较多，计划经济的烙印较深，特别是受社会环境的影响，在部分干部职工中还存在许多认识不清和思想误区。但公司建立五十多年来，几代职工以对国家对人民高度负责的态度，坚持质量兴业，不断强化管理、苦练内功，根据改革和发展要求建立健全了系统、科学、规范的管理机制，逐步形成了“改革、人和、求实、奋进”的企业文化。承建了大批技术要求高、体量大、关系国计民生的重要工程项目，为国家、云南及昆明建设作出了突出贡献，也积累了丰富的实践经验。在工业厂房、高层及

超高层建筑、公共建筑、民用住宅、高级装饰、水电暖通及消

[1] 防工程安装施工等方面，具有突出的管理和技术优势。本文以云南建工第五建设有限公司为背景，就建筑施工企业如何构建核心竞争力，保持企业竞争优势，促进企业生存和发展，提出一些肤浅的认识和看法。关键词建筑施工 企业 文化 竞争力

当前，施工企业面对经济全球化、网络信息化、竞争国际化的复杂形势，企业文化在国有企业中的地位和作用越来越突出，已成为企业发展壮大的核心竞争力。21世纪的企业竞争，是文化力的竞争。对于大型建筑企业而言，文化的导入主要体现在两个方面，一是企业制度建设，包括法人治理结构等，主要由集团公司、各子分公司总部机关主导完成；一是项目文化建设，主要在总部和片区指挥部的指导下由各项目经理部、广大一线员工实施完成。企业文化是多层次、有机和谐的统一体，需要全体员工的共同努力。1.从市场需要出发，提高推进企业文化建设的自觉性 纳杰董事长这样说：“云南建工创造了很多的辉煌，但是我们云南高产值、低效益的问题一直是一个遗留问题。我们反复的研究为什么会有那么沉重的包袱，最后大家得出了一个结论，实际上是我们的文化出了问题。”为了扭转这一局面，在纳杰董事长看来，云南建工只有从文化入手，来扭转目前价值观偏离的[2]

现象。1.1建筑施工企业的特点决定了施工企业文化建设的重要性 企业经营领域、施工区域的日趋扩大，工程项目建设周期日趋缩短，使企业频繁地组建和撤消工程项目部，职工队伍高速流动、高度分散，企业管理跨度不断延伸、难度不断增加。尽快转变管理理念，融入文化管理，实施科学化、文明

化、人性化管理，提高全员素质、提升企业综合竞争能力，已成为市场发展对我们建筑企业的迫切要求。因此，构建具有企业特色的企业文化尤其重要。1.2市场经济的发展决定了施工企业文化建设的重要性

市场经济的发展，已经使企业的文化品位成为市场认同的重要标准。有的工程项目，因为安全、环保等问题，影响了企业形象，丢失了市场。项目管理滞后，究其原因，还是企业文化理念落后。建筑市场的竞争，是企业实力的竞争，更是企业文化力的竞争。云南建工集团作为省第一批改制试点企业，经历了市场经济的洗礼，但生产经营仍然延续着传统的方式和特征。业绩考核中一直以来主要突出的是经营规模指标，长期固化到思想观念上成为“产值至尊”，从而导致企业经营质量低下，3

收不抵支，资不抵债。从2024年3月起，云南建工就开始了“解放思想、更新观念”的大讨论，伴随着大讨论的开始，企业改革的序幕随之拉开，从研究价值观、研究文化的基础上入手，首先提出了企业价值观是“做正确的事，批判错误事”，把企业文化构建到各项工作当中去，用“效益至尊”代替“产值至尊”。这一系列的改革都是为了更好的适应市场经济的发展，进一步解放生产力，以使云[3]

