# 企业如何做大做强,营销赢天下

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2025-03-28

*第一篇：企业如何做大做强,营销赢天下亲爱的企业家朋友您好：企业家都是一等一的演说高手，对语言掌控的越好，企业凝聚力越高，您是否也在思考以下关键：1.如何通过演讲统一思想轻松管理企业做大做强？2.如何通过演讲建立个人影响力成为行业领袖？3....*

**第一篇：企业如何做大做强,营销赢天下**

亲爱的企业家朋友您好：

企业家都是一等一的演说高手，对语言掌控的越好，企业凝聚力越高，您是否也在思考以下关键：

1.如何通过演讲统一思想轻松管理企业做大做强？

2.如何通过演讲建立个人影响力成为行业领袖？

3.如何通过演讲整合行业上下游资源成为全国领导品牌？

4.如何通过一场演讲成交2024万业绩的批发式演讲系统？

5.如何通过演讲打造企业超级团队，提升10倍效率？

6.如何快速掌握内部培训系统？如何即兴发表演讲？

7商业模式落后,缺乏赢利链

8、组织结构不合理,老板太忙

9、系统不标准,难以复制连锁店

10、品牌定位不清晰,营销渠道单一

11、没有长期规划,前景迷茫

12、执行力差,效率低下

13、定价不合理,利润不高

14、人才留不住,企业文化差

学习八大收获

1、帮你重建成功企业家的商业思维。

找准定位，理清企业发展方向，建立平台思维、系统思维、上市思维，帮助企业走向可持续化发展，实现多条腿走路，实现企业家从创业家到投资家的跨越转型。

2、创新和打造装饰企业独具核心竞争力的商业模式。

3、建立可持续发展自动运转商业规划系统

掌握基业长青的企业文化系统，让企业上下一心，自动运转。

4、掌握20种营销渠道、70种营销系统工具，轻松提升业绩300%。

5、建立工程部标准化流程化管理系统。

6、掌握企业“亮剑”团队可复制系统，让企业不再缺人才。

7、学习企业家财富自由的密码，实现人生家庭、事业、生活的自由和平衡。

8、通过平台，找到共同发展合作共赢的伙伴

参加对象：企业董事长，总经理，股东，部门经理等高管 培训对象：

主讲嘉宾简介：杨智伟老师

10年来杨老师和我们的团队研究并总结了100家中国区域第一品牌装饰企业的成功方法，100多位成功企业家的思维与经营智慧，1000多位消费者的消费心理分析。迄今为止，通过我们的精心研究，现已出售的主要著作有《中国装饰企业营销大全》、《中国装饰企业管理大全》、《家装企业系统管理资料》，成功开设的精品课程有《中国家装卓越团队执行系统高级研修班》、《超级口才与魅力领导特训班》、《颠峰销售绝对成交训练营》等。

他计划35岁实现财务自由，成为亿万富翁，他计划每年写2本书,成为百万畅销书作者，他写下108个目标，他计划帮助1万家装饰企业建立自动赚钱系统，让80%的家庭选择装饰企业装修，他希望让3亿家庭实现快乐装修服务，他是装饰行业的传奇人物，他没做过家装，2024年11月18日进入家装企业工作当天下午请教专家5小时学会家装知识和谈单方法，当月仅12天的时间签单25万，3个月成为经理人，个人在经理任期内月月超越目标，每年个人成交200多户，在展会中4天创下个人签单42单的业绩至今无人打破，2024年10月他开始为装饰企业提供营销咨询培训服务，他没有做过咨询培训,5年内协助12家企业实现亿元产值，45家企业实现5000万目标，300多家企业业绩突破千万，2024年7月他开始从事装企培训，短短2年受全国装饰行业协会和行业网站邀请至上海（篱笆网）、浙江协会、成都协会，湖南协会，昆明协会、沈阳协会、福州协会、南昌协会、常州协会等地区进行演说，成为全国装饰行业第一演说家，他曾向30多位世界大师学习，他拜访了全国100多位区域第一装饰名企学习成功经验，他的故事激励着数百万装饰行业从业人员，他获得多位装饰行业亿元名企董事长的推荐，2024年他又将经理人课程再次升级，2024年他将带领汇众创造行业奇迹实现产值10倍速成长，2024年经理人班学员人数突破12000人，他就是装饰行业奇才杨智伟。

