

基于核心竞争力的企业文化建设研究

——以京东集团为例

吕艳

(贵州财经大学, 贵州 贵阳 550025)

【摘要】在越来越重视知识经济发展的21世纪,企业间已从科学技术的竞争逐渐步入企业文化的竞争时代。核心竞争力的形成和主导是每个企业都想占有的,而优秀的企业文化建设是企业提升核心竞争力的必要手段。京东集团作为中国电子商务领域的代表性巨头,深刻地意识到企业文化的重要性,企业文化的塑造和发展对自身的核心价值和竞争力提升产生重要的影响。

【关键词】企业文化; 京东; 核心竞争力

【中图分类号】F270 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1674-0688(2021)06-0227-03

只有适合企业的企业文化才是优秀的企业管理文化,因为每个企业所处的市场环境不同,这就意味着每个适合自己企业的优秀管理文化都被认为是独特的,都被认为是完全适合企业所处市场环境的^[1]。企业管理文化并不是一味地模仿,而是要在模仿中找到属于自己企业的文化灵魂。优秀的企业管理文化不是自然形成的,而是得到企业高层领导的大力支持和倡导,并且是企业的全体成员在长期的企业管理实践中通过共同努力塑造而最终形成的。现从京东集团(简称京东)的企业文化发展探讨基于核心竞争力的企业文化建设。

1 京东的发展过程和业务状况

2013年5月6日,京东商城在完成内部测评并达标后,正式步入广大消费者的日常生活,顾客可以在京东商城上购买和选择自己喜欢的服务和商品,这是近年来京东在“一站式购物平台”的战略和业务布局上的又一次探索和发力,目的是为了更多的消费者享受线上购物的方便和乐趣,在家就能购买盐、米等基本生活用品。

京东商城首次上线的商品种类极其繁多,涉及生活的方方面面,有基本生活必需品、休闲时打发时间的食品、劳累时需要补充的功能型的饮料,可以满足不同消费者的需求;与传统行业不同的是,现今的京东商城消费者可以选择很多种类的商品,哪怕是一瓶矿泉水、一包饺子,消费者都可以随意选择购买数量,还能享受京东送货上门的服务。京东还给消费者提供看见商品后再付款的服务,真正帮助用户实现购物的“多、快、好、省”。

众所周知,京东的互联网企业文化和价值观是客户为先、团队精神、诚信、激情和创新^[2]。在当今变化莫测的社会和市场经济中,一个成功的企业要实现持续健康发展,就必须建立一套适合自己企业的企业文化和价值观。

2 京东企业文化的内涵

合作:随着世界经济复苏和全球化进程的加速,电商的市场竞争日益激烈,在瞬息万变的电商市场里,京东要奋勇前行,再接再厉。京东应加强与盟友的真诚合作,不论何时何地也不要抛弃盟友和合作伙伴。

诚信:如今的京东在其发展上始终秉承京东“先人后企、以人为本”的经营理念,在诚信的合作关系基础上逐步建立与京东用户、供应商、投资方等其他多方主体和合作者之间最为融洽的长期合作和投资关系。

交友:如果将京东比喻成一辆急速在轨道上奔跑的火车,那么用户、员工、投资方、供应商等则是轨道和火车的主要组成部分,只有大家亲密沟通和合作才能让火车继续前行,不然火车就会脱轨,停滞不前,迷失方向。京东在合作的整个过程,竭力把所有的客户及合作方等都当成自己的家人和朋友,不但有利于生意上的合作,还有利于情感方面的沟通和交流。

3 京东的核心竞争

3.1 京东商城

京东商城自问世以来,一直坚持自建物流,重视“京东自营”的效率,通过技术手段降低供应链成本,提高供应链效率。早期B2C领域扩展时,一个商品要从供应商到消费者手中往往要经过很多程序,耗费大量的成本和时间。“京东自营”的出现,一方面可以提高物流的效率,另一方面可以给供应商带来很多便利。众所周知,京东在全国设有自己的仓库,一方面可以提高物流速度,让消费者可以享受更快、更好、更及时的物流体验,另一方面可以降低供应商的仓储成本,稳固与供应商的合作关系。

【作者简介】吕艳,女,贵州威宁人,贵州财经大学硕士研究生在读,研究方向:行政管理。

3.2 京东金融

京东金融可以为供货商、卖家、消费者提供便捷的金融服务。“京东白条”的出现,为很多消费者提供了可以提前消费的体验,同时一定程度上提高了消费者的购买能力。“京东白条”可以根据每个人的征信衡量专属额度。对于京东来说,京东金融是京东商业模式的需要,商业模式是每个企业的盈利手段,适合自己企业的商业模式是企业生存与发展的长远之计。

