

摘要

E 公司发展战略优化研究

21 世纪的前 20 年是消费互联网的黄金时代，消费是过去 20 年互联网的主题，以消费为主线，互联网迅速进入人们生活的方方面面，人们的生活方式和消费习惯受到了极大的影响。经过 20 余年的发展，消费互联网进入稳定发展期，产业互联网逐渐兴起。

目前，我国的产业互联网主要分为两个方向进行发展，一个方向是通过物联网技术，达到灵活调度协同制造，提高传统供应链的组织效率，达到降本增效的目的；另一个方向是具备综合服务能力的平台企业，利用较强的资源整合能力，打造数智化供应链，联通生产、物流、服务等环节，提供增值服务。众多传统制造型企业纷纷选择适合自己的方向积极进行战略转型，希望借助“互联网+”技术摆脱困境，实现高质量发展。但是受限于传统制造型企业所固有的思维模式，转型之路并非一帆风顺。与此同时，跨境电子商务使“互联网+外贸”的全新国际贸易发展新模式得以迅速发展。跨境交易实现了线上和线下相结合的模式，为企业打破贸易壁垒、降低交易成本、解决信息不对称、扩大销售渠道、提升品牌竞争力、实现战略转型等提供有力抓手。但是也要看到关联产业协调程度弱、专业人才匮乏、支付服务体系不畅通等问题为“互联网+外贸”的新模式的发展带来了新的挑战。

本文的研究对象是传统石油装备制造型企业 K 集团下属的 E 公司。通过研究 E 公司发展产业互联网并与跨境电子商务进行结合的现状，探究公司经营发展的着力点和支撑点。针对 E 公司采用的多元化发展战略结合公司所处内外部环境进行分析，找出公司战略推进过程中出现的问题，并提出优化建议，从而提高企业核心竞争力，在价值链中更具竞争优势，探索传统制造业的新发展道路，也为其他制造型企业进行转型升级提供参考。

本文主要内容如下：通过运用企业战略管理的相关理论和方法，采用文献分析法、案例分析法和定性分析法，从 E 公司所处内外部环境两个方面进行研究分析。在外部环境中，通过 PEST 分析法和波特五力模型对 E 公司所处的宏观环境和行业环境进行深入的分析，明确 E 公司面临的外部机会与威胁；在内部环境中，通过对 E 公司发展现状、营销能力、企业文化等多方面进行研究分析，深入探究公司自身的优势和劣势。最后，运用

SWOT 分析工具得出 E 公司的战略组合选择，并结合 IFE、EFE 矩阵进一步分析，选取最优发展方向，在研究分析的基础上，对 E 公司发展战略进行一定优化，使其更符合 E 公司发展现状。

关键词：

产业互联网，“互联网+外贸”，制造型企业，转型升级

Abstract

Research on the Optimization of E company's Development Strategy

The first 20 years of the 21st century were the golden age of consumer Internet. Consumption was the theme of the Internet in the past 20 years. With consumption as the main line, the Internet quickly entered all aspects of people's life, greatly affecting people's lifestyles and consumption habits. After more than 20 years of development, the consumer Internet has entered a period of stable development, and the industrial Internet is gradually emerging.

At present, the industrial Internet in China is mainly developed in two directions. One is to achieve flexible scheduling and collaborative manufacturing, improve the organizational efficiency of the traditional supply chain, and achieve the purpose of reducing costs and increasing efficiency through the Internet of Things technology. The other direction is to build a digital and intelligent supply chain, connect production, logistics, services, and other links, and provide value-added services for platform enterprises with comprehensive service capabilities, using strong resource integration capabilities. Many traditional manufacturing enterprises have chosen their direction to actively carry out the strategic transformation, hoping to extricate themselves from difficulties and achieve high-quality development with the help of "Internet plus" technology. However, due to the inherent thinking mode of traditional manufacturing enterprises, the path of transformation is not smooth. At the same time, cross-border e-commerce has enabled the rapid development of the new international trade development model of "Internet + international trade". Cross-border transaction realizes the combination of online and offline mode, which provides a powerful grip for enterprises to break trade barriers, reduce transaction costs, solve information asymmetry, expand sales channels, improve brand competitiveness, and achieve strategic transformation. However, we should also see that problems such as weak coordination of related industries, lack of professionals, and blocked payment service systems have brought new challenges to the development of the new model of "Internet + international trade".