南建工集团具备强大的战斗力。2.推进工程项目品牌文化建设，提高企业的影响力 2.1品牌形象是企业的生命。品牌形象能够塑造和提升企业形象，是企业信誉的标志，影响着企业的市场竞争力。施工企业荣获“鲁班奖”、“詹天佑奖”、“中国质量奖”都是一种无形的资产，是信誉和形象的象征，是企业形象宣传中无形而巨大的资产。工程项目作为施工企业形象的“窗口”，是构筑行业精神、树立企业形象的重要载体。无论规模大小、工期长短，都要严格按照企业文化建设标准的具体要求，规范运作，真抓实干，坚持使用统一的企业标志、企业价值观、企业精神和企业歌曲，优化、美化室内室外及施工现场环境，向社会展示企业去的良好形象，打造具有特色的企业品牌。2.2品牌塑造的根本还是人。工程项目是建筑企业的主要利润来源，是企业生存和发展的源泉。企业文化建设只有最终落实到工程项目上，才能够提高项目管理水平和效益水平，最终促进建筑企业的持续发展。期间要求员工必须树立品牌塑造和维护意识，即进行“全员品牌管理”。在企业日常行为中，只有心中始终装着用户，在每个细节上都具有强烈的责任心，创造出精品工程，企业才能塑造出受社会欢迎的品牌。近年来云南建工第五建设有限公司以优质、快速建成的云南省政府办公楼、云南省政协办公楼、昆明巫家坝机场新航站楼、昆明世纪城工程等一大批有影响的工程，受到用户及社会各界的广泛好评。已获得鲁班（国家优质工程）奖5项，国家优质工程银质奖1项，全国用户满意工程奖1项，全国建筑业新技术应用示范工程奖2项，是云南创建鲁班奖、云南省优质工程奖和昆明市优质工程奖[4]最多的施工企业。让“高原铁军”品牌的旗帜高高飘扬在祖国的上空。4

3.推进质量文化建设，塑造诚信企业文化 诚信是施工企业发展兴盛的基本条件,是施工企业生存与发展的生命线和最宝贵的资源。开展诚信建设是提高施工企业核心竞争力、培育特色企业文化的必然要求。对顾客、业主、监理还有分包商都必须以诚相待，因为无论在任何时期的建筑业市场，信誉是取得市场的基石，没有信誉就很难在市场上站稳脚跟。要想取得信誉，必须打造诚信力文化。4.推进工程项目制度文化建设，提升企业管理水平为了提高工程项目管理水平,要不断强化科学管理理念，积极将企业文化融入项目全面管理，促进工程项目管理的科学化、规范化、制度化。工程项目制度文化是为了实现工程项目自身的目标对员工的行为给予一定限制的文化。企业要从实际出发，制定和完善各项管理制度、操作规程、工作职责，把企业文化的基本理念体现到项目管理的各个环节，以先进的文化理念推进管理创新，发挥企业文化的渗透作用，实现制度与文化的理念对接。要突出抓好安全文化、文明施工文化、环保文化、和谐文化、廉洁文化等一系列文化制度的构建和完善，推动项目管理水平的不断提升。5.培育企业人本文化建设，营造企业和谐氛围 2024年7月27日公司召开2024人力资源专题会议。集团副总经理王晓方、人力资源部部长张晓峰，公司董事长、党委书记杨福和，总经理方菊明出席会议并讲话，公司其他领导、各部门、直管部等150余人参加会议。王晓方充分肯定公司“十一五”人力资源管理工作，对公司今后的人力资源管理工作提出四点建议。一是继续做好薪酬福利等基础管理工作；二是要建立员工职业生涯规划体系，打开人才晋升通道；三是加强绩效考核力度，严格执行末位淘汰机制；四是加强对新员工、退休职工等“弱势”群体关注，把“感情留人”落到实处。公司董事长杨福和要求各级人力资源部门要服务大局、锐意进取，进一步加强自身队伍建设，全面完成“十二五”期间人力资源管理工作各项任务。他指出，[5]要让真正有才能的人在合适的岗位上得到重用。5