企业总裁是企业最高管理者，为什么有些管理者领导下的员工能够尽心尽力，积极工作，而有些管理者领导下的员工却总是敷衍了事，得过且过？您的企业是否也有这样的现象？企业总裁如何拥有好口才，让企业业绩倍增是真正决定企业发展的关键，杨智伟老师装饰行业的实战派培训教练，将在9月18-20日开设家装精英演讲班，也是导师的弟子班，他讲传授毕生最受用的独门秘诀，让您迅速打开自我，瞬间突破，从此一生受用。

**第二篇：做大做强**

如何做大做强企业

房地产企业是竞争比较激烈的一种行业，从我们现在的实际角度出发。首先我们是国有房地产企业，我们有着强而有利的社会地位和条件。其次国有房地产企业，是一个让人可以依赖的企业。再次我们有着延长集团公司以及延长股份有限公司这样的强大后盾。除了这些先决的条件外，我们还需要优越的技术、人才、设备等条件。

比如：

1、一个好的决策团队。

想要一个好决策团队，就需要来自社会各方面的信息，掌握信息就好比掌握了一把有利武器。首先我们必须以政府部门战略目标为基础打好坚实的基础，其次我们需求大量其它信息。对于房地产公司来说信息就是财富，信息就是房地产企业生命中重要一部分。

2、一套完整的管理制度。

一套完善的管理制度是一个企业发展的起点的规范，详细明确部门的权限和权力，详细明确了每个岗位的职责和权限，可以使得工作的效率大大的提高。这也是一个好的企业所必备的基础。

3、现代化的专业技术人员。

一个规模比较大的房地产企业，各类技术人才是必不可少的，具有专业素质和丰富经验的专业人员是必备的。专业技术人员的必备是企业的基础，只有将基础夯实企业才有可能真的变大变强。

4、现代化的设备及其工程软件。

21世纪10年代是数字的年代，从最常见的办公自动化软件外，如：

预算有广联达软件、财务有电算化软件、工程技术outCAD制图软件、生产运行MES系统软件、市场营销有市场营销模拟软件等等现代化的软件。对于一个想做大做强的房地产企业来说也是不可缺少现代化软件。

5、熟悉业务流程。做大做强企业熟悉流程也是必备的，比如房地产开部分流程：

一、房地产开发项目的立项和可行性研究阶段的法律程序：

1、选定项目，签定合作意向书 ；

2、初步确定开发方案 ；

3、申报规划要点；

4、申报、审批项目建议书；

5、编制项目可行性研究报告；

6、申报、审批项目可行性研究报告。

二、房地产开发项目立项和可行性研究阶段的相关税费：

1、可行性研究费；

2、建设工程规划许可证执照费；

三、房地产开发项目的规划设计和市政配套等等一系列的流程。

以上所述就是我个人对企业做大做强的一些想法，感谢领导的阅读，并做出指导。

**第三篇：做大做强本土企业发言稿**

做大做强本土企业发言提纲

尊敬的各位领导、同事：

大家好，本土企业作为一种特殊的产业组织形式,显示出了强大的生命力和经济活力，为地方经济和社会发展作出了重要贡献，现就结合部门职责对本土企业的发展情况及建议谈一下看法。

一、基本情况

大多数本土企业是在艰苦条件下成长起来的，企业正从发展初期向中期转变，向着更合理、更科学的方向发展，具有强大的生命力和经济活力。但本土企业的发展并没有得到足够的重视，受到各种客观条件的限制，企业发展严重受限，面临不少问题。