The research object of this article is E Company, which is subordinate to K Group, a traditional petroleum equipment manufacturing enterprise. By studying the current situation of E

Company's development of industrial Internet and its integration with cross-border e-commerce, we explore the focus and support points for the company's business development. Analyze the diversified development strategy adopted by Company E in combination with the internal and external environment in which the company is located, identify the problems encountered in the process of promoting the company's strategy, and propose optimization suggestions, so as to improve the core competitiveness of the enterprise, gain more competitive advantages in the value chain, discover the new development path of the transmission and control manufacturing industry, and provide reference for other manufacturing enterprises to conduct transformation and upgrading.

The main contents of this paper are as follows: By using the relevant theories and methods of enterprise strategic management, using the literature analysis method, and the case analysis method and qualitative analysis methods, this paper studies and analyzes the internal and external environment of E Company. In the external environment, the PEST analysis method and Porter's five forces model are used to conduct an in-depth analysis of the macro environment and industry environment of E Company, and identify the external opportunities and threats faced by E Company; In the internal environment, through the research and analysis of the current development situation, marketing ability, corporate culture and other aspects of E Company, the advantages and disadvantages of the company itself are deeply explored. Finally, I use the SWOT analysis tool to get the strategic combination choice of E company and combine IFE and EFE matrix to further analyze and select the best development direction. Based on research and analysis, I optimize the development strategy of E company to make it more consistent with the development status of E company.

Keywords:

Industrial Internet, “Internet + International Trade”, Manufacturing Enterprises, Transformation and Upgrading

关于学位论文使用授权的声明

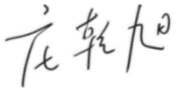
本人完全了解吉林大学有关保留、使用学位论文的规定，同意吉林大学保留或向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅和借阅；本人授权吉林大学可以将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或其他复制手段保存论文和汇编本学位论文。

(保密论文在解密后应遵守此规定)

论文级别：☒硕士 ☐博士

学科专业：工商管理硕士

论文题目：E公司发展战略优化研究

作者签名：

指导教师签名：

2023年9月3日

目 录

第 1 章	绪 论.....	1
1.1	研究背景与意义.....	1
1.1.1	研究背景.....	1
1.1.2	研究意义.....	2
1.2	研究内容与方法.....	3
1.2.1	研究内容.....	3
1.2.2	研究方法.....	3
1.3	理论基础与文献综述.....	4
1.3.1	理论基础.....	4
1.3.2	文献综述.....	4
第 2 章	E 公司发展现状与存在问题分析.....	8
2.1	E 公司简介	8
2.2	E 公司发展现状	9
2.3	E 公司存在问题分析	11
2.3.1	线上业务发展缓慢 线下优势利用不足	11
2.3.2	核心定价权缺失 线下业务面临冲击	12
2.3.3	过度依赖海外市场 国内市场发展不足	12
2.4	E 公司存在问题的原因分析	13
2.4.1	管理和专业人才匮乏	13
2.4.2	路径依赖过于严重.....	13

2.4.3 供应链建设不足.....	14
第 3 章 E 公司发展战略环境分析.....	15
3.1 E 公司外部环境分析	15
3.1.1 宏观环境分析.....	15
3.1.2 行业环境分析.....	18
3.2 E 公司内部环境分析	20
3.2.1 公司发展分析.....	20
3.2.2 公司营销能力分析.....	21
3.2.3 公司组织架构分析.....	21
3.2.4 企业文化环境分析.....	22
3.3 E 公司 SWOT 分析	24
3.3.1 优势-劣势分析	24
3.3.2 机会-威胁分析	27
3.3.3 SWOT 矩阵分析	30
第 4 章 E 公司发展战略优化方案与实施.....	33
4.1 E 公司发展战略目标	33
4.1.1 企业愿景与使命.....	33
4.1.2 企业发展战略目标.....	33
4.2 E 公司发展战略优化方案	34
4.2.1 加强战略联盟建设.....	34
4.2.2 重视国内国际双循环新发展格局	35
4.2.3 聚焦产品线与质量体系建设	35

4.3	E 公司发展战略实施	36
4.3.1	加强专业人才培养建设	36
4.3.2	加强自身品牌建设.....	36
4.3.3	加强供应链全链条制度体系建设	37
4.3.4	重视海外国内双市场建设	37
4.4	E 公司发展战略实施保障	38
4.4.1	共同价值观和企业文化的保障	38
4.4.2	人才和技能培养的保障	38
4.4.3	现代组织结构的保障	39
4.4.4	企业制度的保障.....	39
结 论.....		40
参考文献.....		42
致 谢.....		45

第1章 绪论

本章主要对论文的研究背景、研究意义、研究内容和研究方法，以及文章的理论基础和文献综述进行了阐述，从理论意义与现实意义两个方面出发，通过文献分析法、个案研究法，运用战略管理理论、竞争战略理论、PEST 分析工具、SWOT 分析工具，结合中外学者的研究成果，对产业互联网和“互联网+外贸”模式的相关问题进行论述。