一个企业，如果能够充分挖掘人的潜能，凝聚人的力量，激发人的创新创造能力，就能够战胜各种困难，实现富强。培育企业人本文化建设，首先是要培育以人为本的价值观念。企业的组织形式和组织制度不仅要考虑到人员的职业，还要考虑到人员的兴趣、爱好、脾气及有可能发展的方向。要让员工参与企业管理，培育思考性、自主性、合作性的新型员工。让员工自主独立思考对自己工作范围外的其它工作提出建议和意见。其次是要营造良好的家庭氛围。情感是人的本性，人的思想和行动无不受情感的支配。因此，培育员工对企业、对管理者相互之间的情感，营造出一种民主、友好、和谐、团结、互助的家庭氛围，是建企业文化、设人性化企业文化的核心。施工企业的工作流动性比较强，员工经常要面对不同的工作环境，甚至要忍受和亲人长期分别的痛苦，如果企业能够营造良好的家庭氛围，就会让每一个员工有一种身在家中的温暖，减少思念亲人的痛苦，从而全身心的投人到工作中去。再次是要注重目标激励作用。目标是企业与员工共同的追求和价值导向，一个科学而合理的目标能够极大地鼓舞员工的士气，激发员工的潜能，并能得到顺利实现。总之，正如纳杰董事长非常赞同一位伟人所说的一句话：“没有文化的企业是愚蠢的企业，一个愚蠢的企业是不可能赢得市场、赢得人心的。”当然企业文化建设不是一蹴而就的，成为优秀企业文化进而“开花结果”将是个较为长期的过程。企业决策者要有战略眼光，决不能追逐短期效益而忽视企业文化建设。企业文化执行者要有锲而不舍的精神，有不达目的不罢休的毅力，按照“精益求精做好每件事”的职责观，把企业文化建设为推动企业持续快速发展的优秀企业文化。企业文化建设只有起点，没有终点，是一个不断创新的过程；企业文化将始终伴随企业的扩展和国际化，伴随企业的成长和发展壮大。建筑企业需要文化管理持续推动现代化进程。6

参考内容

[1] 云南建工第五建设有限公司年鉴

[2] 纳杰董事长观点引用 [3] 纳杰董事长观点引用 [4] 云南建工第五建设有限公司年鉴 [5] 云南建工第五建设有限公司2024人力资源专题会议，公司董事长杨福和发言整理 7

**第四篇：打造核心竞争力**

打造核心竞争力

美国经济学家普拉哈拉德和哈默于1990年在《哈佛商业评论》首次提出核心竞争力概念，他们认为“就短期而言，公司产品的质量和性能决定了公司的竞争力，但长期而言，起决定作用的是造就和增强公司的核心竞争力”。

核心竞争力（Core Competence）是指某一组织内部一系列互补的技能和知识的结合，它具有使一项或多项业务达到竞争领域一流水平，具有明显优势的能力。简单地说，就是企业在经营过程中形成的不易被竞争对手效仿的，能带来超额利润的独特的能力。它是企业在生产经营、新产品研发、售后服务等一系列营销过程和各种决策中形成的，由自己独特优势的技术、文化或机制所决定的巨大资本能量和经营实力。核心竞争力是企业获得长期稳定的竞争优势的基础。核心竞争力主要包括核心技术能力、组织协调能力、对外影响能力和应变能力，其本质内涵是让消费者得到真正优于竞争对手的价值、产品、服务和文化。其中创新是核心竞争力的灵魂，主导产品（服务）是核心竞争力的精髓。

具体来讲，强大的核心竞争力对一个寻求长远发展的企业来说，具有不同寻常的战略意义。首先，它超越了具体的产品和服务，以及企业内部所有的业务单元，将企业之间的竞争直接升华为企业整体实力之间的对抗，所以核心竞争力的“寿命”比任何产品和服务都长，关注核心竞争力比局限于具体产品和业务单元的发展战略，能更准确地反映企业长远发展的客观需要，使企业避免目光短浅所导致的战略性误区。其次，核心竞争力可以增强企业在相关产品市场上的竞争地位，其意义远远超过产品在市场上的胜利，对企业的发展具有更为深远的意义。第三，企业核心竞争力的建设，更多地是依靠经验和知识的积累，而不是某项重大发明引起的重大跃进。即使产品周期越来越短，核心竞争力的建设仍需要数年甚至更长的时间。这一方面使竞争对手难以模仿，因而核心竞争力具有较强的持久性和进入壁垒。在建设核心竞争力领先的企业，往往较难被超越。譬如，难以想象谁能从零开始，迅速赶上摩托罗拉公司在无线通讯技术方面的竞争优势。

个人认为：对于一个制造企业，打造核心竞争力的实质在于四个方面：(1)公司员工的知识和技能；(2)公司的技术开发和创新能力；(3)公司的管理和生产经营能力；(4)公司创造品牌和运用品牌的能力。以上所说的能力同时也反映着一个公司的基本素质和发展潜力。8