（一）我县大多数本土企业规模不大，进入垄断性行业的难度大，一般从事的是竞争性行业，行业风险相对较高，抵抗经济周期波动的能力较弱。其所从事行业大多为传统制造业，产业结构不合理，产品缺乏核心竞争力，缺乏资源优势。部分企业并未形成正确的环境保护观念，过于注重经济效益和成本投资，对于无直接经济收益的环境保护及其管理工作而采取忽视的态度、环境保护管理制度不完善、环保设备队伍技术落后，难以节能减排。

（二）我县逐步形成了三大特色产业集群。一是家具制造，有\*\*家，主要分布在\*\*办事处。二是木材加工，全县板材加工企业有\*\*家，主要分布\*\*\*。三是厨具制造，\*\*\*家。这些企业手续基本不齐全，用地多为农业用地，无法办理环保等相关手续。在清理、整治“散乱污”行动中，因“散乱污”被取缔近一半。

（三）我县工业园区稀少，多数工业园区没有任何手续，缺少规划、环评，导致按规定要求必须进园的建设项目无法落地。

如何解决好这些问题将关系到整个本土企业的做大做强。为此，提出如下建议：

二、工作建议

（一）落实责任，加强服务。落实主体责任，强化责任担当，坚持把做大做强本土企业的工作扛在肩上、放在心上、抓在手上，真正做到主动部署、主动上门、主动协调。关注中小企业的成长，完善助推本土企业发展的服务体系，促进大中小企业协作配套。特别是在产业链延伸、拉长过程中，要加大对成长性强的中小企业的扶持力度。避免企业走弯路、误时机，最大程度节省了企业的运行成本。

（二）补齐发展短板，适应环保新常态。引入新技术、新产业、新业态、新模式。加强环保与能源、旅游等经济社会产业的深度融合，优先选择国家支持的新兴产业、占地面积小和资源消耗少的发展项目。推动企业淘汰燃煤锅炉进行煤改气，积极推行超低排放改造，对重点、绿色项目开辟“快速通道”，支持大众创业、万众创新，帮助项目孵化、落地、壮大、成熟，直至走向全省乃至全国。

（三）创新理念，汇聚经济社会发展的新动能。对当前的基础设施进行改造升级，对未来的产业布局进行优化完善，科学确定各种规划区域基础设施空间布局和建设时序。加快工业园区规划、环评手续报批，推动产业成片化集聚发展。加强园区基础设施建设，强化产业发展的基础设施保障，解决水、路、电等设施问题，吸引企业入园生产，形成行业集聚，加快产业融合，统筹配臵生产要素，提高资源利用效能，努力实现规划“一张图”、建设“一盘棋”。

（四）消除束缚，简化审批。消除阻碍企业做大做强的因素，能减则减，能改则改，能废止的要废止，抽掉旧产能的“釜薪”，使企业快速向新动能驱动转换。在提高行政审批服务效能方面，要在审批环节适应新兴经济领域市场主体变化快、业态新、规模小等特点，及时简化审批流程，提高行政审批效能。

（五）优化和完善促进各类企业快速发展的政策环境和发展环境。一是为本土企业发展提供公平竞争的平台。对外来企业和本土企业一视同仁，对外商外资企业给予的政策倾斜和优惠条件，同样也应该适用于同质同类的本土企业。同时，将本土企业名优特产品纳入《政府采购目录》，在技术、服务等指标满足采购需求前提下，优先选择本土中小企业的产品和服务用于政府投资建设的项目。二是制定专项培训政策，力争在本土人才培训的对象上实现全覆盖，主动加强与学校的合作，积极探索政府、高校、企业、职业培训机构“四位一体”的人才培育培训新模式，培养优秀人才。

（六）提供资金扶持、优化融资环境。加大资金扶持，通过“以奖代补”的方式着力打造、扶持绿色、新兴产业，对重点企业按规定给与税收扣减政策。建立政银企对接制度，完善多元化融资渠道，加强同政策性银行、商业银行、非银行金融机构的广泛合作，改善信贷融资结构，引进风投、融资租赁公司等，多渠道、多形式解决融资难，全力推进企业应急互助基金，与银行合作推出“助保贷”业务，有效缓解企业还款压力。以上汇报不当之处，请各位领导、同事批评指正，谢谢！