1.1 研究背景与意义

1.1.1 研究背景

装备制造业是实体经济的基础，是国民经济的重要支柱，在国民经济链条上起着承上启下的重要作用，是“国之重器”，具有基础性、战略性的地位。装备制造业的发展关系到国民经济发展的方方面面，其发展水平是一个国家综合国力的重要体现。石油装备制造业产业之间联系密切、相关程度高、对技术和资金要求高，是装备制造业的重要组成部分。石油装备制造业的发展有利于促进区域经济发展，增强区域社会和谐稳定。高端石油装备的使用也助力节能减排和低碳环保政策的推广与实施。

自国家主席习近平提出“21 世纪海上丝绸之路”和“丝绸之路经济带”的重大倡议以来，“一带一路”政策的发展与落实情况得到国际社会广泛关注。截至 2022 年 7 月底，我国与“一带一路”沿线国家签署了近 200 份合作协议，经贸合作方面，无论是质量还是效益都实现了大幅度的提升。

与此同时，国产石油装备在国际买家群体中的认可度不断提高，“中国制造”在海外市场占据的位置越来越重要。目前，我国的石油装备从工具、零配件发展到技术附加值更多的成套设备。中国制造的各类石油装备大批量进入世界各地的高端市场，这标志着国际市场已逐步认可中国制造的石油装备的整体品牌。

产业互联网的兴起也为传统制造业转型升级提供了一种全新的模式，将实体经济与各类数字新基建深度融合，重塑企业形态，促进企业提质增效、绿色发展。发展产业互联网已经成为传统制造业打破僵局、转型升级的必由之路。

跨境电子商务使“互联网+外贸”的全新国际贸易发展新模式得以迅速发展。跨境交易实现了线上和线下相结合的模式，为企业降低交易成本、解决信息不对称、打破贸易

壁垒、扩大销售渠道、提升品牌竞争力、实现战略转型等提供有力抓手。但是也要看到关联产业协调程度弱、专业人才匮乏、支付服务体系不畅通等问题为“互联网+外贸”模式的发展带来了新的挑战。

1.1.2 研究意义

石油作为大宗商品之母，跟当下世界的运转息息相关。现阶段，出口石油排名前十的国家分别是沙特阿拉伯 (约 1336 亿美元)、俄罗斯 (约 1214 亿美元)、伊拉克 (约 833 亿美元)、加拿大 (约 681 亿美元)、阿联酋 (约 661 亿美元)、美国 (约 653 亿美元)、科威特 (约 420 亿美元)、尼日利亚 (约 410 亿美元)、哈萨克斯坦 (约 336 亿美元)、安哥拉 (323 亿美元)。其中绝大部分石油出口国不具备石油装备的研发与制造能力，主要依赖海外进口满足需求。我国石油装备产业以我国石油化工产业为依托，经历六十余年的发展，打下了坚实的基础，不少产品已经接近乃至达到世界水平，在世界石油装备制造业中占据重要地位。

根据当前我国石油行业的发展情况，我国石油装备制造业的生产水平远超国内需求水平。寻找新市场，开发新业务成为石油装备生产商经营发展的重中之重。借助产业物联网与跨境电子商务，积极开辟海外市场成为E公司发展的战略着力点。同时也符合“一带一路”发展的使命，一定程度上解决我国石油装备制造产能过剩的问题，促进我国自主品牌声誉的提升，对于我国跨境贸易发展以及经济增长具有重要的作用。

本文以E公司为例，通过对其相关的石油装备制造业产业互联网和电子商务发展的现状和趋势进行较为深入的调查，探讨新的经济形势下企业发展战略应进行的优化调整，找出企业新的市场形势下提高核心竞争力并确保其具有可持续性的战略措施。总体而言，本文的研究意义主要分为以下两个方面：

(1) 理论意义：本论文以 E 公司为案例，研究石油装备产业互联网与跨境电子商务的结合，探究公司经营发展的着力点和支撑点，并提出优化建议，提高企业核心竞争力，在价值链中更具竞争优势，成功走出传统制造业的新发展道路。为丰富和完善企业战略管理的相关理论提供实例支撑，也为石油装备产业战略发展提供理论参考。

(2) 现实意义：产业互联网和“互联网+外贸”成为国内制造业的新的经济增长点，对于促进我国制造业进行结构调整和转型升级起着重要的作用。E 公司作为国内首家油气能源垂直领域的工业品跨境产业互联网平台，以其为研究对象，对其发展战略实施所处的环境进行综合分析，针对发展战略实施过程中存在的问题，提出优化建议与保障措施，