我司属于来料加工型企业，经过近20年的发展，已经成长为国内乃至全球规模较大的ITO触摸屏生产企业。但我们仍然在应对我们面临的各种挑战：市场都是充满竞争的，僧多粥少的局面也已经在形成。只有适应市场的变化，与时俱进，不断提升竞争力，意力才能在充满竞争的市场上长远发展。

针对以上四点结合我司目前的状况与大家作个探讨：

1.员工的知识和技能

员工技能是指企业员工所掌握的工作技术和能力，这种技术和能力使员工能胜任其所在的岗位。

一个成功的企业，必定是那些帮助其员工充分发挥自己潜能的企业。我们应依托企业文化的参与和支撑，来增强员工的凝聚力和向心力，提升企业核心竞争力。让全体员工从思想上真正认识到提高劳动技能，一方面是自己生存的需要，另一方面是企业发展的需要，也是他们立足社会，实现自身价值的必然要求。从而增强整体的危机感和使命感。通过各种手段调动员工立足岗位技术的积极性，激发他们技术创新的热情。使全体员工感到学习技术光荣，做技术工人有出路、有奔头、有前途。提倡“一岗多能”，力争做到“精

一、会

二、懂三”，争当知识型员工。

为了提高员工的知识和技能，从而增强企业的核心竞争力，就要加大对员工的培训。企业员工培训，作为直接提高经营管理者能力水平和员工技能，为企业提供新的工作思路、知识、信息、技能，增长员工才干和敬业、创新精神的根本途径和极好方式，是最为重要的人力资源开发，是比物质资本投资更重要的人力资本投资。

有效的企业培训，其实是提升企业综合竞争力的过程。事实上，培训的效果并不取决于受训者个人，而恰恰相反，企业组织本身作为一个有机体的状态，起着非常关键的作用。良好的培训对企业好处有四点：① 培训能增强员工对企业的归属感和主人翁责任感。② 培训能促进企业与员工、管理层与员工层的双向沟通，增强企业向心力和凝聚力，塑造优秀的企业文化。③ 培训能提高员工综合素质，提高生产效率和服务水平，树立企业良好形象，增强企业盈利能力。④ 适应市场变化、增强竞争优势，培养企业的后备力量,保持企业永继经营的生命力。

2.公司的技术开发和创新能力

我司的电阻屏已相对成熟，然而市场信息一波又一波地冲击着我们的大脑，提高产品的设计能力和应用范围是当务之急。产品类型的多样化以及不断提高的客户要求，对我们的产品功能提出了更高的要求。第一、时效，如何快速有效地将客户需求吸收、转化为设计蓝本和样品，接着迅速地将新技术新工艺转化为生产力，是我们获取竞争优势的核心之一。第二，创建良好的研发环境和迅速的反应步伐也是关键。我司能在半年内迅速组建研发机构，和大力导入电容式产品生产，确实让公司看到更加光明的未来。趁此，我们需注意培养全公司创新的意识和精神，人人有创新之心，研发之劲，将其真正转化为企业文化，才会永远有创新。精神无处不在，我们的一切，竞争对手即使明天可以模仿，但他们不能模仿我们的精神！丰田的精益生产基本上是敞开大门让美国三大汽车公司学习的，因为丰田人知道模式可以模仿，但是丰田人的精神，对手是模仿不到的。.公司的管理和生产经营能力

管理也许更多地体现在协调、组织和控制上，另外也涉及到部门间横向的，也包括上下纵向方面。在ERP中不难看出我们的订单在生产过程中一直存

在着两件头痛的事：一张订单难以一次性产出满足客户需求的产品量，而出现反复补投的现象；其次是订单生产多出的库存浪费。其实这也是困扰很多工厂的一块心病，然而这两大问题又正是矛盾对立的。解决此矛盾可能就在于我们如何精准的拿捏投料的比例。我们的管理职能在此应该还有空间，需要各部门共同反思、探讨。如工程、研发方面在某一产品工艺改良后，需要将试产的真实良品率及时地反馈，计划部门对此作评估和及时调整投料率。生产部门要及时准确地将生产信息和数据记录。数据是一切分析、决策的基础，也是生产经营管理的基石，全公司需对重要的生产数据提高认识。总而言之，我们需要形成一种良性运作的机制去管理，从而更好地进行沟通与协调、组织与控制。