**第四篇：做大做强主导产业**

做大做强主导产业，打造西山产业强镇

——在建委产业建园流动现场会上的发言

xx镇党委、政府

（2024年10月13日）

各位领导、同志们：

大家好！

开展栽果建园和道路绿化工作，既是贯彻落实二轮突破西山规划的具体体现，又是进一步增加群众收入，实现生态良好、生产发展、生活富裕，建设社会主义新农村的重要前提和保障。xx镇做为西部山区的产业大镇，近年来，镇党委、政府始终把主导产业开发工作摆在突出的位置来抓，在全镇广大干部群众的共同努力下，主导产业发展取得了一定的成效：全镇现有花椒320万株，折合4.2万亩，优质苹果5000亩，核桃4924亩。

今年以来，我镇坚持“壮大规模，示范引导，提升品质，做大做强”的思路，围绕打造西部山区产业大镇、产业强镇的目标不动摇，突出重点，突破难点，走非均衡发展道路。今年春季全镇共新栽补植花椒5360亩，1苹果680亩，核桃1200亩，其中新建百亩以上花椒示范园3个，新建百亩以上核桃示范园3个。栽植五角枫、塔柏、杨树、冬青、小叶女贞、雪松、白皮松12923 株，绿化道路3条，7公里，广场绿化7处。西明村投资8万元，高标准绿化通村主干道3公里，成为我镇道路绿化新亮点。

一是抓规划，因地制宜促发展。镇党委、政府根据我镇的产业发展现状，制订了全镇产业发展十二五规划，今后五年的发展思路是：稳定花椒面积，逐步增加核桃、苹果面积，花椒、核桃、苹果产业发展的比例为5:3：2，产业发展十二五总目标：到2024年全镇花椒面积稳定在4.5万亩左右，苹果面积达到1.2万亩，核桃面积达到1.5万亩，粮食面积减少到7000亩，产业收入占家庭经营收入80以上%。

同时指导各村因地制宜，提出了各自的发展目标，明确了发展方向，统一了认识，形成了共识。目前，全镇14村，村村都明确了主导产业，其中青川、姚花沟以发展苹果为主，宁里巴、西明、西冯、太安、姬家沟、东一村以发展花椒为主，三寺、放马沟村重点发展核桃，山明村以发展核桃、肉牛为主。今年各村在主导产业发展上都能注重更新发展理念，树立现代农业的发展模式和发展思路，注重将合作社的发展和利用农民进城、外出务工的有利机遇，引导群众土地流转做为今后发展的重点，为以后规模化、合作社化经营打基础。

二是抓宣传，增强发展意识。面对去年花椒遭受冰雪冻害后部分花椒树死亡，严重影响群众发展产业的信心实际情况，镇党委政府通过开展调查研究和召开座谈会的形式，进一步坚定了今后发展花椒核桃苹果产业的思路。组织党员干部深入村组农户给群众讲政策，对比算账，引导群众进一步增强发展产业的信心和积极性，发动广大干部群众栽果建园，弥补灾害损失，全力打造产业强镇。

三是抓示范，发挥典型带动作用。今年在示范园建设中我镇突出政策引导，在栽果建园中优先发展连片示范园。实行项目政策向示范园倾斜，将建委提供的苗木优先向示范园供应，将退耕还林政策优先满足示范园。对能发动起群众，有利于规模化发展的产业园优先扶植；对村干部重视，群众积极性高的示范园重点扶植。

通过政策激励，今年各村建设示范园的热情高涨，目前已建成百亩以上各类示范园6个。在抓好示范园建设的同时注重培养产业大户，充分发挥带头人的示范带动作用，使周边干部群众学有榜样，赶有目标，不断提升产业发展水平。