3.3 农村电商:“3F”战略为农村、农业、农民创造价值

农村电商发展前景良好,所以实施“3F”战略是很有必要的。一是工业品下乡,让农民能够花费最小的成本买到最优的原材料,让农民享受到来自京东的关怀。二是农民金融,为农民提供金融服务。三是生鲜食品,与永辉超市紧密合作,建立最好的生鲜供应系统,让农民赚到钱,消费者能够放心、安心地购买食品。

4 企业核心竞争力与企业文化的关系

4.1 企业文化对企业的意义和价值

企业文化建设可以帮助员工理解、认可企业,愿意为企业努力奋斗,可以团结员工,增强员工凝聚力。员工能够意识到自己的利益与企业的发展有关,可以形成一定的价值导向。优秀的企业文化对企业和全体员工都有着潜移默化的影响,并且这种影响是深远的。对于企业而言,优秀的企业文化可以帮助企业提升竞争力,节省企业管理成本,提高员工工作效率。优秀的企业文化无形中对员工的精神起到激励和鼓舞的作用,企业文化氛围和企业价值观的导向在本质上是是一致的。

4.2 京东企业文化对核心竞争力的作用

4.2.1 真诚的合作对其核心竞争力的作用

众所周知,京东永远不会抛弃自己的盟友和合作伙伴,真诚合作增加了京东和合作伙伴的诚意,供应商、合作方都保持跟京东合作,使京东在变幻的市场中减少商品断链问题。

4.2.2 诚实守信对其核心竞争力的作用

诚信既是京东的一项行为准则,也被认为是京东的一项职业道德规范。无论是做人还是做生意,都不能离开诚信,失去了诚信,终究会一事无成、一败涂地。京东秉承诚信的原则,无论是允诺消费者或合作方,都会遵守约定。诚信待人取得了消费者、合作方的信任,增强了消费者的满意度和忠诚度,稳定了与合作伙伴的关系。消费者忠诚度的提高和消费者数量的增多,也给京东核心竞争力带来很大的提升。

4.2.3 真挚交友对其核心竞争力的作用

只有待他人以温暖,才会值得他人以真情相待。京东竭力与每一个合作伙伴成为朋友,让它们感觉到朋友般的温暖,增强彼此之间的感情,并竭力帮助每个合作伙伴,让它们更加信任京东。在疾速发展的市场经济中,能有京东这样实力雄厚的

合作者,对合作方来说是非常有利的,同时京东可以大幅度减少与新合作方的开发成本,保证产品质量。

5 电商企业提升文化核心竞争力的障碍

5.1 对企业文化的重要性认识不够

部分企业高层管理者对企业文化存在的重要性认识不够,认为企业的文化不能给企业发展带来直接的效益,不愿意耗费太多的时间与资源发展企业文化,不努力打造真正属于自己企业的优秀文化。京东的管理层重视企业文化建设,针对企业文化建设召开了若干大型会议,提出了提升企业文化的相关举措,集中大量的资源与精力加强企业文化建设,从而在重压下脱颖而出。所以,企业必须清醒地意识到企业文化的重要性,它虽然短期不能给企业带来可观的利润,但是它可以为每一个企业的长远发展战略目标提供服务,增强企业与员工间的联系与凝聚力,让每一位员工更加认同企业,让每一位员工更加努力奋斗。企业文化是每一个企业的重要精神支柱^[1]。

5.2 对企业文化的建设太过形式化

很多企业认为企业文化建设就是开展各种形式化的活动,这些形式化的活动对企业文化建设起不到很大的作用。同样,这些组织活动并不会给员工带来归属感,并不会增强员工彼此的凝聚力。所以,企业要从根本上发展企业文化,认可企业文化。京东在每次国家重大灾难来临时都承担着重大的社会责任,捐献各种物资,为社会的稳定发展贡献出了自己的一分力量。疫情期间,京东把库存的口罩送往前线阵地,这种社会责任担当精神值得很多企业学习和效仿。

5.3 缺乏独特的、鲜明的企业文化特色

很多企业品牌文化缺乏独特的、鲜明的企业文化特色,缺乏个性。很多企业并不是根据自己一个企业所处的市场环境,结合企业文化经营模式和理念去发展企业品牌文化,而是一味地追求效仿其他的企业。对于其他企业而言,其他企业的品牌文化并不一定适合自己,只有适合自己的企业品牌文化才是最优秀的,才是值得企业去学习和发展的。很多大型企业都有鲜明的企业品牌文化,比如“华为”的狼性企业品牌文化、“蒙牛”的甘居第二的企业品牌文化。因为每个企业所处的行业、环境、经营状况不同,所以只有加强企业文化建设,企业才能在重压下提升自身核心竞争力^[4]。