4.公司创造品牌和运用品牌的能力

生产摄影器材的日本佳能，是全球响当当的，它的光学技术是世界一流的。然而佳能公司能生产高端技术产品关键是使用了德国的莱卡镜片。以上所体现的关系，值得我们认真思考。我们是属于半成品生产和销售的公司，既要使用具有良好品牌的原材料，也要与一线品牌公司客户建立良好合作关系。因此，组织真正强有力的资源参与重要项目的开发，使其索求于我们的时候，也就是我司创造品牌的时机。山寨市场只是我们的过渡，待全面打入一线市场之时，需清醒迅速与其划清界限，独居鳌头即可自然形成品牌效应。

以上是个人对竞争力提升方面的见解。最后，借用某管理大师的一句话：“你的一切，对手明天可以模仿，但永远不能模仿你的企业文化”。企业文化实质是企业经营理念及其具体体现的集合，良好的企业文化是企业整合更大范围资源、迅速提高企业核心竞争力的重要利器。这也正好可以理解为什么企业核心竞争力是企业所特有的，他人不可模仿的。

研发中心 ：白震勇，王雪镅

**第五篇：江阴市以自主知识产权打造核心竞争力**

江阴市以自主知识产权打造核心竞争力

陈先发 包永辉

上传时间:2024-7-5 18:48:00

江苏省江阴市围绕自主知识产权打造核心竞争力，其１２项达到国际顶尖水平、百余项国内领先的知识产权，成了促进全市经济发展的灵魂。

选择一些牵动性强、辐射面宽的关键技术“穷追猛打”，形成自主知识产权，是江阴拓展经济潜能的一个秘诀。法尔胜光子有限公司在承担国家“十五”科技重点攻关项目“光纤预制棒产业技术开发”中，独创出一种混合工艺法，打破了国际上个别国家在光通信材料领域高端技术上的垄断，大规模生产光纤预制棒，其效益比普遍光纤增长百倍以上。兴澄特种钢铁有限公司在承担国家“十五”科技重点攻关项目“特殊钢引进工艺、装备消化吸收攻关”上，创出特殊钢电炉钢厂连铸比技术，使我国的骨干特种钢厂在生产流程、主体装备水平和主要经济技术指标达到国际先进水平。

在这些重点关键技术形成自主知识产权后，江阴在一大批高附加值产品上有了全球领跑能力，这批知识产权仅在材料产业形成的销售收入去年就达２００多亿元。鉴于江阴新材料产业形成强劲的牵动力，科技部于２００１年批准设立了江阴“沿江国家新材料产业带”。选择一批前沿产业、特色产业的核心技术“深钻穷究”，相对集中地形成“自主知识产权群”，提升了这些产业的整体竞争力。目前，江阴市已形成了８个领先全国、辐射国际的专品生产及出口基地，其精纺面料、中央空调及配件、软塑包装新材料、磷化工产品、特种钢、特种钢丝绳、花色灯芯绒、中药颗粒剂等产品，在国内市场上占了相当可观的份额。江阴培育自主知识产权的能力并非一蹴而就，在“江阴创造”之前，曾夯实了“江阴制造”的基础。他们对传统产业进行大规模技术改造、大跨度转移重组、大力度压缩淘汰，全市累计投入２００多亿元用于技术改造，先后引进了国外先进技术装备４２００多台套，使企业的技术结构和装备水平得到了“脱胎换骨”的改造和提升。

为形成持续的创新能力，江阴市财政逐年增加科技经费，设立了技术创新专项资金，并筹措建立科技型中小企业担保基金。同时，建立了社会化科技服务体系，健全了法律、财会、审计、评估、投资、咨询、产权交易、融资、技术咨询、技术孵化等中介机构，为企业技术创新提供了良好的外部服务环境。

在江阴采访，记者无时不为其经济的活跃度而感奋。江阴以占全国万分之一的国土面积、千分之一的人口，创造了超过全国三百分之一的国内生产总值。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！