四是抓管理，向管理要效益。我们以示范园、大户为重点，大力推广高效实用栽培、无害化生产、测土配方施肥等科学技术，今春共组织技术人员到各村开展苹果、花椒、核桃技术培训6期，培训群众700人次。引导群众及时修剪清理去年冻害果园，开展施肥、喷药、除草和病虫害综合防治，逐步增加果园投入，提高管理和作务水平，确保受冻果树恢复长势，增强抵御灾害能力，逐步恢复产量。

虽然我镇在产业发展方面做了一些工作，但也存在产业园管理整体水平不高、产业缺乏自己品牌、销售的还是初级产品等问题，我们在今后的产业发展中将逐步解决。下一步我们重点抓好：

一、进一步统一思想，提高认识。我们将通过召开会议，宣传动员广大干部群众树立产业发展意识，充分

认识开展建园和道路绿化的重要性和必要性，全镇上下一条心，全力开展好秋季产业建园和道路绿化工作，全面完成任务。

二、进一步明确任务，强化措施。我们将安排专人，进村入户，调查摸底，全面分解建园任务，做到统一规划、统一栽植、统一技术指导，确保“栽得下，管的好，能成活”，使我镇产业发展再上新台阶。

三、进一步加强督促检查。在建园和道路绿化工作中，为确保建园质量和进度，我们将成立督促检查组，巡回各村进行督促检查和指导，及时解决出现的栽植不规范、不按规划栽植等问题，确保建园进度和质量。

我们将借今天会议的强劲东风，努力向兄弟乡镇学习，认真总结，狠抓落实，把秋季建园和道路绿化工作做好，使全镇产业发展和环境美化更上一层楼。

谢谢！

**第五篇：怎样才能把企业做大做强.**

怎样才能把企业做大做强

文章标题：怎样才能把企业做大做强

一个公司从诞生之日起，首先出现的就是公司控制权问题，这个问题只有少数公司在酝酿成立之初就解决得很好，但大多数公司在这个问题上马马虎虎，以致在公司后来的发展中产生不良的影响。市场经济给了每一个企业家以平等竞争的地位，但如何在竞争中取胜，是一个非常严肃的问题。特别是对刚刚完成了原始积累的民营企业

家和刚刚由国企改制为民营企业的企业家，其企业正在向现代公司扩张或形式上改为现代公司，但其所面临的困惑会更多。当今的市场竞争日益激烈，而作为企业管理最高境界的企业文化，企业家们对其还没有充分的认识。一个企业没有自己的优秀的企业文化，就解决不好核心价值观的问题，就很难形成企业的核心竞争力，这样的企业在市场竞争中是很难取胜的。而企业的核心竞争力形成后，还要根据自身的优点和长处，企业自身所处的市场环境，制定适合自己企业竞争发展的经营战略。如果想将企业做好、做强、做大，我想应该解决好这三个问题。

一、企业家首先要在公司治理方面解决现代公司控制权取得问题

（一）公司的历史

历史上最早出现的公司并非“商业公司”。荷兰1602年组建的东印度公司，不仅具有从好望角到合恩角的一切地区和海域的贸易垄断权，而且还有宣布战争和终结战争的至高无上的权力。从时间次序上来说，先出现的是无限责任公司，然后是两合公司，最后才是股份公司。而真正现代意义上的公司形成于二十世纪的二十年代至九十年代。

（二）什么是现代企业及公司治理结构

现代企业是相对古典企业（个体和个人合伙企业）提出的一个概念，是指有限责任公司和股份有限公司。谈到现代企业，必然涉及到现代公司治理结构的规范运作。公司治理主要涉及三方面内容：一是公司控制权的配置和行使;二是董事会、经理人员和职工的监控以及对他们的工作绩效的评价;三是如何设计和实施激励机制。公司治理的核心是公司的控制权的设计和取得。终生研究权力的美国著名经济学家约翰•肯尼思•加尔布雷思在《权利的分析》一书中认为，权力的三种来源是“人格、财产和组织”，并且“在现代社会中，组织是最重要的权力来源……如果人需要行使某种权利，它必须借助组织。”而企业家建立现代公司制度首先要解决的就是公司控制权的设计、取得和长期控制问题。