6 电商企业文化优化的一些建议

6.1 发展适合自己企业的优秀企业文化

企业要努力打造一个真正适合自己的优秀的企业文化,以适应企业内外部环境的要求。每个企业所要身处的社会发展环境、经济发展环境、文化发展环境、行业环境不同,可以有互相借鉴的地方,但是并不是一味地模仿,对于企业而言,只有

(下转第231页)

者预期的价值和体验”终极使命,“中国真龙”新站位,“海到尽头天是岸”新主张,“努力实现消费者对真龙品牌品质百分之百认同,对真龙品牌服务百分之百认可”新的经营理念,“大配方、大工艺、大品类”产品理念,“能者多得、人人有为、有为有位、有为有名”用人理念,“上不封顶,下要托底”绩效分配理念等,提炼、融入新文化理念体系。重点梳理和构建实现广西中烟发展战略所需倡导和践行的价值观,并围绕价值观有针对性地提升企业文化理念体系,以文化支撑、服务战略。

3.3 开展专项文化建设

专项文化建设是推动企业文化融入企业经营管理的重要途径。广西中烟需要充分发挥各相关部门(单位)的主观能动性和创造性,围绕企业高质量发展的关键要素,持续开展创新、质量、品牌、廉洁、安全等专项文化建设,促进企业文化融入企业经营管理。

3.4 加强企业文化宣贯

一是大力开展企业文化内涵的传播宣贯。通过宣讲、培训、研讨等多种形式,充分运用广西中烟宣传平台传播企业文化理念及内涵,促进广大员工更好地认知、认同企业文化。二是开展与广西中烟企业文化相符合的行为规范建设。通过行为规范的宣讲、行为案例的传播及行为岗位实践,推动员工成长与企业发展同心同向、同步同行。三是开展丰富多彩的文化宣贯活动。开展以企业文化为主题的文化纪念日、文化大讲堂、演讲比赛、成果汇演等文化宣贯活动,寓教于乐,激发广大员

工参与企业文化建设的积极性。四是打造、输出一批丰富多样的文化产品。形成一批以文化手册、行为规范手册、文化口袋书、优秀典型故事(案例集)等为主的文化产品。五是做好文化内容可视化。在广西中烟及下属单位的主要办公区域和工作场所,更新企业文化理念及视觉识别系统,让文化看得见、摸得着。

3.5 完善企业文化管理体系

一是加强组织保障。重新调整、建立企业文化建设委员会,形成以“公司领导带头,党建工作部总牵头,专业职能部门抓专项文化建设,各部门(单位)抓企业文化落地,全员共同参与”的企业文化建设工作格局,使各级领导干部成为企业文化的示范者、企业文化骨干人员成为企业文化的推进者,广大员工成为企业文化的践行者。二是加强激励保障。探索制定广西中烟价值观行为表现考核指标和广西中烟企业文化维护考核方案,将考核结果纳入广西中烟年度工作绩效考核管理体系。

参 考 文 献

- [1] 许祖密. 培育企业软实力, 促进企业发展[J]. 企业科技与发展, 2015(19): 65-66.
- [2] 孙宁, 苗金芬. 如何深刻理解“繁荣发展文化事业和文化产业, 提高国家文化软实力”[J]. 党课参考, 2020(22): 148-163.
- [3] 马成维. 坚定文化自信 建设世界一流企业文化软实力[J]. 企业文明, 2020(12): 27-28.

(上接第228页)

它的企业文化能够适应它自己所处的环境, 才能够彰显企业核心竞争力的优势^[5]。只有适合自己的企业文化, 才能够为企业的长远战略服务。

6.2 加大对企业文化宣传的力度

企业文化的影响力和感染力对企业是至关重要的。加强对企业文化的宣传, 可以让社会认可该企业的文化, 可以让员工更加认可企业。企业文化是一个企业的思想支柱, 是全体员工的共同信仰。

6.3 主动承担社会责任, 增强公众认知

每次国家面对灾难时, 京东总会第一时间把需要的物资送往前线。疫情期间, 京东把库存的口罩等物资送往前线, 这样的责任担当深入人心, 让京东的影响力更加持久、更加深远。

电商企业应承担社会的共同责任, 构建和谐社会, 只有国家的伟大富强才能实现企业的长远发展。

参 考 文 献

- [1] 任志宏, 杨菊兰. 企业文化: 管理思维与行为[M]. 北京: 清华大学出版社, 2013.
- [2] 陈蕾, 王晓帆, 杨凤羽. 浅谈京东企业文化[J]. 现代营销(经营版), 2018(7): 120.
- [3] 张岩松. 企业文化: 理论·案例·实训[M]. 北京: 清华大学出版社, 2017.
- [4] 张清平. 企业文化建设在提升企业核心竞争力中的作用[J]. 现代国企研究, 2018(14): 285.
- [5] 冯林杉. 企业文化建设中存在的问题及对策探究[J]. 中外企业家, 2019(31): 114.