促进公司更好的发展，也可为其他相似企业提供一定的借鉴。

1.2 研究内容与方法

1.2.1 研究内容

结合 E 公司运营状况，运用企业战略管理理论相关知识，科学分析 E 公司发展外部环境以及内部资源和核心能力，做出公司战略选择，提出战略优化建议。

第 1 章为绪论，本章主要研究传统石油装备制造业和跨境电子商务的背景和意义，同时介绍了本文的研究方法和研究内容，本文主要采用文献分析法、案例分析法和定性分析法三种研究方法。之后通过对国内外众多学者在“互联网+”与产业互联网背景下的相关研究进行分析和探讨，提炼出本研究涉及到的战略管理理论。

第 2 章为 E 公司发展状况及存在问题，本章主要对 E 公司的基本状况进行介绍，使人们对 E 公司的整体情况有一个初步了解。同时为了进一步了解 E 公司的发展情况，对其现状进行了深入地分析。最后对 E 公司所存在的问题进行阐述并分析，为公司发展战略优化提供方向。

第 3 章为 E 公司发展战略环境分析，本章主要运用 PEST 模型和波特五力分析模型对公司外部环境进行分析。同时通过对公司营销能力、组织架构和文化环境等方面进行公司内部环境分析。最后通过使用 SWOT 分析模型结合 IFE,EFE 矩阵得出 E 公司的战略发展方向。

第 4 章为 E 公司发展战略优化方案与实施，本章通过明确 E 公司的发展战略目标，提出 E 公司的发展战略优化方案。之后分别就发展战略优化方案的实施与保障提出相应的合理化建议。

1.2.2 研究方法

本文的研究对象是 E 公司发展战略优化，在研究过程中运用了如下研究方法：

(1) 文献分析法。通过搜集、鉴别、整理文献，并通过对文献的研究，形成对事实的科学认识，并在此基础上总结归纳出自己的观点。本文利用各类渠道对相关资料进行查阅和搜集，对所搜集的文献进行深入分析与对比并得出相关研究结论。在此基础上对 E 公司的经营状况和发展战略的制定情况进行调查，提出相应的发展战略优化建议。

(2) 案例分析法：把实际出现的问题作为案例，进行研究分析、判断，然后解决问题。

本位选取E公司为具体的案例对象,通过其经营的发展实际,对其内外部经营环境和相关的竞争力因素进行分析。从而进一步挖掘出传统装备制造业利用“互联网+”进行产业转型过程中出现的问题,并针对相关问题提出该公司发展战略优化的建议。

(3) 定性分析法:针对E公司的发展现状,其所处的内外部环境等进行综合分析,将理论与实际相结合,分析得出E公司的发展策略并作出对应的优化方案。

1.3 理论基础与文献综述

1.3.1 理论基础

(1) 战略管理理论:战略管理理论(Strategic management Theory)形成于20世纪60年代的美国,战略管理(Strategic management)是美国著名的战略学家安索夫首次提出,将战略从军事领域拓展到了经济管理活动。他认为,企业的战略管理是指将企业的日常业务决策同长期计划决策相结合而形成的一系列经营管理业务。

根据弗雷德·R·戴维的《战略管理》,战略管理过程(Strategic management Process)可以分为四个阶段:战略分析、战略制定和选择、战略实施、战略控制与评价。本文将按照戴维的战略管理理论对E公司进行战略研究。该理论主要运用在本文的第三章对E公司发展环境进行全方位的分析 and 第四章对E公司发展战略优化与实施进行深入的探讨。

(2) 发展战略理论:发展战略理论是关于企业怎样发展的战略理论体系。发展战略由愿景、战略目标、业务战略和职能战略四大部分组成。发展战略可以帮助企业明确发展的方向与目标,确定发展的速度与质量,找到企业的发展点,明确企业的发展能力,最终达到解决企业发展问题的目的,从而实现企业快速健康可持续的发展。愿景、战略目标、业务战略和职能战略构成企业战略自上而下的四个层面。上一层面为下一层面提供方向与思路,下一层面对上一层面提供有力支撑,它们之间相互影响,构成一个有机的发展战略系统。

企业发展战略一般有三种形式,分别是多元化战略、一体化战略、密集型战略。本文所研究的E公司主要采用多元化战略进行发展,根据第三章对企业所面临的内外部环境得出的分析结论,在第四章中提出企业多元化发展的优化建议。

1.3.2 文献综述

随着网络技术的进步,互联网的应用深入到社会发展的各个层面,全球经济发展也

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/568102047132006043>