（三）、公司控制权的取得

控制权是公司制度所特有的产物。何谓控制权？这犹如政治领域的主权概念一样，是一种不可捉摸、难以界定的术语。但在理论上可概括为如下四种：（1）透过几乎全部股票所有权的控制形态。代价太大，受企业家个人财产的制约。是一种非常古典的投资做法。

（2）简单多数控制形态。代价相对大，而且只达到控股的半数，重大事项要 2/3以上控股才能解决。

（3）透过法律机制的控制形态。一般来说，上述两种控制形态投资大、代价昂贵，因而不是谋取公司控制权的最佳途径。就现代公司而言，主要可以采取“嵌套”式或称“金字塔”式所有机制、普通股与无投票权优先股复合机制、及投票权代理机制三种。

普通股与优先股复合机制是当代最先进的投资控股形式，董事长出资11％即可达到简单多数控制，进而取得公司控制权；结合建立独立董事制度，引进先进的理念，科学公平的评价董事、总经理、职工的工作绩效，从而建立合理的激励机制，圆满完成先进的公司治理结构。

企业家按上述方式建立公司后，在资源优化组合、互补的基础上，还可以不超过建立的原公司的注册资金的50％向外投资建立子公司或控股公司，进行公司的并购重组，以满足自己发展规模的需要，此过程可周而复始。这就是“金字塔”形式所有制。

（4）经常控制形态。西方公司的做法，在我国不常见。

二、建立自己优秀的企业文化

德鲁克曾提出企业的三个思考，第一个问题，我们的企业是什么？第二个问题，我们的企业将是什么？第三个问题，我们的企业应该是什么？做为企业家接下来的问题是：第一、如何看待顾客；第二、如何看待员工；第三、如何思考和定义竞争；第四、如何考虑对社会和环境的责任；第五、如何考虑合作与竞争；第六、如何认识成本和利润等。

不管是大小企业，要想得到长足发展，企业家必须要在企业中建立先进的企业文化氛围，并将先进的企业文化融入完善的企业规章制度，树立核心价值观，从而产生核心竞争力、凝聚力，使企业所有员工对企业产生归属感，使企业时时处在朝气蓬勃、蒸蒸日上的状态。

（一）企业文化是什么？

广义上说，文化是人类社会历史实践过程中所创造的物质财富与精神财富的总和；狭义上说，文化是社会的意识形态以及与之相适应的组织机构与制度。而企业文化则是企业在生产经营实践中，逐步形成的，为全体员工所认同并遵守的、带有本组织特点的使命、愿景、宗旨、精神、价值观和经营理念，以及这些理念在生产经营实践、管理制度、员工行为

方式与企业对外形象的体现的总和。

（二）企业文化的特质，1、历史性。，企业文化是历史的产物，必定带有历史的烙印，折射出大到一个时代，一个国家的一定时期，或者一个民族、一个地域，小到一个地方区域的经济与文化特征。

2、人本性。当衣、食等最基本的生存需求得到满足，人们需要满足交流的需要、给予的需要、被尊重的需要、个人价值实现的需要等等。企业文化是一种以人为本的文化，着力于以文化因素去挖掘企业的潜力，尊重和重视人的因素在企业发展中的作用。

3、复杂性。成功是不能复制的，企业文化也同样不能拷贝。把别人成功的企业文化照搬照抄教条行事，或者如赵括纸上谈兵一样将优秀的企业文化奉为金科玉律，试图找到放之四海而皆准的真理，最终只会害了企业。

4、动态性。一个企业的企业文化一旦形成，就具有在一定时期之内的相对稳定性。随着企业的发展以及企业生存环境的变化，企业文化也随之发生改变。有一种说法叫做“呈螺旋式上升状”，这其实是一种理想状态下优秀的企业文化的发展态势。）

5、有机性。企业文化是一个整体有机系统，企业文化的各个构成要素以一定的结构形式排列，各个要素相对独立，各司其职。同时，企业文化又是一个系统工程，是一个严密有序的有机结合体，三、一个企业如果想生存，他的产品就要有市场，如果想扩大规模，就要为自己的产品开辟更大的市场，在企业占有市场、开辟市场过程中，根据自身特点、优点和市场环境建立适合自己发展的一套经营战略是至关重要的，也是企业占有市场、开发市场的胜利保障。

（一）企业的经营战略，是指指导企业走向未来的行动纲领，它具有以下几个特征：

（l）目的性。战略的制定与实施服务于一个明确的目的，引导企业在变化着的竞争环境里生存和发展。

（2）长期性。战略不是着眼于解决企业眼前遇到的麻烦，那是策略所要解决的问题。战略的着眼点是迎接未来的挑战。

（3）对策性。这里所说的对策性有两重含义：一是面对环境变化的挑战，设计走向未来的对策；二是根据同行业竞争者的战略设计企业的战略以保持企业的竞争优势，从而使战略具有对抗性。挑战也好，对抗也好，都表明了一种进攻的态势。

（4）系统性。战略是指导企业全局的对策与谋划。必须从企业取得长期稳定发展这个全局出发，为解决各种经营问题制定一个行动纲领。

（二）确定企业的经营范围应遵循的原则：

（l）集中优势的原则。企业资源的有限性将迫使企业集中主要力量形成拳头去寻求产品优势。如果企业的资源使用过于分散，就会使企业失去整体优势。（2）相对稳定的原则。相对稳定并不是指产品几十年一贯制，而是要避免由于产品范围的频繁变换损伤企业元气。

（3）合理性的原则。合理，是指确定和调整企业经营范围一定要从企业实际出发，要保持企业优势。

（三）通用的竞争战略

1、成本领先战略原则成本领先也许是三种通用战略中最清楚明了的。在这种战略的指导下，企业决定成为所在产业中实行低成本生产的厂家。

2、别具一格战略原则在别具一格的战略指导下，一个企业在客户广泛重视的某些方面力求在本产业中独树一帜。如家装市场，为满足客户在短时间内购得全套用于家装的商品，可采用“一站式购买，自由退、换货物”原则的服务品牌，来扩大自己的销售市场。

3、集中一点战略原则这种战略与其它战略截然不同，因为它是以在一个产业内狭窄的竞争范围里进行选择为基础的。集中一点的企业，选择一个产业里的一个部分或一些细分市场，使其战略适合于为这部分市场服务而不顾及其它。如一个化肥生产厂家可以从原来的简单生产氮肥，改为生产专为某一区域的土壤性质相适应的复合肥，企业通过完善适合其目标市场的战略，谋求在它并不拥有全面竞争优势的目标市场上取得竞争优势。

4、企业采用了每一种通用战略但却又一无所成，这叫做“夹在中间”。夹在中间没有任何竞争优势，这种战略性地位通常是经济效益低于平均水平的一剂救命药方。由于成本领先的企业比享有别具一格的形象的企业和集中一点的企业在各个部分市场上处于更为优越的竞争地位，夹在中间的企业将只好从劣势地位上去竞争了。如果一个夹在中间的企业侥幸发现了有利可图的产品或客户，拥有持久性竞争优势的竞争厂商们就会迅速地来把硕果攫取一空。在大多数产业里，不少竞争厂商是夹在中间的。

做为一个律师，提出上面问题的目的，是想协助企业家解决好公司治理（控制权的取得和巩固）、建立先进的企业文化及管理制度，制定经营战略，协助企业家解决他们面临竞争复杂的市场，如何把自己的企业做好、做强、做大，从而实现双赢。我的宗旨是：用我的知识和能力打造一批优良客户，打造一批真正的企业家，或者说商界巨鳄，让企业家在竞争中实现自我的人生价值的同时，完成我本人的价值实现。

《怎样才能把企业做大做强》，欢迎阅读怎样才能把企业做大做强。

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！